

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

**ANALIZA MANIFESTACIJSKOG SPLETA
DESTINACIJE SINJ**

Mentor:

Izv.prof.dr.sc Smiljana Pivčević

Student:

Petra Miloš

Split, rujan 2018.

SADRŽAJ:

1. UVOD:	3
1.1. Definicija problema	3
1.2. Cilj rada	3
1.3. Metode rada	3
1.4. Struktura rada	4
2. MANIFESTACIJSKI TURIZAM	5
2.1. Turizam i njegovi selektivni oblici	5
2.1. Definiranje i obilježja manifestacija	6
2.2. Klasifikacija manifestacija	7
2.3. Pozitivni i negativni učinci razvoja manifestacija	8
2.4. Uloga manifestacija u kreiranju turističke ponude destinacije	9
3. RASPOLOŽIVOST TURISTIČKIH RESURSA GRADA SINJA	11
3.1. Povijest grada Sinja	11
3.2. Resursna i atrakcijska osnova	12
3.2.1. Prirodni resursi i kulturna baština	12
3.3. Receptivni elementi destinacije	15
3.3.1. Smještaj	15
3.3.2. Ugostiteljstvo	16
3.4. Analiza turističke potražnje	17
4. ANALIZA MANIFESTACIJA U GRADU SINJU	19
4.1. Analiza manifestacija po sadržaju i vrsti	19
4.1.1. Manifestacije kulturno-zabavnog karaktera	19
4.1.2. Sportske manifestacije	20
4.1.3. Ekološke manifestacije	20
4.1.4. Ostale manifestacije	21
4.1.5. Suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije	21
4.2. Klasifikacija prema vremenu održavanja	22
4.3. Klasifikacija po veličini i utjecaju na turizam	24
4.3.1. Alka	25
4.3.2. Velika Gospa	28
5. PRIJEDLOZI BUDUĆEG RAZVOJA MANIFESTACIJA GRADA SINJA	30
6. ZAKLJUČAK	32
SAŽETAK	36

SUMMARY 36

1. UVOD:

1.1. Definicija problema

Grad Sinj, smješten u Dalmatinskoj zagori nudi brojne manifestacije raznolikog karaktera. Kroz povijest Sinj je bio suočen s raznim događajima, koji su se uspjeli očuvati i održati sjećanje na njih kroz brojne manifestacije koje se i danas održavaju. Rastućim trendom manifestacijskog turizma javlja se potreba za analizom tih istih manifestacija i njihovih učinaka. Problematika rada se odnosi na potrebu za analizom postojećih manifestacija u gradu Sinju, određivanje razine njihove važnosti i potencijala iz turističke perspektive te davanje preporuka za njihov budući razvoj.

1.2. Cilj rada

Ovim radom želi se izdvojiti određeni proizvod koji bi diferencirao ponudu Sinja od ostalih destinacija i tako ušao na posebnu tržišnu nišu i privukao novi tip posjetitelja. Kako bi se taj proizvod izdvojio potrebno je analizirati stanje postojećih manifestacija. Analiza stanja manifestacija koja će se iznijeti u ovom radu se odnosi na razdoblje u godini u kojem se održavaju, tip posjetitelja koji privlače i njihovu veličinu.

1.3. Metode rada

Metode koje su korištene pri pisanju ovog rada su metoda analize, indukcije, dedukcije, deskripcije te analiza sekundarnih podataka. Prikupljanje i analiza sekundarnih podataka je obrađena iz relevantne stručne literature koja se bavi objašnjavanjem teorije manifestacija. Ostale metode su korištene u poglavljima gdje je bilo potrebno dodatno analizirati i objasniti pojmove koji su korišteni. Na kraju rada predstavljeno je mišljenje o problematici koja se obrađivala u radu.

1.4. Struktura rada

Rad se sastoji od 6 dijelova. U prvom dijelu se obrađuje problematika i ciljevi ovog završnog rada kao ujedno i metode koje su korištene pri pisanju. U drugom dijelu se pobliže objašnjava pojam manifestacija i sama definicija i sveobuhvatnost manifestacijskog turizma. Treći dio iznosi resurse koje grad Sinj sadrži dok u četvrtom dijelu se analiziraju postojeće manifestacije tog grada. Peti dio predlaže mogućnosti za daljnji razvoj manifestacija a posljednji, šesti dio donosi zaključak cijelog rada i analize koja je provedena.

2. MANIFESTACIJSKI TURIZAM

2.1. Turizam i njegovi selektivni oblici

Termini turist i turizam su sveprisutni u današnjem društvu te se iz tog razloga javlja i potreba da se pobliže definiraju i pojasne. Postoji mnoštvo definicija s raznih aspekata ljudi koje se bave turizmom. Oni koji putuju turizam smatraju rekreacijom, dokolicom, godišnjim odmorom i slično dok oni koji se bave turizmom definiraju ga kao profesiju, intenzivan rad, zaradu, itd. Doprinos koji turizam ostvaruje očituje u kulturnom i obrazovnom uzdizanju, zbližavanju ljudi i miru, zdravlju, a ujedno i utječe na podizanje produktivnosti rada, platnu bilancu, razvoj nedovoljno razvijenih krajeva itd. Teorije o porijeklu definicije i pojma turizam sežu u davnu prošlost, još od samih početaka čovječanstva i putovanja, te one ukazuju na različitost gledanja na ovu pojavu¹.

Na konferenciji statističara u Vancouveru 2001. potvrđena je finalna verzija definicije turizma koja definira stranu potražnje te koja se od prethodnih razlikuje prije svega u tome što umjesto pojma "uobičajeno mjesto boravka" uvodi termin "uobičajeno okruženje":

"Turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svoga uobičajenog okruženja u vremenu do maksimalno godine dana u svrhu odmora, poslovnih razloga te drugih razloga za koje nisu plaćeni u mjestu koje posjećuju"².

Turisti dolaze u destinaciju iz želje da zadovolje svoje specifične interese, te je na temelju toga došlo do razvoja specifičnih oblika turizma. Taj razvoj brojnih vrsta i specifičnih oblika turizma postaje rezultat isprepletanja turističke potražnje, turističke ponude i turističkih posrednika. Sukladno tome, tradicionalni kriteriji koju bili do sada prisutni među turistima nisu dovoljni za zadovoljavanje turističke potražnje, nego se treba neprestano prilagođavati novonastalim zahtjevima turista. Specifične oblike turizma moguće je razvrstati u dvije osnovne skupine, a to su specifični oblici turizma čiji se razvoj temelji pretežno na prirodnim resursima, te oblici turizma čiji se razvoj temelji na posebno pripremljenim (društvenim) resursima³. Svakodnevno se susrećemo s tim da u praksi i teoriji postoje različitosti tako da i

¹ Petrić, L., Osnove turizma, Ekonomski fakultet, Split, 2003., str 18.

² Vanhove, N., The economics of tourist destinations, Elsevier, London, 2005., str 14.

³ Čavlek, N. et al.: Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 40.

van ove dvije skupine postoje razni drugi specifični oblici turizma koji zauzimaju svoje tržišne niše.

2.1. Definiranje i obilježja manifestacija

Manifestacijski turizam jedan je od najatraktivnijih selektivnih oblika turizma i svake godine raste broj ljudi koji sudjeluju u različitim događanjima. Omogućuje turistima bogat izbor kulturnih zbivanja, sport i rekreaciju, zabavu i obilasku u arhitektonski vrijednim i zanimljivim urbanim cjelinama i još mnoštvo toga. Manifestacije sve više doprinose, ne samo ekonomskom, već i društvenom i kulturnom blagostanju. No, tu su i drugi brojni učinci na prostor u kojem se manifestacije odvijaju. Termin manifestacije (događanja) se odnosi na posebne rituale, prezentacije, predstave ili proslave koje se unaprijed planiraju i stvaraju da bi se njima obilježili posebni događaji ili postigli posebni društveni, kulturni ili korporativni ciljevi⁴. Manifestacije odnosno događanja se mogu organizirati radi proslave: nacionalnih praznika, značajnih javnih događaja, jedinstvenih kulturnih ostvarenja, velikih sportskih događaja/susreta, korporativnih proslava, tržišnih događaja (sajmovi), lansiranja novih proizvoda itd.⁵. To ukazuje na široku ponudu te time i na problem u definiranju turizma. Organiziranje manifestacija koje postaje osnovnim motivom putovanja obuhvaća već značajan udio turista na turističkom tržištu, te je turizam manifestacija zabilježio dinamičan razvoj. Manifestacijski turizam možemo sagledati iz tri perspektive. Iz destinacijske perspektive on je u službi razvoja planiranih događaja kao turističkih atrakcija, katalizatora, animatora, kreatora imidža i marketinga te destinacije. Iz perspektive individualnog događaja ovaj oblik turizma predstavlja prihvaćanje i primjenu marketinške orijentacije koja za cilj ima privlačenje turista. Treća perspektiva sagledavanja manifestacijskog turizma jest s aspekta turističke potražnje. U tom slučaju manifestacijski turizam odnosi se na putovanje s ciljem posjećivanja događaja bilo to kao primarni razlog za putovanje ili kao usputna zanimacija na putovanjima van svog mjesta boravka⁶.

⁴Pivčević, S. (2017), Upravljanje manifestacijama, interni nastavni materijali/skripta, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu. str. 7

⁵ Pivčević, S. op. cit. str. 8

⁶Pivčević, S. (2017), op. cit. str 17.

2.2. Klasifikacija manifestacija

Kada je riječ o podjeli manifestacija važno je spomenuti da se manifestacije mogu grupirati s obzirom na dva najvažnija kriterija, a to su prema veličini i prema formi ili sadržaju manifestacije. S obzirom na veličinu, najčešća podjela je na: mega manifestacije, potpisne ili značajne/ključne manifestacije, velike manifestacije i lokalne manifestacije⁷. Mega manifestacije su toliko velike da tijekom njihova održavanja uključe cijelu nacionalnu ekonomiju i uživaju veliku medijsku praćenost. Potpisne ili značajne/ključne manifestacije se u potpunosti identificiraju sa duhom nekog mjesta, grada ili regije da poštuju njen nadaleko prepoznatljiv simbol. Radi se o jednom ili više puta održanim manifestacijama koje su razvijene ponajprije kako bi se povećala svjesnost, privlačnost i profitabilnost turističke destinacije na kratki i/ili dugi rok. Takvi događaji oslanjaju se na status, jedinstvenost i važnost, s ciljem privlačenja pozornosti. Velike manifestacije definiramo kao značajne manifestacije koje su u stanju, s obzirom na svoju veličinu i medijski interes, privući velik broj posjetitelja, medijsku pokrivenost i ostvariti značajan ekonomski učinak. Lokalne manifestacije su najmanje manifestacije s obzirom na veličinu. Većina zajednica kreira festivale i događaje koji ciljaju pretežno na lokalno stanovništvo, te se priređuju zbog njihove društvene i zabavne vrijednosti. Takve manifestacije mogu se naći u gotovo svakom mjestu ili gradu, te često proizvode brojne pozitivne efekte poput buđenja osjećaja ponosa u zajednici i jačanja osjećaja pripadnosti. Veličina manifestacije ne može se tek jednostavno definirati koristeći apsolutne veličine nego se treba sagledati u kontekstu dane destinacije i njenih mogućnosti, što posebice vrijedi za mega manifestacije. Tako neka manifestacija i manjeg volumena može biti mega za određenu destinaciju jer u njoj generira natprosječne dolaske turista, ekonomske koristi i ometanje uobičajenog društvenog života. S obzirom na sadržaj postoji mnogo podjela manifestacija. Najprikladnija podjela bi bila na poslovne manifestacije, festivale i kulturne manifestacije, zabavne manifestacije i sportske manifestacije. Poslovne manifestacije obuhvaćaju sve vrste poslovnih okupljanja, koji okupljaju ljude prije svega radi razmjene informacija. Festivali i kulturna događanja sadrže mnoštvo manifestacija koje predstavljaju važan izraz ljudske aktivnosti i doprinose društvenom i kulturnom životu. Zabavne manifestacije uključuju različite koncerte i nastupe raznih izvođača a često su vrlo važan dio suvremenog društva i neke od njih su klasificirane kao velika i značajna događanja. Većina globalnih mega manifestacija spada u kategoriju sportskih manifestacija što dovoljno

⁷Pivčević, S. (2017), op. cit. Str 8.

govori o značaju sporta u industriji manifestacija. Međutim, o ovoj kategoriji nisu samo mega događanja nego i sportska događanja različite veličine i razine (lokalne, regionalne, nacionalne, međunarodne, globalne te profesionalne i amaterske)⁸. Osim ove podjele, postoji i niz drugih podjela manifestacija, no ova se podjela pokazala najprikladnijom zbog svoje sveobuhvatnosti.

2.3. Pozitivni i negativni učinci razvoja manifestacija

Događaji se organiziraju iz potrebe kreiranja atrakcije koja će biti samodostatna da motivira posjetitelje na putovanje te da bude dovoljno upečatljiva da ostavi trag u svijesti posjetitelja i kreira nezaboravnu uspomenu⁹. Zemlje i gradovi u kojima se održavaju velike manifestacije predstavljaju ih kao rješenje brojnih problema, no nemaju svi događaji isključivo pozitivan utjecaj na razvoj turizma. Bitno je naučiti iz negativnih primjera, sagledati sve razlike prednosti i nedostataka organiziranja velikih manifestacija.

Neki od pozitivnih učinaka razvoja manifestacija na turizam su jednostavno i učinkovito privlačenje ciljne potražnje, budući da se manifestacije usmjerene točno određenoj ciljnoj skupini. Ukoliko neke manifestacije budu uspješne, a turisti zadovoljni načinom izvođenja, spremni su produžiti duljinu boravka u destinaciji, te time utjecati na povećanje prihoda gradova domaćina. Ukoliko turistički promet u gradova domaćina poraste, da bi ugostitelji zadržali turiste morat će dodatno zaposliti ljude, naročito domicilno stanovništvo i tako pogodovati lokalnoj zajednici i nacionalnoj ekonomiji. Manifestacije u svojoj osnovi podrazumijevaju masovnost, a masovnost donosi mogućnost izgradnje ili adaptacije objekata, te utječe na preusmjeravanje turističkih tokova u razvijanje ostalih oblika turizma. Budući da uspješnost manifestacija rezultira povećanjem prihoda države, te dodatnog zapošljavanja, time se utječe i na unapređenje poslovanja subjekata turističke ponude i javnog sektora, te time dolazi do jačanja konkurentnosti i u konačnici do proširenja turističkog tržišta. Naravno, navedeni utjecaj se ne bi ostvario ukoliko manifestaciju ne bi popratila međunarodna medijska izloženost, te publicitet. Svi ovi pozitivni učinci su poželjni u turizmu jer vode ka većem zadovoljstvu turista, ali i gospodarskih subjekata.

Razvoj manifestacija također ima i mnoge negativne učinke za destinaciju i turizam općenito. Ovi učinci, kao i pozitivni, mogu biti društvene i kulturne naravi, fizički i ekološki, politički

⁸Pivčević, S. (2017), op. cit. str. 10-15.

⁹Mrnjavac E. (2010), Logistički menadžment u turizmu, Sveučilište u Rijeci, str. 87

te turistički i ekonomski¹⁰. Neki od negativnih učinaka su ti da velike manifestacije iziskuju velike troškove organizacije. Nakon završetka manifestacija ostaju mnogi neiskorišteni smještajni i drugi turistički receptivni kapaciteti. Potrebno je spomenuti da često destinacije međusobno ne surađuju oko organizacije događaja, posebice u vrijeme sezone, te se događanja odvijaju istovremeno u čak dvije susjedne općine. Takva podudarnost događaja kod posjetitelja i lokalnog stanovništva izaziva zbunjenost i dvojbu oko dolaska. Mnoge manifestacije zagađuju okoliš, tu se najčešće radi o različitim festivalima gdje najviše ima mlade populacije koji otpad odlažu svugdje i prave buku. Budući da je najveća posjećenost manifestacija u sezoni, dolazi do manjka pojedinih usluga kao što su turistički vodiči, taksi službe i slični problemi koji nastaju zbog gužve. Gradovi domaćini da bi ostvarili što veći prihod, podižu cijene proizvoda i usluga što štetno utječe na domicilno stanovništvo¹¹.

Pri organiziranju manifestacije organizatori događaja moraju dobro razmisliti i uzeti u obzir negativne strane manifestacije, te isto tako uzeti u obzir pozitivne strane i zadovoljstva pojedinaca i cijele zajednice koje im pruža održavanje manifestacije.

2.4. Uloga manifestacija u kreiranju turističke ponude destinacije

Manifestacije, odnosno planirani događaji zadiru gotovo u svaki aspekt života, bilo da je riječ o socijalnom, kulturnom, ekonomskom ili političkom aspektu. Kombinacijom socioloških, ekonomskih i kulturnih učinaka manifestacijskog turizma utječe se na stvaranje imidža destinacije. Manifestacije se ubrajaju među osnovne elemente koje destinacija sadrži i koji privlače turiste da posjete tu određenu destinaciju. Manifestacije osim atrakcije mogu biti iskorištene kao pokretači oživljavanja nekog mjesta i kreatori privlačne atmosfere. Očito je da većina manifestacija utječe na oblikovanje imidža destinacije ili zemlje, a samim time vode do željene percepcije destinacije kao potencijalnog odredišta putovanja. Nekolicina manifestacija nisu ekonomski opravdane ili pak bilježe gubitke, no unatoč tome održavaju se i ponovno organiziraju zbog zadržavanja željenog imidža kojeg donose te manifestacije. Manifestacije se smatraju pokretačima regeneracije gradova bilo putem postizanja imidža ili razvoja infrastrukture. Mnoge manifestacije privlače investitore u taj grad i potiču gradnju. Najviše je to vidljivo u sektoru ugostiteljstva, stvaraju se i nova radna mjesta te potiču obnovu i razvoj infrastrukture, a određene vrste manifestacija dovode do gradnje i poboljšanja s njima

¹⁰ Pivčević, S. (2017), op. cit. str. 48.

¹¹ Kesar O.: Specifični oblici turizma, nastavni tekst za predavanje na kolegiju Specifični oblici turizma na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, 2012.

http://www.efzg.unizg.hr/UserDocImages/TUR/Web_Manifestacijski%20turizam.pdf pristupljeno (13.6. 2018)

povezanih sadržaja (npr. sportske manifestacije). Uloga manifestacija ogleda se i kroz poticanje manifestacijskih turista da troše tijekom manifestacije i u destinaciji, ali i u izgradnji novih odnosa¹². Destinacija može imati vrlo razvijenu turističku ponudu, no ako njena promocija nije dovoljno napredovala na međunarodnoj razini, onda ta destinacija neće ispunjavati svoj potpuni potencijal i turistički kapacitet. Promocija je jedan od ključnih faktora razvoja turizma te je potrebno uložiti veći broj izvora i novčanih sredstava kako bi se destinacija što bolje promovirala javnosti.

¹²Getz, D. (2007): *EventStudies: Theory, researchandpolicy for plannedevents*, Elsevier, UK, str. 142.

3. RASPOLOŽIVOST TURISTIČKIH RESURSA GRADA SINJA

Sinj je grad u središnjem dijelu Dalmatinske zagore, smješten uz zapadni rub prostrana sinjskog polja na raskrižju važnih prometnica koje iz priobalja vode u unutrašnjost. Sinj se nalazi u srcu Dalmatinske zagore, na 320 metara nadmorske visine, 30 km udaljen od Jadranskoga mora površine 194,27 km². Okružen je planinama Kamešnicom, Svilajom i Dinarom a dodatnu vrijednost tom kraju daje čista rijeka Cetina za koju je u prošlosti postojao epitet bisera Dalmatinske Zagore. Danas ta ista rijeka iz godine u godinu postaje sve značajniji faktor turističke ponude te destinacije. Grad Sinj obuhvaća naselje Sinj te još 13 dodatnih naselja koji gravitiraju gradu, a to su: Bajagić, Brnaze, Čitluk, Glavice, Gljev, Jasensko, Karakašica, Lučane, Obrovac Sinjski, Radošić, Suhač, Turjaci i Zelovo¹³. Sinj ima kontinentalnu klimu, zbog čega su zime u toj destinaciji oštre i hladne, a ljeta su vruća i vlažna. Smješten je u kotlini i stoga je jedan od vrućih gradova ljeti, a hladnijih zimi u Splitsko-dalmatinskoj županiji¹⁴. Prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine Sinj s užom okolicom ima 24 826 stanovnika, dok u samom gradu živi 11 448 stanovnika¹⁵.

3.1. Povijest grada Sinja

Arheološki pronalasci svjedoče o naseljenosti cetinskoga područja još iz prapovijesnih razdoblja. Brojni nalazi od kraja bakrenog do sredine brončanog doba pripisuju se tzv. cetinskoj kulturi. Pogodan geografski položaj, špilje, uzvisine i plodna polja pogodovali su razvoju poljodjelstva, a na planinskim obroncima i stočarstva. Već od same prošlosti, što zbog plodnog tla zahvaljujući rijeci Cetini a što zbog činjenice da se nalazio na sjecištu putova, Grad Sinj je imao značajnu ulogu za niz naselja u svojoj okolini. Sinj iako mali gradić ima značajnu i bogatu povijest koja se veže uz njegovo postojanje, u brončanom dobu se javljaju i starosjedioci na ovim prostorima, pripadnici ilirskog plemena Delmata koji svoj razvoj nastavljaju sve do dolaska Rimljana. Delmati su se dugo suprotstavljali rimskoj vlasti, no mnogobrojni ustanci su ugušeni u krvi. Nakon pada Rimskoga Carstva, učestale su barbarske provale. Početkom 7. stoljeća, iz Bijele Hrvatske, dolaze Hrvati i naseljavaju se na područje

¹³ Turistička zajednica grada Sinja [Internet] dostupno na: <http://www.visitsinj.com/hr/Sinj/15/osnovne-informacije> pristupljeno 15.9. 2018

¹⁴ Turistička zajednica grada Sinja, [Internet], dostupno na: <http://www.visitsinj.com/en> pristupljeno 17.6. 2018.

¹⁵ Državni zavod za statistiku, dostupno na: <https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/censustabsxls.htm> pristupljeno 17.6.2018.

Dalmacije. Formiraju se prve državne tvorevine, hrvatske kneževine, a kasnije i kraljevina, kada je Sinj kao utvrđeni grad, bio sjedište Cetinske županije. Godine 1715. odigrala se najvažnija bitka, kada je 700 sinjskih branitelja odbilo napad više desetaka tisuća Turaka. Uznemirena turska vojska, oslabljena glađu i pojavom srdobolje, napušta Cetinsku krajinu. Upravo na temelju ove bitke Grad Sinj je izgradio jednu od najljepših i najznačajnijih priča koje prikazuju i čuvaju identitet i povijest ovoga gradića.

3.2. Resursna i atrakcijska osnova

3.2.1. Prirodni resursi i kulturna baština

Grad Sinj, smješten u Dalmatinskoj zagori svojom pozicijom obiluje mnogim prirodnim ljepotama a ujedno je i od velikog povijesnog značaja za razvoj Dalmacije. Sinjsko područje je naseljeno još od doba neolitika, te se stalnim naseljavanjem, ratovima te promjenama mletačke i turske vlasti u gradu Sinju i njegovoj bližoj okolici našao veliki broj kulturno povijesnih ostataka. Dalmatinska Zagora je izuzetno povoljna za razvijanje ruralnog turizma. Atraktivni prirodni resursi na ovom području omogućuju bavljenje aktivnostima kao što su planinarenje, šetanje, penjanje, lov, ribolov, biciklizam te aktivnosti na rijekama i jezerima. U Sinju i okolici postoji tek manji broj seoskih gospodarstava i obiteljskih izletišta, poput seoskog gospodarstva Panj, obiteljskog izletišta Mustang i seosko domaćinstvo Podastrana u kojima se nude različite rekreacijske aktivnosti, uživanje u autohtonoj domaćoj kuhinji i smještaj u apartmanima¹⁶. U suradnji sa udrugama nude se i razne sportsko rekreacijske aktivnosti. Rijeka Cetina te planine koje okružuju grad su pravi mali dragulj u kreiranju turističke ponude. Turbulentna prošlost i višestoljetna kultura života na ovom području uzrokovala je to da se Sinj može dičiti svojim materijalnim i nematerijalnim kulturnim dobrima koja se i danas njeguju. Na listi zaštićenih kulturnih dobara Republike Hrvatske nalazimo i brojnu nematerijalnu kulturnu baštinu grada Sinja. Među njima se nalaze:

- viteška igra Sinjska alka,
- nijemo kolo Dalmatinske zagore,
- cetinska lađa,
- sinjska rera,
- godišnji pokladni ophodi maskara podkamešničkih sela,
- tradicijsko lončarstvo ručnoga kola u Potravlju,

¹⁶ Turistička zajednica grada Sinja, [Internet], dostupno na <http://www.visitsinj.com/hr> pristupljeno 15.9.2018

- pripremu sira iz mješine na području Zagore, Velebita i Like,
- priprema tradicijskog jela „Sinjski arambaši“,
- umijeće gradnje lađe u Otoku kraj Sinja¹⁷.

Vrijednost nijemoga kola Dalmatinske zagore prepoznao je i UNESCO te ga 2011. godine uvrstio na Reprezentativnu listu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva, kao ujedno i vrijednost Sinjske alke koju 15. studenoga 2010. upisuje na popis nematerijalne svjetske baštine u Europi¹⁸.

U promociji turističke destinacije kulturni resursi su vrijednosti koje se mogu istaknuti kao vodeći proizvod destinacije. Ono što jednu destinaciju čini drugačijom od ostalih jest njezina kulturna baština. U samom centru grada Sinja posebno ističemo utvrdu Kamičak i tvrđavu Stari Grad. One su odigrale veliku ulogu u obrani Sinja od najezde Turaka i danas na tom događaju se kreira imidž grada. U tvrđavi Stari Grad nalazi se crkva sv. Mihovila u koju su franjevci iz Rame položili čudotvornu sliku Gospe od Milosti koja je prema narodnoj predaji pomogla pri obrani grada 1715. godine. Da bi iskazali čast i zahvalnost nebeskoj zaštitnici na tvrđavi je podignut brončani kip Gospe Sinjske, a sam put do tvrđave čini 14 postaja Križnog puta. Cijela tvrđava je pod zaštitom Ministarstva kulture Republike Hrvatske¹⁹.

Utvrda Kamičak smještena je na brežuljku pored Starog Grada a služila je kao promatračnica. Njezin zvjezdolik izgled zaokružuje brežuljak te nakon obnove 2016. godine postaje omiljeno mjesto za uživanje u pogledu na grad, tijekom ljetnih mjeseci služi kao pozornica te je ujedno pod zaštitom Ministarstva kulture RH²⁰.

Nadalje, Alkarski dvori (Kvartiri) koji su sagrađeni 1760. godine kao utvrda u obliku četverokuta s dva sklopa zgrada. Kroz povijest su ih koristile sve vojske koje su boravile na području Sinja²¹.

Skulptura „Tri generacije“ smještena u Gradskom parku predstavlja trojicu Sinjana, obučenih u narodnu nošnju, koji na podignutim rukama drže alku²².

¹⁷Turistička zajednica grada Sinja, [Internet], dostupno na <http://www.visitsinj.com/hr> pristupljeno 17.6.2018

¹⁸Turistička zajednica grada Sinja op.cit.

¹⁹Turistička zajednica grada Sinja op.cit.

²⁰Turistička zajednica grada Sinja op.cit.

²¹Turistička zajednica grada Sinja op.cit.

²²Turistička zajednica grada Sinja op.cit.

Dokaz da se prvi nogomet zaigrao upravo u Cetinskoj krajini nalazi se upravo u Sinju. Nadgrobni spomenik sedmogodišnjeg rimskog dječaka Gaja Liberija koji u ruci drži kuglu ukrašenu mrežasto povezanim šesterokutima, simbol prave kožnate lopte je čvrsti dokaz tome. Pronađen je na lokalitetu Gardun, u blizini Sinja a datira još iz 2. stoljeća. Danas ga nalazimo uzidanog u pročelje kamene kuće u Vrličkoj ulici u centru Sinja²³.

Od ostalih znamenitosti vrijedno je spomenuti i: fontanu Petrovac, fontanu na Pijaci, spomenik fra Pavlu Vučkoviću, Alkarski most, te tri vile - Danek, Tripalo i Vjera.

Svi vrijedni povijesni nalasci čuvaju se u tri muzeja: Muzej Cetinske krajine, Arheološka zbirka franjevačkog samostana te Muzej Sinjske Alke.

Muzej Cetinske Krajine utemeljen 1956. godine, središnje je mjesto istraživanja i prezentiranja kulturno – povijesne baštine Cetinske krajine. Muzej obuhvaća arheološku, numizmatičku, kulturno – povijesnu, etnografsku i prirodoslovnu zbirku te zbirke oružja, fotografija i fotografskoga pribora, dokumenata, razglednica, plakata te umjetničku zbirku u kojoj su najzastupljeniji umjetnici iz Cetinske krajine. Arheološki izložci predstavljeni su kronološkim slijedom od prapovijesti preko antike do srednjega vijeka i popraćeni su preglednim tekstovima, legendama, kartama, crtežima i fotografijama. Nakon iskopavanja i obnove Alkarskih dvora pronađeni su pokretni arheološki nalazi koji su dokumentirani i obrađeni te pohranjeni su u Muzeju Cetinske krajine. Smješten je u podnožju utvrde Kamičak²⁴.

U Arheološkoj zbirci franjevačkog samostana se čuvaju i izlažu arheološka, numizmatička i etnografska zbirka te zbirka crkvenih predmeta. Sadašnji postav potječe iz 1982. g. Arheološka zbirka jedna je od najstarijih i najvrednijih u Hrvatskoj. Predmeti koje sadržava uglavnom su slučajni nalazi iz okolice Sinja, posebno s lokaliteta Aequum, blizu sela Čitluk, koje su prikupili samostanski fratri. Najpoznatije djelo zbirke je Heraklova glava²⁵.

Muzej Sinjske Alke Muzej je reprezentativni muzejski okvir koji svojim posjetiteljima, 365 dana u godini, predstavlja tradiciju i običaj koji se njeguje već 3 stoljeća. Svečano je otvoren 8. kolovoza 2015. godine u sam osvit proslave velike obljetnice. Muzej Sinjske alke svojim stalnim postavom doseže najviše muzejske standarde, prezentacijske i tehnološke, te tako

²³ Turistička zajednica grada Sinja op.cit.

²⁴ Turistički vodič grada Sinja, [Internet] dostupno na:

https://issuu.com/tzgradsinj/docs/grad_sinj_vodic?backgroundColor=%2523222222 pristupljeno:15.9.2018

²⁵ Turistički vodič grada Sinja, op. cit. pristupljeno: 15.9.2018

staje uz bok ostalih vrhunskih muzeja u Republici Hrvatskoj pa i svijetu. Muzejski postav uključuje mnoštvo odora, opremu i oružje sinjskih alkara te alkarske statute i pravilnike koje donosi u suvremenoj digitalnoj formi. Posebnu atrakciju postava predstavlja prikaz alkarske povorke načinjen od drveta u prirodnoj veličini. Posjetitelji prije ulaska u muzej mogu vidjeti rekonstrukciju bitke pod Sinjem iz 1715. godine koja se prikazuje u multimedijskoj dvorani muzeja²⁶.

Osim muzeja, u Sinju postoje dvije galerije, galerija Sikirica i galerija Galiotović u kojima se povremeno organiziraju razne izložbe²⁷.

3.3. Receptivni elementi destinacije

3.3.1. Smještaj

Grad Sinj pripada lokacijama koje privlače posjetitelje više odlikama svoga prirodnog prostora i bogatstvom kulturno-povijesne baštine nego kvalitetom, raspoloživošću i raznovrsnošću smještaja i novostvorenih turističkih atrakcija. U svojoj ugostiteljskoj ponudi grad Sinj nudi smještaj u središtu grada u hotelu Alkar (tri zvjezdice; 48 soba i 4 apartmana) i u hotelu Matanovi dvori smještenom nedaleko od Sinja (dvije zvjezdice; 12 soba)²⁸.

Osim toga turistima se nudi smještaj u privatnim sobama: Fantasia, Masle, Mustang, Marija Jenjić, Venezia, Vreba, Janković i Višnja Brkić. Također, turisti imaju mogućnost odsjedanja i u privatnim kućama za odmor: Villi Tripalo s pet zvjezdica, kući za odmor Moj mir s tri zvjezdice, Vili Ivani s tri zvjezdice i Vili Čatipović s četiri zvjezdice. Ostale ugostiteljske ponude uključuju niz konoba te već ranije nabrojana seoska gospodarstava i obiteljska izletišta²⁹.

Najluksuznija kuća za odmor je svakako Villa Tripalo (5*) građena 20-ih godina 20.stoljeća koja se prostire na parceli od preko četiri tisuće kvadrata, a nalazi se u mirnom kutku grada Sinja. Osim bogato opremljene 3 smještajne jedinice s ukupno 6 kreveta u kući se nalazi i mnoštvo popratnih sadržaja kako bi boravak bio što ugodniji³⁰.

²⁶ Dokumentacija Muzeja Sinjske alke

²⁷ Turistički vodič grada Sinja, op. cit.

²⁸ Strategija razvoja grada Sinja [Internet] dostupno na:

<https://www.sinj.hr/Portals/12/Inicijalni%20nacrt%20Strategije%20razvoja%20grada%20Sinja-1.pdf> str. 64 pristupljeno 22.6. 2018

²⁹ Strategija razvoja grada Sinja, [Internet] op. cit. pristupljeno 22.6.2018

³⁰ Turistički vodič grada Sinja, op. cit.

Važno je napomenuti kako je trenutno u tijeku, u blizini kuće za odmor Ville Tripalo, izgradnja hotela s 5*. Gradi se u palači Tripalo što će nedvojbeno proširiti smještajnu ponudu Sinja, te zadovoljiti potrebe gostiju koji traže luksuzniji smještaj.

U idućoj tablici može se vidjeti smještajna struktura grada Sinja za 2014. godinu kao i općina Dicmo i Hrvace.

Tablica1: Vrsta i kapaciteti smještaja. 2014.g.

Grad Sinj	Vrsta smještajnog objekta	Broj ležaja
Hotelski smještaj	Hotel 3*	107
Privatni smještaj	Kuća za odmor 5*	6
	Privatni smještaj 3*	42
	Privatni smještaj 2*	10
Dicmo/Hrvace		
Privatni smještaj	Kuća za odmor 3* i 4*	64
	Privatni smještaj 3*	50
UKUPNO		279

Izvor: Vlastiti prikaz prema podacima iz Strategije razvoja grada Sinja

Iz tablice je vidljivo da veliki udio odlazi na privatni smještaj te da prevladava smještaj sa 3*. Za budući razvoj, bez povećanja broja ležaja i raznovrsnosti ponude u samom gradu Sinju, gdje se broji 165 ležaja, pa čak i ako se tome pribroje ležajevi u susjednim općinama, turistički razvoj bit će vrlo ograničen.

3.3.2. Ugostiteljstvo

Sinj i Cetinska krajina su poznati po vrlo ukusnim i jedinstvenim jelima. Gastronomska ponuda se sastoji od autohtonih jela samog mjesta od kojih su neki već uvršteni u listu zaštićenih nematerijalnih dobara republike Hrvatske kao što je ranije već spomenuto. Jedan od restorana se nalazi u sklopu hotela Alkar, a tu su restorani Dubrovnik, Zorica, Gam, restoran/pizzeria Tendi, pizzerie Kvartiri, Malo misto, Fantasia, pizzeria i slastičarnica Pinjur, konoba Ispod ure i konoba Potkova. U Hrvacama nalazimo restorane Janković, Vreba,

Venezia i restoran/pizzeriu Hrv, a na Radošiću je smješten restoran/pizzeria Villa Rustika zajedno s vanjskim bazenom³¹.

3.4. Analiza turističke potražnje

U narednoj tablici prikazan je broj dolazaka stranih i domaćih turista u grad Sinj u razdobljima siječanj-listopad za svaku godinu posebno, od 2013. do 2017.godine.

Tablica 2: Dolasci turista

	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2013.	3 255	5 780	9 035
2014.	3 873	6 449	10 322
2015.	4 140	5 889	10 039
2016.	3 696	5 536	9 232
2017.	3 934	7 192	11 126

Izvor: Analiza turističke sezone 2013;2014;2015;2016;2017.god , TZ SDŽ

Prema prikazanim podacima može se zaključiti da broj stranih turističkih dolazaka kroz prikazani period od 5 godina (2013.-2017.), varira. U odnosu na 2013.godinu, broj stranih dolazaka raste,osim u 2016.godini kada strani dolasci bilježe blagi pad. Broj domaćih dolazaka također raste tj. u odnosu na 2013.godinu svaka naredna godina bilježi veći broj domaćih dolazaka.

U sljedećoj tablici prikazan je broj ostvarenih noćenja od domaćih i stranih gostiju u gradu Sinju u razdoblju od 2013. do 2017. godine.

Tablica 3: Noćenja turista

	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2013.	6 388	7 188	13 576
2014.	9 301	10 287	19 588
2015.	10 940	12 365	23 305
2016.	8 662	8 623	17 285
2017.	10 581	10 701	21 282

Izvor: Analiza turističke sezone 2013;2014;2015;2016;2017.god , TZ SDŽ

Broj ostvarenih turističkih noćenja u promatranom periodu varira. U usporedbi sa 2015. godinom svaka od ostalih promatranih godina bilježi pad broja domaćih i stranih noćenja.

³¹Turistička zajednica grada Sinja, [Internet], dostupno na:
<http://www.visitsinj.com/hr/SmjestajGastro/Restorani> pristupljeno 20.6.2018

Međutim, u usporedbi sa 2013.godinom, kao najudaljenijoj godini koja se promatra, u svakoj narednoj godini ostvario se veći broj turističkih noćenja na području Sinja³².

Trendu povećanja dolazaka i noćenja gostiju pridonijela je zajednička suradnja svih dionika u turizmu koji, prateći trendove ponude i potražnje kao i navike gostiju koji sve više žele istražiti destinaciju u koju dolaze, nude upravo autentični, jedinstven turistički proizvod. Turistička zajednica grada Sinja iz godine u godinu radi na obogaćivanju turističke ponude organizirajući veliki broj manifestacija u okviru kulturno-zabavne i sportske manifestacije „Dani Alke i Velike Gospe“ kako bi na što kvalitetniji način udovoljila zahtjevima turističke potražnje.

³² Strategija razvoja grada Sinja, dostupno na:
<https://www.sinj.hr/Portals/12/Inicijalni%20nacrt%20Strategije%20razvoja%20grada%20Sinja-1.pdf>
pristupljeno 20.6.2018.

4. ANALIZA MANIFESTACIJA U GRADU SINJU

4.1. Analiza manifestacija po sadržaju i vrsti

U nastavku je prikazana podjela manifestacija prema Programu rada Turističke zajednice grada Sinja za 2018. godinu u kojoj je vidljiva podjela manifestacija prema njihovom karakteru i organizacijskoj strukturi koja je izložena tako da su odvojene manifestacije koje organizira Turistička zajednica grada Sinja te manifestacije u kojima je u ulozi suorganizatora

³³

4.1.1. Manifestacije kulturno-zabavnog karaktera

Manifestacije kulturno zabavnog karaktera obuhvaćaju mnoštvo manifestacija koje na razne načine doprinose društvenom i kulturnom životu. One obogaćuju duh mjesta i doprinose osjećaju ponosa lokalnom stanovništvu. Pretežito su javne, tematske manifestacije, upravo kako možemo okarakterizirati i manifestacije ovog tipa koje se održavaju u Sinju a to su:

1. Glazbene večeri na utvrđi Kamičak

Sredstva: 30.000,00 kn

Nositelji: direktor Turističkog ureda, Grad Sinj, Turistička zajednica splitsko-dalmatinske županije, Splitsko dalmatinska županija, Ministarstvo kulture

2. Predstava Opsada Sinja 1715.

Sredstva: 50.000,00 kn

Nositelji: direktor Turističkog ureda, Grad Sinj, Upravni odjel za turizam splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica splitsko-dalmatinske županije; Hrvatska turistička zajednica, Ministarstvo kulture

3. Sinjski sajam sela

Sredstva: 30.000,00 kn

Nositelji: direktor Turističkog ureda, Grad Sinj, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Turistička zajednica splitsko-dalmatinske županije, Splitsko dalmatinska županija

³³Dokumentacija Turističke zajednice grada Sinja

4.1.2. Sportske manifestacije

Što se tiče značaja i veličine sportskih manifestacija dovoljno je napomenuti kako veliki broj globalnih megamanifestacija spada u kategoriju sportskih manifestacija. Tako i grad Sinj u svojoj ponudi ima sportske manifestacije koje Turistička zajednica grada Sinja zahvaljujući raznim donacijama i suorganizaciji s drugim subjektima organizira tijekom godine. Glavni nositelji ovih organizacija su direktor Turističkog ureda, Grad Sinj, Turistička zajednica splitsko-dalmatinske županije te Splitsko dalmatinska županija. Ukupna sredstva koja su uložena u organizaciju ovih manifestacija iznose 25.000,00 kn. Ta sredstva ulažu se u organizaciju i promociju sljedećih manifestacija:

1. Rekreativna XCO utrka XI. kola rekreativne XC zimske lige
2. 20. Sinjski polumaraton
3. 8. pustolovna utrka Cetina adventure
4. Gradski izazov Cetina adventure
5. Biciklijada do izvora Cetine
6. Konjička karavana
7. 3. XCO utrka Vučja staza
8. 27. alkarski padobranski kup
9. Air show
10. Tradicionalne galopske trke
11. Trans Dinara.

4.1.3. Ekološke manifestacije

Ekološke manifestacije su manifestacije koje za cilj imaju očuvanje prirodnih resursa i društvene prihvatljivosti. Neke od tih manifestacija koje su održane u Sinju su:

1. Svjetski dan voda – Eko akcija čišćenja i uređenja izvora Gorućice

Sredstva: 1.000,00 kn

Nositelji: Turistička zajednica grada Sinja, Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica splitsko-dalmatinske županije, Udruga izviđača Vitezovi Sinj

2. Dan planeta Zemlje

Sredstva: 1.000,00 kn

Nositelji: direktor Turističkog ureda, Udruga izviđača Vitezovi Sinj

4.1.4. Ostale manifestacije

1. Dan turističkih vodiča, edukativna akcija „Turist u svom gradu“

Sredstva: 3.000,00 kn

Nositelji: direktor Turističkog ureda

4.1.5. Suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije

Turistička zajednica grada Sinja u suorganizaciji sa drugim gospodarskim subjektima potpomaže i razne druge manifestacije koje su vezane za grad Sinj i njegovu okolicu. Među njima se nalaze:

1. Pokladni ophodi mačkara potkamešničkih sela
2. Dani krnjevala
3. Nacionalni Sajam pršuta Sinj
4. Gljevstock
5. Utakmica Delmata i Rimljana
6. S.A.R.S.
7. Kašetarnica
8. Klape Gospi Sinjskoj
9. Brnaški dernek.

Sredstva koja TZ Sinj izdvaja za organizaciju ovih manifestacija iznose približno 25.000,00 kn a organizira ih skupa sa Turističkom zajednicom splitsko-dalmatinske županije i upravnim odjelom Splitsko-dalmatinske županije.

Aktivan rad Turističke zajednice vidimo i kroz organizaciju novih manifestacija koje su zaživjele tek ove 2018. godine a to su:

1. Doručak na otvorenom za uskrсни ponedjeljak

Sredstva: 9.000,00 kn

Nositelji: Direktor Turističkog ureda, Grad Sinj, Turistička zajednica splitsko-dalmatinske županije

2. Besplatne vodene gradske ture na engleskom jeziku za turiste i predstavnike turističkih agencija

Sredstva: 3.000,00 kn

Nositelji: direktor Turističkog ureda, Grad Sinj, Turistička zajednica splitsko-dalmatinske županije

3. Edukativna radionica tradicijskog lončarstva ručnog kola u Potravlju

Sredstva: 12.000,00 kn

Nositelji: direktor Turističkog ureda, Ministarstvo kulture RH

4. Advent u Sinju

Sredstva: 25.000,00 kn

Nositelji: direktor Turističkog ureda, Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica splitsko-dalmatinske županije, Grad Sinj

Sve su to manifestacije, osim besplatnih vođenih gradskih tura na engleskom jeziku, koje svrstavamo u kategoriju onih najmanjih, lokalnih manifestacija. Lokalne manifestacije su usmjerene na privlačenje lokalnog stanovništva i od lokalnog su značaja. Za razliku od njih ture na engleskom jeziku, s obzirom na širinu tržišta koje privlači, su nacionalnog karaktera ako ne i međunarodnog zbog široke upotrebe engleskog jezika u svijetu. Ostale manifestacije, iako uglavnom privlače lokalno stanovništvo, naporima turističke zajednice žele se privući i posjetitelji sa šireg područja. U posljednje vrijeme medijskim naporima turističke zajednice i ostalih aktera, Sinj je prepoznat kao destinacija koja nudi razna događanja tijekom glavne turističke sezone ali i poneki događaj izvan nje.

4.2. Klasifikacija prema vremenu održavanja

U idućoj tablici prikazan je kalendar manifestacija koje se održavaju u Sinju.

Tablica 5: Kalendar održavanja manifestacija u Sinju

Veljača	Dan turističkih vodiča, edukativna akcija „Turist u svom gradu“	Pokladni ophodi mačkara potkamešničkih sela	Dani krnjevala				
Ožujak	Rekreativna XCO utrka XI. kola rekreativne XC zimske lige	Svjetski dan voda – Eko akcija čišćenja i uređenja izvora Gorućice					
Travanj	Sinjski polumaraton	Dan planeta Zemlje	Nacionalni sajam pršuta Sinj	Doručak na otvorenom za uskrni ponedjeljak			
Svibanj	Gljevstock						
Lipanj	Pustolovna utrka Cetina adventure	Gradski izazov Cetina adventure	Biciklijada do izvora Cetine	Konjička karavana	Besplatne vođene gradske ture na engleskom jeziku za turiste i predstavnike turističkih agencija		
Srpanj	XCO utrka Vučija staza	S.A.R.S	Utakmica Delmata i Rimljana				
Kolovoz	Alka	Predstava Opsada Sinja 1715.	Sinjski sajam sela	Glazbene večeri na utvrdi kamičak	Velika Gospa	Festival klape Gospi Sinjskoj	Alkarski padobranski kup
	Air show	Kašetarnica	Brnaški dernek				
Rujan	Tradicionalne galopske trke	Trans Dinara					
Listopad	Edukativna radionica tradicijskog lončarstva ručnog kola u Potravlju						
Studeni-Prosina c	Advent u Sinju						

Izvor: Vlastiti prikaz prema Programu rada Turističke zajednice grada Sinja

U prethodnom prikazu vidljivo je kako se najveći broj manifestacija održava tijekom lipnja, srpnja i kolovoza. Tijekom siječnja u Sinju nema manifestacija nego se pretežito održavaju pripreme za nadolazeće manifestacije. Neke od manifestacija se održavaju par mjeseci. Među njima su eko akcija čišćenja i uređenja izvora Gorućice koja svoj početak ima 22. ožujka, na svjetski dan voda te traje sve do svibnja. Nadalje besplatne vođene gradske ture na engleskom jeziku se održavaju od lipnja do rujna, a advent u Sinju traje tijekom studenog i prosinca.

4.3. Klasifikacija po veličini i utjecaju na turizam

U gradu Sinju prema veličini manifestacije se mogu razvrstati na ključne manifestacije, velike manifestacije, manifestacije lokalnog karaktera i međunarodne manifestacije. Kao što je već navedeno u ključne manifestacije spada Alka. Alka je nedvojbeno manifestacija oko koje se stvara slika i brend Sinja, centralna je manifestacija i ima najveći utjecaj na ekonomiju i turizam grada. Kao i svaka druga manifestacija, Alka ima svoje pozitivne i negativne strane utjecaja na turizam. Pozitivne utjecaje na turizam vidimo kroz povećan broj dolazaka gostiju u tom periodu, revitalizaciju tradicije grada, povećano je sudjelovanje lokalne zajednice u organizaciji, ostvaruju se značajni prihodi te je olakšana promocija destinacije zbog veličine i značaja ove manifestacije. Unaprjeđuje se infrastruktura a najbolji primjer je obnova Alkarskih dvora i izgradnja muzeja Sinjske alke. Dok s druge strane negativni učinci su buka, onečišćenje otpadom koje posjetitelji ostavljaju za sobom i gubitak udobnosti za lokalnu zajednicu.

Među velike manifestacije spada Velika Gospa. Ova vjerska manifestacija ne ostvaruje veliki ekonomski profit a posjetitelji su hodočasnici koji su u jednodnevnom posjetu Svetištu. U velike manifestacije se svrstava zbog broja posjetitelja koje privlače te zbog medijskog interesa koji je ostvaren svake godine. Učinak koji ona ima na turizam u Sinju je taj da privlači ljude iz raznih krajeva, kao što je već spomenuto medijski je pokrivena manifestacija tako što Hrvatska Radio Televizija prenosi proslavu Velike Gospe i samim tim donosi promociju za cijeli grad³⁴. Negativni učinak je ekološko onečišćenje grada koje ostane nakon tolike mase ljudi na jednom mjestu i prometna zagušenja.

U lokalne manifestacije svrstavamo preostale manifestacije. To su najmanje manifestacije u ovoj skupini i ciljaju pretežito na privlačenje lokalnog stanovništva. Među njima nalaze se

³⁴ Hrvatska Radio Televizija, Proslava Velike Gospe [Internet], dostupno na: <https://vijesti.hrt.hr/295295/blagdan-velike-gospe-3> pristupljeno 8.9.2018

manifestacije kulturno – zabavnog, sportskog, ekološkog karaktera koje izazivaju mnoge učinke na turizam. Primjerice ekološke manifestacije čine veliku korist za lokalnu zajednicu i turizam tako što održavaju grad čistim i ugodnim za život a i za posjet.

Manifestacija koja je namijenjena stranim posjetiteljima je upravo tura što se održava na engleskom jeziku. Međunarodnog je karaktera zbog širine tržišta koju privlači te je namijenjena posjetiteljima raznih nacionalnosti i govornog područja. Engleski jezik kao jedan od najraširenijih stranih jezika čini je prihvatljivom velikom broju gostiju.

U nastavku se analiziraju dvije ključne manifestacije koje se održavaju u gradu Sinju – Sinjska Alka i Velika Gospa.

4.3.1. Alka

Najvažnija i središnja kulturna manifestacija je Alka. Manifestacija Sinjska alka je zaštitni znak grada Sinja i kao takva već desetljećima privlači veliki broj posjetitelja. Na mjestu održavanja natjecanja koje se naziva Alkarsko trkalište kroz tri dana bude prisutno ukupno oko 30.000 posjetitelja. Broj posjetitelja u te dane u cijelom gradu Sinju višestruko je veći³⁵. Po svojoj tipologiji Alka je manifestacija koja se može svrstati među festivale i kulturna događanja. Svrstavamo je u tu skupinu iz razloga što je Alka tematska manifestacija koja se simbolički oslanja na pobjedu lokalnog stanovništva 1715. kojom je grad Sinj, nakon 150 godina, konačno oslobođen osmanlijske vlasti. To se danas slavi tako da natjecatelji, jašući na konjima, kopljem gađaju metu (alku) ovješenu iznad alkarskog trkališta³⁶. Ova manifestacija doprinosi kulturnom i socijalnom duhu grada te generira značajne prihode za lokalnu zajednicu. Održava se prve nedjelje mjeseca kolovoza te iz godine u godinu privlači sve veći broj posjetitelja. Dva dana prije alke je Bara, a dan prije se održava Čoja, koje se održavaju po sličnom principu te služe kao generalna proba za Alku. Na manifestacijskoj razini, Alka od Bare i Čoje se razlikuje ponajprije po „podrijetlu“ gledatelja gdje je tijekom Bare i Čoje riječ uglavnom većoj zastupljenosti lokalnoga stanovništva. Razliku također vidimo i u razini formalnosti, odnosno protokolarnosti. Bara i Čoja su manje formalne u odnosu na svečano alkarsko natjecanje. Kroz šalu se zna reći „Alka nije za Sinjane, ona je za goste, za Sinjane su Bara i Čoja“ što svjedoči o važnosti Alke i pozornosti koja se tog dana

³⁵Dokumentacija muzeja Sinjske alke

³⁶Leksikon Sinjske alke, Viteško alkarsko društvo Sinj, 2015. Zagreb str. 28

posvećuje gostima³⁷. Kada se razmatra veličina manifestacije, Alku možemo svrstati u ključne (hallmark, engl.) manifestacije. Ključne ili hallmark manifestacije su manifestacije koje se u destinaciji povezuju s tradicijom, atraktivnosti, daju imidž i publicitet destinaciji, a možda i najbitnije od svega, stvaraju kompetitivnu prednost pred ostalima zbog svoje jedinstvenosti. Takve se manifestacije identificiraju s duhom grada, manifestacija i destinacija postanu nedjeljive te tako nadaleko postanu prepoznatljiv simbol³⁸. Sinjska Alka se upravo uklapa u tu cijelu priču o ključnim manifestacijama jer je postala najprepoznatljiviji simbol ovog grada. Ona se priređuje zbog vrijednosti koju ima za lokalnu zajednicu, a to je da jača duh zajedništva i ponosa pripadanja upravo tom gradu. S obzirom na svoju veličinu i medijski interes sposobna je iz godine u godinu privući velik broj posjetitelja, medijsku pokrivenost i ostvariti značajan ekonomski učinak. Kako bi sama manifestacija oživila i održala se potrebno je pronaći razna sponzorstva i izvore investiranja. Sinjska alka sponzorirana je od strane raznih organizacija i društava, a generalni sponzor cjelokupne manifestacije Sinjske Alke iz godine u godinu je Hrvatska elektroprivreda. Potporu u održavanju Alke također pruža i Hrvatska turistička zajednica³⁹. Što se tiče organizatora, to je Viteško alkarsko društvo Sinj. Osnovano je 1715. godine, a danas djeluje kao udruga građana. Osnovna djelatnost Društva je održavanje viteške igre Sinjske alke. Veći broj volontera skrbi o radu Društva kojeg organizacijski čine skupština, upravni odbor, nadzorni odbor i časni sud. Suorganizatori sinjske Alke su Splitsko – Dalmatinska županija, Grad Zagreb te Grad Sinj⁴⁰. Sredstva koja Društvo ulaže u organizaciju manifestacije potječu iz raznih izvora no najveći dio se sastoji od prihoda od donacija. Sama struktura ukupnih prihoda i rashoda koje Društvo ostvaruje s ciljem organizacije manifestacije Alke prikazano je u idućoj tablici⁴¹.

Tablica 4. Prihodi i rashodi organiziranja Alke

Ukupno	2015.	2016.	2017.
Prihodi	12.537.482	6.566.477	6.120.894
Rashodi	11.310.216	5.429.623	5.767.641

Izvor: vlastiti prikaz prema financijskom izvještaju Viteškog alkarskog društva Sinj

³⁷ Vukušić A., U sridu: sjećanje, pamćenje i život Alke, 2013. Zagreb, str 19.

³⁸ Pivčević, S. (2017), op. cit. str 10.

³⁹ Alka, [Internet] <https://www.alka.hr/event> pristupljeno 27.8.2018.

⁴⁰ Alka, [Internet] <https://www.alka.hr/event> pristupljeno 27.8.2018.

⁴¹ Alka, [Internet] <https://www.alka.hr/alkarsko-drustvo/revizijska-izvjesca-c13> pristupljeno 26.8.2018.

Vidljivo je kako su najveći prihodi i rashodi ostvareni u 2015-oj godini a razlog tome je što se te godine održavala 300-ta godišnjica održavanja Alke te su značajnija sredstva bila uložena u promociju i samo održavanje manifestacije kako bi je učinili što svečanijom.

Ukorištenosti Alke u cetinsku svakodnevicu svjedoče i natjecanja koja mahom, po sinjskim kalama i selima, organiziraju djeca izrađujući, postavljajući i igrajući Alku na različite, sebi i uvjetima prilagođene načine. Riječ je o spontanim te manje ili više kreativnim dječjim aktivnostima kojima je krajnji cilj zabava. Ovakve dječje alke možemo stoga odrediti kao specifične načine održavanja veze sa zajedničkim vrijednostima, koje se u ovom slučaju, važno je naglasiti, mnogo više nego li na simboličku, odnose na njihovu fizičku manifestaciju, na Alku kao igru. Osobito mjesto među dječjim alkama i tada je, čini se, pripadalo igri koja se izvodila u selu Brnaze, u zaseoku Vučkovići. Alka iz tog zaseoka danas je pod nazivom „Vučkovića dječja alka“ gotovo jedina u široj javnosti prepoznatljiva, a moglo bi se reći i „vrednovana“ dječja alka. Ona je jedina dječja alka kojoj su pokrovitelji grad Sinj i Viteško alkarsko društvo, a pripreme i izvještaji s te manifestacije redovito dobivaju dovoljno medijskog prostora⁴². No sva ta pozornost, medijska i društvena ostaje u granicama lokalnog društva te možda u budućnosti dobije malo više značaja od onog koji trenutno ima.

4.3.1.1 Muzej Sinjske alke

Priča koju muzej Sinjske alke prikazuje svojom arhivskom građom sastavni je dio povijesti i grada Sinja i Cetinske krajine i Republike Hrvatske, a osnovna misao vodilja je da se svakom posjetitelju približi ova kulturna baština koju je prepoznao i UNESCO. Misija Muzeja je istraživanje, očuvanje, zaštita, predstavljanje i tumačenje lokalnog identiteta, povijesti, kulture, umjetnosti i tradicionalne baštine Alke u korist javnosti i lokalnog stanovništva. Podizanje svijesti o vrijednosti identiteta lokalne zajednice jedan je od glavnih dijelova rada Muzeja, posebno kroz uključivanje lokalnog stanovništva u aktivnosti Muzeja, stvaranje njihovog kulturnog identiteta, kao i obrazovanje i tumačenje Tradicije Alke⁴³. Vrijednost Muzeja je to što pruža potporu Alki. Uzevši u obzir na to da se natjecanje održava jednom godišnje, posjetitelji ovdje imaju priliku upoznati Alku tijekom cijele godine te vidjeti i upoznati поблиže ono što prilikom održavanja samog natjecanja ne mogu. U muzeju mogu

⁴²Vukušić A., op. cit., str. 141

⁴³Dokumentacija muzeja Sinjske Alke

dobiti detaljnije informacije o elementima igre, o svim njenim osobitostima, pravilima i povijesti. Postav je opremljen suvremenom opremom i interaktivnim sadržajima koji omogućuju proširivanje znanja i prezentacije ove viteške igre. Završetkom obnove 2015. godine i stavljanjem u funkciju cijelog objekta Alkarski dvori unutar kojeg se nalazi i Muzej Sinjske alke gradski centar je dobio novi izgled, a sami objekt postao je središnje mjesto u kojem se posjetitelji rado okupljaju. Posjećenost Muzeja Sinjske alke u dvije godine rada iznosi oko 50 000 posjetitelja⁴⁴. Posjetitelji i sa manifestacije Sinjska alka, a i iz muzeja odlaze sa pozitivnim dojmovima. Sinjska alka je i svojevrsni brend Republike Hrvatske i kao takva sudjeluje u kulturnoj i turističkoj promociji širom svijeta. Muzej je namijenjen svim dobnim uzrastima a ima poseban naglasak na djecu i mlade koji će čuvati tradiciju Sinjske alke.

4.3.2. Velika Gospa

Blagdan Velike Gospe koji se održava 15. kolovoza je, uz Alku koja se i održava u čast Gospi Sinjskoj, centralna manifestacija grada Sinja. Ova vjerska manifestacija seže u daleku 1715. godinu kada su par stotina lokalnih stanovnika čudesno otjerali višestruko nadmoćniju tursku vojsku. Ta čudesna pobjeda prepisuje se Majci Božjoj koja je vjeruje se u noći između 14. i 15. kolovoza 1715. godine hodala zidinama utvrde Stari Grad u koju se puk povukao kako bi se zaštitio. Iduće 1716 godine, nakon što je okrunjena zlatnom krunom i ostalim zlatnim i bisernim nakitom koje je puk darivao u zahvalu, dobila naziv Čudotvorna Gospa Sinjska.⁴⁵ Ta se svetkovina od tada intenzivno slavi, a njezina proslava u Sinju uvijek je bila prigodom da se osvježe povijesna pamćenja. To je davalo snažno obilježje samoj tradiciji hodočašća Gospi Sinjskoj. Međutim, poboljšane komunikacijske veze omogućile su da sve veći broj štovatelja izvan Cetinske krajine dolazi i tijekom cijele godine. To se prvenstveno odnosi na Split i njegovu okolicu. Svetište Gospe Sinjske nema baš nikakve programe promidžbe hodočašća. Sve se događa sasvim spontano. To ipak ne znači da određena vrsta promidžbe ne bila od pomoći i poticaj brojnim hodočasnicima. Na temelju evidencije u razdoblju od 2011. do 2016. godine u Svetištu su prosječno godišnje registrirane 263 skupine hodočasnika (prosječno 50-tak u jednoj skupini), više od 13.000 hodočasnika. Može se pretpostaviti da tom broju treba pribrojiti više od 20% neregistriranih skupina. U knjizi izloženoj za upis hodočasnika pojedinačno prosječno se godišnje upiše 2.500 hodočasnika. Može se pretpostaviti da je među

⁴⁴Dokumentacija muzeja Sinjske alke

⁴⁵Svetište i župa Gospe Sinjske [Internet], dostupno na: <https://www.gospa-sinjska.hr/index.php/kroz-proslost/51-povijest-stovanja-gospe-sinjske> pristupljeno 21.6.2018

njima velik broj obitelji, a u knjigu se upiše samo jedan član. Osim toga, imajući u vidu da je praksa upisivanja uvedena tek 2011. godine i da su navike upisivanja inače vrlo slabe te da velik broj hodočasnika uopće ne primijeti knjigu za upis, može se pretpostaviti da se u knjigu ubilježi manje od 10 % hodočasnika. Kad se sve to uzme u obzir, može se zaključiti da je broj pojedinačnih ili obiteljskih hodočašća tijekom godine višestruko veći, možda i deseterostruko. O svetkovini Velike Gospe, što znači devet dana prije i tjedan dana poslije same Svetkovine, prema slobodnim procjenama u Svetište dođe oko 200.000 hodočasnika.⁴⁶ U onoj mjeri u kojoj se gore navedene pretpostavke čine ili pokazuju točnima, potrebno je prilagođavati hodočasničku ponudu. Bez obzira hoće li hodočašća Gospi Sinjskoj zadržati svoju periodičnu masovnost i snagu tradicije, potrebno je razmišljati o hodočasničkoj ponudi i za one koji nisu dio te mase i za one koji će se zbog raznoraznih razloga izdvojiti iz nje. Kao i Alka ovo je manifestacija koja simbolizira grad Sinj i čini ga prepoznatljivim no cilja pretežito na lokalno stanovništvo i malo širu okolicu. Što se tiče samog karaktera manifestacije, svrstavamo je u kulturna događanja, odnosno među vjerske manifestacije.

Iz svetkovine Velike Gospe proizašao je Festival klape Gospi Sinjskoj. Festival klape Gospi Sinjskoj održava se u Sinju od 2009. godine, početkom kolovoza u vrijeme Dana Alke i Velike Gospe. Ovaj jedinstveni glazbeni događaj svojom je kvalitetom nadmašio sva očekivanja i postao trenutkom radosnog okupljanja i slavljenja Majke Božje te potvrdio Sinj kao jedno od najvećih marijanskih svetišta u Hrvatskoj. U programu Umjetnički odbor Festivala, osim natječaja za nove skladbe, poseže i za skladbama iz bogate baštine marijanskih pjesama, sa željom da se postojeće skladbe prilagođavaju na klapsko pjevanje. Što se tiče medijske popraćenosti i promocije, snimku Festivala prenosi Hrvatska radiotelevizija na dan Velike Gospe, a radiopostaje izravno i u reprizi u domovini i u inozemstvu putem satelita⁴⁷. Medijska popraćenost naime ne obećava ujedno i veliki značaj manifestacije za društvo, stoga Festival Klape Gospi Sinjskoj može se okarakterizirati kao manifestacija lokalnog značaja.

⁴⁶Svetište i župa Gospe Sinjske op. cit.

⁴⁷Turistička zajednica grada Sinja, [Internet], dostupno na <http://www.visitsinj.com/hr> pristupljeno 20.6.2018.

5. PRIJEDLOZI BUDUĆEG RAZVOJA MANIFESTACIJA GRADA SINJA

Iako u gradu Sinju ne nedostaje ponude kada su manifestacije u pitanju, prostora za unaprjeđenje i poboljšanja postojećih manifestacija uvijek ima. U sklopu manifestacija Alke i Velike Gospe, koje su postale simbol grada, potrebno je bolje kombinirati i povezati atrakcije kako bi kreirali jaču tržišnu privlačnost i produljili boravak turista na ovom području⁴⁸. Alka, događaj sam po sebi je jedinstveno viteško natjecanje koje simbolizira čudesnu pobjedu puka cetinskog kraja nad nadmoćnijim Turcima. Pripreme pred samu Alku izgledaju tako da najmanje 15 dana prije Alke započinju, kako to Sinjani zovu, „prove“⁴⁹. Svi alkari, svaki dan osim nedjelje, tijekom tih 15 dana uvježbavaju sve radnje koje se odvijaju i na dan Alke. Tako se sprema i cijeli grad za nadolazeći događaj, podiže se svjesnost lokalne zajednice i osjećaj ponosa i nestrpljenja dok ne dođe taj dan, dan održavanja Alke. Problem nastaje kada to natjecanje završi. Pobjedom najboljeg alkara, njegovim trijumfalnim prolaskom kroz grad razilazi se alkarska povorka, slavlje se nastavlja u domu pobjednika, a ostali posjetitelji se vraćaju svojim domovima s uspomenu na samu trku i viteško natjecanje. Ono što je gradu potrebno i što bi potencijalno zainteresiralo posjetitelje da se duže zadržavaju u gradu, a ujedno i u samoj destinaciji su cjelodnevni programi i događanja u gradu. To se može ostvariti tako da se kreira ulični program u kojem bi ljudi (glumci) od jutra do večernjih sati šetali gradom u narodnim nošnjama cetinskog kraja, stupali u interakciju s posjetiteljima, pričali priče o nastanku grada, tradiciji života, Alki, Gospi Sinjskoj, itd. Kako bi taj projekt dobio cjelokupnu sliku trebalo bi uključiti i lokalnu zajednicu i sve aktere koji su u službi turizma da se uključe u oživljavanje povijesnog duha grada. Primjerice, tijekom dana Alke i Velike Gospe, ugostitelji i djelatnici u restoranima i kafićima bi na sebi mogli nositi dio alkarske uniforme ili narodne nošnje koja bi bila prepoznatljiva i upečatljiva, lokalni proizvođači bi mogli svakodnevno održavati radionice izrađivanja autohtonih proizvoda te tako promovirati svoje proizvode, a ujedno i podučavati posjetitelje o tradiciji života tog prostora. Pogodan prostor za radionice je u samom centru grada, na trgu dr. Franje Tuđmana gdje bi se postavili izlagačko-prodajni prostori koji bi cijeli dan bili na raspolaganju posjetiteljima.

⁴⁸ Pivčević, S. (2018), ALKA KAO TURISTIČKI RESURS: STANJE, MOGUĆNOSTI I DILEME, Zbornik Znanstvenog skupa u povodu 300. obljetnice Sinjske Alke, u Sinju, u tisku, str 14.

⁴⁹ Alkarske svečanosti, dostupno na: <http://free-st.htnet.hr/Sinj/alkarskesvecanosti.html> pristupljeno 15.9.2018.

Uključivanje posjetitelja svih dobnih uzrasta je ključno u ovakvom tipu projekta. Kreiranje interaktivnih programa za djecu, ali i za odrasle, pružanje više sadržaja zabavno-kulturnog karaktera i svakodnevna događanja u gradu potaknula bi posjetitelje na produžavanje svog boravka u ovom mjestu. Sinj ima mnogo lokaliteta s bogatom poviješću koja bi se mogla prepričavati tijekom tih svečanosti. Angažiranje ljudi da se obuku u narodnu nošnju te dočekivanje ljude na utverdama Kamičak i Starom Gradu, u Alkarskim dvorima i ostalim značajnim povijesnim lokalitetima i pričanje priče o njihovom nastanku i događajima koji su se odvijali u njima kroz prošlost bi uvelike obogatio ponudu te oživjelo grad. Cijeli grad bio bi pozornica, a kulturna baština bila bi prezentirana na jedan interesantan i zajedno s posjetiteljima interaktivan način.

6. ZAKLJUČAK

Turizam je danas jedna od najznačajnijih gospodarskih grana svijeta, a očekuje se i daljnji rast njegovog obujma i važnosti. Od prvih turista koji su bili zadovoljni samom činjenicom da putuju i nisu tražili mnogo više, razvili su se posjetitelji željni novih iskustva, zabave, skloni istraživanju i eksperimentiranju. Ukoliko destinacije žele privući posjetitelje, moraju prvenstveno osigurati da ih potencijalni turisti primijete u mnoštvu destinacija koje im stoje na raspolaganju. Kada je riječ o originalnosti i diferenciranju, tu veliku ulogu imaju manifestacije. Upravo njih su mnoge destinacije iskoristile kao sredstvo diferenciranja i privlačenja gostiju. Osim na imidž destinacije, manifestacije ostvaruju i brojne druge utjecaje u destinaciji u kojoj se odvijaju. Jedan od najznačajnijih je možda ekonomski utjecaj manifestacija. Osim što privlače posjetitelje i povećavaju prihode destinaciji, manifestacije potiču i zapošljavanje, kako u samoj organizaciji manifestacije, tako i u svim onim djelatnostima čije proizvode manifestacija koristi. Manifestacije također ostvaruju i socijalne, kulturne, ekološke i političke učinke u destinaciji. Osim što pridonose prihode lokalnoj zajednici, manifestacije utječu na pojedince na način da potiču druženje, a pritom kod pojedinca se potiče svijest o kulturnoj baštini i tradicije, te zahvaljujući manifestacijom te vrijednosti neće otići u zaborav.

Za grad Sinj manifestacije su od velikog značaja. Cjelokupna slika grada je kreirana oko manifestacija Alke i Velike Gospe. Te dvije manifestacije su za ovaj grad „hallmark manifestacije“ jer na temelju njih većina ljudi prepoznaju i povezuju s gradom. Svi marketinški naponi se ulažu u promociju ovih događaja i neosporno je da su ove dvije manifestacije centralne manifestacije koje grad održavaju živim. Uzevši to u obzir cilj ovog rada je bio sagledati karakter postojećih manifestacija te uvidjeti potencijal za daljnji razvoj i proširenje turističke ponude ali ujedno da se ne udalji od onoga što Sinj zapravo jest a to je viteški grad s bogatom tradicijom života. Sinj raspolaže brojnim resursima što prirodnog a što društvenog karaktera te su mogućnosti i za razvoj brojnih oblika turizma velike. Netaknuta priroda, bogatstvo životinjskog i biljnog života na okolnim planinama, izvor prirodne vode koju pruža rijeka Cetina su ono što u kombinaciji sa manifestacijama osvaja svakog posjetitelja. Sinj ima jedinstvene resurse i uz dobru promociju i strategiju može doživjeti veliki procvat.

Sve to navedeno ima svoje prepreke među kojima kao glavna se ističe nedostatak receptivnog dijela u destinaciji. Receptivna dimenzija odnosi se na smještajne i ugostiteljske kapacitete za koje proizlazi zaključak da u Sinju postoji nedostatak svih oblika smještaja: hotela, apartmana, soba, kampova i slično, kao i ponuda restorana i drugih ugostiteljskih usluga. Također bilo bi korisno povezati se sa većim gradovima srednje Dalmacije (prije svega Splitom, pa onda i Šibenikom i Zadrom) te npr. Međugorjem radi kreiranja zajedničke turističke ponude koja bi se koncentrirala na vjerski turizam. Također, navedene veće gradove treba ciljati kao marketinški potencijal za komunikaciju prema turistima koji te gradove posjećuju, a koje se može privući u Sinj kao dnevne posjetitelje.

LITERATURA

1. Čavlek Nevenka, Mato Bartoluci, Darko Prebežac, Oliver Kesar i suradnici: Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
2. Getz, D. (2007): Event Studies: Theory, research and policy for planned events, Elsevier, UK
3. Muzej Sinjske alke, Interna dokumentacija
4. Turistička zajednica grada Sinja, Interna dokumentacija
5. Leksikon Sinjske alke, Viteško alkarsko društvo Sinj, 2015. Zagreb
6. Mrnjavac E. (2010), Logistički menadžment u turizmu, Sveučilište u Rijeci
7. Petrić, L. (2003), Osnove turizma, Ekonomski fakultet, Split
8. Pivčević, S. (2018), Alka kao turistički resurs: stanje, mogućnosti i dileme, Zbornik Znanstvenog skupa u povodu 300. obljetnice Sinjske Alke, u Sinju, u tisku
9. Pivčević, S. (2017), Upravljanje manifestacijama, interni nastavni materijali/skripta, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu.
10. Vanhove, N., The economics of tourist destinations, Elsevier, London, 2005.
11. Vukušić A., U sridu: sjećanje, pamćenje i život Alke, 2013. Zagreb

Internet izvori

1. Alkarske svečanosti, dostupno na: <http://free-st.htnet.hr/Sinj/alkarskesvecanosti.html>
2. Državni zavod za statistiku, Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine, dostupno na: <https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/censustabsxls.htm>
3. Grad Sinj (n.a) Strategija razvoja grada Sinja dostupno na:
<https://www.sinj.hr/Portals/12/Inicijalni%20nacrt%20Strategije%20razvoja%20grada%20Sinja-1.pdf>
4. Hrvatska Radio Televizija, Proslava Velike Gospe, dostupno na:
<https://vijesti.hrt.hr/295295/blagdan-velike-gospe-3>
5. Kesar O.: Specifični oblici turizma, nastavni tekst za predavanje na kolegiju Specifični oblici turizma na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, 2012.
http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/TUR/Web_Manifestacijski%20turizam.pdf

6. Muzej Sinjske Alke (2017), Izvješće o radu Muzeja Sinjske Alke, 2016. dostupno na: http://www.mdc.hr/files/pdf/Izvjesca/2016/Muzej%20Sinjske%20alke%202016_mdc.pdf
7. Svetište i župa Gospe Sinjske, dostupno na: <https://www.gospa-sinjska.hr/index.php/kroz-proslost/51-povijest-stovanja-gospe-sinjske>
8. Turistički vodič grada Sinja, dostupno na: https://issuu.com/tzgradsinj/docs/grad_sinj_vodic?backgroundColor=%2523222222
9. Turistička zajednica grada Sinja, dostupno na: <http://www.visitsinj.com/hr>

SAŽETAK

Promjene u potražnji i potrebama turista posljednjih godina rezultirale su povećanjem potražnje za manifestacijskim turizmom a posljedično tome i razvoju manifestacija. Manifestacije su postale neizostavan element svake destinacije. Cilj i svrha ovog rada je bilo analizirati i sistematizirati te iste manifestacije u gradu Sinju kao turističkoj destinaciji. Stoga se u radu ponajprije razlagao teorijski dio o manifestacijama, analizirali su se resursi grada Sinja te navele manifestacije koje se održavaju tijekom cijele godine. Poblže se fokusiralo na dvije centralne manifestacije Alku i Veliku Gospu te je nakon analize manifestacija ponuđen prijedlog za proširenje manifestacijske ponude sukladno s postojećim resursima Grada.

Ključne riječi: *manifestacije, učinci manifestacija, grad Sinj*

SUMMARY

In the recent years, changes of the demand and needs of tourists resulted in the increase of demand for event tourism. Events have become an essential element of every tourism destination offer. The purpose and main goal of this thesis was to analyze and systemize events that are held in the town of Sinj. Therefore, the thesis firstly presents the theoretical part about events, analyzes the resources of Sinj and enumerates the events that are held throughout the year. The focus was on two main events, Alka and Great Madonna of Sinj. After the analysis, proposals for the development of events that are in synchrony with the existing town resources are given.

Keywords: *events, effects of events, town of Sinj*