



**UČINCI
MANIFESTACIJA I
METODE MJERENJA**



ZAŠTO UTVRDITI USPJEŠNOST MANIFESTACIJE?

- Identificirati i riješiti probleme
- Utvrditi načine na koje se može unaprijediti upravljanje
- Utvrditi uspjeh/neuspjeh manifestacije
- Utvrditi troškove vs. koristi
- Utvrditi i mjeriti utjecaje manifestacije
- Zadovoljiti sponzore i ostale koji financiraju manifestaciju
- Biti prihvaćeni, dobiti kredibilitet i podršku



OSNOVNI POKAZATELJI

UKUPAN BROJ POSJETITELJA

- Specifični pokazatelji:
 1. ukupan broj posjetitelja
 2. ukupan broj posjeta
 3. vrijeme najveće posjećenosti

- Metode prikupljanja podataka:
 1. prodane ulaznice
 2. brojanje vozila
 3. procjena broj posjetitelja





PROFIL POSJETITELJA

- **Profil posjetitelja** – starost, spol, profesija, obrazovanje, prihodi
- **S kim su došli?** – obitelji, obitelj i prijatelji, samo prijatelji, sami, organizirana grupa
- **Veličina grupe** – broj posjetitelja koji su došli zajedno
- Država, regija, grad
- Od kuda dolaze na dan anketiranja
- Smještaj
- Broj noćenja
- Dio turističke grupe
- Korišteni transport

KAKO
UTVRDITI?

Anketiranje
posjetitelja

Promatranje



POSJET MANIFESTACIJI

- **Izvor informacija** – mediji, usmena predaja
- **Razlog putovanja** – u destinaciji, na manifestaciju, važnost manifestacije u odluci posjete, prva ili ponovna posjeta
- **Koristi koje žele** – doživljaje, aktivnosti, usluge i proizvode
- **Zadovoljstvo** – aspekti s kojima su zadovoljni/nezadovoljni, prijedlozi, namjera ponovne posjete

KAKO
UTVRDITI?

Anketiranje
posjetitelja

Kutija s
prijedlozima



AKTIVNOSTI I POTROŠNJA POSJETITELJA

- **Aktivnosti na manifestaciji** – prisustvovanje raznim aktivnostima
- **Aktivnosti u destinaciji**
- **Potrošnja** – na manifestaciji i tijekom boravka, smještaj, hrana i piće, zabava, suveniri, ostala kupovina, troškovi putovanja

KAKO UTVRDITI?
Anketiranje posjetitelja
Broj posjetitelja
Prodaja ulaznica
Promatranje
Anketiranje poduzetnika
Financijski izvještaji



EKONOMSKI UČINCI MANIFESTACIJA

- Najraniji članci Della Bitta (1979) i Davidson & Schaffer (1980)
- Adelaide Grand Prix – prvo sveobuhvatno istraživanje (Burns et al., 1986)
- Ekonomski učinci su: ukupna potrošnja posjetitelja (ukupan broj posjetitelja x prosječna potrošnja), profit, radna mjesta i makroekonomski učinci (multiplikator dohotka)
- Modeli opće ravnoteže – “*General Equilibrium Models*” (Dwyer et al., 2006)



EKONOMSKI UČINCI MANIFESTACIJA

- **Pozitivni učinci** – promocija destinacije, ekonomska korist, troškovi posjetitelja, mogućnost zapošljavanja i razvoja vještina, razvoj industrije turizma, ostavština infrastrukture i objekata, poslovni razvoj i mogućnost investiranja
- **Negativni učinci** – troškovi evakuiranja manifestacija, štete ugledu odredišta, inflacija, nedovoljno korištenje infrastrukture

KAKO UTVRDITI?

Anketiranje
posjetitelja

Broj posjetitelja

Popunjenost
smještajnih
kapaciteta

Multiplikator prihoda
i radnih mjesta

Financijski izvještaji



POKAZATELJI EKONOMSKIH UČINAKA MANIFESTACIJA

POSLOVNI RAZVOJ I MOGUĆNOST INVESTIRANJA	broj i vrsta poduzeća koje sudjeluju na manifestaciji
PROMOCIJA DESTINACIJE	vrijednost (kn) izdvojena za promociju destinacije u raznim medijima
	broj članaka, reklama na tv-u, radio postajama
	broj posjeta novinara
KORISTI I TROŠKOVI ORGANIZIRANJA MANIFESTACIJA	rast BDP-a
	angažman ostalih djelatnosti prilikom održavanja manifestacije
	potrošnja posjetitelja manifestacije
	troškovi organiziranja manifestacije: uređenje prostora, hrana i piće, audio-vizualni sustav, osiguranje
MOGUĆNOST ZAPOSŁJAVANJA I RAZVOJ VJEŠTINA	broj novootvorenih radnih mjesta
	broj zaposlenih na puno radno vrijeme/pola radnog vremena
	broj osoba uključenih u edukacije
OSTAVŠTINA INFRASTRUKTURE I OBJEKATA	materijalna vrijednost novo izgrađene infrastrukture i objekata
	korištenje infrastrukture i objekata



DRUŠTVENI UČINCI MANIFESTACIJA

- Stavovi stanovnika, društveni razvoj, ponos, gubitak tradicije, buka, gužva, kriminal neke su od društvenih učinaka manifestacija
- Liniju istraživanja stavova stanovnika slijedili su Soutar & McLeod (1993), Delamere (1997, 2001), Cegielski & Mules (2002), Xiao & Smith (2004), Lim & Lee (2006), Fredline (2006)
- Barker, Page, i Meyer's (2002) istraživali su vezu manifestacija sa kriminalom i pitanje sigurnosti tijekom održavanja manifestacija



DRUŠTVENI UČINCI MANIFESTACIJA

- **Pozitivni učinci** – ponos zajednice, poboljšanje kvalitete života stanovnika, slavljenje vrijednosti zajednice
- **Negativni učinci** – pretrpanost, zakrčenost, buka, kriminal, vandalizam, ometanje uobičajenog načina života stanovnika

KAKO
UTVRDITI?

Promatranje

Anketiranje
stanovnika

Javni skupovi

Policijski
izvještaji

POKAZATELJI DRUŠTVENIH UČINAKA MANIFESTACIJA

SLAVLJENJE VRIJEDNOSTI ZAJEDNICE	osjećaj pripadnosti zajednici
	odnos posjetitelja i domicilnog stanovništva
PONOS ZAJEDNICE	broj pozitivnih pisama sa dojmovima uredniku lokalnih novina
	broj pozitivnih dojmova na Internet forumu
KVALITETA ŽIVOTA DOMICILNOG STANOVNIŠTVA I POSJETITELJA	obogaćivanje sadržaja za provođenje slobodnog vremena posjetitelja i domicilnog stanovništva
	stvaranje/obnavljanje društvenih odnosa među posjetiteljima i rezidentima
	eliminiranje arhitektonskih barijera za slobodno kretanje hendikepiranih osoba
	informiranje domicilnog stanovništva o donošenju odluke o održavanju manifestacije
	gubitak tradicionalnih vrijednosti
	ometanje uobičajenog načina života domicilnog stanovništva
	iskorištavanje i očuvanje tradicijske i kulturne baštine kao resursa u turističkoj ponudi
ŠTETE UGLEDU DESTINACIJE	pretrpanost, zakrčenost, buka
	kriminal, vandalizam



ZANIMLJIVOST DRUŠTVENIH UČINAKA MANIFESTACIJA

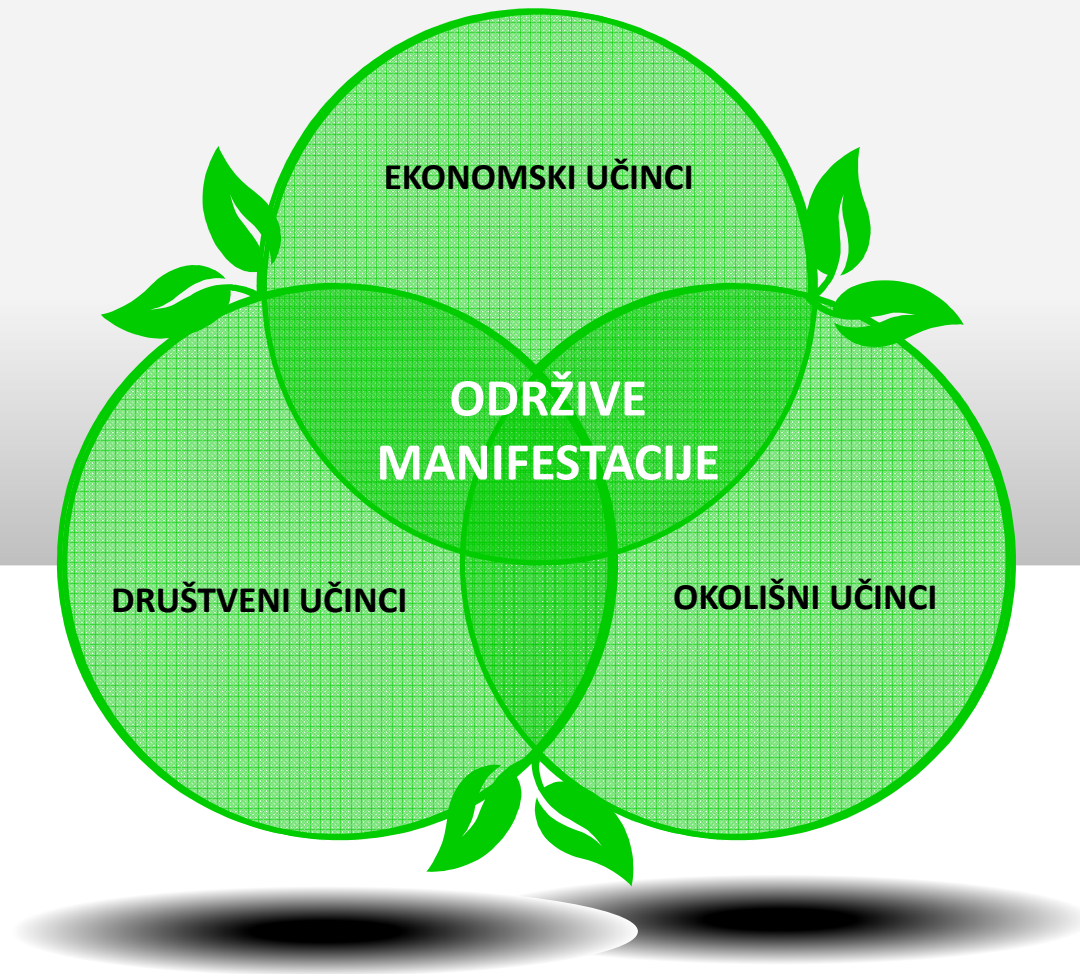
- Manifestacije imaju **učinke na emotivne i intelektualne perspektive sudionika**
- Održavanje uspješne sportske manifestacije utječe na **povećanje sportskih treninga** i povezanih aktivnosti ili pak **porast želje za učenjem**, na primjer sviranja klavira ili nekog drugog instrumenta nakon sudjelovanja na koncertu klasične glazbe (2Cellos)
- 2009/2010 KHL Medveščak primljen je u regionalnu ligu EBEL
- 2008/2009 broj polaznika škole KHL Medveščak bio je **98**
- 2011/2012 broj polaznika škole KHL Medveščak bio je **150 (+52)**
- Zbog nedostatka ledenih površina u gradu Zagrebu postoji lista čekanja:
 - **2010. godine – 38 djece**
 - **2011. godine – 54 djece**



POKAZATELJI OKOLIŠNIH UČINAKA MANIFESTACIJA

JAČANJE SVIJEŠTI O ZNAČENJU ČISTOG I OČUVANOG OKOLIŠA KAO FAKTORA PRIVLAČNOSTI ZA MANIFESTACIJE	broj održanih edukacija, broj polaznika, iznos potrošen za promociju
EKOLOŠKE AKTIVNOSTI I SKRB O OKOLIŠU	broj održanih ekoloških aktivnosti
EDUKACIJA I PROMOCIJA EKOLOŠKIH PROGRAMA	broj održanih edukacija, broj polaznika, iznos potrošen za promociju ekoloških programa
KORIŠTENJE JAVNOG PRIJEVOZA	broj prodanih karata za dane održavanja manifestacije
POTROŠNJA PAPIRA	kilogrami potrošenog papira na manifestaciji
POTROŠNJA ELEKTRIČNE ENERGIJE I VODE	kWh potrošene električne energije na manifestaciji
POTROŠNJA VODE	litre potrošene vode na manifestaciji
STVARANJE OTPADA	kilogrami stvorenog otpada na manifestaciji

ODRŽIVE MANIFESTACIJE

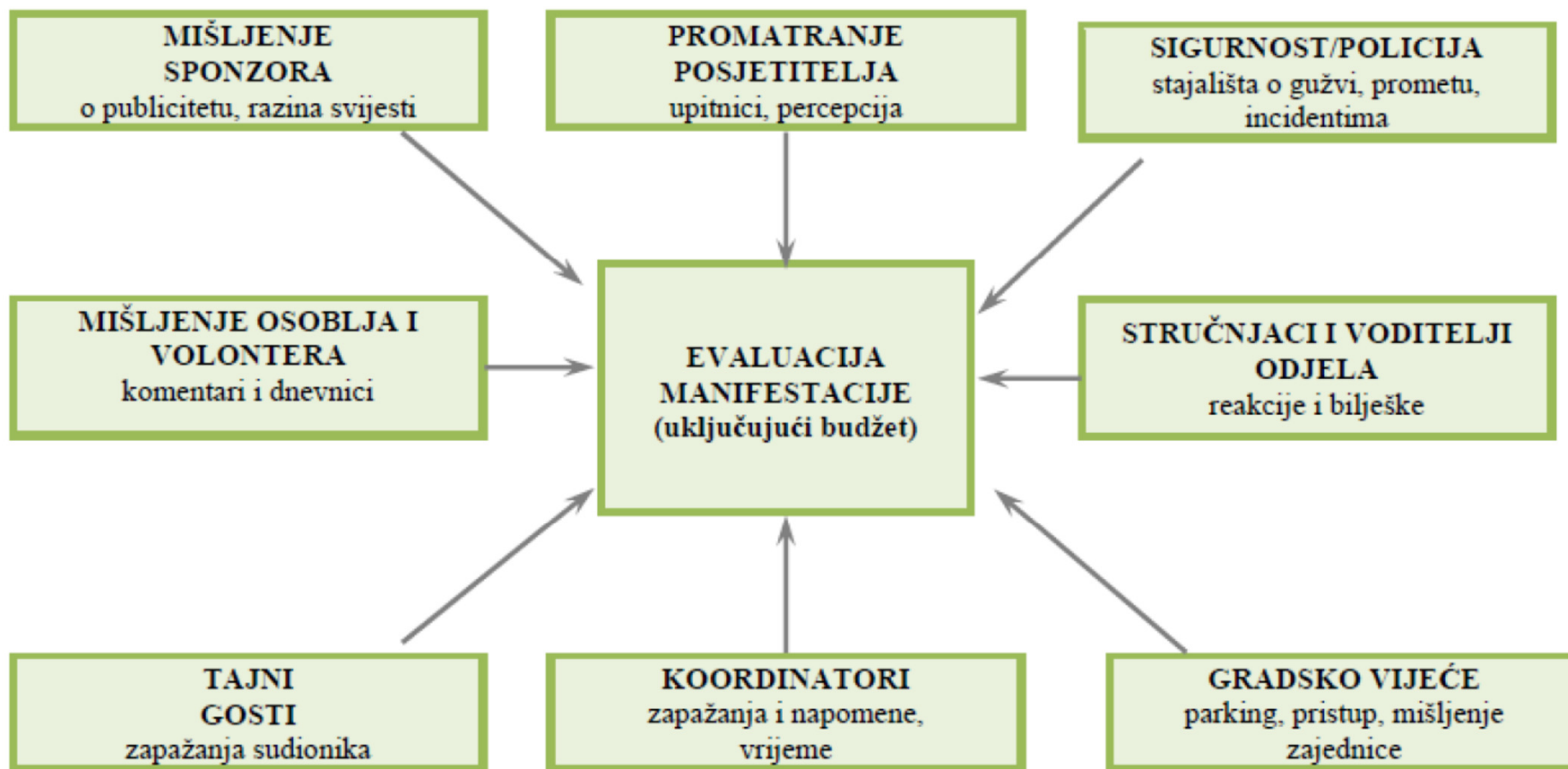




MODELI I METODE EVALUACIJE UČINAKA MANIFESTACIJA



IZVORI INFORMACIJA ZA EVALUACIJU MANIFESTACIJA





VRSTE INFORMACIJA ZA EVALUACIJU MANIFESTACIJA

KVANTITATIVNE INFORMACIJE	KVALITATIVNE INFORMACIJE
Potrošnja posjetitelja i sudionika	Opažanja posjetitelja
Ciljano tržište – profili posjetitelja	Vraćeni upitnici, ankete na izlazu
Statistika posjećenosti, informacije o ciljanom tržištu	Snimljeni neformalni razgovori ili intervjui
Financijski izvještaji i računi	Povratne informacije od osoblja i volontera
Financijska bilanca	Zabilješke i komentari menadžmenta
Analiza ekonomskih učinaka	Analiza društvenih učinaka
Opće statističke informacije	Bilanca društvenih koristi



METODE PRIKUPLJANJA PODATAKA O MANIFESTACIJI

- On line ankete,
- Anketiranje posjetitelja manifestacije,
- Anketiranje domicilnog stanovništva,
- Anketiranje sudionika manifestacije,
- Intervjui,
- Chat rooms,
- Mišljenje stručnjaka,
- Metode promatranja,
- Praćenje broja posjetitelja manifestacije,
- Praćenje broja prodanih ulaznica,
- Metoda predviđanja posjećenosti.



ODGOVORNE I ODRŽIVE MANIFESTACIJE

- Osobine manifestacija **poput jednokratnog održavanja ili kratkog trajanja OPREČNE** su općoj definiciji održivosti
- potrebno je da organizacije **shvate značenje pojma održivog razvoja kao pomoć** ka ostvarivanju stalnih koristi i profita, a **ne kao ograničenje i obavezu** za organizaciju, odnosno manifestaciju
- Najveći izazov održivosti manifestacija predstavlja **promjena stavova** u smislu prevladavanja ekonomskih i političkih predrasuda prisutnih u području turizma manifestacija



ODRŽIVE MANIFESTACIJE

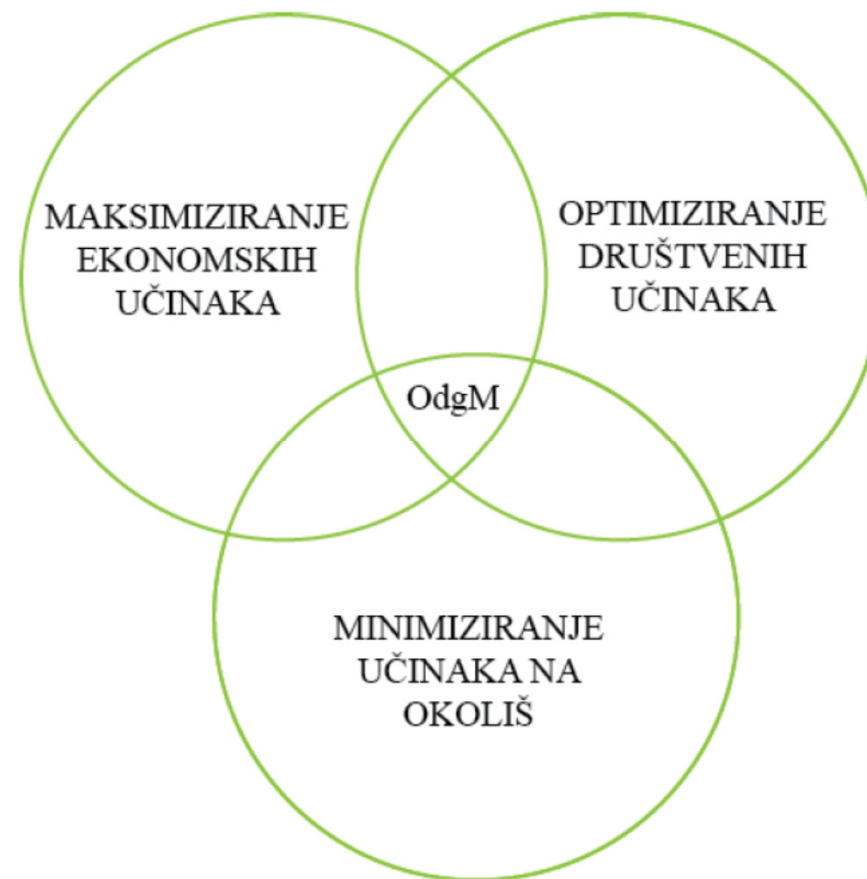
- Održive manifestacije su manifestacije kojima se upravlja kao autonomnim cikličkim procesima putem interakcije između manifestacijskog menadžmenta, zajednice domaćina i posjetitelja manifestacije, koje opskrbljuju ljudskim potencijalima, infrastrukturom i sredstvima





ODGOVORNE MANIFESTACIJE

- odgovorne manifestacije one manifestacije koje su osjetljive na ekonomske, socio-kulturne i okolišne potrebe unutar lokalne zajednice (domaćina manifestacije) i organizirane na takav način da optimiziraju neto holističke (pozitivne) učinke





HVALA NA POZORNOSTI