

Uloga kulturnih manifestacija u razvoju turističke ponude destinacije na primjeru grada Splita

Kragić, Kate

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:067414>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International](#)/[Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-11**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

**ULOGA KULTURNIH MANIFESTACIJA U
RAZVOJU TURISTIČKE PONUDE DESTINACIJE
NA PRIMJERU GRADA SPLITA**

Mentor:

Prof. dr. sc. Lidija Petrić

Student:

Kate Kragić

1202669

Split, lipanj 2023

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	1
1.1. Definicija problema	1
1.2. Cilj rada.....	1
1.3. Metode rada.....	2
1.4. Struktura rada	2
2. MANIFESTACIJE KAO TURISTIČKI ATRAKCIJSKI RESURS.....	4
2.1. Definicija atrakcija	4
2.2. Obilježja i vrste manifestacija	7
2.3. Glavni ciljevi manifestacija	11
3. POJAM I SADRŽAJ KULTURNIH MANIFESTACIJA	13
3.1. Općenito o kulturnim manifestacijama	13
3.2. Turizam kulturnih manifestacija.....	13
3.3. Kulturne manifestacije u svijetu.....	15
3.4. Kulturne manifestacije u Hrvatskoj.....	16
4. KULTURNE MANIFESTACIJE I TURIZAM.....	17
4.1. Elementi uspješnosti kulturnih manifestacija u funkciji turizma	17
4.2. Djelovanje turističke zajednice na razvoj turizma kroz popularizaciju kulturnih manifestacija	19
5. ULOGA KULTURNIH MANIFESTACIJA U RAZVOJU TURIZMA u SPLITU	24
5.1. Općenito o Splitu	24
5.2. Turistički pokazatelji grada Splita	25
5.3. Kulturni turizam grada Splita	27
5.4. Kalendar kulturnih manifestacija grada Splita	28
5.5. Najznačajnije splitske kulturne manifestacije	31
6. ZAKLJUČAK	40
SAŽETAK	41
SUMMARY	41
LITERATURA.....	42
PRILOZI, SLIKE I TABLICE:	44

1. UVOD

1.1. Definicija problema

U suvremenom svijetu sve je raznovrsniji spektar motiva za putovanja ljudi. Prije su glavni motiv bili samo putovanje i pojedini privlačni aspekti određenog mjesta najčešće vezani uz povijest destinacije. No, posljednjih godina sveprisutniji je motiv doživljaja. Cilj suvremenog turističkog putovanja više nije samo odmor, već i iskustvo doživljaja. Točnije, ljudi putuju na određenu destinaciju kako bi tamo doživjeli nezaboravno iskustvo.

U Splitu se posljednjih godina značajnije ulaže u razvitak raznovrsnih kulturnih događanja. Bilo da je riječ o Splitskom ljetu koje je usmjereno k umjetničkim događanjima, Garden Festu koji je inspirirao razvitak glazbene festivalske scene na ovom području, Danima Dioklecijana koji promiču povijest i kulturnu baštinu grada Splita, Noći muzeja koja potiče na obraćanje više pažnje prema kulturnim umjetnostima ili pak Ultra Music Festivalu koji privlači znatno najveći broj turista, vidljiv je značaj kulturnih događanja za razvoj turizma grada Splita.

Grad Split, kao i njegova okolica, obiluje posebnostima vezanim za kulturu ove destinacije. Stoga ima mogućnost koristiti se raznolikom ponudom u vidu kulturnih događanja koja bi ponajprije stvorila originalnu sliku destinacije te na taj način kreirala jedinstvene konkurentne prednosti u odnosu na slične konkurentske destinacije. Što većim brojem i što različitijom turističkom ponudom kulturnih događanja, Split ima mogućnost stati rame uz rame s najvećim turističkim gigantima Europe pa i cijelog svijeta.

1.2. Cilj rada

U ovom završnom radu predstavljena je važnost kulture u razvoju turizma određene destinacije, s posebnim naglaskom na ulogu kulturnih manifestacija. Glavni cilj rada je istražiti sadržaj i tipologiju kulturnih manifestacija, uz posebni naglasak na istraživanje uloge kulturnih manifestacija u poticanju razvoja turizma i same privlačnosti destinacije s naglaskom na grad Split.

1.3. Metode rada

Prilikom pisanja ovog završnog rada, korištene su dostupne stručne studije, knjige te članci i publikacije koje su dostupne na internetu.

Ovaj rad je napisan uz korištenje sljedećih metoda rada:

- Komparativna metoda – uočavanje sličnosti, zajedničkih obilježja ili različitosti među pojavama, događajima ili predmetima
- Opisna metoda – detaljno opisivanje činjenica, pojava ili podataka kako bi se povećala objektivnost i točnost u svim drugim fazama istraživanja
- Povijesna metoda – objašnjavanje, navođenje ili opisivanje onoga što se dogodilo u prošlosti
- Metoda analize – traženje veze, uzroka i posljedice te izvođenje zaključka pomoću rastavljanja cjelovitog sadržaja na sastavne elemente
- Metoda sinteze – suprotno od analize, spajanje jednostavnih predmeta, pojava i ideja u cjelinu
- Metoda indukcije – spoznaja novih činjenica i zakonitosti na temelju pojedinačnih slučajeva i saznanja
- Metoda dedukcije – sagledavanje cijele pojave, predmeta i ideje te donošenje novog zaključka o njima

1.4. Struktura rada

Ovaj završni rad je podijeljen u šest posebnih cjelina, uključujući uvod i zaključak, te je svaka cjelina podijeljena na više podcjelina. U uvodu je ponajprije predstavljena definicija problema, cilj rada, te opis metoda rada koje su korištene pri njegovom pisanju. Drugo poglavlje rada se bavi temeljnim spoznajama o manifestacijama općenito. Ponajprije je definirana značajnost atrakcija i mjesto manifestacija među njima. Nakon toga su opisana sva glavna obilježja i vrste manifestacija te podatci o sveprisutnijem turizmu manifestacija i njihovim glavnim ciljevima. U trećem poglavlju su detaljnije opisane kulturne manifestacije i glavna obilježja turizma kulturnih manifestacija. Zatim su predstavljene i analizirane odabrane kulturne manifestacije u svijetu i u

Hrvatskoj. Četvrto poglavlje pruža uvid u povezanost kulturnih manifestacija i turizma te njihov međuodnos, kao i ulogu turističkih zajednica u razvoju turizma destinacije kroz korištenje kulturnih događanja. Peto poglavlje rada naglašava ulogu samih kulturnih manifestacija u razvoju turizma destinacije uz središnju pozornost usmjerenu na grad Split i njegove manifestacije. Navedene su odabrane kulturne manifestacije grada Splita i analiziran je njihov značaj za turizam grada. Posljednje šesto poglavlje rada donosi ključne zaključke, popis literature i sažetak rada.

2. MANIFESTACIJE KAO TURISTIČKI ATRAKCIJSKI RESURS

2.1. Definicija atrakcija

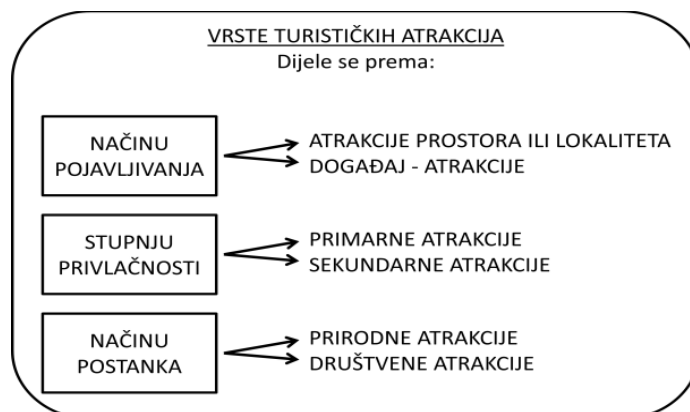
Turističke atrakcije se smatraju najprivlačnijim obilježjem destinacije. Svrstavamo ih među glavne motive samog turističkog putovanja. Predstavljaju temeljni preduvjet za razvoj turizma nekog područja. Privlače ljude iz drugih krajeva da dođu na željenu lokaciju kako bi ih posjetili ili u njima privremeno boravili. Samim time određuju moguće značajke turističke ponude te mogući razvoj pojedinih vrsta turizma u turističkoj lokaciji.

Poznavanje atrakcija određene turističke destinacije ključno je za kreiranje turističkog proizvoda i za razvoj turizma na tom području. Kao što je E.Kušen (2001, p.6.) naveo citirajući C.A.Gunna: „Bez turističkih atrakcija ne bi bilo turizma, ali bez turizma ne bi bilo ni turističkih atrakcija.

Turistička atrakcija mora biti informativno i prometno dostupna posjetiteljima i destinacija za koju je vezana mora imati odgovarajuće smještajne kapacitete. Stoga mora biti uklopljena u turistički proizvod koji nudi određeno područje.

Prema S.Weber i V.Mikačić (2007, p.91.): „Pojam atrakcija obuhvaća vrlo širok pojam, pa se razlikuju one koje se prema važnosti mogu promatrati od lokalne, regionalne ili svjetske važnosti. Budući da se one promatraju s nekoliko gledišta, postoji više kriterija njihove podjele (prilog 1.).

Prilog 1. Vrste turističkih atrakcija



Izvor: Weber, S., Mikačić, V: Osnove turizma, Školska knjida d.d., Zagreb, 2007

Prema načinu pojavljivanja atrakcije se dijele na:

- **ATRAKCIJE PROSTORA ILI LOKALITETA**

Određuju ih obilježja same destinacije kao npr. Alpe, Mediteran, Monte Carlo, Francuska i tako dalje.

- **DOGADAJ – ATRAKCIJE**

U njih svrstavamo raznovrsne manifestacije koje često privlače turiste u destinaciju kao npr. festivali, izložbe, olimpijske igre, međunarodne konferencije i slično.

Prema stupnju privlačnosti postoji podjela na:

- **PRIMARNE ATRAKCIJE**

Sve atrakcije koje stvaraju osnovnu motivaciju za putovanje na određenu destinaciju, smatraju se primarnim atrakcijama. One oblikuju imidž destinacije. Njihov stupanj privlačnosti sam po sebi je velik dovoljno da potakne turističku potražnju. Također se nazivaju i stacionarne atrakcije.

- **SEKUNDARNE ATRAKCIJE**

Nisu ključni razlog odabira turističke destinacije, ali su od velike lokalne važnosti. Turisti ih općenito posjećuju na kraće vrijeme zato što se često nalaze u blizini turističkog odredišta ili na putu do njega te se zbog toga još nazivaju i vizitacijsko – izletničke atrakcije. Jednako su važne kao i primarne koje zbog njih postaju još raznovrsnije i privlačnije.

Prema načinu postanka razlikujemo:

- **PRIRODNE ATRAKCIJE**

- **DRUŠTVENE ATRAKCIJE**

Predstavljajući razne vrste atrakcija i analizirajući ih, S.Weber i V.Mikačić (2007, p.93-97.) ističu kako je bitno posebnu pažnju usmjeriti na prirodne i društvene atrakcije. Prirodne

atrakcije nastale su djelovanjem prirodnih činitelja, bez utjecaja čovjeka. Spadaju među glavne motive turističkih putovanja. Odras su zemljopisne sredine u kojoj su nastale. Iako izravno ne stvaraju dohodak, temelj su cjelokupne turističke ponude u mnogim svjetskim destinacijama. Prema tome, može se reći da one djeluju na dolazak na destinaciju, a da ne potiču na potrošnju. S obzirom na njihovu vrstu, razlikuju se klimatski i hidrografski činitelji te biljni i životinjski svijet koji određuju prirodnu atraktivnost destinacije. U klimatske činitelje spada klima određene turističke destinacije kao jedno od njenih najvažnijih obilježja. Također se ističu insolacija, padaline i temperatura zraka lokacije. Velika važnost očitovana je i u morima, kopnenim vodama, jezerima, ljekovitim izvorima, rijekama i ledenjacima.

Svi navedeni čimbenici svojim raznovrsnim obilježjima potiču razvitak različitih oblika turizma određenog područja te time omogućuju veći razvoj njegova turizma. Primjerice, tako prirodnoj atraktivnosti hrvatskog primorja pridonosi prvenstveno razvedenost hrvatske obale te bogata vegetacija područja.

Društvene atrakcije nastale su djelovanjem čovjeka. Označavaju ukupnost materijalnih i duhovnih vrijednosti koje je stvorio čovjek i važan su sadržaj svakog turističkog proizvoda.¹ Obuhvaćaju velik raspon različitosti i nadopunjuju prirodne atrakcije omogućavajući postizanje većih prihoda od turizma. Najviše su naglašene kod kraćih putovanja. Za razliku od prirodnih, podjednako su stupnja privlačnosti u svim godišnjim dobima. Mnoge kulturne manifestacije upravo se i organiziraju u razdoblju poslije glavne sezone kako bi privukle turiste te time produljile turističku sezonu. Jedna od njihovih specifičnosti je što ih više ima na nekom području imaju veću privlačnu moć. Malen je broj posjetitelja koji će doći na određenu lokaciju zbog jedne isključive atrakcije. To je jedino moguće ako se radi o svjetski poznatoj atrakciji. Područje sa većim brojem društvenih atrakcija manje važnosti i obećavajućeg sadržaja vjerojatno će privući brojnije posjetitelje.² Obuhvaćaju izgrađene atrakcije, ustanove i priredbe i slično. Među izgrađene atrakcije ubrajamo kulturno-povijesne spomenike, urbane cjeline, pojedine objekte te umjetnička djela. Potječu iz svih razdoblja ljudske povijesti. Često predstavljaju lokalnu turističku atrakciju koja ima dobro očuvane

urbane cjeline od velike kulturne i turističke vrijednosti S.Weber i V.Mikačić (2007, p.98.-107.).

Tijekom vremena, dolazi do mijenjanja interesa turista te su tako pojedine atrakcije kroz prošlost gubile ili dobivale na važnosti, a došlo je i do nastanka novih atrakcija. Posljednjih godina, uz klasične prirodne i društvene, dolazi do razvitka izgrađenih atrakcija poput zabavnih i tematskih parkova koji sve više dobivaju na popularnosti i važnosti.

2.2. Obilježja i vrste manifestacija

Prema S.Pivčević (2016./2017., p.7.) „naziv „manifestacije" (događanja) odnosi se 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 ciljevi." Povijest manifestacija seže u daleku prošlost te se veže direktno uz razvitak čovječanstva. Isprva su se mogle uočiti kod prvih organiziranih plemenskih ljudskih zajednica koje su prenosile njihove priče i pjesme na sve sljedeće generacije kroz organizaciju raznih svečanosti. Budući da je čovjek prije svega društveno biće, nije neobično što se ova čovjekova potreba za druženjem, zabavljanjem i međusobnim povezivanjem nastavila i do suvremenog doba. U današnje vrijeme, moguće je primijetiti znatni napredak i razvitak samih manifestacija koje postaju sve kreativnije i prisutnije u svakodnevnom životu, kao i sve veće isticanje njihove suvremene važnosti. Opstanak i razvoj manifestacija uvelike je vezan za njihovo praćenje napretka, prvenstveno ekonomskog i društvenog, te su stoga podložne nezaustavljivom nastanku novih vrsta, oblika i obujma manifestacija.

Postoji još veliki broj različitih pogleda na definiranje manifestacija, njihovih uloga i glavnih obilježja. G.Bowdin et al. (2006.,p.14.) navode da se sam izraz „manifestacije" koristi za „opisivanje posebnih rituala, prezentacija, predstava ili proslava koje su svjesno planirane i stvorene za obilježavanje posebnih prigoda i/ili za postizanje određenih društvenih, kulturnih ili korporativnih ciljeva. Ovi događaji mogu uključivati nacionalne dane i proslave, važne građanske događaje i prigode, jedinstvene kulturne nastupe, glavna sportska događanja, korporativne funkcije, trgovinske promocije i lansiranja proizvoda."

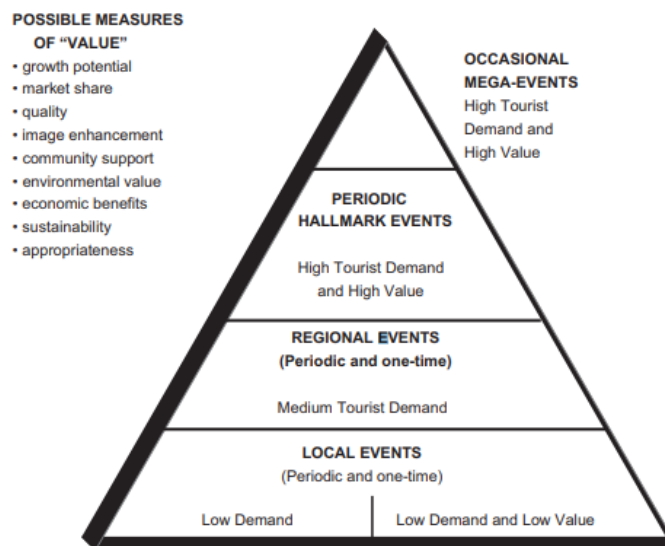
Kada je riječ o podjeli manifestacija na posebne vrste, one se grupiraju prema dva određena kriterija; s obzirom na njihovu veličinu te s obzirom na sadržaj manifestacije. Prema tome, razlikujemo tipologiju manifestacija s obzirom na veličinu i manifestacije s obzirom na sadržaj.

Tipologija manifestacija s obzirom na veličinu od velikog je značaja u kontekstu događanja i turizma događaja/manifestacija. Određena je na temelju nekoliko kriterija kao što su potencijal rasta događaja, kvaliteta događaja, koje bi se ekološke i ekonomske koristi mogle ostvariti uz njega i koliko je događaj prikladan s obzirom na odredište u kojem je planirano da se provodi.

D.Getz(2007.) je podijelio manifestacije u 4 osnovne vrste (prilog 2.):

- lokalni događaji
- regionalni događaji
- periodični značajni događaji
- mega događaji.

Prilog 2. Tipologija manifestacija s obzirom na veličinu



Izvor: D. Getz; Event tourism: Definition, evolution, and research, 2007.

(https://elearning.unisalento.it/pluginfile.php/17508/mod_resource/content/1/M2.%20Event%20tourism.pdf , 10.6.2023.)

- Lokalni događaji

Nazivaju se i događaji lokalne zajednice budući da su za nju najviše vezani. To su periodični i jednokratni događaji koji zapravo uglavnom ne privlače međunarodne posjetitelje ili nemaju nikakvu međunarodnu medijsku pokrivenost. Prvenstveno privlače lokalno stanovništvo i izravno doprinose gradu ili mjestu u kojem se održavaju. Primjerice, u Hrvatskoj bi se kao lokalni događaj smatrala Sinjska Alka. Riječ je o tradicionalnom viteškom turniru koji se održava svake prve nedjelje u mjesecu kolovozu još od 1715. godine; u gradu Sinju, u blizini Splita. Ovaj događaj, kao i svi njemu slični, je pod lokalnim upravljanjem te je njegov razmjer učinaka relativno mal i ograničen na uži prostor gdje se događaj održava.

- *Regionalni događaji*

Regionalni događaji također privlače prvenstveno domaće posjetitelje, iako mogu privući i manji broj međunarodnih posjetitelja te međunarodnu medijsku pokrivenost. Njihovi učinci su prvenstveno regionalni. Imaju za cilj povećanje zanimanja turista za određenu regiju. Primjer regionalnog događaja u Hrvatskoj bi bio splitski polumaraton koji privlači brojne domaće, ali i strane posjetitelje. Na taj način doprinosi promociji grada i njegove okolne regije, uz donošenje značajne financijske dobiti.

- *Značajni događaji*

Ovi događaji su od velikog zanimanja za zajednicu te privlače veliki broj raznovrsnih posjetitelja. Ponajprije su fokusirani na društvene, kulturne i tradicionalne događaje. Glavna razlika između značajnih i mega događaja je njihov broj posjetitelja. Značajna manifestacija je prilično velika, ali većinu posjetitelja čine domaći turisti. Ovaj tip manifestacija uključuje neke kulturne i tradicijske događaje destinacije i čine važan dio imidža i brendiranja određenih destinacija. Zagrebački advent bio bi jedan od istaknutijih primjera hrvatskog značajnog događaja.

- *Mega događaji*

Nasuprot značajnim događajima, mega događaji su znatno veći od svih drugih događanja. Održavaju se u posebnim prigodama, usmjereni su međunarodnom tržištu i prvenstveno ih organiziraju vlasti zemalja domaćina. Zbog velike medijske pokrivenosti, očekuje se njihov značajni utjecaj na gospodarstvo, turizam i infrastrukturu određene zemlje u cjelini. Najbolji primjer za takve događaje u Hrvatskoj bio bi Ultra Music Festival u Splitu zbog svog velikog utjecaja na gospodarstvo i turizam samog grada, zatim regije, a naposljetku i cijele države.

Manifestacije s obzirom na sadržaj predstavljaju sve vrste planiranih događaja ovisno o njihovoj interakciji među okruženjem, ljudima te uključujući elemente dizajna i program događaja. Neki su namijenjeni javnim proslavama, dok su drugi namijenjeni natjecanju, zabavi, uživanju, druženju ili pak poslu. Često zahtijevaju objekte/prostore posebno namijenjene njihovoj svrsi. Upravitelji tih objekata (kao što su kongresni centri i sportske arene) ciljaju na specifične vrste događaja.

S obzirom na navedeno, razlikuju se sljedeće vrste manifestacija s obzirom na sadržaj:

- kulturne manifestacije
- rekreacijski događaji
 - sportski događaji
 - privatni događaji
- edukacijski događaji
- politički događaji
- zabavni događaji
- poslovni događaji
- vjerski događaji.

Prilog 3. prikazuje detaljniju podjelu ovih vrsta manifestacija. Razlike među svakom od ovih vrsta su jasne. Kulturne manifestacije poput raznih festivala usmjerene su prema kulturnim aspektima događaja, dok su zabavni događaji najviše organizirani u svrhu zabavljanja šire javnosti. Rekreacijski događaji su uglavnom amaterskog karaktera, a sportski događaji su najpoznatiji u svojoj formi profesionalnih natjecanja. Privatni događaji poput vjenčanja i drugih posebnih prigoda za druženje i zabavu imaju drugačije motive od poslovnih događaja koji su usmjereni

zaposlenicima te direktno vezani za njihov posao. Također, razlikuju se i edukacijski događaji koji za glavni cilj imaju učiniti obrazovanje i učenje o određenoj temi zabavnim i zanimljivim. Završno, ističu se politički događaji čiji su glavni motivi povezivanje i komunikacija političkih aktera te vjerski događaji u obliku hodočašća.

Prilog 3. Manifestacije s obzirom na sadržaj



Izvor: izrada autora u PowerPointu na temelju D.Getz, Event Tourism: Definition, evolution, and research (2007.)

2.3. Glavni ciljevi manifestacija

Kada je riječ o ciljevima manifestacija, postoje brojni načini kojima se destinacije koriste za poboljšanje i unapređenje svoje turističke ponude. Kao glavni ciljevi manifestacija mogu se istaknuti:

- raznolikost ponude
- dodatna potražnja
- proširenje turističke sezone
- povećana konkurentnost destinacije
- inovacije
- kreiranje prikladnog imidža
- privlačenje domaćih i stranih posjetitelja.

Raznolikost ponude je vrijedna prednost koja može pomoći u isticanju od ostalih konkurenata na turističkom tržištu. Kroz kreiranje što raznovrsnijeg kataloga događanja, veće su mogućnosti za zadovoljenje potreba šireg spektra potencijalnih posjetitelja, što bi stvorilo i dodatnu prednost naspram konkurentnih destinacija. Moguće je da se destinacija odluči za isticanje jedne glavne manifestacije kojom bi mogla izgraditi i stvoriti vlastiti brand, no postojanje dodatnih manifestacija prilagođenih različitim potrebama mogućih posjetitelja osigurava se mogućnost stvaranja dodatne potražnje i kontinuirano razvijanje destinacije. Dodatna potražnja privučena posebnostima i raznorodom događanja u destinaciji posljedično bi mogla potaknuti ekspanziju tradicionalne turističke sezone i kreiranje ravnomjernijeg rasporeda aktivnosti tijekom cijele godine. To bi pomoglo i u smanjivanju negativnih utjecaja turizma u vidu masovnog turizma koji je sve prisutniji u velikom broju destinacija. Sve od navedenog dovodi do krajnjeg povećanja konkurentnosti i stvaranja pozitivnijeg imidža na tržištu. Kreiranjem prikladnog imidža, destinacija si može osigurati prikladno pozicioniranje na željenom dijelu tržišta. Zbog visoke razine konkurencije u ovom području poslovanja, događaji bi trebali biti što inovativniji i kreativniji. Uz praćenje određenih tržišnih trendova, generiranje do sada nepoznatih inovativnih ideja o razvijanju određenih manifestacija pružilo bi mogućnost kreiranja jedinstvenog imidža destinacije koji bi se isticao među konkurencijom. Nadalje, potrebno je usredotočiti se na želje i potrebe samih posjetitelja, kako stranih tako i domaćih, s glavnim ciljem prilagođavanja i kreiranja prema njihovim zahtjevima. Na taj način bi se već osiguralo kretanje u pravom smjeru, uz prave motivacijske pokretače prema ostvarivanju krajnjih ciljeva privlačenja velikog broja posjetitelja u ravnomjernom omjeru tijekom cijele godine eliminirajući negativne učinke sezonalnosti turizma.

3. POJAM I SADRŽAJ KULTURNIH MANIFESTACIJA

3.1. Općenito o kulturnim manifestacijama

Kulturne manifestacije važan su dio kulturnih atrakcija određene destinacije zato što predstavljaju jezgru turističkog iskustva posjetitelja, često su razlog turističkih putovanja te čine glavnu turističku ponudu i atraktivni element lokacije. Razvitak kulturnih događanja u turističkoj destinaciji vrlo je bitan posebice ukoliko lokacija pruža malo razloga za ponovni posjet. To je moguće izbjeći tako da se okviru turističke sezone, a posebice izvan nje, organiziraju razna događanja. Takva događanja će inicirati posjetu, potaknuti ponovni dolazak ili pak potaknuti goste da produže svoj boravak u određenoj destinaciji upravo zbog prisustvovanja nekoj manifestaciji. Kako bi kulturna događanja uspjela u svojoj namjeni i privukla dodatne posjetitelje, potrebno je učiniti ih spektakularnima. U moru brojnih događanja moraju se na neki način isticati svojom različitosti i posebnosti.

U današnje vrijeme turisti osim osnovnih elemenata ponude određene lokacije kao što su more, sunce i kupanje žele osjetiti lokalni ugođaj i atmosferu mjesta u kojem borave. Dakle, cilj suvremenog turističkog putovanja nije samo odmor, već i iskustvo doživljaja. Pri tome, veliki utjecaj imaju upravo kulturna događanja. Da bi se goste dulje zadržalo u destinaciji, a i kako bi imali gdje potrošiti novac, potrebno je stvarati i obogatiti sadržajima ponudu kakvu današnji turisti traže, ponudu koja podrazumijeva „doživljaje za pamćenje“ kod turista (M.Dadić, 2014.).

3.2. Turizam kulturnih manifestacija

Turizam manifestacija je postao istaknuta tržišna niša, s brojnim pozitivnim učincima, ali i potencijalnim opasnostima. Otvaranje novih radnih mjesta izvan sezone jedna je od naglašenih prednosti, no nerijetko su u pitanju jednokratni poslovi koji su uz to i loše plaćeni. Dodatan turistički prihod od ovih manifestacija često ne ostaje lokalnom stanovništvu, već pripada velikim korporacijama koje su zadužene za organizaciju ovih događaja. Organiziranjem manifestacija u čast tradicije i običaja omogućava širenje svijesti o važnosti lokalnog identiteta među zajednicom i njenim širim okruženjem. Međutim, kultura i tradicija se mogu i mijenjati, ili pak nestajati, upravo

zbog stranih utjecaja. Ostvarenje dodatnog prihoda može se koristiti u svrhu zaštite prirodnog krajolika ili izgradnje nove infrastrukture koja bi pogodovala turistima, ali i samoj lokalnoj zajednici. Negativni učinci u obliku prenapučenosti i prometnih gužvi te neizbježan rast cijena svakako stvaraju ozbiljne probleme, no u pogledu na cjelokupni doprinos manifestacija prema turizmu potrebno je prije svega uočiti važnost širenja interesa za lokalnu kulturu i običaje određene destinacije. Kako bi se ublažili i eliminirali negativni, a sve više istaknuli i razvijali pozitivni učinci, potrebno je na organiziran način planirati manifestacije te na pametan način upravljati istima.

Turizam kulturnih manifestacija predmet je istraživanja i radova koji su vezani prvenstveno za kulturni turizam. Stoga, u radovima o kulturnom turizmu poput: *Cultural events as part of cultural tourism development* (I.Blešić et al, 2012) i *The role of events in tourism development* (S.Oklobdžija, 2015.) moguće je pronaći podatke istraživanja o kulturnim manifestacijama u kontekstu marketinga destinacija, urbanog razvoja destinacija, turizma te sve više društvenih utjecaja i promjena uzrokovanih istim. U turizmu kulturnih manifestacija najviše se ističu festivalske manifestacije koje su nerijetko masovnog karaktera te priredbe koje karakteriziraju klasične teme specifične za destinaciju u kojoj se odvijaju. Obično je riječ o ritualnim proslavama, svečanostima, karnevalima i hodočašćima koji se često fokusiraju na interakcijama među samim domaćinima i gostima kojima se na taj način nastoji približiti kultura dotičnog mjesta.

Kod turizma kulturnih manifestacija, najviše se ističu veliki festivali i koncerti koji uglavnom nisu povezani s kulturom destinacije već su kreirani na način da privlače veliku masu ljudi direktno zbog koristi za glavne organizatore, a da pritom ne daju nikakvu važnosti lokalnim potrebama i utjecajima na lokalno stanovništvo i kulturu. Takozvana „festivalizacija“ je postala jedan od glavnih problema u kulturnim studijama (E.Webster i G.McKay, 2016.). Općenito izražena u negativnom smislu, „festivalizacija“ nema precizno značenje, ali se autori općenito pozivaju na festivalizaciju urbane politike i prostora, posljedični gubitak autentičnosti i pretjerano naglašavanje turističke potražnje u odnosu na potrebe stanovnika i koristi. S pozitivne strane, ako su ove manifestacije kreirane na prikladan i smislen način, one mogu utjecati na očuvanje tradicije, izgradnju grupnog identiteta, isticanje lokalnih kulturnih i subkulturnih skupina, stvaranje društvenog i kulturnog kapitala te stvaranje dodatne vrijednosti u vidu uspostavljanja identiteta mjesta i građanskog ponosa.

Pri detaljnijem izučavanju motivacija vezanih za kulturne manifestacije u turizmu, došlo se do zaključka da postoje generičke, osnovne motivacije koje su pokretni čimbenici za potencijalne posjetitelje kulturnih manifestacija. Istraživanje zbog znatiželje i bijeg od stvarnosti su uvelike potvrđeni kao objašnjenje glavnih motivacija kulturnog turizma mnogih studija. Bijeg od stvarnosti vodi ljude prema kulturnim događajima zbog generičkih dobrobiti zabave i razonode, druženja, učenja i slično. Iako je svima socijalizacija temeljni razlog prisustvovanja kulturnim manifestacijama, razlozi se razlikuju ovisno o prirodi određenih manifestacija. Razlozi specifični za događaj ili ciljne koristi od događaja povezani su s posebnosti ili jedinstvenosti svakog događaja.

3.3. Kulturne manifestacije u svijetu

Diljem svijeta tijekom cijele godine održavaju se različiti kulturni događaji, neki potaknuti tradicijom koji se održavaju već duži niz godina, a neki u svrhu razvoja turizma. Među nekim najpoznatijim događanjima ističu se: Karneval u Brazilu, Ultra Music Festival Miami, Mardi Gras u New Orleansu, Toronto International Film Festival, Glastonbury Festival, Oktoberfest, Coachella te brojni drugi. Kako bi se pobliže analizirali utjecaji različitih kulturnih manifestacija u svijetu na njihove određene destinacije, predstavljene su istaknute činjenice o sljedećim odabranim manifestacijama: brazilskom Karnevalu i Glastonbury festivalu.

Karneval koji se održava u više brazilskih gradova, na najpoznatiji je onaj u Rio de Janeiru, jedan od najvećih i najspektakularnijih festivala na svijetu. Više stotina tisuća ljudi putuje svake godine u ovu destinaciju kako bi sudjelovali na ovoj manifestaciji. Održava se svake godine već više od 200 godina za redom, a zbog njegove iznimne popularnosti i važnosti za Rio de Janeiro i cijelu državu Brazila proglašen je desetodnevni praznikom koji je stekao ogromnu popularnost diljem svijeta te postao jedan od ikoničnih zaštitnih znakova ove destinacije. Glavni pokazatelj prave važnosti brazilskog karnevala su statistički podatci koji svake godine bilježe rast turističkih dolazaka i potrošnje upravo u vrijeme održavanja ovog događanja. Prema procjenama brazilskog Ministarstva turizma, karneval je 2023. godine privukao otprilike 46 milijuna domaćih i stranih posjetitelja te je registrirano oko 1,5 milijardi eura turističke potrošnje (<https://www.statista.com/statistics/1098288/attendance-carnival-brazil-city/>).

Glastonbury je glazbeni festival na otvorenom koji se održava u Velikoj Britaniji. Najveći je britanski festivalski događaj na kojem svake godine prisustvuje oko 200 000 posjetitelja (G.McKay,, E.Webster, 2016). Ova manifestacija je bila jedna od prvih svoje vrste koja se prvi put održala 1970. godine. Na samim počecima, ulaznice su bile vrlo jeftine i događaj je bio pristupačan za većinu ljudi što je pomoglo u omasovljenju njegove popularnosti te promicanju festivala kao jednog od najzanimljivijih i najprimamljivijih događaja u Velikoj Britaniji. S vremenom, njegova popularnost i dalje raste, ali istovremeno je došlo i do prilagodbe cijene ulaznica koje su sada znatno poskupile u odnosu na same početke. S obzirom na veliki interes svjetske javnosti za ovaj događaj, logično je da se na njemu nastoji što više kapitalizirati, no pitanje je hoće li nezaustavljivi rast cijena u budućnosti utjecati na daljnji razvoj i popularnost manifestacije. Prema posljednjim podacima, Glastonbury festival je 2023. godine privukao standardnu brojku od preko 200 000 posjetitelja te se čini kako porast cijena još uvijek ne utječe značajno negativno na njegove rezultate. Ta činjenica može biti dokaz kako se ovaj događaj na pravilan i pravovremen način razvijao te se nastavlja razvijati u pravom smjeru u kojem još uvijek stvara osjetne ekonomske prednosti za svoju destinaciju. Također, ovaj događaj je primjer pravilnog kretanja prema politici održive ekonomije zbog implementiranja svoje zelene politike kako bi se smanjili negativni utjecaji na društvo i okoliš.

Kada je riječ o pravilnom korištenju prednosti koje kulturne manifestacije mogu osigurati destinacijama u kojima se održavaju, potrebno je istaknuti primjer Novog Zelanda kao zemlje koja pokušava pametno planirati svoje događaje sa svojom jedinstvenom strategijom velikih kulturnih događaja. Njihova vlada radi u partnerstvu sa Sektorom događanja kako bi podržala rastući ugled Novog Zelanda kao atraktivne destinacije za velike događaje od globalnog značaja. Sa svojim glavnim prioritetima privlačenja, zadržavanja, rasta i poboljšanja korištenja velikih događaja, Novi Zeland na iznimno dobro organiziran način stvara mnoge ekonomske, društvene i kulturne koristi od kulturnih manifestacija za svoju zemlju.

3.4. Kulturne manifestacije u Hrvatskoj

Zahvaljujući raznolikosti hrvatskog podneblja, ponuda kulturnih događanja Hrvatske je također primjetno raznovrsna. Ona uključuje razne glazbene, povijesne i umjetničke događaje koji doprinose našoj kulturi i razvoju njenog turizma. Neka od najpoznatijih kulturnih događanja u Hrvatskoj su: Dani Dioklecijana u Splitu, Dubrovačke ljetne igre, Sinjska alka,

Međunarodna smotra folklora, Makarsko kulturno ljeto, Noć muzeja, Ultra Music Festival Split, Motovun Film Festival i brojni drugi. U Hrvatskoj je moguće primijetiti kako je pri razvoju novih događanja najveća pažnja pridana tematskim događajima te događajima manjeg opsega vezanih za lokalnu zajednicu. Tako se primjerice ističu Varaždinske barokne večeri, Zagreb Film Festival, Špancirfest, Đakovački vezovi i slično. Organizacijom ovakvih manifestacija ukazuje se na raznovrsne mogućnosti, invenciju i kreativnost pojedinih osoba i zajednica koje su važan dio svoga identiteta stekle i vezale upravo uz ovaj način djelovanja i njegovanja svoje tradicije diljem prostora Republike Hrvatske (J.Knešaurek, H.Carić, 2018., p.14.). Za primjer i pobližu analizu kulturnih manifestacija u Hrvatskoj fokus je stavljen na sljedeće manifestacije: Hrvatski festival jednogminutnih filmova i Jazz festival na Lastovu.

Hrvatski festival jednogminutnih filmova ove je godine proslavio 25. obljetnicu postojanja. Odvija se u Požegi, u srcu Zlatne doline i okuplja ljubitelje kratke forme. Festival je, uz Pulski, najstariji festival u Hrvatskoj koji u kontinuitetu postoji još od 1993. godine. Međunarodnog je karaktera, kakav je i žiri koji ga prati, a u službenoj konkurenciji 2017. godine prikazano je čak 60 filmova. Na dosadašnjih 19 festivala prijavljeno je oko 4000 filmskih i video ostvarenja iz ukupno 64 zemlje. Ovaj inovativni koncept prepoznale su institucije i sponzori, a osim uživanja u filmovima, u sinergiji s lokalnom turističkom zajednicom, festival nudi i bolje upoznavanje predivnog požeškog kraja (J.Knešaurek, H.Carić, 2018., p.31.).

Jazz festival na Lastovu potvrdio je popularnost jazzu u najširem smislu riječi, kao vrlo važnog kulturnog proizvoda koji može biti podjednako zanimljiv lokalnom stanovništvu, ali i turistima. Danas je moguće pronaći rastuće mikro jazz festivale koji se organiziraju po cijeloj Hrvatskoj. Jedan od najboljih njihovih primjera je upravo festival na Lastovu kojeg posjeti i do 2000 ljudi na dan, a usmjeren je prije svega na lokalne glazbenike. Koncertima, koji su glavni cilj posjeta otoku Lastovu, destinacija se profilira izvan, često s pravom kritiziranog, sunce-more koncepta (J.Knešaurek, H.Carić, 2018., p.53.).

4. KULTURNE MANIFESTACIJE I TURIZAM

4.1. Elementi uspješnosti kulturnih manifestacija u funkciji turizma

Kulturne manifestacije svoju važnost u turizmu predstavljaju u njihovim funkcijama koje doprinose poboljšanju brenda i imidža određene destinacije, povećanju sveukupnog zadovoljstva

posjetitelja destinacije, privlačenju specifično ciljanih tržišta ili skupina turista, ublažavanju posljedica sezonalnosti i prevelike koncentriranosti ponude na sami vrhunac sezone te povećanju turističke potrošnje posjetitelja u destinaciji. Iako postoje brojni primjeri svjetski poznatih kulturnih manifestacija i njihovih pozitivnih utjecaja na dotična odredišta, njihovi pozitivni utjecaji na lokalne ekonomije i dobrobiti lokalne zajednice su i dalje nedovoljno istraženi. Stoga je česta situacija da zbog nedovoljne podrške institucija većina događaja se organizira s ograničenim uspjehom i vijekom trajanja. Uz neupitnu ulogu kulturnih manifestacija u unapređenju kvalitete imidža i atraktivnosti destinacije, jedna od njihovih najznačajnijih funkcija je mogućnost doprinosa financijskom prosperitetu lokalne zajednice.

Prema J.Knešaurek i H.Carić (2018., p.18.), financijski doprinos događaja ovisi o različitim faktorima:

- razini preklapanja s postojećom ili mogućom lokalnom ponudom proizvoda i usluga (suveniri, ugostiteljstvo, smještaj, muzeji, vođene ture, itd.);
- mogućnosti korištenja postojeće infrastrukture (npr. trgovi i glavne, široke ulice, sportska infrastruktura na otvorenom, atraktivni muzejski prostori, atriji ili reprezentativni saloni zgrada u javnom vlasništvu (npr. knjižnice, školske i fakultetske dvorane);
- kompatibilnosti s aktivnostima drugih sektora (udruge i amaterske skupine iz područja folklor, kazališne umjetnosti, radionica rukotvorina, izvođači popularne, tradicionalne i klasične glazbe koji žive na tom području).

Prilikom planiranja, organiziranja i provođenja manifestacija, turistički profesionalci bi trebali surađivati s profesionalcima iz produkcije u kulturi te na taj način osigurati kvalitetu i održivost kulturne manifestacije. Angažiranjem stručnjaka iz određenih područja kulture i ostvarivanje međunarodnih suradnji dovelo bi do povećane prisutnosti u različitim vrstama medija ovisno o ciljnoj publici i temi manifestacije. Zatim, potrebno je jačati suradnju s poslovnim sektorom te definirati i pratiti pokazatelje uspješnosti, financijske i ljudske troškove i financijske i društvene koristi. Kod kvalitetnog korištenja kulturnih manifestacija u svrhu razvoja turizma lokalnih zajednica gdje se događaji održavaju, važno je istaknuti potrebite elemente manifestacija koji pomažu u kontekstu osiguravanja uspješnosti kulturnih manifestacija. Jasno definirana tema događaja potiče jedinstveno isticanje među konkurencijama i isticanje prednosti te dodatnih

kvaliteta naspram konkurencije. Interdisciplinarnost događaja umrežavanjem različitih disciplina poput filma i hrane, glazbe i plesa, arheologije i likovne umjetnosti i slično, omogućava stvaranje dodatnih vrijednosti potrebnih za uspješan plasman na ciljanom tržištu. Stvaranje koncepta polivalentnosti manifestacije koristeći se već postojećim ljudskim, materijalnim, infrastrukturnim i drugim resursima također može biti od velike važnosti za daljnji razvoj manifestacija. Na kraju, vjerojatno najbitnija je činjenica da mora postojati prisutnost lokalne potpore i entuzijazma bez koje ne bi bilo moguće osigurati kvalitetan i održiv razvoj događanja u budućnosti.

Na osnovu svega navedenog, J.Knešaurek i H.Carić (2018., p.26.) zaključuju da su sljedeći elementi uspješnosti važni za kulturne manifestacije koje neposredno ili posredno doprinose turizmu i lokalnoj ekonomiji:

- kvaliteta
- jedinstvenost
- inovativnost
- kontinuitet
- vidljivost.

4.2. Djelovanje turističke zajednice na razvoj turizma kroz popularizaciju kulturnih manifestacija

Kako bi se omogućila dobrobit i zadovoljstvo svih posjetitelja – turista, potrebno je obratiti posebnu pozornost na sam destinacijski menadžment, odnosno kvalitetno upravljanje destinacijom. Na primjeru Republike Hrvatske, ovim elementom se bave i posebno specijaliziraju Turističke zajednice koje se brinu o definiranjima programa manifestacija vodeći se logikom podržavanja događaja na način da angažiraju turističke profesionalce, analiziraju doprinos imidžu destinacije i kompatibilnost manifestacija s postojećom turističkom ponudom, analiziraju doprinos povećanju potrošnje i doprinos predsezoni, međunarodni značaj događaja, brojnost posjetitelja, fokusiranje na ciljne skupine, prikaz lokalnih vrijednosti i baštine te rasterećenje najzagušenijih odredišta ponudom na alternativnim lokacijama ((J.Knešaurek, H.Carić, 2018., p.24.). Za kvalitetniji prikaz specifičnosti djelovanja Turističkih zajednica na popularizaciju kulturnih manifestacija te za potrebe ovog rada, pobliže će se definirati rad i doprinos Turističke zajednice grada Splita [TZ grada Splita].

Jedna od najvažnijih aktivnosti TZ grada Splita odnosi se na razvitak kulturnih događanja koji će potaknuti veću zanimaciju kod potencijalnih posjetitelja i njihovu želju za što dužim boravkom u gradu. U današnje vrijeme prisutna je velika konkurencija na turističkom tržištu, posebice za grad kao što je Split. Svojom veličinom sigurno ne može parirati turističkim gigantima kao što su: Barcelona, Pariz, London i ostale glavne turističke destinacije u Europi i svijetu, no, moguće je povećati konkurentnost jedinstvenim, zanimljivijim i raznovrsnijim turističkim sadržajem. Stoga je vrlo važan utjecaj Turističke zajednice na razvitak, što bolje i raznovrsnije ponude različitih kulturnih događanja u gradu. Ta događanja će, uz privlačnu povijesnu baštinu i prirodne ljepote Splita, pridonijeti većoj zainteresiranosti potencijalnih posjetitelja koji su u potrazi za nečim novim i jedinstvenim.

U posljednjih nekoliko godina, svjedočimo sve većem broju novih, inovativnih kulturnih događanja u Splitu kao što su: Adriatic Gastro Show, Ultra Music Festival, Dani klasične gitare, Tjedan restorana, Marulićevi dani, Festival Vino Dalmacije, Dani kršćanske kulture, Advent u Splitu ... Svaki od ovih događaja poseban je na svoj način i usmjeren određenom tipu gostiju (zaljubljenici u glazbu, hranu i piće, kazalište, povijest,...). Uz što raznovrsniju ponudu događaja, moguće je privući značajno brojniju količinu gostiju. Nastojanjem organiziranja što većeg broja takvih događanja kroz cijelu godinu, moguće je potaknuti i razvitak turizma izvan sezone, što predstavlja vrlo bitan aspekt na koji se treba što više fokusirati jer bi njegovo realiziranje imalo iznimno pozitivan utjecaj na razvitak turizma grada Splita te samim time i Republike Hrvatske. Uz organizaciju manifestacija koje privlače nove i brojnije goste, TZ grada Splita organizira i drugačije manifestacije poput Dana poslova u turizmu, Croatia Boat Show, itd.

Pri analiziranju djelovanja turističkih zajednica na rast i razvoj kulturnih manifestacija, posebnu pažnju potrebno je usmjeriti na sami financijski plan TZ-a te u kojim omjerima i na koje sve načine one financijski sudjeluju u organizaciji manifestacija. Prema Programu rada Turističke zajednice grada Splita za 2023 godinu, priložene su tablice vezane za financijski plan TZ iz navedenog dokumenta. Tablica 1. prikazuje prihode u eurima kojima TZ raspolaže te koje su raspodijelili prema planiranim aktivnostima financiranja.

Tablica 1. Prihodi TZ grada Splita 2023. godine

	PRIHODI	Plan 2023.	Replan 2022.	Indeks	udio %
1.	Izvorni prihodi	1.953.295	1.764.272	111	75,79
	1.1. Turistička pristojba	1.194.505	1.004.711	119	46,35
	1.2. Članarina	758.790	759.561	100	29,44
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	477.802	199.084	240	18,54
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	3.982	3.982	100	0,15
4.	Prihodi iz EU fondova	53.089	11.945	444	2,06
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	9.291	9.291	100	0,36
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	79.633	384.896	21	3,09
7.	Ostali prihodi	133	133	100	0,01
	SVEUKUPNO	2.577.225	2.373.603	109	100,00

Izvor: preuzeto iz dokumenta TZ grada Splita „Program rada Turističke zajednice grada Splita za 2023 godinu“, dostupno na: <https://visitsplit.com/clients/1/downloads/23ejy8jzr9c1wj.pdf?lang=hr> , pristupljeno 13.7.2023.

U tablici 2. dostupan je pregled aktivnosti koje su podijeljene na: istraživanje i strateško planiranje, razvoj turističkog proizvoda, komunikacija i oglašavanje, destinacijski menadžment, članstvo u strukovnim organizacijama i administrativni poslovi. Pod aktivnošću „razvoj turističkog proizvoda“ nalazi se i „podrška razvoju turističkih događanja“. Prema njemu je određeno da će se u turistička događanja i manifestacije financijski uložiti iznos od 865.353€ koji će biti raspoređeni na 23 različite manifestacije.

Tablica 2. Plan aktivnosti i financiranja TZ grada Splita za 2023. godinu

		AKTIVNOSTI	Plan 2023.	Replan 2022.	Indeks	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	40.812	31.853	128	1,58
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	38.158	19.908	-	1,48
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0	9.291	-	0,00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	2.654	2.654	100	0,10
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.031.256	1.105.581	93	40,01
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda (IQM Destination)	19.908	19.909	100	0,77
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	0	1.327	-	0,00
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	865.353	938.350	92	33,58
	2.4.	Podrška turističkoj industriji	145.995	145.995	100	5,66
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	964.895	741.921	130	37,44
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	96.622	27.872	-	3,75
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	132.723	126.087	-	5,15
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	39.817	26.545	-	1,54
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	99.542	66.361	-	3,86
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	13.272	13.272	100	0,51
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	53.089	39.817	133	2,06
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	106.178	66.361	160	4,12
	3.8.	Internetske stranice	26.545	13.272	200	1,03
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	39.817	26.545	150	1,54
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	357.290	335.789	106	13,86
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	208.375	162.361	128	8,09
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	17.254	13.272	130	0,67

Izvor: Splita „Program rada Turističke zajednice grada Splita za 2023 godinu“

Tablica 3. prikazuje vremenski okvir financiranja svih planiranih manifestacija za 2023. godinu. Razvodno je da od ukupnog broja manifestacija, njih 18 se odnosi na kulturne manifestacije za koje je TZ predvidjela sufinanciranje u iznosu od 775.281 od ukupno predviđenih 825.716 kn, odnosno 94% (iznosi su iskazani u kunama budući je plan nastao prije službenog prelaska na EURO-).

Tablica 3. Raspodjela iznosa financiranja po manifestacijama i razdoblje realizacije

MANIFESTACIJA	IZNOS FINANCIRANJA (u €)	RAZDOBLJE REALIZACIJE
Sudamja	66. 361	Svibanj
Splitski maraton	39. 817	Veljača
Štorije Dioklecijana	26. 545	Listopad
Koncerti	109. 359	Listopad
Advent	199. 084	Siječanj
Splitsko ljeto	13. 272	Kolovoz
Smjena straža	39. 817	Srpanj/Kolovoz
Splitski festival	132. 723	Srpanj

Mali Split	13. 272	Kolovoz
Štorije o' Spize	39. 817	Studeni
Uskrs	13. 272	Travanj
Ultra Music Festival	13. 272	Srpanj
Smotra klapa	2. 654	Studeni
Slatinsko ljeto	13. 272	Studeni
Fešta Sv. Lovre	15. 927	Rujan
Praznik cvijeća	26. 545	Listopad
Međunarodni šahovski turnir	6. 636	Prosinac
ATP teniski turnir	6. 636	Prosinac
Krnjeval	13. 272	Prosinac
Pričigin	6. 636	Prosinac
Izložba pasa	3. 982	Srpanj
Festival mediteranskog filma	6. 636	Srpanj
Cili svit u Split	26. 545	Prosinac

Izvor: izrada autora prema podacima dostupnim u dokumentu „Program rada Turističke zajednice grada

Splita za 2023 godinu"

5. ULOGA KULTURNIH MANIFESTACIJA U RAZVOJU TURIZMA u SPLITU

5.1. Općenito o Splitu

Split je sa svojih 162 873 stanovnika drugi grad po veličini u Republici Hrvatskoj nakon glavnog grada Zagreba. Administrativno je središte Splitskodalmatinske županije te je najveći grad na hrvatskoj obali Jadrana. Samim time, zbog svoje veličine i svog položaja predstavlja važno gospodarsko, prometno, kulturno, vjersko, znanstveno, sportsko i turističko središte.

Po pitanju povijesti grada Splita, najstariji dokazi čovjekove prisutnosti datiraju još iz doba paleolitika, po čemu se može zaključiti da je ovo područje bilo naseljeno već oko 50 000 godina prije Krista. U doba eneolitika javljaju se prva naselja na zidinama o kojem svjedoče zlatni predmeti pronađeni na Gričama. Značajniji dokazi o naseljenosti potječu iz brončanog i željeznog doba kada je ovaj prostor bio naseljen od strane ilirskog plemena Delmata, po kojemu je i cijela regija Dalmacije dobila svoje ime. Naime, postoji cijeli niz utvrđenih ilirskih gradina koje su se prostirale duž obalnog područja. Za vrijeme grčkih kolonizatora, osnovane su brojne kolonije na ovom području među kojima su i današnji okolni gradovi Trogir (Tragurion), Stobreč (Epetion) i Solin (Salona). Solin, to jest tadašnja kolonija Salone, vrlo je bitan za daljnji tijek povijesti grada Splita. Kada je došlo vrijeme rimske vladavine, taj je prostor bio vrlo važno središte Jadranske obale. U neposrednoj blizini Salone, na splitskom poluotoku, nalazilo je malo grčko naselje Aspalathos, koje je u rimsko vrijeme dobilo naziv Spalatum. Na tom pogodnom mjestu, u razdoblju od 293. do 305. godine, gradila se palača slavjenog rimskog cara Dioklecijana koji je porijeklom upravo iz Salone. U 7. stoljeću su Avari i Slaveni prodrli na ove prostore te su razorili grad Salonu čije je stanovništvo uglavnom pobjeglo na obližnje otoke, no jedan dio je pronašao utočište u Palači cara Dioklecijana. Tako se život iz palače nakon dugog niza godina razvio izvan nje i pretvorio u srednjovjekovni grad Split. Od brojnih godina proživljenih u ratovima i pod tuđom vlašću, najznačajniji trag ostavila je vladavina Mlečana. Njihov utjecaj na kulturu ljudi i način života u gradu Splitu neosporivo je velik (A.Travirka, 2000., p.9.-17.).

Prostorno, grad Split spada u srednjodalmatinski regionalni kompleks. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, prostor Splita je najgušće naseljen na području Srednje Dalmacije (od 300 do 1000 stanovnika na km²). Iznimno vrijedno prirodno i kulturno nasljeđe

koje je nastajalo i razvijalo se tijekom dugog povijesnog razvoja grada, pridonijelo je njegovom gospodarskom, kulturnom i društvenom razvitku.

Zahvaljujući svom položaju na Jadranskoj obali, razvio se u drugu po veličini hrvatsku teretnu luku i jednu od vodećih putničkih luka na Mediteranu. Gradska aglomeracija, u čijem je središtu grad Split, duga je i uska. Proteže se obalnim pojasom u dužini od gotovo 60km i širini od 5km. Kontinentalno zaleđe mu zatvaraju visoki planinski nizovi dinarskih planina Kozjaka i Mosora zahvaljujući kojima ovo područje ima vrlo blagu sredozemnu klimu, pogodnu za razvitak tipične mediteranske vegetacije (A.Travirka, 2000., p.7.).

Utjecaj i značenje geografsko-prometnog položaja na društveni i gospodarski razvoj Splita najviše je ovisan o gradnji suvremene prometne infrastrukture (Grad Split, 2005., p.95.) Po pitanju prometne dostupnosti, Split je svake godine sve bolje povezan sa ostatkom Hrvatske i sa Europom. Zračna luka Split, udaljena 25 km od središta grada, druga je najvažnija zračna luka u Hrvatskoj. Rezultati ostvarenog prometa svrstavaju je u red najprometnijih u Hrvatskoj i regiji. Na području grada Splita izgrađene su razvrstane ceste ukupne duljine 69,91 km i to: državne ceste duljine 14,44 km, županijske ceste duljine 31,57 km i lokalne ceste duljine 23,90 km (Grad Split, 2016, p.481.).

Na razvoj industrije uvelike su utjecali geoprometni položaj, podneblje i klima, more, razvedenost obale, bogati vodotoci i jezerske akumulacije te krška polja. Ti čimbenici čine prirodnu osnovu za razvitak pomorstva, brodogradnje, ribarstva, trgovine, specifične poljoprivredne proizvodnje mediteranskog podneblja i posebno turizma.

5.2. Turistički pokazatelji grada Splita

Položaj i prirodna obilježja grada Splita pružaju mogućnost razvoja raznovrsne turističke ponude. Mnogobrojni selektivni oblici turizma – pustolovni, kulturni, nautički, zdravstveni i drugi – pokrivaju interese brojnih gostiju. Prema podacima dostupnim na stranici Županijske komore Split, poželjna je destinacija za različite dobne skupine, od mladih do onih u zrelim godinama. Split ima udio od oko 70% u ukupnim smještajnim kapacitetima Splitsko-dalmatinske županije. Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica proveli su istraživanje „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Hrvatska 2019.“ na području cijele Republike Hrvatske, što je

trenutno posljednja verzija ove vrste istraživanja. Prema posljednjim poznatim podacima o prihodima od turizma, u prva 3 mjeseca 2019. godine samo od stranih turista uprihodilo se 25 milijuna eura više nego u istom razdoblju 2018. godine (<https://novac.jutarnji.hr/novac/aktualno/u-prvih-sest-mjeseci-turizam-biljezi-rast-dolazaka-no-nisu-predstavljeni-svi-podaci-9097652>).

U turističkoj sezoni 2022. godine, Split je bilježio rekordne turističke pokazatelje. U Splitu je u 2022. godini ukupno ostvareno 793 384 dolazaka i 2 697 985 noćenja, od čega je više od 90% stranih turista. Time je zabilježen rast dolazaka za 64% i rast noćenja za 53%, jedan od najvećih u Hrvatskoj na razini cijele godine.

U nastavku je priložen tabelarni prikaz turističkih rezultata vezanih za dolaske i noćenja stranih i domaćih turista u Splitu od siječnja do prosinca 2022. godine. Podatci su preuzeti iz službenih izvješća Turističke zajednice grada Splita dostupnih na internetskoj stranici: <https://visitsplit.com/hr/5526/2022-godina>.

Moguće je uočiti očekivanu činjenicu kako su srpanj i kolovoz mjeseci u kojima turistička sezona u Splitu dolazi do samog vrhunca. Tijekom početka godine, dolasci i noćenja rastu umjereno te se povećavaju za manje ili otprilike 50% u sljedećem mjesecu. Takav trend kretanja se nastavlja sve do mjeseca lipnja u kojem dolazi do izrazito većeg rasta noćenja u odnosu na svibanj, a time se može zaključiti da je lipanj mjesec pokretač turističke sezone grada Splita. U rujnu dolazi do početnog smanjivanja dolazaka koji nisu drastično pali u odnosu na noćenja koja su se smanjila za čak 54%. Ovaj mjesec ujedno označava i kraj glavne turističke sezone u Splitu u kojem listopad, studeni i prosinac nemaju značajnije rezultate. Na kraju se može primijetiti kako su nasuprot najboljim mjesecima srpnju i kolovozu, siječanj i veljača označeni kao najgori mjeseci po turističkim rezultatima. Velika prisutnost sezonalnosti predstavlja jedan od najvećih problema turizma grada Splita te je potrebno uložiti puno napora kako bi se ova negativna pojava smanjila, ako se već ne može u potpunosti eliminirati.

Tablica 4. Rezultati turističke sezone 2022. godine

GODINA 2022. (Siječanj-Prosinac)	DOLASCI	NOĆENJA
Siječanj	7 968	31 675
Veljača	13 443	41 045
Ožujak	16 972	53 889
Travanj	38 658	127 008
Svibanj	59 527	189 524
Lipanj	100 914	331 376
Srpanj	166 722	597 610
Kolovoz	171 034	648 869
Rujan	106 518	352 445
Listopad	53 780	175 890
Studeni	18 154	58 558
Prosinac	16 351	51 019
STRANI TURISTI	771 071	2 508 906
DOMAĆI TURISTI	82 313	189 079
UKUPNO	793 384	2 697 985

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ grada Splita, raspoloživo na:

<https://visitsplit.com/hr/5526/2022-godina> (11.7.2023.)

5.3. Kulturni turizam grada Splita

Povijest grada Splita koja traje već više od 1700 godina sama po sebi je dovoljna atrakcija za posjetiti ga. Split je jedinstven od samim početaka njegove povijesti. Kroz njegovu burnu prošlost, obilježile su ga vladavine brojnih naroda od kojih je svaki ostavio neki određeni trag na ovom području. Tako su tijekom godina nastale mnogobrojne atrakcije koje ga čine posebnim.

Najznačajnijim kulturnim atrakcijama grada Splita smatraju se: Dioklecijanova palača, Peristil, katedrala Svetog Duje, kip Grgura Ninskog, park-šuma Marjan, Prokurative, Riva i brojne druge. Među njima su dvije najistaknutije Dioklecijanova palača i Katedrala Svetog Duje.

Dioklecijanova palača može se okarakterizirati kao najvažnija atrakcija u gradu Splitu. Upisana je na popis mjesta svjetske baštine u Europi (UNESCO) već 1979. godine. Često se Split opisuje kao grad koji je nastao iz palače. TZ grada Splita navodi da sama palača predstavlja jedan od najbolje očuvanih spomenika rimskog graditeljstva u cijelom svijetu. Sagrađena je kao spoj luksuzne vile – ljetnikovca i rimskog vojničkog logora te je podijeljena na četiri dijela dvjema glavnim ulicama *Cardo* i *Decumanus*. Poznata je po tome što ima četiri simbolično različita vrata: Mjedena (jug), Srebrna (istok), Željezna (zapad) i Zlatna (sjever). Zbog svoje veličine, specifične gradnje unutar palače i podruma nerijetko je jedan od glavnih motiva turista koji dolaze posjetiti Split.

Katedrala Svetog Duje jedna je od najbitnijih atrakcija posebice zato što je zaštitnik grada Splita upravo Sveti Duje. Sagrađena je u 13. stoljeću i danas je, uz Dioklecijanovu palaču, jedan od najprepoznatljivijih spomenika grada Splita. Uz prekrasan pogled sa vrha zvonika gdje se može vidjeti cijeli Split te čak i srednjodalmatinski otoci, katedrala je također poznata po drvenim vratima koje je izgradio majstor Andrija Buvina 1214. godine (https://hr.wikipedia.org/wiki/Splitska_katedrala). Katedrala sa svojim zvonikom posebno dočarava srednjovjekovne čari grada. Katedrala sa svojim zvonikom posebno dočarava srednjovjekovne čari grada.

5.4. Kalendar kulturnih manifestacija grada Splita

Grad Split je jedna od najpopularnijih destinacija u Republici Hrvatskoj koja se ističe po svojim prirodnim ljepotama, ali i specifičnim kulturnim obilježjima. Uz bogatu ponudu značajnih povijesnih spomenika i prirodnih ljepota, Split može ponuditi i razne kulturne događaje kojima će dodatno obogatiti iskustvo svojih posjetitelja. Od sportskih, vjerskih do glazbenih događaja Split nudi ponešto za svakoga. Neki od značajnijih kulturnih događanja, istaknutih na stranici TZ grada Splita, koji posljednjih godina privlače sve više stranih i domaćih turista u grad su: Splitsko ljeto, Splitski festival, Dani duhovne glazbe *Cro patria*, Dani Dioklecijana, Ultra Music Festival Split, Sudamja, Noć muzeja, Advent u Splitu i drugi.

Prema informacijama koje su dostupne na internetskoj stranici TZ grada Splita, tablica 5. prikazuje sve aktualne manifestacije te su iste podijeljene s obzirom na njihovo lokalno, regionalno ili međunarodno značenje. Pod manifestacijama lokalnog značaja ističu se specifični kulturni događaji vezani prvenstveno za odavanje počasti splitskoj povijesno-kulturnoj baštini i slavljenje običaja od lokalnog značenja koji su bitni za sam identitet lokalnog stanovništva. Događaji od lokalnog značaja su primjetno najbrojniji, a pritom i najpopularniji zbog velike podrške i važnosti za lokalnu zajednicu. S druge strane, događaji od regionalnog i međunarodnog značaja znatno zaostaju za lokalnima te je potrebno uložiti puno više truda u njihov rast i razvoj kako bi se istaknuli na tržištu. Događaji regionalnog značaja su uglavnom prilagođeni različitim profilima domaćih turista koje se nastoji potaknuti da odaberu upravo Split za njihovu turističku destinaciju u Hrvatskoj unutar okvira kulturnog turizma koji je opće rastuća pojava.

Primjer za tu vrstu događaja je **Sudamja**, blagdan posvećen zaštitniku grada Splita i regije, sv. Dujmu, solinskom ranokršćanskom mučeniku, koji okuplja vjerenike i posjetitelje ne samo iz dalmatinskih županija, već i kontinentalnih regija RH a posljednjih godina i brojne inozemne posjetitelje.

Kod događaja od međunarodnog značaja, **Ultra festival**, tj. festival popularne elektroničke glazbe se može istaknuti kao zaista međunarodni događaj koji privlači posjetitelje iz raznih krajeva svijeta. Advent u Splitu, unatoč njegovom i dalje nedovoljno razvijenom programu u usporedbi s zagrebačkim Adventom, posljednjih godina se nastoji profilirati kao događaj od međunarodnog značenja za grad Split. Stoga je ovdje istaknut kao međunarodni događaj; zbog stalnog pokušaja unapređenja njegove organizacije i provedbe u svrhu razvitka u jednog od rijetkih događaja međunarodnog karaktera grada Splita.

Tablica 5. Podjela manifestacija grada Splita prema lokalnom, regionalnom i međunarodnom značenju

LOKALNI	REGIONALNI	MEĐUNARODNI
Radost Uskrsa u Splitu	Sudamja	Advent u Splitu – Štorije o' Adventa
Splitski Krnjeval	Noć muzeja	Ultra festival
Dani Dioklecijana	Dani kršćanske kulture	
Dani Radunice	Splitski litnji koluri	
Fešta Sv. Križa		

Izvor: izrada autora prema podacima dostupnim na stranicama TZ grada Splita, dostupno na:

<https://visitsplit.com/hr/1345/manifestacije/2> , pristupljeno 12.7. 2023.)

Nadalje, prilikom analiziranja ovih manifestacija potrebno je istaknuti činjenicu kako postoje određeni tradicionalni događaji koji su nastali utjecajem prošlosti na razvitak grada u njegovom suvremenom postojanju i novostvoreni događaji potaknuti kretanjem za aktualnim trendovima na tržištu kojima se nastoji biti u koraku s vremenom. Među tradicionalne događaje grada Splita spadaju: Dani Radunice, Dani kršćanske kulture i Fešta Sv. Križa. Moguće je primijetiti kako se sve ove manifestacije održavaju već duži niz godina te su vezane za temeljne tradicionalne vrijednosti višestoljetnih i više tisućljetnih aspekata splitske kulture i života.

Nasuprot tradicionalnima, novostvoreni događaji također mogu biti vezani za samu tradiciju određene destinacije, no oni se razlikuju po tome što imaju suvremeni pristup planiranju, organiziranju i provođenju samog događaja. Također, nije rijetko da se neki događaji temeljno tradicionalnog karaktera nastoje prilagoditi suvremenim potrebama potencijalnih posjetitelja kreirajući tako pseudo autentičan događaj ili događaj koji ne uživa autentičnost te samim time gubi na njegovom značenju. Tako se primjerice **Dani Dioklecijana** organiziraju uz prisustvo Dioklecijanovih legionara koji su, kako bi se što više dočarao izgled tog događaja, obučeni u uniforme koje uopće ne pripadaju izvornom vremenskom razdoblju vladavine cara Dioklecijana. Unatoč tomu, legionari su postali značajna atrakcija te privlače pozornost turističkih prolaznika koji ne znaju da se radi o pseudo događaju koji na taj način dočarava posjetiteljima iluziju koja je zanimljivija od realnosti.

5.5. Najznačajnije splitske kulturne manifestacije

Među brojnim kulturnim manifestacijama, **Splitsko ljeto** predstavlja jednu od najpoznatijih. Riječ je o međunarodnoj glazbeno-scenskoj manifestaciji koja obuhvaća dramski, operni, baletni i koncertni program (https://hr.wikipedia.org/wiki/Splitsko_ljeto). Utemeljen 1954. godine, uz Dubrovačke ljetne igre, najveći je i najstariji nacionalni kazališni festival. U sklopu manifestacije priređuju se i likovne izložbe (slikarske, kiparske, fotografske,...), poetski recitali, predstavljanja knjiga i slično. Ova manifestacija predstavlja pokušaj da se splitska umjetnička scena približi ponajprije domaćim posjetiteljima, a potom i potencijalnim stranim posjetiteljima. Mjesta održavanja gotovo svih izvedbi su kulturno povijesni lokaliteti užeg i šireg centra grada Splita. Tako je zaštitni znak Splitskog ljeta izvedba opere Aida, Giuseppea Verdija, koja se godinama izvodi na Peristilu u srcu Dioklecijanove palače (<https://homerent.agency/hr/splitsko-ljeto>).

Splitsko ljeto 2023. godine obilježava 69 godina od početka održavanja manifestacije. U periodu od 14. srpnja do 14. kolovoza na scenskim, akustičnim i ugodajnim pozornicama u Splitu, u HNK Split i u Vrlici, udruženja splitskog nacionalnog kazališta i gostujućih umjetnika izvodit će brojne glazbene naslove te će posjetitelji također moći prisustvovati na čak devet likovnih izložbi i literarnih događanja. Uz izvođenje umjetničkih programa, bit će dodijeljene i dvije festivalske nagrade: Judita za najveće umjetničko postignuće glazbenog dijela festivala i Judita za najveće umjetničko postignuće dramskog dijela festivala. Kroz svoj raznovrsni program prilagođen potrebama kulturnih turista, Splitsko ljeto se razvilo u najdugovječniji splitski festival, kao i općenito jedan od najvećih hrvatskih kazališnih festivala.

*******Slika 1.** Izvedba opere Aida na Peristilu 2017. godine



Izvor: <https://www.nacional.hr/aida-i-ove-godine-na-splitskom-ljetu/> (5.7.2023.)

Splitski festival, ili Festival zabavne glazbe Split, jedan je od najpopularnijih domaćih glazbenih festivala u Hrvatskoj. Održava se svake godine već preko 60 godina početkom srpnja. Budući da se održava u kontinuitetu od 1960. godine, može se reći da je postao dio tradicije i kulture grada. Jedan je od najpoznatijih glazbenih festivala na ovim prostorima i jedan od značajnijih simbola grada pod Marjanom, koji je kroz svoju povijest ostavio ozbiljan trag u hrvatskoj glazbenoj industriji. Izmjenjivala su se kroz godine različita domaća i strana imena, organizatori i lokaliteti, ali dobre su pjesme uvijek pronašle put do svojih slušatelja. Strastvena je Dalmacija više puta pokazala svoje neiscrpno izvorište kreativnosti, a upravo je Mediteran kreativna inspiracija različitim umjetnicima (<https://splitski-festival.hr/o-festivalu>). Unatoč svim promjenama i novim trendovima u suvremenom svijetu, ovaj festival i dalje poštuje tradicionalne, a stvara i nove umjetničke vrijednosti koje ga čine zanimljivijim i sadržajnijim te prilagođenijim različitim generacijama kako ne bi izgubio na svojoj važnosti i relevantnosti. Kroz dugi niz godina održavanja, Splitski festival je stvorio svoju vjernu publiku te na taj način doprinosi razvoju grada i rastu pozitivnih učinaka na svim razinama. Kroz povećanje turističkog prometa, promociju grada Splita u zemlji i inozemstvu te kreiranje snažnog brenda, neupitno je da ova manifestacija značajno doprinosi stvaranju prepoznatljivog imidža turizma grada Splita.

Slika 2. Splitski festival 2022.



Izvor: <https://splitskifestival.hr/finalna-vecer-prokurative-03-07-2022/> (5.7.2023.)

Dani duhovne glazbe Cro Patria je hrvatski festival duhovne glazbe koji se održava svake godine u Splitu od 1995. godine. Danas je to međunarodni zbarski festival na kojem sudjeluju, uz domaće zborove, skladatelje i pjesnike, i brojni inozemni sudionici iz cijelog svijeta. Organizira ga Glazbena mladež Split, a događaj služi promoviranju zbarskog pjevanja i suvremenog zbarskog stvaralaštva. Ova manifestacija se održava najčešće krajem godine, u studenom i prosincu, te na taj način pomaže u bitnom „razbijanju“ sezonalnosti turističke sezone grada Splita budući da privlači i značajan broj stranih sudionika. Svake godine se na ovom događaju očekuje više od tisuću sudionika iz raznih država poput Australije, Belgije, Bosne i Hercegovine, Latvije, Norveške, Republike Filipini, Sjedinjenih Američkih Država, Slovenije i Hrvatske te su prisutni i brojni domaći suradnici i mladi volonteri.

Slika 3. Dani duhovne glazbe Cro Patria 2012.



Izvor: <https://mint.gov.hr/vijesti/16-dani-duhovne-glazbe-cro-patria-2012-do-2-prosinca/5560> (6.7.2023.)

Dani Dioklecijana posvećeni su vraćanju grada Splita u vremena svojih početaka. Po trgovima i ulicama u gradu moguće je vidjeti rimske legije, kočije te samog cara Dioklecijana koji obilazi grad i obraća se ljudima kao u davna vremena. Po centru grada, na trgovima i ulicama punih uličnih zabavljača, može se uživati i u bogatoj gastronomskoj ponudi iz doba Dioklecijana te u koncertnom i plesnom programu (<https://visitsplit.com/hr/1204/dani-dioklecijana>). Ova tradicionalna turistička priredba predstavlja pred posjetiteljima dane vladavine rimskog cara Dioklecijana i nastanka njegove palače. Zanimljiv je način na koji se nastoji prikazati nastanak

kulture grada Splita kroz njegovo povijesno razdoblje. Dani Dioklecijana se održavaju već 17 godina, uz iznimku pandemijskog razdoblja 2020. i 2021. godine. Uz kostimiranu, glazbeno-zabavnu i kulinarsku manifestaciju, turisti imaju priliku uživati u priči o nastanku grada. Budući da se događaj odvija sredinom mjeseca kolovoza, u samom srcu sezone, neupitan je njegov utjecaj i privlačnost za sve posjetitelje koji mu prisustvuju. Carska povorka, koju s kočijama na svečani način predvodi car Dioklecijan, kreće od Podruma prema Rivi te preko Marmontove ulice i Đardina dolazi do Peristila, glavnog mjesta događanja. Na ovaj način se maksimalno približava slučajnim prolaznicima koji možda nisu ni znali o čemu se na početku radi te ih fascinira i privlači kreirajući jedinstvenu sliku ove destinacije zbog svih njezinih često nepoznatih posebnosti.

Slika 4. Dani Dioklecijana 2019.



Izvor: <https://croatia-hotspots.com/2019/05/dani-dioklecijana-u-novom-ruhu/> (6.7.2023.)

Ultra Music Festival koji se održava u Splitu svake godine od 2013. godine je najpoznatiji festival elektronske glazbe u svijetu. Uz Split, održava se i diljem svijeta na destinacijama kao što su: Miami, Brazil, Tajland, Kina, Australija i druge. Najbolji je pokazatelj kako su Splitu potrebna inovativnija kulturna događanja koja će privući svjetsku pažnju, proširiti turističku ponudu grada te samim time privući brojnije i raznovrsnije posjetitelje (<https://www.poslovni.hr/lifestyle/festival-ultra-europe-nadmasio-sva-ocekivanja-i-stavio-hrvatsku-uz-bok-miamiju-300019>). Već od samog početka održavanja ovog festivala u gradu Splitu bilo je moguće primijetiti koliko će biti značajan njegov utjecaj na daljnji razvitak turizma u gradu. Zbog utjecaja iznimne popularnosti ove manifestacije, Split i njegov turizam se počeo izrazito isticati na svjetskoj karti kao jedan od

najboljih festivalskih i turističkih destinacija u svijetu. Na samim počecima njegovog održavanja potaknuo je više od 150 milijuna kuna turističke potrošnje u Splitsko-dalmatinskog županiji te je ostvareno više od 90 000 noćenja. S obzirom da je postalo neupitno koliko ova manifestacija znači za turizam u gradu Splitu i njegov daljnji napredak i razvitak, nije čudna činjenica kako je ovaj festival primjer jedne od najvećih investicija u hrvatski turizam u povijest; organizatori su zajedno s hrvatskim partnerom u manifestaciju uložili više od 150 milijuna kuna u 5 godina. Izuzetan značaj Ultra Music Festivala za turizam Splita, ali i cijele Hrvatske, doprinio je imidžu vrhunske turističke destinacije koja razvija turizam doživljaja. Tako su se Split i Hrvatska na pozitivan način odmaknuli od standardne slike „sun, sea, sand“ destinacije.

Prema Programu rada i financijskom planu TZ grada Splita za 2017. godinu, navedeni su neki do pozitivnih učinaka na destinaciju koje je festival ostvario za vrijeme svog održavanja u Splitu:

- utjecaj na razvoj Splita i Hrvatske u vrhunske svjetske turističke destinacije
- brendiranje Splita kao destinacije event turizma
- stvaranje dodatne vrijednosti postojeće turističke ponude Splita
- dolazak novih profila gostiju
- dolazak turista iz zemalja koje nisu tradicionalna ciljna tržišta za Split

Slika 5. Ultra Music Festival u Splitu (2018.)



Izvor: <https://ultraeurope.com/worldwide/ultra-europe-celebrates-sixth-annual-edition/> (6.7.2023.)

Sudamja je naziv za višestoljetni tradicionalni blagdan svetog Dujma. Održava se tradicionalno svakog 7. svibnja u godini. Ovom manifestacijom se ujedno obilježava i dan grada Splita. Događaj

uključuje svečano obilježavanje prije i nakon 7. svibnja prigodnim javnim priredbama. Uz proslavu je, od davnina, usko povezan i sajam raznolike robe uključujući kuhinjske predmete, magnete, narukvice, ogrlice i slično (<https://hr.wikipedia.org/wiki/Sudamja>). Ovaj događaj se posljednjih godina razvio u smjeru proširenog kataloga događanja u periodu od 28. travnja do 14. svibnja kada se održava preko trideset različitih manifestacija vjerskog, kulturnog, zabavnog i sportskog sadržaja. Pritom i Turistička zajednica grada Splita sudjeluje u organizaciji brojnih nastupa Kulturno umjetničkih društava i zabavnih glazbenih sastava, a programi se odvijaju na dvije lokacije, na Trgu Gaje Bulata i u Marmontovoj ulici. Uz Turističku zajednicu grada Splita, u organizaciji događanja sudjeluju i neke obrazovne ustanove poput srednjih škola, umjetničke ustanove poput plesnih studija te gradska tvrtka Žnjan d.o.o. koja realizira više događanja od programa na Marjanu, organizacije samog tradicionalnog Sajma Sudamje do glazbenih koncerata na Rivi. Sudamja je događaj koji se održava već par stoljeća bez prestanka te je ova manifestacija stoga postala jedan od glavnih obilježja kulture grada Splita. Budući da turistička sezona jednim dijelom počinje već u okviru razdoblja ovog događanja, prikladan je način za predstavljanje specifične splitske povijesti i kulturne baštine zainteresiranim posjetiteljima koji će svakako susresti i upoznati se s obilježjima ovog događaja ako se u tom vremenu odluče posjetiti Split. Daljnjim razvijanjem i dodatkom novih, inovativnijih, zanimljivijih događanja, Sudamja će zauvijek ostati jedna od najbitnijih kulturnih manifestacija grada Splita.

Slika 6. Proslava Sudamje u Splitu 2023.



Izvor: <https://www.dalmacijadanas.hr/foto-i-video-tisuce-ljudi-na-rivi-odrzano-svecano-misno-slavlje-slijedi-festa-o-spize/> (10.7.2023.)

Noć muzeja predstavlja veliku kulturnu manifestaciju hrvatskih muzeja koju organizira Hrvatsko muzejsko društvo u suradnji sa 70 muzeja diljem Hrvatske. Održava se krajem siječnja. Ova manifestacija potvrđuje kako je važnost hrvatskih muzeja iznimno velika za ukupnu kulturno-turističku ponudu (<https://visitsplit.com/hr/1284/noc-muzeja>). Tijekom ove manifestacije, ulaz u sve muzeje je besplatan i otvoren za sve zainteresirane posjetitelje. Održava se već osamnaest godina za redom otkada je započela 2005. godine.

Muzeji koji su sudjelovali na posljednjoj Noći muzeja 2023. godine te muzeji koji najčešće i sudjeluju u ovom događaju u gradu Splitu su navedeni na internetskoj stranici Noć muzeja, a to su kako slijede:

- Arheološki muzej
- Muzej grada Splita
- Muzej hrvatskih arheoloških spomenika
- Etnografski muzej Split
- Galerija Meštrović
- Galerija Škola, Škola likovnih umjetnosti
- Galerija umjetnina
- Prirodoslovni muzej
- Riznica splitske katedrale
- Sveučilišna galerija
- Hrvatski pomorski muzej Split
- Zvezdano selo Mosor – znanost, kultura, umjetnost.

U Splitu se „Noć muzeja“ obilježava bogatim programima u navedenim splitskim muzejima, galerijama i kulturnim ustanovama. Kao pokazatelj važnosti koju Splitu pridaje ovoj manifestaciji, za doprinos boljoj organizaciji događaja Grad je s Prometom dogovorio besplatne autobusne linije koje će obuhvatiti muzeje na području stare gradske jezgre, Solina i Zvezdano selo na Mosoru (<https://split.hr/clanak/noc-muzeja-u-splitu>).

Nadalje, besplatno razgledavanje podruma Dioklecijanove palače uz pratnju stručnih turističkih vodiča i besplatan glazbeno-scenski program raspoređen po cijelom centru grada sve od Rive do

Peristila, omogućuju posjetiteljima da uživaju u razonodi događanja koja su pritom uglavnom sva besplatna. Na ovaj način se u Splitu, kao i u cijeloj Hrvatskoj, nastoji potaknuti veće zanimanje za muzeje, galerije i slične kulturno-umjetničke ustanove koje su nerijetko zapostavljene drugačijim te trenutno popularnijim događanjima i zanimacijama turista tijekom boravka u gradu Splitu.

Slika 7. Noć muzeja u Muzeju grada Splita 2023.



Izvor: <https://www.mgs.hr/2023/01/27/noc-muzeja-u-muzeju-grada-splita/> (10.7.2023.)

Advent u Splitu organizira se svake godine u tradicionalno adventsko vrijeme. Traje 5 tjedana i nudi bogat program prepun zabave, glazbe, umjetnosti i gastronomije. Grad je uređen u božićnom duhu. Uključuje razne glazbene programe, klizalište u Đardinu, kućice na Rivi gdje se može uživati u tradicionalnim delicijama te brojne druge aktivnosti i zanimljivosti. U 2022. godini, manifestacija je nosila naziv i tematiku „Štorije o' Adventa" te je trajala od 22. studenoga 2022. godine do 6. siječnja 2023. godine. Tijekom perioda održavanja ovog događanja, posjetitelji mogu uživati u brojnim glazbenim programima, bogatoj gastronomskoj ponudi, zabavnim programima za najmlađe, klizalištu i brojnim drugim pripremljenim programima. Najtradicionalniji dio Adventa u Splitu su oduvijek bile trgovačke kućice na Rivi gdje građani i posjetitelji mogu kupiti mnoštvo raznolikih suvenira i domaćih proizvoda. Posljednjih godina se sve više pažnje usmjerava i na Đardin kojega se nastoji ukrasiti i okititi vizualno primamljivim božićnim ukrasima koristeći se svjetiljkama i svijetlećim figurama u božićnom duhu. Tu se također odvijaju i glazbeni nastupi koji dodatno upotpunjuju blagdansku sliku prostora. U svrhu primamljivanja što većeg broja

posjetitelja i pokušaju da se splitska adventska manifestacija približi spektakularnom i svjetski priznatom Adventu u Zagrebu, svake godine se nastoji uložiti što više u organizaciju ove manifestacije. Tako se prošlogodišnji Advent temeljio prvenstveno na raznovrsnosti saržaja i ravnomjernoj raspoređenosti događanja, kako u vremenskom, tako i u prostornom smislu. Advent u Splitu 2022. godine je bio podijeljen na sljedeća glavna događanja: Advent Prokurative, Advent Šperun, Advent Mertojak, Spleat Advent, Advent Perivoj, Advent na Peristilu, Advent u Familiji, Advent u Barake, Advent na Kampusu, Advent u Park-šumi Marjan (<https://visitsplit.com/hr/5909/advent-u-splitu-2022-storije-o-adventa>). Organiziranjem ove manifestacije na način da posjetitelji mogu prisustvovati različitim programima na osam službenih lokacija te na brojnim mikrolokacijama po gradu nastojalo se prilagoditi sadržaje za što veći broj ljudi, od najstarijih do najmlađih.

Slika 8. Advent u Splitu na Prokurativama 2022.



Izvor: <https://znjan.hr/advent-u-splitu-2022-2023/> (10.7.2023.)

6. ZAKLJUČAK

Značajno većim i bržim razvojem turizma posljednjih godina dolazi do stvaranja raznovrsnije i mnogobrojnije ponude. Osim klasičnih motiva turističkog putovanja, sve više se kao glavni motiv ističu kulturna događanja. S obzirom na vrlo povoljan položaj grada Splita i sve atraktivne elemente kojima obiluje, dodatak inovativnijih kulturnih događanja zasigurno bi još više ojačao njegovu turističku konkurentnost. Najznačajnije i najpopularnije kulturne manifestacije grada Splita od Splitskog ljeta, Splitskog festivala, Dana duhovne glazbe Cro Patria, Dana Dioklecijana, Ultra Music Festivala, Sudamje, Mrdujske regate, Noći muzeja i Adventa u Splitu, uz još brojne druge, uvelike utječu na razvoj turizma grada Splita koji obiluje prirodnim ljepotama i kulturnom baštinom koju valja istaknuti. Svojim povijesnim i kulturnim značajem, Split se može istaknuti kod zaljubljenika u kulturu i kulturnu baštinu. Također, zabavnim sadržajima može privući posjetitelje željne aktivnog i nezaboravnog odmora. Stoga, kulturna događanja često značajno privlače i predstavljaju jedan od glavnih motiva dolaska gostiju; potrebno je što više razvijati tu stranu turističke ponude grada Splita. Uz već postojana događanja u gradu Splitu, potrebno je osmisliti i organizirati nove manifestacije koje bi svojim inovativnim i jedinstvenim sadržajem privukle brojne posjetitelje. Treba obratiti pozornost na bolju raspoređenost manifestacija tijekom cijele godine kako bi i u vremenima izvan sezone grad nastavio ostvarivati značajne turističke rezultate. Takve manifestacije znatno bi utjecale na broj turističkih dolazaka, broj noćenja, na konačne prihode grada Splita te naposljetku i na razvitak konkurentnosti na turističkom tržištu. Stoga je uloga kulturnih manifestacija na razvoj turističke ponude grada Splita jedan on najbitnijih elemenata fokusa u njegovom daljnjem turističkom razvitku.

SAŽETAK

Kulturne manifestacije predstavljaju veliki dio današnje suvremene turističke ponude. No, kolika je njihova važnost u utjecaju na razvoj turizma grada Splita? Odgovor leži u činjenici da takva događanja postaju glavna motivacija i atrakcija za brojne turiste koji su, uz samo putovanje i odmor, sve više u potrazi za nezaboravnim iskustvima. Posljednjih godina, Split svjedoči velikom broju novih turista, koje uglavnom privlače velika događanja kao što je Ultra Music Festival. Osim velikog broja manifestacija u srcu sezone, vrlo je važno raditi na što više događaja koji bi bili izvan sezone. Rastući broj turističkih dolazaka, broj noćenja i rast konačnih prihoda grada najbolji su primjer važnosti kulturnih događanja ovog grada. Naposljetku, takva događanja utječu na razvitak konkurentnosti grada Splita na turističkom tržištu te time omogućuju da stoji rame uz rame s najvećim turističkim gigantima današnjice.

Ključne riječi: manifestacije, kulturni turizam, turizam, Split.

SUMMARY

Cultural events represent an important element of the modern tourist offer. However, it is not sufficiently recognized in which way they impact tourism development in Split? The answer is that they are slowly becoming the main motivation and attraction of many tourists who, along with travelling for exploration and a good rest, are increasingly looking for unforgettable experiences. Over the last couple of years, the city of Split has witnessed a blooming in the number of new tourists, many of them attracted by large events like Ultra Music Festival. Aside from the many cultural events organized in the heart of the tourist season, working on more off-season events is also very important. The overflowing number of tourist arrivals, the number of overnight stays and the rising revenues of the city of Split are the best examples of the importance of cultural events in this city. Last but not least, those events keep the development of Split's competitiveness in the tourist market growing, making it possible for the city to stand side to side with the biggest tourist giants of today.

LITERATURA

Knjige, znanstveni članci, stručne studije, strateški dokumenti, pravilnici

1. Blešić I., Pivac T., Đorđević J., Stamenković I., Janičević S. (2012.), Cultural events as part of cultural tourism development, Acta geographica Slovenica, DOI:
<http://dx.doi.org/10.3986/AGS54406>
2. Bowdin G., Allen J., O'Toole W., Harris R., McDonnell I.,(2006). Events Management Second Edition, Taylor & Francis
3. Dadić, M.: Istraživanje kulturnog turizma – teorijsko metodološke metode, Split, 2014., 223. – 225.
4. Dujmović, M. (2014.), Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula
- 5.. Getz. D.(2008)., : Event Tourism: Definition, Evolution and Research, Elsevier Ltd.
6. Grad Split: Prostorni plan uređenja grada Splita, 2005
7. Grad Split: Strategija razvoja urbane aglomeracije Splita, 2016
8. Gunn, C.A (1979) Tourism Planning – Basics, Concepts, Cases, Routledge, New York
9. Knešaurek J., Carić H.,(2018) Kulturni događaji i manifestacije u turizmu, Institut za turizam
10. Kušen, E: Turizam i prostor – Klasifikacija turističkih atrakcija, (2001) Institut za turizam, Zagreb
11. McKay G., Webster E.,(2016). From Glyndebourne to Glastonbury: The Impact of British Music Festivals, Arts & Humanities Research Council/University of East Anglia
12. Oklobdžija S. (2015.), The role of events in tourism development, Bizinfo Journal, DOI:10.5937/BIZINFO15020830
13. Pivčević, S., skripta, Upravljanje manifestacijama, © Ekonomski fakultet Split, 2016/2017,
14. Travirka, A.(2000). Split: povijest, kultura, umjetnička baština, Zadar, Forum
15. Turistička zajednica grada Splita, Program rada i financijski plan TZ Split za 2017. godinu.
16. Turistička zajednica grada Splita, Program rada Turističke zajednice grada Splita za 2023. godinu
17. Weber, S., Mikačić, V. (2007). Osnove turizma, Zagreb, Školska knjiga d.d.,

Internetski izvori

1. Home rent agency; O Splitskom ljetu, dostupno na: <https://homerent.agency/hr/splitsko-ljeto> (5.7.2023.)
2. Internetska stranica Burza nautike, dostupno na: https://www.burzanautike.com/hr/svi_rekordi_mrdujske_regate/7556/6 (10.7.2023.)
3. Internetska stranica grada Splita; Vijesti grada, dostupno na: <https://split.hr/clanak/noc-muzeja-u-splitu> (10.7.2023.)
4. Internetska stranica Noć muzeja, dostupno na: <https://noc-muzeja.hr/> (10.7.2023.)
5. Internetska stranica Poslovni.hr, dostupno na: <https://www.poslovni.hr/lifestyle/festival-ultra-europe-nadmasio-sva-ocekivanja-i-stavio-hrvatsku-uz-bok-miamiju-300019> (6.7.2023.)
6. Internetska stranica Wikipedia; Splitska Katedrala, dostupno na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Splitska_katedrala (13.6.2023.)
7. Internetska stranica Wikipedia; Sudamja, dostupno na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Sudamja> (6.7.2023.)
8. Jutarnji list, dostupno na: <https://novac.jutarnji.hr/novac/aktualno/u-prvih-sest-mjeseci-turizam-biljezi-rast-dolazaka-no-nisu-predstavljeni-svi-podaci-9097652> (13.6.2023.)
9. Splitski Festival, dostupno na: <https://splitski-festival.hr/o-festivalu> (5.7.2023.)
10. Statistička stranica Statista, dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1098288/attendance-carnival-brazil-city/> (11.7.2023.)
11. Turistička zajednica grada Splita; Dioklecijanova palača, dostupno na: <https://visitsplit.com/hr/448/dioklecijanova-palaca> (13.6.2023.)
12. Turistička zajednica grada Splita; Advent u Splitu, dostupno na: <https://visitsplit.com/hr/5909/advent-u-splitu-2022-storije-o-adventa> (10.7.2023.)
13. Turistička zajednica grada Splita; Dani Dioklecijana, dostupno na: <https://visitsplit.com/hr/1204/dani-dioklecijana> (6.7.2023.)
14. Turistička zajednica grada Splita; Manifestacije, dostupno na: <https://visitsplit.com/hr/1345/manifestacije/1> (5.7.2023.)
15. Županijska komora Split, dostupno na: <https://www.hgk.hr/zupanijska-komora-split/gospodarski-profil> (13.6.2023.)

PRILOZI, SLIKE I TABLICE:

POPIS PRILOGA

Prilog 1. Vrste turističkih atrakcija, str. 4.

Prilog 2. Tipologija manifestacija s obzirom na veličinu, str. 8

Prilog 3. Manifestacije s obzirom na sadržaj, str. 11.

POPIS SLIKA

Slika 1. Izvedba opere Aida na Peristilu 2017. godine, str. 31.

Slika 2. Splitski Festival 2022. godine, str. 32.

Slika 3. Dani Duhovne glazbe Cro Patria 2012. godine, str. 33.

Slika 4. Dani Dioklecijana 2019. godine, str. 34.

Slika 5. Ultra Music Festival Split 2018. godine, str. 35.

Slika 6. Proslava Sudamje u Splitu 2023. godine, str. 36.

Slika 7. Noć muzeja u Muzeju grada Splita 2023. godine, str. 38.

Slika 8. Advent u Splitu na Prokurativama 2022. godine, str. 39.

POPIS TABLICA

Tablica 1. Prihodi TZ grada Splita 2023. godine, str. 21.

Tablica 2. Plan aktivnosti i financiranja TZ grada Splita za 2023. godinu, str. 22.

Tablica 3. Raspodjela iznosa financiranja po manifestacijama i razdoblje realizacije, str. 22.

Tablica 4. Rezultati turističke sezone 2022. godine, str. 27.

Tablica 5. Podjela manifestacija grada Splita prema lokalnom, regionalnom i međunarodnom značenju, str. 30.