

Menadžement turističko glazbenog događaja na primjeru festivala Forestland

Novak, Tea

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:110:855520>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-02**



Repository / Repozitorij:

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



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

PRIJEDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENTA
TURIZMA I SPORTA

Tea Novak

**MENADŽMENT TURISTIČKO GLAZBENOG
DOGAĐAJA NA PRIMJERU FESTIVALA
FORESTLAND**

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2023.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

PRIJEDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENTA
TURIZMA I SPORTA

Tea Novak

**MENADŽMENT TURISTIČKO GLAZBENOG
DOGAĐAJA NA PRIMJERU FESTIVALA
FORESTLAND**

**MANAGEMENT OF A MUSIC TOURISM EVENT
USING THE EXAMPLE OF THE FORESTLAND
FESTIVAL**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: mr. sc. Branimir Blajić, v. pred.

ČAKOVEC, 2023.

Čakovec, 18. svibnja 2022.

ZAVRŠNI ZADATAK br. 2021-MTS-R-123

Pristupnik: Tea Novak (0313024341)
Studij: redovni preddiplomski stručni studij Menadžment turizma i sporta
Smjer: Menadžment sporta


Zadatak: Menadžment turističko glazbenog događaja na primjeru festivala
Forestland

Opis zadatka:

Festival Forestland etablirani je turističko glazbeni događaj u Međimurju. Ovaj rad bavi se specifičnostima organizacije tako kompleksnog događaja, te reperkusijama istog na ukupnu turističku ponudu Međimurske županije.

Zadatak uručen pristupniku: 21. lipnja 2022.
Rok za predaju rada: 20. rujna 2022.

Mentor:



Branimir Blajić, pred.

Predsjednik povjerenstva za
završni ispit:

SAŽETAK

Cilj je ovog završnog rada objasniti važnost menadžmenta i specifičnosti organizacije događaja, konkretno na primjeru kompleksnog događaja Forestland te njegov utjecaj na ukupnu turističku ponudu Međimurske županije. Forestland je etablirani turističko glazbeni događaj elektronske glazbe u Međimurju koji privlači velik broj posjetitelja. Osnovan s ciljem promicanja elektronske glazbe, jedan je od najdugovječnijih hrvatskih festivala bez kojeg se ljeto na sjeveru ne može zamisliti. Za uspješno organiziranje događaja, bilo da je riječ o sajmovima, konferencijama, koncertima, sportskim događajima, vjenčanjima ili glazbenim događajima, potreban je menadžment. Menadžment turističko glazbenih događaja bavi se planiranjem, organiziranjem, vođenjem i kontrolom događaja te igra ključnu ulogu za dugoročan uspjeh. Organizacija takvog događaja dinamičan je posao pun izazova i uzbuđenja. Rizici se trebaju svesti na minimum, treba osigurati nesmetan tijek događanja i treba zadovoljiti potrebe publike, stoga organizaciju ne treba shvaćati olako. Dakle, menadžment je od izuzetne važnosti za organizaciju turističko glazbenih događaja. Takva događanja popularna su diljem svijeta jer omogućuju posjetiteljima da uživaju u nastupima raznih izvođača, jedinstvenoj atmosferi, druženju i zabavi. Djelatnost organiziranja događaja vrlo je važna za razvoj turizma i promocije destinacije, a istovremeno doprinosi gospodarskom razvoju i stvaranju poslovnih prilika.

U svrhu izrade rada provedeno je anketno istraživanje koje se uglavnom provodilo putem društvenih mreža. Rezultati anketnog upitnika, koji se sastojao od 15 pitanja, obrađeni su i grafički prikazani u istraživačkom dijelu. Cilj istraživanja bio je saznati prepoznatljivost glazbenog festivala Forestlanda.

Ključne riječi: menadžment, upravljanje događajima, događaj, festivali, Forestland

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	4
1. UVOD	5
2. POJMOVNO ODREĐENJE TURISTIČKO GLAZBENIH DOGAĐAJA.....	6
2.1. Vrste turističkih događaja	7
2.2. Karakteristike glazbenih događaja.....	9
2.3. Potencijali Hrvatske za organizaciju velikih turističko glazbenih događaja	9
2.4. Komparativna analiza velikih turističko glazbenih događaja u Hrvatskoj	10
3. MENADŽMENT DOGAĐAJA.....	15
3.1. Funkcije menadžmenta turističko glazbenih događaja	15
3.2. Specifičnosti menadžmenta turističko glazbenih događaja	18
3.3. Marketinški splet turističko glazbenih događaja	19
4. GLAZBENI FESTIVAL FORESTLAND	21
4.1. Karakteristike Međimurja kao turističke destinacije	22
4.2. Povijest Forestlanda.....	23
4.3. Procesi organizacije i elementi upravljanja događajem Forestland.....	23
4.4. Razvoj i budućnost Forestlanda.....	24
5. ISTRAŽIVANJE O PREPOZNATLJIVOSTI FESTIVALA FORESTLAND	25
5.1. Karakteristika uzorka.....	25
5.2. Rezultati istraživanja.....	27
6. ZAKLJUČAK	35
LITERATURA.....	37
POPIS ILUSTRACIJA.....	38
PRILOZI.....	39

1. UVOD

Događanja postoje otkad i ljudi te postoje mnoge vrste događanja, konkretno u ovom se radu stavlja naglasak na glazbena događanja. Glazbena događanja privlače velik broj posjetitelja kojima je cilj zadovoljiti svoju potrebu za glazbom. Također, ono što karakterizira takva događanja je da su obično skupa, radi se o jedinstvenom životnom iskustvu, održavaju se u kratkom vremenskom razdoblju i slično. Osim glazbe, neizostavan dio glazbenih događanja su i popratni sadržaji koji se nude posjetiteljima. Osim uobičajenih popratnih sadržaja poput hrane i pića, sve više festivala nude mogućnost kampiranja i uvode neke novitete poput zip-line, odbojke na vodi, radionica i slično. Glazbena događanja jako su popularna i broj događanja u svijetu pa i u Hrvatskoj iz godine u godinu raste. Hrvatska ima mnogo potencijala za organizaciju takvih događaja zahvaljujući našoj obali i prekrasnoj prirodi koja je idealna za organizaciju događaja na otvorenome, a primjeri ovakvih tipova događanja i neki od najpopularnijih festivala u Hrvatskoj su Ultra Europe, INmusic i Sea Star festival. Festivalna scena u Hrvatskoj je u punom cvatu i privlači velik broj turista. Kako bi se jedan takav događaj uspješno održao, potreban je menadžment kojem su osnovne funkcije planiranje, organiziranje, upravljanje i kontrola događaja. Posao je izazovan, a cilj mu je osigurati uspješno provođenje događaja, zadovoljstvo sudionika i postizanje određenih ciljeva organizatora. Menadžment turističko glazbenih događaja zbog svoje prirode ima neke specifičnosti po kojima se razlikuje od menadžmenta ostalih vrsta događanja. Neizostavan dio kod organiziranja događanja je i marketing koji se provodi kroz marketinški splet ili takozvani „4P“, a sastoji se od proizvoda, mjesta, cijene i promidžbe. Međimurje, površinom mala županija, ima velike turističke potencijale. Osim što je poznato po svojoj hrani, vinu, prirodnoj i nematerijalnoj baštini, tu su i brojna događanja, a jedan od događaja koji se najviše ističe i ima velik značaj za turizam Međimurske županije je glazbeni festival Forestland. Forestland je višednevni festival elektronske glazbe koji se po prvi put održao 2013. godine i u narednim se godinama sve više razvija. Privlači posjetitelje svih dobnih skupina iz Međimurja, kao i susjednih županija i država koji žele uživati u dobroj glazbi, atmosferi i druženju.

2. POJMOVNO ODREĐENJE TURISTIČKO GLAZBENIH DOGAĐAJA

Pojam događanje dolazi od engleske riječi *event*, a obuhvaća sportska natjecanja, zabavu, kongrese, festivale, sajmove i drugo. Glazbena događanja privlače velik broj posjetitelja kojima je cilj zadovoljiti svoju potrebu za glazbom. Osim same glazbe, glazbena događanja nude i dodatne popratne sadržaje poput hrane, smještaja, organiziranog prijevoza, zabavnih sadržaja i drugo kako bi se povećalo zadovoljstvo posjetitelja. Mogu biti organizirani na raznim mjestima kao što su livade, plaže, parkirališta, zabavni parkovi, stadioni i druge lokacije. Glazbena događanja važan su dio kulturnog života mnogih država i gradova te često predstavljaju turističku atrakciju koja privlači velik broj posjetitelja. Obično se održavaju vani na otvorenome tijekom ljetnih mjeseci i često vikendima. Mogu trajati samo jedan dan, no mnogi se protežu i duže.

Postoje mnoge definicije riječi događaj. Autor Donald Getz događaj definira kao „uzbudljiv i najbrže rastući oblik fenomena proizašlih iz dokolice, poslovanja i turizma.“ (1997). Druga definicija događaja prema autorima Pivac i Stamenković (2011) glasi: „Događaji su skupovi ograničenog trajanja, određeni mjestom, vremenom održavanja, učesnicima i motivima i ciljevima okupljanja“. Svi smo barem jednom u životu gledali neki događaj ili sudjelovali na takvom događaju.

Često se za pojam glazbeni događaj upotrebljava i riječ glazbeni festival, a definicija glazbenog festivala glasi: „Glazbeni festival je događaj organiziran jednom godišnje na određenom mjestu, inspiriran jedinstvenim temama ili motivima poput nacionalne, tradicionalne i moderne glazbe ili promocije rada popularnog glazbenika.“ (<https://www.britannica.com/art/music-festival%20%5b15>)

Glazbeni događaj možemo svrstati u kategoriju posebnih događanja. Posebni stručnjak iz područja upravljanja događajima definira posebna događanja iz dviju perspektiva - klijentove i organizatorove:

- „Posebno događanje održava se samo jednom ili rijetko, te nije dijelom uobičajenih programa i aktivnosti sponzora ili organizatora.“ (Van Der Wagen i Carlos, 2008).

- „Za klijente ili gosta posebno događanje je prilika za opuštanje, te predstavlja izvanredno ili nesvakidašnje društveno ili kulturno iskustvo.“ (Van Der Wagen i Carlos, 2008).

2.1. Vrste turističkih događaja

Postoji mnogo vrsta turističkih događaja koji se organiziraju širom svijeta i koji mogu privući različite vrste turista, tako da uvijek postoji nešto za svakog. Prema autorima Van Der Wagen i Carlosu (2008) događanja se mogu kategorizirati po vrsti, a to su:

- sportska događanja
- zabava, umjetnost i kultura
- komercijalna marketinška i promidžbena događanja
- skupovi i izložbe
- festivali
- obiteljska okupljanja
- prikupljanje sredstva u dobrotvorne svrhe
- ostale vrste događanja.

Sportska događanja

„Sportska događanja održavaju se u svim mjestima, gradovima, pokrajinama i državama u zemlji te privlače vrhunske sportaše iz cijelog svijeta. Tenis, golf, baseball, nogomet, košarka, skijaški spust i automobilističke utrke samo su neki primjeri.“ (Van Der Wagen i Carlos, 2008). Jedno od najvećih sportskih događanja zasigurno su Olimpijske igre i popraćene su velikom medijskom pozornošću.

Zabava, umjetnost i kultura

„Zabavnim događajima svojstveno je da privlače veliki broj posjetitelja. Koncerti mogu biti iznimno isplativi u financijskom smislu, ali mogu stvoriti i velike financijske probleme ako prodaja karata nije uspješna. Trenutak puštanja u prodaju, kao i cijena ulaznica, kritični su elementi koji utječu na financijski rezultat takvih događanja.“ (Van Der Wagen i Carlos, 2008).

Komercijalna, marketinška i promidžbena događanja

„Na promidžbena događanja obično se troše velika sredstva i upriličuje ih se na vrlo visokoj razini. Najčešće se radi o lansiranju novih proizvoda, obično računala i računalnih programa, parfema, alkoholnih pića i motornih vozila.“ (Van Der Wagen i Carlos, 2008). Svrha takvih događanja je razlikovati proizvod od proizvoda konkurenata.

Skupovi i izložbe

„Među organizatorima skupova i konvencija vlada jaka konkurencija. Mnoge konvencije privlače tisuće ljudi, dok na pojedinim skupovima sudjeluje samo manji broj vrlo važnih osoba.“ (Van Der Wagen i Carlos, 2008).

Festivali

„Festivali su sve popularniji te pružaju danoj regiji da postane poželjno turističko odredište. Popularni su festivali vina i jela jer oni omogućuju regiji da na taj način predstavi svoje proizvode. Vjerske svetkovine također spadaju u ovu kategoriju. Kineska Nova godina i okupljanje američkih Indijanaca u Traders Villageu u Teksasu dobri su primjeri takvih okupljanja.“ (Van Der Wagen i Carlos, 2008).

Primjer ovakvih festivala u Međimurju bilo bi Porcijunkulovo u Čakovcu, Festival jagoda u Prelogu, Urbanovo u Štrigovi i drugi.

Obiteljska okupljanja

„Vjenčanja, godišnjice, krizme, a danas i razvodi i sprovodi, pružaju priliku za okupljanje obitelji. Sprovodi se sve više pretvaraju u velika događanja s netradicionalnim ljesovima, govorima, pa čak i zabavom. Važno je da organizatori prate sve nove društvene trendove.“ (Van Der Wagen i Carlos, 2008).

Prikupljanje sredstava u dobrotvorne svrhe

„Sajmove, česte u većini zajednica, obično organiziraju revni lokalni odbori. Često se podcjenjuju trud i organizacija koji su potrebni za organizaciju ovakvih događanja. Budući da je njihov glavni cilj prikupljanje sredstava.“ (Van Der Wagen i Carlos, 2008).

Ostale vrste događanja

„Neka događanja nemoguće je svrstati u određenu kategoriju. Krumpiri, orasi, poljsko cvijeće, ruže, psi, konji, plišani medvjedići i parke su svi povod nekim događanjima u raznim dijelovima SAD-a.“ (Van Der Wagen i Carlos, 2008).

2.2. Karakteristike glazbenih događaja

Glazbena događanja mogu se razlikovati po mnogim čimbenicima, poput vrste glazbe, trajanja, veličine, lokacije i popratnih sadržaja. Ovisno o događaju, vrsta glazbe može varirati od klasične glazbe do rock, pop, jazz, elektronske ili hip-hop glazbe. Glazbeni događaji često traju nekoliko sati, a ponekad cijeli dan ili vikend. Mogu se održavati na raznim lokacijama poput manjih klubova, barova do velikih koncertnih dvorana, stadiona ili vani na otvorenome. Neizostavan su dio i popratni sadržaji, od kojih su najčešći hrana i piće.

Što je zajedničko i što karakterizira glazbena događanja je slijedeće:

- „ često se radi o jedinstvenom životnom iskustvu;
- obično su vrlo skupa;
- održavaju se u kratkom vremenskom razdoblju;
- iziskuju dugotrajno i pažljivo planiranje;
- obično se održavaju samo jednom (iako se mnoga održavaju svake godine, i to najčešće u isto vrijeme);
- podrazumijevaju visoki rizik, osobito financijske i sigurnosne naravi;
- svi uključeni u događaj, pa i organizacijski tim, stavljaju puno toga na kocku.“
(Van Der Wagen i Carlos, 2008).

2.3. Potencijali Hrvatske za organizaciju velikih turističko glazbenih događaja

Glazbena događanja u Hrvatskoj u posljednjih nekoliko stoljeća postala su neizostavni i značajni kulturni, turistički i društveni faktor. Broj glazbenih festivala u Hrvatskoj raste i teško je navesti sve aktualne glazbene festivale u Hrvatskoj.

Hrvatska ima bogatu i raznoliku glazbenu tradiciju koja može privući različite skupine ljudi i odličan je izvor inspiracije za organizaciju novih glazbenih događaja. Tu su također i iskusni organizatori događaja koji su sposobni stvoriti kvalitetne događaje, a većina njih

ima bogato iskustvo u organiziranju različitih glazbenih događaja. Obala Jadranskog mora privlači velik broj turista svake godine, što Hrvatsku čini idealnim mjestom za organizaciju glazbenih događaja na otvorenome. Osim naše obale, Hrvatska nudi i prekrasne parkove, šume i livade koji su savršeni za okupljanje velikog broja ljudi ljeti, a primjer je festival Forestland koji se održava na prostoru šumske livade u malom mjestu Brezje. Osim spomenutih lokacija koje su idealne za događaje na otvorenom, Hrvatska ima i izvrsne koncertne dvorane u gradovima poput Zagreba, Splita, Osijeka. Te dvorane uglavnom služe za izvođenje koncerata, opera, mjuzikla i drugih vrsta glazbenih događaja. Također, što je važno, Hrvatska raspolaže brojnim smještajnim kapacitetima koji nude različite vrste smještaja za turiste. Smještajni kapaciteti obuhvaćaju hotele, kampove, nekomercijalni smještaj, objekte na OPG-u (seljačkom domaćinstvu), objekte u domaćinstvu i ostalo. Objekti u domaćinstvu, u koje spadaju na primjer apartmani i kuće za odmor, najpopularniji su među turistima. Uz ove prednosti, stanje prometne infrastrukture se u posljednjih godina bitno poboljšalo, što olakšava dolazak turista. Dolasci turista u Hrvatsku uz uporabu „cestovnih“ prijevoznih sredstava još uvijek su dominantni, no raste i broj dolazaka turista zrakoplovima. Hrvatska ima 7 zračnih luka, a to su Split, Zagreb, Dubrovnik, Zadar, Pula, Rijeka, Osijek i Brač, od kojih je najprometnija zračna luka Split, i to u ljetnim mjesecima. Sve te prednosti ukazuju na to da Hrvatska ima potencijal za organizaciju kvalitetnih i raznolikih glazbenih događaja koji će privući publiku iz cijelog svijeta.

2.4. Komparativna analiza velikih turističko glazbenih događaja u Hrvatskoj

Hrvatska ima mnogo glazbenih festivala koji privlače ljude iz cijelog svijeta i postala je jedna od najtraženijih festivalskih destinacija. Među najpopularnijim glazbenim događajima u Hrvatskoj su:

- Ultra Europe festival
- INmusic festival
- Sea Star Festival.

Ultra Europe festival

Festival koji se najviše spominje i jedan je od najvažnijih događaja u Hrvatskoj je Ultra Music Festival. Ultra Europe festival je elektronske glazbe koji se po prvi puta održao

2013. godine na stadionu Poljud u Splitu, a 2019. godine festival se seli na stadion Park mladeži. Održava se tijekom tri dana i uključuje više pozornica s nekim od najvećih imena elektronske glazbe poput David Guetta, Hardwell, Marshmello, Afro Jack, Martin Garix, Armin van Buuren, DJ Snake, The Chainsmokers, Alesso, Boris Brejcha, Tiesto i drugi. Cijena ulaznica za deveto izdanje koje će se održati od 7. do 9. srpnja 2023. godine kreće se od 149 eura pa nadalje, a moguće ih je kupiti na službenoj web stranici. Već prve godine festival je posjetilo više od 75 000 ljudi iz cijelog svijeta, a od tada broj i popularnost festivala raste. Prema podacima iz 2022. godine festival je posjetilo više od 160 000 ljudi iz 141 zemlje svijeta, među kojima je najviše bilo iz Španjolske, SAD-a, Norveške, Poljske i Francuske. Kako bi sve prošlo u najboljem redu, strogo je zabranjeno unošenje bilo kojih vrsta zapaljivih sredstva, alkoholnih pića i hrane, pištolja na vodu, lasera, sprejeva, većih lanaca, maski za lice i bilo kojih vrsta ilegalnih supstanci, a u pripravnosti su sve hitne i gradske službe. Osim marketinške vrijednosti, festival ima i znatan ekonomski učinak na gospodarstvo Hrvatske.

Slika 1. Ultra Europe



Izvor: <https://ultraeurope.com/>

INmusic festival

INmusic festival, najveći open air festival osnovan 2006. godine održava se jednom godišnje na otocima jezera Jarun, konkretno na Otoku hrvatske mladeži, Otoku Trešnjevke i Otoku Univerzijade. Festival se pretvorio u vrhunski glazbeni događaj i nalazi se na karti najboljih europskih glazbenih festivala na otvorenome. Od svog prvog izdanja festival je ugostio preko 430 glazbenika iz 37 zemalja svijeta. Tako su posjetitelji imali priliku uživati u nastupima najvećih svjetskih glazbenika kao što su Arctic Monkeys, Kings Of Leon, Florence + The Machine, Queens Of The Stone Age, Jamiroquai, New Order, Pixies, The Prodigy, The Black Keys i mnogih drugih. Uz glazbu, festival nudi i kamp za posjetitelje uz brojne pogodnosti poput interneta, mogućnosti punjenja mobitela, tople vode i drugo. Kamp također ima trgovinu, uređenu plažu i vlastitu pozornicu. Svjetski mediji INmusic festival nazivaju i „Woodstock 21. stoljeća“ te ga je kultni New Musical Express 2022. godine uvrstio u 20 najiščekivanijih festivala 2022. godine uz svjetski poznate festivale poput Coachelle i Glastonburya.

Slika 2. INmusic festival



Izvor: <https://www.croatiaweek.com/>

Sea Star Festival

Festival kojim započinje otvaranje festivalske sezone na Jadranu upravo je umaški Sea Star festival koji se po prvi put održao 2017. godine u resortu Stella Maris. Sea Star festival najposjećenija je manifestacija u Istri, a i službeno drugo najposjećenije događanje u Hrvatskoj. Jubilarno peto izdanje festivala održano je 19. i 20. svibnja, a na kojem je nastupalo više od 40 svjetskih glazbenih imena na četirima bogato opremljenim pozornicama. Prema najnovijim podacima iz 2023. godine festival je posjetilo više od 40 000 posjetitelja iz više od 40 zemalja, a najviše ih je bilo iz Hrvatske, Slovenije, Italije, Austrije, Švicarske, Bosne i Hercegovine i Srbije. Posjetitelji su mogli uživati u nezaboravnim nastupima velikih glazbenika poput The Prodigyja, Robina Schulza, Mahmuta Orhana, Indira Paganottoa, a od regionalnih zvijezda se izdvajaju Senidah, Hiljson Mandela, Grše, 30 zona i drugi.

Slika 3. Sea Star festival



Izvor: <https://www.seastarfestival.com/>

Navedeni festivali prepoznati su i izvan granica Hrvatske i iz godine u godinu dobivaju priznanja u konkurenciji sa svjetski poznatim festivalima te stavljaju Hrvatsku na kartu

najboljih glazbenih festivala. Može se zaključiti da je Ultra najveći i najpopularniji glazbeni događaj u Hrvatskoj. Festival ima veliki značaj za turizam grada Splita kao i cijele Hrvatske, također i INmusic i SeaStar festival imaju pozitivan utjecaj na turizam gradova u kojima se održavaju. Turisti dolaze iz cijelog svijeta, borave u gradovima za vrijeme održavanja festivala i tamo provode svoje vrijeme, prenoće i troše novac. Zajedničko ovim festivalima je da se održavaju vani na otvorenome u toplim mjesecima. Utra Europe u srpnju na stadionu Park mladeži, INmusic festival na otocima jezera Jarun u lipnju te SeaStar festival u resortu Stella Maris u svibnju. INmusic festival ističe se po najpovoljnijim cijenama festivalskih ulaznica koje se kreću po cijeni od 39 eura. Za SeaStar festival ulaznice se kreću po cijeni od 49 eura, dok se za Ultra Europe cijene kreću od 99 eura i time su najskuplje ulaznice od spomenutih glazbenih festivala.

Tablica 1. Komparativna analiza velikih turističko glazbenih događaja u Hrvatskoj

	ULTRA EUROPE	INMUSIC	SEASTAR
MJESEC ODRŽAVANJA	srpanj	lipanj	svibanj
MJESTO ODRŽAVANJA	Split	Zagreb	Umag
VRSTA GLAZBE	elektronska glazba	rock, pop, ska	elektronska glazba, hip hop, trap
CIJENA ULAZNICA	od 99 €	od 39 €	od 49 €
BROJ POSJETITELJA	oko 160 000	oko 100 000	oko 40 000
IZVOĐAČI KOJI SU NASTUPALI NA GLAZBENOM DOGAĐAJU	David Guetta, Hardwell, Marshmello, Afro Jack, Martin Garix, Armin van Buuren, DJ Snake, The Chainsmokers, Alesso, Boris Brejcha, Tiessto	Arctic Monkeys, Kings Of Leon, Florence + The Machine, Queens Of The Stone Age, Jamiroquai, New Order, Pixies, The Black Keys	Robina Schulza, The Prodigy, Nina Kraviz, Pul Kalkbrenner, Onyx, Hladno pivo, Dubioza Kolektiv, Rambo Amadeus, Bajaga i Instruktori, Vojko V

POP RATNI SADRŽAJI	hrana, piće	hrana i piće, kamp, sportski sadržaji, radionice	zip-line, chill zona, kamp, hrana, piće
--------------------	-------------	--	---

Izvor: izrada autora

3. MENADŽMENT DOGAĐAJA

Menadžment događaja ili upravljanje događajima dinamičan je posao i pun uzbuđenja, a uključuje proces stvaranja i održavanja događaja. Proces upravljanja događajem obuhvaća cijeli niz aktivnosti, počevši od samog početka planiranja događaja pa sve do post događajnog strategiranja. „Upravljanje događajima možemo definirati kao proces ili kontinuiranu aktivnost kojom se događaji planiraju, pripremaju i realiziraju, a koje provode menadžeri događaja. Menadžment događaja obuhvaća procjenu, definiranje, nabavku, raspodjelu dobara i ljudskih potencijala, usmjeravanje istih te kontrolu.“ (Koprivica, 2008).

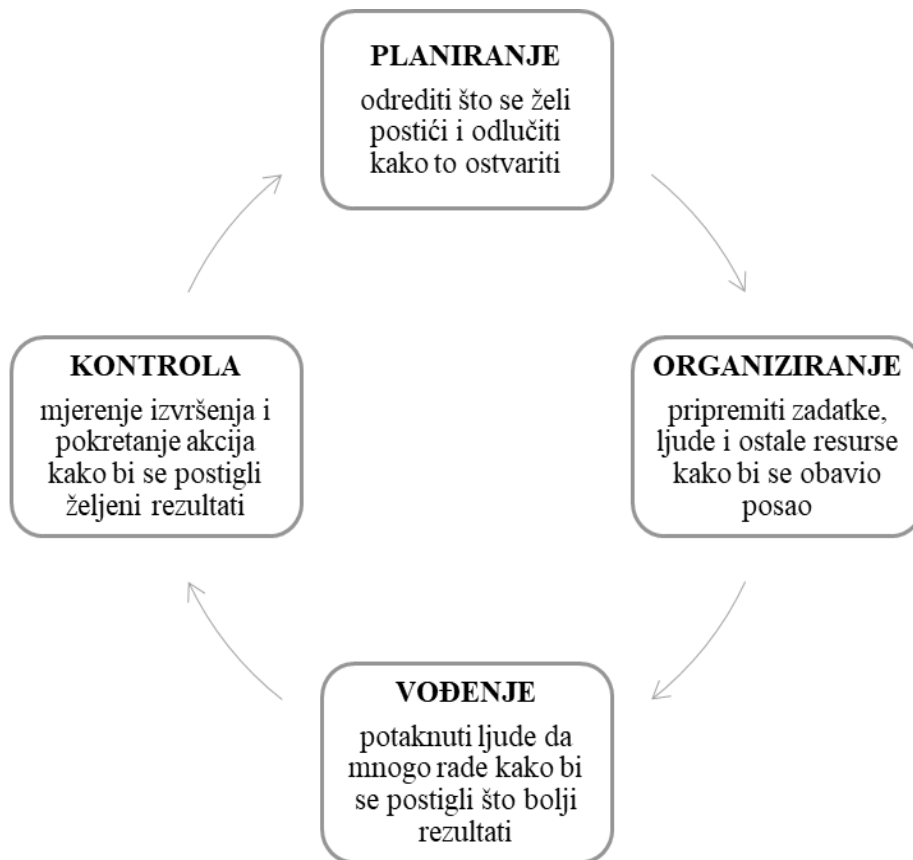
Upravljanje događajima može biti primijenjeno na različite vrste događaja poput sastanaka, vjenčanja, konferencija, sportskih događaja, festivala i drugih oblika okupljanja ljudi. Glavni cilj upravljanja događajima je osigurati uspješno provođenje događaja, zadovoljstvo sudionika i postizanje ciljeva organizatora. Upravljanje događajem može biti izazovan posao jer zahtjeva niz vještina, stoga menadžeri trebaju biti veoma organizirani, fleksibilni, kreativni i sposobni donositi brze odluke kako bi događaj protekao što je glatko moguće.

3.1. Funkcije menadžmenta turističko glazbenih događaja

Menadžment događanja ima 4 funkcije, a to su:

- planiranje
- organiziranje
- upravljanje
- kontrola.

Slika 4. Funkcije menadžmenta



Izvor: Sikavica, P. (2011). Organizacija - Školska knjiga, Zagreb, str. 629.

Planiranje

Menadžment započinje planiranjem te je najosnovnija od svih funkcija menadžmenta, usmjerava organizaciju prema budućnosti. „Ono uključuje izbor misije i ciljeva te akcija za njihovo ostvarivanje. Planiranjem se premošćuje jaz između onoga što je organizacija sada i onoga što ona želi biti u budućnosti.“ (Sikavica, 2011). Planiranje omogućuje organizaciji da maksimalno iskoristi dostupne resurse i da minimizira rizike i neželjene događaje.

„Proces planiranja sastoji se od 5 faza, a to su:

1. Definiranje ciljeva organizacije
2. Određivanje stvarnog položaja organizacije u odnosu prema postavljenim ciljevima
3. Predviđanje budućih događaja
4. Izradba planova za ostvarivanje ciljeva te
5. Provedba plana i ostvarivanje rezultata“ (Sikavica, 2011).

Organiziranje

Funkcija organiziranja slijedi odmah nakon planiranja. Za dugoročno ostvarivanje ciljeva organizacije, ključno je uspostaviti odgovarajuću organizacijsku strukturu koja će omogućiti skladno i koordinirano funkcioniranje. Usklađivanje ljudskih i materijalnih resursa, dodjeljivanje zadataka i odgovornosti pojedincima i grupama te raspodjela rada su aktivnosti koje menadžeri često provode u procesu organizacije. „Da bi se planirani ciljevi ostvarili, potrebno je odrediti ulogu koju će pojedini članovi organizacije obavljati, a to je zadatak funkcije organiziranja.,, (Sikavica, 2011).

Vođenje

„Vođenje zapravo znači pripremu drugih da rade ono što vođa želi da oni doista i naprave.“ (Sikavica, 2011). Pri tome, menadžer ima određeni autoritet i moć, no u modernom pristupu vođenja sve se više naglašava suradnja i timski rad, što podrazumijeva i pravednost, poštenje i otvorenost u komunikaciji. Ključne kompetencije potrebne za uspješno vođenje uključuju komunikacijske vještine, motivaciju, razumijevanje ljudskog ponašanja, sposobnost upravljanja konfliktima te sposobnost donošenja odluka.

Kontrola

„Kontrola kao funkcija menadžmenta nadzor je nad djelovanjem organizacije sa svrhom da ona ostane na pravome putu radi ostvarivanja ciljeva. Proces kontrole započinje usporedbom ostvarenog sa standardima i zadacima koje organizacije želi postići.“ (Sikavica, 2011). Kontrola se kao funkcija javlja posljednja, što ne znači da je i manje važna. Cilj kontrole je da pomogne menadžerima da donose bolje odluke na osnovu informacija o tome što se dešava u organizaciji.

„Proces kontrole ima 3 koraka:

1. Prvi je korak određivanje standarda kao referentne veličine za usporedbu ostvarenog s planiranim;
2. Drugi je korak mjerenje ostvarenih rezultata u odnosu na plan i
3. Treći je korak uklanjanje odstupanja od standarda i planova.“ (Sikavica, 2011).

3.2. Specifičnosti menadžmenta turističko glazbenih događaja

Menadžment turističko glazbenih događaja ima neke specifičnosti koje ga razlikuju od menadžmenta u drugim područjima.

Turističko glazbena događanja mogu se održavati na raznim nekonvencionalnim mjestima poput livada, šuma, plaža, parkirališta i drugo. Organizatori prilikom odabira takve lokacije moraju prostor pripremiti za događanje, u što ulazi instalacija zvučne i svjetlosne opreme, postavljanje pozornice, postavljanje WC-a, pristup hrani i piću i još mnogo toga. Prije odabira lokacije organizatori trebaju razmotriti koja su ograničenja kapaciteta. Ima li mjesta za parkiranje? Je li dostupno svima? Treba li osigurati dodatne dozvole? U obzir treba uzeti i vrijeme održavanja glazbenih događanja koja obično traju nekoliko dana, za razliku od drugih događaja, što znači da se mora planirati na duži rok, a osim što obično traju po dva ili više dana, često se održavaju ljeti na otvorenome gdje postoji mogućnost vremenskih neprilika. Posjetitelji glazbenih događanja obično očekuju da se zabave i dožive neprocjenjive uspomene uz dobro glazbu, dok neki drugi događaji kao što su konferencije i seminari mogu zahtijevati različitu atmosferu i iskustvo za sudionike. Neizostavan dio svakog glazbenog događaja su umjetnici, izlagači i bendovi, što zahtjeva pažljivu organizaciju i koordinaciju s tim izvođačima kako bi se osigurao njihov dolazak, smještaj, prijevoz i sam nastup. Glazbena industrija vrlo je dinamična i zahtjeva stalno praćenje trendova. Zbog velikog broja posjetitelja mora se razviti sigurnosni plan, što može biti izazovna situacija u smislu logistike i sigurnosti. Dobri tehnički uvjeti neizostavan su dio glazbenog događaja. Oni obično imaju više tehničkih zahtjeva nego drugi događaji, kao što su razglas, instrumenti i oprema za izvođača. Ako je zvuk loš, publika se neće dobro provesti. Uz to, menadžment glazbenih događanja također mora razviti jasnu strategiju prodaje ulaznica koja mora omogućiti jednostavnu kupovinu ulaznica preko interneta i drugih kanala distribucije.

3.3. Marketinški splet turističko glazbenih događaja

„Marketinške aktivnosti treba na kraju analizirati u okviru marketinškog spleta. Drugim riječima, moramo se upitati je li događanje dobro pozicionirano, je li promidžba bila djelotvorna, cijena prikladna i distribucija kroz razne kanale učinkovita? Svi ovi čimbenici moraju biti djelotvorni ako želimo uspješan ishod., (Van Der Wagen i Carlos, 2008).

Marketinški splet poznat je i kao 4P, a uključuje:

- proizvod (engl. *product*)
- mjesto (engl. *place*)
- cijenu (engl. *price*)
- promociju (engl. *promotion*).

Proizvod

Osim tradicionalnog poimanja proizvoda kao nešto opipljivo, proizvod mogu biti i ideje, osobe, mjesta, organizacije, iskustva pa tako i sam događaj. Autori Pivac i Stamenković (2012) proizvod događaja definiraju kao sve što se može ponuditi na određenom tržištu događaja, a što može zadovoljiti potrebe, zahtjeve i očekivanja posjetitelja. Cilj je da organizator događaja stvori privlačan proizvod koji će privući što više posjetitelja jer ako je proizvod, odnosno događaj loš, neće mu pomoći ni uspješna promocija ni niska cijena, dok će izvrstan događaj postići uspjeh uz mnogo manja ulaganja.

Mjesto

Događaji se mogu održavati gotovo bilo gdje, na nekonvencionalnim ili standardnim mjestima. Treba odabrati mjesto koje će odgovarati zahtjevima publike te koje je u skladu s temom događaja jer mjesto na kojem se odvijaju događanja utječe ne samo na sudionike, nego i na karakter i osobnost događaja. Kod odabira mjesta, organizator mora voditi računa o nekoliko čimbenika, a neki od njih su:

- okolina
- parkiralište
- troškovi uređenja, ozvučenja, osvjetljenja
- sigurnost
- organizacija hrane i pića.

Pod mjesto održavanja događaja podrazumijeva se samo mjesto na kojem se događaj održava, ali i mjesta na kojima se prodaju ulaznice za taj događaj te neposredna infrastruktura.

Cijena

Cijena je jedini element marketinškog spleta koji poduzeću stvara izvor prihoda. Cijene događaja nisu uvijek fiksne, organizatori mogu nekoliko mjeseci prije početka događaja u prodaju staviti „early bird“ ulaznice koje su cjenovno najniže, a kako se početak događaja bliži, to su cijene više. „Određivanje cijene za zabavno događanje vrlo je osjetljivo. Ovisi o očekivanom broju posjetitelja i odabranom prostoru. Ako je cijena ulaznice previsoka i ako izvođač nije toliko popularan koliko smo mislili, poluprazan prostor rezultirat će lošim finansijskim učinkom.,(Van Der Wagen i Carlos, 2008). Potrebno je da cijena bude razumna, prilagođena zajednici i da organizatoru događaja donosi dobit.

Promocija

Promocija događaja igra ključnu ulogu za svaku organizaciju jer nam omogućuje da uspostavimo pozitivnu komunikaciju s javnosti kako bi privukli veći broj posjetitelja i zainteresirali potencijalne. Radio i televizija dva su najskuplja alata preko kojih se promocija događaja može vršiti, a od znatnih alata koje organizatori koriste su internet i društvene mreže; kreiranje oglasa i postova na popularnim društvenim mrežama poput Facebooka, Instagrama, Twittera i TikToka, također influencer marketing postaje sve popularniji oblik promocije događaja.

Ciljevi promocije događaja mogu biti:

- povećanje svijesti o događaju
- privlačenje novih posjetitelja
- stvaranje pozitivnog dojma o događaju
- povećanje prodaje ulaznica
- ostavljanje dugotrajnog dojma na posjetitelje.

4. GLAZBENI FESTIVAL FORESTLAND

Forestland je višednevni festival elektronske glazbe koji privlači posjetitelje iz cijele zemlje, ali i inozemstva. Nastao je iz prijateljstva i ljubavi prema glazbi, a danas je jedan od najpopularnijih događaja elektronske glazbe u Hrvatskoj te je zahvaljujući njime Međimurje postalo ozbiljna festivalska destinacija. Festival se obično održava tijekom ljeta u maloj šumici koja okuplja najbolje i regionalne DJ-eve i izvođače, a osim glazbe festival nudi i druge aktivnosti kao što su kampiranje, zip-line, hrana i piće, odbojka na vodi i slično. Festival elektronske glazbe po prvi put održao se 2013. godine na rukometnom igralištu u Vučetincu, a kako se događaj iz godine u godinu sve više razvijao i širio, nastala je potreba za pronalaženjem nove lokacije. Zbog toga se festival seli na prostor šumske livade u Brezju koja je i trenutno aktualna lokacija održavanja festivala. Sam festival ima značajan utjecaj na turizam Međimurske županije. Posjetitelji dolaze iz raznih dijelova Hrvatske, kao i susjednih država, stoga festival ima veliku podršku lokalne zajednice.

Slika 5. Forestland festival



Izvor: https://www.instagram.com/forestland_fstvl/?hl=hr

4.1. Karakteristike Međimurja kao turističke destinacije

Međimurje je površinom mala županija s velikim turističkim potencijalom. Ova prostorno najmanja županija smještena je na krajnjem sjeveru Republike Hrvatske, omeđena rijekama Murom i Dravom. Iako je Međimurje jedna od najrazvijenijih županija u Republici Hrvatskoj, kao turistička destinacija još uvijek nije toliko poznata kao naš Jadran.

„Međimurska županija ima velik potencijal za razvoj kontinentalnoga turizma, a ključni resursi na kojima se temelji razvojni potencijal Međimurske županije u turizmu su prirodna i nematerijalna kulturna baština, kvalitetni poljoprivredni proizvodi, voda i termalni izvori te razvijena sportska infrastruktura.“ (https://medjimurska-zupanija.hr/stg76537/wp-content/uploads/2022/07/Nacrt-Plan_razvoja_Medimurske_zupanije_2027.pdf)

Što se tiče hrane, treba spomenuti tradicionalnu međimursku slasticu - gibanicu i međimurski specijalitet - meso 'z tiblice, koje možete kušati u nagrađivanim restoranima Terbotz i Mala Hiža. Osim spomenutog, Međimurje je poznato po vinskom turizmu, po vinima koja osvajaju nagrade na svjetskim natjecanjima, a mogu se kušati u lijepo uređenim podrumima i vinskim kušaonicama. Za sve ljubitelje vina i prirode neizostavna je lokacija i Mađerking breg; jedna od najljepših lokacija u Međimurju s pogledom na čak četiri države - Austriju, Mađarsku, Sloveniju i Slovačku. Vinarija Štampar je na ovoj lokaciji ugostiteljski objekt koji poslužuje svoja vina, sokove, tople napitke i hranu, a 2022. godine na Mađerkinom bregu izgrađen je i vidikovac. Među najposjećenijim manifestacijama ističu se Trash & Burn festival u Svetom Martinu na Muri, Vincekov pohod, Porcijunkulovo, Urbanovo te jedan od najpopularnijih događaja elektronske glazbe - Forestland.

Međimurje je idealna destinacija za sve one koji traže odmor u prekrasnom prirodnom okruženju, žele upoznati bogatu kulturu i povijest regije, uživati u ukusnoj hrani i vinute se aktivno odmarati i sudjelovati u brojnim događanjima.

4.2. Povijest Forestlanda

Po prvi put 2013. godine održava se Forestland open air događaj elektronske glazbe u malom selu u Međimurju, točnije u Vučetincu. Forestland je festival koji je nastao iz prijateljstva, ljubavi prema glazbi, sličnih interesa i zabavi. Ekipe koje su često organizirale kućne partije imale su problem s velikim brojem ljudi. Kuće i vikendice postale su premale, stoga su 30. 8. 2013. godine odlučili napraviti jedan veliki party za kraj ljeta na rukometnom igralištu u Vučetincu i nazvali ga Forestland. Na pravi događaj pod imenom Forestland okupilo se oko 800 posjetitelja koji su plesali do ranih jutarnjih sati. 2013. i 2014. godine festival je bio jednodnevni program na jednoj pozornici. 2015. godine festival se seli u Brezje gdje festival može primiti znatno više ljudi te dobiva uz glavnu pozornicu još jednu manju pozornicu pod imenom Beach Stage, 2016. festival dobiva Forestroom stage te se prvi i jedini put održava tri dana zaredom. 2017. godine Forestland poprima sadašnji format, traje 2 dana i mijena datum održavanja na predzadnji vikend u 7. mjesecu. Kako se počeo mijenjati glazbeni mainstream trend, na festivalu se po prvi put 2019. godine pojavljuju live actovi (RAP i TRAP). Zbog pandemije koronavirusa 2020. godine Forestland se nije održao, a 2021. bio je prvi veći festival koji se održao prema korona pravilima. Već na samom početku festival je privukao velik broj zaljubljenika elektronske glazbe svih dobnih skupina, kao i medijsku pozornost. Posjetitelji su dosad imali prilike uživati u nastupima domaćih i svjetskih DJ-eva, a neki od njih su: TimoG, Sasha Mikac, Vedran Car, Mahmut Orhan, Muro Picotto, Steve Allen, Avadox i drugi. Proteklih godina publika je mogla uživati u nastupima regionalnih glazbenika poput Senide, Rasta, 30 zona, Nucci i Voyage. Mali festival koji je pokrenula ekipa prijatelja postao je najveći festival elektronske glazbe na sjeveru Hrvatske, što dokazuju i brojne nagrade. Tako je festival Forestland 2016. godine proglašen najboljim EDM festivalom u Hrvatskoj, a 2019. najboljim festivalom domaćeg promotora.

4.3. Procesi organizacije i elementi upravljanja događajem Forestland

Organizacija festivala zahtjevan je proces. Kada završi jedan, odmah počinje organizacija drugog. Da bi se festival održao, u proces treba osim organizacijskog tima biti uključeni razni ljudski resursi od produkcije, audio-video produkcije, sigurnosne službe, električari, ugostiteljstvo, logistika, lokalna samouprava, MUP, Zavod za javno zdravstvo, Županijska uprava za ceste i Crveni križ. Forestland ima veliku medijsku pozornost, što

daje sponzorima mogućnost povećati svoju prepoznatljivost pa tako festival ima podršku raznih sponzora koji su prepoznali njegovu vrijednost, a neki od njih su lokalna samouprava, Županija, Ministarstvo kulture, Ministarstvo turizma, pivovara, proizvođači ostalih bezalkoholnih i alkoholnih pića te lokalna poduzeća kojima je događaj od interesne važnosti za razvoj lokalne zajednice. Popularnost festivala iz godine u godinu raste, a kako bi festival nastavio privlačiti brojne posjetitelje, u tome mu pomaže marketing i promocija. Prilikom promocije festival se koristi sljedećim medijima : društvene mreže, radio, plakati, billboardi, TV i influenceri. Nakon završetka festivala napravi se evaluacija, odluči se u kojem smjeru glazbenih i produkcijskih trendova se želi ići, odradi se booking i krene s prodajom ulaznica. Nakon toga odrede se konzultacije oko audio-vizualne produkcije i odabere se izvođač radova. Početkom lijepog vremena, produkcijski tim i logistika kreću u pripremu prostora i infrastrukture. Zbog velikog broja posjetitelja neizostavan je sam nadzor koji se vrši na više razina i područja. Postoji odgovorna osoba za ulaz, ugostiteljstvo, line-up, produkciju za sigurnost i drugo. Svaka od tih osoba ima svoje parametre prema kojima vrši nadzor i ocjenjuje izvedbu. Ako nešto nije bilo u redu, napravi se evaluacija točaka kontrole i donese se zaključak zašto je to bilo tako. Mogući ishod je da osoba nije bila na razini zadataka pa se za drugu godinu pokušava naći kompetentnija osoba, a također se znalo dogoditi da je neka stvar bila potkapacitirana.

4.4. Razvoj i budućnost Forestlanda

Ovogodišnje pripreme za festival u punom su jeku. Kako navode organizatori Forestlanda, posjetitelje ove godine očekuje 250 metara dugi zip-line prijeko cijele pozornice, barbershop, face i body painting, tatoo corner, food corner s čak četiri kućice, chill zona, šumski bar, secret stage i još mnoga druga iznenađenja. Radovi na poboljšanju infrastrukture već su počeli, a plan je povećati kvalitetu samog sadržaja, audio-vizualne produkcije i infrastrukture iz godine u godinu. Glavna pozornica nastavit će pratiti trendove u glazbi i biti namijenjena za široku mainstream publiku, dok će Forestroom pratiti trendove u takozvanoj partijanerskoj sceni. Što se tiče planova za budućnost, najviše se noviteta sprema oko samog prostora gdje se Forestland održava. Planira se proširiti broj događaja na samom prostoru, tako da će već ove godine biti tri veća događaja, dok se u bliskoj budućnosti lokaciju planira pretvoriti u park za tjedna obiteljska ili sportska druženja.

5. ISTRAŽIVANJE O PREPOZNATLJIVOSTI FESTIVALA FORESTLAND

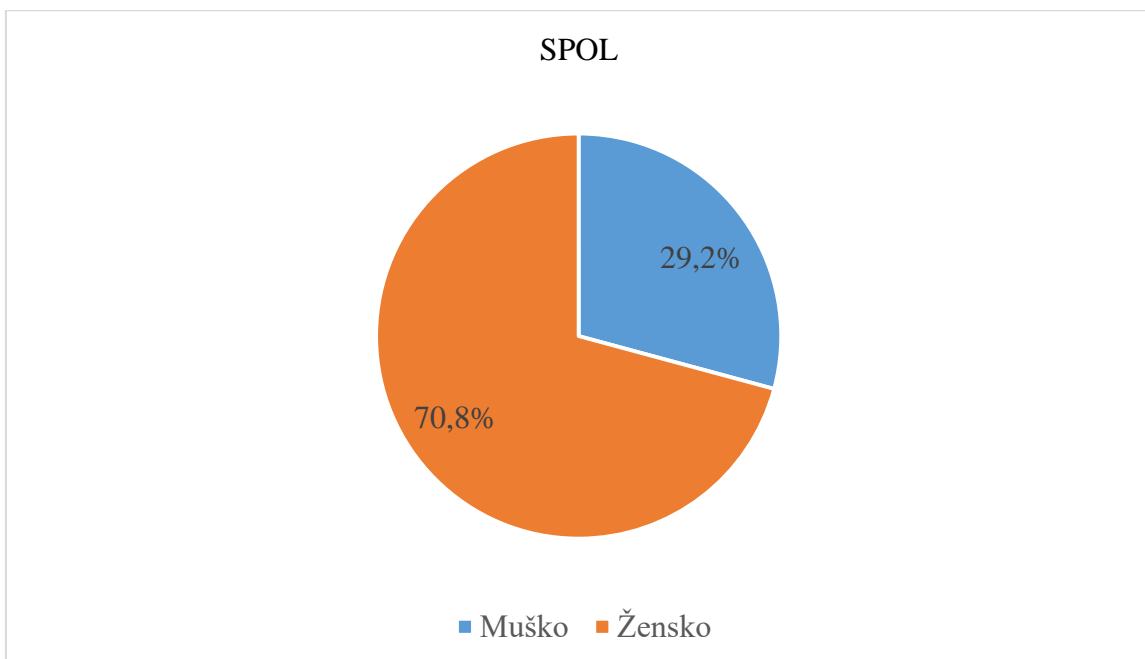
Cilj je ovog istraživanja ispitati prepoznatljivost glazbenog festivala Forestland.

Korišteni podaci prikupljeni su anonimnim anketnim upitnikom koji se sastoji od 15 pitanja zatvorenog tipa s mogućnostima odabira jednostrukih ili višestrukih odgovora. Ovo empirijsko istraživanje provedeno je putem anketnog upitnika zbog brzine i jednostavnosti prikupljanja podataka. Anketni upitnik izrađen je u Google obrascima, a provodio se putem interneta, prvenstveno putem društvenih mreža Facebook i Instagram. Za popunjavanje anketnog upitnika ispitanicima je bilo potrebno okvirno 5 minuta, a odgovori su bili potpuno anonimni.

5.1. Karakteristika uzorka

U prvom dijelu upitnika istražuju se karakteristike uzorka, a to su: spol, životna dob i prebivalište. U ovom istraživanju sudjelovalo je 113 ispitanika, od koji je 80 osoba ženskog spola i 33 osobe muškog spola.

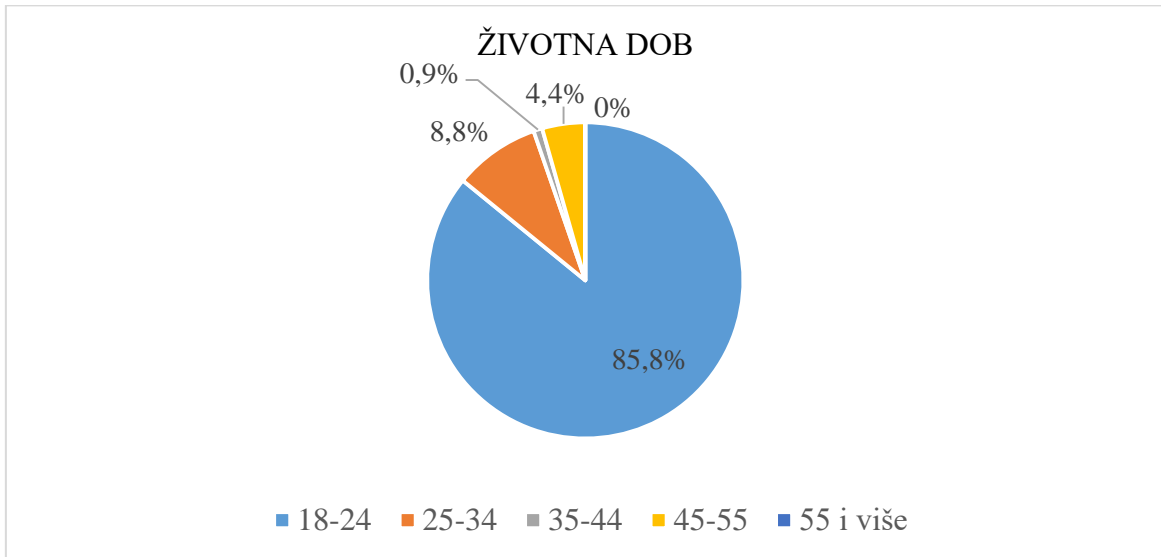
Grafikon 1. Spol ispitanika



Izvor: izrada autora

Najviše ispitanika je u dobi između 18 i 24 godina, njih 97. U dobi od 25 do 34 godina je 10 ispitanika, a samo je 1 osoba u dobi od 35 do 44 godina. 5 ispitanika je u dobi od 45 do 55, a u dobnoj skupini od 55 i više nije bilo niti jednog ispitanika.

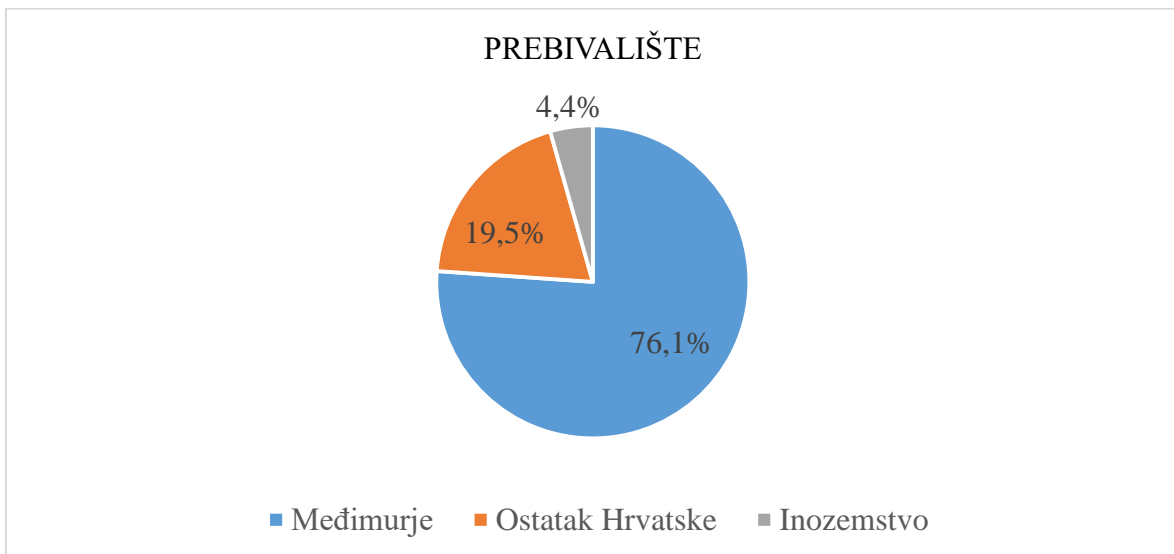
Grafikon 2. Životna dob ispitanika



Izvor: izrada autora

Što se tiče prebivališta, najviše ispitanika živi u Međimurju, njih 86. 22 ispitanika živi u ostalim dijelovima Hrvatske, a najmanje ispitanika živi u inozemstvu, njih 5.

Grafikon 3. Prebivalište ispitanika

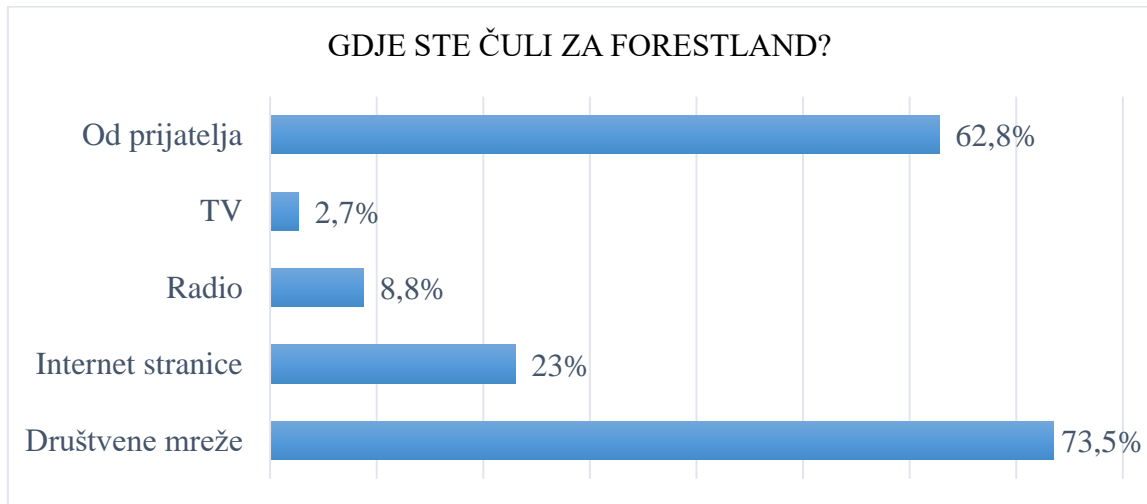


Izvor: izrada autora

5.2. Rezultati istraživanja

Na pitanje gdje su čuli za glazbeni festival Forestland, 83 ispitanika je odgovorilo putem društvenih mreža. 71 ispitanik je za glazbeni festival čuo od prijatelja, 26 ispitanika putem internet stranica, 10 ispitanika putem radija i samo 3 ispitanika je za glazbeni festival čulo putem TV-a.

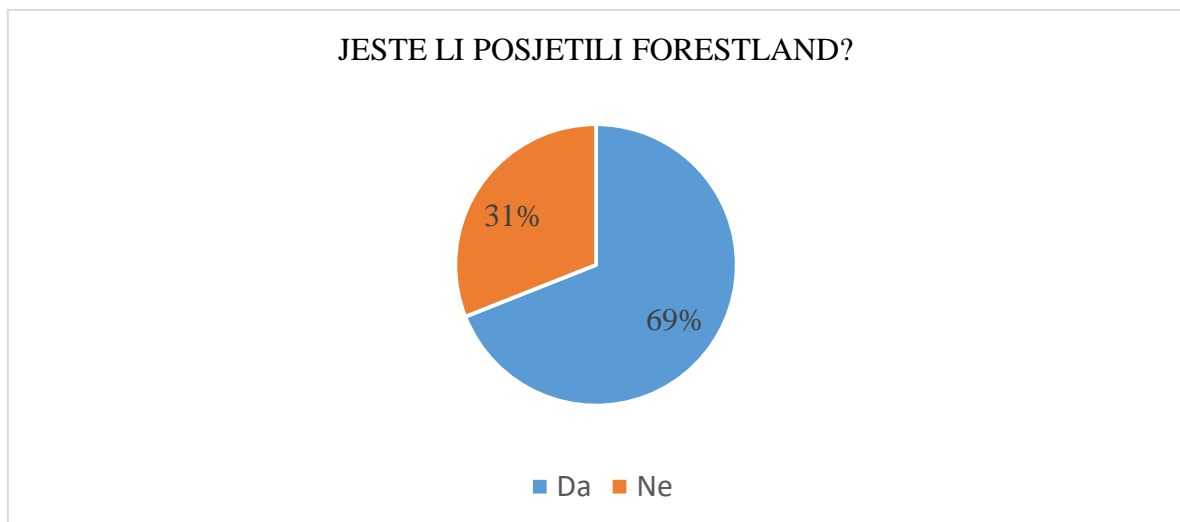
Grafikon 4. Gdje su ispitanici čuli za Forestland



Izvor: izrada autora

Na pitanje jesu li posjetili glazbeni festival Forestland, velik broj ispitanika (78) je odgovorio potvrdno, dok je manji broj njih (35) odgovorilo da nikad nisu posjetili glazbeni festival.

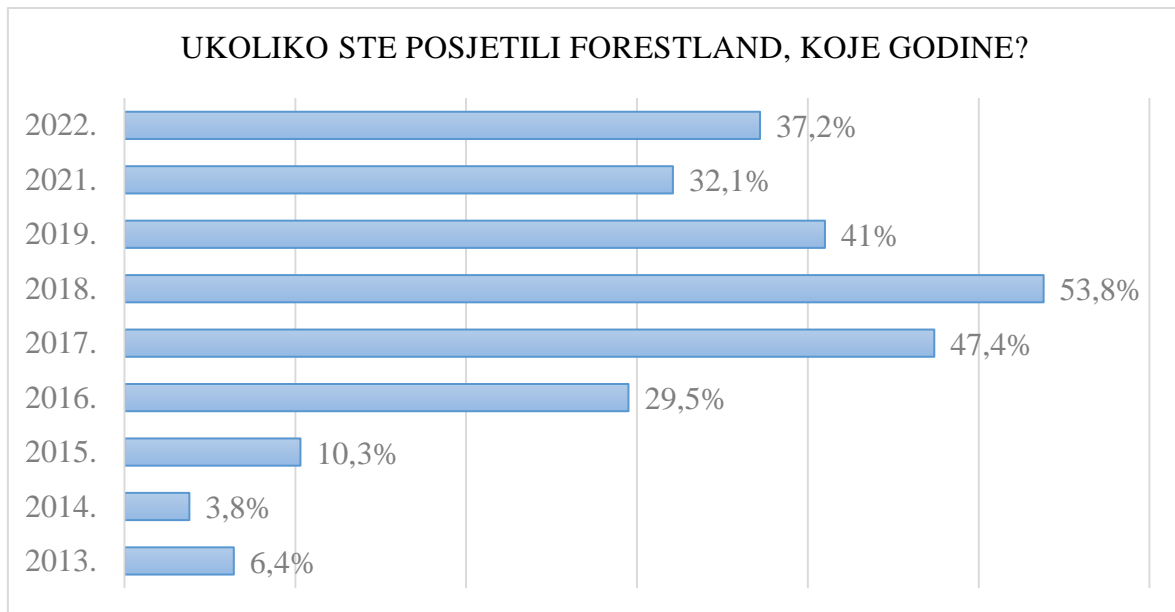
Grafikon 5. Koliko je ispitanika posjetilo Forestland



Izvor: izrada autora

Sljedeće pitanje odnosi se na ispitanike koji su posjetili glazbeni festival Forestland, dakle koji su na prethodno pitanje odgovorili potvrdno. Najviše ispitanika je glazbeni festival Forestland posjetilo 2018. godine (njih 42), 2017. godine je festival posjetilo 37 ispitanika, 2019. godine 32 ispitanika, 2022. godine 29 ispitanika, 2021. godine 25 ispitanika, 2016. godine 23 ispitanika, 2015. godine 8 ispitanika, 2013. godine 5 ispitanika i 2014. godine samo 3 ispitanika.

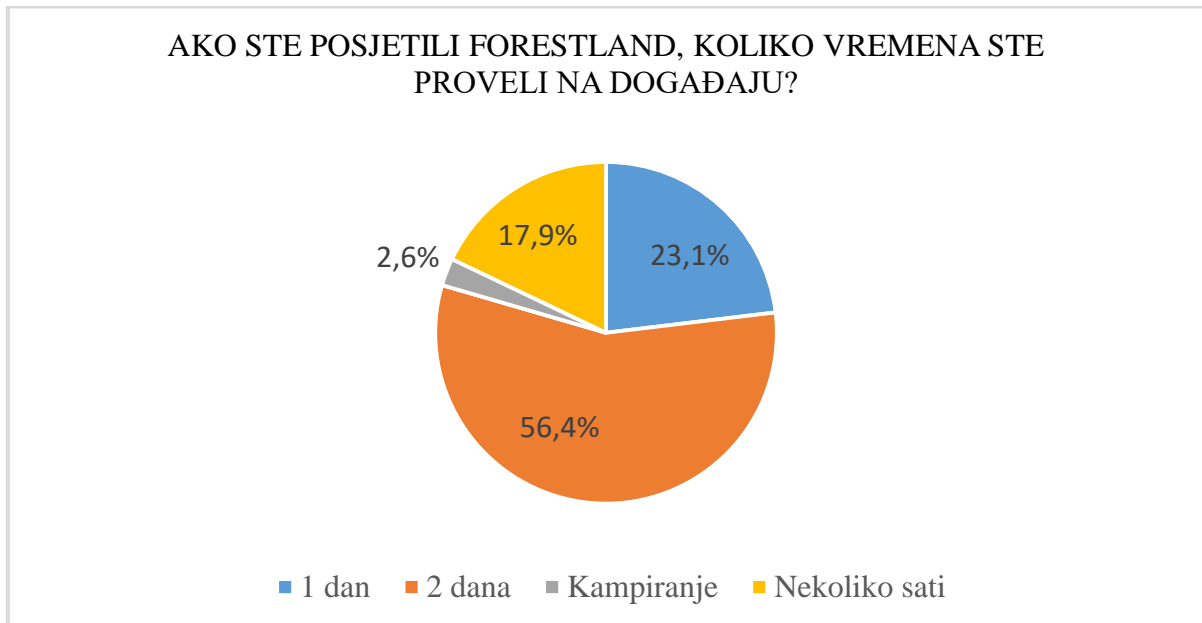
Grafikon 6. Koje godine su ispitanici posjetili Forestland



Izvor: izrada autora

U ovom su pitanju ispitanici koji su posjetili Forestland trebali navesti koliko su vremena proveli na događaju. 44 ispitanika je provelo oba dva dana na događaju, 18 ispitanika je provelo 1 dan, 14 ispitanika samo nekoliko sati, a 2 ispitanika su kampirala tijekom događaja.

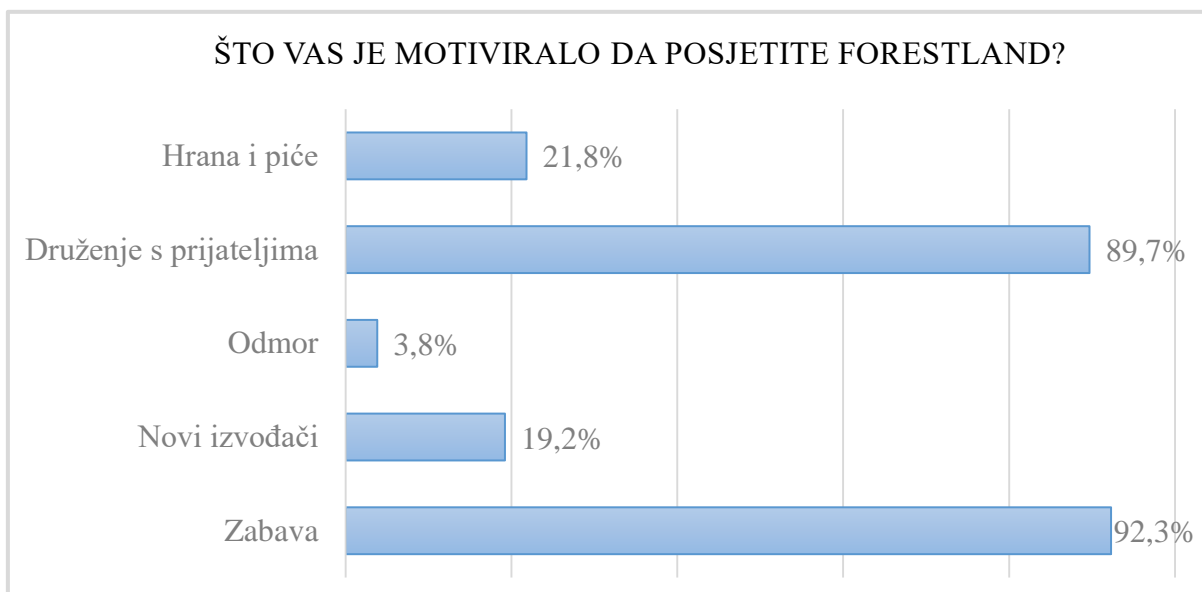
Grafikon 7. Koliko su vremena ispitanici proveli na Forestlandu



Izvor: izrada autora

Ispitanicima koji su posjetili Forestland bilo je postavljeno pitanje što ih je motiviralo da posjete Forestland. Na to najviše ispitanika (njih 72) odgovara da ih je motivirala zabava, čak njih 70 motiviralo je druženje s prijateljima, dok su ostali motivi bili hrana i piće (17 ispitanika), novi izvođači (15 ispitanika) i odmor (3 ispitanika).

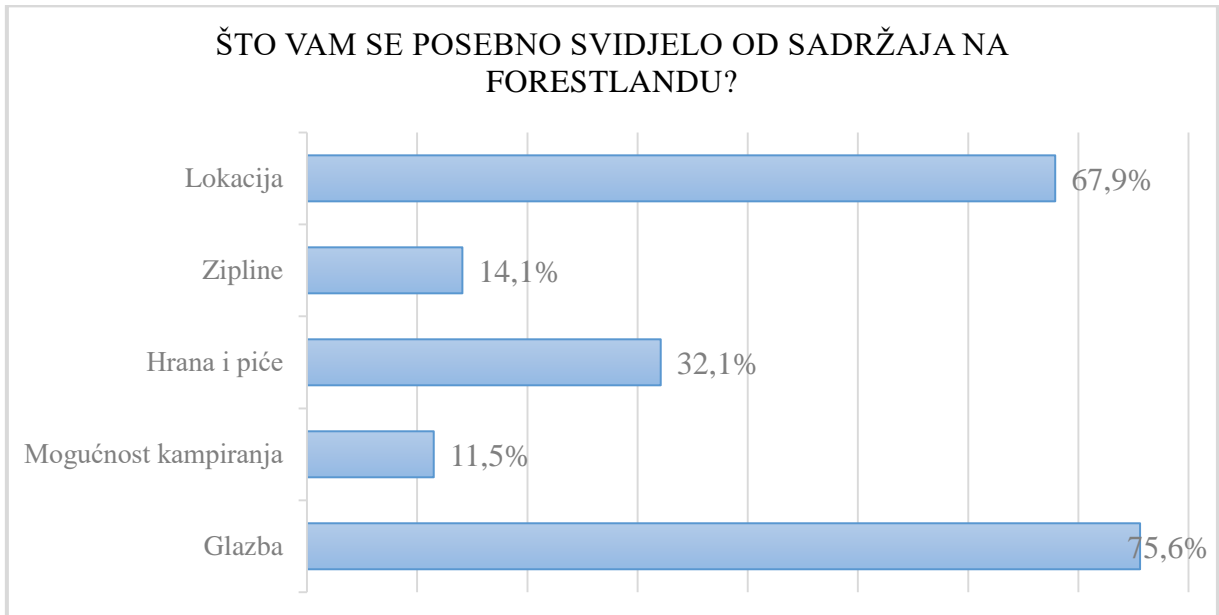
Grafikon 8. Motivi ispitanika da posjete Forestland



Izvor: izrada autora

Na pitanje što im se posebno sviđelo od sadržaja na Forestlandu, 59 ispitanika označuje glazba, 53 ispitanika lokaciju, 25 ispitanika bira hranu i piće, 11 ispitanika zip-line i 9 ispitanika označuje da im se posebno sviđa mogućnost kampiranja.

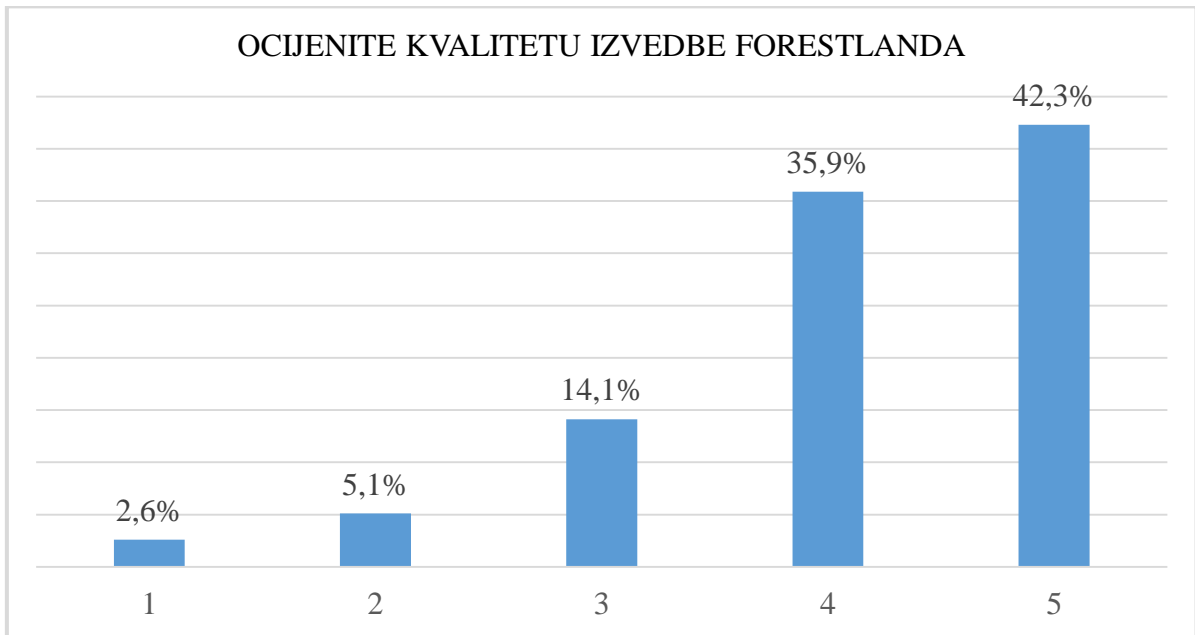
Grafikon 9. Što se ispitanicima posebno sviđelo od sadržaja na Forestlandu



Izvor: izrada autora

U ovom su pitanju ispitanici trebali ocijeniti kvalitetu izvedbe Forestlanda na ljestvici od 1 do 5. Najviše ispitanika daje ocjenu 5 (njih 33), nešto manje ispitanika (njih 28) daje ocjenu 4, dok ocjenu 3 daje 11 ispitanika, ocjenu 2 daje 4 ispitanika i samo 2 ispitanika daju ocjenu 1.

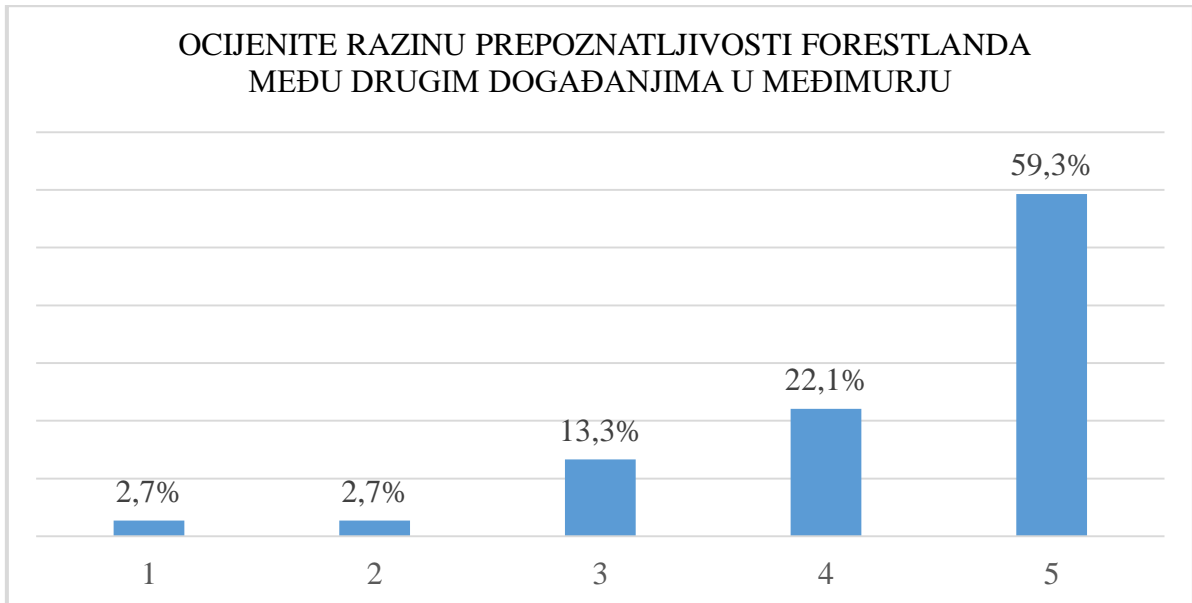
Grafikon 10. Ocjene ispitanika o kvaliteti izvedbe Forestlanda



Izvor: izrada autora

U sljedećem su pitanju ispitanici trebali ocijeniti razinu prepoznatljivosti Forestlanda među drugim događajima u Međimurju. 67 ispitanika je mišljenja da Forestland ima vrlo veliku prepoznatljivost među drugim događajima, njih 25 ispitanika smatra da Forestland ima veliku prepoznatljivost, njih 15 smatra da ima dobru prepoznatljivost, 3 ispitanika smatra da ima malu prepoznatljivost i također 3 ispitanika smatra da je Forestland neprepoznatljiv među drugim događanjima u Međimurju.

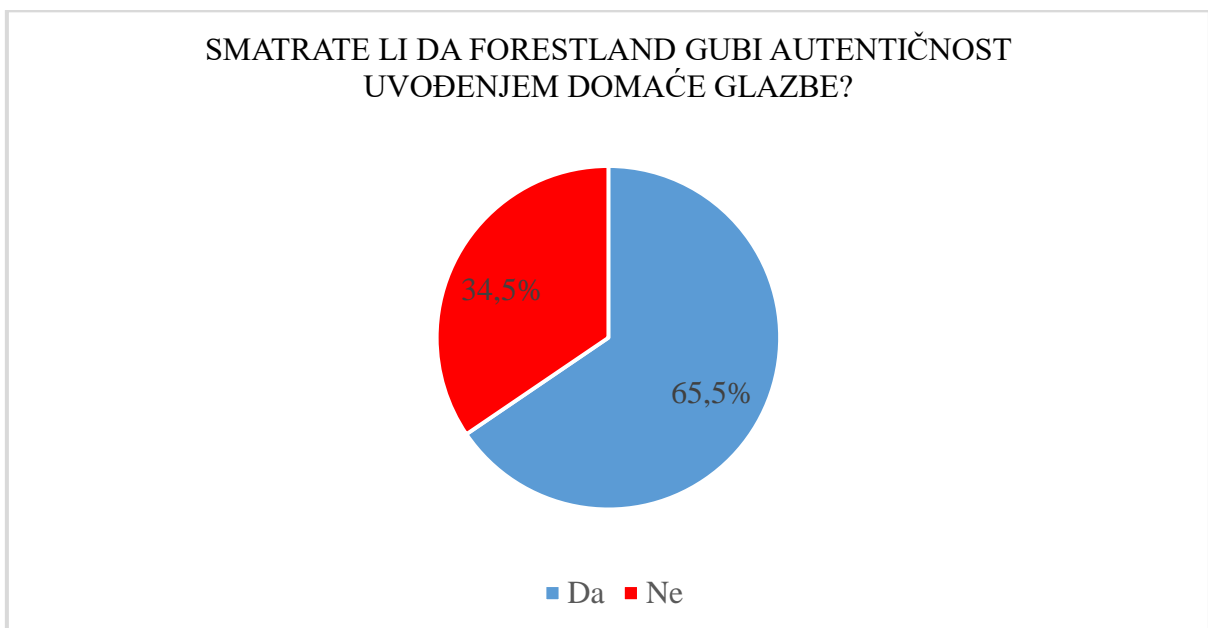
Grafikon 11. Ocjene ispitanika o razini prepoznatljivosti Forestlanda među drugim događanjima u Međimurju



Izvor: izrada autora

Na pitanje smatraju li da Forestland gubi autentičnost uvođenjem domaće glazbe, 74 ispitanika smatra da Forestland gubi autentičnost, dok 39 ispitanika smatra da ne gubi autentičnost uvođenjem domaće glazbe.

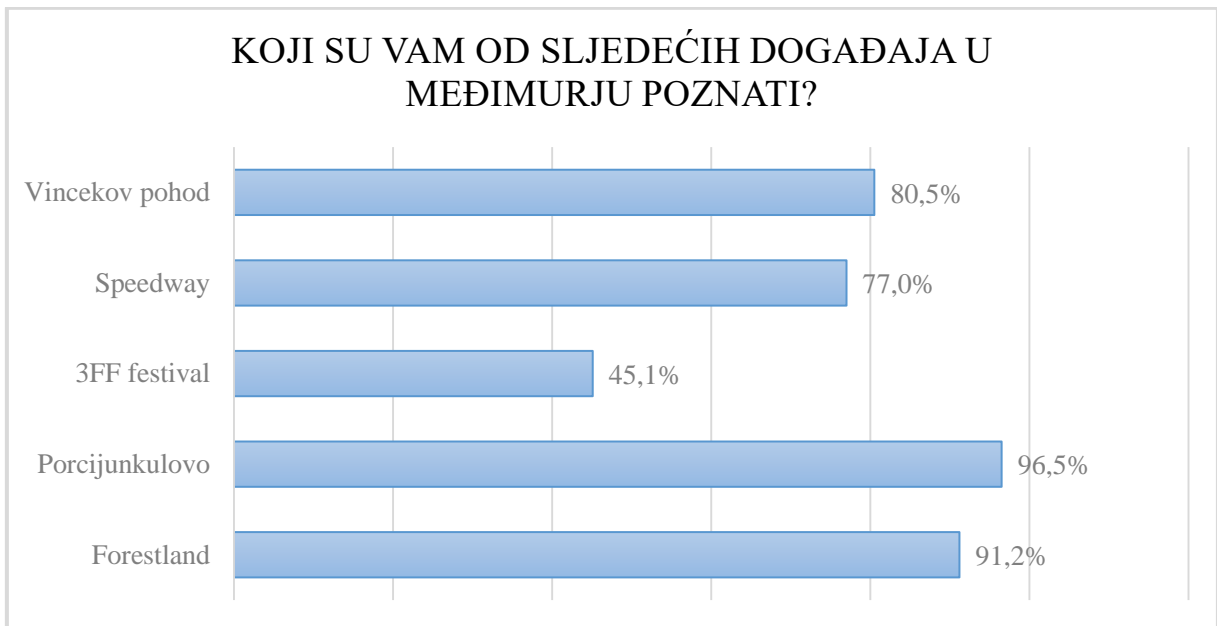
Grafikon 12. Mišljenje ispitanika o autentičnosti Forestlanda uvođenjem domaće glazbe



Izvor: izrada autora

U ovom se pitanju tražilo ispitanike da označe koji su im od ponuđenih događaja u Međimurju poznati. Najpoznatiji događaj u Međimurju je Porcijunkulovo, za njega je čulo 109 ispitanika, s Forestlandom je upoznato 103 ispitanika, s Vincekovim pohodom 91 ispitanik, sa speedwajom 87 ispitanika i za 3FF festival čulo je 51 ispitanika.

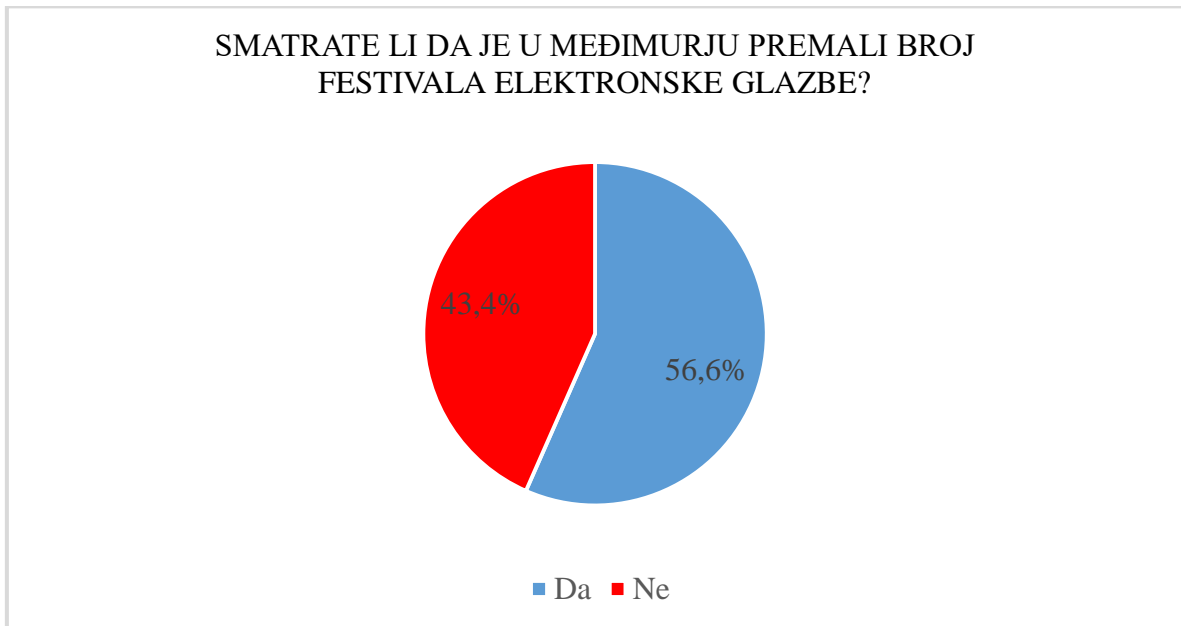
Grafikon 13. Upoznatost ispitanika s događajima u Međimurju



Izvor: izrada autora

Na pitanje smatraju li da je u Međimurju premali broj festivala elektronske glazbe, 64 ispitanika odgovara potvrdno, dok 49 ispitanika smatra da Međimurje ima dovoljan broj festivala elektronske glazbe.

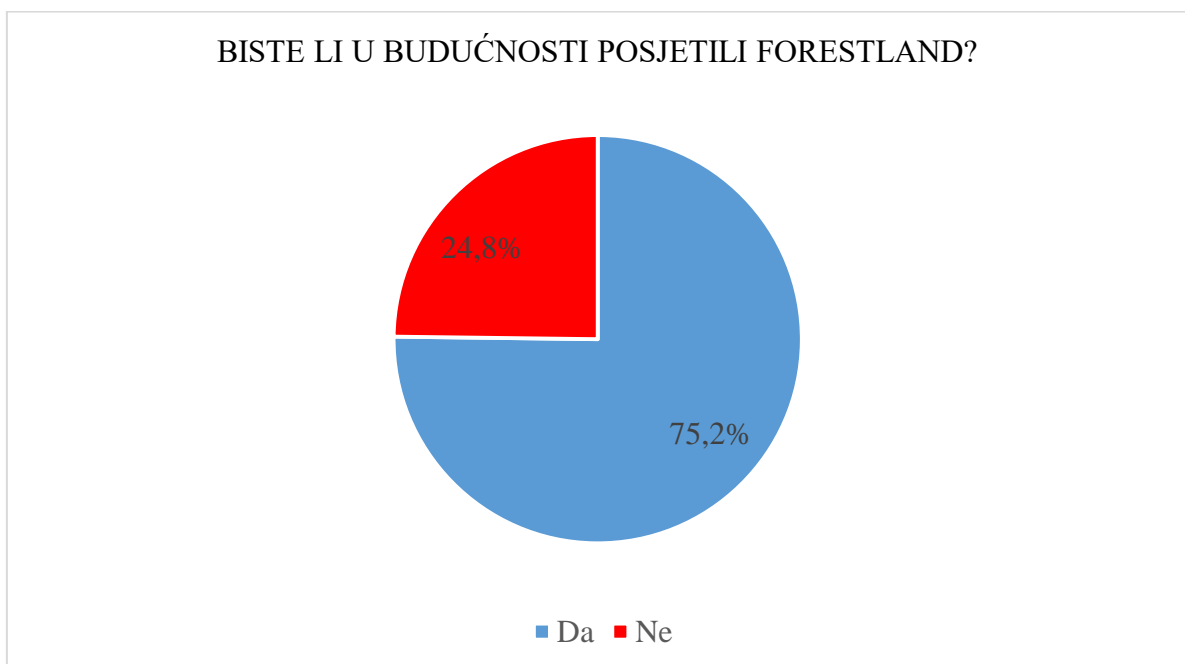
Grafikon 14. Stavovi ispitanika o broju festivala elektronske glazbe u Međimurju



Izvor: izrada autora

Posljednje pitanje u anketi glasi: *Biste li u budućnosti posjetili Forestland?* 85 ispitanika odgovara da planira u budućnosti posjetiti glazbeni festival Forestland, a 28 ispitanika odgovara da ne planira posjetiti festival.

Grafikon 15. Želja ispitanika da posjeti Forestland



Izvor: izrada autora

6. ZAKLJUČAK

Industrija turističko glazbenih događaja doživljava snažnu ekspanziju. Broj takvih događaja neprestano raste, bilo da je riječ o događajima u velikim gradovima ili manja privatna zabava, održavanje samog događaja složena je aktivnost. Menadžer treba osigurati da događaj bude uspješno proveden i da se zadovolje potrebe sudionika. Od njega se iziskuju organizacijske i komunikacijske vještine, također treba biti kreativan kako bi privukao pažnju ciljane publike, treba voditi svoj tim i mora imati sposobnost brzo rješavati razne probleme i nepredviđene situacije. Dakle, može se zaključiti da je organizacija događaja dinamičan posao i da je važnost dobrog menadžmenta iznimno značajna.

Važnost dobrog menadžmenta može se vidjeti na primjeru festivala Forestland koji od samog početka uspješno privlači ljubitelje elektronske glazbe. Zahvaljujući trudu, radu i znanju organizatora, festival se neprestano razvija i nastoji komparirati s velikim glazbeno turističkim događajima diljem Hrvatske.

Glazbena događanja postoje već stoljećima i postala su neizostavan dio svjetske glazbene industrije. Okupljaju milijune posjetitelja svake godine i predstavljaju platformu za promociju mladih i uspješnih umjetnika. Često ne samo da promoviraju glazbu, već i umjetnost, modu, hranu i druge oblike zabave. Ukratko, turističko glazbeni događaji nisu samo zabavni događaji, već imaju i dublji društveni utjecaj. Oni mogu povezivati ljude, promovirati umjetnički razvoj, poticati ekonomski rast, promovirati turizam i doprinijeti lokalnoj zajednici. Usprkos svim tim pozitivnim učincima koje nam donosi događaj, postoje i neki negativni, kao što su onečišćenje okoliša, povećani rizici kriminala i vandalizma, zlouporaba droga i gužve.

Menadžment turističko glazbenog događaja kompleksan je proces koji zahtjeva dobro planiranje, organiziranje, upravljanje i kontrolu događaja. Ovakva vrsta događaja kombinira glazbu i turizam te ima za cilj privući publiku s različitih područja i potaknuti turizam određenog mjesta. Jedan od ključnih elemenata uspješnog menadžmenta takvih događaja je prepoznavanje ciljane publike i njenih preferencija u glazbi. Kroz uspješno organizirane festivale Hrvatska je stekla reputaciju kao atraktivna festivalska destinacija, a tome je pridonio pravilan marketing i promocija koji igraju važnu ulogu u privlačenju

publike i stvaranju interesa za događaj. Menadžment turističko glazbenih događaja je izuzetno zanimljiv i značajan posao koji zahtijeva mnogo stručnosti, pažnje i timskog rada. Uspješno vođenje takvog događaja može rezultirati ne samo zadovoljstvom publike, već i financijskim uspjehom. Ključno je stoga ulagati u dobar menadžment kako bi se postigao uspješan i nezaboravan događaj koji će ostati u sjećanju svima koji su ga posjetili.

LITERATURA

1. Britannica:Music festival. Dostupno na: <https://www.britannica.com/art/music-festival> (3. 5. 2023.)
2. Hrvatska turistička zajednica. Dostupno na: <https://www.htz.hr/hr-HR> (12. 5. 2023.)
3. Fashion.hr. Što je sve potrebno za organizaciju dobrog glazbenog festivala u Hrvatskoj?. Dostupno na: <https://www.fashion.hr/lifestyle/sto-je-sve-potrebno-za-organizaciju-dobrog-glazbenog-festivala-130159.aspx> (15. 5. 2023.)
4. Ineed. Event Menagment: Definition, Key, Aspects and Skills. Dostupno na: <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/what-is-event-management> (3. 6. 2023.)
5. INmusic festival. Dostupno na: <https://www.inmusicfestival.com/en> (24. 5. 2023.)
6. Pivac, T.;Stamenković, I.,(2011.) Menadžment događaja. Novi sad: Univerzitet u novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo. Dostupno na: http://www.dgt.uns.ac.rs/materijali/osnovi_upravljanja_dogadjajima/Osnovi-upravljanja-dogadjajima-Skripta.pdf (4. 5. 2023.)
7. Plan razvoja Međimurske županije za razdoblje do 2027. godine. Dostupno na: https://medjimurska-zupanija.hr/stg76537/wp-content/uploads/2022/07/Nacrt-Plan_razvoja_Medimurske_zupanije_2027.pdf (28. 5. 2023)
8. Sikavica, P. (2011). Organizacija. Zagreb: Školska knjiga
9. Sikavica, P., Bahtijarević-Šiber, F., Pološki Vokić, N. (2008). Temelji menadženta. Zagreb:Školska knjiga
10. Sea Star festival. Dostupno na: <https://www.seastarfestival.com/> (24. 5. 2023.)
11. Utra Europe. Dostupno na: <https://ultraeurope.com/> (23. 5. 2023.)
12. Van der Wagen, L.,Carols, B. (2008). Evenet Mengment-Upravljanje događajima: Za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja.Zagreb:MATE
13. Visit Međimurje. Dostupno na: <http://www.visitmedimurje.com/> (30. 5. 2023.)

POPIS ILUSTRACIJA

Grafikon 1. Spol ispitanika	25
Grafikon 2. Životna dob ispitanika	26
Grafikon 3. Prebivalište ispitanika	26
Grafikon 4. Gdje su ispitanici čuli za Forestland	27
Grafikon 5. Koliko je ispitanika posjetilo Forestland.....	27
Grafikon 6. Koje su godine ispitanici posjetili Forestland	28
Grafikon 7. Koliko su vremena ispitanici proveli na Forestlandu.....	29
Grafikon 8. Motivi ispitanika da posjete Forestland	29
Grafikon 9. Što se ispitanicima posebno sviđjelo od sadržaja na Forestlandu	30
Grafikon 10. Ocjene ispitanika o kvaliteti izvedbe Forestlanda.....	31
Grafikon 11. Ocjene ispitanika o razini prepoznatljivosti Forestlanda među drugim događanjima u Međimurju	32
Grafikon 12. Mišljenje ispitanika o autentičnosti Forestlanda uvođenjem domaće glazbe.....	32
Grafikon 13. Upoznatost ispitanika s događajima u Međimurju.....	33
Grafikon 14. Stavovi ispitanika o broju festivala elektronske glazbe u Međimurju	34
Grafikon 15. Želja ispitanika da posjeti Forestland.....	34
Slika 1. Ultra Europe	11
Slika 2. INmusic festival.....	12
Slika 3. Sea Star festival	13
Slika 4. Funkcije menadžmenta	16
Slika 5. Forestlanf festival	21
Tablica 1. Komparativna analiza velikih turističko glazbenih događaja u Hrvatskoj	14

PRILOZI

SPOL

- Žensko
- Muško

ŽIVOTNA DOB

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-55
- 55 i više



PREBIVALIŠTE

- Međimurje
- Ostatak Hrvatske
- Inozemstvo

GDJE STE ČULI ZA FORESTLAND?

- Društvene mreže
- Internet stranice
- Radio
- TV
- Od prijatelja

JESTE LI POSJETILI FORESTLAND?

- Da
- Ne



UKOLIKO STE POSJETILI FORESTLAND, KOJE GODINE?

- 2013.
 - 2014.
 - 2015.
 - 2016.
 - 2017.
 - 2018.
 - 2019.
 - 2021.
 - 2022.
-

AKO STE POSJETILI FORESTLAND, KOLIKO VREMENA STE PROVELI NA DOGAĐAJU?

- 1 dan
 - 2 dana
 - Kampiranje
 - Nekoliko sati
-

ŠTO VAS JE MOTIVIRALO DA POSJETITE FORESTLAND?

- Zabava
 - Novi izvođači
 - Odmor
 - Druženje s prijateljima
 - Hrana i piće
-

ŠTO VAM SE POSEBNO SVIJELO OD SADRŽAJA NA FORESTLANDU?

- Glazba
- Mogućnost kampiranja
- Hrana i piće
- Zipline
- Lokacija

OCIJENITE KVALITETU IZVEDBE FORESTLANDA

1 2 3 4 5

IZRAZITO NEGATIVNO IZRAZITO POZITIVNO

OCIJENITE RAZINU PREPOZNATLJIVOSTI FORESTLANDA MEĐU DRUGIM DOGAĐANJIMA U MEĐIMURJU

1 2 3 4 5

NEPREPOZNATLJIV PREPOZNATLJIV

SMATRATE LI DA FORESTLAND GUBI AUTENTIČNOST UVOĐENJEM DOMAĆE GLAZBE?

- Da
- Ne



KOJI SU VAM OD SLJEDEĆIH DOGAĐAJA U MEĐIMURJU POZNATI?

- Forestland
- Porcijunkulovo
- 3FF festival
- Speedway
- Vincekov pohod

SMATRATE LI DA JE U MEĐIMURJU PREMALI BROJ FESTIVALA ELEKTRONSKE GLAZBE?

- Da
- Ne

BISTE LI U BUDUĆNOSTI POSJETILI FORESTLAND?

- Da
- Ne