

Animacija u turizmu na primjeru grada Varaždina

Pozder, Mateja

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:948353>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-02**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository - Polytechnic of Međimurje Undergraduate and Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

Mateja Pozder

**ANIMACIJA U TURIZMU NA PRIMJERU GRADA
VARAŽDINA**

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2023.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

Mateja Pozder

**ANIMACIJA U TURIZMU NA PRIMJERU GRADA
VARAŽDINA**

**ANIMATION IN TOURISM ON THE EXAMPLE OF
THE CITY OF VARAŽDIN**

ZAVRŠNI RAD

Mentorica:

doc. dr. sc. Marija Valčić

ČAKOVEC, 2023.

Čakovec, 17. siječnja 2023.

država: **Republika Hrvatska**
Predmet: **Animacija u turizmu**

ZAVRŠNI ZADATAK br. 2022-MTS-R-72

Pristupnik: Mateja Pozder (0313025312)
Studij: Redoviti preddiplomski stručni studij Menadžment turizma i sporta
Smjer: Menadžment sporta

Zadatak: **Animacija u turizmu na primjeru grada Varaždina**

Opis zadatka:

U ovome radu pobliže će se objasniti što je animacija u sportskom turizmu u gradu Varaždinu. Kaji su bitni dijelovi animacije, raznovrsnost i ponude turističkog i sportskog turizma grada Varaždina. Opisat će se kako današnje animacije izgledaju te ponuđeni animacijski programi, tj. animacijski sadržaj u gradu Varaždinu. Također će se objasniti važnost animacija u sportskom turizmu, kako novi trendovi utječu na samu animaciju i raznovrsnost ponude. Cilj animacija u sportskom turizmu je privući što većibroj ljudi te se uzdići iznad konkurencije.

Cilj rada i istraživanja koje će se provesti jest analizirati na temelju dostupnih podataka učinke koje generiraju manifestacije u gradu i baštinsko naslijeđe, a putem kratke ankete s nekoliko ključnih dionika saznati kako ih osobe povezane s manifestacijama ili baštinom percipiraju

Zadatak uručen pristupniku: 17. siječnja 2023

Rok za predaju rada: 20. rujna 2023.

Mentor



doc. dr. sc. Marija Valčić

Predsjednik povjerenstva za
završni ispit

ZAHVALA

Želim se zahvaliti svojoj dragoj mentorici doc. dr. sc. Mariji Valčić i profesorici doc. dr. sc. Nevenki Breslauer na usmjeravanju i vođenju prilikom pisanja završnog rada, na uloženom trudu, vremenu i savjetima tijekom izrade ovog rada. Ponosna sam što sam Vas odabrala za mentoricu. Hvala mojoj obitelji i prijateljima što ste mi bili velika podrška jer bez vas ovo ne bi bilo moguće. Također veliko hvala svim profesorima MEV-a na prenesenom znanju.

Mateja Pozder

SAŽETAK

U današnjem turističkom suvremenom svijetu, kulturni i turistički čimbenici važan su segment u održavanju konkurentnosti destinacijskog tržišta. Današnji moderni turisti biraju destinacije koje bude u njima određeni doživljaj pun vlastitih iskustava i očekivanja određene destinacije. Barokni grad Varaždin smješten u sjeverozapadnoj Hrvatskoj, ostavlja iza sebe veliku prošlost. Zapamćen je po dobro očuvanoj baroknoj arhitekturi, povijesnim ostacima i raznovrsnoj kulturnoj sceni. Brojne kulturno-povijesne znamenitosti grada podsjećaju na grad „Beč“ koji također iza sebe ostavlja zapisanu povijest kao grad glazbe, cvijeća i baroka. Varaždin ne prestaje oduševljavati turiste zbog svojih atraktivnih ulica, trgova i raskošnih parkova. Popularno je odredište turista koji su ljubitelji umjetnosti i povijesti. Osim toga, Varaždin je domaćin raznih festivala tijekom cijele godine, uključujući i poznati Špancirfest koji privlači posjetitelje iz cijelog svijeta. Animacija ima značajnu ulogu u turizmu grada Varaždina. Pomaže u promicanju grada kao turističke destinacije, pružajući potencijalnim posjetiteljima uzbudljiva i nezaboravna iskustva koja ih potiču na istraživanje grada i njegove bogate kulturne baštine. U ovome radu pobliže će se objasniti što je animacija u turizmu grada Varaždina. Koji su bitni dijelovi animacije, raznovrsnost i ponude turističkog i sportskog turizma grada Varaždina. Opisat će se kako današnje animacije izgledaju te ponuđeni animacijski programi, i animacijski sadržaj u gradu Varaždinu. Također će se objasniti važnost animacija u sportskom turizmu, kako novi trendovi utječu na samu animaciju i raznovrsnost ponude. Cilj animacija u turizmu je stvoriti impresivno i privlačno iskustvo koje privlači posjetitelje, poboljšava zbližavanje i povezanost s destinacijom te ih potiče da posjete i istraže sve što to mjesto nudi. Kako korištenje animacijskog sadržaja i tehnika za promicanje i unapređenje turističke industrije utječu na samu animaciju, te kojim animacijskim aktivnostima je u cilju privući turiste, povećati njihovu razinu zadovoljstva i pružiti trajanje boravka. Animacija u turizmu može uključivati raznovrsne događaje, programe, predstave, sportske aktivnosti, kulturne priredbe, radionice, igre i druge oblike zabave.

Ključne riječi: destinacija, barokni grad, Varaždin, kulturno-povijesne znamenitosti, turizam, animacija u turizmu.

SADRŽAJ

SAŽETAK

1. UVOD	7
2. ANIMACIJA U TURIZMU.....	8
2.1. Komunikacijske vještine u animaciji.....	8
2.2. Osobine animatora	9
2.3. Animacijski programi u turizmu	11
2.4. Vremensko odvijanje animacijskih programa:	14
2.5. Zadovoljstvo turista animacijskim programima	14
3. ANIMACIJA U TURIZMU NA PRIMJERU GRADA VARAŽDINA.....	16
3.1. Kulturni turizam	17
3.2. Kulturna događanja u Varaždinu.....	18
3.3. Špancirfest.....	18
3.4. Turistički promet na Špancirfestu	21
3.5. Varaždinske barokne večeri	25
3.6. Statistički podaci za Varaždinske barokne večeri	26
3.7. Novogodišnja utrka - Varaždin	29
4. ZAKLJUČAK	31
5. LITERATURA	32
6. PRILOZI	34

1. UVOD

Turizam predstavlja ključan čimbenik u ekonomskom razvoju mnogih gradova diljem svijeta. Jedinstvena kulturna baština, povijest, arhitektura i prirodne ljepote često čine gradove atraktivnim odredištima za putnike željne istraživanja i doživljaja. U tom smislu, pojam "animacija" sve je važniji kako bi se turističko iskustvo obogatilo, a destinacija istaknula kao nezaboravno mjesto posjeta. Jedan takav grad koji sjaji svojim turističkim potencijalom i inovativnim pristupom animaciji je Varaždin. Smješten na sjeverozapadu Hrvatske, Varaždin oduševljava svoje posjetitelje bogatom poviješću, baroknom arhitekturom i raznovrsnom kulturom. Uz svoje naslijeđe, Varaždin je postao primjerom kako se animacija može koristiti kao ključni instrument za privlačenje, angažman i zadovoljstvo turista. Raznovrsnim animacijskim programima, Varaždin pruža jedinstvenu mogućnost posjetiteljima da se povežu sa njegovom atmosferom, raznolikostima i autentičnosti. Animacija u turizmu poboljšava turističku ponudu tako što dodaje dodatnu dimenziju, čineći je privlačnijom za različite vrste turista, bez obzira na dob, interese ili preferencije. Animacija također povećava privlačnost, interaktivne i zanimljive aktivnosti privlače turiste i pomažu destinaciji da se izdvoji iz konkurencije. Produžuje boravak turista, ako destinacija pruža raznovrsne animacije, turisti će vjerojatno produžiti svoj boravak kako bi sudjelovali u svim planiranim aktivnostima. Animacija utječe zadovoljstvo gostiju, pruža gostima dodatno zadovoljstvo i mogućnost da se opuste i uživaju u svom odmoru. Naravno, animacije doprinose ekonomiji, povećanjem broja turista i dužine njihovog boravka može pomoći u poticanju lokalne ekonomije, uključujući ugostiteljski sektor, trgovine suvenirima i razne usluge. Nadalje, promoviraju lokalnu kulturu kroz kulturne manifestacije, radionice i tematske večeri, animacije mogu pomoći u promociji i očuvanju lokalne kulture i tradicije. Naravno, ne manje važno, animacije stvaraju uspomene i pružaju turistima posebne trenutke i iskustva koja će dugo pamtiti i koja će ih potaknuti da se vrate. Uvođenje animacija u turističku destinaciju zahtijeva pažljivo planiranje i izvođenje, uzimajući u obzir interese i preferencije ciljne publike. Važno je osmisliti raznolik spektar aktivnosti kako bi se zadovoljile potrebe različitih skupina turista te osigurati da animacije budu dobro koordinirane i promovirane kako bi se postigao maksimalni učinak.

2. ANIMACIJA U TURIZMU

Animacija u turizmu odnosi se na korištenje animacijskog sadržaja i tehnika za promicanje i unapređenje turističke ponude. Revolucionarna industrija definirana među prvim oblicima turističke ponude u vremenskom razdoblju dvadesetog stoljeća. Uključuje stvaranje animiranih videozapisa, grafika i interaktivnih iskustava za uključivanje i educiranje putnika o raznim odredištima, atrakcijama i aktivnostima. Široka primjena informacijske tehnologije uz povećanje slobodnog vremena, turista i poboljšanje njihove razine, te promjene u životnim stilovima turista, današnja animacija dobiva nove sadržaje. Globalizacija sustava turističke ponude dovodi do oblika turističke ponude koja ima obilježje masovnog i pojedinačnog, što dovodi do stagnacije i nedovoljnog ispunjenja očekivane motivacije turista. Stoga dolazi do nezadovoljavajućeg uvjerenja motiva turista. Nedovoljna atraktivnost turističke destinacije kao i ponuđeni program samo su neki od razloga loših iskustava turista. Animacija u turizmu ima mnogo definicija, te pojmova turista i animatora, ali među brojnim definicijama odabrana je glavna koju je predložio Zdenko Cerović.

„Turistička se animacija, kao dio turističke ponude, definira kao skup usluga kojima se zadovoljavaju potrebe i želje turista da doživi očekivani i željeni turistički program, kojim organizator programa povećava turističku potrošnju. Ponuđeni animacijski programi, odnosno animacijski sadržaji, samo su dio moguće turističke ponude kao osnove za poticanje turističke potrošnje. Animacijski programi nude se turistima kako bi mogli doživjeti odabranu turističku destinaciju ili očekivani program s kojim žele doživjeti motiv dolaska u destinaciju ili objekt.“ (Cerović, 2008, 19). Programi animacije za turiste koriste se kako bi mogli iskusiti odabranu turističku destinaciju, te kako bi doživjeti odabrani program koji ih motivira da stignu na određeno odredište. Dakle, programi animacije stalno se mijenjaju sukladno promjenama uzrokovanim razvojem tehnologije i znanosti. Suvremeni modeli razvoja i eventualni sadržaji turističkog proizvoda temelji se na wellness sadržaju i cjelokupnom sustavu promicanja, obnavljanja i njege fizičkog tijela, te okoline koja ga okružuje.

2.1. Komunikacijske vještine u animaciji

Najbitnije od svega je sama komunikacija. Komunikacijske vještine i tehnike u turizmu i animaciji, čine preduvjet za slanje animacijskih poruka, a često su i temelj za pozitivno prenošenje informacija usmjerene na drugu osobu. Sposobnosti su koje

pojedincima omogućuju učinkovitu razmjenu informacija, ideja i misli s drugima. Snažne komunikacijske vještine važne su u osobnom i profesionalnom okruženju, jer mogu pomoći u izgradnji i održavanju odnosa, rješavanju sukoba i prenošenju poruka točno i jasno od pošiljatelja do primatelja poruke. Neke važne komunikacijske vještine podrazumijevaju: Slušanje- aktivno obraćanje pozornosti na druge i razumijevanje njihovih vizija. Govor- izražavanje misli i ideja jasno i precizno. Neverbalna komunikacija- korištenje govora tijela, izraza lica i gesta za prenošenje poruka bez korištenja riječi. Pisanje- kvalitetna komunikacija putem pisanog teksta, poput E-maila, izvješća ili prezentacija. Empatija- razumijevanje i uzimanje u obzir tuđih emocija i teorija. Rješavanje sukoba- rješavanje nesuglasica ili sukoba na konstruktivan način s poštovanjem. Prilagodljivost- prilagodba komunikacijskog stila i pristupa na temelju potreba publike ili situacije. Jasnoća i sažetost- izražavanje ideja na jasan i sažet način kako bi se izbjegli nesporazumi. Povratne informacije- pružanje i primanje povratnih informacija na konstruktivan i koristan način. Kulturna svijest- prepoznavanje i poštivanje kulturnih razlika u komunikacijskim stilovima i normama. Razvijanje i poboljšanje komunikacijskih vještina može se postići kroz praksu, kao i promatranje i traženje povratnih informacija. Rad na komunikaciji je stalan proces koji može uvelike unaprijediti osobne i profesionalne odnose.

2.2. Osobine animatora

Turistički animator je zapravo turistički djelatnik koji po svojim općim svojstvima mora zadovoljiti tražene karakteristike u turizmu. On planira i provodi koncept slobodnog vremena turista u koji spada športsko-rekreacijski, zabavni i kulturno-društveni sadržaji. Animatori su profesionalci koji posjeduju jedinstven skup vještina i karakteristika koje im omogućuju da se istaknu u svom području. Neke od ključnih karakteristika animatora uključuju: Kreativnost- animatori imaju snažnu maštu i sposobnost razmišljanja izvan okvira. Mogu smisliti inovativne ideje i koncepte za nadolazeću animaciju. Obraćanje pozornosti na detalje- animatori pomno obraćaju pažnju na detalje, osiguravajući dobar plan i program koji je precizno izrađen kako bi stvorili besprijekornu i realističnu animaciju. Strpljenje- animacija je dugotrajan proces koji zahtijeva strpljenje. Animatori bi trebali biti spremni uložiti potrebno vrijeme i trud u pedantno kreiranje i usavršavanje svog rada. Informacijske i digitalne kompetencije- animatori posjeduju dobro razumijevanje softvera, alata i tehnika za animaciju u što ubrajamo digitalne alate, dizajne

raznih likova, ilustracije u animiranim oblicima i drugo. Odlično se snalaze u područjima kao što su 2D ili 3D animacije, uređivanje, modeliranje i dizajniranje. Učenje novih vještina- tehnologija i tehnika animacija se konstantno razvijaju. Animatori koji ostaju informirani o najnovijim trendovima i usavršavaju svoje vještine će biti napredniji od ostalih animatora. Suradnja- animatori često rade kao dio tima, surađujući s drugim animatorima, umjetnicima, dizajnerima i redateljima. Oni su uspješni komunikatori koji mogu prihvatiti povratne informacije i uključiti ih u svoj rad. Prilagodljivost- animatori su prilagodljivi i otvoreni za učenje novih tehnika i tehnologija. Prate najnovije trendove i napredak u području animacije. Vještine rješavanja problema- animatori se susreću s izazovima i preprekama tijekom procesa animacije. Imaju razvijene jake vještine rješavanja problema i mogu pronaći kreativna rješenja za prevladavanje tih prepreka. Ustrajnost- razumiju da postizanje željenih rezultata može zahtijevati više ponavljanja i provjera. Uporni su i odlučni postići najbolji mogući ishod. Vještine promatranja- animatori su odlični promatrači pokreta, gesta i izraza lica. Proučavaju događaja iz stvarnog života i primjenjuju svoja zapažanja kako bi stvorili uvjerljive i realistične animacije. Strast- animatori imaju istinsku strast za svoj posao. Pokreće ih njihova ljubav prema animaciji što potiče njihovu predanost u stvaranju zadivljujućih animacija. Emocionalna inteligencija- animatori često rade sa likovima koji moraju izražavati emocije i osjećaje. Razumijevanje ljudskih emocija i sposobnost prenošenja istih kroz animaciju je ključno. Ove karakteristike, u kombinaciji s tehničkim vještinama i iskustvom, doprinose uspjehu animatora u njihovoj sferi i realizaciji svih ciljeva. Također, sve ove osobine pomažu animatorima da stvaraju zapanjujuće vizualne priče koje diraju gledatelje na emocionalnoj i vizualnoj razini.

Glavni zadatak turističkog animatora je stvaranje zabave, angažmana i pozitivnog iskustva za goste u turističkom okruženju. Turistički animatori rade u hotelima, restoranima, klubovima, bazenima, u prirodi, na otvorenom i drugim turističkim destinacijama kako bi pružili raznolike aktivnosti i programe koji će obogatiti i oduševiti boravak gostiju. Njihov cilj je stvoriti veselu i opuštenu atmosferu te potaknuti goste da se uključe u razne aktivnosti, socijaliziraju i stvore nezaboravne trenutke tokom svog nezaboravnog putovanja.

2.2. Animacijski programi u turizmu

Početno stajalište ovog rada je uvid u činjenicu heterogenosti potrošača. Razlikuju se po mnoštvu načina, uključujući njihove preferencije prema raznim proizvodima, i razumijevanje tih razlika vodi do mogućnosti sastavljanja najboljih mogućih aranžmana za njihove pojedine potrebe, dobivši time konkurentnu prednost unutar tržišta (Valčić, 2017). Uzroci različitosti su mnogi. Očito, potrošači, turisti nisu različiti u svakom pogledu. Imaju mnogo toga zajedničkog (na primjer, polovica potrošača su žene), ali se razlikuju na mnogo drugih načina. Različne karakteristike su od interesa unutar konteksta segmentacije tržišta (Valčić, 2017). One predstavljaju uzroke različitosti ili heterogenosti unutar tržišta, te su stoga glavna žarišna točka identifikacije i gradnje marketinških segmenata. Ponekad je jedna karakteristika ili kriterij segmentacije dovoljan za lučenje razlike između relevantnih segmenata. U drugim slučajevima, niz karakteristika se istovremeno koristi da bi se grupiralo potrošače u segmente. To bi se onda navodilo kao osnova segmentacije (Wendel i Kamakura, 2002., Valčić, 2017).

Sve što je iskoristivo od strane menadžmenta može biti korišteno kao kriterij ili osnova segmentacije. Najtipičniji kriteriji i osnove segmentacije su sljedeće:

- Socio-demografske: tipični sociodemografski kriteriji korišteni u segmentaciji tržišta uključuju rod, životnu dob, obrazovanje te dohodak.
- Geografske: geografska segmentacije je vjerojatno najčešće korištena u području odredišnog menadžmenta, sa zemljom porijekla kao kriterijem segmentacije.
- Bihevioralne: tipične bihevioralne informacije uključuju aktivnosti prilikom putovanja, odabire, općenite putne navike (npr. koliko često pojedini turisti putuju, koliko dugo odsjedaju, itd.), troškove, i slično.
- Psihografske: motivacija putovanja vjerojatno predstavljaju najpopularniju osnovu psihografske segmentacije. Drugi kriteriji iz ove skupine uključuju zadovoljstvo gostiju te iskaze životnog stila.

Granice između navedenih osnova segmentacije su mutne. Stoga, razni autori koriste razne sheme klasifikacije. Ali to nije konceptualni problem. To je samo pitanje preferencija u sistematiziranju kriterija.

Animacijski programi u turizmu su raznolike aktivnosti i događaji koji nude turističke destinacije kako bi obogatile iskustvo gostiju i stvorile zabavno i korisno okruženje tijekom njihovog boravka. Ovi programi imaju za cilj privući turiste, potaknuti socijalizaciju, pružiti mogućnost opuštanja te stvoriti nezaboravne trenutke za goste svih dobnih skupina. Evo nekoliko primjera animacijskih programa u turizmu:

Vrste animacijskih programa prema Krippendorfu (1996) su:

- Kretanje – sport, sportske igre, šetnje
- Druženje – piknik, izlet, rođendan za djecu
- Stvaralačke aktivnosti – fotografiranje, crtanje, kolaži, radione
- Naobrazba – kongresi, koncerti, pjevačke večeri, predavanja
- Pustolovine – rafting, logorovanje, noćno skijanje, ronjenje
- Mirovanje – joga, meditacija

Mihovilović (1984) dijeli aktivnosti animacije u deset grupa:

1. Društveni kontakti,
2. Igre,
3. Sportske aktivnosti,
4. Društveno-zabavne aktivnosti,
5. Kulturno-umjetničke aktivnosti,
6. Tehničke aktivnosti,
7. Aktivnosti u prirodi,
8. Zdravstveno-rehabilitacijske aktivnosti,
9. Atrakcije,
10. Izleti.

Sve ove aktivnosti imaju za cilj osigurati da gosti ne samo uživaju u ljepotama destinacije već i da stvore uspomene te se povežu s drugim gostima i lokalnim okruženjem. Animacijski programi često igraju važnu ulogu u ocjenjivanju ukupnog iskustva gostiju i čine turističku destinaciju privlačnijom.

Animacijski programi mogu se podijeliti u različite vrste ovisno o sadržaju, ciljnoj publici, lokaciji i drugim faktorima, neki animacijski programi:

-
- Sportski animacijski programi: uključuje sportske turnire, natjecanja i vježbe poput aerobika, joge, pilatesa, plivanja, odbojke na plaži. Cilj je potaknuti goste da ostanu aktivni i zdravi tijekom svog boravka.
 - Rekreativni animacijski programi: ove vrste programa obuhvaćaju razne zabavne igre, kvizove, natjecanja u plesu, karaoke i slično.
 - Kreativni animacijski programi: ovdje se uključuju radionice za izradu nakita, slikanje, kuhanje, izrada koktela, izrada sapuna, keramika i drugih kreativnih aktivnosti.
 - Dječji animacijski programi: ovi programi su usmjereni prema djeci i uključuju igre, crtanje, maskiranje, priče, slikovnice, animirane filmove i ostale aktivnosti prilagođene mlađoj publici.
 - Kulturni animacijski programi: ovdje se ubrajaju kulturni događaji kao što su tradicionalne priredbe, koncerti, plesne izvedbe i izložbe koje promoviraju lokalnu kulturu i umjetnost.
 - Glazbeni animacijski programi: uključuje glazbene nastupe, koncerte, disco večeri, tematske glazbene događaje i DJ setove.
 - Tematski animacijski programi: tematski programi se fokusiraju na određene teme poput pirata, avanture, egzotičnih kultura, povijesti ili futurističkih svjetova. Organiziraju se igre, priče i aktivnosti koje se uklapaju u tu temu.
 - Edukativni animacijski programi: uključuje predavanja, radionice i ekskurzije koje pružaju edukativne informacije o destinaciji, ekologiji, povijesti ili drugim relevantnim temama.
 - Relaksacijski animacijski programi: ovi programi se fokusiraju na opuštanje i wellness, uključujući aktivnosti kao što su meditacija, masaže, joga, tai chi i slično.
 - Adrenalinski animacijski programi: za goste koji vole uzbuđenje, mogu se organizirati avanturističke aktivnosti poput zip line-a, bungee skakanja, penjanja i drugih ekstremnih sportova.

Svaka vrsta animacijskog programa ima svoj cilj i privlači određenu skupinu gostiju. Kombinacija različitih programa često pomaže destinaciji privući raznoliku publiku i osigurati da svaki gost ima obogaćeno iskustvo tokom svog boravka.

2.4. Vremensko odvijanje animacijskih programa:

Vremensko odvijanje animacijskih programa varira ovisno o destinaciji, vrsti programa i željama gostiju. U većini slučajeva, animacijski programi su raspoređeni tijekom dana kako bi se osiguralo da gosti imaju priliku sudjelovati u različitim aktivnostima, ali i da imaju dovoljno slobodnog vremena za opuštanje i istraživanje. U nastavku slijedi nekoliko primjera vremenskog rasporeda animacijskih programa. Jutarnji programi: ujutro se često nude lagane aktivnosti poput jutarnje vježbe, vježbe disanja, istezanja, meditacija, joge ili vodenih aerobika kako bi gosti započeli dan odmorno i energično. Prijepodnevnici programi: u prijepodnevnim satima mogu se održavati sportski turniri, radionice ili rekreativne igre. Također, mogući su izleti lokalnih atrakcija ili edukativni programi s ciljem upoznavanja novog odredišta. Kratak odmor za ručak: većina destinacija ima vremenski interval za ručak kada gosti mogu jesti i opustiti se. Ovo je obično vrijeme kada se ne organiziraju intenzivni programi nego lagani i opušteniji. Popodnevnici programi: popodne može biti rezervirano za različite aktivnosti, uključujući sportske igre na plaži, odbojka na pijesku, picigin, radionice, bazenske igre ili tematske događaje. Većernji Programi obično započinju nakon večere i mogu uključivati kulturne predstave, tematske večeri, koncerte, karaoke, kino, plesne nastupe, kvizove i zabave na otvorenom. Noćni programi su za one koji žele produžiti večer, mogu se organizirati noćne zabave, disco večeri, mjuzikli, tematske zabave i slično. Važno je napomenuti da se vremenski raspored animacijskih programa može prilagoditi prema potrebama gostiju, posebno u slučaju privatnih grupa ili individualnih želja. Također, destinacije koje privlače raznolik publiku često nude širok spektar programa tijekom cijelog dana kako bi zadovoljili različite interese i potrebe gostiju.

2.5. Zadovoljstvo turista animacijskim programima

Zadovoljstvo turista animacijskim programima ima značajan utjecaj na ukupno iskustvo gostiju tijekom njihovog boravka na određenoj turističkoj destinaciji. Kvalitetno osmišljeni i provedeni animacijski programi mogu znatno doprinijeti pozitivnim ocjenama destinacije, povećati broj povratnika i unaprijediti njezin ugled. Evo nekoliko ključnih faktora koji utječu na zadovoljstvo turista animacijskim programima;

- Raznovrsnost i prilagodba: širok spektar animacijskih programa omogućava turistima da pronađu nešto što odgovara njihovim interesima i preferencijama.

Programi prilagođeni različitim dobnim skupinama, stilovima putovanja i aktivnostima povećavaju zadovoljstvo gostiju.

- Kvaliteta izvedbe: kvalitetno vođeni programi, stručni animatori, dobro osmišljeni scenariji i profesionalna produkcija doprinose pozitivnom doživljaju.
- Angažman i interakcija: programi koji potiču goste da aktivno sudjeluju, komuniciraju s drugim gostima i animatorima te se osjećaju uključeno, stvaraju dublji osjećaj zadovoljstva.
- Emocionalna povezanost: programi koji izazivaju emocije, pružaju humor, inspiraciju ili dublje razumijevanje kulture i povijesti destinacije ostavljaju pozitivan dojam.
- Sigurnost: osjećaj sigurnosti i dobro organizirani programi bez nepotrebnih rizika doprinose pozitivnom iskustvu.
- Kreativnost i originalnost: inovativni i jedinstveni programi koji se ističu od drugih destinacija ostavljaju snažan osjećaj na goste.
- Dostupnost: lakoća sudjelovanja u programima, jasne informacije i dobra komunikacija o rasporedu i lokacijama oduševljavaju goste.
- Povratna informacija i prilagodba: animator koji je otvoren za povratne informacije gostiju i spreman prilagoditi programe na temelju tih povratnih informacija stvara osjećaj važnosti i brige o gostima.
- Ocjene i recenzije: pozitivne recenzije drugih turista koji su već sudjelovali u programima mogu utjecati na odluke budućih gostiju.
- Ukupno iskustvo: konačno, zadovoljstvo gostiju animacijskim programima povezano je s njihovim ukupnim doživljajem destinacije, uključujući i smještaj, hranu, usluge i druge aspekte putovanja.

3. ANIMACIJA U TURIZMU NA PRIMJERU GRADA VARAŽDINA

Animacija u turizmu grada Varaždina temelji se na bogatoj kulturnoj baštini, povijesnim znamenitostima i tradicijama grada. Varaždin, smješten u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske uz obalu rijeke Drave, poznat je po svojoj prekrasnoj staroj gradskoj jezgri, baroknoj arhitekturi i živopisnim događajima. Neki od primjera kako bi se animacija mogla odvijati: Povijesne ture su organizirane ture kroz staru gradsku jezgru koje bi omogućile posjetiteljima da istraže bogatu povijest Varaždina. Turistički vodiči bi mogli pričati priče o povijesti grada, posebnim zgradama i događajima. Organizirane kulturne izložbe u muzejima i galerijama grada, gdje bi se izlagala lokalna umjetnost, povijesni artefakti i kulturna baština, pružila bi gostima dublji uvid u kulturu Varaždina. Radionice i organizacija tečajeva za izradu tradicionalnih rukotvorina ili tečajeva kuhanja tradicionalnih jela omogućila bi gostima da aktivno sudjeluju u kulturnim aspektima grada. Varaždin je poznat po brojnim festivalima kao što su „Varaždinske barokne večeri“ i „Špencirfest“. Organizacija festivalskih programa s glazbenim izvedbama, kazališnim predstavama, uličnim umjetnicima i gastronomskim događanjima privukla bi turiste iz cijelog Svijeta tijekom tih razdoblja. Organizacija koncerata klasične glazbe, narodnih pjesama ili modernih izvedbi na otvorenom ili u povijesnim zgradama privukla bi goste različitih interesa. Obilazak gradskih znamenitosti kao što su crkve, dvorci, palače i stari gradski zidovi uz stručno vođenje omogućila bi gostima da nauče više o bogatoj prošlosti grada. Edukativni programi o lokalnoj kulturi, povijesti, tradicijama i umjetnosti omogućuju gostima dublje razumijevanje grada. Kroz kombinaciju ovih animacijskih programa, Varaždin može ponuditi bogato i raznoliko iskustvo za turiste, istražujući njegovu kulturnu baštinu i doprinoseći ekonomiji grada kroz turizam. Važno je kontinuirano osmišljavati nove i zanimljive programe kako bi privukli različite skupine turista i održali njihov interes. Varaždin ima mnogo potencijala za animaciju temeljenu na

svojoj kulturnoj baštini i povijesti. Kombinirajući različite vrste programa, grad bi mogao ponuditi turistima obogaćeno i raznoliko iskustvo koje će ih povezati s njegovim bogatstvom.

3.1. Kulturni turizam

Kulturni turizam je oblik turizma koji se temelji na posjetima destinacijama radi upoznavanja, istraživanja i doživljavanja različitih kulturnih aspekata i atrakcija. Ovaj oblik turizma naglašava kulturnu baštinu, umjetnost, povijest, tradiciju, lokalnu kuhinju, običaje i sve što čini identitet određenog mjesta. Cilj kulturnog turizma nije samo površno obilazak, već i dublje razumijevanje i povezivanje s kulturom i poviješću destinacije. Neki od ključnih karakteristika kulturnog turizma su; posjećivanje kulturnih atrakcija, turisti koji vole kulturni turizam često posjećuju muzeje, povijesne spomenike, galerije, dvorce, crkve, palače i druge kulturne atrakcije. Upoznavanje lokalnih običaja, kulturni turizam omogućuje turistima da se upuste u lokalni način života, običaje, festivale i sve što karakterizira život određene destinacije. Turisti koji se bave kulturnim turizmom često traže interakciju s lokalnim stanovništvom kako bi bolje razumjeli kulturu, običaje i svakodnevni život u destinaciji u kojoj se nalaze. Gastronomska iskustva podrazumijevaju kušanje lokalnih jela i tradicionalnih kulinarskih specijaliteta zbog toga što je često sastavni dio kulturnog turizma, jer hrana igra važnu ulogu u kulturi. Posjete galerijama, izložbama, kazalištima i drugim umjetničkim događajima omogućuju turistima da se povežu s lokalnim umjetničkim scenama. Kulturni turizam naglašava edukativne aspekte, omogućujući turistima da dublje razumiju povijest, umjetnost i tradiciju destinacije. Očuvanje kulturne baštine, kulturni turizam može doprinijeti očuvanju i obnovi kulturnih spomenika, tradicija i običaja kroz financijsku podršku i povećanu svijest svakog pojedinca. Kulturni turizam promovira raznolikost kultura, jezika i običaja te potiče međusobno razumijevanje i poštovanje. Primjeri kulturnog turizma uključuju posjet muzejima i umjetničkim galerijama, sudjelovanje u tradicionalnim festivalima, razgledavanje povijesnih građevina, sudjelovanje u kulturnim radionicama, kušanje lokalnih jela i pića te interakciju s lokalnim stanovništvom. Kulturni turizam pruža priliku za obogaćivanje znanja, osjećaj dubljeg povezivanja s određenom destinacijom i stvaranje nezaboravnih uspomena.

3.2. Kulturna događanja u Varaždinu

Varaždin je poznat po svojim raznovrsnim kulturnim događanjima koja privlače posjetitelje iz Hrvatske i širom svijeta. Ovi događaji ističu bogatu kulturnu baštinu grada i nude raznolike umjetničke i zabavne programe. Neki od najpoznatijih primjera kulturnih događanja su: Špencirfest, Ljeto u Varaždinu, Trash film festival, Varaždinske barokne večeri, Međunarodna izložba cvijeća – barok, glazba, cvijeće, Advent u Varaždinu, Međunarodna novogodišnja utrka i Noć muzeja. Kroz ova kulturna događanja, Varaždin stvara utjecajnu kulturnu scenu koja oplemenjuje grad i privlači goste koji žele doživjeti umjetnost i tradiciju grada na jedinstven način. Sve te manifestacije možemo povezati sa kulturnim i povijesnim turizmom, odnosno možemo nazvati turizmom nasljeđa jer se odnosi na putovanja i aktivnosti koje se temelje na istraživanju i doživljavanju kulturnog i povijesnog nasljeđa destinacije. Pančić-Kombol opisao je turizam nasljeđa kao „*vrsta turizma koja se temelji na nostalgiji za prošlošću i želji za iskustvom različitih kulturnih oblika. On obuhvaća kulturnu tradiciju i stvaralaštvo koji su naslijeđeni iz prošlosti. Osnovni resursi za ovu vrstu turizma su povijesni ostaci u obliku građevina, spomenika i drugih oblika ljudskog stvaralaštva, te nezaobilazna lokalna kulturna tradicija*”. (Pančić-Kombol, 2006., 217.) Ovaj oblik turizma usmjerava se na očuvanje, promociju i valorizaciju kulturnih, povijesnih i tradicionalnih elemenata koji čine identitet određene regije ili grada. Turizam nasljeđa može biti izuzetno obogaćujući za turiste i zajednice koje ga nude. Važna je ravnoteža između očuvanja kulturnog naslijeđa i potrebe za turističkim razvojem kako bi se osigurala dugoročna održivost i koristi za sve uključene strane.

3.3. Špencirfest

Špencirfest je najpoznatiji ulični festival koji se održava u centru grada Varaždina, po varaždinskim ulicama i trgovima. Najpopularniji je festival u Hrvatskoj koji se odvija već 25 godina krajem kolovoza. Manifestacija je koja glazbenim, uličnim, kazališnim, kreativnim i tradicijskim festivalom ne prestaje oduševljavati srca publike i posjetitelja. Špencirfest privlači veliki broj posjetitelja u deset festivalskih dana, kako domaćih tako i turista koji dolaze uživati u živoj atmosferi i raznovrsnim zabavnim sadržajima. Nudi bogat sadržaj raznih aktivnosti, izvedbi i izložbi u kojima svi mogu uživati. Osim glazbenih pozornica, na ulicama i trgovima Varaždina nalaze se kazališne, plesne pozornice i mjesta za postavljanje raznih instalacija i performerera koji, uz najpopularniji Vinski grad,

obogaćuju ponudu nezaboravnog Špencirfesta kojim se svi zajedno opraštaju od ljeta. Svakako, Špencirfest posebno brine i za najmlađe članove koji mogu birati između kreativnih sadržaja "Parka kreative", najpoznatijeg Vindilanda ili adrenalinskog uzbuđenja Lunaparka. Desetak dana koncerata, uličnih performansa, radionica, izložbi, kreative, bogate izlagačko-prodajne ponude, gastronomskih užitaka i još mnogo toga pretvara prekrasnu povijesnu jezgru Varaždina u specifičnu festivalsku pozornicu, koja svake godine pridobi pažnju stotine tisuća posjetitelja. Tijekom Špencirfesta grad živi uz ulične predstave, pjevače, živu glazbu, likovne izložbe, oslikavanje lica za djecu i druge aktivnosti, stvarajući živahnu i neprocjenjivu atmosferu.

Slika 1. Špencirfest, Varaždin



Izvor: <https://stiluenta.net/posjetili-smo-spencirfest-dojam-cista-petica/> (25.7.2023.)

Slici 1. prikazani su ulični zabavljači na Špencirfestu u Varaždinu 2022. godine. Ljeto prepuno događanja, manifestacija, kratkih trgova i ulica koje možemo vidjeti svake godine u kolovozu. Festival koji traje 10 dana ispunjen kreativnim sadržajem i ugodnom ugođaju.

Slika 2. Vinski grad, Varaždin



Izvor: <https://www.spancirfest.com/o-spancirfestu/vinski-grad/> (25.7.2023.)

Na slici 2. vidljiv je prikaz Vinskog grada Varaždina koji je mjesto druženja, upoznavanja novih osoba i druženja uz pomno pripremljena i birana vina. Smješten na prekrasnoj zelenoj oazi pored zidina Starog grada, mjesto je koje nudi nezaboravno iskustvo.

Slika 3. Vindiland, Špancirfest



Izvor: <https://www.varazdinske-vijesti.hr/drustvo/foto-vindiland-i-ove-godine-vodi-najmlade-u-svijet-zabave-i-maste-17563> (25.7.2023.)

Slika 3. nam prikazuje Vindiland koji je najdraža animacija za djecu i najmlađe. Destinacija čarobnog svijeta zasigurno je omiljeno mjesto mališana ispod bedema Starog grada. Edukativni sadržaji i raznovrsni programi održavaju se pod vodstvom animatora koji nude mnoštvo zabave, smijeha i veselja.

3.4. Turistički promet na Špancirfestu

U tablici 1. prikazani su podaci Špancirfesta i to: broj posjetitelja, potrošnja po posjetitelju (procjena), turistički promet (procjena), ostvarenih dolazaka, ostvarenih noćenja, izvedenih programa, broj izlagača, posjetitelja, pregleda službene stranice Špancirfesta, članova Špancirfest Facebook i Instagram profila i to od 2007. do 2022. godine.

Prisutno je sudjelovanje jedinice lokalne uprave i smouprave, državnih institucija, HTZ-a i pokazatelji ostalih izvora javnih sredstava, sponzora, najam prostora i ostalih prihoda, te ukupnih prihoda manifestacije Špancirfesta za svaku godinu.

Tablica 1. Špancirfest u brojkama od 2007. do 2012. godine

ŠPANCIRFEST	2007,	2008,	2009,	2010,	2011,	2012,
BROJ POSJETITELJA	-	160,000	150,000	140,000	200,000	170,000
POTROŠNJA PO POSJETITELJU (procjena)	-	-	-	-	100,00 kn	100,00 kn
TURISTIČKI PROMET (procjena)	-	-	-	-	20.000.000,00 kn	17.000.000,00 kn
OSTVARENIH DOLAZAKA (kolovoz)	-	2,740	2,566	3,515	3,120	2,880
OSTVARENIH NOĆENJA (kolovoz)	-	4,979	4,844	5,704	6,239	5,913
IZVEDENIH PROGRAMA	212	214	190	232	552	495
BROJ IZLAGAČA	126	130	140	140	119	110
POSJETITELJA NA www.spancirfest.com (kolovoz)	60,732	65,329	81,087	-	88,304	82,606
PREGLEDI STRANICE www.spancirfest.com (kolovoz)	-	-	-	-	-	-
ČLANOVA ŠPANCIRFEST FACEBOOK PROFILA	-	-	-	-	11,480	33,792
ČLANOVA ŠPANCIRFEST INSTAGRAM PROFILA	-	-	-	-	-	-
ŠPANCIRFEST - PRIHODI - IZVORI FINANCIRANJA	2007,	2008,	2009,	2010,	2011,	2012,
Jedinice lokalne uprave, državne institucije, HTZ i ostala javna sredstva	310.000,00	384.600,00	340.000,00	360.000,00	407.300,00	440.000,00
Sponzori	1.412.393,90	1.945.300,00	1.881.500,00	1.340.794,30	1.490.700,00	1.502.033,91
Najam prostora i ostali prihodi	1.318.043,46	1.061.231,15	944.941,50	1.227.497,39	1.783.636,31	1.794.916,65
Ukupno prihodi	3.040.437,36	3.391.131,15	3.166.441,50	2.928.291,69	3.681.636,31	3.676.950,56

Izvor: Turistička zajednica Grada Varaždina

Analizom dostupnih podataka iz tablice 1. možemo utvrditi kako je 2011. godine broj posjetitelja bio 200.000, što je najviše u razdoblju od 2007. do 2012. godine. Te iste godine bilo je izvedeno 552 programa, te je bilo nešto manje izlagača nego 2010. i 2009. godine. U 2012. godini izvor financiranja lokalnih uprava, državnih institucija, HTZ-a i ostalih javnih sredstava bio je najviši te je iznosio 440.000,00 kuna. Prihod od sponzori su 2008. godinu za Špancirfest iznosili su 1.945.300,00 kuna. Ukupni prihodi u razdoblju od 2007. do 2012. godine bili su najviši 2011. godine u iznosu od 3.681.636,31kuna.

Tablica 1. Špancirfest u brojkama od 2013. do 2018. godine

SPANCIRFEST	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
BROJ POSJETITELJA	170,000	170,000	200,000	265,000	265,000	280,000
POTROSNJA PO POSJETITELJU (procjena)	100,00 kn	100,00 kn	100,00 kn	100,00 kn	100,00 kn	100,00 kn
TURISTICKI PROMET (procjena)	17.000.000,00 kn	32.551.087,85 kn	33.747.321,56 kn	34.252.087,45 kn	35.500.000,00 kn	37.274.332,45 kn
OSTVARENIH DOLAZAKA (kolovoz)	3,049	3,157	3,643	3,747	4,379	5,423
OSTVARENIH NOCENJA (kolovoz)	7,086	6,569	7,253	7,371	8,337	13,026
IZVEDENIH PROGRAMA	441	441	397	450	309	500
BROJ IZLAGACA	104	104	118	111	115	108
POSJETITELJA NA www.spancirfest.com (kolovoz)	98,790	129,688	133,141	132,421	104,313	126,105
PREGLEDI STRANICE www.spancirfest.com (kolovoz)	-	437,546	418,141	483,093	513,864	682,101
CLANOVA SPANCIRFEST FACEBOOK PROFILA	55,457	79,714	85,592	89,680	90,661	92,250
CLANOVA SPANCIRFEST INSTAGRAM PROFILA	3,427	3,409	4,287	5,203	5,264	5,865
SPANCIRFEST - PRIHODI - IZVORI FINANCIRANJA	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
Jedinice lokalne uprave, državne institucije, HTZ i ostala javna sredstva	437.000,00	555.000,00	597.878,00	555.000,00	631.000,00	1.050.000,00
Sponzori	1.361.331,34	1.270.297,96	1.548.017,70	1.824.629,36	1.549.811,46	2.059.548,24
Najam prostora i ostali prihodi	1.900.046,68	1.854.745,41	1.417.291,48	3.063.807,83	1.594.337,01	1.664.688,31
Ukupno prihodi	3.698.378,02	3.680.043,37	3.563.187,18	5.443.437,19	3.775.148,47	4.774.236,55

Izvor: Turistička zajednica Grada Varaždina

Analizom dostupnih podataka iz tablice 2. možemo utvrditi kako je broj posjetitelja 2018. godine bio najveći te je iznosio 280.000 posjetitelja. Procjena turističkog prometa te iste godine je iznosila 37.274.332,45 kuna što je najviše u razdoblju od 2013. do 2018. godine.

Ostvarenih dolazaka i noćenja u kolovozu je također bilo najviše u 2018. godini. i iznosili su 5.423 dolazaka i 13.026 ostvarenih noćenja. Izvedenih programa bilo je nešto manje 2018. godine svega 500 u usporedbi s 2011. koji su iznosili 552 izvedenih programa. Na stranici www.spancirfest.com u mjesecu kolovozu pregledi su se znatno poboljšali 2018. godine i iznosili 682,101 pregleda. Ukupni prihodi 2016. godine bili su najviši u usporedbi s prijašnjim godinama, te su iznosili 5.443.437,19 kuna.

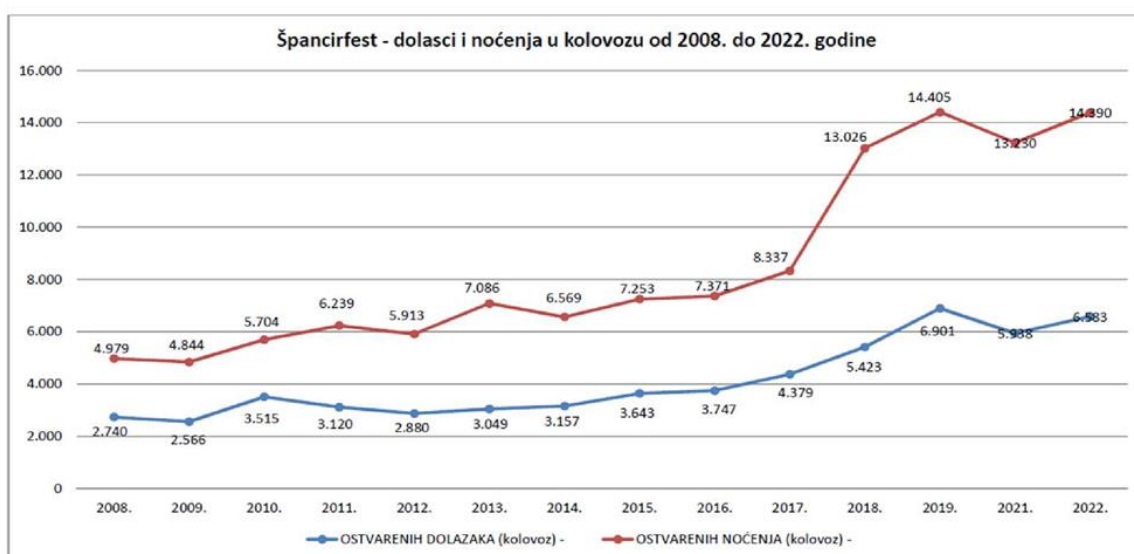
Tablica 2. Špancirfest u brojkama od 2019. do 2022. godine

SPANCIRFEST	2019.	2021.	2022.
BROJ POSJETITELJA	300,000	230,000	250,000
POTROSNJA PO POSJETITELJU (procjena)	100,00 kn	100,00 kn	110,00 kn
TURISTICKI PROMET (procjena)	67.481.000,00 kn	72.163.000,00 kn	79.300.000,00 kn
OSTVARENIH DOLAZAKA (kolovoz)	6,901	5,938	6,583
OSTVARENIH NOCENJA (kolovoz)	14,405	13,230	14,390
IZVEDENIH PROGRAMA	500	300	500
BROJ IZLAGACA	110	95	136
POSJETITELJA NA www.spancirfest.com (kolovoz)	150,201	141,916	144,089
PREGLEDI STRANICE www.spancirfest.com (kolovoz)	1.290.128	1.040.125	1.140.747
CLANOVA SPANCIRFEST FACEBOOK PROFILA	94,408	93,195	96,671
CLANOVA SPANCIRFEST INSTAGRAM PROFILA	6,998	7,119	7,952
ŠPANCIRFEST - PRIHODI - IZVORI FINANCIRANJA	2019.	2021.	2022.
Jedinice lokalne uprave, državne institucije, HTZ i ostala javna sredstva	860.000,00	1.556.382,75	1.640.000,00
Sponzori	1.939.048,20	1.535.981,25	1.552.050,00
Najam prostora i ostali prihodi	1.617.730,97	1.251.210,91	1.420.322,25
Ukupno prihodi	4.416.779,17	4.343.574,91	4.612.372,25

Izvor: Turistička zajednica Grada Varaždina

Analizom tablice 3 možemo zaključiti da je 2018. godina bila najuspješnija godina sa najviše prikupljenih prihoda koji su iznosili 4.774.236,55 kuna. Godina 2020. nažalost je bila otkazana za Špancirfest zbog pogoršanja epidemiološke situacije i nesigurnosti koju je ona donosila. Sve u svemu, Špancirfest je veliki događaj koji privlači značajan broj turista. Varaždin nudi niz mogućnosti smještaja za različite budžete i želje. U centru grada mogu se pronaći nekoliko hotela, pansiona i apartmana. Smještaj se može pronaći na raznim internetskim stranicama ili se za pomoć možete obratiti Turističkoj zajednici grada Varaždina.

Tablica 3. Špancirfest – dolasci i noćenja u kolovozu od 2008. do 2022. godine



Izvor: Turistička zajednica Grada Varaždina

U tablici 4. prikazani su dolasci i noćenja turista u kolovozu od 2008. do 2022. godine. Može se vidjeti kako je 2019. godine bilo 6.901 dolazak što je najviše u razdoblju od 2008. do 2022. godine. Također, možemo zaključiti kako je te iste godine bilo 14.405 ostvarenih noćenja u kolovozu. Iz tablice se može vidjeti kako je 2008. godine bilo svega 4.979 ostvarenih noćenja, te 2.740 dolazaka na Špancirfest.

Prikaz turističkog prometa na Špancirfestu za razdoblje 2019. - 2021.godine, možemo vidjeti u tablici 5. Analizom dostupnih podataka možemo zaključiti da je turistički promet gotovo u stalnom porastu, povećanjem broja posjetitelja, doprinijelo je većem prometu koji je zamalo dosegnuo 80.000.000,00 kuna, time je Špancirfest dokazao da postaje svake godine sve uspješniji i kvalitetniji.

Tablica 4. Turistički promet na Špancirfestu



Izvor: Turistička zajednica Grada Varaždina

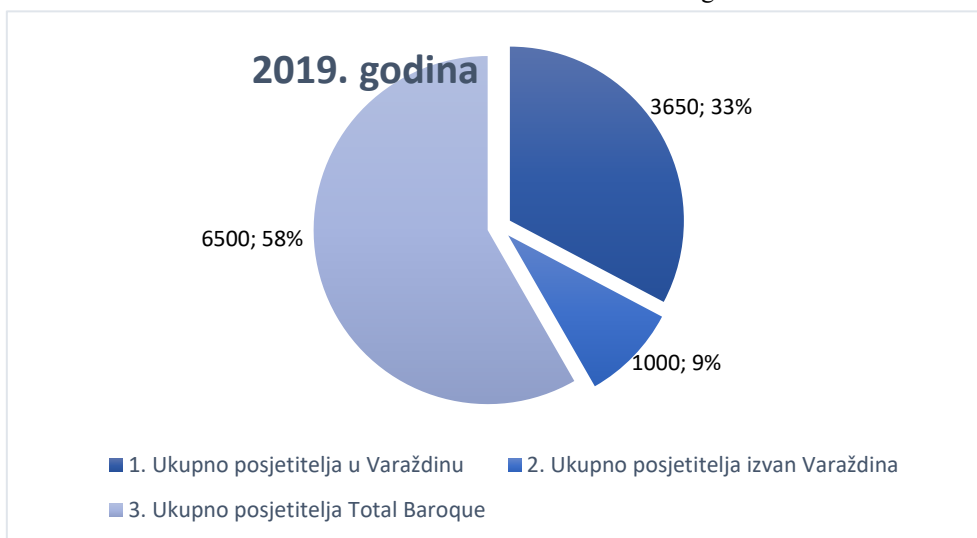
3.5. Varaždinske barokne večeri

Varaždinske barokne večeri najznačajniji je festival glazbeno-scenske manifestacije, koji se održava svake godine u Varaždinu i u obližnjim hrvatskim gradovima. Festival se fokusira na baroknu glazbu i umjetnost te privlači glazbenike i ljubitelje glazbe iz cijelog svijeta. Varaždinske barokne večeri osnovane su 1968. godine i postale su značajan događaj za kulturni život ne samo Varaždina, nego i za cijelu Hrvatsku. Nude širok spektar koncerata, radionica, predavanja i izložbi posvećenih baroknoj glazbi i umjetnosti koji se održavaju krajem rujna već 53 godine. Festival također često surađuje s poznatim glazbenicima i orkestrima koji izvode djela baroknih majstora kao što su Johann Sebastian Bach, Georg Friedrich Händel, Antonio Vivaldi, Henry Purcell i mnogi drugi. Svake godine dolazi druga zemlja, tako je 2023. godine zemlja partner Švicarska. Do 2023. nastupili su predstavnici 15 zemalja, a to su: Slovenija, Austrija, Njemačka, Češka, Poljska, Italija, Slovačka, Ruska Federacija, Izrael, Francuska, Španjolska, Mađarska, Švedska, Irska i Japan. Varaždinske barokne večeri privlače kako ljubitelje klasične glazbe tako i ljude zainteresirane za kulturno nasljeđe i povijest umjetnosti. Festival je postao prepoznatljiv i po svojoj atmosferi koja podsjeća na barokno razdoblje, a grad Varaždin postaje živo središte događanja tijekom trajanja festivala. Uz izvanredne glazbene izvedbe, koje se održavaju u katedralama, crkvama, dvorcu Trakošćan, HNK u Varaždinu i palači Sermage, posjetitelji imaju priliku uživati u šetnjama po prekrasnoj baroknoj arhitekturi grada te sudjelovati u mnogim popratnim događanjima.

3.6. Statistički podaci za Varaždinske barokne večeri

Broj programa u Varaždinu i izvan Varaždina u sklopu popratnog programa Total Baroque te broj posjetitelja Varaždinskih baroknih večeri od 2019. do 2022. godine prikazani su u grafikonu 1. U Varaždinu 2019. godine održalo se 19 programa, od kojih su 3.650 posjetitelja uživala u izvedbi Varaždinskih baroknih večeri. Izvan grada Varaždina organizirano je bilo deset programa, te je ukupno bilo 1.000 gledatelja. Nadalje, na programima Total Baroque održano je 25 programa sa 6.500 ukupnih posjetitelja. Kada govorimo o 2019. godini, iz podataka možemo zaključiti da je ukupno bilo 11.150 posjetitelja te godine. Nešto lošija bila je 2020. godina sa održanih 12 programa u gradu Varaždinu od kojih je bilo 1.550 ukupno posjetitelja, a svega pet programa održalo se izvan grada Varaždina sa svega 300 posjetitelja. Na programima Total Baroque bilo je svega tri programa, te 5.000 posjetitelja. Za 2020. godinu možemo vidjeti da je bilo svega 6.850 gledatelja. Godine 2021. održalo se 22 programa u Varaždinu, od kojih je došlo 2.200 gledatelja. Održalo se 13 programa izvan Varaždina, te je došlo 1.000 posjetitelja. Što se tiče programa Total Baroque-a bilo ih je svega 10 programa, a stiglo je 7.800 posjetitelja. Ukupno je bilo 11.000 posjetitelja što je najbližije 2019. godini. U 2022. godini u gradu Varaždinu održalo se 21 program, te ih je posjetilo 3.400 gledatelja koji su uživali u čarobnim izvedbama glazbenika Varaždinskih baroknih večeri. Bilo je održano 13 programa izvan Varaždina, sa 1.300 gledatelja. U programima Total Baroque održano je 14 programa, te je posjetilo 10.000 gledatelja. Ukupno je uživalo 14.700 posjetitelja 2022. godine.

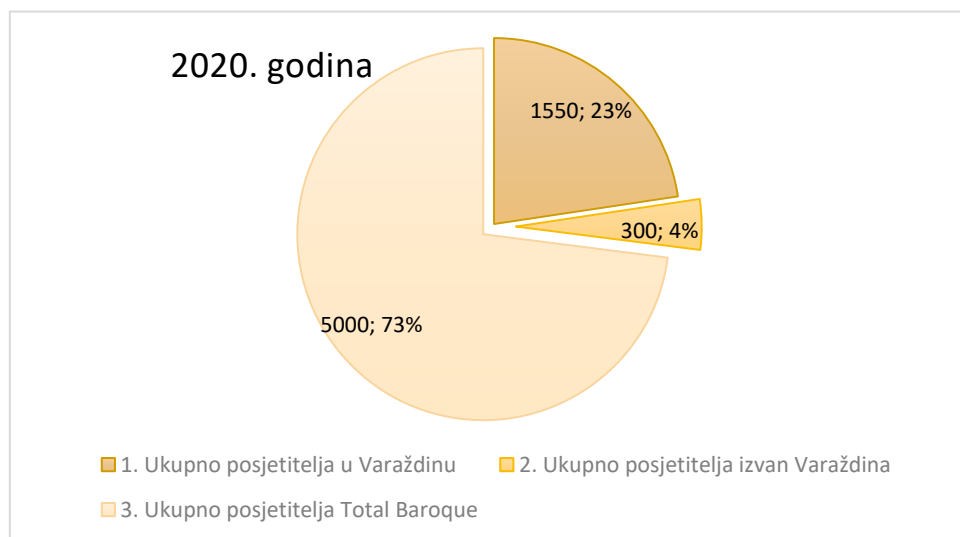
Grafikon 1. Varaždinske barokne večeri 2019. godine



Izvor: Turistička zajednica Grada Varaždina

Iz grafikona 4. može se zaključiti kako je 2019. godine bilo 3.560 posjetitelja na Varaždinskim baroknim večerima koje su te godine nadmašile sva očekivanja. Održalo se 30 koncerata u 12 festivalskih dana, bogatiji popratni programi, stotine izvođača i preko 10.000 posjetitelja koncerata. Ukupno posjetitelja izvan Varaždina je bilo 1.000, te 6.500 posjetitelja Total Baroque-a.

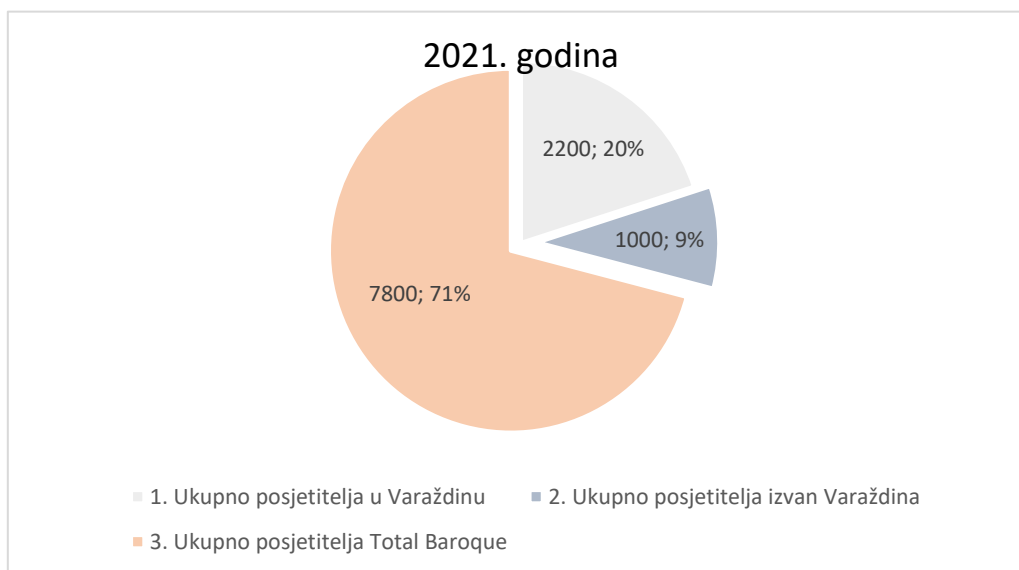
Grafikon 1. Varaždinske barokne večeri 2020. godine



Izvor: Turistička zajednica Grada Varaždina

Iz grafikona 2. vidljivo je kako je 2020. godina bila lošija od 2019. godine. Iz podataka u grafikonu možemo vidjeti kako je bilo svega 1.550 posjetitelja u Varaždinu, 5.000 posjetitelja Total Baroque-a i svega 300 posjetitelja izvan Varaždina. 2020. godina bila je vrlo značajna za Varaždin iz razloga što su bile jubilarne 50. Varaždinske barokne večeri.

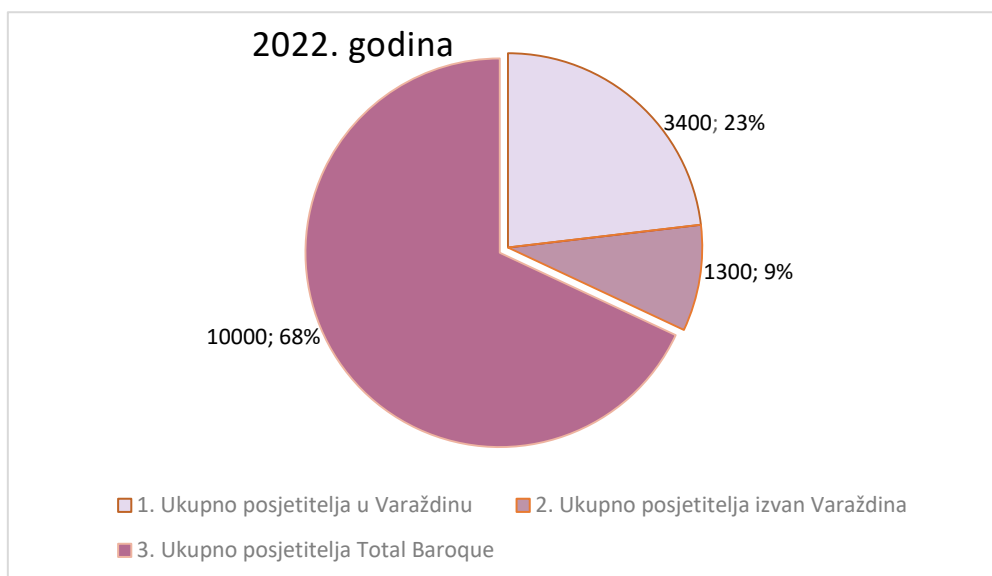
Grafikon 2. Varaždinske barokne večeri 2021. godine



Izvor: Turistička zajednica Grada Varaždina

Iz grafikona 3. može se vidjeti kako je 2021. godina bila uspješnija nego prijašnja 2020. godina. Donosila je oko dvadesetak koncerata koji su bili održani u Varaždinu gdje je bilo 2.200 posjetitelja, 1.000 posjetitelja izvan Varaždina, 11 izvedbi podijeljenih u pet županija i jedan koncert u susjednoj zemlji Sloveniji koja je bila zemlja partnera. Najviše posjetitelja je stiglo na Total Baroque i to 7.800.

Grafikon 3. Varaždinske barokne večeri 2022. godine



Izvor: Turistička zajednica Grada Varaždina

Iz grafikona 4. vidljivo je kako je te godine bilo najviše posjetitelja na Total Baroque-u, svega 10.000 u razdoblju od 2019. do 2022. godine. Također u Varaždinu broj posjetitelja se povećao nego prijašnje 2021. godine, točnije bilo je 3.400 posjetitelja i 1.300 posjetitelja

izvan Varaždina. Značaj Varaždinskih baroknih večeri dokazuje činjenica da je festival pod pokroviteljstvom Predsjednika Republike Hrvatske te također Ministarstvo kulture RH mu je dodijelio status festivala od nacionalnog značaja.

3.7. Novogodišnja utrka - Varaždin

Novogodišnja utrka započinje vatrometom i otkucavanjem sata kada svi nestrpljivo čekaju ulazak u novu i uspješniju godinu. Prva utrka održana je prvi puta 1977. godine u Varaždinu. Kada svi sa šampanjcem nazdravljaju, trkači trčeći kreću točno u ponoć sa Novogodišnjom utrkom kako bi otvorili novu trkačku godinu. Utrka se trči oko 4 kilometara, a trkači koji dolaze svake godine su većinom Hrvati, Slovenci, Srbi, Bosanci i Hercegovci, Mađari, Austrijanci i Nijemci. Međutim, natjecatelji su 2019. godine stigli u Varaždin na Novogodišnju utрку iz Kenije, 2020. godine iz Velike Britanije i Norvežani 2022. godine. S obzirom da je prvi sportski događaj u Hrvatskoj, veliki interes ima od strane natjecatelja, gledatelja i medijski je dobro popraćen događaj. Svakom natjecatelju cilj je ostvariti što bolji rezultat na toj jedinstvenoj utrci unatoč raznim vremenskim uvjetima na kojih se ne može utjecati. Pobjednici Novogodišnje utrke – Varaždin u nazad pet godina bili su:

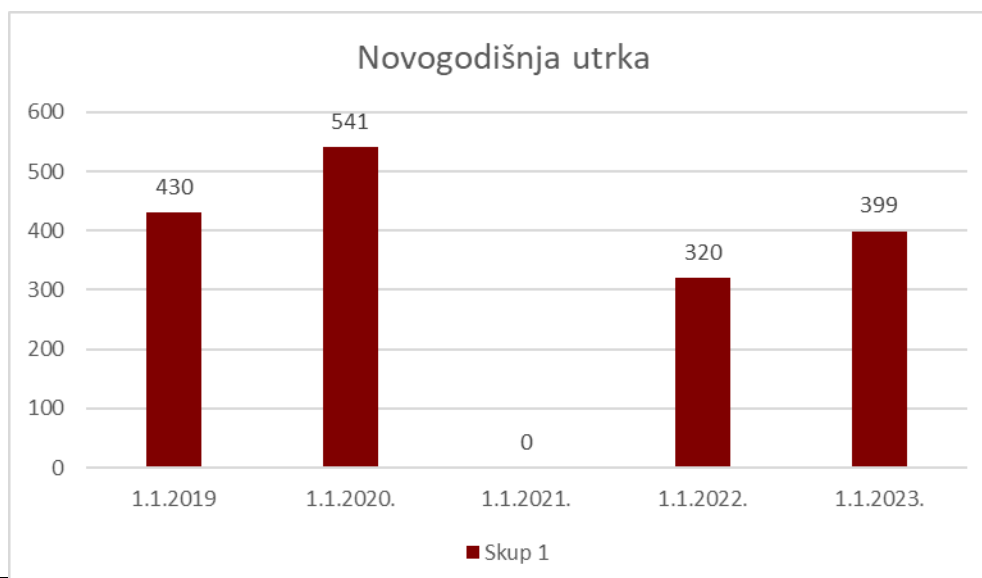
- 2023. godina, 44. Novogodišnja utrka – pobjednici: Tea Faber (Dubrovnik) i Ante Živković (Dubrovnik)
- 2022. godina, 43. Novogodišnja utrka – pobjednici: Tea Faber (Dubrovnik) i Ante Živković (Dubrovnik)
- 2021. godina, nije održana
- 2020. godina, 42. Novogodišnja utrka – pobjednici: Olivera Jevtić (Srbija) i Jan Kokalj (Slovenija)
- 2019. godina, 41. Novogodišnja utrka – pobjednici: Katarina Vukančić (Zagreb) i Samuel Naibei Kiplimo (Kenija)

Slika 4. Novogodišnja utrka - Varaždin



Izvor: <https://varazdinski.net.hr/vijesti/sport/4311699/foto-odrzana-44-novogodisnja-utrka-pobjednici-sutea-faber-i-ante-zivkovic/> (31.08.2023.)

Grafikon 4. Novogodišnja utrka - Varaždin



Izvor: Turistička zajednica Grada Varaždina

Iz Grafikona 5. može se vidjeti da je 2019. godine sudjelovalo 430 trkača, a broj sudionika ponoćne utrke se znatno povećao u 2020. godini kada je sudjelovalo 541 trkač i trkačica dok u 2021. godini zbog epidemioloških razloga i korona epidemije COVID 19 utrka se nije održala. Već slijedeće 2022. godine sudjeluje znatno manje trkača u odnosu na prethodne godine, svega 320 natjecatelja. U 2023. godine broj sudionika na ponoćnoj utrci raste, ukupno ih je trčalo 375, a pobjednik u muškoj konkurenciji je Ante Živković iz Zaprešića, a u ženskoj Tea Faber iz Dubrovnika. S obzirom na stabilnu situaciju ove godine očekuje se sve veći broj trkača.

Animacijski programi doprinose razvoju turizma i sportskog turizma u Varaždinu, potrebno je samo pratiti trendove i inovacije u animacijama u svijetu i prilagođavati se njima.

4. ZAKLJUČAK

Animacija u turizmu može se sagledati kroz nekoliko ključnih aspekata. Animacija, kao aktivnost koja uključuje zabavu, edukaciju i angažman posjetitelja, te ima značajan utjecaj na turizam i doživljaj putovanja. Animacija ima značajnu ulogu u turizmu grada Varaždina. Ovaj prekrasan hrvatski grad s bogatom poviješću, kulturom i arhitekturom koristi animaciju kako bi obogatio iskustvo posjetitelja i pružio im jedinstvenu priliku da se spoje sa lokalnom atmosferom. Kroz razne animacijske aktivnosti poput Špancirfesta, Varaždinskih baroknih večeri, kulturnih priredbi, sporta, rekreacije, festivala, radionica i događanja, Varaždin privlači turiste i omogućuje im da se povežu s bogatom kulturnom baštinom grada. Aktivnosti kao što su Varaždinske barokne večeri, kojima se promovira barokna glazba i umjetnost, ili event koji slave lokalnu gastronomiju i tradiciju, doprinose stvaranju posebnog doživljaja za posjetitelje. Osim toga, animacija u turizmu grada Varaždina potiče interakciju između turista i lokalnog stanovništva, omogućujući razmjenu

iskustava i priča. Ovaj socijalni aspekt doprinosi dubljem razumijevanju i povezanosti s destinacijom. Također, animacija ima potencijal potaknuti gospodarski rast i oživjeti lokalnu ekonomiju. Sudjelovanje lokalnih umjetnika, izvođača i trgovaca u animacijskim programima može stvoriti nove prilike za poslovanje i promociju lokalnih proizvoda. Animacija u turizmu grada Varaždina igra važnu ulogu u stvaranju nezaboravnog iskustva za posjetitelje. Kroz raznolike i dobro osmišljene animacijske programe, Varaždin se ističe kao destinacija koja nudi više od povijesnih znamenitosti - pruža priliku za dublje uranjanje u kulturu, tradiciju i život lokalne zajednice. Barokni grad sa prekrasnom arhitekturom ne prestaje oduševljavati posjetitelje koji svakodnevno dolaze u mali grad Varaždin zbog velikog broja animacijskih programa koje nudi. Neki od najpoznatijih animacijskih programa svakako su: Špancirfest, Varaždinske barokne večeri, Novogodišnja ponoćna utrka, i druga animacijska događanja vezana uz grad Varaždin. Varaždin ima puno potencijala da postane središte animacijskih manifestacija u kontinentalnoj Hrvatskoj. Novim dodatnim animacijskim programima u trendu sa novim zahtjevima i preferencijama posjetitelja uz već postojeća prepoznatljiva događanja Varaždinu je osigurano mjesto na turističkoj karti Hrvatske, Europe ali i šire jer posjetitelji dolaze iz svih strana svijeta.

5. LITERATURA

1. Krippendorf, J. (1996). Putujuće čovječanstvo. SGL Zagreb. Zagreb.
2. Mihovilović, M.: 24 sata života turista u hotelskim kućama, referat na simpoziju "Hotelska kuća 86", Opatija, 1986.
3. Kombol-Pančić, T. (2006). Kulturno nasljeđe i turizam, Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin.
4. Galičić, V., Ivanović, S. (2008). Menadžment zadovoljstva gosta. Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Opatija.
5. Krippendorf, J. „Putujuće čovječanstvo“ SGL Zagreb, Zagreb, 1996., str.56.
6. Cerović, Z.: Animacija u turizmu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija, 2008.

7. Milohnić, I., Betić, M. (2010). Edukacija stručnjaka za animaciju u turizmu. Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu.
8. Valčić, M. (2017). Turizam i kultura. Izdavač Jurčić. Zagreb.
- 9.
10. Varaždin.hr – Značajne turističke manifestacije, internetska stranica. Dostupno na: <https://varazdin.hr/znacajne-turisticke-manifestacije/> (03.08.2023.)
11. Špancirfest – Varaždin, internetska stranica. Dostupno na: <https://www.spancirfest.com/> (16.08.2023.)
12. Špancirfest - Program za djecu, internetska stranica. Dostupno na: <https://www.spancirfest.com/program/kategorije-programa/program-za-djecu/> (16.08.2023.)
13. Špancirfest – Ulični program, internetska stranica. Dostupno na: <https://www.spancirfest.com/o-spancirfestu/ulicni-program/> (16.08.2023.)
14. Špancirfest – Programi po danima, internetska stranica. Dostupno na: <https://www.spancirfest.com/program/> (16.08.2023.)
15. Valčić, M. (2017). Turizam i kultura, Izdavač Jurčić. Zagreb.
16. Varaždinske barokne večeri – Naslovnica, internetska stranica. Dostupno na: <https://vbv.hr/> (16.08.2023.)
17. Varaždinski.hr – 44. Novogodišnja utrka, internetska stranica. Dostupno na: <https://varazdinski.net.hr/vijesti/sport/4311789/44-novogodisnja-utrka-nastupilo-450-trkacica-i-trkaca-iz-sedam-zemalja/> (05.08.2023.)
18. Kontinentalna.hr – Novogodišnja utrka Varaždin, internetska stranica. Dostupno na: <https://kontinentalna.hr/novogodisnja-utrka-varazdin/> (05.08.2023.)
19. Varaždinski.hr – Održana 44. Novogodišnja utrka, internetska stranica. Dostupno na: <https://varazdinski.net.hr/vijesti/sport/4311699/foto-odrzana-44-novogodisnja-utrka-pobjednici-su-tea-faber-i-ante-zivkovic/> (31.08.2023.)
20. AK Varaždin – Novogodišnja utrka 2022., internetska stranica. Dostupno na: <https://ak-varazdin.hr/2022/01/01/novogodisnja-utrka-2022/> (31.08.2023.)

-
21. AK Varaždin – 42. Novogodišnja utrka Varaždin, internetska stranica. Dostupno na: <https://ak-varazdin.hr/2020/01/03/42-novogodisnja-utrka-varazdin/> (31.08.2023)
22. Varaždinske vijesti – Katarina Vukančić i Samuel Naibei Kiplimo pobjednici 41. Novogodišnje utrke, internetska stranica. Dostupno na: <https://www.varazdinske-vijesti.hr/sport/katarina-vukancic-i-samuel-naibei-kiplimo-pobjednici-41-novogodisnje-utrke-28345> (31.08.2023.)
23. Wedel, M., Kamakura, A.W. (2002). Introduction to the Special Issue on Market Segmentation. College Park. London.

6. PRILOZI

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Varaždinske barokne večeri 2019. godine	26
Grafikon 2. Varaždinske barokne večeri 2020. godine	27
Grafikon 3. Varaždinske barokne večeri 2021. godine	27

Grafikon 4. Varaždinske barokne večeri 2022. godine	28
Grafikon 5 Novogodišnja utrka - Varaždin	30

POPIS SLIKA

Slika 1 Špancirfest, Varaždin	19
Slika 2 Vinski grad, Varaždin	19
Slika 3 Vindiland, Špancirfest.....	20
Slika 4 Novogodišnja utrka - Varaždin	30

POPIS TABLICA

Tablica 2. Špancirfest u brojkama od 2013. do 2018. godine	22
Tablica 3. Špancirfest u brojkama od 2019. do 2022. godine	23
Tablica 4. Špancirfest – dolasci i noćenja u kolovozu od 2008. do 2022. godine.....	24
Tablica 5. Turistički promet na Špancirfestu	25