UTJECAJ ODRŽAVANJA KULTURNIH MANIFESTACIJA NA LOKALNU ZAJEDNICU I TURISTIČKI RAZVOJ OPĆINE KLIS

Zolje Jukić, Ivana

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:231925

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

UTJECAJ ODRŽAVANJA KULTURNIH MANIFESTACIJA NA LOKALNU ZAJEDNICU I TURISTIČKI RAZVOJ OPĆINE KLIS

Mentorica:

Prof. dr. sc. Snježana Pivac

Studentica:

Ivana Zolje Jukić, bacc. oec.

Matični broj: 2172127

Split, rujan 2019.

SADRŽAJ:

1. UVOD 4
1.1. Definiranje problema istraživanja 4
1.2. Predmet istraživanja 5
1.3. Istraživačke hipoteze 7
1.4. Svrha i ciljevi istraživanja 7
1.5. Metode istraživanja 8
1.6. Doprinos istraživanja 8
1.7. Struktura i sadržaj diplomskog rada 9
2. MANIFESTACIJE I MANIFESTACIJSKI TURIZAM 10
2.1. Povijesni razvoj i vrste manifestacija 10
2.2. Pojam, značenje i specifičnosti manifestacija 13
2.2.1. Učinci manifestacija 14
2.3. Manifestacijski turizam i primjer profiliranja destinacije na osnovi razvoja manifestacijskog turizma 17
2.3.1. Lokalna zajednica i manifestacije 18
2.3.2. Marketing miks manifestacije 20
3. KLIS KAO TURISTIČKA DESTINACIJA 22
3.1. Geografski profil Klisa 22
3.2. Povijest Klisa 23
3.3. Klis kao turistička destinacija 24
3.3.1. SWOT analiza razvojnih područja općine Klis 26
3.3.2. Tvrđava Klis i njeni potencijali 27
3.4. Kliško kulturno ljeto 31
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA ODRŽAVANJA KULTURNIH MANIFESTACIJA NA LOKALNU ZAJEDNICU I TURISTIČKI RAZVOJ KLISA .. 35
4.1. Metodologija istraživanja 35
4.2. Obilježja uzorka 36
4.3. Testiranje hipoteza i osvrt na rezultate 41
4.4. Ograničenja istraživanja i preporuke za buduća istraživanja 52
5. ZAKLJUČAK 53
POPIS SLIKA 55
POPIS TABLICA 56
POPIS GRAFIČKIH PRIKAZA 56

PRILOG 1 - ANKETNI UPITNIK 57
SAŽETAK 60
SUMMARY 61

1. UVOD

1.1. Definiranje problema istraživanja

Novi trendovi na turističkom tržištu dovode do odmicanja od masovnog turizma te razvoja novih selektivnih oblika turizma. Prema Petrić (2012) gotovo da i nema literature koja se bavi turizmom u kojoj se ne ističe turizam kao sveprisutan složeni društveni sustav čije djelovanje i razvoj treba nadzirati. Da bi se zadovoljile sve kompleksnije potrebe turista, domicilnog stanovništva i društva u cjelini, kreatori ponude, koristeći najkreativnije ideje, tragaju za jedinstvenom diversificiranom ponudom baziranoj na doživljaju. Upravo doživljaj je ono što, između ostalog, manifestacije nude.

Manifestacije su stare koliko i čovječanstvo. Različiti oblici i vrste manifestacija, od političkih skupova, sportskih natjecanja, zabava do vjerskih proslava, civilizacijska su stečevina stara tisućama godina (Lawrence, 2002 navedeno u Pivčević, 2018). Suvremeno doba nije prekinulo čovjekovu potrebu da se druži, natječe, zabavlja te da na poseban način obilježi neke važne događaje u životu pojedinca ili društva (Pivčević, 2018). Svjetski teoretičar Getz (2008) smatra kako manifestacije možemo podijeliti na planirane i neplanirane, ali i kako pojam manifestacijskog turizma trebamo promatrati sa strane ponude i sa strane potražnje. Sa aspekta ponude manifestacijski turizam je razvoj i marketing planiranih događanja. Sa aspekta potražnje, pak, manifestacijski turizam je putovanje koje ima za cilj posjet određene manifestacije. Bez obzira na aspekt sa kojeg promatramo manifestacijski turizam, za održavanje manifestacije u oba slučaja potrebna je lokacija. Dakako, lokacija sa sobom nosi i lokalno stanovništvo čiji stavovi i percepcije su u fokusu ovoga rada.

Prema Petrić (2012) učinci manifestacija mogu biti ekonomski (novčani priljev koji se javlja kao posljedica potrošnje posjetitelja, rast zaposlenosti, promocija destinacije, itd.), društveni (pozitivni utjecaj na stavove lokalnog stanovništva, društveni razvoj, poboljšanje kvalitete života, buka, gužva, itd.) i ekološki (potrošnja voda, stvaranje otpada, potrošnja energije, itd.). Rapidan rast manifestacija u posljednjem desetljeću doveo je do nastanka

industrije manifestacija koja uključuje subjekte koji se bave manifestacijama, dobavljače i profesionalna udruženja tvrdi Pivčević (2018).

U posljednje vrijeme sve je veći broj istraživanja o društvenim učincima tj. o zadovoljstvu posjetitelja manifestacija te utjecaja manifestacija na lokalnu zajednicu. Istraživanjem zadovoljstva posjetitelja karnevala u Calabaru, Esu i Arrey (2009) dolaze do zaključka da elementi karnevala imaju značajan utjecaj na ukupno zadovoljstvo svih posjetitelja dok bihevioralne i socio-demografske karakteristike ne utječu na promatrano zadovoljstvo. U domaćoj literaturi primjer je studija slučaja o zadovoljstvu posjetitelja manifestacijom Festival Mediteranskog ljeta (Jurjević, 2013 navedeno u Pivčević, 2018) čiji rezultati ukazuju da postoji statistički značajna veza između zadovoljstva manifestacijom i ponovnog posjeta manifestacije. Također, istraživanjem je utvrđeno da postoji pozitivna korelacija zadovoljstva ispitanika manifestacijom i davanja preporuka za posjet manifestaciji prijateljima i poznanicima. Prema Preuss (2007) vrlo je važno razlikovati pozitivne i negativne dugoročne učinke manifestacije. U pozitivne ubrajamo novu infrastrukturu za održavanje manifestacija, urbanu regeneraciju, rast turizma, poboljšanje javne dobrobiti, dodatno zapošljavanje, marketing grada, poslovne prilike lokalnih poduzetnika i razvoj kulturnih vrijednosti. U negativne učinke ubrajamo privremeni problem prenapučenosti, rast cijena najamnina, društveno nepravednu raspodjelu učinaka te ulaganje u nepotrebnu infrastrukturu. Upravo ova podjela pozitivnih i negativnih učinaka biti će okvir za izradu anketnog upitnika tj. sredstva kojim ćemo mjeriti zadovoljstvo posjetitelja manifestacije „Kliško kulturno ljeto“.

1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovoga rada je utjecaj održavanja kulturnih manifestacija te konkretno manifestacije „Kliško kulturno ljeto“ na lokalnu zajednicu te turistički razvoj općine Klis. Općina Klis se nalazi u Splitsko-dalmatinskoj županiji te se prostire na 148,70 km^2. Prema Državnom zavodu za statistiku (2015) u sastavu općine nalazi se 9 naselja koja zajedno broje 5020 stanovnika. Istraživanjem će biti obuhvaćeno lokalno stanovništvo i subjekti koji posluju na području Klisa. Na temelju podataka o veličini populacije uz nivo

pouzdanosti od 95% i slučajnu pogrešku od 5%, određen je uzorak od 357 ispitanika. Uzorkom će biti obuhvaćen muški i ženski spol.

Kliško kulturno ljeto je tradicionalna ljetna manifestacija u čijem se programu nalazi petnaest do dvadeset izvedbi kulturno-zabavnog sadržaja. Iz službenog glasnika Općine Klis (2018.), vrijeme održavanja manifestacije seže od početka srpnja do sredine kolovoza, a manifestaciju organizira TZO Klis u suradnji sa Općinom Klis.

Kako bi se utvrdio utjecaj manifestacije na lokalno stanovništvo formiran je anketni upitnik koji se nalazi u prilogu rada. Prva tri pitanja upitnika su osobnog karaktera dok se ostatak upitnika sastoji od niza tvrdnji sastavljenih uz pomoć Likertove ljestvice. Ispitanik ima mogućnost izabrati stupanj slaganja sa postavljenim tvrdnjama ili biti indiferentan. U upitniku je postavljeno 18 tvrdnji.

Polovica tvrdnji mjeri utjecaj manifestacija na život stanovnika. Konkretno, mjeri se stupanj dugoročnih pozitivnih utjecaja manifestacija na stanovništvo (jačanje zajedništva, generiranje novih radnih mjesta, osjećaj ponosa, socijalizacija, izgradnju infrastrukture), ali i stupanj dugoročnih negativnih utjecaja manifestacija (problemi sa otpadom, buka, gužva, ometanje svakodnevnice). Ovim tvrdnjama teži se istražiti kako se održavanje kulturnih manifestacija reflektira na život lokalne zajednice.

Druga polovica tvrdnji mjeri utjecaj manifestacija na turističku ponudu i potražnju. Konkretno, mjeri se utjecaj manifestacija na broj smještajnih kapaciteta, promociju, povećanje broja turističkih dolazaka, rast cijena smještajnih objekata, povećanje turističkih prihoda u cjelini te narušavanje povijesne slike lokaliteta. Ovim tvrdnjama istražit će se kako se održavanje kulturnih manifestacija reflektira na razvoj ponude i potražnje Klisa.

Anketiranje stanovništva će se provesti direktno i indirektno. Direktno podrazumijeva intervjuiranje poznanika, dok indirektno anketiranje podrazumijeva distribuciju upitnika putem društvenih mreža i elektroničke pošte. U svrhu testiranja hipoteza, podatci će biti obrađeni u SPSS paketu.

1.3. Istraživačke hipoteze

Iz problema i predmeta istraživanja proizlaze sljedeće hipoteze:

H_1: Održavanje kulturnih manifestacija pozitivno utječe na lokalnu zajednicu i turistički razvoj općine Klis

Glavna hipoteza dokazivat će se sljedećim pomoćnim hipotezama:

H_{1-1}: Održavanje kulturnih manifestacija pozitivno se odražava na život lokalne zajednice

H_{1-2}: Održavanje kulturnih manifestacija pozitivno se odražava na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa

Hipoteze H_{1-1} i H_{1-2} postavljene su kao pomoć pri donošenju zaključka o pozitivnom utjecaju kulturnih manifestacija na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Klisa.

1.4. Svrha i ciljevi istraživanja

Imajući na umu važnost održavanja kulturnih manifestacija kao neophodnog elementa turističke ponude destinacije, svrha ovog rada je definirati predmet istraživanja te utvrditi pozitivan utjecaj kulturnih manifestacija na život lokalne zajednice te turistički razvoj Klisa. Ciljevi rada koji proizlaze iz teorijske pozadine problema istraživanja i provedbe empirijskog istraživanja su:

- Definirati manifestacije i manifestacijski turizam
- Iznijeti osvrt na važnost manifestacija u turizmu
- Predočiti pregled pozitivnih i negativnih učinaka manifestacije na lokalnu zajednicu
- Istražiti stavove lokalne zajednice o konkretnoj manifestaciji
- Utvrditi međuovisnost održavanja manifestacija i turističkog razvoja.

1.5. Metode istraživanja

Rad će se sastojati od teorijskog i empirijskog dijela. Prvi dio će biti teorijski okvir koji će poslužiti kao podloga za kvantitativno istraživanje na zadanu temu. Da bi se dobio odgovor na postavljene hipoteze te ostvarili ciljevi rada, u radu će se koristiti metoda deskripcije, metoda analize i sinteze, metoda komparacije, metoda indukcije i dedukcije te metoda anketiranja. Paralelno će se koristiti domaća i strana literatura, kao i domaća i strana istraživanja. Prikupljanje podataka vršit će se metodom ispitivanja pomoću anketnog upitnika na lokalno stanovništvo i subjekte koji posluju na području općine Klis. Koristeći metode inferencijalne statistike, svi zaključci na temelju odgovarajućih statističkih testova, donosit će se na temelju podataka iz uzorka uz razinu signifikantnosti od 0.05.

1.6. Doprinos istraživanja

Istraživanje mora imati svrhu koja se ogleda u njegovom doprinosu. U posljednje vrijeme sve češće nailazimo na strana istraživanja o utjecaju manifestacija na lokalno stanovništvo te manifestacijama kao turističkim proizvodima, domaćih istraživanja ima tek nekolicina. Stoga, ovaj rad će upotpuniti domaću literaturu. Također, ovim radom se želi doprinijeti boljem razumijevanju ove tematike. Većina istraživanja su usmjerena na praćenje ekonomskih učinaka, dok društveni dobivaju na važnosti i analiziraju se tek u posljednje vrijeme. Anketni upitnik može biti podloga budućim istraživanjima.

Empirijskim istraživanjem doći će se do zaključka na koji način lokalno stanovništvo percipira kulturne manifestacije, utječu li manifestacije u sklopu Kliškog kulturnog ljeta i u kojoj mjeri na njihov život te važnost manifestacija za razvoj destinacije. Glavna asocijacija na Klis je Kliška tvrđava koja je u prošlosti imala istaknuti obrambeni položaj jer je od svog nastanka nadzirala i branila najvažniju prirodnu komunikaciju kojom se iz unutrašnjosti dolazilo na srednjodalmatinsku obalu (Firić, 2002). Upravo ove kulturne manifestacije pretežno se odvijaju u samoj tvrđavi što zasigurno doprinosi njenoj promociji kao što i tvrđava, kao mjesto održavanja, doprinosi većoj posjećenosti upravo tih kulturnih manifestacija.

1.7. Struktura i sadržaj diplomskog rada

Diplomski rad će se sastojati od pet poglavlja.

U prvom poglavlju definirat će se problem i predmet istraživanja. Navest će se istraživačke hipoteze kao i ciljevi, metodologija te doprinos istraživanja. U drugom poglavlju teorijski će se opisati pojam i vrste manifestacija, obilježja manifestacijskog turizama kao i pozitivan i negativan učinak manifestacija na lokalnu zajednicu. U trećem poglavlju predstavit će se Klis kao turistička i manifestacijska destinacija te konkretna manifestacija Kliško kulturno ljeto. Četvrto poglavlje odnosit će se na empirijsko istraživanje. U tom poglavlju donijet će se zaključak o prihvaćanju ili odbacivanju istraživačkih hipoteza. U petom, ujedno i posljednjem poglavlju, iznijet će se ključne spoznaje, ograničenja i preporuke za daljnja istraživanja. U konačnici dat će se popis literature, tablica i grafikona te će se priložiti anketni upitnik. Rad će završiti sažetkom na hrvatskom i engleskom jeziku.

2. MANIFESTACIJE I MANIFESTACIJSKI TURIZAM

Drugi dio rada teorijska je podloga predmeta istraživanja. Pobliže će se pojasniti povijesni razvoj te vrste manifestacija, pojam značenje te specifičnosti manifestacija, pozitivni i negativni učinci manifestacija, manifestacijski turizam te integriranje lokalne zajednice u proces odlučivanja prilikom organizacije manifestacija.

2.1. Povijesni razvoj i vrste manifestacija

Manifestacije su stare koliko i čovječanstvo. Prve plemenske rodovske zajednice prenose priče s generacije na generaciju te organiziraju plemenske svečanosti tj. manifestacije onog vremena. Stare civilizacije organiziraju proslave u čast svojih božanstava, sportske manifestacije, natjecanja i gladijatorske igre, vjerske manifestacije te viteške turnire. Novo doba, razmjerno rastu broja stanovnika i ekonomskom napretku, dovodi do nastanka različitih vrsta, oblika i obujma manifestacija (Pivčević, 2018).

Prema Allen i dr. (2008) pojam manifestacija odnosi se na specifične rituale, prezentacije, nastupe ili proslave koje su svjesno planirane i kreirane kako bi obilježile posebne događaje ili postigle određene društvene, kulturne ili korporativne ciljeve. U literaturi nailazimo na razne podjele manifestacija, najčešće s obzirom na kriterij veličine te sadržaj manifestacije. S obzirom na veličinu, Allen i dr (2008) dijele manifestacije na:

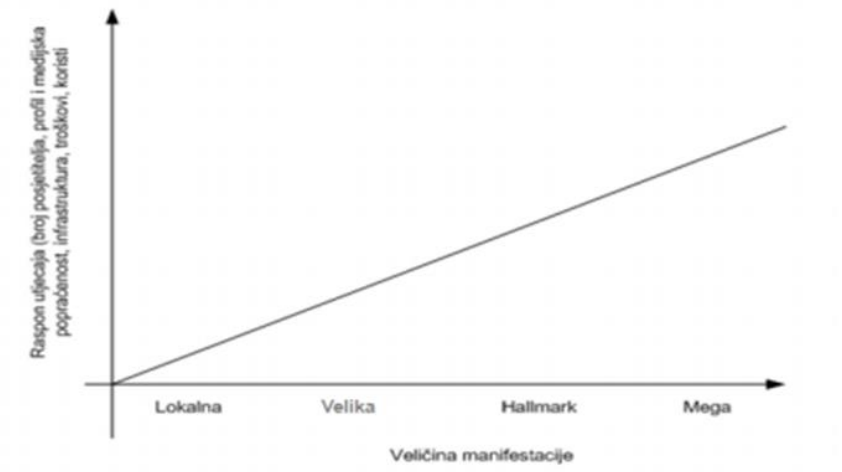
a) Mega manifestacije
b) Potpisane ili ključne manifestacije
c) Velike manifestacije
d) Lokalne manifestacije

Mega manifestacije su one koje putem svoje veličine i značajnosti, generiraju iznadprosječne visoke stupnjeve turističkog prometa, medijske pokrivenosti, prestiža ili ekonomskog učinka na lokalnu zajednicu, mjesto ili organizaciju (Getz, 2005). Primjer takvog događaja su Olimpijske igre.

Nadalje, teoretičar Getz (2005) navodi kako se termin **potpisana** (hallmark, engl.) **manifestacija** koristi za ponavljajuće događaje koji imaju toliku važnost u smislu tradicije, atraktivnosti, imidža ili publiciteta, da domaćinskoj lokaciji, zajednici ili destinaciji daju komparativnu prednost**.** To su manifestacije koje su u tolikoj mjeri prepoznatljive da su postale sinonim grada ili regije. Primjer takvih manifestacija su Oktoberfest i karneval u Riju.

Velike manifestacije (major events, engl.) definiramo kao značajne manifestacije koje su u stanju, s obzirom na veličinu i medijski interes, privući velik broj posjetitelja, medijsku pokrivenost i ostvariti značajan ekonomski učinak**.** Takvim manifestacijama smatraju se međunarodni sportski turniri te sajmovi.

Lokalne manifestacije su najmanje manifestacije, mogu se naći u gotovo svakom mjestu ili gradu, te često proizvode pozitivne efekte poput buđenja osjećaja ponosa lokalne zajednice i jačanje osjećaja pripadnosti. Prema Allenu (2009) nazivaju ih i obiteljskim događajima koji su u „vlasništvu“ zajednice jer često koriste volontere, javne površine poput parkova, ulica, škola, te ih najčešće organizira lokalna vlast. Manifestacija Kliško kulturno ljeto, tema istraživanja i cjelokupnog rada, primjer je lokalne manifestacije.
Na slici 1 prikazana je ovisnost veličine manifestacija i utjecaja koje generira.



Slika 1: Ovisnost veličine manifestacija i utjecaja koje generira

Izvor: Allen i dr., (2008)

S obzirom na sadržaj Getz (2013) dijeli manifestacije na:

a) Poslovne manifestacije
b) Festivale i kulturne manifestacije
c) Zabavne manifestacije
d) Sportske manifestacije

Na slici 2 prikazana je tipologija planiranih manifestacija i njihova veza s lokacijom održavanja.



Slika 2: Tipologija planiranih manifestacija i njihova veza s lokacijom održavanja

Izvor: Pivčević, S., 2018. Upravljanje manifestacijama - interni nastavni materijali/skripta. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, Prema Allen i dr., 2005.

Poslovne manifestacije su sve vrste poslovnih okupljanja, sastanaka, kongresa, konferencija, simpozija koji okupljaju ljude prvenstveno radi razmjene informacija.

Festivali i kulturne manifestacije doprinose društvenom i kulturnom životu ljudi, a uglavnom je riječ o javnim, tematskim događanjima.

U **zabavne manifestacije** ubrajamo koncerte i nastupe popularnih izvođača, dok **sportske manifestacije** doprinose društvenim i ekonomskim učincima te razvoju zdravog tijela i duha kao ključne svrhe sporta.

2.2. Pojam, značenje i specifičnosti manifestacija

Riječ manifestacija dolazi od latinskog izraza „manifestatio“ što u prijevodu znači javno izražavanje, prikaz ili objava. Zahtjevi suvremenog turista se mijenjaju uz sve prisutniju potragu šireg izbora događaja, odnosno, manifestacija koji turističku ponudu čine bogatijom bez sezonskih ograničenja.

Prema Pivčević (2018) manifestacije se mogu organizirati radi proslava:

a) Nacionalnih praznika
b) Značajnijih javnih događaja
c) Jedinstvenih kulturnih ostvarenja
d) Velikih sportskih događaja
e) Poslovnih proslava
f) Lansiranja novih proizvoda

S obzirom da manifestacije vezujemo uz sva područja čovjekovog djelovanja, važno je shvatiti njihovu ulogu i značenje u životu ljudi i prostora na kojem se održavaju. Getz (2008) naglašava da su manifestacije prisutne u gotovo svim pojavnim oblicima od sportskog, znanstvenog, kulturnog, istraživačkog, zdravstvenog. Također, uloga manifestacija očituje se i u urbanoj regeneraciji prostora, izgradnji kulturnog imidža, jačanju lokalnog ponosa i nacionalnog identiteta te podizanju kvalitete života. Manifestacije se često promatraju kao turistička ponuda, ali važno je naglasiti da manifestacije ne moraju biti isključivo turističkog karaktera te cilj njihovog održavanja ne mora nužno biti turistički rast.

Upravljanje manifestacijama predstavlja menadžerska znanja i teorijske spoznaje direktno primijenjene na manifestacijama kroz elemente organizacije, osiguravanja potrebnih sredstava, planiranja, poslovne suradnje (Pivčević (2018).

Uz upravljanje manifestacijama, postoje još dva ključna segmenta sustava obrazovanja o manifestacijama, a to su teorija manifestacija te stvaranje manifestacija i produkcija.

2.2.1. Učinci manifestacija

Pivčević (2018) navodi da se manifestacije uvijek organiziraju sa određenim ciljem, što znači da su njihove posljedice očekivanje i poželjne. Međutim, javljaju se i negativni, neželjeni učinci. Osobni doživljaj te efekti koje manifestacija ostavlja na pojedinca najslabije je i najmanje objašnjeno područje teorije manifestacija. Dugo su ekonomski aspekti bili primarni u istraživanjima znanstvenika, dok su ostali utjecaji manifestacija u istraživanjima bili zanemareni. Situacija se s vremenom mijenja pa tako i ostali učinci postaju temom brojnih istraživanja.

Manifestacije u pravilu mogu producirati pozitivne i negativne učinke različite prirode. Allen i dr. (2005) te kategorije dijele na sljedeći način:

a) ekonomski-turistički

b) fizički i ekološki

c) politički

d) društveni i kulturni

Učinci manifestacija prikazani su u tabeli 1.

Tabela 1: Učinci manifestacija

Učinci manifestacija	**Pozitivni**	**Negativni**
Društveni i kulturni	○ dijeljenje iskustava ○ revitalizacija tradicije ○ izgradnja ponosa u lokalnoj zajednici ○ rast sudjelovanja lokalne zajednice ○ uvođenje novih i izazovnih ideja ○ širenje kulturnih vidika	○ otuđenje u zajednici ○ manipulacije lokalnom zajednicom ○ negativni image zajednice ○ loše ponašanje ○ uništavanje/narušavanje razvojnih resursa ○ društvena nejednakost ○ gubitak gostoljubivosti

Fizički i ekološki	○ promocija zaštite okoliša ○ osiguravanje modela najbolje prakse ○ rast ekološke svijesti ○ poboljšanje infrastrukture ○ poboljšanje transporta i komunikacija ○ urbana transformacija i obnova	○ ekološka oštećenja ○ onečišćenja ○ uništavanje nasljeđa ○ buka ○ prometna zagušenja
Politički	○ međunarodni prestiž ○ poboljšani image ○ promocija investicija ○ društvena kohezija ○ razvoj administrativnih vještina	○ rizik od lošeg uspjeha ○ loša alokacija sredstava ○ gubitak pouzdanosti ○ promidžba ○ gubitak vlasničke kontrole lokalne zajednice ○ potvrda ideologije
Turistički i ekonomski	○ promocija destinacije i povećani broj posjetitelja ○ produženi broj dana boravka ○ viši prinosi ○ povećani porezni prihodi ○ poslovne prilike ○ povećane komercijalne aktivnosti ○ stvaranje radnih mjesta	○ otpor lokalne zajednice prema turizmu ○ gubitak autentičnosti ○ šteta po reputaciju ○ eksploatacija ○ Inflacija ○ rast oportunitetnih troškova ○ loš financijski menadžment ○ gubitci u novcu

Izvor. Allen i dr. (2005)

Osim navedenih učinaka manifestacija, u literaturi nailazimo i na dugoročne učinke manifestacija (ostavština ili nasljeđe manifestacija), koji također mogu biti pozitivni i negativni. Stavlja se naglasak na fizičku ostavštinu kao što su infrastrukturni objekti te nova radna mjesta, međutim, ne smiju se zanemariti ni nematerijalne koristi kao što su dugoročni

pozitivni učinci na lokalnu zajednicu, poboljšanje kvalitete života te stvaranje osjećaja lokalnog ponosa. Tabela 2 prikazuje pozitivne i negativne dugoročne učinke manifestacija.

Tabela 2: Pozitivni i negativni dugoročni učinci manifestacija

Pozitivni učinci	Negativni učinci
o Nova infrastruktura za održavanje manifestacija o Nova opća infrastruktura o Urbana regeneracija o Stjecanje međunarodnog ugleda o Rast turizma o Poboljšanje javne dobrobiti o Dodatno zapošljavanje o Poslovne prilike lokalnim poduzetnicima o Marketing grada o Obnova ili stvaranje zajedništva o Međuregionalna suradnja o Razvoj ideja o Razvoj kulturnih vrijednosti o Edukacija o Stjecanje iskustva i razvoj znanja o Razvoj popularnih sjećanja	o Ulaganja u nepotrebne strukture o Zaduživanje javnog sektora o Privremeni problem prenapučenosti o Gubitak stalnih posjetitelja o Rast cijena najamnina o Samo privremeni rast zaposlenosti i poslovne aktivnosti o Društveno nepravedna raspodjela učinaka

Izvor: Preuss, 2007.

2.3. Manifestacijski turizam i primjer profiliranja destinacije na osnovi razvoja manifestacijskog turizma

Manifestacijski turizam je spoj turizma te upravljanja manifestacijama. Razlikujemo dvije ključne perspektive kod definiranja manifestacijskog turizma:

- s aspekta ponuditelja (turističke ponude)
- s aspekta posjetitelja (turističke potražnje)

Definicije sa aspekta ponude možemo sagledati iz perspektive destinacije te iz perspektive pojedinačnog događaja, dok definiciju s aspekta potražnje sagledavamo iz perspektive turista. Prema Pivčević (2018) iz perspektive destinacije, manifestacijski turizam grada jest razvoj i marketing planiranih događaja kao turističkih atrakcija, katalizatora, animatora, kreatora imidža i marketinga mjesta. S aspekta pojedinačnog događaja, manifestacijski turizam znači prihvaćanje i primjena marketinške orijentacije s ciljem privlačenja turista, ponekad kao dodatnog segmenta, a ponekad kao ključnog segmenta posjetitelja događaja. Iz perspektive turista, manifestacijski turizam odnosi se na putovanje sa ciljem posjećivanja događanja kako za posvećene manifestacijske turiste koji su motivirani da putuju na specifične događaje tako i za ostale turiste koji posjećuju događaje dok su na putovanjima van svog mjesta boravka (Getz, 2013).

Ekonomsko značenje manifestacijskog turizma ogleda se kroz nekoliko funkcija. Naime, manifestacije su (Getz, 2013):

a) atrakcije
b) animatori (privlače ljude u destinaciju, potiču ih da dođu više puta te da dovedu i poznanike i rodbinu),
c) kreatori imidža,
d) promotor mjesta/destinacije,
e) katalizatori u procesima regeneracije.

Mnogo je gradova u Hrvatskoj koji su svoj imidž i prepoznatljivost na turističkom tržištu stekli zahvaljujući održavanju poslovnih, kulturnih, zabavnih ili sportskih manifestacija.

Najčešći tip su festivali kulturnog karaktera iz kojim možemo izdvojiti Dubrovačke ljetne igre, Splitsko ljeto, Pulski filmski festival, Vinkovačke jeseni te Špancirfest.

Primjer vrijedan spomena je manifestacija Dubrovačke ljetne igre. Sa službene internetske stranice Dubrovnik-festival, manifestacija je utemeljena 1950. godine kada su diljem Europe nastajala brojna kazališna i glazbena događanja. Osnivač i vlasnik neprofitne ustanove je grad Dubrovnik. Manifestacija se održava jednom godišnje, od 10. srpnja do 25. kolovoza. Njihova vizija je ustrajati na ambijentalnosti, suodnosu tradicije i modernosti, suodnosu lokalnog – nacionalnog – inozemnog te promovirati Dubrovnik kao sjecište hrvatskoga i svjetskoga duha i kulture. Igre zapošljavaju 25 djelatnika te oko 200 sezonskih djelatnika i volontera. Godišnje, manifestaciju posjeti preko 60 000 posjetitelja. Slika 3 prikazuje Dubrovačke ljetne igre.



Slika 3: Dubrovačke ljetne igre

Izvor: dubrovnik-festival, www.dubrovik-festival.hr

2.3.1. Lokalna zajednica i manifestacije

Jedan od važnijih faktora manifestacija je lokalna zajednica. Riječ je o lokalnom stanovništvu naseljenom na geografskom području na kojem je manifestacija odvija. Prema Pivčević (2018) mnoge manifestacije se godinama održavaju zahvaljujući entuzijazmu lokalne

zajednice koja uključuje stanovnike, trgovce, lobističke skupine, policiju, lokalnu komunalnu infrastrukturu itd. Isto tako, većina lokalnih zajednica stvara i organizira manifestacije koje su usmjerene na zadovoljavanje društvenih potreba lokalnog stanovništva čime se generira niz društvenih koristi kao jačanje osjećaja zajedništva, ponosa i pripadnosti, ali i prezentira lokalnom stanovništvu nove ideje i iskustva, potiče sudjelovanje u sportskim i umjetničkim aktivnostima te razvija toleranciju i raznolikost kulture.

Lokalna zajednica u manifestacijama može sudjelovati na više načina:

a) direktnim sudjelovanjem u planiranju i organizaciji manifestacije
b) sudjelovanjem lokalnih umjetnika, sportskih klubova, udruženja građana itd.
c) zapošljavanjem lokalnog stanovništva
d) aktivnim sudjelovanjem volontera
e) pružanjem prostora za održavanje manifestacije.

Stupanj i oblici uključenosti lokalnog stanovništva u manifestacijama, od volontiranja do vlasništva, uključujući i mogućnost stanovnika da direktno utječu na proces donošenja odluka, utječe i na društvene, kulturne i političke ishode tj. učinke manifestacije. Najviša razina prihvaćanja manifestacije od strane lokalne zajednice javlja se onda kada lokalno stanovništvo određenu manifestaciju prihvati kao trajnu instituciju unutar svoje zajednice (Getz, 2007).

Harris i Allen (2006) objavili su 7 ključnih smjernica za integriranje lokalne zajednice u proces odlučivanja prilikom organizacije manifestacija:

1. Lokalna zajednica mora biti konzultirana i imati mogućnost odlučivanja u svim aktivnostima koje utječu na njihov život
2. Direktno sudjelovanje lokalne zajednice garantira doprinos lokalnog stanovništva u proces donošenja odluka
3. Proces sudjelovanja lokalne zajednice promiče interes i potrebe svih sudionika procesa odlučivanja
4. Proces sudjelovanja lokalne zajednice identificira grupe pod utjecajem održavanja manifestacije
5. Proces sudjelovanja lokalne zajednice omogućuje sudionicima da sami odrede način na koji će sudjelovati u procesima organizacije

6. Proces sudjelovanja lokalne zajednice pruža sudionicima informacije koje su im potrebne za smisleno sudjelovanje u procesu odlučivanja
7. Proces sudjelovanja lokalne zajednice pruža sudionicima uvid u rezultate njihovih odluka.

Integriranje lokalne zajednice u proces odlučivanja ima svoje prednosti i mane te ovisi o kvaliteti izvedbe manifestacijskog plana, kao i o informiranosti lokalne zajednice o ciljevima manifestacije. Važno je zaključiti da je sudjelovanje lokalne zajednice upravo najizraženije u lokalnim manifestacijama jer često održavanje manifestacije direktno ovisi o lokalnom stanovništvu, aktivnim sudionicima manifestacije, bili oni plaćeni ili volonteri. Prema Allenu i dr. (2008), manifestacije bi trebale doprinijeti lokalnoj zajednici u učenju, prihvaćanju novih informacija, preispitivanju vlastitih mogućnosti i stavova, pristupu formalnim i neformalnim izvorima učenja različitih vještina (promocija, planiranje, organizacija, upravljanje, tehnika, umjetnost, sport), iskustvu i samopouzdanju, povećanom kreativnom kapacitetu te na kraju, možda najvažnije – zapošljavanju.

2.3.2. Marketing miks manifestacije

U literaturi o manifestacijama se često koristi Getzov (1997) prošireni marketing mix manifestacija koji se sastoji od 10 elemenata, grupiranih u 5 skupina:

a) Osnovni proizvod, programiranje (različite komponente manifestacije, njihova kvaliteta i stil) te pakiranje (miks kombinacija unutar manifestacije ili marketinga manifestacije s drugim eksternim atrakcijama, smještajem i prijevozom)
b) Lokacija manifestacije i punktova prodaje ulaznica, izgled i raspored dvorana tj. prostora održavanja te procesi na mjestu održavanja (redovi za karte, piće i slično)
c) Izvođači, osoblje, gledatelji, domaćini i partnerstva (dionici kao npr. sponzori i mediji)
d) cijena, razmjena vrijednosti za iskustvo manifestacije
e) mediji i poruke korištene za stvaranje odnosa s tržištima i publikom manifestacija

Proizvod manifestacije je skup neopipljivih iskustava i opipljivih proizvoda koji moraju zadovoljiti potrebe potrošača na tržištu manifestacija.

Mjesto/lokalitet se odnosi na prostor održavanja manifestacije i gdje kupci mogu kupiti ulaznice.

Cjenovna strategija ovisi o veličini manifestacije i ciljnim tržištima. Određeni broj manifestacija ne naplaćuje ulaznice, već egzistira uz pomoć donacija.

3. KLIS KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

U trećem poglavlju rada postavit će se geografski profil općine Klis, predstaviti prošlost i budućnost Klisa, iznijeti turistički podatci mjesta te detaljan opis manifestacije Kliško kulturno ljeto. Na taj način kompletirat će se teorijska podloga za provođenje empirijskog istraživanja. Obzirom da se većina manifestacija Kliškog kulturnog ljeta održava na Kliškoj tvrđavi, posebno potpoglavlje će se osvrnuti na tvrđavu te na njene potencijale za daljnji razvoj manifestacijskog turizma.

3.1. Geografski profil Klisa

Prema Strategiji razvoja općine Klis 2014.-2020., općina Klis smještena je u zaobalnoj mikroregiji Splitsko-dalmatinske županije. Općinu čine naselja Brštanovo, Veliki Broćanac, Mali Broćanac, Dugobabe, Konjsko, Korušce, Klis, Nisko, Prugovo i Vučevica. Na jugu Klis graniči sa gradovima Splitom, Kaštelima i Solinom. Na istoku graniči sa općinama Dugopolje i Dicmo, na sjeveru sa općinom Muć te na zapadu sa općinom Lečevica. Slika 4 prikazuje položaj općine Klis u njenom neposrednom okruženju.



Slika 4: Položaj općine Klis u neposrednom okruženju

Izvor: http://www.klis.hr/Strategija-Klis-2014-2012.pdf

Prostor općine zauzima 148,70 km², što čini 3,28% površine Splitsko – dalmatinske županije. Prosječna gustoća naseljenosti iznosi 32 stanovnika po km2. Područje općine Klis klimatski je podijeljeno na priobalni i zaobalni dio. Priobalni dio se nalazi u zoni mediteranske klime sa vrućim i suhim ljetom te blagom i vlažnom zimom sa velikim brojem sunčanih sati te vrlo izraženom vjetrovitošću. Srednja temperatura u siječnju je između 7 i 8 stupnjeva, u srpnju oko 25 stupnjeva, a srednja godišnja temperatura je 16,2 stupnja.

Geološke osobine šire okoline općina Klis karakterizira sedlasta konfiguracija planinskoga grebena koja je veza između Mosora s istočne strane i Kozjaka sa zapadne strane. Temeljne litološke članove na kliškim lokacijama sačinjavaju vapnenci, vapneni pješčenjaci, vapnene breče te lapori. Tla su raspoređena na terasastim padinama koja su dijelom obrađena, a uz rubove terasastih polja smještena su naselja. U skladu sa klimatskim, reljefnim i pedološkim uvjetima u većini zagorskog prostora općine zastupljena je submediteranska listopadna vegetacija.

Glavno strateško usmjerenje općine usmjereno je na razvoj turizma i poljoprivrede te kombinaciju ta dva sektora kroz razvoj ruralnog turizma. Prednosti poslovanja u općini Klis su to što se nalazi u neposrednoj blizini Splita, nadomak velike luke te nema prireza, a i prisutna je porezna olakšica za poduzetnike, niže su cijene zemljišta te komunalne naknade.

Prema Državnom zavodu za statistiku (2015) općina Klis ima 5020 stanovnika od čega je 50,1% muškaraca i 49,9% žena. Općina Klis s indeksom razvijenosti od 86,93% spada u III. skupinu općina čiji pokazatelji predstavljaju 75% do 100% hrvatskog prosjeka.

3.2. Povijest Klisa

Prema Firiću (2018) prvu vijest o kliškoj utvrdi donosi sredinom 10.stoljeća bizantski car Konstantin VII. Porfirogenet u svom djelu „O upravljanju carstvom“, a odnosi se na događaj kada su Avari i Slaveni na prevaru zauzeli utvrdu Kleisa i time pospješili osvajanje Salone u prvoj polovici 7.stoljeća. Podrijetlo naziva Klis dolazi od grčke riječ klies, koja u prijevodu znači ključ. Doseljenje Hrvata u ove krajeve izuzetno je važan događaj u kliškoj prošlosti jer je Klis kao vladarski posjed bio jedan od središta hrvatske države. Najburnije povijesno razdoblje Klisa nastaje u doba vladavine Habsburgovaca početkom 16.stoljeća, u vrijeme najvećeg prodora Turaka Osmanlija u hrvatske krajeve. Istaknutu ulogu u obrani Klisa imao

je Petar Kružić, kapetan i knez kliški, koji je dva i po desetljeća zajedno sa uskocima odolijevao brojnim turskim napadima i opsadama Klisa. Tijekom opsade Gradine 12.ožujka 1537.godine vojsku mu je iznanada napalo dvije tisuće Osmanlija. U neravnopravnoj borbi Kružić je junački poginuo na palubi broda koji se pretrpan vojnicima nasukao na morskom plićaku nakon čega su kliški branitelji bili primorani Osmanlijama predati tvrđavu. Kružićevo tijelo uskoci su prenijeli na Trsat i sahranili u crkvi Uznesenja Blažene Djevice Marije, u kojoj se i danas nalazi njegov grob. Slika 5 prikazuje crtež Klisa.



Slika 5: Clissa

Izvor: http://www.os-pkruzica.hr/slike/clissa1.jpg

3.3. Klis kao turistička destinacija

O Klisu kao turističkoj destinaciji prepoznatoj na državnoj razini najbolje svjedoče vrijedne nagrade osvojene na Danima hrvatskog turizma na Hvaru 2018.godine. Iz službenog Glasnika općine Klis (2018) najkompetentniji hrvatski turistički djelatnici prepoznali su Klis kao mjesto rasta i razvoja u turističkom i kulturnom smislu te joj dodijelili treće mjesto za kulturnu atrakciju godine. Također, zajedno s Vrgorcem, Triljom, Vrlikom, Dugopoljem, Imotskim i Sinjem kao nositeljem prijave osvojio je prestižnu nagradu Destinacije ruralnog turizma.

Potom, na 4. Međunarodnom kongresu povijesnih gradova održanom u Solinu 2018. godine, općini Klis je dodijeljena i nagrada „Plautila“ za kvalitetu i inovativnost u upravljanju

povijesnim gradovima, u domeni interpretacije i zaštite kulturne baštine te promocije i distribucije kulturno-turističkih proizvoda.

Pojam turističke ponude u najužem smislu riječi obuhvaća atraktivne, komunikacijske te receptivne elemente (Petrić, 2012). U atraktivne elemente ponude ubrajamo prirodne elemente i društvene elemente ili atrakcije. U komunikacijske elemente ubrajamo kompletnu prometnu infrastrukturu kao i vrste prijevoznih sredstava u destinaciji dok su receptivni elementi ponude u najužem smislu restauraterstvo i hotelijerstvo. Društveni elementi su atrakcije stvorene od strane čovjeka, bilo u prošlim ili sadašnjim vremenima uključujući najrazličitije vrste zabavnih, rekreativnih, kulturnih i edukativnih sadržaja koji upotpunjuju turističku ponudu. Simbol Klisa, Kliški tvrđavu i sve ono što tvrđava posjetiteljima pruža svrstavamo upravo u društvene atraktivne elemente ponude.

Osim po Kliškoj tvrđavi, Klis je poznat i po izuzetnoj gastronomiji, konkretno janjetini s ražnja, kvalitetnom siru, pršutu i domaćim vinima. Zahvaljujući blizini autoputa, aerodroma i trajektnog pristaništa u Splitu, vezan je sa svim turističkim odredištima na jadranskoj obali. Također, obiluje drugim prirodnim i kulturnim znamenitostima kao što su dio gornjeg toka rijeke Jadro koji je zaštićen kao posebni rezervat, zeleni pojas uz rijeku Jadro - područje prirodne riječne vegetacije sa kvalitetnim grupama visokog zelenila, trasa rimske ceste Salona – Klis sa arheološkim lokalitetima, antički nalazi sjeverno od Šuplje crkve, tragovi rimskog vodovoda koji presijecaju antičku cestu, arhitektura velikih obrađenih kamenih blokova i potpuno sačuvani segment vodovoda u kamenoj međi i mnogi drugi.

Prema službenom glasniku Općine Klis (2016), Klis je postao i sve češća meta rekreativaca. Kliška biciklistička staza ucrtana je na cikloturističku kartu Dalmacije, a prva kliška biciklijada održana u listopadu 2015. godine. Na slici 6 prikazana je kliška biciklijada.



Slika 6: Kliška biciklijada

Izvor: https://dalmatinskiportal.hr/zivot/biciklijada-klis/36553

3.3.1. SWOT analiza razvojnih područja općine Klis

Radna skupina za izradu Strategije razvoja općine Klis izradila je SWOT analizu, odnosno analizu snaga i slabosti (unutarnji faktori) te prilika i prijetnja (vanjski faktori) u sklopu koje su obuhvaćena ključna područja razvoja poput komunalne infrastrukture, poduzetništva, turizma, obrazovanja i društvenog razvoja. Tabela 3 prikazuje SWOT analizu razvojnih područja općine Klis.

Tabela 3: SWOT analiza razvojnih područja općine Klis

Snage	Slabosti
• Zreli projekti u području cestogradnje i odvodnje • Povezanost s glavnim prometnim pravcima • Relativno razvijena prometna infrastruktura • Dostupnost poslovnih/gospodarskih zona • Postojeći prostori u općini za razvoj poslovne i društvene infrastrukture • Postojeća turistička infrastruktura • Dovoljan broj projektnih ideja • Povoljan prometni položaj (blizina Splita) • Zemljište pogodno za razvoj gospodarstva • Prostorni plan omogućava rast gospodarstva • Dovoljan broj poslovnih zona u PP • Poljoprivredno zemljište • Tradicionalni proizvodi • Tvrđava Klis kao pokretač razvoja turizma	• Poslovna infrastruktura nije funkcionalna • Nedovoljna iskorištenost obnovljivih izvora energije • Devastiranost objekata turističke infrastrukture i loš pristup istima • Neriješeni imovinsko-pravni odnosi • Nedostatna sredstva za sufinanciranje projekata • Nepostojanje timova osposobljenih za vođenje EU projekata • Nema zrelih projekata (svi u idejnoj fazi) • Nepostojanje kapaciteta za lokalni razvoj • Prometni položaj nije iskorišten za privlačenje investitora • Poslovne zone nisu u funkciji • Nedovoljno razvijena poljoprivreda

• Resursi za aktivni turizam • Bogata nematerijalna baština • Turistički resursi Zagore i Kliškog polja • Registriran i aktivan veliki broj udruga • Postojeća društvena infrastruktura	• Nedostatak interesa i znanja o razvoju i plasmanu tradicionalnih proizvoda
Prilike	Prijetnje
• Sredstva iz EU fondova za lokalni razvoj • Potencijalno veliki interes investitora • Blizina velikih gospodarskih središta • Mogućnost uključivanja u LAG i korištenje pogodnosti LEADER pristupa • Potražnja za turističkim uslugama • Potražnja za selektivnim oblicima turizma • Sredstva za socijalne usluge i usluge zapošljavanja • Decentralizacija socijalnih i drugih javnih Usluga	• Snažnija konkurencija na razini zemalja članica (gospodarstvo) • Konkurencija drugih općina • Zakonodavni okvir za poduzetništvo previše rigidan • Poduzetnička klima nije poticajna • Tromost sustava na nacionalnoj razini • Česte promjene politika na nacionalnoj razini

Izvor: Strategija općine Klis 2014.-2020.

3.3.2. Tvrđava Klis i njeni potencijali

Tvrđava Klis, podignuta na gotovo nepristupačnoj strmoj hridi, na prijevoju između planinskih masiva Kozjaka i Mosora, u prošlosti je imala istaknuti obrambeni položaj jer je još od svog nastanka u prapovijesno doba nadzirala i branila najvažniju prirodnu komunikaciju kojom se iz unutrašnjosti dolazilo na srednjodalmatinsku obalu i obrnuto. (Firić, 2018). Prema Firiću (1996 i 2018) oblik i opseg tvrđave uvjetovani su u prvom redu geomorfološkom strukturom hridine na kojoj je podignuta. Najveća dužina u smjenu zapad-istok iznosi 304 metra, a najveća širina u smjeru sjever-jug 53 metra. Jedini ulaz u tvrđavu nalazio se na zapadnoj strani. S jugozapadne strane utvrde i ispod nje pružalo se kliško podgrađe, opasano dvostrukim zidinama sa 100 do 200 kuća. Manje naselje širilo se i prema Grebenu, na zaravni zvanoj Megdan. Tu su u turskim vremenima bili sagrađeni lazareti i karantene kao i prenoćišta za prolaznike. U blizini utvrde nalazilo se nekoliko izvora pitke vode, a najbliže je bilo vrelo Sveta tri kralja čija je važnost bila neprocjenjiva za dugih opsada. U današnjoj su tvrđavi na Klisu u cijelosti ili djelomično sačuvane brojne građevine, većinom iz mletačkog i austrijskog razdoblja. Sama tvrđava sastoji se od tri ograđena dijela s posebnim ulazima. Prvi ili glavni ulaz izgradili su Austrijanci u dvadesetim godinama 19. stoljeća na mjestu starijeg ulaza iz mletačkog doba. Drugi je ulaz prijašnji srednjovjekovni ulaz u tvrđavu koji je znatno oštećen u opsadi 1648. godine. Mlečani su taj ulaz potpuno

obnovili, a sadašnji izgled dobio je za austrijske vlasti dvadesetih godina 19. stoljeća. Slijedi i treći ulaz koji je nastao još u srednjem vijeku. Mlečani su ga do sredine 18. stoljeća obnavljali nekoliko puta, a posljednja dogradnja izvedena je 1763. godine.

Providurov stan, nazvan i Kneževa kuća, građen je sredinom 17. stoljeća. Podignut je na temeljima najstarijih zgrada iz razdoblja hrvatskih vladara i kasnijih kliških knezova. Austrijanci su ovu zgradu popravili i u njoj je bilo smješteno zapovjedništvo tvrđave i inženjerija.

U trećem obrambenom obziđu kliške tvrđave gotovo je u cijelosti sačuvana crkva Sv. Vida. Sagradili su je Turci nakon osvajanja Klisa 1537. godine kao džamiju na mjestu nekadašnje starokatoličke crkvice. Bila je kvadratična oblika s poluloptastom kupolom i minaretom. Mlečani su je odmah nakon oslobođenja 1648. godine preuredili i posvetili u crkvu Sv. Vida.

Tvrđava Klis je stekla svjetsku slavu nakon uloge u popularnoj seriji Game of Thrones. HBO produkcija 2014. godine, odlučila je smjestiti grad pod imenom Meereen unutar zidina tvrđave čime je Klis, uz Žrnovnicu i Dubrovnik postao planetarno popularan. Slika 7 prikazuje klišku tvrđavu za vrijeme snimanja serije Game of Thrones.



Slika 7: Klis kao Meereen

Izvor: http://www.kliskiuskoci.hr/kliski_uskoci_na_filmskim_setovima.html

Prema Strategiji razvoja općine Klis, tvrđavu Klis tijekom 2011. g. posjetilo je ukupno 10 691 posjetitelja. Uspoređujući je s drugim sličnim povijesnim lokalitetima ustanovljeno je da riječ o ispodprosječnom broju posjeta. Samo 7 godina kasnije, 2018. godine, tvrđavu je posjetilo 70 368 posjetitelja. Slika 8 prikazuje prihode i broj posjetitelja tvrđave Klis od početka 2016. do lipnja 2019. godine.



Slika 8: Prihodi i broj posjetitelja tvrđave Klis

izvor: službena grafika Općine Klis 2019.godine

U prvih šest mjeseci 2019. godine, tvrđavu je posjetilo oko 30 000 posjetitelja. S obzirom na uspješnu sezonu, pretpostavlja se da će do kraja godine ta brojka prijeći 100 000.

Na slici broj 9 prikazan je broj posjetitelja tvrđave Klis u prvom tromjesečju 2018. i 2019. godine.



Slika 9: Tvrđava Klis, broj posjetitelja

Izvor: službena grafika Općine Klis 2019.

Također, u istom tromjesečnom razdoblju prošle godine usporedno sa ovom godinom, uočava se rast broja posjetitelja preko 100%.

Za usporedbu, na slici broj 10 prikazan je broj posjeta tvrđave Klis, od 22.srpnja do 28.srpnja 2019. godine.



Slika 10: Broj posjeta tvrđave Klis u razdoblju od 22.-28.srpnja 2019.

izvor: službena grafika općine Klis 2019.

Cijena ulaznice za Klišku tvrđavu iznosi 60kuna za odrasle te 30kn za djecu. Svim posjetiteljima, od srpnja 2019.godine omogućen je besplatan posjet Interpretacijskom centru Klis, gdje kroz 3D prikaz mogu doživjeti stoljetnu priču o povijesnog gradu Klisu. Interpretacijski centar Klis prikazan je na slici broj 11.



Slika 11: Interpretacijski centar Klis

Izvor: http://hotspots.net.hr

U cijenu ulaznice, uključen je i posjet etno agro parku Stella Croatica. Park se nalazi nedaleko od Kliške tvrđave te pruža prikaz nekadašnjeg života u Dalmatinskoj zagori uz mogućnost kušanja specijaliteta Dalmatinske autohtone kuhinje.

3.4. Kliško kulturno ljeto

Prema podatcima službenog glasnika općine Klis, TZO Klis u suradnji sa Općinom Klis, svake godine organizira manifestaciju Kliško kulturno ljeto. Riječ je o dvadesetak događanja zabavnog i kulturnog karaktera koja privlače lokalno stanovništvo, ali i strane posjetitelje. Svake godine lokalno stanovništvo dobije priliku, osim pasivnog, sekundarnog sudjelovanja, biti i primarni dionik manifestacije Kliško kulturno ljeto. Tako se na popisu primarnih dionika manifestacije može pronaći više od 100 klišanki i klišana. Ove godine kalendar događanja započinje 6. srpnja, a završava 30. kolovoza. Sve priredbe su besplatne, osim Klape na Klisu i Uskočki boj.

Povijesna postrojba Kliški uskoci također, svake godine, tradicionalno organizira „Uskočki boj za Klis“. U dvodnevnom spektaklu oživljene povijesti sudjeluje preko 300 članova povijesnih postrojbi i viteških skupina iz cijele Hrvatske i Europe. Kroz povijesno scenski spektakl posjetiteljima se nastoji dočarati srednji vijek i doba obrane Klisa od Osmanlija. Rekonstrukcija povijesne bitke između uskoka i osmanlijske vojske iz 1532. godine odvija se u tvrđavi sa trajanjem od otprilike dva sata. Uskočki boj za Klis svake godine privuče preko 1000 posjetitelja. Slika broj 12 prikazuje promotivni materijal za Uskočki boj.



Slika 12: Uskočki boj za Klis

Izvor: http://www.kliskiuskoci.hr/kliski_uskoci_na_filmskim_setovima.html

Vrhunac Kliškog kulturnog ljeta je Dan općine Klis, koji se obilježava 16. kolovoza na blagdan sv. Roka, zaštitnika općine. Na centralnom trgu na Megdanu, organizira se pučka fešta, koncert popularnih izvođača te tradicionalni vatromet. Program manifestacije 2019. godine prikazan je na slici 13.



Slika 13: Program Kliškog kulturnog ljeta 2019.

Izvor: https://www.tvrdavaklis.com/2019/07/01/klisko-kulturno-ljeto-2019-godine/

Mjesto održavanja većine manifestacije, kao što je već prethodno spomenuto, je upravo u zidinama tvrđave Klis. Iz tog razloga, među EU projektima u pripremi, nalazi se i ljetna pozornica. Na slici 14 prikazana je predstava Brodolomke održana 2019. godine.



Slika 14: Predstava "Brodolomke" unutar tvrđave Klis

Izvor: foto Mirko Bojić

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA ODRŽAVANJA KULTURNIH MANIFESTACIJA NA LOKALNU ZAJEDNICU I TURISTIČKI RAZVOJ KLISA

U ovom dijelu rada provedeno je empirijsko istraživanje utjecaja održavanja kulturnih manifestacija na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Klisa na primjeru manifestacije Kliško kulturno ljeto. Opisana je metodologija istraživanja, iznesene su karakteristike uzorka te rezultati provedenog istraživanja.

4.1. Metodologija istraživanja

Provedeno je istraživanje stavova lokalne zajednice o utjecaju manifestacije Kliško kulturno ljeto na život lokalne zajednice te na turističku ponudu i potražnju. Kao instrument istraživanja korišten je anketni upitnik po uzoru na istraživanje Petrić i Pivčević (2016). Upitnik se sastojao od tri demografska pitanja te osamnaest tvrdnji koje su ispitanici trebali ocijeniti na Likertovoj ljestvici od 1 do 5. Kreiran je obrazac ankete pomoću Google forms. Na mobilnoj aplikaciji WhatsApp kreirana je grupa u koju su dodani svi brojevi mobitela stanovnika Klisa iz općinske baze podataka. Odgovori su prikupljani od 31.ožujka do 6. srpnja 2019. godine. Ukupno je prikupljeno 357 odgovora. U radu se koriste statističke metode istraživanja. Koriste se metode grafičkog i tabelarnog prikazivanja kako bi se prezentirala struktura odgovora ponuđena od strane ispitanika.

Kao pokazatelji deskriptivne statistike koriste se aritmetička sredina, mod i medijan kao srednje vrijednosti, te standardna devijacija, minimum i maksimum kao pokazatelji disperzije.

Prema Pivac (2010) aritmetička sredina je omjer zbroja svih vrijednosti numeričkog obilježja jednog niza i broja elemenata toga niza. Mod je vrijednost statističkog obilježja koja se najčešće javlja u nekom nizu. Medijan je vrijednost statističkog obilježja koja uređeni statistički niz dijeli na dva jednakobrojna dijela. Standardna devijacija je pozitivan korijen iz varijance i izražena je u originalnim jedinicama mjere.

Na temelju iskazanog slaganja na skupinu tvrdnji o odražavanju održavanja manifestacija na život lokalne zajednice kreira se nova varijabla kojom se prezentira reflektiranje održavanja manifestacija na život lokalne zajednice, te se kod testiranja koristi T-test budući da kreirana varijabla ima obilježje kontinuirane numeričke varijable.

Na temelju iskazanog slaganja na skupinu tvrdnji o odražavanje održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa kreira se nova varijabla kojom se prezentira reflektiranje održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa, te se kod testiranja koristi T-test budući da kreirana varijabla ima obilježje kontinuirane numeričke varijable.

Za potrebe statističke analize se koristi program SPSS 25, te se zaključci donose pri graničnoj razini signifikantnosti od 5%.

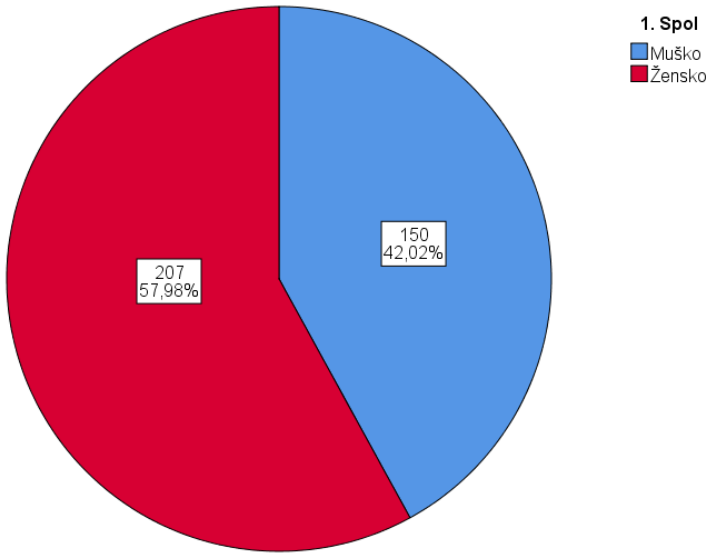
4.2. Obilježja uzorka

Tabela 4: Struktura ispitanika prema spolu

		Frekvencije	Postotci
	Muško	150	42,0
	Žensko	207	58,0
	Ukupno	357	100,0

Izvor: izrada autora

U uzorku je zastupljen veći broj žena (207 ispitanika; 58,00%) u odnosu na muškarce kojih je u istraživanju sudjelovalo 150 (42,00%). Struktura ispitanika prema spolu prikazana je u tabeli 4. Također, struktura ispitanika prema spolu prikazana je i grafički u grafičkom prikazu 1.



Grafički prikaz 1: Struktura ispitanika prema spolu

Izvor: izrada autora

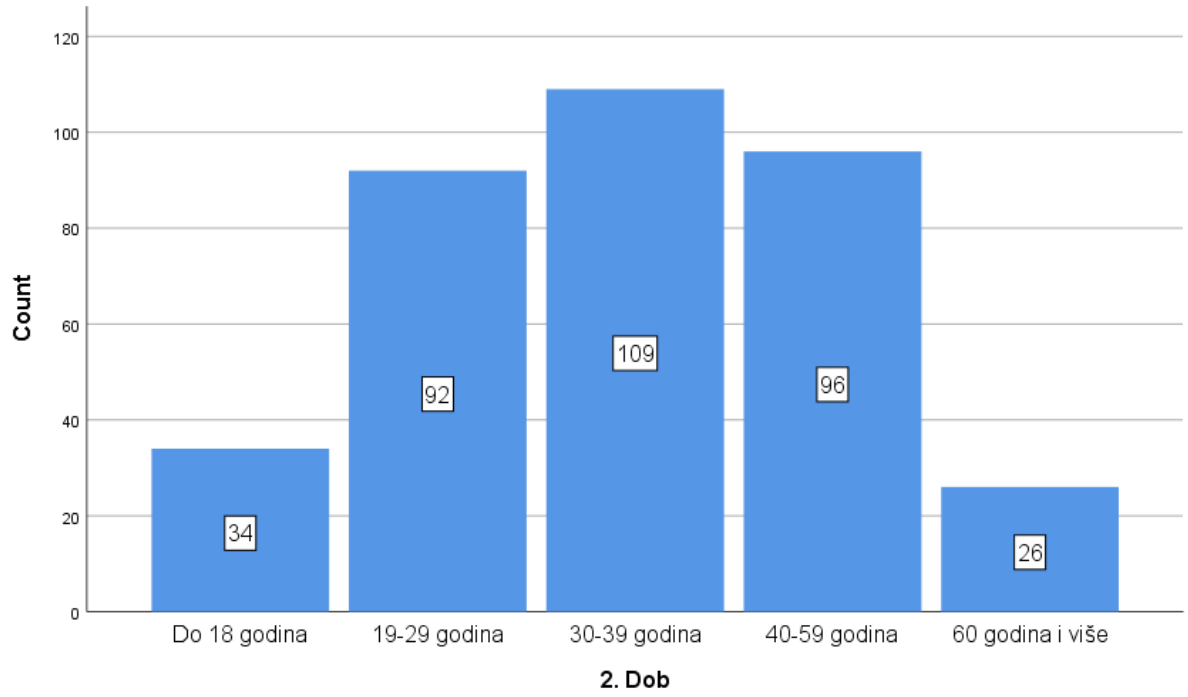
Tabela 5: Struktura ispitanika prema dobu

		Frekvencije	Postotci	Kumulativni postotci
	Do 18 godina	34	9,5	100,0
	19-29 godina	92	25,8	25,8
	30-39 godina	109	30,5	56,3
	40-59 godina	96	26,9	83,2
	60 godina i više	26	7,3	90,5
	Total	357	100,0	

Izvor: izrada autora

Najveći broj ispitanika je starosne skupine od 30 do 39 godina (109 ispitanika; 30,5%), dok je najmanji broj ispitanika starosne skupine 60 godina i više (26 ispitanika; 7,3%). Podatci su

prikazani u tabeli 5. Struktura ispitanika prema dobu prikazana je i grafički (grafički prikaz 2).



Grafički prikaz 2: Struktura ispitanika prema dobu

Izvor: izrada autora

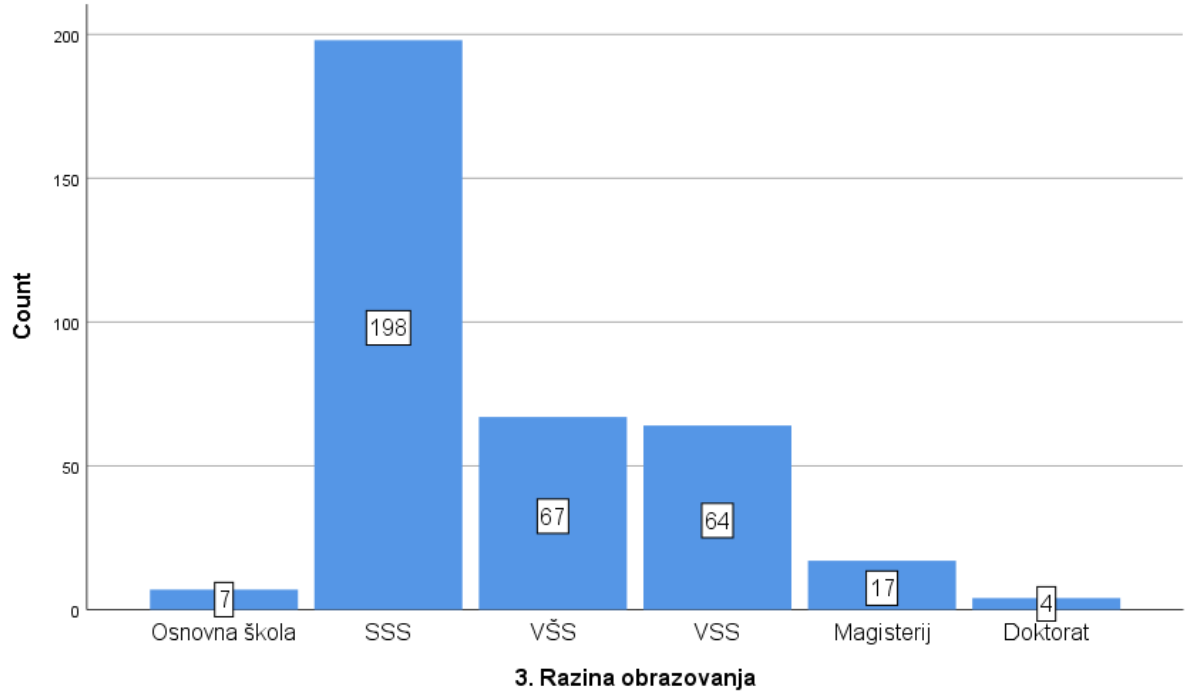
Tabela 6: Razina obrazovanja ispitanika

		Frekvencije	Postotci	Kumulativni postotci
	Osnovna škola	7	2,0	7,8
	SSS	198	55,5	63,3
	VŠS	67	18,8	100,0
	VSS	64	17,9	81,2
	Magisterij	17	4,8	5,9
	Doktorat	4	1,1	1,1

Total	357	100,0	

Izvor: izrada autora

Više od polovice ispitanika (198 ispitanika; 55,5%) ima završenu srednju stručnu spremu, dok 4 ispitanika (1,1%) imaju završen doktorski studij (tabela 6). Razina obrazovanja ispitanika prikazana je grafičkim prikazom 3.



Grafički prikaz 3: Razina obrazovanja ispitanika

Izvor: izrada autora

U narednom dijelu anketnog upitnika su ispitanici iskazivali slaganje s ponuđenim tvrdnjama po pitanju održavanja kulturnih manifestacija u sklopu „Kliškog kulturnog ljeta“. U tabeli 7 prikazana je deskriptivna statistika slaganja s tvrdnjama.

Tabela 7: Deskriptivna statistika slaganja s tvrdnjama

	Prosjek	Medijan	Mod	St. dev.	Minimum	Maksimum
[Pozitivno utječe na lokalno stanovništvo Klisa]	4,30	4,00	5	0,830	1	5
[Jača zajedništvo lokalnog stanovništva]	4,10	4,00	4	0,919	1	5
[Generira nova radna mjesta u Klisu]	3,80	4,00	4	1,091	1	5
[Pridonosi osjećaju ponosa lokalnog stanovništva]	4,21	4,00	4	0,884	1	5
[Potiče socijalizaciju i druženje]	4,31	4,00	5	0,819	1	5
[Ometa svakodnevnicu stanovništva]*	1,82	2,00	1	0,882	1	5
[Povećava gužvu i buku]*	2,13	2,00	2	1,035	1	5
[Stvara probleme sa otpadom]*	2,16	2,00	2	0,980	1	5
[Narušava povijesnu sliku lokaliteta]*	1,91	2,00	2	0,919	1	5
[Pozitivno se reflektira na turističku ponudu i potražnju]	4,28	4,00	5	0,892	1	5
[Utječe na rast broja smještajnih kapaciteta]	3,99	4,00	4	1,017	1	5
[Promovira Klis i tvrđavu]	4,41	5,00	5	0,815	1	5
[Utječe na povećanje broja turističkih dolazaka i noćenja]	4,13	4,00	5	0,954	1	5
[Utječe na cijene smještajnih objekata]	3,77	4,00	4	1,046	1	5
[Pozitivno utječe na imidž Klisa]	4,33	4,00	5	0,826	1	5
[Potiče izgradnju infrastrukture]	3,88	4,00	4	1,072	1	5

[Potiče otvaranje novih ugostiteljskih objekata]	3,91	4,00	4	1,010	1	5
[Doprinosi povećanju ukupnih turističkih prihoda]	4,18	4,00	4[a]	0,902	1	5

a. višemodalna distribucija, prikazana vrijednost nižeg moda

*Kod izrade ukupne vrijednosti utjecaja manifestacija na turističku ponudu i stanovništvo koriste se inverzne vrijednosti slaganja na ponuđene tvrdnje

Izvor: vlastiti prikaz

Ispitanici su iskazali najveću razinu slaganja s tvrdnjom da održavanje manifestacija u sklopu „Kliškog kulturnog ljeta“ **promovira Klis i tvrđavu** (prosječna vrijednost odgovora 4,41, std. dev. 0,815). Ispitanici su se najmanje složili s tvrdnjom da održavanje manifestacija u sklopu „Kliškog kulturnog ljeta“ **ometa svakodnevnicu stanovništva** (prosječna vrijednost odgovora 1,82, std. dev. 0,882).

4.3. Testiranje hipoteza i osvrt na rezultate

Na temelju stupnja slaganja s ponuđenim tvrdnjama kreiraju se dvije dimenzije promatranja:

- odražavanje održavanja manifestacija na život lokalne zajednice
- odražavanje održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa.

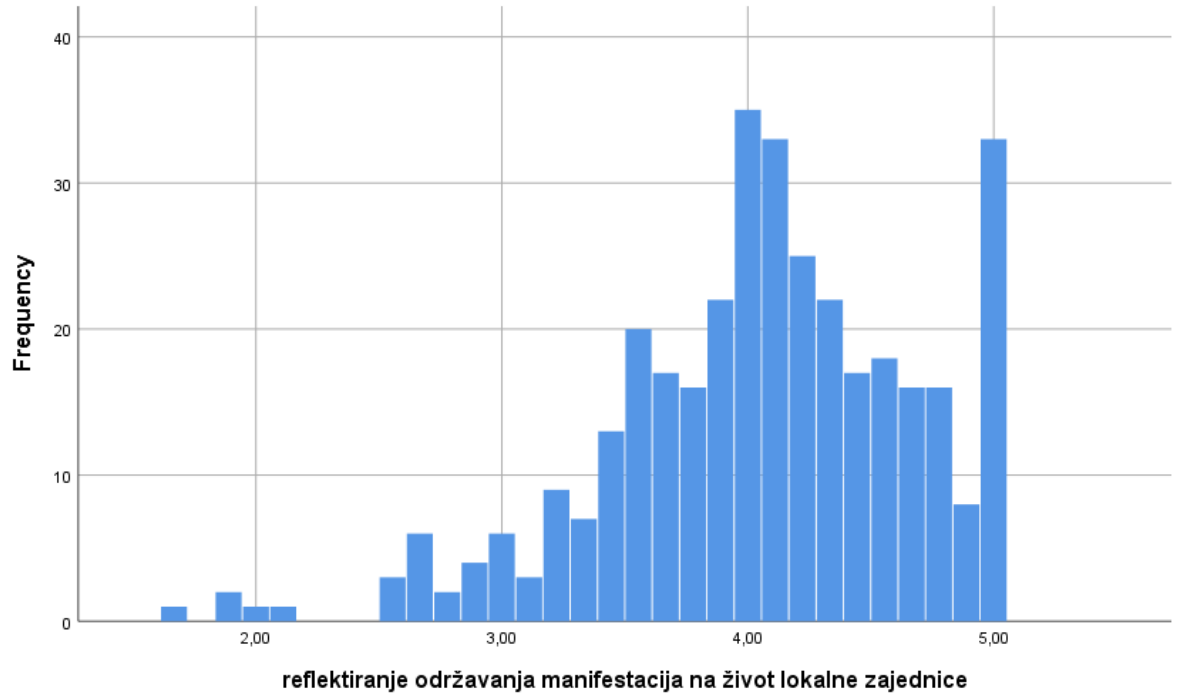
Tabela 8: Utjecaj i polaritet promatranih tvrdnji

	Izražen utjecaj na:	Polaritet
1. Pozitivno utječe na lokalno stanovništvo Klisa	stanovništvo	+
2. Jača zajedništvo lokalnog stanovništva	stanovništvo	+
3. Generira nova radna mjesta u Klisu	stanovništvo	+
4. Pridonosi osjećaju ponosa lokalnog stanovništva	stanovništvo	+
5. Potiče socijalizaciju i druženje	stanovništvo	+
6. Ometa svakodnevnicu stanovništva	stanovništvo	+
7. Povećava gužvu i buku	stanovništvo	+
8. Stvara probleme sa otpadom	stanovništvo	+

9. Narušava povijesnu sliku lokaliteta	turistička ponuda	+
10. Pozitivno se reflektira na turističku ponudu i potražnju	turistička ponuda	+
11. Utječe na rast broja smještajnih kapaciteta	turistička ponuda	+
12. Promovira Klis i tvrđavu	turistička ponuda	+
13. Utječe na povećanje broja turističkih dolazaka i noćenja	turistička ponuda	+
14. Utječe na cijene smještajnih objekata	turistička ponuda	+
15. Pozitivno utječe na imidž Klisa	turistička ponuda	+
16. Potiče izgradnju infrastrukture	stanovništvo	+
17. Potiče otvaranje novih ugostiteljskih objekata	turistička ponuda	+
18. Doprinosi povećanju ukupnih turističkih prihoda	turistička ponuda	+

Izvor: vlastiti prikaz

U tabeli 8 je napravljena razdioba tvrdnji prema djelovanju, te se prezentira polarizacija odgovora, odnosno usmjerenje učinka koji se kreira povećanjem slaganja s ponuđenim tvrdnjama.



Grafički prikaz 4: Održavanje manifestacija na život lokalne zajednice

Izvor: izrada autora

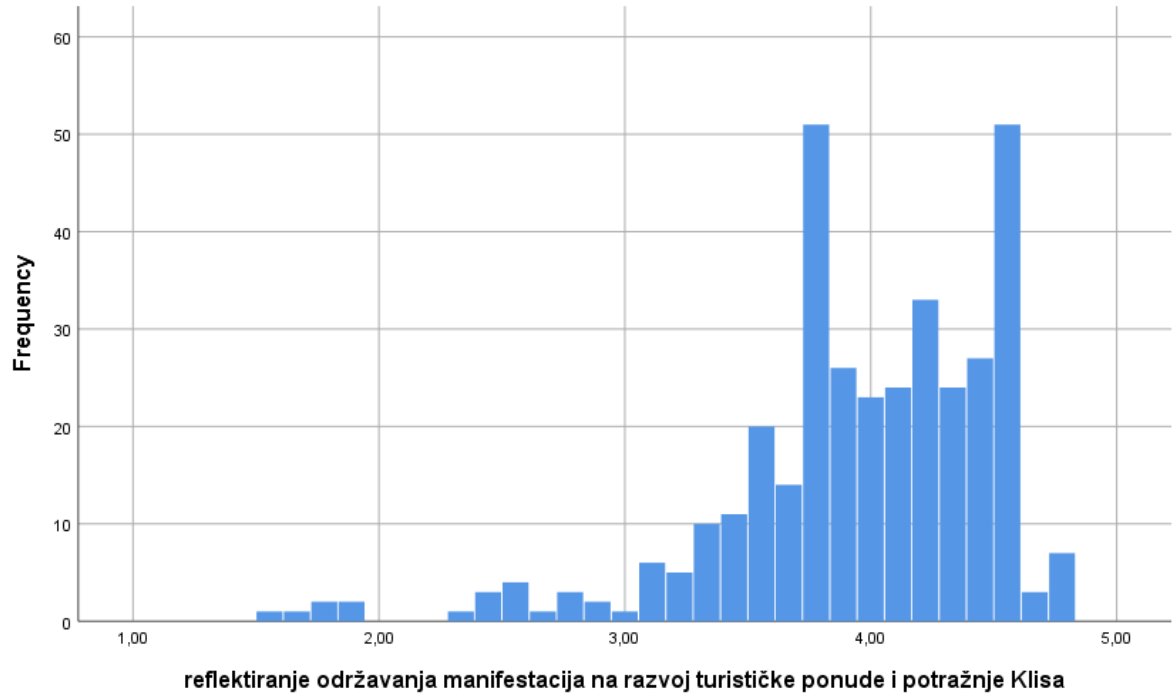
Iz grafičkog prikaza 4 se može utvrditi da je kod većine ispitanika iskazana razina odražavanja održavanja manifestacija na život lokalne zajednice iznad granične vrijednosti 3,50 budući da vrijednost 3 ukazuje na indifierentnost, dok vrijednost 4 ukazuje na slaganje s tvrdnjom, dok je granična vrijednost aritmetička sredina između indiferentnosti i slaganja s ponuđenim tvrdnjama.

Tabela 9: Prosječno održavanje manifestacija na život lokalne zajednice

N	357
Prosjek	4,05
Medijan	4,11
Mod	4,00
St. devijacija	0,63
Minimum	1,67
Maksimum	5,00

Izvor: izrada autora

U tabeli 9 prikazano je prosječno odražavanje održavanja manifestacije na život lokalne zajednice. Prosječna razina odražavanja manifestacija na život lokalne zajednice je 4,05 s prosječnim odstupanjem od aritmetičke sredine 0,63. Minimalna iskazana razina odražavanja manifestacija na život lokalne zajednice je 1,67 a maksimalna 5,00. Polovica ispitanika je iskazala razinu odražavanja održavanja manifestacija na život lokalne zajednice do 4,11 dok je polovica iskazala razinu odražavanja održavanja manifestacija na život lokalne zajednice veću od 4,11 (medijan). Najčešća razina odražavanja održavanja manifestacija na život lokalne zajednice je 4,00 (mod).



Grafički prikaz 5: Odražavanje održavanja manifestacije na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa

Izvor: vlastiti prikaz

Iz grafičkog prikaza 5 se može utvrditi da je kod većine ispitanika iskazana razina odražavanja održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa iznad granične vrijednosti 3,50 budući da vrijednost 3 ukazuje na indifierentnost, dok vrijednost 4 ukazuje na slaganje s tvrdnjom, dok je granična vrijednost aritmetička sredina između indiferentnosti i slaganja s ponuđenim tvrdnjama.

Tabela 10: Prosječno odražavanje održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa

N	357
Prosjek	3,95
Medijan	4,00
Mod	3,78a
Std. devijacija	0,56
Minimum	1,56
Maksimum	4,78

a. višemodalna distribucija, prikazana vrijednost nižeg moda

Izvor: vlastiti prikaz

Tabela 10 prikazuje prosječno reflektiranje održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa. Prosječna razina reflektiranje održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa je 3,95 s prosječnim odstupanjem od aritmetičke sredine 0,56. Minimalna iskazana razina reflektiranje održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa je 1,56 a maksimalna 4,78. Polovica ispitanika je iskazala razinu reflektiranja održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa do 4,00 dok je polovica iskazala razinu reflektiranje održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa veću od 4,00 (medijan). Najmanji mod je 3,78. Drugi mod je veći.

Iz problema i predmeta istraživanja proizlaze sljedeća hipoteza:

H1: Održavanje kulturnih manifestacija pozitivno utječe na lokalnu zajednicu i turistički razvoj općine Klis

Glavna hipoteza dokazivat će se pomoćnom hipotezom:

H1-1: Održavanje kulturnih manifestacija pozitivno se reflektira na život lokalne zajednice

Tabela 11: Pomoćna hipoteza H1-1

	N	Prosjek	Std. Devijacija	Std. pogreška
održavanje održavanja manifestacija na život lokalne zajednice	357	4,05	0,63	0,03

Izvor: izrada autora

Tabela 11 prikazuje testiranje pomoćne hipoteze H1-1. Kod testiranja ove hipoteze koriste se podatci o ukupnoj razini održavanja održavanja manifestacija na život lokalne zajednice gdje je utvrđena prosječna razina utjecaja 4,05 sa prosječnim odstupanjem od aritmetičke sredine 0,63.

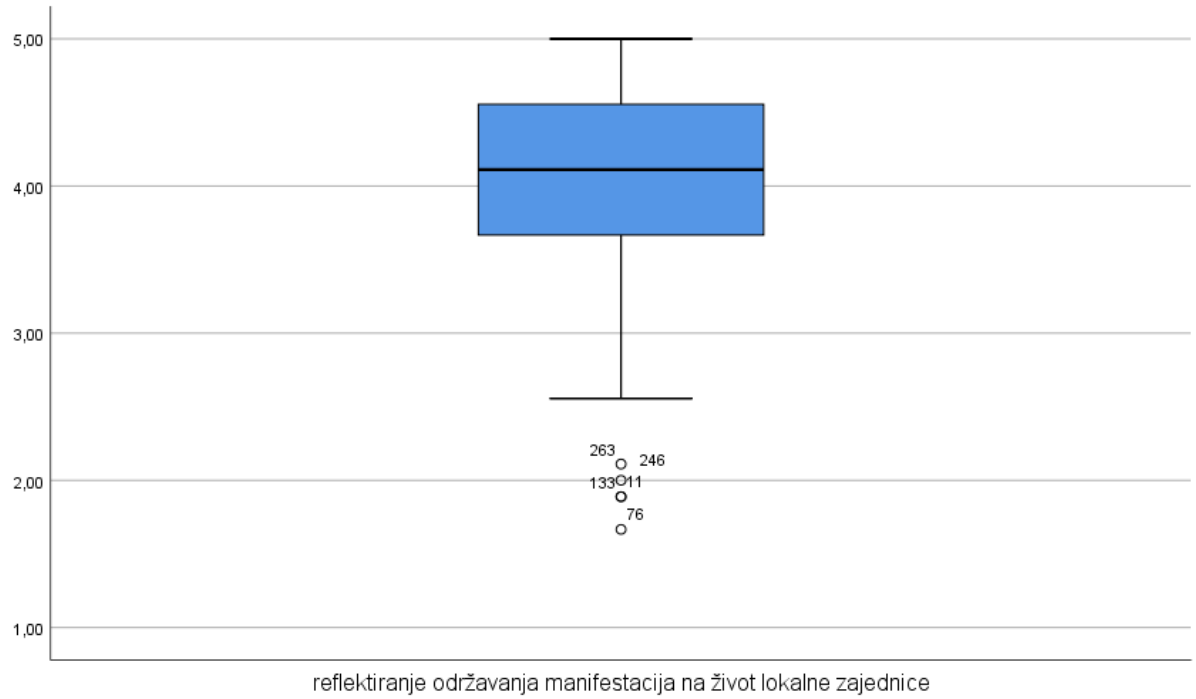
Je li riječ o visokoj razini slaganja testira se t-testom.

Tabela 12: T-test održavanje manifestacije na život lokalne zajednice

	Testna vrijednost = 3.50					
					95% interval pouzdanosti	
	T	df	Sig. (2-tailed)	Razlika srednje vrijednosti	Niži	Viši
održavanje održavanja manifestacija na život lokalne zajednice	16,517	355	<0,001	0,55	0,49	0,62

Izvor: izrada autora

T-test održavanja održavanja manifestacije na život lokalne zajednice prikazan je u tabeli 12. Pretpostavljena je testna vrijednost 3,50. Na temelju t-testa može se donijeti zaključak o odbacivanju nulte statističke hipoteze ($p < 0,001$). Na temelju rezultata iz uzorka može se vidjeti da je prosječno reflektiranje održavanja manifestacije na život lokalne zajednice 4,05 i zaključiti da je pozitivno.



Grafički prikaz 6: Održavanje manifestacija na život lokalne zajednice

Izvor: izrada autora

Iz grafičkog prikaza 6 se može utvrditi da 5 ispitanika predstavlja netipične vrijednosti (outliers, engl), odnosno osobe koje su iskazale ekstremno niske vrijednosti. Slijedom rezultata provedenog istraživanja može se donijeti zaključak da se hipoteza H1-1 kojom se pretpostavlja da održavanje kulturnih manifestacija pozitivno se odražava na život lokalne zajednice prihvaća kao istinita.

H1-2: Održavanje kulturnih manifestacija pozitivno se odražava na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa

Tabela 13: Pomoćna hipoteza H1-2

	N	Prosjek	Std. Devijacija	Std. Pogreška
Održavanje manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa	356	3,95	0,56	0,03

Izvor: izrada autora

Tabela 13 prikazuje testiranje pomoćne hipoteze H1-2. Kod testiranja ove hipoteze koriste se podatci o ukupnoj razini odražavanja održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa gdje je utvrđena prosječna razina utjecaja 3,95 sa prosječnim odstupanjem od aritmetičke sredine 0,56.

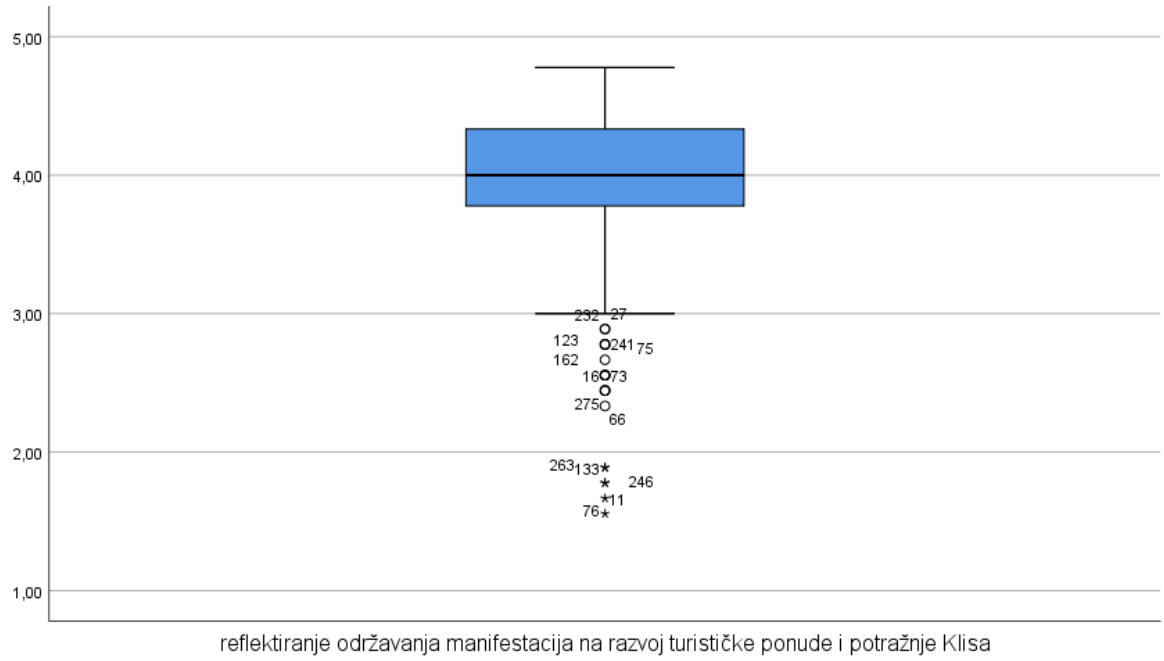
Je li riječ o visokoj razini slaganja testira se t-testom.

Tabela 14: T-test održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa

	Testna vrijednost = 3.50					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Razlika srednje vrijednosti	95% interval pouzdanosti Niži	Viši
reflektiranje održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa	15,077	355	<0,001	0,45	0,39	0,51

Izvor: izrada autora

Tabela 14 prikazuje t- test održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa. Pretpostavljena je testna vrijednost 3,50. Na temelju t-testa može se donijeti zaključak o odbacivanju nulte statističke hipoteze ($p<0,001$). Na temelju rezultata iz uzorka može se vidjeti da je prosječno odražavanje održavanja manifestacija na život lokalne zajednice blizu 4 i da iznosi 3,95 te se može zaključiti da je pozitivno.



Grafički prikaz 7: Održavanje manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa

Izvor: izrada autora

Iz grafičkog prikaza 7 se može utvrditi da 15 ispitanika predstavlja netipične vrijednosti, odnosno osobe koje su iskazale ekstremno niske vrijednosti.

Slijedom rezultata provedenog istraživanja može se donijeti zaključak da se hipoteza H1-2 kojom se pretpostavlja da se održavanje kulturnih manifestacija pozitivno odražava na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa prihvaća kao istinita.

Glavna hipoteza H1, kojom se pretpostavlja da održavanje kulturnih manifestacija pozitivno utječe na lokalnu zajednicu i turistički razvoj općine Klis, prihvaća se na temelju rezultata testiranja dvaju podhipoteze koje su prihvaćene kao istinite.

4.4. Ograničenja istraživanja i preporuke za buduća istraživanja

U svrhu izbjegavanja nastanka nejasnoća, svi ispitanici su bili upoznati sa temeljnim ciljem te svrhom ovog istraživanja, a to je da služi isključivo u znanstveno-istraživačke svrhe te da je u potpunosti anoniman. U privitku je naglašeno da je upitnik namijenjen isključivo stanovništvu općine Klis te turističkim subjektima na području općine Klis. Obzirom da promatrana manifestacija ima puno dionika među lokalnom zajednicom, pretpostavka je da je većina dionika-ispitanika dala pozitivne odgovore na istraživačka pitanja. Isto tako, istraživanje je provedeno netom prije održavanja manifestacije pa se nameće pitanje bi li prikupljeni podaci bili jednaki da je istraživanje provedeno za vrijeme trajanja manifestacije. Za buduća istraživanja preporuča se korištenje metode studije slučaja, kvalitativne metode istraživanja koja omogućuje dubinsku analizu te donošenje podrobnijeg zaključka.

5. ZAKLJUČAK

Kliško kulturno ljeto je lokalna manifestacija koja privlači veliki broj lokalnog stanovništva, ali i turista koji se zateknu u Klisu u ljetnim mjesecima. Ovaj rad prikazao je istraživanje o utjecaju održavanja kulturnih manifestacija na lokalnu zajednicu i turistički razvoj općine Klis. Nakon što se utvrdio predmet te problem istraživanja, postavila se istraživačka hipoteza sa pomoćnim hipotezama. U prvom dijelu rada postavila se teorijska podloga za samo istraživanje te temeljno objasnili pojmovi iz teorije manifestacija. Navedeni su i opisani uspješni domaći primjeri profiliranja turističkih destinacija na osnovu održavanja kulturnih manifestacija. U drugom dijelu rada iznesen je geografski profil općine Klis. Prikazani su zemljopisni, reljefni, klimatski, demografski i gospodarski aspekti. Također, prikazana je turistička ponuda Klisa te opisana manifestacija Kliško kulturno ljeto koja je ujedno i predmet istraživanja ovoga rada. Istraživanjem se nastojalo utvrditi pozitivan utjecaj održavanja kulturnih manifestacija te konkretno manifestacije Kliško kulturno ljeto na lokalnu zajednicu i turistički razvoj općine Klis. Istraživanjem su se prihvatile pomoćne hipoteze pa samim time i glavna hipoteza je prihvaćena.

LITERATURA

1. Allen, J., i dr. (2006): „Events Management“, 2nd Edition, Butterworth-Heinemann
2. Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I., Harris, R. L., (2005) i (2008), Festival and Special Event Management, Elsevier
3. Firić, V. (1996): „Tvrđava Klis“ , Hrvatsko društvo Trpimir, Klis
4. Firić, V. (2002): „Crkva uznesenja blažene djevice Marije“, Župni ured Klis, Klis
5. Furić, V. (2018): „Klis Kulturno povijesna baština“, Narodna knjižnica i čitaonica u Klisu
6. Geić, S. (2011): „Menadžment selektivnih oblika turizma“, Sveučilište u Splitu, Split
7. Getz, D. (2005): „Event management and Event Tourism“, 2nd Edition, Cognizant Communication Corporation, New York
8. Getz, D. (2008): „Event tourism: definition, evolution and research“, Tourism Management
9. Getz, D. (2013), Event tourism : concept, international case studies and research, Putnam Vally : Cognizant communication corporation
10. Luković, T. (2008): „Selektivni turizam, hir ili znanstveno-istraživačka potreba“, Acta Turistica Nova, Zagreb
11. Petrić L. (2006): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split
12. Petrić, L. (2012): Upravljanje razvojem turizma, Ekonomski fakultet, Split
13. Petrić, L. (2012): Upravljanje turističkom destinacijom, Ekonomski fakultet Split.
14. Pivac, S. (2010): Statističke metode, e-nastavni materijali, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu
15. Pivčević, S. (2018): Upravljanje manifestacijama, interni nastavni materijali/skripa, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu
16. Preuss, H. (2007): FIFA World Cup 2006 and its legacy on tourism
17. Tkalac – Verčić, A., Sinčić, D., Pološki, N. (2010): Priručnik za metodologiju istraživačkog rada, MEP d.o.o, Zagreb
18. Van Der Wagen, L., Carlos, B., (2008); „Event Management – upravljanje događanjima, za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja“, Mate d.o.o, Zagreb

Časopisi:

1. Općina Klis (2016): Glasnik Općine Klis, broj 3.
2. Općina Klis (2018): Glasnik Općine Klis, broj 8.
3. Općina Klis (2018): Glasnik Općine Klis, broj 9.

Izvor s Interneta:

1. Klis.hr [Internet], raspoloživo na https://www.klis.hr/, [11.3.2019.]
2. Dubrovnik-festival.hr [Internet], raspoloživo na http://www.dubrovnik-festival.hr/hr/novosti, [22.8.2019.]
3. Klis.hr/ Strategija-Klis [Internet], raspoloživo na http://www.klis.hr/Strategija-Klis-2014-2012.pdf, [24.8.2019.]
4. Tvrđava Klis [Internet], raspoloživo na https://www.tvrđavaklis.com/, [22.8.2019.]
5. Državni zavod za statistiku [Internet], raspoloživo na http://www.dzs.hr [22.8.2019.]

POPIS SLIKA

Slika 1: Ovisnost veličine manifestacija i utjecaja koje generira 11
Slika 2: Tipologija planiranih manifestacija i njihova veza s lokacijom održavanja 12
Slika 3: Dubrovačke ljetne igre 18
Slika 4: Položaj općine Klis u neposrednom okruženju 22
Slika 5: Clissa 24
Slika 6: Kliška biciklijada 26
Slika 7: Klis kao Meereen 28
Slika 8: Prihodi i broj posjetitelja tvrđave Klis 29
Slika 9: Tvrđava Klis, broj posjetitelja 30
Slika 10: Broj posjeta tvrđave Klis u razdoblju od 22.-28.srpnja 2019. 30
Slika 11: Interpretacijski centar Klis 31

Slika 12: Uskočki boj za Klis 32
Slika 13: Program Kliškog kulturnog ljeta 2019. 33
Slika 14: Predstava "Brodolomke" unutar tvrđave Klis 34

POPIS TABLICA

Tabela 1: Učinci manifestacija 14
Tabela 2: Pozitivni i negativni dugoročni učinci manifestacija 16
Tabela 3: SWOT analiza razvojnih područja općine Klis 26
Tabela 4: Struktura ispitanika prema spolu 36
Tabela 5: Struktura ispitanika prema dobu 37
Tabela 6: Razina obrazovanja ispitanika 38
Tabela 7: Deskriptivna statistika slaganja s tvrdnjama 40
Tabela 8: Utjecaj i polaritet promatranih tvrdnji 41
Tabela 9: Prosječno reflektiranje održavanja manifestacija na život lokalne zajednice 43
Tabela 10: Prosječno reflektiranje održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa 45
Tabela 11: Pomoćna hipoteza H1-1 46
Tabela 12: T-test odražavanje održavanja manifestacije na život lokalne zajednice 47
Tabela 13: Pomoćna hipoteza H1-2 49
Tabela 14: T-test odražavanje održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa 50

POPIS GRAFIČKIH PRIKAZA

Grafički prikaz 1: Struktura ispitanika prema spolu 37
Grafički prikaz 2: Struktura ispitanika prema dobu 38
Grafički prikaz 3: Razina obrazovanja ispitanika 39
Grafički prikaz 4: Reflektiranje održavanja manifestacija na život lokalne zajednice 42
Grafički prikaz 5: Reflektiranje održavanja manifestacije na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa 44
Grafički prikaz 6: Odražavanje održavanja manifestacija na život lokalne zajednice 48
Grafički prikaz 7: Odražavanje održavanja manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje Klisa 51

PRILOG 1 - ANKETNI UPITNIK

Poštovani,

Provodim istraživanje u svrhu izrade diplomskog rada pod naslovom ***Utjecaj održavanja kulturnih manifestacija na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Klisa.*** Anketni upitnik je namijenjen isključivo lokalnom stanovništvu općine Klis te turističkim subjektima na području Klisa. Anketni upitnik je anoniman. Hvala Vam na suradnji!

Ivana Zolje Jukić

1. Spol:
    a) muško
    b) žensko

2. Dob:
    a) Do 18 godina
    b) 19-29 godina
    c) 30-39 godina
    d) 40-59 godina
    e) 60 godina i više

3. Razina obrazovanja:
    a) SSS
    b) VŠS
    c) VSS
    d) Magisterij
    e) Doktorat

4. Molim ocijenite slaganje sa sljedećim tvrdnjama. Upišite ***X*** u odgovarajuće polje.

Održavanje kulturnih manifestacija u sklopu „Kliškog kulturnog ljeta“ …	**Uopće se ne slažem**	**Ne slažem se**	**Niti se slažem niti ne slažem**	**Slažem se**	**U potpunosti se slažem**
1. Pozitivno utječe na lokalno stanovništvo Klisa					
2. Jača zajedništvo lokalnog stanovništva					
3. Generira nova radna mjesta u Klisu					
4. Pridonosi osjećaju ponosa lokalnog stanovništva					
5. Potiče socijalizaciju i druženje					
6. Ometa svakodnevnicu stanovništva					
7. Povećava gužvu i buku					
8. Stvara probleme sa otpadom					
9. Narušava povijesnu sliku lokaliteta					

10. Pozitivno se odražava na turističku ponudu i potražnju					
11. Utječe na rast broja smještajnih kapaciteta					
12. Promovira Klis i Klišku tvrđavu					
13. Utječe na povećanje broja turističkih dolazaka i noćenja					
14. Utječe na cijene smještajnih objekata					
15. Pozitivno utječe na imidž Klisa					
16. Potiče izgradnju infrastrukture					
17. Potiče otvaranje novih ugostiteljskih objekata					
18. Doprinosi povećanju ukupnih turističkih prihoda					

SAŽETAK

Novi trendovi na turističkom tržištu dovode do razvoja novih selektivnih oblika turizma. Da bi se zadovoljile potrebe turista, lokalnog stanovništva i društva u cjelini, kreatori ponude tragaju za jedinstvenom diversificiranom ponudom. Manifestacijski turizam spoj je turizma i upravljanja manifestacijama. Jedan od važnijih faktora manifestacija je lokalna zajednica. Riječ je o lokalnom stanovništvu naseljenom na geografskom području na kojem je manifestacija odvija. Predmet istraživanja ovoga rada je utjecaj održavanja kulturnih manifestacija, konkretno manifestacije Kliško kulturno ljeto na lokalnu zajednicu te turistički razvoj općine Klis. Istraživanje je provedeno na uzorku od 357 ispitanika. Kao instrument istraživanja je poslužio anketni upitnik. Istraživanjem su potvrđene pomoćne hipoteze te je glavna hipoteza prihvaćena kao istinita. Donesen je jednoznačan zaključak tj. održavanje kulturnih manifestacija pozitivno utječe na lokalnu zajednicu i turistički razvoj općine Klis.

Ključne riječi: turizam, manifestacije, učinci manifestacija, zadovoljstvo lokalnog stanovništva, Klis

SUMMARY

New trends in the tourism market are leading to the development of new selective forms of tourism. To meet the needs of tourists, local population and society at large, creators are looking for a unique diversified offer. Tourism manifestation is a combination of tourism and event management. One of the more important factors of manifestation is the local community. It is a local population settled in the geographical area where the event takes place. The subject of this study is the impact of the holding of cultural manifestations, specifically the manifestation of Klis Cultural Summer on the local community and the tourism development of the Klis municipality. The study was conducted on a sample of 357 subjects. A survey questionnaire was used as a research instrument. The study confirmed the auxiliary hypotheses and the main hypothesis was accepted as true. A clear conclusion was reached, ie. holding cultural events has a positive impact on the local community and tourism development of Klis municipality.

Keywords: tourism, manifestations, effects of manifestations, satisfaction of local population, Klis