

Renesansni festival u Koprivnici

Kučina, Ines

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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:110:950886>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**



Repository / Repozitorij:

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





MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

INES KUČINA

RENEŠANSNI FESTIVAL U KOPRIVNICI

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2022.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

INES KUČINA

RENAISSANCE FESTIVAL IN KOPRIVNICA

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

mr. sc. Vladimir Kalšan, pred.

ČAKOVEC, 2022.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
ODBOR ZA ZAVRŠNI RAD

Čakovec, 18. siječnja 2019.

država: **Republika Hrvatska**
Predmet: **Turizam i kultura-izborni izvanredni**

ZAVRŠNI ZADATAK br. 2018-MTS-I-89

Pristupnik: **Ines Kućina (0313018816)**
Studij: **Izvanredni preddiplomski stručni studij Menadžment turizma i sporta**
Smjer: **Menadžment turizma**

Zadatak: **Renesansni festival u Koprivnici**

Opis zadatka:

Republika Hrvatska ima mnogo kulturnih i prirodnih ljepota i bogatstva koja su poznata u Europi i svijetu. Hrvatsku iz godine u godinu posjećuje sve više ljudi. U ovom završnom radu obraditi će se jedna od najpoznatijih manifestacija povijesnog tipa, a to je Renesansni festival koji se svake godine održava u Koprivnici. Obrada manifestacije biti će napravljena kroz poglavlje koje se odnose na povijesni razvoj turizma u Koprivnici, početke Renesansnog festivala, načine njegova vođenja te Renesansni festival kao superbrand. Renesansni festival nudi svim posjetiteljima različitih uzrasta jedinstveno, zabavno i najvažnije edukativno iskustvo. Renesansni festival vode stručni i kreativni ljudi koji nastoje manifestaciju učiniti svake godine atraktivnijom. Festival svake godine ima jednu glavnu temu na koju se vežu ostala događanja.

Zadatak uručen pristupniku: 18. siječnja 2019.

Rok za predaju rada: 20. rujna 2019.

Mentor:

mr. sc. Vladimir Keššan, pred.

Predsjednik povjerenstva za
završni ispit:

ZAHVALA

Velika hvala mojem mentoru, profesoru mr. sc. Vladimiru Kalšanu, koji je uvijek imao strpljenja i vremena za mene te mi je nesebično pomagao pri izradi ovoga rada. Također, zahvaljujem svim profesorima Međimurskoga veleučilišta na prenesenom znanju, a isto tako zahvaljujem i ispitanicima koji su sudjelovali u anketi i izdvojili vrijeme za njezino ispunjavanje. Nadalje, hvala mojim prijateljima i radnim kolegama koji su uvijek bili uz mene, podržavali me i bili mi vjetar u leđa.

I na kraju, najveću zaslugu za ono što sam postigla pripisujem svojoj obitelji, sestri Idi, mojem Marinu i roditeljima. Hvala Vam što ste uvijek bili tu za mene, bez obzira radilo se o teškim ili sretnim trenucima. Bez vas sve ovo što sam dosad postigla ne bi bilo moguće. Mama i tata, ovo je za Vas!

Ines Kučina

SAŽETAK

Globalni trend jačanja kontinentalnoga turizma izražen je i u Republici Hrvatskoj, a kultura i baština glavni su resursi za razvoj takvoga oblika turizma, posebice za povijesne festivale. Predmet ovoga rada je Renesansni festival u Koprivnici, jedan od najpoznatijih srednjovjekovnih festivala. Renesansni festival uprizoruje život kakav je bio u 14. i 15. stoljeću, a posjetiteljima nudi jedinstveno vizualno i edukativno iskustvo. Svaki festival ima jednu glavnu temu iz koje se derivira niz drugih vezanih događanja. Rad je strukturiran u pet poglavlja. U prvom poglavlju postavljen je teorijski okvir u kojem se definira pojam manifestacijskoga turizma. U drugom i trećem poglavlju analiziran je pojam samoga Renesansnoga festivala, glavne teme rada. Četvrto poglavlje prezentira rezultate kvantitativnoga istraživanja metodom upitnika s ciljem dobivanja nomotetičke spoznaje o tome koliko je Renesansni festival poznat u Republici Hrvatskoj i šire te kakvo je osobno mišljenje ispitanika o njemu. Nakon toga slijedi posljednje poglavlje, odnosno zaključak. Ostala istraživanja za potrebe pisanja ovoga rada provedena su primarnom metodom, tj. pregledom dostupne relevantne i referentne literature.

Ključne riječi: *Renesansni festival, turistička ponuda, Koprivnica.*

SADRŽAJ

1. UVOD	7
2. KARAKTERISTIKE MANIFESTACIJSKOGA TURIZMA	8
2. POJAM RENESANSNOGA FESTIVALA	9
3.1. Povijesni razvoj grada Koprivnice	11
3.2. Legenda	13
3.3. Počeci i razvoj Renesansnoga festivala	14
3.4. Vođenje festivala	15
4.1. Teme festivala	16
4.2. Sudionici festivala i izlagači	18
4.3. Najznačajniji izvođači festivala	19
4.4. Superbrands	21
5. ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA TURISTA TIJEKOM RENESANSNOGA FESTIVALA	22
5.1. Ciljevi istraživanja	22
5.2. Metodologija istraživanja	22
5.3. Rezultati istraživanja	23
6. ZAKLJUČAK	34
7. LITERATURA	35
8. PRILOZI	36

1. UVOD

Renesansni festival na glasu je kao najpoznatiji turistički proizvod grada Koprivnice. Festival objedinjuje kasnosrednjovjekovne teoreme i unikatnost Koprivnice, Podravine i Republike Hrvatske zbog čega zaključujemo da je to megaspektakl povijesti. Dočarava nam razdoblje prije 656 godina kada je Koprivnica postala slobodan i kraljevski grad. Prvi put naselje se na tom području javilo u 13. stoljeću te se spominje u listinama hrvatsko-ugarskoga kralja Andrije II. Arpadovića.

Za potrebe pisanja završnoga rada provedeno je istraživanje. Predmet istraživanja bio je „Zadovoljstvo turista tijekom Renesansnoga festivala“. Glavni je cilj ovoga istraživanja ispitati prepoznatljivost Renesansnoga festivala. Pokušat će se utvrditi jesu li ispitanici posjetili Koprivnicu i Renesansni festival, što ih najviše oduševljava na festivalu, što ih je motiviralo na dolazak u Koprivnicu i na festival, koje smještajne objekte biraju za odsjedanje, smatraju li da je Renesansni festival najatraktivnija manifestacija u Hrvatskoj te će se uvidjeti prosječna dob posjetitelja, kao i županije iz kojih dolaze.

Za ovo istraživanje i prikupljanje primarnih podataka primijenjena je anketa. Sama pitanja prikazana su u dva dijela. Prvi dio, naravno, predstavljaju filter-pitanja u kojima ispitanici odgovaraju jesu li čuli za Renesansni festival i Koprivnicu. Drugi dio ankete odnosi se na ispitanike koji su prisustvovali festivalu te oni odgovaraju na pitanja o festivalu i gradu Koprivnici. Na kraju se nalaze pitanja sociodemografskoga statusa. Za potrebe ovoga istraživanja korišten je prigodni uzorak. Istraživanje je ograničeno jer nije obuhvaćena cjelokupna populacija Renesansnoga festivala. Zahvaćena je populacija posjetitelja iz područja sjeverozapadne Hrvatske.

Podaci iz Turističke zajednice grada Koprivnice ukazuju na to da Renesansni festival iz godine u godinu raste te da ima velik postotak uspješnosti, a i prepoznatljivosti jer festival dolaze posjećivati turisti iz cijele Hrvatske, ali i Europe.

2. KARAKTERISTIKE MANIFESTACIJSKOGA TURIZMA

„Riječ 'manifestacija' potječe od latinske riječi *manifestare* koja znači *objaviti, javno nastupati u svrhu zajedničkog izražavanja pripadanja jednom cilju*“ (Jovanović, Delić, 2010: 204). Manifestacije sudionicima pružaju jedinstvene doživljaje na njegov osoban i individualan način, bude osjećaje zajedništva s ostalim sudionicima te pružaju mogućnost upoznavanja velikoga broja pojedinaca sa sličnim ili jednakim interesima poput njihovih. Manifestacije se proučavaju pomoću upravljanja manifestacijama (*eng. event management*). *Event management* predstavlja brzorastuće profesionalno područje u kojem su turisti koji čine potencijalno tržište za manifestacijski turizam postali bitni dionici za uspjeh i privlačnost (Getz, 2007: 403).

Manifestacijski je turizam naziv za sve oblike turističkoga prometa motiviranoga održavanjem različitih manifestacija kulturnoga, znanstvenoga, zabavnoga, sportskoga, poslovnoga i sličnoga karaktera i sadržaja. S obzirom na to da je manifestacijski turizam postao neizostavan dio planiranih događanja, ali i sastavni dio pristupa razvoju marketinga, može se promatrati i definirati kako sa strane ponude, tako i sa strane potražnje. Definicija manifestacijskoga turizma iz perspektive potražnje podrazumijeva utvrđivanje razloga posjeta manifestaciji, profil posjetitelja koji posjećuju događanja tijekom svojega putovanja, što takav tip potrošača radi tijekom posjete te koliko troši. Vezano za pristup potražnje važno je pridonijeti vrijednosti manifestacije u obliku njezine promocije vežući je uz kreiranje pozitivnoga destinacijskog imidža i marketinga. Što se tiče aspekta ponude, destinacije razvijaju manifestacijski turizam i promoviraju manifestacije kako bi se postigli različiti ciljevi, odnosno privukli turisti (posebno izvan sezone) i poboljšali uvjeti života lokalne zajednice (Getz, 2005: 12. – 13).

2. POJAM RENESANSNOGA FESTIVALA

„Festivali su javne tematske proslave koje se događaju jednom, rijetko ili na godišnjoj razini te ljudima predstavljaju priliku za razonodu, društveno i kulturno iskustvo izvan svakodnevnoga iskustva“ (Richards, 1997.:27.). Festivali postaju najbrže rastuća turistička ponuda koja se održava u različitim okruženjima. Stoga festivali mogu služiti i kao vrlo učinkovito promocijsko sredstvo, a uz to imaju i veliku korist za određenu destinaciju.

Renesansni festival u Koprivnici nosi ponosnu titulu najvećega srednjovjekovnog festivala u Hrvatskoj te je jedan od najposjećenijih događaja na sjeveru Hrvatske. Iako je festival imenovan kao renesansni, tematika mu je srednjovjekovna, a srednji vijek smatramo razdobljem koje započinje padom Zapadnoga Rimskog Carstva 476. godine, a završava padom Carigrada 1453. u europskom kontekstu. S druge strane, u globalnom kontekstu srednji vijek promatramo kao razdoblje koje počinje objavom Konstantinova Edikta o toleranciji 313. godine kojim je službeno priznato kršćanstvo kao nova religija pa sve do Kolumbova otkrića Amerike 1492. godine. Sama renesansa pripada kasnijem povijesnom razdoblju i smatra se početkom novoga vijeka, tako da sam naziv festivala nije u potpunosti ujednačen sa sadržajem. Postvoje dva glavna razloga za prikazivanje srednjovjekovnoga načina života. Prvi je razlog oživljavanje povijesne kulture koja se nekada nalazila na našim prostorima, dok je drugi razlog težnja ka romantičnom. Srednji vijek vrelo je inspiracije za umjetnike, znanstvenike i mnoge druge stvaratelje kulture. Ljudi u 20. stoljeću još uvijek smatraju romantizam i identitet srednjega vijeka uvjerljivima. Razlog je taj što su ga kulturni kreativci intenzivno koristili tijekom ere romantizma kada su europske zemlje počele razvijati skupinu istomišljenika. Ovaj srednjovjekovni utjecaj održao se u popularnoj kulturi sve do modernoga doba. Ljude privlači srednji vijek zbog romantike. Pokreće ga želja za nečim drugačijim od onoga što postoji danas, a to je nešto čime su kulturni kreativci bili inspirirani stoljećima. Budući da je baš srednji vijek odraz naše kulture i identiteta, postoji sve veća želja da ih se poveže sa srednjim vijekom.

Posebnost koprivničkoga festivala ogleda se u položaju na kojem se održava. Prostor koprivničke renesansne tvrđave, što je uvriježen naziv, bio je zapušten i razrušen te je uređen za potrebe održavanja prvoga festivala. Upravo je iz toga razloga potaknuta ideja za njegovom potpunom rekonstrukcijom i revitalizacijom koja je upravo u tijeku. Slijedom navedenoga, kao misiju Renesansnoga festivala možemo istaknuti prizivanje davnoga romantičnog i mističnog razdoblja, razvijanje svijesti o hrvatskom nacionalnom i srednjoeuropskom kulturnom indentitetu te očuvanje baštine.

Gospodarski aspekt festivala sagledavamo pomoću koncepta promoviranoga turističkog proizvoda. Već dugi niz godina ova manifestacija broji više tisuća posjetitelja iz Hrvatske, a broj turista iz susjednih zemalja svake je godine sve veći. Ovaj povijesni festival prikaz je toga koliko se dobro slaže autentičnost grada Koprivnice s povijesnim činjenicama kasnoga srednjeg vijeka. Koprivnički bedemi, ostaci nekadašnje utvrde, tajanstveni su svjedoci završenoga vremena te se sada njihov prostor upotrebljava kako bi se prikazala prava slika nekadašnjih događaja žitelja stare Koprivnice. Uz razne viteške igre, odličnu gastronomsku ponudu, srednjovjekovnu glazbu te vrhunske kostimirane sudionike vrlo je lako posjetitelje vratiti u razdoblje 15. i 16. stoljeća kako bi im se prikazao tadašnji život mještana Koprivnice

(<https://www.putovnica.net/dogadanja/renesansni-festival-koprivnica>, 29. 9. 2021.).

Slika 1. Renesansni festival



Izvor: www.mirakul.hr, 2019

3.1. Povijesni razvoj grada Koprivnice

Grad Koprivnica dobio je ime po istoimenoj rijeci Koprivnici u 13. stoljeću. Rijeka je spominjana 1207., 1209. i 1217. godine u listinama tadašnjega kralja Andrije II. iz dinastije Arpadovića koji je vladao u vrijeme Hrvatsko-Ugarskoga Kraljevstva.

Naselje Koprivnica prvi je put spomenuto 1272. godine, i to u darovnici Ladislava IV. Kumanca, tadašnjega kralja Hrvatsko-Ugarskoga Kraljevstva koji je također obavljao funkciju kaštelana i viteza utvrde Bakaleru koja je smještena na koprivničkom području.

1292. godine ban Henrik Gisingovac poziva franjevce na koprivničko područje te oni grade samostan i Crkvu Blažene Djevice Marije.

Zlatnim stoljećem razvoja grada smatra se 14. stoljeće. U to se vrijeme Koprivnica smatrala urbanim središtem podravskoga područja te je slovila kao ugledan grad Slavonije u doba dinastije Anžuvina. Grad je u to doba značajno društveno i gospodarski uređen te je izgrađena Cesta kralja Kolomana koja ima izniman prometni značaj. Dvadesetak povelja iz razdoblja srednjega vijeka čuvaju se i danas. Najznačajnija je povelja Povelja kralja Ludovika I. iz dinastije Anžuvina napisana 1356. godine kojom Koprivnica dobiva status slobodnoga i kraljevskoga grada.

U 15. stoljeću Koprivnicom vladaju kralj Žigmund Luksemburgovac, Ivan Alben (zagrebački biskup), grofovi Celjski, kralj Matija Korvin te banovi Ernušt.

1526. godine održao se Sabor Kraljevine Slavonije na kojem je ban Krsto Frankopan Brinjski bio izabran za „skrbnika i branitelja“ Kraljevstva. Sabor je održan nedugo nakon bitke Osmanlija sa hrvatsko-ugarskom vojskom koja se odvijala na Mohačkom polju.

Polovicom 16. stoljeća Koprivnica postaje dio sustava utvrda Slavonske vojne krajine sa sjedištem u Varaždinu. Koprivnička je utvrda zvjezdastoga oblika, a namjena joj je bila protuturska obrana do 60-ih godina 17. stoljeća. U tom se vremenu smatrala najmodernijom tvrđavom u međuprostoru Drave i Save te je služila kao štit tzv. „ostataka ostataka“ hrvatskoga kraljevstva. Krajem 17. stoljeća u Koprivnici su djelovala tri ceha: mješoviti ceh koji se sastojao od kovača, bravara, mačara, remenara, sedlara i zlatara te cehovi čizmara i mesara koji su opskrbljivali Koprivnicu i vojnu posadu. Te povijesne djelatnosti Koprivnici su, kako u prošlosti, tako i danas, dale posebna obilježja.

Koprivničko područje, ali i cijela Podravina bili su od iznimne važnosti pri stvaranju i razvitku samostalne države i naroda. To je područje državi pridonijelo u mnogim političkim, prosvjetnim, kulturnim i gospodarskim aspektima.

U 18. stoljeću na području grada Koprivnice počinju se razvijati sjeverni i zapadni dio zbog gubitka značaja gradskih bedema. U tom su razdoblju nastala brojna gradska i prigradska naselja. U razvoju Koprivnice primijećen je nepravilan razvitak.

1753. godine u Koprivnici su otvorene pivovara te prerada svile.

1870. godine izgrađena je željeznička pruga koja povezuje Mađarsku, Zagreb i Rijeku, a predstavlja izniman značaj za gospodarsku i prometnu sliku toga područja. 1906. i 1907. godina smatraju se vrhuncem gospodarskoga razvoja Koprivnice zbog izgradnje kemijske industrije Danica d. d. koja ostvaruje izniman kapital koji nadilazi lokalne razine te prikazuje početak vanjskih ulaganja u Podravinu. Industrija se intenzivno razvijala i mijenjala planove proizvodnje prema zahtjevima tržišta sve do početka djelovanja Jugoslavije. Upravo zbog unutarnje snage Koprivnice i njezinih stanovnika područje se gospodarski i prometno razvija. Stanovništvo je također zaslužno za razvitak hrvatske prehrambene industrije „Podravka” koja proizvodi niz proizvoda temeljenih na tradicijskoj recepturi Podravaca.

1975. godine dolazi do preseljenja vojne uprave iz Koprivnice u Bjelovar te stoga posljedično proizlazi intenzivni gospodarski razvoj koprivničkoga područja. Podravina se oduvijek smatrala izvorom energije i inspiracije Hrvatske, a Podravci su i značajno pridonijeli hrvatskom stanovništvu tijekom Domovinskoga rata. Sudjelovanjem u borbi za slobodu i neovisnost Koprivnica potiče sebe, svoje građane i svoju viziju razvoja. U teškim okolnostima Domovinskoga rata grad je nastavio gospodarski napredovati te je postao jedna od ključnih točaka u upravljanju hrvatskim gospodarstvom pridonoseći stabilnosti i razvitku Hrvatske.

Uz vjerske i crkvene običaje u Koprivnici je značajnu važnost predstavljala glazba. Za razvoj obrazovanja i kulture u Hrvatskoj su zaslužni crkveni redovi, a to su na koprivničkom području bili franjevci. Jedan od najzaslužnijih franjevac za kulturni razvitak ne samo Koprivnice već i cijele Hrvatske bio je Fortunat Pintarić koji iza sebe ostavlja brojna djela i talente.

Glazbeni i kulturološki razvoj zahvaća Koprivnicu u vrijeme ilirskoga pokreta. Tijekom pokreta u Koprivnici se osnivaju brojni pjevački zborovi, limena glazba, čitaonica, kulturna društva „Podravac” i „Domoljub”, folklorne, tamburaške i druge skupine.

Posljednjih godina koprivničko se područje ističe i likovno-kulturološkim izložbama.

Centrom likovne djelatnosti u Koprivnici smatrala se Galerija Koprivnica koja je otvorena 1977. godine. Važno je spomenuti i Galeriju naivne umjetnosti izgrađenu 1968. godine koja se nalazi u Hlebinama te je od iznimnoga značaja za hrvatsku naivnu umjetnost (29. 9. 2021.).

3.2. Legenda

Koprivnica je ime dobila po koprivi. Toponim Koprivnica (Quopurnicha) nastao je u 13. stoljeću (1207. i 1209. god.), a iz toga stoljeća potječe i najstariji dokument u kojem se ne spominje naselje nego potok Koprivnica koji i danas ponosno nosi ime.

Dakle naši su preci na temelju elemenata iz vegetacije odredili geografsko nazivlje.

Isto tako, pretpostavlja se da je u navedenom vremenu bilo prisutno istoimeno naselje koje je zaživjelo na prostorima današnje najstarije jezgre. Ime *Castrum Kopurnicha*, koje je ujedno i ime utvrde u blizini Koprivnice, spominje se u spisu kamengradskoga kaštelana Bogodara iz 1272. godine.

Glasovita je i legenda iz vremena invazije Mongola 1242. godine kada je Bela IV, ugarsko-hrvatski kralj, bježao od tatarske horde prema moru, no Tatari su pristizali te je Bela IV. zaključio da je najsigurnije bježati prema utvrdi Kalnik. Kada je došao do prostora današnje Koprivnice, u neposrednoj blizini potoka konj ga je sa sedla bacio u skoku, a on je pao u koprive kojih je bilo napretek. Ogorčeni Bela IV. u tom je trenutku nazvao mjesto Koprivnica, a stanovnike Koprivničancima.

Kopriva je obilježila grad od samoga nastanka, a preci su je koristili u prehrambene i ljekovite svrhe.

Turistička zajednica grada Koprivnice prepoznala je važnost koprive te ujedno potaknula lokalne ljude i stanovništvo na uzgoj kopriava. Kopriva je prava kozmetička zvijezda čije blagodati brinu o koži i kosi, a također se koristi i u prehrani.

Suvenire na bazi glavnoga sastojka koprive moguće je kupiti u suvenirnicama, a delicije u boljim ugostiteljskim objektima u Koprivnici.

Renesansni festival manifestacija je gdje kopriva u pripremi pive koju izrađuju fratri na srednjovjekovni način dolazi do svojega izražaja (<https://www.renesansnifestival.hr/prica-o-koprivi/>).

3.3. Počeci i razvoj Renesansnoga festivala

Ova relativno mlada koprivnička manifestacija prvi je put organizirana prije 15 godina. Tadašnji direktor Turističke zajednice grada Koprivnice, Renato Labazan, osmislio je festival. Naime, Labazan je još u mlađim danima težio ka povijesti i geografiji. Profesor je ta dva predmeta ujedinio te je diplomirao obranivši rad *Srednjovjekovni renesansni bedemi*. Mjesto direktora Turističke zajednice obavljao je odlično, no oduvijek je razmišljao kako iskoristiti Gradske bedeme (Festung). Stvarao je po uzoru na primjere u Europi, a najviše ga se dojmio onaj u Pragu gdje je prikazano kovanje predmeta. Proučavao je cijeli niz srednjovjekovnih festivala, prvenstveno u Srednjoj Europi, od kojih je najveći Kaltenberg festival u Munchenu na kojem se mogu, osim jedinstvenoga spektakularnog viteškog turnira, pogledati i živopisni nastupi lakrdijaša, akrobata, glazbenika i drugih umjetnika. Na Kaltenberg festivalu predstavljeno je i mnogo rukotvorina, a posjetitelji mogu saznati kako su ljudi tijekom srednjega vijeka stvarali predmete za svakodnevnu upotrebu od gline, kože ili čak metala. Na odabir srednjovjekovne tematike zasigurno je utjecala i činjenica da se u neposrednoj blizini Koprivnice održavaju veliki, vrlo uspješni festivali, kao Špancirfest u Varaždinu koji je ulični festival, sakralni festival 10 dana Svete Nedjelje u Ludbregu, Križevačko spravišće kao festival tradicije koji, iako se temelji na Križevačkim statutima iz 13. stoljeća, ipak nije srednjovjekovni. Svi su navedeni festivali vrlo posjećeni i primjer su odličnih turističkih proizvoda, a njihova geografska koncentriranost te njihova dugogodišnja tradicija potvrđuju da na ovom gusto naseljenom prostoru postoji festivalska publika. Izbor srednjovjekovne tematike i utemeljenje festivala koji će biti suplementaran, a ne konkurentan, nameće se kao logičan.

Svake godine „light motiv“ Renesansnoga festivala je jedna tema koja se proteže kroz sva događanja na festivalu. Bitna činjenica i svakako vrijedna spomena jest ta da je Renesansni festival jedini festival koji ne upotrebljava plastiku u programu, već samo prirodne materijale.

3.4. Vođenje festivala

Turistička zajednica grada Koprivnice vodi festival, odnosno to čine direktor Renato Labazan i njegov tim. Scenografija, predstave, kostimi, sajam i edukativne radionice ističu se svojom kvalitetom. Može se reći da je direktor ujedno i menadžer financija jer ostvaruje prihode, a i rashode. U organiziranju manifestacije sudjeluje 30-ak ljudi na višim i nižim razinama te osoba zadužena za odnose s javnošću koja obavlja koordinaciju marketinga te komunicira sa sponzorima. Interesantna i hvalevrijedna činjenica je ta da sudjeluje velik broj volontera, studenata, lokalnih ljudi i lokalnih obrtnika. Obrtnici koji dolaze iz Koprivničko-križevačke županije ne plaćaju najam štanda te im je ovo odlična prilika za promociju.

Slika 2. Karta Renesansnoga festivala



Izvor: <https://www.renesansnifestival.hr/>

4. PONUDA FESTIVALA

„Turistička je ponuda suprotan pojam od turističke potražnje koja se definira kao dio tržišta koji se pojavljuje kao ponuđač robe i usluga, tj. kao količina robe i usluga koja se nudi po određenim cijenama radi zadovoljenja potreba korisnika turističkih usluga“ (Vukonić i sur., 2001: 61.).

Festivalska je ponuda svake godine različita, a poveznica je glavna tema. Posjetitelje uvjerljivo vraća u davno doba srednjega vijeka, što ponajviše dočaravaju izvođači.

4.1. Teme festivala

Tablica 1. Teme festivala po godinama

GODINA	NAZIV TEME
2013.	Renesansno pivarstvo
2014.	Renesansno kulinarstvo
2015.	Konjički viteški turnir
2016.	Srednjovjekovna glazba
2017.	Kopriva i eliksiri
2018.	Tajne željeza
2019.	Tortura
2020.	Lakrdijaštvo
2021.	Lakrdijaštvo
2022.	Putujući trgovci

Izvor: <https://www.renesansnifestival.hr/>

Putujući trgovci, tema festivala 2022. godine, vezani su razvojem trgovaca i obrtnika. 30-ak ljudi trguje domaćim proizvodima manufakturne proizvodnje s predmetima iz 15. i 16. stoljeća. Osim uloge trženja, trgovci su također imali ulogu prenošenja informacija što je bilo značajno za to doba zbog maloga broja pismenih. Godine 2020. i 2021. pandemija je zahvatila Hrvatsku te je festival odgođen, a tema je bila lakrdijaštvo. Drugim riječima, to je najveseliji i najzabavniji dio povijesti srednjega vijeka. Na festivalu su se također nalazili razni performer, dvorske lude, glazbenici te mnoštvo drugih sudionika kako bi dočarali način zabavljanja u renesansnom dobu.

Jedna od intrigantnijih tema Renesansnoga festivala bila je tortura koja se održala 2019. godine. Na festivalu je bilo izloženo dvadesetak replika sprava za mučenje koje su dočaravale grozne uvjete u kojima su ljudi bili mučeni. U obliku interaktivnih igrokaza prikazivao se način korištenja sprava, a posjetitelji su bili u mogućnosti isprobati sprave. Tema festivala pod nazivom *Tajne željeza* s partnerstvom grada Koprivnice bila je 2018. godine kada su sagradili kovačku peć. Pomoću nje prikazivali su izradu raznih ručno kovanih tvorevina, pa tako i replike oruđa i oružja iz toga doba. Uz izgradnju kovačke peći napravljen je i labirint koji se pokazao kao pun pogodak. Godine 2017. tema je bila pod nazivom *Kopriva i eliksiri*, a uz razne pripravke i kozmetiku prikazivao se učinak koprive na zdravlje tijela i njegovu ljepotu. Kopriva je jedna od mnogih prirodnih biljaka koja ima velik spektar primjene, pa je tako prvi put na festivalu predstavljen i parfem od koprive. Glavna tema 2016. godine bila je srednjovjekovna glazba. Od instrumenata mogli su se izdvojiti sljedeći: portativ, frulice, pslateri i blok flaute, a glavna atrakcija ipak je bio *Hard medieval band* iz Njemačke pod nazivom "Furunkulus" koji prvi put tom prilikom dolazi u Hrvatsku. Godine 2015. tema festivala bila je pod nazivom *Konjički viteški turnir*. Turnir se odvijao tako da su oklopljeni vitezovi na konjima prikazivali vještine i tehnike rukovanja dugim kopljima. Glavni je cilj bio srušiti protivnika s konja pomoću koplja ubodom o prsa koji je dolazio iz suprotnoga smjera. Turnir se odvijao uz pomoć profesionalnih kaskadera iz Slovačke. Godine 2014. festival se fokusirao na kulinarstvo te je njegov naziv bio *Renesansno kulinarstvo*. Razni ugostitelji predstavljali su jela pripremljena prema srednjovjekovnim receptima, a ugostitelji su bili ograničeni namirnicama jer je glavni cilj bio skuhati autentična jela toga doba. Natjecanje amaterskih kuhara pružalo je mogućnost okušati se u pripremi raznih jela s priborom iz srednjega vijeka. Prva tema na festivalu bila je 2013. godine pod

nazivom *Renesansno pivarstvo*. Festival je donio povijesni pregled izrade piva na srednjovjekovni način te proizvodnju piva od koprive. Prvi put u Hrvatskoj organiziran je festival u kojem je zabranjeno korištenje plastike. Kao kompromis, na festivalu su se mogle iznajmljivati ili kupiti krige izrađene od gline prema uzoru na one iz srednjega vijeka.

4.2. Sudionici festivala i izlagači

Jedni od nezaobilaznih sudionika svake godine su koprivnički mušketiri i haramije. Predstavnicima moraju zadovoljiti osnovne kriterije kako bi uopće mogli sudjelovati – moraju biti visoki približno 2 metra, imati svijetlu kosu te ponosno nositi što dužu bradu. U ono su vrijeme koprivnički mušketiri (porijeklom iz srednjoeuropskih zemalja) bili motivirani za sudjelovanje u neprijateljstvima isključivo zbog privatne koristi. Članove njihove postrojbe krasi šareni kostim, šljem, mač, bedemska puška te ostalo oružje kako bi se što više istaknuli. S druge strane, haramije nisu toliko upadljivi svojim izgledom. Oskudno obučeni u lanene halje, lagano prekriveni bijelim plaštom te ponekom sabljom ili sjekirom predstavljaju se kao skromni žitelji Koprivnice koji su dobrovoljno branili grad.

Slika 3. Vitezovi zelingradski



Izvor: <https://www.vitezovi-zelingradski.hr>

4.3. Najznačajniji izvođači festivala

Tablica 1. Strani izvođači na festivalu

DRŽAVA	NAZIV SKUPINE
BIH	Viteški red hercega Stjepana Kosače
	Vitezovi Rusag
Češka	Markus M
Italija	Modi Versus
	Sbandieratori di Palmanova
Izrael	Historical group
Mađarska	Dragon order of knighthood of Siklos
	Zsongvolgyi Cornailles
	Orokeben Hunyadiak
Poljska	Opolskie Bractwo Rycerskie
Rumunjska	Pipers of Transylvania
Slovačka	Aramis
	Sokoliari Sv. Bavona
	Hector
Slovenija	Viridi Hedera
	Seisenbergensis Tumultus -Žužemberk
	Varuhi kladiva
	Manufaktura mojster Janez
	Igralska skupina viteza Gašperja
	Lambergarja
	Društvo Cesarsko-Kraljevi
	Čupakabra
	Društvo Baron

Izvor: <https://www.renesansnifestival.hr/musketiri-i-haramije/>

Tablica 2. Domaći izvođači na festivalu

GRAD	NAZIV SKUPINE
Klis	Kliški uskoci
Konjščina	Plesna udruga Kontea
	Grofovija Konjski
Koprivnica	Trakošćanski streličari
	Koprivnički mušketiri i haramije
Orahovica	Red vitezova Ružice grada
Pakoštane	Vitezovi vranski
Rijeka	Ordo Sancti Viti
Šibenik	Šibenska gradska straža
Sv. Ivan Zelina	Vitezovi zelingradski
Varaždin	Viteški red Sv. Nikole
	OrientArt
Zagreb	Vitezovi Krvavog mosta
Zelina	Corvi Belli

Izvor: <https://www.renesansnifestival.hr/musketiri-i-haramije/>

4.4. Superbrands

Organizacija pod imenom *Superbrands* djeluje otprilike 25 godina u svijetu, a u Republici Hrvatskoj prvi put se javila prije 15-ak godina. Glavni je cilj ove organizacije promicanje kulture i nagrada najboljih, no brend sadrži mnogo više od proizvoda, a to je emocija. Stoga nije ni čudno da se Renesansni festival našao upravo među njima. Izbor se održava jednom godišnje, a sve što treba jest ispuniti obrazac i poslati na analizu. Stručno povjerenstvo bira i ocjenjuje najbolji brend. Renesansni festival zbog svoje originalnosti manifestacije, kvalitete i emocije 2016. godine stekao je status Superbrandsa, a to je veliko priznanje za ovu manifestaciju. Uz podravkinu Vegetu sada se i festival može dičiti ovim priznanjem.

Slika 3. Logo Superbrandsa



Izvor: <https://www.renesansnifestival.hr/renesansni-festival-dobio-status-superbrandsa/>

5. ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA TURISTA TIJEKOM RENESANSNOGA FESTIVALA

Renesansni festival daje nam do znanja da je takva vrsta festivala iz godine u godinu sve prepoznatljivija u Hrvatskoj, a i u ostatku Europe. Originalnost festivala dokazuje nam da sve više ljudi iz susjednih država (Češke, Slovačke, Poljske i Austrije) posjećuje Koprivnicu.

5.1. Ciljevi istraživanja

Istražiti prepoznatljivost Renesansnoga festivala glavni je cilj potaknut činjenicom da je pristupnica tijekom preliminarnih istraživanja iz dostupnih izvora, prvenstveno elektroničkih medija i društvenih mreža, našla vrlo malo podataka o Renesansnom festivalu. Istraživanjem se utvrđuje jesu li turisti posjetili Renesansni festival i grad Koprivnicu, što ih je najviše potaknulo na odlazak na festival, jesu li upoznati s turističkom ponudom grada, koja je prosječna dob posjetitelja te koje smještajne objekte biraju za odsjedanje.

5.2. Metodologija istraživanja

Istraživanje se provodilo u razdoblju od 15. svibnja do 1. lipnja 2019. godine metodom anketnoga upitnika na kvantitativnom uzorku od 216 ispitanika izabranih slučajnim odabirom. Od ukupnoga broja ispitanika selektirano je njih 70 pri čemu je zadržana dobna i spolna struktura ispitanika. Ocijenjeno je da je saturacija postignuta na kvalitativnom uzorku od 70 ispitanika s obzirom na to da su se odgovori počeli ponavljati u jednakim intervalima.

5.3. Rezultati istraživanja

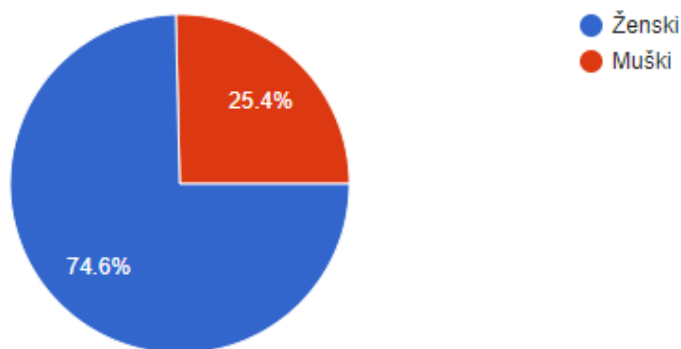
U anketnom upitniku postavljena su sljedeća pitanja:

1. Spol ispitanika.
2. Dob ispitanika.
3. Mjesto stanovanja.
4. Jeste li posjetili Renesansni festival?
5. Koliko ste puta posjetili navedeni festival?
6. Izvori informacija o Renesansnom festivalu.
7. Motiv Vašega dolaska na festival.
8. Koje ste smještajne kapacitete koristili prilikom posjeta festivalu?
9. Koje ste ugostiteljske objekte posjetili?
10. Koje ste suvenire kupili na festivalu?
11. Koji Vam se od sadržaja čine najatraktivnijim?
12. Koliko ste zadovoljni turističkim razvojem Koprivničko-križevačke županije?
13. Kako biste ocijenili atraktivnost Renesansnoga festivala u usporedbi s drugim srodnim manifestacijama susjednih županija?
14. Smatrate li da su cijene previsoke?
15. Kakav je Vaš sveukupni dojam o mogućnosti parkiranja?
16. Kakav je Vaš sveukupni dojam o organizaciji?
17. Kakav je Vaš sveukupni dojam o ljubaznosti osoblja?
18. Jeste li na temelju ove ankete dobili želju za posjetom Renesansnom festivalu?

Nakon ispitivanja koje se provelo *online*, a čiji se uzorak sastoji od 70 selektiranih ispitanika, pitanja su se analizirala te ona čine temelj za donošenje zaključaka o istraživačkoj temi.

Grafikon 1. Spol ispitanika

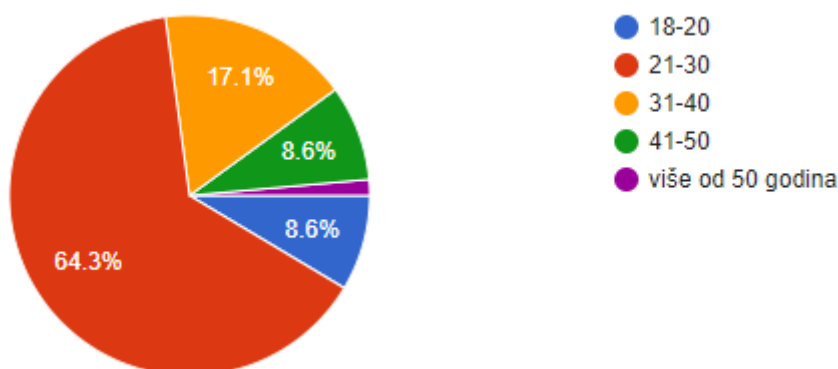
U Grafikonu 1. prikazana je rodna struktura ispitanika u kojoj prevladavaju žene s udjelom od gotovo tri četvrtine, odnosno njih 52 (74,6%), dok ostali udio čini 18 muškaraca (25,4%). Ovakva disproporcija u rodnoj strukturi ispitanika nije utjecala na rezultate s obzirom na njezinu irelevantnost u ovakvoj strukturi pitanja.



Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Grafikon 2. Dob ispitanika

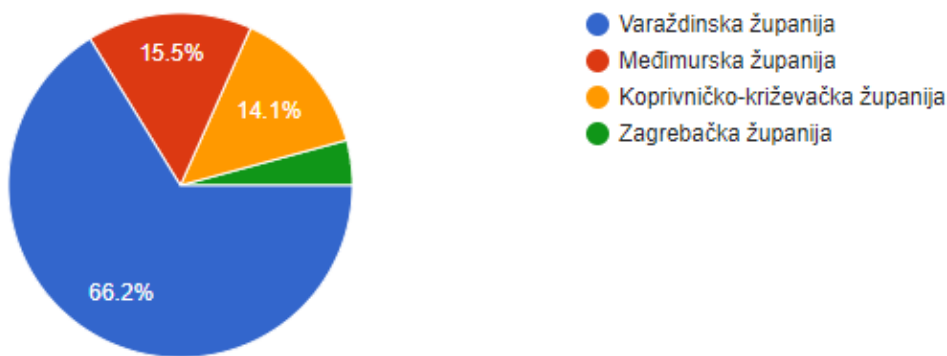
Grafikon 2. prikazuje dobnu strukturu ispitanika podijeljenu u pet statističkih razreda. Vidljivo je da je dominantna dob od 21 do 30 godina, što je polučeno metodologijom istraživanja. Anketa je provedena *online* metodom korištenjem društvenih mreža kao instrumenta, a općepoznata je činjenica kako veliku većinu korisnika tih društvenih mreža čini upravo dobna skupina od 21 do 30 godina.



Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

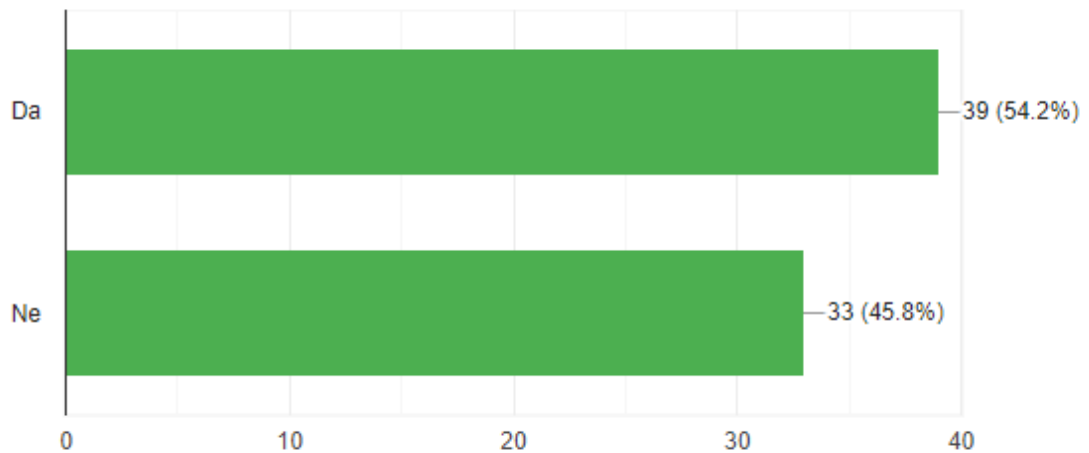
Prilikom samoga izbora uzorka jedan od kriterija bio je taj da ispitanici žive blizu Koprivnice ili u samoj Koprivnici, ali i istovremeno da veći broj ispitanika bude izvan Koprivničko-križevačke županije s obzirom na to da je logično očekivanje da su gotovo svi njezini stanovnici zasigurno posjetili Renesansni festival. To bi pak imalo velik utjecaj na konačne rezultate ankete u smislu ispitivanja doseg vidljivosti festivala u široj regiji. Struktura ispitanika po kriteriju mjesta stanovanja prikazana je u Grafikonu 3, dok Grafikon 4. prikazuje udio posjetitelja festivala u selektiranom uzorku. Grafikon 5. prikazuje učestalost posjećivanja. Upravo je, po ovim kriterijima, cijeli uzorak od 216 ispitanika reduciran na 70 s obzirom na to da se postoci više nisu mijenjali na svakih 20 novih ispitanika, što je pak značilo da se odgovori pravilno ponavljaju te da je postignuta saturacija.

Grafikon 3. Mjesto stanovanja ispitanika



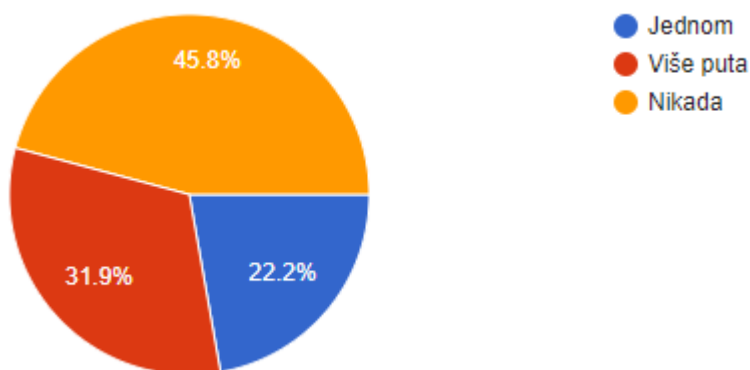
Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Prema uzorku 54,2% ispitanika posjetilo je festival, dok preostalih 45,8% to nije učinilo.

Grafikon 4. Posjećenost Renesansnoga festivala

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Prema uzorku 45,8% ispitanika nije posjetilo festival nikada, 31,9% posjetilo je festival više puta, a 22,2% ispitanika to je učinilo jednom.

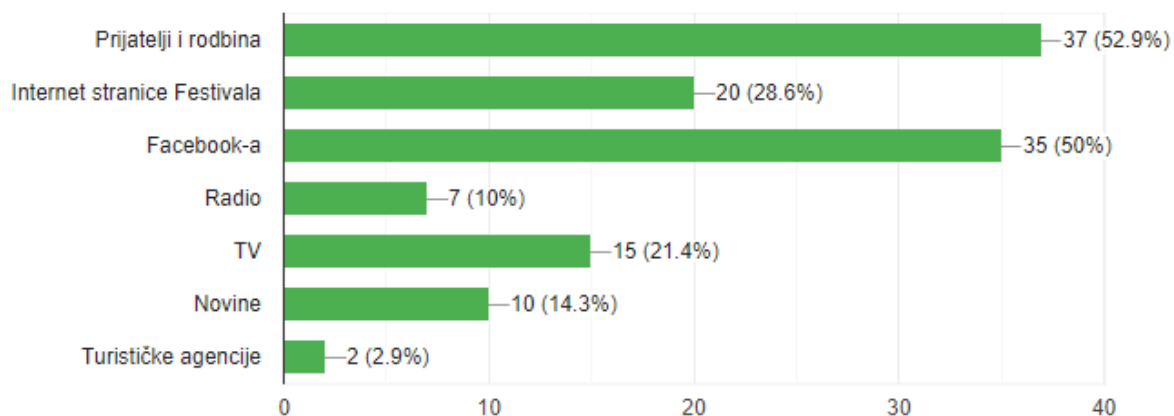
Grafikon 5. Posjećenost Renesansnoga festivala

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Dalje istraživanje odnosilo se na način prikupljanja informacija o samom festivalu, odnosno kojim su komunikacijskim kanalima ispitanici saznali za Renesansni festival,

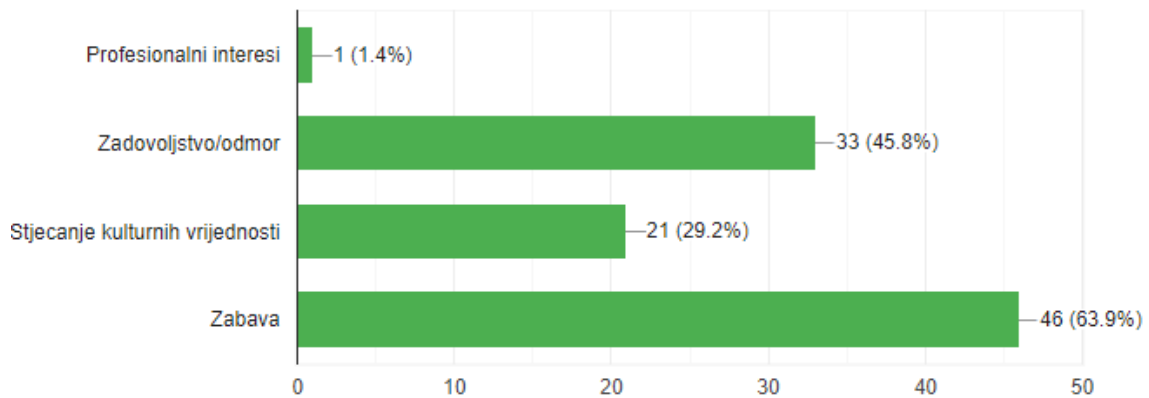
što je prikazano u Grafikonu 6. Vidljivo je da se najviše ispitanika o manifestaciji informiralo pomoću prijatelja i rodbine, točnije njih 52,9%, dok se ostatak ispitanika informirao o manifestaciji pomoću internetske stranice festivala (28,6%), pomoću Facebooka (50%) i radijskih stanica (10%), dok se najmanji broj ispitanika informirao o manifestaciji uz pomoć turističke agencije (2,9%).

Grafikon 6. Informiranost posjetitelja o Renesansnom festivalu



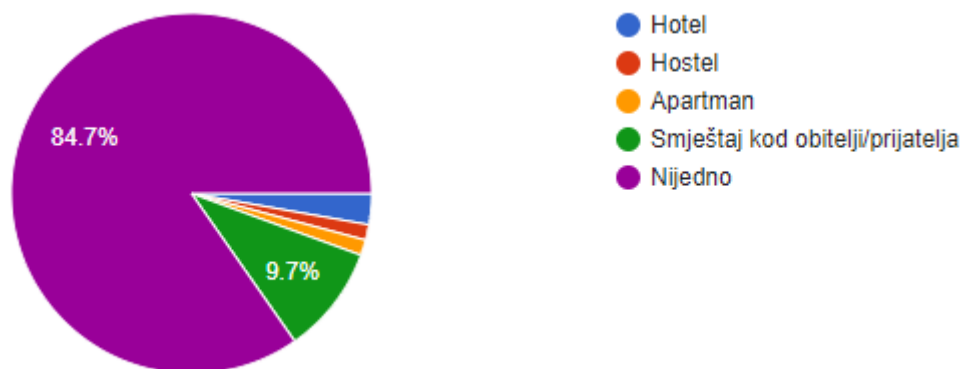
Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Ispitivanjem motivacije dolaska posjetitelja na festival utvrđeno je da najveći broj ispitanika (njih 63,9%) dolazi na festival zbog zabave, 45,8% zbog zadovoljstva/odmora, 29,2% zbog stjecanja kulturnih vrijednosti, a 1,4% zbog profesionalnih izvora, što je prikazano u Grafikonu 7.

Grafikon 7. Motivacija dolaska na festival

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

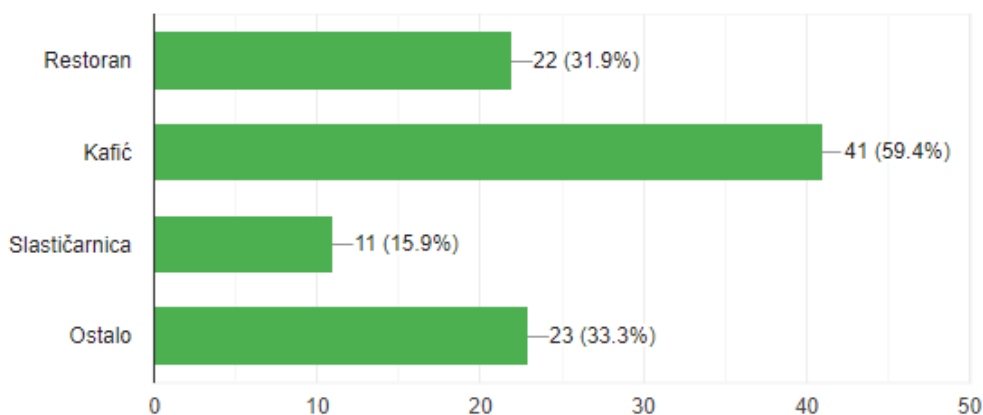
Grafikon 8. daje nam uvid u smještajne kapacitete koje su koristili ispitanici. Najveći postotak (njih 84,7%) nije koristilo smještaj, a 9,7% ispitanika koristilo je smještaj kod prijatelja/obitelji. Ostale opcije smještaja odnose se na hotel, hostel i apartman.

Grafikon 8. Posjećenost smještajnih kapaciteta

Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Grafikon 9. otkriva nam da je najveći broj ispitanika posjetilo kafić (59,4%), restoran 31,9% ili slastičarnicu 15,9%, a 33,3% ispitanika služilo se ostalim objektima.

Grafikon 9. Posjećenost ugostiteljskih objekata

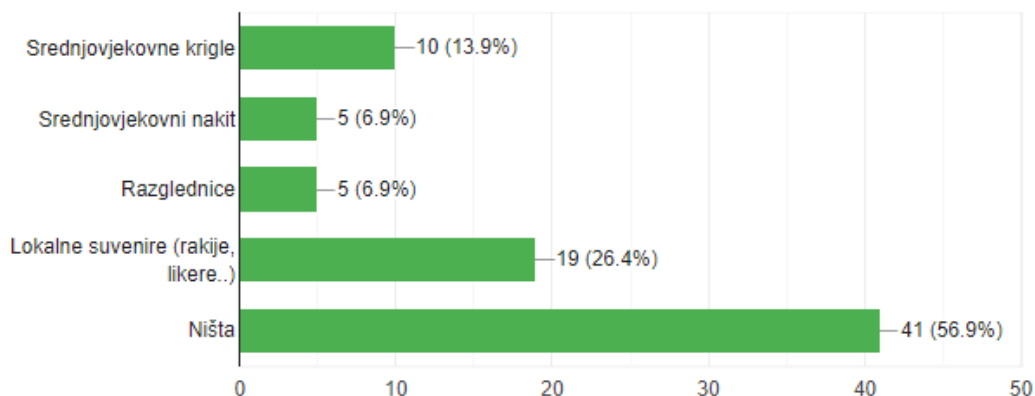


Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Renesansni festival u Koprivnici nudi posjetiteljima razni nakit specifičan za srednji vijek te srednjovjekovne krigle.

Na postavljeno pitanje o suvenirima koje su kupili na festivalu, najveći broj ispitanika odgovorio je da nije ništa kupio (njih 56,9%). Lokalne suvenire kupilo je 26,4% ispitanika, 13,9% ispitanika kupilo je srednjovjekovne krigle, dok je po 6,9% ispitanika kupilo srednjovjekovni nakit i razglednice.

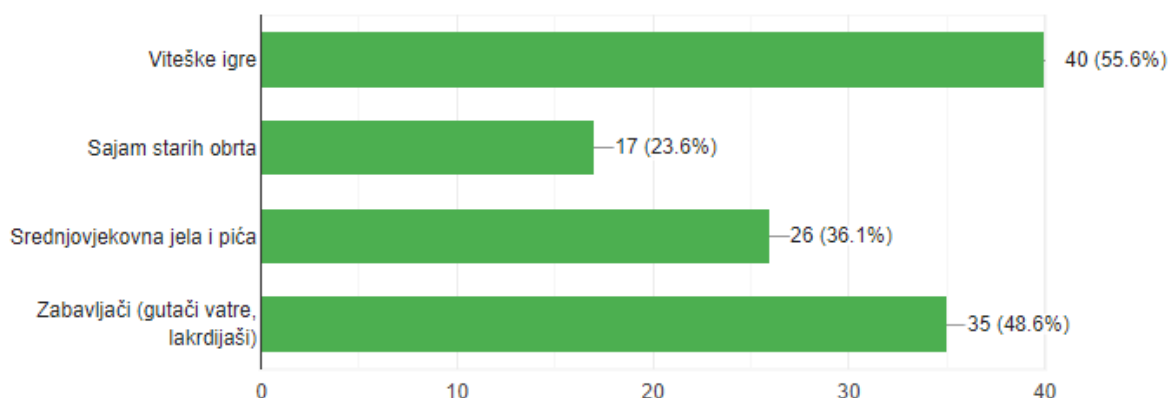
Grafikon 10. Kupnja suvenira na festivalu



Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Prema podacima iz Grafikona 11, najveći broj ispitanika potvrdio je da im se najatraktivnijim čine viteške igre (55,6%), 48,6% ispitanika glasovalo je za gutače vatre i lakrdijaše, za srednjovjekovna jela i pića njih 36,1%, a za sajam starih obrta 23,6%.

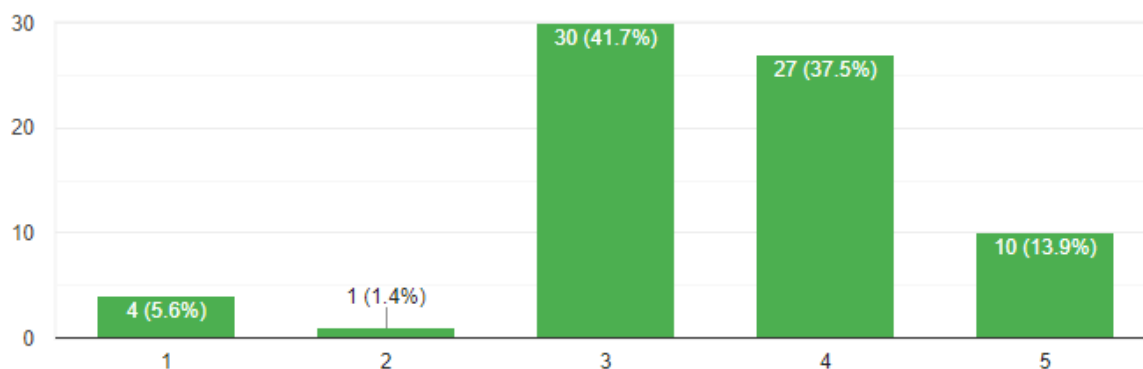
Grafikon 11. Atraktivnost sadržaja



Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Od ukupnoga broja ispitanih, 13,9% ispitanika iznimno je zadovoljno turističkim razvojem županije, dok 5,6% ispitanika nije nimalo zadovoljno njezinim razvojem. Najveći broj ispitanika daje prosječnu ocjenu turističkom razvoju županije, dok su ostali ispitanici zadovoljni turističkim razvojem Koprivničko-križevačke županije.

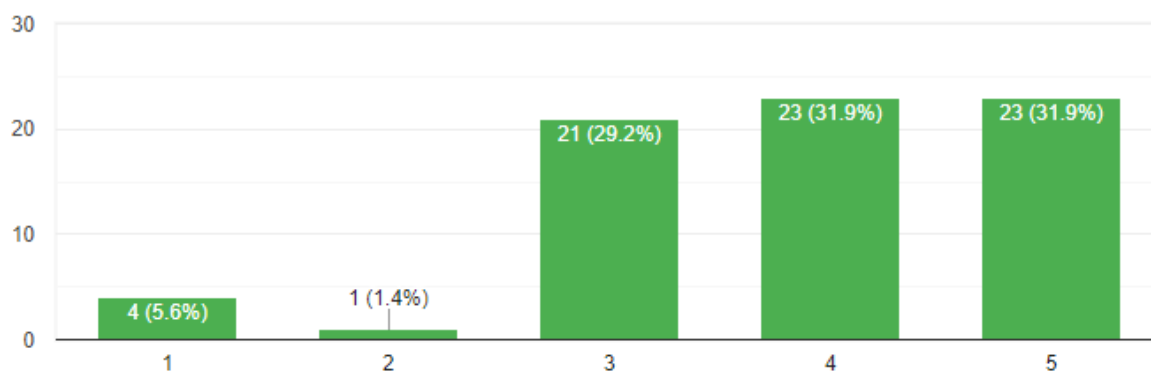
Grafikon 12. Zadovoljstvo ispitanika razvojem županije



Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Prema podacima iz Grafikona 13, zaključujemo da Renesansni festival zaista pripada atraktivnim manifestacijama u Republici Hrvatskoj s obzirom na to da su ga ispitanici vrednovali ocjenama *tri* i *četiri*.

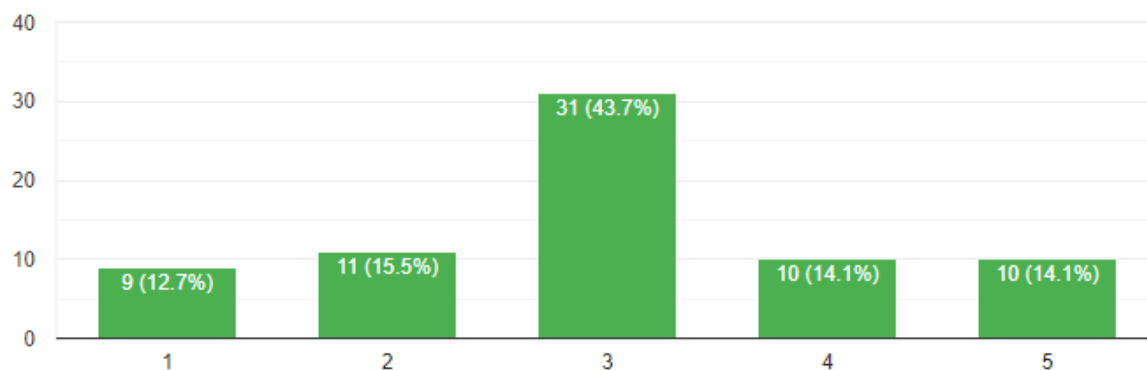
Grafikon 13. Atraktivnost festivala u odnosu na druge manifestacije



Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Prema podacima iz Grafikona 14. može se zaključiti da Renesansni festival ima povoljne cijene. Bez obzira na to što je riječ o rukotvorinama, festival se cijenama prilagodio kupcima.

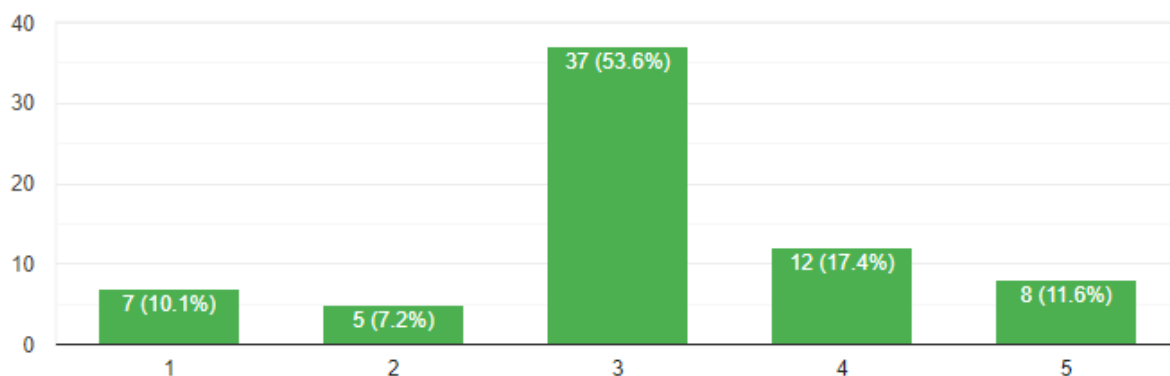
Grafikon 14. Cijene na festivalu



Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Iz navedenoga Grafikona 15. vidljivo je da najveći broj ispitanika (53,6%) daje ocjenu *dobar*, a najmanje ispitanika daje ocjene *nedovoljan* i *dovoljan*, što znači da je većina njih zadovoljna.

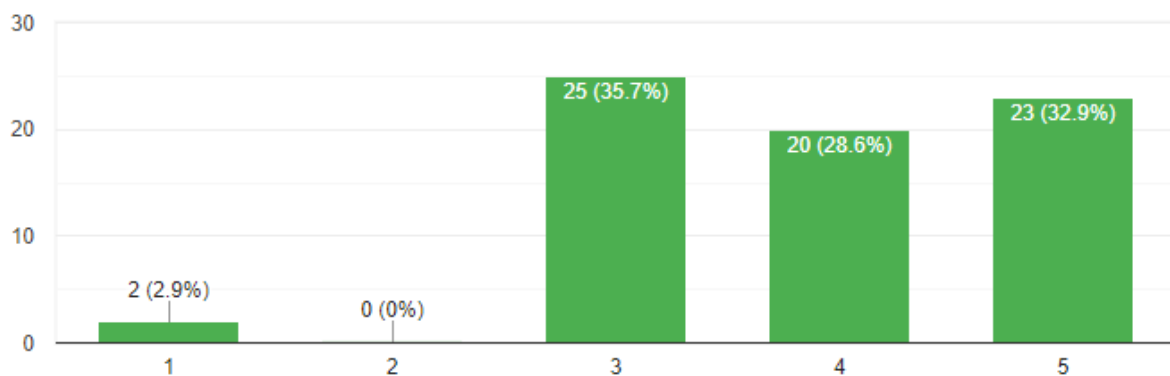
Grafikon 15. Dojam o parkiranju



Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Iz Grafikona 16. zaključujemo da najviše ispitanika (35,7%) daje ocjenu *dobar*, 32,9% ocjenu *odličan*, a 28,6% ispitanika ocjenu *vrlo dobar*, što nam daje do znanja da su posjetitelji zadovoljni organizacijom Renesansnoga festivala.

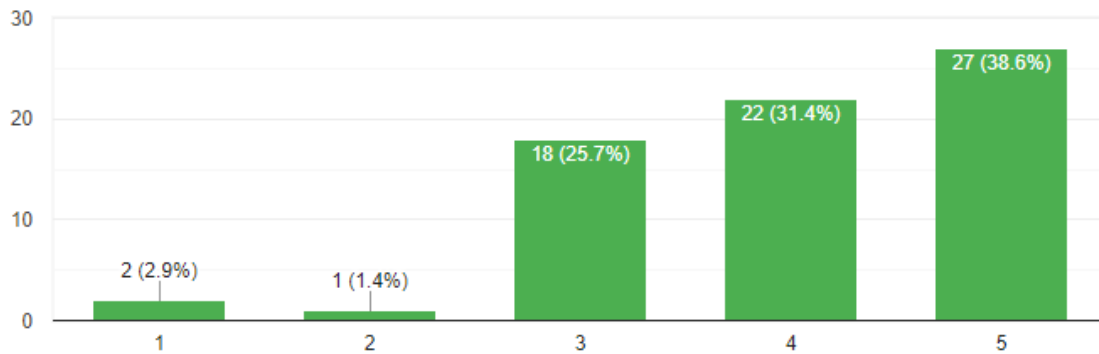
Grafikon 16. Dojam o organizaciji



Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Iz Grafikona 17. možemo vidjeti da su ispitanici zadovoljni ljubaznošću osoblja jer je najveći postotak ispitanika (njih 38,6%) dao ocjenu *odličan*.

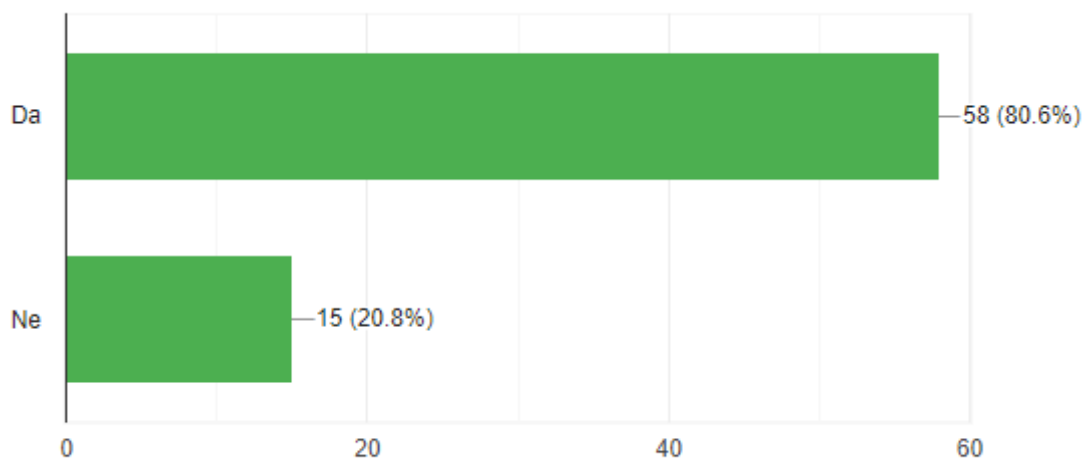
Grafikon 17. Dojam o ljubaznosti osoblja



Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

Iz posljednjega grafikona uviđamo da su na temelju ove ankete ispitanici dobili želju za posjetom Renesansnom festivalu (čak njih 80,6%).

Grafikon 18. Želja za posjetom Renesansnom festivalu



Izvor: Vlastita izrada prema provedenom istraživanju

6. ZAKLJUČAK

Renesansni festival poznat je kao jedan od poznatijih festivala toga tipa u Hrvatskoj, ali i u Europi. Festival se ubraja među najpoznatije događaje u Republici Hrvatskoj, a to potvrđuje titula Superbrandsa u kategoriji događanja koja mu je dodijeljena 2016. godine. Na samom početku Renesansni je festival bio samo priča i misao organizatora, a nakon nekoliko godina postao je jedna od najpoznatijih manifestacija u Hrvatskoj. Istraživanje je pokazalo da su ispitanici upoznati s festivalom. Rezultati koji su provedeni anketom prikazani su pomoću grafikona i tablica te su opisani kako bi se što bolje shvatili. Iz ankete saznajemo da je 54% i više ispitanika posjećivalo Renesansni festival te doznajemo da najviše njih boravi, odnosno ima stalni boravak u Varaždinskoj županiji. Kao jedan od atraktivnijih sadržaja na festivalu ispitanici navode cjelokupni doživljaj srednjovjekovnog života, a i velika je većina ispitanika festival ocijenila kao najatraktivniju manifestaciju u Hrvatskoj. Na kraju završnoga rada došlo se do zaključka da se broj posjetitelja iz godine u godinu povećava. Festival svojom kvalitetom, ali i tradicijom značajno doprinosi kulturno-turističkoj ponudi Koprivnice u kojoj se Renesansni festival održava te shodno tome ima izniman utjecaj na turizam u kontinentalnoj Hrvatskoj.

7. LITERATURA

Knjige

1. Jovanović, V., Delić, U.: *Karakteristike manifestacija i njihov utjecaj na razvoj turizma u Srbiji*, Singidunum revija, Beograd, 2010.
2. Getz, D.: *Event Management and Event Tourism*, 2nd Edition, Cognizent Communication Corporation, New York, 2005.
3. Getz, D.: *Event tourism: Definition, revolution, and research*, Elsevier, Amsterdam, 2007.
4. Richards B.: *Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja*, Protecton, Zagreb, 1997.

Članci i internetski izvori

1. Renesansni festival , preuzeto s <https://www.putovnica.net/dogadanja/renesansni-festival-koprivnica>, (29. 9. 2019.)
2. Povijesni razvoj turizma u Koprivnici, preuzeto s <https://www.renesansnifestival.hr/>, (29. 9. 2019.)
3. Počeci i razvoj Renesansnog festival, preuzeto s <https://koprivnicatourism.com/>, (29. 9. 2019.)
4. Ponuda festivala, preuzeto s <https://srednjovjekovna-jela-pica.php>, (29. 9. 2019.)
5. Sudionici festivala i izlagači, preuzeto s <https://www.superbrands.hr/>, (29. 9. 2019.)
6. <https://www.destination-munich.com/kaltenberg.html>.

8. PRILOZI

Popis slika

Slika 1. Renesansni festival u Koprivnici.....	9
Slika 2. Karta Renesansnoga festivala	14
Slika 3. Vitezovi zelingradski	18
Slika 4. Logo Superbrandsa	19

Popis grafikona

Grafikon 1. Spol ispitanika.....	22
Grafikon 2. Dob ispitanika	23
Grafikon 3. Mjesto stanovanja ispitanika.....	23
Grafikon 4. Posjećenost Renesansnoga festivala	24
Grafikon 5. Posjećenost Renesansnoga festivala	24
Grafikon 6. Informiranost posjetitelja o Renesansnom festivalu.....	25
Grafikon 7. Motivacija dolaska na festival	26
Grafikon 8. Posjećenost smještajnih kapaciteta	26
Grafikon 9. Posjećenost ugostiteljskih objekata	27
Grafikon 10. Kupnja suvenira na festivalu	27
Grafikon 11. Atraktivnost sadržaja	28
Grafikon 12. Zadovoljstvo ispitanika razvojem županije	28
Grafikon 13. Atraktivnost festivala u odnosu na druge manifestacije	29
Grafikon 14. Cijene na festivalu	29
Grafikon 15. Dojam o parkiranju	30
Grafikon 16. Dojam o organizaciji.....	30
Grafikon 17. Dojam o ljubaznosti osoblja	31
Grafikon 18. Želja za posjetom Renesansnom festivalu	31

Popis tablica**Tablica 1.** Teme festivala po

godinama.....15

Tablica 2. Strani izvođači na

festivalu.....17

Tablica 3. Domaći izvođači na

festivalu.....18

Anketni upitnik

ANKETNI UPITNIK O ZADOVOLJSTVU TURISTA TIJEKOM RENESANSNOG FESTIVALA

Poštovani,

Ovaj upitnik dio je istraživanja u sklopu završnog rada na temu "Renesansni festival u Koprivnici" i istraživačkog rada "Zadovoljstvo turista tijekom Renesansnog festivala" kojeg provodi studentica Međimurskog veleučilišta u Čakovcu. Ines Kučina, 3.godina preddiplomskog studija "Menadžment turizma i sporta".

Zamolila bih Vas da ispunite ovu anonimnu anketu te da na pitanja odgovarate objektivno i iskreno. Anketa se sastoji od 18 pitanja koja zahtijevaju 2-3 minute Vašeg vremena.

Unaprijed Vam se zahvaljujem.

UPUTE

Na pitanja višestrukog izbora moguće je dati više odgovora.

Razinu svog slaganja s ponuđenim tvrdnjama moguće je izraziti brojevima od 1-5, pri čemu je :

1- Nimalo zadovoljan, 2- Nezadovoljan, 3- Niti zadovoljan niti nezadovoljan, 4- Zadovoljan, 5- Izrazito zadovoljan

1. Spol: * Ženski Muški**2. Dob: *** 18-20 21-30 31-40 41-50 više od 50 godina

3. Mjesto stanovanja: *

- Varaždinska županija
- Međimurska županija
- Koprivničko-križevačka županija
- Zagrebačka županija
- Other...

4. Jeste li posjetili Renesansni festival? *

- Da
- Ne

5. Koliko puta ste posjetili navedeni festival? *

- Jednom
- Više puta
- Nikada

6. Izvori informacija o Renesansnom festivalu:

- Prijatelji i rodbina
- Internet stranice Festivala
- Facebook-a
- Radio
- TV
- Novine
- Turističke agencije

7. Motiv Vašeg dolaska na festival: *

- Profesionalni interesi
- Zadovoljstvo/odmor
- Stjecanje kulturnih vrijednosti
- Zabava

8. Koje ste smještajne kapacitete koristili prilikom posjeta festivalu? *

- Hotel
- Hostel
- Apartman
- Smještaj kod obitelji/prijatelja
- Nijedno

9. Koje ste ugostiteljske objekte posjetili?

- Restoran
- Kafić
- Slastičarnica
- Ostalo

10. Koje suvenire ste kupili na festivalu? *

- Srednjovjekovne krigele
- Srednjovjekovni nakit
- Razglednice
- Lokalne suvenire (rakije, likere..)
- Ništa

11. Koji od sadržaja Vam se čini najatraktivnijim? *

- Viteške igre
- Sajam starih obrta
- Srednjovjekovna jela i pića
- Zabavljači (gutači vatre, lakrdijaši)

12. Koliko ste zadovoljni turističkim razvojem Koprivničko-križevačke županije?

1 2 3 4 5

Nimalo zadovoljan/zadovoljna Iznimno zadovoljan/zadovoljna

13. Kako biste ocijenili atraktivnost Renesansnog festivala u odnosu na druge srodne manifestacije susjednih županija?

1 2 3 4 5

Slabije atraktivno Najatraktivnija manifestacija

14. Smatrate li da su cijene previsoke?

1 2 3 4 5

Ne smatram Smatram

15. Kakav je Vaš sveukupni dojam o mogućnosti parkiranja?

1 2 3 4 5

Nimalo zadovoljan/zadovoljna Iznimno zadovoljan/zadovoljna

16. Kakav je Vaš sveukupni dojam o organizaciji?

1 2 3 4 5

Nimalo zadovoljan/zadovoljna Iznimno zadovoljan/zadovoljna

17. Kakav je Vaš sveukupni dojam o ljubaznosti osoblja?

1 2 3 4 5

Nimalo zadovoljan/zadovoljna Iznimno zadovoljan/zadovoljna

17. Kakav je Vaš sveukupni dojam o ljubaznosti osoblja?

1 2 3 4 5

Nimalo zadovoljan/zadovoljna Iznimno zadovoljan/zadovoljna

18. Jeste li na temelju ove ankete dobili želju za posjetom Renesansnom festivalu? *

Da

Ne

Zahvaljujem Vam na uloženom trudu i vremenu!