

Animacijski programi za unaprjeđenje turizma u Slavoniji i Baranji

Feher, Anamarija

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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:110:131643>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-23**



Repository / Repozitorij:

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





MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

Anamarija Feher, 0313025466

**Animacijski programi za unaprjeđenje turizma
Slavonije i Baranje**

Završni rad

Čakovec, svibanj 2024



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

Anamarija Feher, 0313025466

**Animacijski programi za unaprjeđenje turizma
Slavonije i Baranje**

**Animation programs to improve tourism in Slavonia and
Baranja**

Završni rad

Mentor

doc. dr. sc. Marija Valčić

Čakovec, svibanj 2024



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

PRIJAVA TEME I OBRANE ZAVRŠNOG/DIPLOMSKOG RADA

Stručni prijediplomski studij:

Računarstvo Održivi razvoj Menadžment turizma i sporta

Stručni diplomski studij Menadžment turizma i sporta:

Pristupnik: ANAMARIJA FEHER, JMBAG: 0313025466
(ime i prezime)

Kolegij: ANIMACIJA U TURIZMU
(na kojem se piše rad)

Mentor: DR.SC. MARIJA VALČIĆ
(ime i prezime, zvanje)

Naslov rada: ANIMACIJSKI PROGRAMI ZA UNAPREĐENJE TURIZMA SLAVONIJE I BARANJE

Naslov rada na engleskom jeziku: ANIMATION PROGRAMS TO IMPROVE TOURISM IN SLAVONIA AND BARANJA

- Članovi povjerenstva: 1. TIBOR RODIGER, Mag.math, predsjednik
(ime i prezime, zvanje)
2. Doc.dr.sc. Nevenka Breslauer, član
(ime i prezime, zvanje)
3. Doc.dr.sc. Marija Valčić, mentor
(ime i prezime, zvanje)
4. Nenad Breslauer, mag.prim.educ., zamjenski član
(ime i prezime, zvanje)

Broj zadatka: 2023-EMTS-34

Kratki opis zadatka: Animacijski programi za unapređenje turizma Slavonije i Baranje

Rezultati istraživanja usmjereni su ka osnovnim postulatima brendiranja regije.

Istaknute su turističke odrednice same regije te metodom upitnika osigurani su podaci o korištenju ponuđenih animacijskih programa

Istaknuti su i osnovni principi animacijskih programa.

Datum: 2.09.2024

Potpis mentora: 

SAŽETAK

Završni rad pod nazivom „Animacijski programi za unaprjeđenje turizma Slavonije i Baranje“ istražuje kako različiti animacijski programi mogu poboljšati turističku ponudu i zadovoljstvo turista u regijama Slavonije i Baranje. Rad se fokusira na tri glavne manifestacije: Đakovački vezovi, Vinski Bor maraton u Zmajevcu i festival HeadOnEast u Osijeku.

U radu se analiziraju turističke i povijesne značajke Slavonije i Baranje, njihov turističko-geografski položaj, te gospodarski potencijal. Posebna pozornost posvećena je brendiranju regije i načinu na koji se animacijski programi koriste kako bi privukli posjetitelje i povećali njihovo zadovoljstvo. Metodologija istraživanja uključuje opisno istraživanje provedeno putem anketa među turistima koji su prisustvovali navedenim manifestacijama. Istraživanje pokazuje visoku razinu zadovoljstva posjetitelja, što sugerira da animacijski programi značajno doprinose pozitivnom turističkom iskustvu.

Rad također identificira potencijalne izazove i ograničenja istraživanja te daje preporuke za unaprjeđenje animacijskih programa s ciljem daljnjeg razvoja turizma u Slavoniji i Baranji. Cilj rada je pokazati kako pravilno osmišljeni i implementirani animacijski programi mogu povećati privlačnost turističke destinacije, povećati broj posjetitelja i unaprijediti ekonomski razvoj regije. Glavi dio rada opisuje nove animacijske programe specifične za Đakovačke vezove, HeadOnEast i Vinski Bor maraton. Fokus je na očuvanju i promociji kulturne baštine te na novim i atraktivnim animacijskim programima kojima se može unaprijediti turistička ponuda i to kroz interaktivne radionice, umjetničke instalacije, koncerte, vinske degustacije i sportske aktivnosti. Svako poglavlje pruža detaljan uvid u ciljeve, implementaciju i utjecaj animacijskih programa na turističku ponudu regije. Također, analiziraju se troškovnik manifestacija i financijski aspekti organizacije, uključujući sponzorstva i predviđene prihode. Kroz analizu rezultata anketa, rad pruža konkretne smjernice za daljnje unaprjeđenje i održivost animacijskih programa.

Ključne riječi: animacijski programi, zadovoljstvo turista, Slavonija i Baranja, Đakovački vezovi, Vinski Bor maraton, HeadOnEast festival, turistička ponuda.

SUMMARY

The final thesis titled Animation Programs for Enhancing Tourism in Slavonia and Baranja investigates how various animation programs can improve the tourism offer and tourist satisfaction in the regions of Slavonia and Baranja. The thesis focuses on three main events: Đakovački vezovi, the Wine Marathon in Zmajevac, and the HeadOnEast festival in Osijek.

The paper analyzes the tourist and historical features of Slavonia and Baranja, their tourism-geographical position, and economic potential. Special attention is given to branding the region and the ways animation programs are used to attract visitors and increase their satisfaction. The research methodology includes descriptive research conducted through surveys among tourists who attended the mentioned events. The research shows a high level of visitor satisfaction, suggesting that animation programs significantly contribute to a positive tourist experience.

The paper also identifies potential challenges and research limitations and provides recommendations for improving animation programs to further develop tourism in Slavonia and Baranja. The aim of the research is to demonstrate how well-designed and implemented animation programs can increase the attractiveness of the tourist destination, increase the number of visitors, and enhance the economic development of the region.

The main part of the thesis describes new animation programs specific to Đakovački vezovi, HeadOnEast, and the Wine Marathon. The focus is on preserving and promoting cultural heritage and on new and attractive animation programs that can improve the tourism offer through interactive workshops, artistic installations, concerts, wine tastings, and sports activities. Each chapter provides a detailed insight into the goals, implementation, and impact of animation programs on the region's tourism offer. Additionally, the cost analysis of the events and financial aspects of the organization, including sponsorships and projected revenues, are examined. Through the analysis of survey results, the paper offers concrete guidelines for the further improvement and sustainability of animation programs.

Keywords: *animation programs, tourist satisfaction, Slavonia and Baranja, Đakovački vezovi, Wine Marathon, HeadOnEast festival, tourism offer*

Sadržaj

SAŽETAK	III
1. UVOD.....	1
2. SLAVONIJA I BARANJA KAO TURISTIČKA REGIJA.....	3
2.1. Turističke i povijesne odrednice Slavonije i Baranje.....	3
2.2. Turističko geografski položaj.....	3
2.3. Gospodarstvo	4
2.4. Selektivni oblici turizma	5
3. BRENDIRANJE SLAVONIJE I BARANJE	6
4. OPĆENITO O ANIMACIJSKIM PROGRAMIMA.....	7
4.1. Ciljevi animacijskih programa	7
4.2. Principi animacijskih programa	8
4.3. Način odabira kulturne znamenitosti	9
5. ANIMACIJSKI PROGRAMI U SLAVONIJI I BARANJI.....	10
5.1. Đakovački vezovi.....	10
5.2. Vinski bor maraton u Zmajevcu.....	11
5.3. HeadOnEast u Osijeku	12
6. ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA TURISTA ANIMACIJSKIM PROGRAMIMA U SLAVONIJI I BARANJI.....	14
6.1. Metodologija istraživanja.....	14
6.2. Karakteristike uzorka	14
6.3. Rezultati istraživanja.....	15
6.3.1. Đakovački vezovi.....	15
6.3.2. HeadOnEast	24
6.3.3. Vinski Bor maraton u Zmajevcu	33
6.4. Ograničenja istraživanja.....	40

7. ANIMACIJSKI PROGRAMI ZA POBOLJAŠANJE TURIZMA U SLAVONIJI I BARANJI.....	41
7.1. Đakovački vezovi.....	41
7.2. HeadOnEast	43
7.3. Vinski Bor maraton – manifestacija Vinski dan.....	45
7.3.1 Troškovnik manifestacije Vinski dan.....	51
8. ZAKLJUČAK.....	52
LITERATURA	53
TABLICA SLIKA	54
TABLICA GRAFIKONA	54
PRILOZI.....	56

1. UVOD

Turizam je važan dio gospodarskog razvoja mnogih regija, a Slavonija i Baranja nisu iznimka. Unatoč bogatim prirodnim i kulturnim resursima, ova područja još uvijek nisu u potpunosti prepoznata kao turistička odredišta. Tema ovog završnog rada je „Animacijski programi za unapređenje turizma u Slavoniji i Baranji“, u kojem se istražuje kako različiti animacijski programi mogu unaprijediti turističke usluge u ovim regijama i povećati zadovoljstvo turista.

Predmet istraživanja su animacijski programi koji se izvode na raznim manifestacijama u Slavoniji i Baranji, kao što su Đakovački vezovi, Vinski bor maraton u Zmajevcu i HeadOnEast festival u Osijeku. Proučavani problem je da su turistički proizvodi nedostadni i ne zadovoljavaju u potpunosti potrebe i očekivanja suvremenog turista. Cilj je istražiti kako animirani programi mogu doprinijeti poboljšanju turističke ponude i povećanju zadovoljstva turista.

Svrha ovog rada je ukazati na važnost animacijskih programa u razvoju turizma i njihov utjecaj na privlačnost turističke destinacije. Ciljevi istraživanja su:

- Analizirati turističke i povijesne značajke Slavonije i Baranje.
- Objasniti turističko-geografski položaj i gospodarski potencijal regije.
- Predstaviti trenutnu ponudu animacijskih programa na manifestacijama Đakovački vezovi, HeadOnEast i Vinski bor maraton.
- Provesti istraživanje među turistima kako bi se utvrdila razina njihovog zadovoljstva postojećim animacijskim programima.
- Osmisliti preporuke za unapređenje animacijskih programa s ciljem daljnjeg razvoja turizma u Slavoniji i Baranji.

Rad je strukturiran kroz 7 poglavlja. Prvo poglavlje uvodi u temu, definira predmet i problem istraživanja, svrhu i ciljeve te metodologiju. Drugo poglavlje pruža pregled turističkih i povijesnih značajki Slavonije i Baranje, uključujući njihov turističko-geografski položaj i gospodarski potencijal. Treće poglavlje bavi se brendiranjem regije, dok četvrto poglavlje daje općeniti opis animacijski programa. Peto poglavlje predstavlja animacijske programe tijekom Đakovačkih vezova, festivala HeadOnEast i Vinskog bor maratona. Šesto poglavlje prikazuje rezultate istraživanja zadovoljstva turista, a sedmo poglavlje predstavlja nove i unaprijeđene

animacijske programe. Zaključno poglavlje sumira ključne nalaze i predlaže smjernice za buduća istraživanja.

Rad pruža sveobuhvatan uvid u mogućnosti koje animacijski programi nude za unaprjeđenje turizma u Slavoniji i Baranji s posebnim naglaskom na praktične preporuke i održive strategije razvoja.

2. SLAVONIJA I BARANJA KAO TURISTIČKA REGIJA

Regija je područje omeđeno određenim karakteristikama koje mogu biti povijesne, gospodarske, geografske, administrativne ili druge. Pojam turističke regije odnosi se na naziv za područje koje pobuđuje interes turista zbog nekih posebnih karakteristika. To može biti područje koje karakterizira prirodna ljepota, povijest ili kultura, te razni drugi. Turističke regije su privlačna turistima. To je i razlog zašto mnogi ljudi biraju upravo turističke regije kao odredište putovanja. Područje Slavonije i Baranje sa Srijemom najčešće nazivamo Panonsko-slavonska turistička regija (Jovičić i Ivanović, 2005).

2.1. Turističke i povijesne odrednice Slavonije i Baranje

Slavonija i Baranja dvije su regije u istočnoj Hrvatskoj s bogatom turističkom i povijesnom baštinom. Poznata po žitnim poljima i vinogradima, Slavonija privlači posjetitelje svojom jedinstvenom prirodnom ljepotom i tradicionalnom kuhinjom. Baranja, s druge strane, nudi prirodu, šume, jezera i rijeke, osim toga mir i tišinu onima željnim odmora daleko od gradske vreve. Ova područja imaju dugu povijest i bogata su kulturno-povijesnom baštinom. Slavonija je bila poprište važnih povijesnih događaja od antičkih vremena do suvremenog doba. Tijekom stoljeća ovdje su uspjeli razni vladari i kulture, ostavljajući za sobom bezbroj spomenika i znamenitosti koji svjedoče o burnoj prošlosti kraja. S druge strane, Baranja je dom različitih naroda i kultura, što se ogleda u raznolikoj arhitekturi, folkloru i kuhinji. Posjetitelji Slavonije i Baranje imaju priliku istražiti brojne atrakcije poput srednjovjekovnih utvrda, baroknih dvoraca, tradicionalnih ladanjskih kuća i povijesnih crkava. Također mogu uživati u raznim aktivnostima na otvorenom kao što su biciklizam, ribolov, planinarenje ili vožnja čamcem duž slikovitih rijeka i jezera (Živaković-Kerže, 2014)

2.2. Turističko geografski položaj

Slavonija i Baranja, zajedno sa Srijemom, smještene su u istočnoj Hrvatskoj. Te regije imaju povoljan turističko-geografski položaj. Istočna Hrvatska kao cjelina graniči s Mađarskom, Srbijom i Bosnom i Hercegovinom što joj daje dodatni potencijal za turiste koji dolaze u granične prostore tih država. Slavonija je i jedno od najplodnijih područja Hrvatske te ju zbog toga često i zovu „žitnica Hrvatske“. Bogata je rijekama, od kojih su najvažnije Drava, Dunav i Sava, a iako je pretežito nizinsko područje, njezin izgled brdima krasi Daljska planina i Banovo brdo te visoke lesne zaravni od Vukovara do Iloka. U Panonsko-slavonsku turističku regiju spada čak 5 županija, a to su:

- Osječko-baranjska županija
- Brodsko-posavska
- Požeško-slavonska
- Virovitičko-podravska
- Vukovarsko-srijemska

Cijelu Slavoniju i Baranju možete vidjeti označenu crvenu na karti Hrvatske na slici broj 1 (Živaković-Kerže, 2014)

Slika 1 Područje Slavonije i Baranje (crveno)



Izvor: Hrvatska turistička zajednica. <https://croatia.hr/hr-hr/regije/slavonija> (03.04.2024)

2.3. Gospodarstvo

Gospodarstvo Slavonije i Baranje temelji se na poljoprivredi, industriji i turizmu. Ove regije nalaze se u istočnoj Hrvatskoj i poznate su po plodnoj zemlji i bogatim resursima. Poljoprivreda je tradicionalno važan sektor s uzgojem pšenice, kukuruza, voća i povrća, te stočarstvom, posebice svinjogojstvom. Industrija, uključujući prehrambenu, drvnu i metalnu industriju, također nosi ključnu ulogu u gospodarstvu regije. Turizam raste zbog ruralnih atrakcija, kulturne baštine i prirodnih ljepota kao što je Park prirode Kopački rit. Unatoč velikom potencijalu, gospodarstva Slavonije i Baranje suočavaju se s izazovima kao što su nedostatak infrastrukture, depopulacija u ruralnim područjima i potreba diverzifikacije gospodarstva. Ulaganje u infrastrukturu, potpora ruralnom razvoju, promicanje turizma i inovacija ključni su koraci za održivi gospodarski razvoj u ovim regijama (Hrvatska turistička zajednica, <https://croatia.hr/hr-hr/regije/slavonija>).

2.4. Selektivni oblici turizma

Selektivni turizam možemo definirati kao sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma, utemeljen na selekciji programa, odgovornom ponašanju svih sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja, kvalitetnoj razini te izvornom identitetu i humanitetu usluge, uz poželjan uravnotežen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području. Prema tome selektivne oblike turizma možemo definirati kao specifične vrste turizma koje naglašavaju određene karakteristike ili aktivnosti od interesa za turiste. Ovi oblici turizma često se fokusiraju na posebne interese, hobije, ili način života turista te im omogućuju da dublje istraže destinaciju na temelju tih specifičnosti. (Jadrešić, 1998)

U Slavoniji i Baranji, pored uobičajenih oblika turizma, gostima su na raspolaganju različiti selektivni oblici turizma koji nude jedinstvena iskustva i naglašavaju posebnosti regije.

Eko-turizam omogućuje posjetiteljima istražiti netaknutu prirodu ovih regija. Agro-turizam nudi gostima mogućnost upuštanja u autentično ruralno iskustvo. Etno-turizam otkriva bogatu kulturnu baštinu Slavonije i Baranje. Posjetitelji mogu posjetiti etno-sela, tradicionalne seoske kuće ili muzeje kako bi bolje upoznali običaje, tradiciju i folklor ovih krajeva. Vinski turizam privlači goste zainteresirane za vinsku tradiciju i proizvodnju. (Topić, Maković, 2005)

3. BRENDIRANJE SLAVONIJE I BARANJE

Brendiranje Slavonije i Baranje fokusira se na isticanje bogate kulturne baštine, prirodnih ljepota i gastronomskih specijaliteta kako bi se privukli turisti i unaprijedio ekonomski razvoj regije. Slavonija i Baranja se predstavljaju kao destinacije s jedinstvenom kombinacijom tradicije i modernih turističkih ponuda.

Kulturna i prirodna Baština = Slavonija i Baranja su regije s bogatom poviješću i tradicijom. Poznate su po širokim ravnicama, hrastovim šumama, slikovitim vinogorjima i starim podrumima. Baranja je, primjerice, dom Kopačkog rita, jednog od najvećih močvarnih područja u Europi, dok je Vinkovci poznat kao najstariji grad u Europi s kontinuiranim naseljavanjem više od 8000 godina (Croatia Week. <https://www.croatiaweek.com/tripping-around-the-slavonia-baranja-region-in-croatia/>)

Gastronomska ponuda = Gastronomija je ključni dio brendiranja regije. Slavonija i Baranja nude autentične kulinarske specijalitete poput kulena, fiš paprikaša, slavonskog čobanca i baranjskog kulena. Mjesta kao što su etno restoran Baranjska kuća nude tradicionalna jela koja su izrazito cijenjena među posjetiteljima (Croatia Week. <https://www.croatiaweek.com/tripping-around-the-slavonia-baranja-region-in-croatia/>)

Projekti i investicije = Vlada Republike Hrvatske provodi brojne projekte za razvoj Slavonije i Baranje kroz "Projekt Slavonija, Baranja i Srijem". Do sada je realizirano preko 34 tisuće projekata u vrijednosti većoj od 20 milijardi kuna, s ciljem zadržavanja stanovništva, poticanja ekonomskog razvoja i unapređenja infrastrukture (Vlada Republike Hrvatske, <https://vlada.gov.hr/vijesti/plenkovic-kroz-projekt-slavonija-baranja-i-srijem-do-sada-smo-proveli-preko-34-tisuce-projekata/37545>)

Turističke atrakcije = Osim prirodnih ljepota i gastronomske ponude, regija nudi i brojne kulturne atrakcije kao što su barokne palače, crkve i arheološka nalazišta poput Vučedola kod Vukovara. Također, postoji bogata ponuda za aktivni turizam uključujući biciklizam, jahanje, adrenalinske sportove i kajakarenje (Team building, <https://team-building.com/slavonija-i-baranja/>)

4. OPĆENITO O ANIMACIJSKIM PROGRAMIMA

Animacijske programe moguće je definirati na puno različitih načina, jedna od definicija animacijskih programa je definicija prema Cerović (2008, 45) „Animacija je ljubazan poziv na zajedničku aktivnost. Ona znači zabavljati, raspoložiti odnosno u prenesenom smislu poticati, pridobivati nekoga za nešto, oduševiti, bodriti“. Animacijski programi su aktivnosti ili događaji organizirani za zabavu, edukaciju ili povećanje angažmana publike. Ti se programi obično provode na turističkim odredištima, hotelskim kompleksima, kampovima, toplicama ili drugim mjestima gdje je gostima potrebno pružiti dodatnu vrijednost. Upravo zbog toga, animacijske programe možemo nazvati i animacijama u turizmu ili turističkim animacijama. Animacijski programi mogu uključivati razne aktivnosti kao što su sportska natjecanja, seminari, tematske večeri, koncerti, plesne predstave, igre, vodstva ili edukativna predavanja.

4.1. Ciljevi animacijskih programa

Prema Ceroviću (2005) cilj animacijskog programa je potaknuti sudjelovanje gostiju, pružiti im zabavno iskustvo, promicati društvenu interakciju te promovirati aktivno i zdravo provođenje slobodnog vremena. Ti su programi često prilagođeni različitim skupinama gostiju, uključujući djecu, mlade, obitelji ili starije osobe, čime se osigurava da postoji nešto za svakoga. Polazeći od koncepta turističke ponude i sustava važnosti turističke animacije u povećanju turističke potrošnje i zadovoljstva turista da cjelovitije doživi turističku destinaciju, nameću se 2 osnovna cilja turističke animacije:

ZADOVOLJSTVO TURISTA – „da cjelovito i potpuno doživi destinaciju i sve njene potencijale koji se nude. Doživljaj i zadovoljenje potreba turista čini ispunjenim očekivanim i priželjkivanim osjećajima, doživljajima i percepcijama za određeni program, objekt ili destinaciju“ (Cerović, 2008, 55).

TURISTIČKA POTROŠNJA – animacijski program kao dio turističke ponude čine animaciju važnom u povećanju turističke potrošnje.

Turistička potrošnja i zadovoljstvo gosta usko su povezani jer turistička potrošnja često odražava zadovoljstvo gostiju tijekom njihovog boravka. Kada su gosti zadovoljni uslugama, ponudom i iskustvom koje su imali, vjerojatnije su da će trošiti više novca tijekom svog boravka. Zadovoljni gosti su skloniji plaćanju dodatnih usluga, kupovini suvenira, uživanju u raznim aktivnostima te ponovnom posjetu odredištu ili preporuci istog drugima. Ta ista veza slikovito je opisana na slici broj 2. (Cerović, 2008)

Slika 2 Veza između zadovoljstva gosta i turističke potrošnje



Izvor: vlastita izrada

4.2. Principi animacijskih programa

Principi animacija programa obuhvaćaju niz načela i smjernica koje animacijski timovi primjenjuju kako bi osigurali uspješno provođenje aktivnosti i programa za goste. Najvažniji principi animacijskih programa su sljedeći (Cerović, 2008, 57):

- Princip slobode – svaki turist sam bira želi li sudjelovati u određenom animacijskom programu.
- Princip aktivnosti – svaki turist koji se pronade na mjestu gdje se provodi animacija smatra se sudionika. Sudjelovanje može biti aktivno (turist aktivno sudjeluje u animaciji) i pasivno (turist samo gleda što se kako se animacija provodi).
- Princip jednakosti – svaki turist ima jednako pravo sudjelovanja u programu. U animacijskom programu svi su jednaki. Koliko će turisti biti angažirani, njihov je izbor, pravo i sloboda
- Princip primjerenosti - animacijskog programa osigurava da on odgovara različitim segmentima turističke potražnje, posebno uzrastima i životnim dobima gostiju, te da poštuje moralne i etičke standarde. Osim toga, program treba pružiti vrijednost za novac i ostvariti postavljene ciljeve animacije, uključujući zadovoljstvo gostiju i očekivanu turističku potrošnju.

4.3. Način odabira kulturne znamenitosti

Nemaju sve kulturne atrakcije attribute koji bi ih mogli učiniti zanimljivima u turizmu. Proces selekcije za određivanje znamenitosti sastoji se od pet faza. Te faze su (Valčić, 2018, 159):

1. Faza nabiranja. Izrađuje se popis svih kulturnih znamenitosti u području, regiji, gradu, regiji ili pokrajini. Kombinirani inventari kulturnih interesa za regije i urbana područja temelj su za izradu inventara kulturnih interesa velikih gradova, a regionalni inventari temelj su za popise kulturnih interesa pokrajina i tako dalje.
2. Faza opisivanja. Sve zanimljivosti, postojeće i potencijalne, u inventaru moraju biti ispravno opisane i naznačeno njihovo povijesno podrijetlo. Jedina svrha ove faze je prepoznavanje povijesne vrijednosti znamenitosti koja se proučava.
3. Faza procjene. Tijekom faze procjene istražuju se sve točke interesa koje imaju povijesnu važnost, a njihovi atributi se ocjenjuju na temelju dva glavna kriterija koji su autentičnosti i jedinstvenosti. Samo one kulturne zanimljivosti koje budu ocijenjene kao autentične, jedinstvene ili oboje bit će razmatrane za ocjenjivanje u sljedećoj fazi. Ovo je točka u kojoj se kulturne atrakcije dijele u dvije skupine: potencijalno primarne kulturne atrakcije i potencijalno sekundarne kulturne atrakcije.
4. Faza evaluacije. Budući da su autentičnost i jedinstvenost procijenjene kao potencijalne primarne kulturne atrakcije, one se dalje vrednuju prema pet kriterija. To je točka u kojoj se kulturne atrakcije vrednuju kao moguće kulturne atrakcije u turizmu. Od svih pozitivno ocijenjenih zanimljivosti, samo neke s turističkim potencijalom bit će uzete u obzir kao primarne atrakcije u završnoj fazi.
5. Strategije grupiranja znamenitosti (kreiranje paketa). Strategije grupiranja znamenitosti koriste se kako bi se odredilo koji će kulturni interesi biti odabrani kao dio jedinstvenog turističkog paketa kulturnih interesa određenog područja. To je ključna faza u odabiru. U ovoj se točki znamenitost vraća u fazu procjene kako bi odabrali prateće kulturne interese iz privremenog skupa primarnih i sekundarnih kulturnih interesa. Tržišni uspjeh skupine proizvoda od kulturnog interesa uvelike će ovisiti o tome kako se upravlja fazom uvrštavanja na popis te o dosljednoj primjeni procjene i vrijednosti.

5. ANIMACIJSKI PROGRAMI U SLAVONIJI I BARANJI

U Slavoniji i Baranji postoje razni animacijski programi koji privlače turiste i pružaju im nezaboravna iskustva. Animacijski programi najčešće se provode tijekom određenih manifestacija. Kako bi se bolje razmotrili animacijski programi, potrebno je odrediti manifestacije tijekom kojih će se promatrati animacijski programi. Za potrebe ovog rada, to će biti sljedeće tri manifestacije:

- 1) Đakovački vezovi
- 2) Vinski Bor maraton u Zmajevcu
- 3) HeadOnEast u Osijeku

Navedene manifestacije od velike su važnosti za turizam Slavonije i Baranje. Upravo te manifestacije najpoznatije su u toj regiji i one kroje turističku scenu Slavonije i Baranje. Privlače brojne posjetitelje, traju par dana te u ponudi imaju razne animacijske programe. (Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, <https://visitslavoniabaranja.com/turisticka-zajednica-osjecko-baranjske-zupanije/> i Hrvatska turistička zajednica, <https://croatia.hr/hr-hr/regije/slavonija>)

5.1. Đakovački vezovi

Đakovački vezovi su manifestacija koja slavi bogatu kulturnu baštinu grada Đakova i okolice. Održava se od 1967. godine. Glavni događaj po pitanju Đakovačkih vezova jest Đakovački vezovi – Smotra folklor i etnografskog stvaralaštva, koja se svake godine održava u Đakovu. Na festivalu se okupljaju folklorna društva, umjetnici, zanatlije i posjetitelji iz svih krajeva Hrvatske, ali i inozemstva. Naglasak je, naravno, na tradicionalnoj kulturi, običajima, narodnim nošnjama te đakovačkim vezovima. Posjetitelji imaju priliku gledati izložbe tradicionalnih ručnih radova, a tu su naravno i narodne nošnje, keramika, drveni proizvodi i tradicionalni obrti. Osim toga, priređuju se i nastupi folklornih skupina koje izvode tradicionalne plesove i pjesme kako bi predstavili kulturno naslijeđe i raznolikost svih krajeva Hrvatske. Đakovački vezovi su prilika za lokalno stanovništvo da proslavi svoju kulturnu baštinu i naslijeđe te da ga podijeli s posjetiteljima. Sudjelovanje na Đakovačkim vezovima često predstavlja važan dio identiteta zajednice i priliku za druženje, učenje i razmjenu iskustava među sudionicima i posjetiteljima. Ovaj festival svake godine privlači brojne ljubitelje tradicije i kulture te doprinosi očuvanju i promociji đakovačke kulturne baštine. Na slici broj 3 predstavljen je službeni logo i grb Đakovačkih vezova.

Slika 3 Logo Đakovačkih vezova



Izvor: Službena stranica Đakovačkih vezova <https://djakovacki-vezovi.hr/> (18.04.2024)

2024. godine održavaju 58. Đakovački vezovi. Traju od 21. lipnja do 7. srpnja 2024. godine. Tijekom manifestacije Đakovački vezovi, uz prikaze tradicijskih rukotvorina i nastupe folklornih skupina, često se organiziraju i razni animacijski programi koji posjetiteljima pružaju živopisne doživljaje i dodatnu zabavu. Neke od ovih animiranih programa su (Đakovački vezovi, <https://djakovacki-vezovi.hr/>):

- Radionica đakovačkog veza: Posjetitelji imaju priliku pohađati radionicu i naučiti osnove izrade tradicionalnog đakovačkog veza pod vodstvom iskusnih majstora.
- Plesna radionica: Održavaju se radionice tradicijskog plesa kako bi posjetitelji naučili neke od karakterističnih plesova koji se izvode u folklornim programima.
- Izložba tradicionalnih zanata: održavaju se izložbe starih zanata kao što su tkanje, lončarstvo, pletenje i proizvodnja tradicionalne etničke nošnje kako bismo ljudima omogućili dublje razumijevanje tradicionalnih zanata i tehnika.
- Etnografske igre i natjecanja: Organiziraju se razne etnografske igre i natjecanja poput bacanja kamena s ramena, trčanja u vrećama ili potezanja konopa, što donosi zabavu i natjecateljski duh posjetiteljima svih uzrasta.

5.2. Vinski bor maraton u Zmajevcu

Vinski bor maraton u Zmajevcu trodnevna je manifestacija čiji je cilj promocija gospodarstva, turizma i kulture Osječko-baranjske županije s posebnim naglaskom na najjači brend – vino. Manifestacija nudi mnoštvo aktivnosti za domaće i posjetitelje, uključujući kreativne radionice, izložbu, nastupe KUD-ova iz Hrvatske i inozemstva, koncerte, izložbe,

predstave, natjecanja i ocjenjivanja vina, kao i bogatu gastronomiju i vrhunska vina. Glavni događaj manifestacije je Vinsko natjecanje, gdje sudionici, nazvani maratonci, obilaze različite podrume lokalnih vinara, kušaju vina i ocjenjuju njihovu kvalitetu. Maratonci dobivaju mapu i bonove za konzumaciju vina te se natječu u prepoznavanju vrste vina i ocjeni kvalitete. Manifestacija privlači posjetitelje iz različitih dijelova regije i pruža priliku za uživanje u vrhunskim vinima, lokalnoj gastronomiji i bogatoj kulturnoj ponudi. Vinski bor maraton ističe multikulturalnost Zmajevca, a naziv „bor" na mađarskom jeziku znači vino, odražavajući važnost vinskog nasljeđa u ovom području. Tijekom Vinskog bor maratona u Zmajevcu, posjetiteljima su na raspolaganju razni animacijski programi koji dodatno obogaćuju doživljaj manifestacije. Neki od tih animacijskih programa uključuju (Turistička zajednica Baranje. <https://visitbaranja.croatia.hr/hr-hr/dogadanja/vinski-bor-maraton>):

- Etno sajam: Postavljanje sajma na kojem lokalni obrtnici izlažu i prodaju tradicionalne proizvode, kao što su rukotvorine, keramika, tkani proizvodi i sl.
- Međunarodna smotra folklor: Nastupi folklornih skupina iz Hrvatske i drugih zemalja koje predstavljaju tradicionalne plesove, pjesme i običaje.
- Gastronomska ponuda: Ponuda raznih lokalnih delicija i tradicionalnih jela uz vina lokalnih vinara, omogućujući posjetiteljima da uživaju u autentičnom okusu regije.

Ovi animacijski programi doprinose širokom spektru aktivnosti i zabave tijekom Vinskog bor maratona te pružaju posjetiteljima cjelovito iskustvo koje ističe kulturnu, gastronomsku i vinsku ponudu područja. (Turistička zajednica Baranje. <https://visitbaranja.croatia.hr/hr-hr/dogadanja/vinski-bor-maraton>)

5.3. HeadOnEast u Osijeku

Prema informacijama koje se mogu pronaći na službenoj stranici festivala HeadOnEast (HeadOnEast Croatia. <https://headoneastcroatia.com/>) HeadOnEast festival predstavlja vrhunsko kulturno i gastronomsko iskustvo koje se svake godine održava u Osijeku, istočnom dijelu Hrvatske. Ovaj festival postao je simbol hedonizma i slavlja života u prekrasnom okruženju Slavonije i Baranje. Održavajući se na različitim lokacijama diljem grada, poput Stare Tvrđe, Europske avenije i parkova posvećenih hrvatskim kraljevima, festival pruža posebnu čar i atmosferu koja okuplja ljubitelje kulture, glazbe, hrane i vina. Glavna poruka festivala je poziv na hedonizam i uživanje u malim stvarima, svježim domaćim proizvodima te životu u balansu. Posjetiteljima se nudi širok spektar aktivnosti i događanja, uključujući umjetnost svjetla, vrhunska vina, craft piva, gastronomske delicije i koncerte s izvanrednim glazbenicima. Prvi HeadOnEast festival održan je 2019. godine u prekrasnom ambijentu

barokne osječke Tvrđe. Festival je privukao pozornost 30 000 ljudi i ponudio raznovrstan program koji je obuhvatio bogatu eno-gastro ponudu Slavonije i Baranje, festival svjetla, sajam antikviteta te raznovrsnu uličnu hranu na street food štandovima. Na slici broj 4 može se vidjeti službeni logo manifestacije.

Slika 4 Službeni logo manifestacije HeadOnEast



Izvor: Turistička zajednica Osječko-baranjske županije. <https://www.tzosijek.hr/headoneast-1190>
(28.04.2024)

6. ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA TURISTA ANIMACIJSKIM PROGRAMIMA U SLAVONIJI I BARANJI

6.1. Metodologija istraživanja

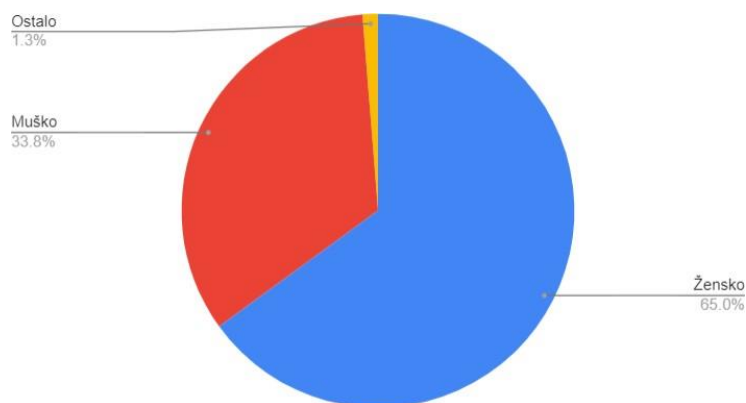
Kao glavna metoda za prikupljanje podataka je opisno istraživanje koje je provedeno pomoću anketa. Anketa kao alat istraživanja korišten je u ovom radu jer anketni upitnici omogućavaju brzo prikupljanje velikog broja podataka od mnogih ispitanika u relativno kratkom vremenskom periodu. Također mogu biti distribuirani na različite načine te ispitanici su često spremniji biti iskreni i otvoreni u anketnim upitnicima kada im je zajamčena anonimnost, što može poboljšati kvalitetu prikupljenih podataka. Uzorak su činili turisti koji su posjetili jednu od manifestacija (Đakovački vezovi, HeadOnEast i Vinki Bor maraton u Zmajevcu), a istraživanje se provodilo tijekom dva tjedna, od 07. svibnja do 21. svibnja 2024. godine. Podaci su obrađeni korištenjem Excel softvera za obradu podataka.

6.2. Karakteristike uzorka

U anketnom upitniku opće karakteristike uzorka obuhvaća pitanja koje se odnose na spol te na dob turista koji su posjetili određene manifestacije u Slavoniji i Baranji.

Prema grafikonu 1 vidljivo je da je 65% ispitanika ženskog spola, što je 206 ispitanika od ukupno 317, 33.8% ispitanika je muškog spola što je 107 ispitanika od ukupno 317 ispitanika. Također, prema novim trendovima koji se javljaju među sve većim brojem populacije, čak 1,3% ispitanika spola se ne svrstava niti kao muškarac niti kao žena, što je 4 ispitanika od ukupno 317 ispitanika.

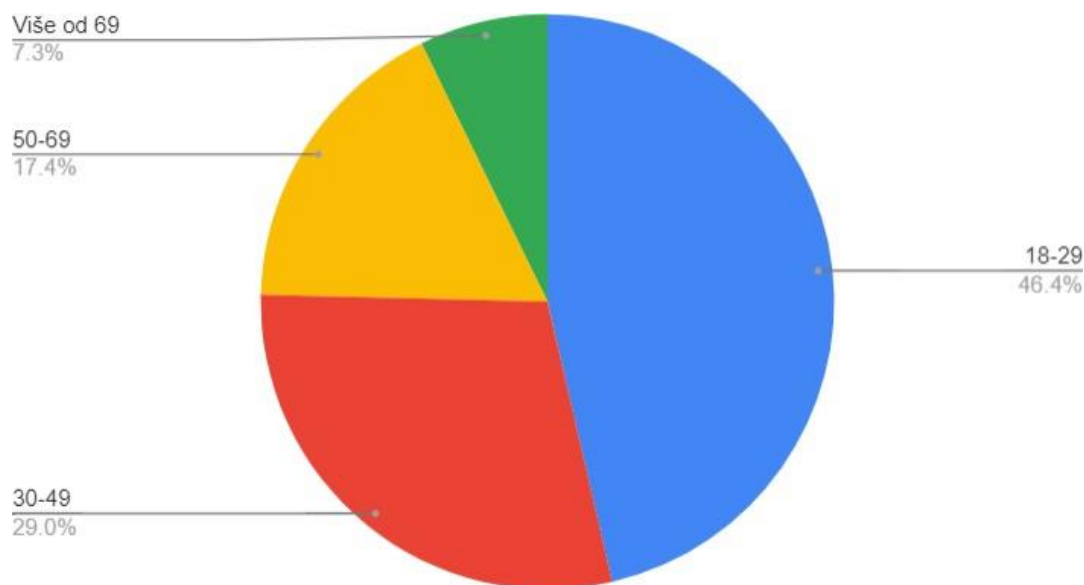
Grafikon 1 Spol ispitanika istraživanja



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Na grafikonu 2 prikazani su podatci od dobi ispitanika. Ispitanici u dobi od 18 godina do 29 godina zauzimaju najveći dio grafa, točnije čak 46.6% što je 14 ispitanika od ukupno 317 ispitanika. Sljedeći su ispitanici između 30 godina i 49 godina, njih je čak 29%, odnosno 92 ispitanika. Slijede ih 17.4% ispitanika koji imaju između 50 godina i 69 godina, točnije njih 55. 7.3%, odnosno 23 ispitanika ima više od 69 godina.

Grafikon 2 Dob ispitanika istraživanja



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

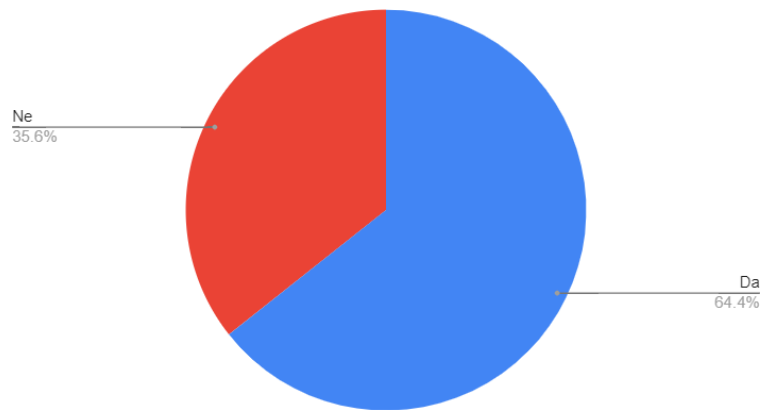
6.3. Rezultati istraživanja

Istraživanje je bilo podijeljeno u 3 dijela jer je u istraživanju ispitivano zadovoljstvo vezano za 3 manifestacije, Đakovački vezovi, HeadOnEast i Vinski Bor maraton u Zmajevcu.

6.3.1. Đakovački vezovi

Na grafu 3 prikazan je postotak ljudi koji su posjetili Đakovačke vezove u odnosu na one koji nisu. Prema podacima, 64.4% ljudi, odnosno 204 ispitanika je posjetilo Đakovačke vezove, dok preostalih 35.6% nije, što je 113 ispitanika. Ovaj graf jasno pokazuje većinski udio posjetitelja u odnosu na one koji nisu sudjelovali u ovom događaju.

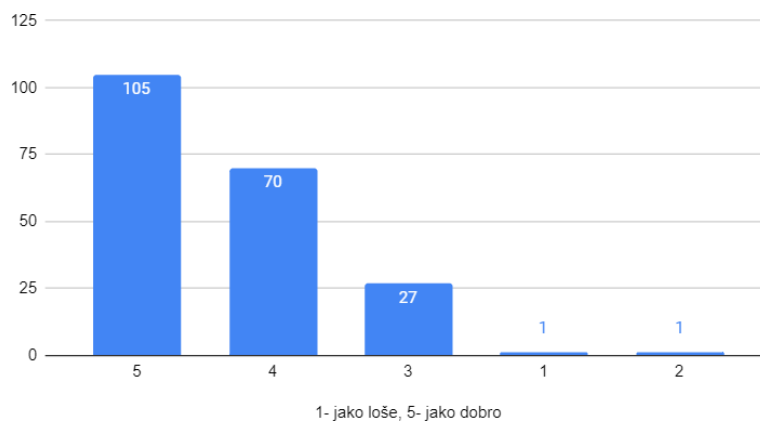
Grafikon 3 Postotak posjetitelja koji su posjetili Đakovačke vezove



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Zadovoljstvo organizacijom cjelokupnog događaja od ključne je važnosti za zadovoljstvo određenim animacijskim programom. Prema grafikonu 4 možemo vidjeti da je čak 105 ispitanika cjelokupnu organizaciju Đakovačkih vezova ocijenilo sa ocjenom 5 – jako dobro. 70 ispitanika organizaciju Đakovačkih vezova ocjenjuje ocjenom 4 – dobro, a samo 27 ispitanika ocjenom 3 – niti dobro niti loše. Da je organizacija Đakovačkih vezova 2 – loša, ocijenila je jedna osoba, isto tako samo jedna osoba organizaciju Đakovačkih vezova ocijenila je kao 1 – jako loše.

Grafikon 4 Ocjena kvalitete cjelokupne organizacije Đakovačkih vezova ocjena od 1 do 5, gdje je 1 - jako loše a 5 - jako dobro

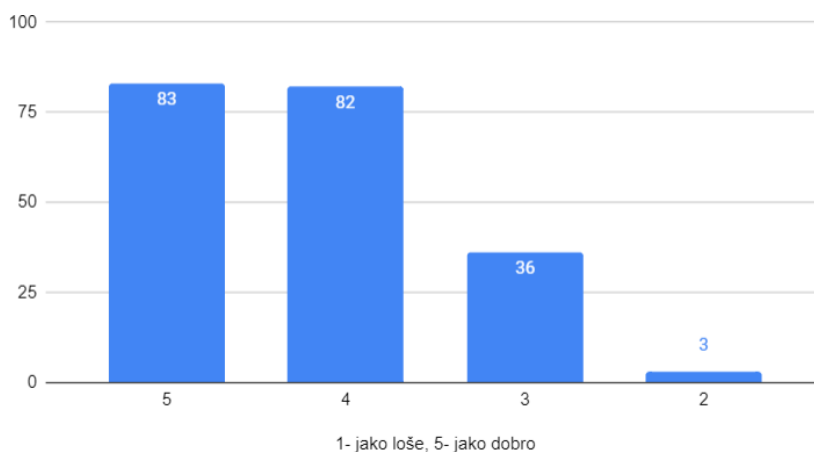


Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Animacijski programi su ključni dio manifestacija, a njihova ocjena može otkriti specifične probleme ili prednosti. Prema Grafiku 5, animacijske programe na Đakovačkim vezovima ocijenilo je ukupno 204 ispitanika. Ocjenu 5 – jako dobro, dalo je 83 ispitanika, dok je 82

ispitanika dalo ocjenu 4 – dobar. Ocjenom 3 – niti dobri niti loši, animacijske programe ocijenilo je 36 ispitanika. Samo 3 ispitanika su dali ocjenu 2 – loše. Ovi rezultati pružaju uvid u percepciju kvalitete animacijskih programa i mogu pomoći u identifikaciji područja koja treba poboljšati ili istaknuti kao prednosti.

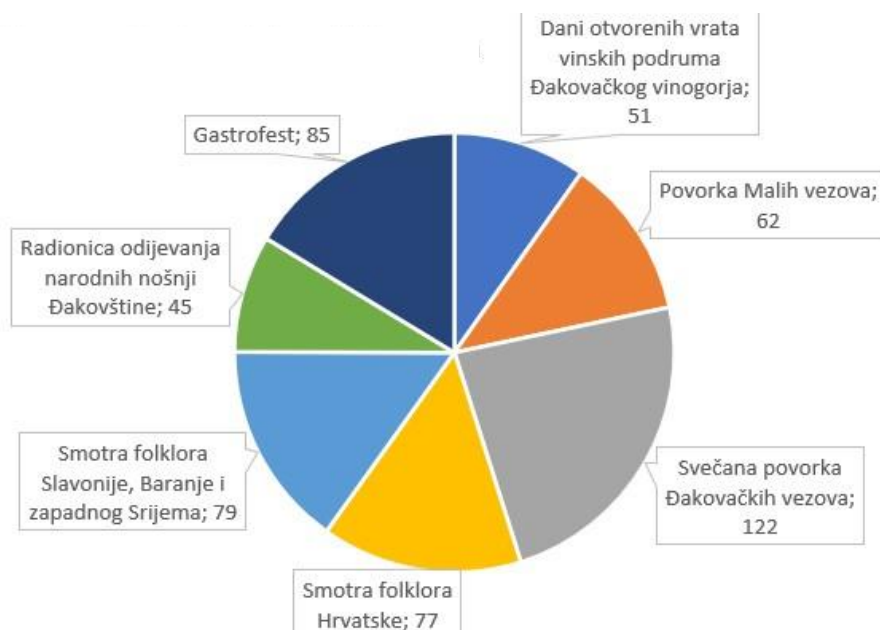
Grafikon 5 Ocjena animacijskih programa Đakovačkih vezova ocjenom od 1 do 5, gdje je 1 - jako loše a 5 - jako dobro



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Tokom Đakovačkih vezova provode se razni animacijski programi. Najpoznatiji animacijski programi navedeni su u grafikonu 6. Grafikon 6 prikazuje odgovore na pitanje „Koji vam se od navedenih animacijskih programa tijekom Đakovačkih vezova najviše sviđaju? (moguće više odabira)“. Program koji se sviđao za najviše ispitanika bila je Svečana povorka Đakovačkih vezova, koju je odabralo 122 ispitanika. Gastrofest je također bio vrlo popularan, odabran od strane 85 ispitanika. Smotru folkloru Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema kao najdražu izabralo je 79 ispitanika, dok je Smotru folkloru Hrvatske odabralo 77 ispitanika. Povorku Malih vezova izabralo je 62 ispitanika, a Dane otvorenih vrata vinskih podruma Đakovačkog vinogorja 51 ispitanik. Najmanje ispitanika, njih 45, odabralo je Radionicu odijevanja narodnih nošnji Đakovštine kao najdraži program. Ovi podaci ukazuju na različite razine popularnosti animacijskih programa među posjetiteljima Đakovačkih vezova.

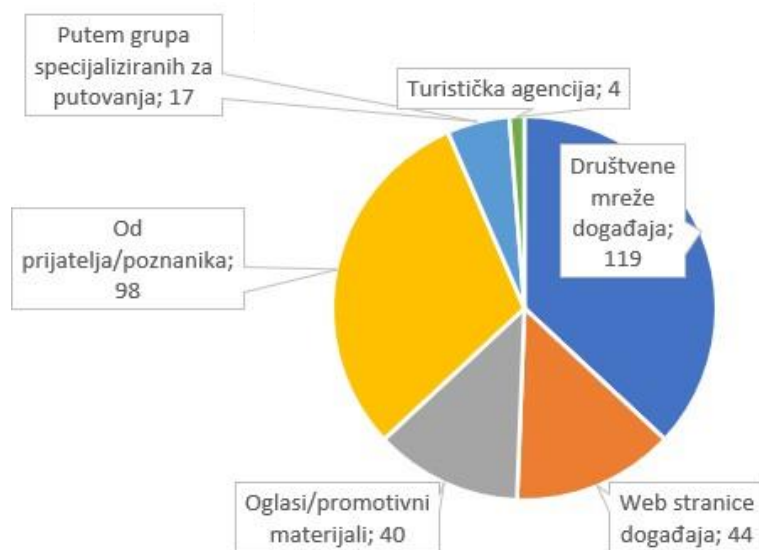
Grafikon 6 Animacijski programi Đakovačkih vezova



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 7 prikazuje načine dobivanja informacija o animacijskim programima. Najveći broj ispitanika, njih 119, saznao je za programe putem društvenih mreža, što pokazuje njihovu važnost u promociji događaja. Web stranice događaja bile su drugi najčešći izvor informacija s 44 ispitanika, dok su oglasi i promotivni materijali informirali 40 ispitanika. Od prijatelja i poznanika informacije je dobilo 98 ispitanika, što naglašava značaj usmene predaje. Manje zastupljeni izvori su grupe specijalizirane za putovanja, koje su koristili 17 ispitanika, i turističke agencije s najmanje korištenim načinom dobivanja informacija, od strane samo 4 ispitanika. Osim tako, ispitanici su također pod opciju ostalo navodili sljedeće: „Živim u Đakovu pa sam otprilike upućena u program“ te još dodatno 3 ispitanika navode radio kao izvor podataka a 5 ispitanika navodi Slavonsku televiziju (STV) kao izvor podataka. Ovi podaci pokazuju kako su društvene mreže i osobne preporuke ključni za informiranje o animacijskim programima, dok turističke agencije igraju manju ulogu.

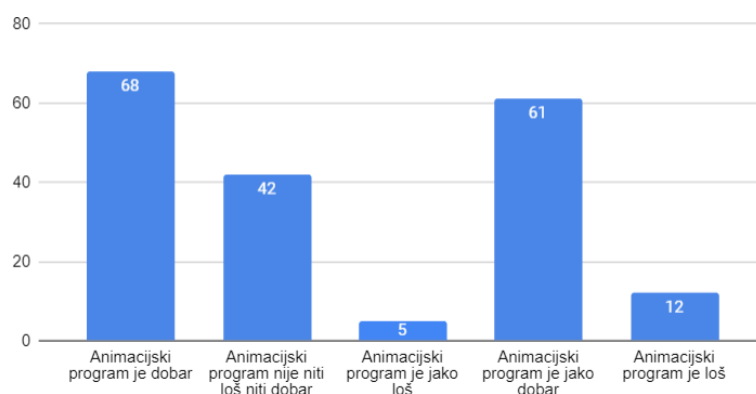
Grafikon 7 Način dobivanja informacija o animacijskim programima



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Dani otvorenih vrata vinskih podruma Đakovačkog vinogorja jedan je od animacijskih programa. Prema grafikonu 8 vidljivo je sa taj program 68 ispitanika ocjenjuje kao dobar, 61 ispitanik kao jako dobar, 42 ispitanika za program tvrde da nije niti loš niti dobar. 12 ispitanika dane otvorenih vrata vinskih podruma Đakovačkog vinogorja ocjenjuje kao loš program a čak 5 ispitanika program ocjenjuje kao jako loš.

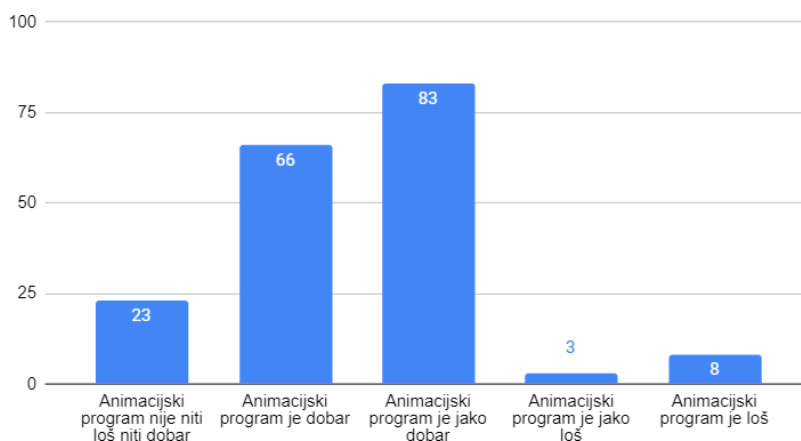
Grafikon 8 Ocjena animacijskog programa "Dani otvorenih vrata vinskih podruma Đakovačkog vinogorja"



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Povorka Malih vezova animacijski je program u kojem se dječje skupine predstavljaju. Prema grafikonu 9 vidljivo je da 83 ispitanika taj animacijski program smatraju jako dobrim a 66 ispitanika dobrim. 23 ispitanika animacijski program povorke Malih vezova ne smatraju niti dobrim niti lošim . 8 ispitanika animacijski program smatra loši a 3 ispitanika ga smatraju jako lošim.

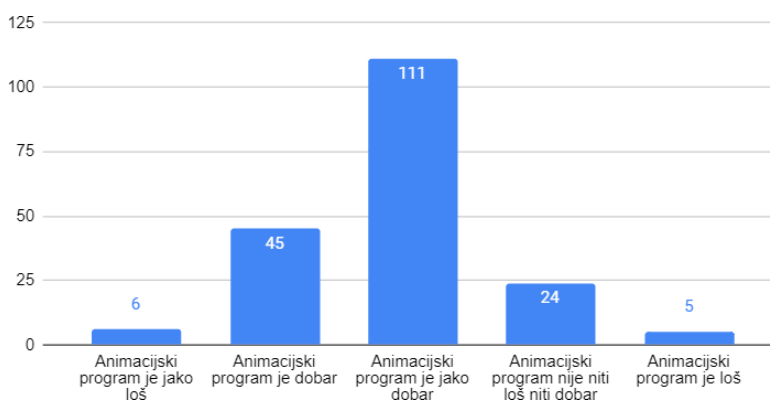
Grafikon 9 Ocjena animacijskog programa "Povorka Malih vezova"



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Svečana povorka Đakovačkih vezova smatra se glavnim animacijskim programom cijele manifestacije. Grafikon 10 prikazuje zadovoljstvo ispitanika Svečanom povorkom Đakovačkih vezova. 111 ispitanika Svečanu povorku Đakovačkih vezova i cijeli njezin animacijski program smatra kao jako dobrim. 45 ispitanika smatra da je taj animacijski program dobar a 24 ispitanika animacijski program ocjenjuju kao niti dobar niti loš. Da je animacijski program loš, ocijenilo je 5 ispitanika a da je jako loš ocijenilo je 6 ispitanika.

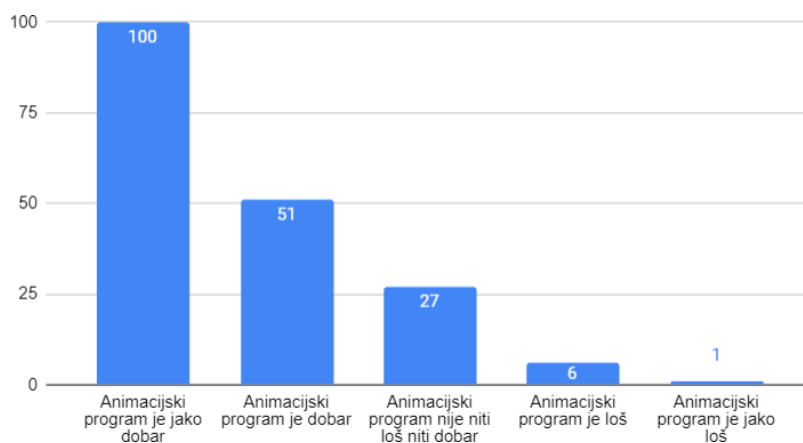
Grafikon 10 Ocjena animacijskog programa "Svečana povorka Đakovačkih vezova"



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Smotra folklor Hrvatske animacijski je program kojeg je, prema grafikonu 11 100 ispitanika ocijenilo kao jako dobar a 51 ispitanik kao dobar animacijski program. Da smotra folklor Hrvatske nije niti dobra niti loše ocijenilo je 27 ispitanika, 6 ispitanika ocijenilo je smotru folklor kao lošu a samo 1 ispitanik ocijenio je taj animacijski program kao jako loš.

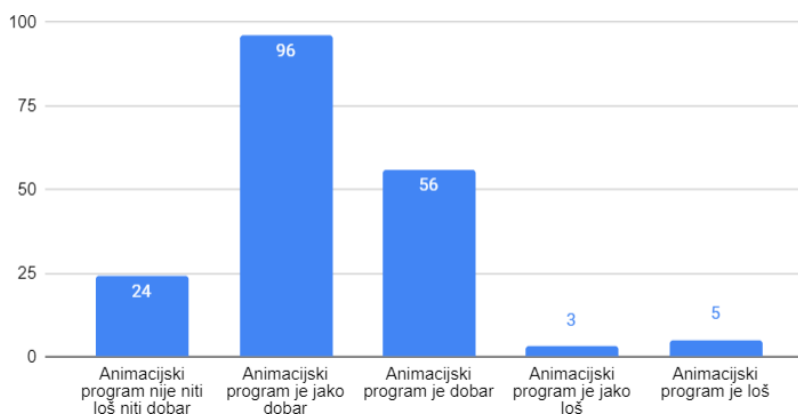
Grafikon 11 Ocjena animacijskog programa "Smotra folklor Hrvatske"



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Prema podacima s grafikona 12, animacijski program smotra folklor Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema ocjenjen je kao jako dobra od strane 96 ispitanika. 56 ispitanika animacijski program ocijenilo je kao dobar a 24 ispitanika su rekli da animacijski program nije niti loš niti dobar. Da je animacijski program loš, ocijenilo je 5 ispitanika a 3 ispitanika animacijski program ocijenili su kao jako loš.

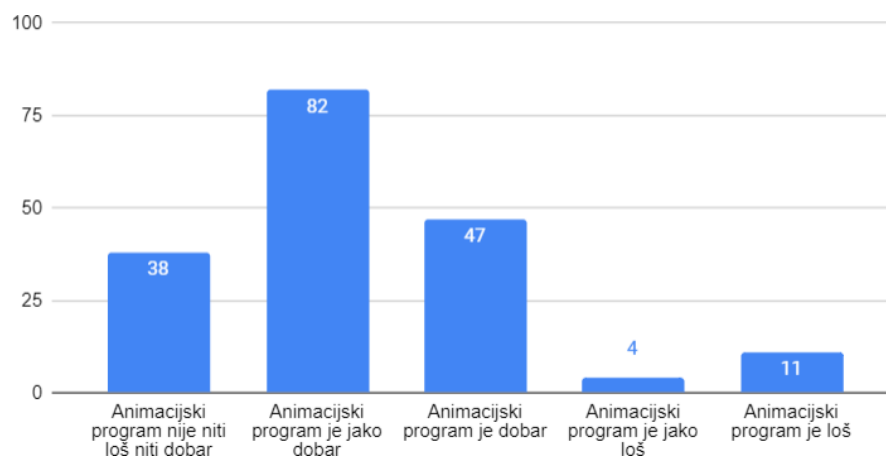
Grafikon 12 Ocjena animacijskog programa "Smotra folklor Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema"



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Na grafikonu 13 vidljivo je da su ispitanici animacijski program pod nazivom Radionica odijevanja narodnih nošnji Đakovštine ocijenili kao jako dobar, čak njih 82. Da je animacijski program dobar ocijenilo je 47 ispitanika a njih 38 smatra da animacijski program nije niti dobar niti loš. Da je animacijski program loš ocijenilo je 11 ispitanika a 4 ispitanika animacijski program ocjenjuju jako lošim.

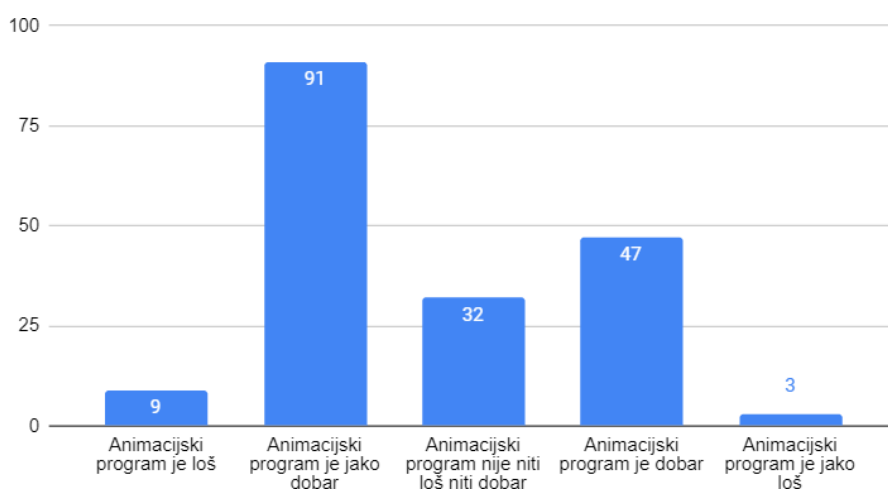
Grafikon 13 Ocjena animacijskog programa "Radionica odijevanja narodnih nošnji Đakovštine"



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Gastrofest animacijski je program koji turiste uči pripremi tradicionalnih jela Slavonije i Baranje. Na grafikonu 14 prikazane su ocjene tog animacijskog programa. 91 ispitanik ocijenio je Gastrofest kao jako dobar a 47 ispitanika kao dobar. 32 ispitanika taj animacijski program ocjenjuju da nije niti dobar niti loš. Da je animacijski program loš ocijenilo je 9 ispitanika a da je jako loš 3.

Grafikon 14 Ocjena animacijskog programa "Gastrofest"

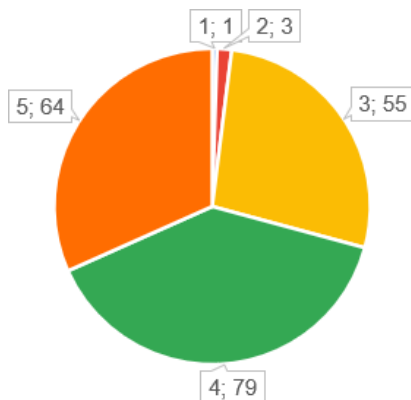


Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 15 prikazuje ocjene animacijskog programa za djecu od 0 do 13.99 godina na Đakovačkim vezovima. Ocjene su raspoređene od 1 do 5, gdje je ocjenu 1 dalo 1 ispitanik,

ocjenu 2 dalo 3 ispitanika, ocjenu 3 dalo 55 ispitanika, ocjenu 4 dalo 79 ispitanika, ocjenu 5 dalo 64 ispitanika

Grafikon 15 Ocjena animacijskog programa za djecu od 0 do 13.99 godina na Đakovačkim vezovima



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 16 prikazuje vjerojatnost ponovnog dolaska na temelju zadovoljstva animacijskim programima. Plavi dio kružnog grafikona, koji čini 87% ispitanika, pokazuje da su oni zadovoljni programom i spremni su ponovno doći. Crveni dio, koji predstavlja 13% ispitanika, pokazuje da nisu spremni ponovno doći. To znači da većina ispitanika planira ponovni dolazak zbog zadovoljstva animacijskim programima.

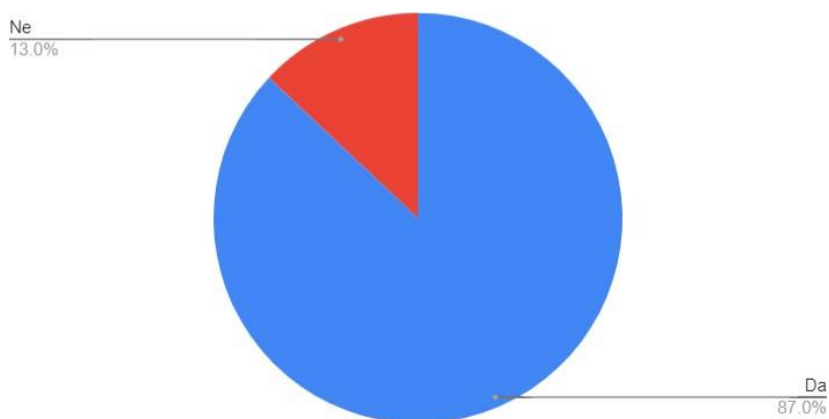
U sklopu ankete, posjetitelji su imali priliku ostaviti svoje komentare o animacijskim programima tijekom Đakovačkih vezova. Neki od tih komentara uključuju:

„Treba smanjiti cijenu hrane kako bi ljudi mogli više toga pojesti i dobro se najesti, a ne otići kući praznog želuca.“

„Potreban je bolji glazbeni program.“

„Sve pohvale organizaciji i samoj manifestaciji.“

Grafikon 16 Vjerojatnost ponovnog dolaska na temelju zadovoljstva animacijskim programima

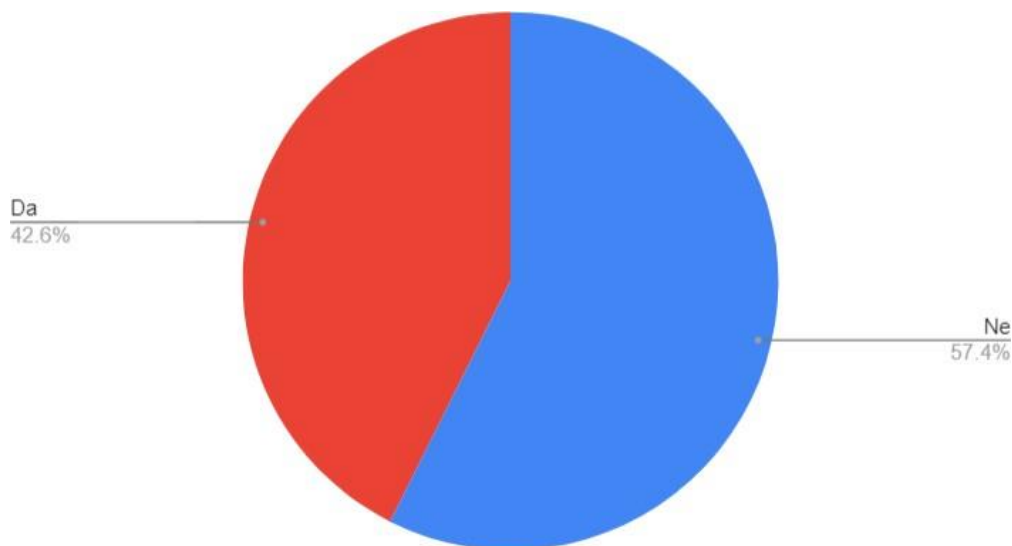


Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

6.3.2. HeadOnEast

Grafikon 17 prikazuje podatke o posjetiteljima manifestacije HeadOnEast na temelju ankete. Ukupan broj ispitanika bio je 317. 42,6% ispitanika (135 ispitanika) označilo je da su posjetili manifestaciju. 57,4% ispitanika (182 ispitanika) označilo je da nisu posjetili manifestaciju. Rezultati pokazuju da je veći broj ispitanika (57,4%) nije posjetio manifestaciju HeadOnEast, dok je značajan broj (42,6%) ipak bio prisutan.

Grafikon 17 Posjetitelji manifestacije HeadOnEast

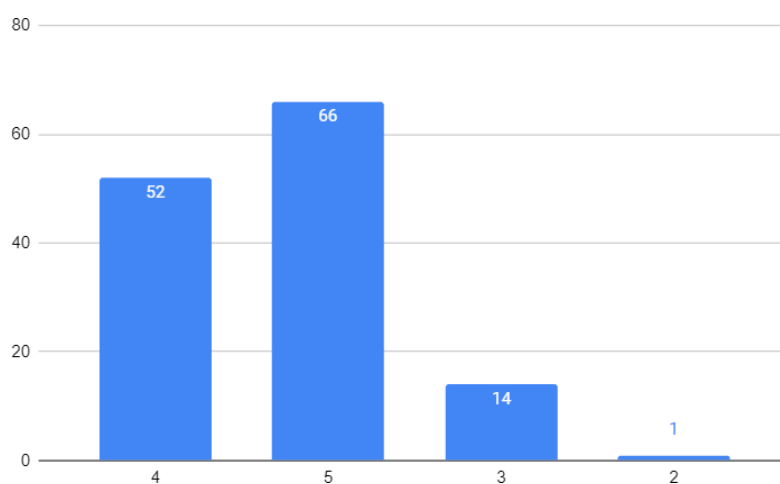


Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Zadovoljstvo organizacijom cjelokupnog događaja od ključne je važnosti za zadovoljstvo određenim animacijskim programom. Prema grafikonu 18 možemo vidjeti da je čak 66

ispitanika cjelokupnu organizaciju HeadOnEast-a ocijenilo sa ocjenom 5 – jako dobro. 52 ispitanika organizaciju HeadOnEast-a ocjenjuje ocjenom 4 – dobro, a samo 14 ispitanika ocjenom 3 – niti dobro niti loše. Da je organizacija HeadOnEasta 2 – loša, ocijenila je jedna osoba.

Grafikon 18 Ocjena kvalitete cjelokupne manifestacije HeadOnEast ocjenom od 1 do 5 gdje je 1- jako loše, 5 - jako dobro

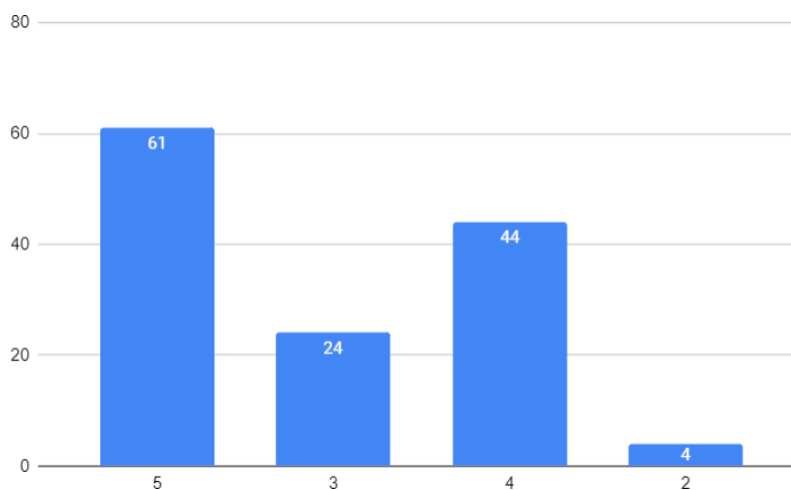


Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Animacijski programi su ključni dio manifestacija, a njihova ocjena može otkriti specifične probleme ili prednosti. Prema Grafiku 19, animacijske programe na manifestaciji ocijenilo je ukupno 133 ispitanika. Ocjenu 5 – jako dobro, dao je 61 ispitanik, dok je 44 ispitanika dalo ocjenu 4 – dobar. Ocjenom 3 – niti dobri niti loši, animacijske programe ocijenilo je 24 ispitanika. Samo 4 ispitanika su dali ocjenu 2 – loše. Ovi rezultati pružaju uvid u percepciju

kvalitete animacijskih programa i mogu pomoći u identifikaciji područja koja treba poboljšati ili istaknuti kao prednosti.

Grafikon 19 Ocjena animacijskih programa manifestacije HeadOnEast ocjenom od 1 do 5, gdje je 1 - jako loše a 5 - jako dobro

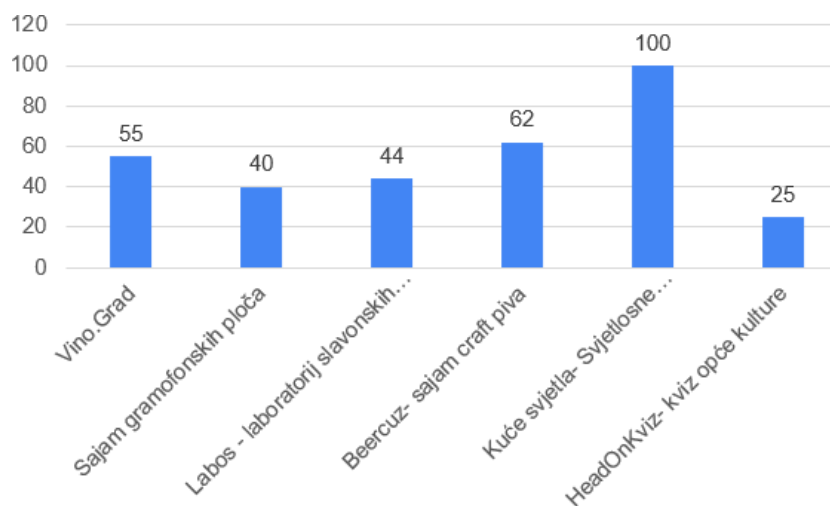


Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Tijekom manifestacije HeadOnEast provode se razni animacijski programi. Ispitanici su imali mogućnost odabrati programe koji im se najviše sviđaju i koje rado posjećuju, s mogućnošću višestrukog odabira. Grafikon 20 prikazuje rezultate tih izbora.

Vino. Grad: ovaj program privukao je 55 ispitanika. Sajam gramofonskih ploča: Odabralo ga je 40 ispitanika. Labos - laboratorij slavonskih okusa: Ovaj program privukao je 44 ispitanika. Beercuz - sajam craft piva: Privukao je 62 ispitanika. Kuće svjetla - Svjetlosne instalacije: Najpopularniji program sa 100 ispitanika koji su ga odabrali. HeadOnKviz- Kviz opće kulture: Najmanje ispitanika, njih 25, odabralo je ovaj program.

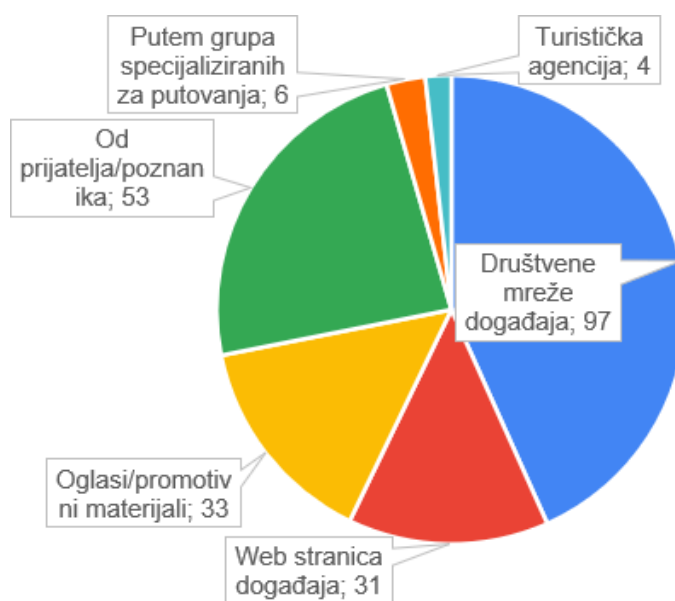
Grafikon 20 Animacijski programi tijekom manifestacije HeadOnEast



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 21 prikazuje izvore informacija o animacijskim programima. Najveći broj ispitanika informacije dobiva putem društvenih mreža događaja, čak njih 97, što pokazuje da su društvene mreže najpopularniji izvor informacija. Drugi najčešći izvor su prijatelji i poznanici, što je odabralo 53 ispitanika, što ukazuje na važnost osobnih preporuka. Oglasi i promotivni materijali također igraju značajnu ulogu jer su 33 ispitanika odabrala taj odgovor, dok se mnogi informiraju putem web stranica događaja njih 31. Manji broj ispitanika koristi specijalizirane grupe za putovanja, njih 6 i turističke agencije, samo njih 4 za dobivanje informacija o animacijskim programima.

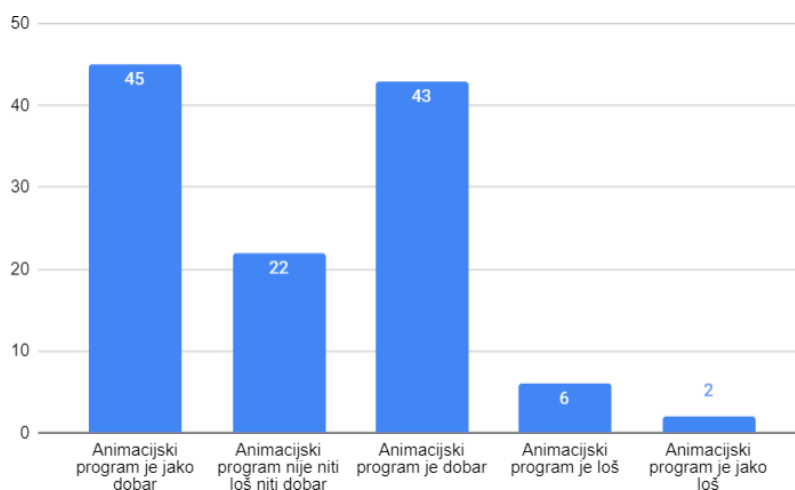
Grafikon 21 Dobivanje informacija o animacijskim programima



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Vino.Grad jedan je od animacijskih programa. Prema grafikonu 22 vidljivo je sa taj program 43 ispitanika ocjenjuje kao dobar, 45 ispitanik kao jako dobar, 22 ispitanika za program tvrde da nije niti loš niti dobar. 6 ispitanika Vino.Grad ocjenjuje kao loš program a čak 2 ispitanika program ocjenjuje kao jako loš.

Grafikon 22 Ocjena animacijskog programa Vino.Grad

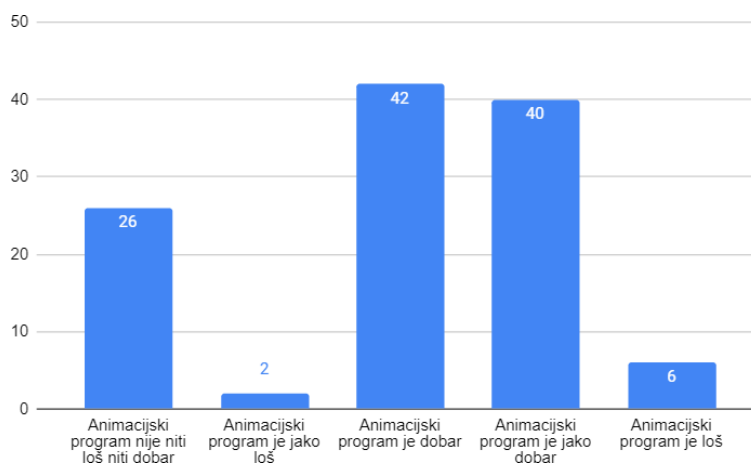


Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 23 prikazuje rezultate ankete o ocjenama animacijskog programa Sajma gramofonskih ploča. Najveći broj ispitanika, njih 42, ocijenilo je program kao dobar. Slijedi

ocjena jako dobar s 40 ispitanika. Ocjenu nije niti loš niti dobar dalo je 26 ispitanika, dok je 6 ispitanika ocijenilo program kao loš, a samo 2 ispitanika su smatrala da je program jako loš.

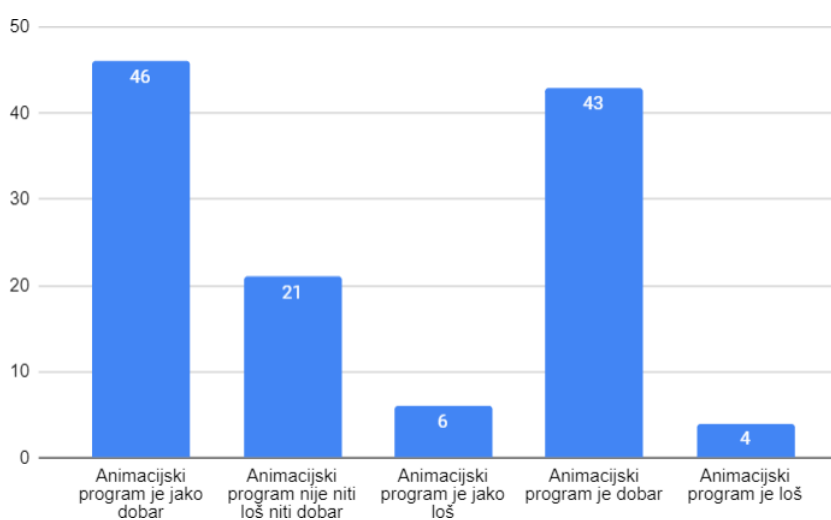
Grafikon 23 Ocjena animacijskog programa Sajam gramofonskih ploča



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Na grafikonu 24 vidljive su ocjene za animacijski program pod nazivom Labos – laboratorij slavonskih žestica. Animacijski program su ispitanici ocijenili na sljedeći način: 46 ispitanika ocijenilo je animacijski program kao jako dobar, 43 ispitanika kao dobar, 21 ispitanik ocijenio je da program nije niti dobar niti loš, 4 ispitanika program su ocijenili kao loš a čak 6 ispitanika animacijski program su ocijenili kao jako loš.

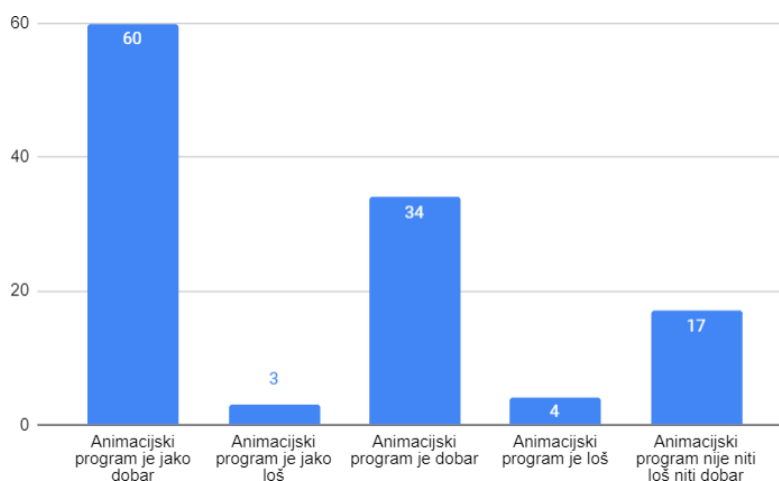
Grafikon 24 Ocjena animacijskog programa Labos - laboratorij slavonskih žestica



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 25 prikazuje rezultate ankete o ocjenama animacijskog programa na Beercuz sajmu craft piva. Najveći broj ispitanika, njih 60, ocijenilo je program kao jako dobar. Slijedi ocjena dobar s 34 ispitanika. Ocjenu nije niti loš niti dobar dalo je 17 ispitanika, dok je 4 ispitanika ocijenilo program kao loš, a samo 3 ispitanika su smatrala da je program jako loš. Ovi rezultati pokazuju da većina ispitanika ima vrlo pozitivno mišljenje o animacijskom programu.

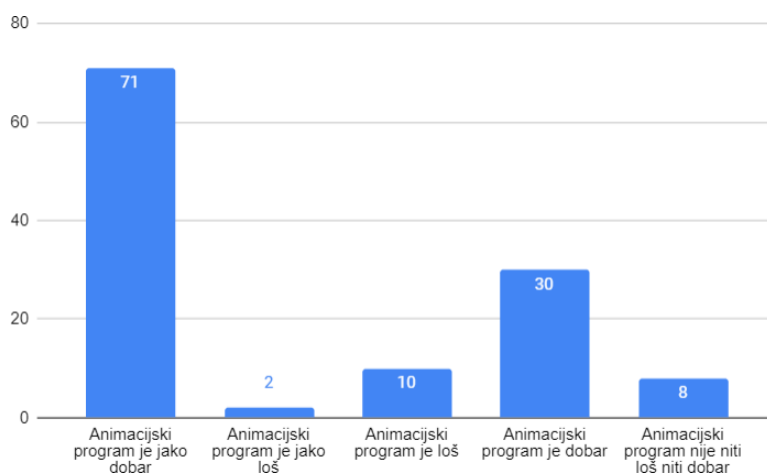
Grafikon 25 Ocjena animacijskog programa Beercuz- sajam craft piva



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Na grafikonu 26 vidljivo je da su ispitanici animacijski program pod nazivom Kuće svjetla- Svjetlosne instalacije u Tvrđi kao jako dobar, čak njih 71. Da je animacijski program dobar ocijenilo je 30 ispitanika a njih 8 smatra da animacijski program nije niti dobar niti loš. Da je animacijski program loš ocijenilo je 10 ispitanika a 2 ispitanika animacijski program ocjenjuju jako lošim.

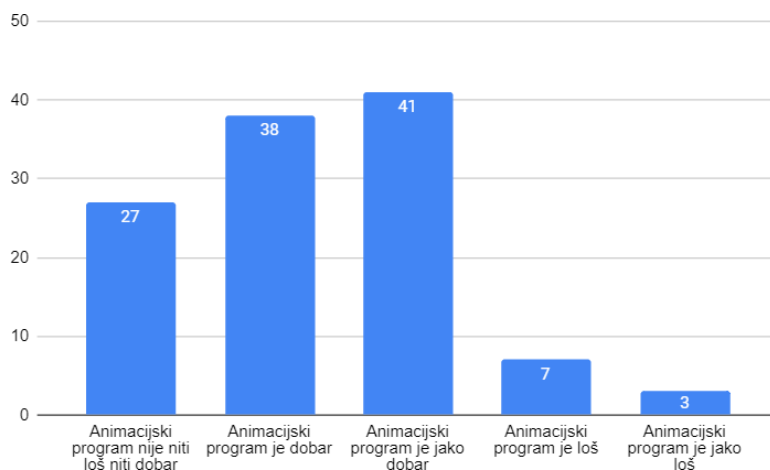
Grafikon 26 Ocjena animacijskog programa Kuće svjetla- Svjetlosne instalacije u Tvrđi



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Animacijski program HeadOnKviz jedna je od najnovijih animacijskih programa na manifestaciji. Na grafikonu 27 vidljivo je da 41 ispitanik ocjenjuje animacijski kao jako dobar, 38 ispitanika kao dobar a 27 ispitanika ocjenjuje animacijski program da nije niti loš niti dobar. 7 ispitanik program smatra lošim a njih 3 program smatra jako lošim.

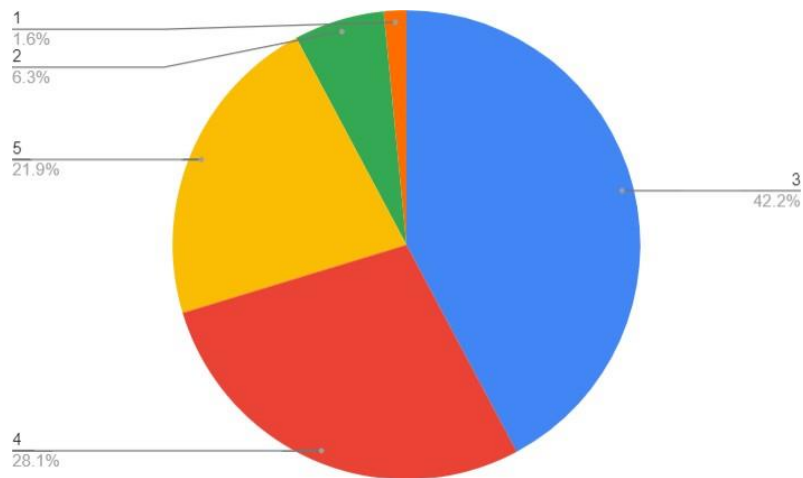
Grafikon 27 Ocjena animacijskog programa HeadOnKviz- kviz opće kulture



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon prikazuje ocjene zadovoljstva animacijskim programima za djecu od 0 do 13.99 godina na manifestaciji HeadOnEast. Najveći postotak ispitanika (42.2%) dao je ocjenu 3. Slijedi ocjena 4, koju je dalo 28.1% ispitanika. Ocjenu 5 dalo je 21.9% ispitanika. Ocjenu 2 dalo je 6.3% ispitanika. Najmanji postotak, 1.6%, dao je ocjenu 1. Ovi rezultati pokazuju da većina ispitanika ima srednje do visoko zadovoljstvo animacijskim programima, s najvećim naglaskom na srednju ocjenu 3.

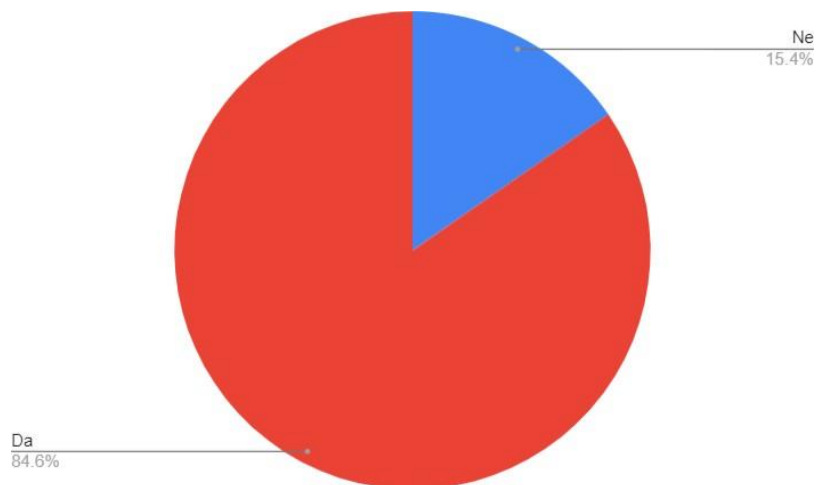
Grafikon 28 Zadovoljstvo ispitanika animacijski programima za djecu od 0 do 13.99 godina na manifestaciji HeadOnEast



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Osim funkcije zadovoljstva potreba gosta i poticaja potrošnje gosta, animacijski programi imaju i funkciju da svojim karakteristikama gosta privuku i sljedeći put da se uključi u njih. Prema grafikonu 29 vidljivo je da više od 84%, što je 110 ispitanika Bircuz planira ponovo sudjelovati u animacijskim programima na manifestaciji HeadOnEast jer su bili zadovoljni animacijskim programima dok njih manje od 16%, što je 120 ispitanika ne planira ponovo sudjelovati.

Grafikon 29 Vjerojatnost ponovnog dolaska na temelju zadovoljstva animacijskim programima



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

U sklopu ankete, posjetitelji su imali priliku ostaviti svoje komentare o animacijskim programima tijekom manifestacije HeadOnEast. Neki od tih komentara uključuju:

„Potrebno je više raditi na sadržajima za djecu“

„Prošle godine su spojili HeadOnEast i Beer fest koji se inače održava u Sunčanoj ulici pa je stoga bilo užasno puno ljudi, nije bilo mjesta za stat i normalno popit pivo s društvom, bilo je previše djece iako inače (kad se beer fest održava u Sunčanoj ulici) djece tamo nema. HeadOnEast je nešto za cijelu obitelj dok je Beer fest za ljubitelje piva, te dvije manifestacije po mom mišljenju ne idu zajedno.“

„Trebaju uvesti novih sadržaja. Ponavljaju se iz godine u godinu te pokušavaju kopirati Špancirfest, a zapravo ispadnu vrlo loša kopija (pogotovo s uličnim zabavljačima). Ima prostora za napredak.“

„Trebalo bi više poraditi na oglašavanju HeadOnEast-a zbog blizine nekoliko država, interes bi bio puno veći, puno više ljudi odlazilo u nekoliko gradova izvan Hrvatske iako su slabiji događaji bolje su oglašavani te imaju više posjeta samo zbog toga“

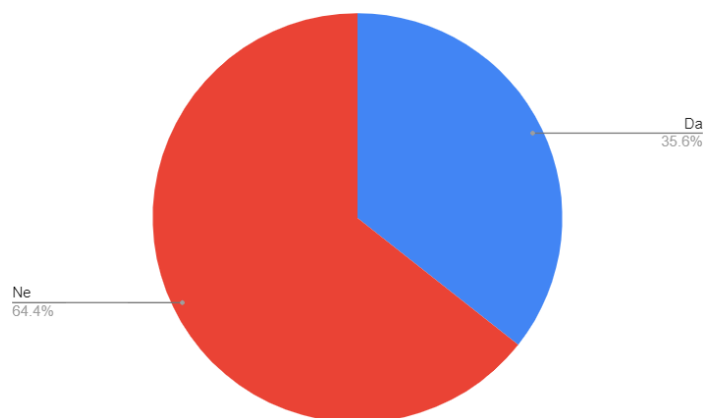
„Sviđa mi se što mijenjaju lokaciju svaki put i svaki put bude fenomenalno i posebno.“

„Nema baš nekih animacijskih programa za djecu, dosta pusto, jako se loše promoviraju i često ne prate program (ne događa se ono što se treba događati)“

6.3.3. Vinski Bor maraton u Zmajevcu

Grafikon 30 prikazuje podatke o posjetiteljima manifestacije Vinski Bor maraton u Zmajevcu na temelju ankete. Ukupan broj ispitanika bio je 317. 35,6% ispitanika (113 ispitanika) označilo je da su posjetili manifestaciju. 64,4% ispitanika (204 ispitanika) označilo je da nisu posjetili manifestaciju. Rezultati pokazuju da je veći broj ispitanika (64,4%) nije posjetio manifestaciju HeadOnEast, dok je značajan broj (35,6%) ipak bio prisutan.

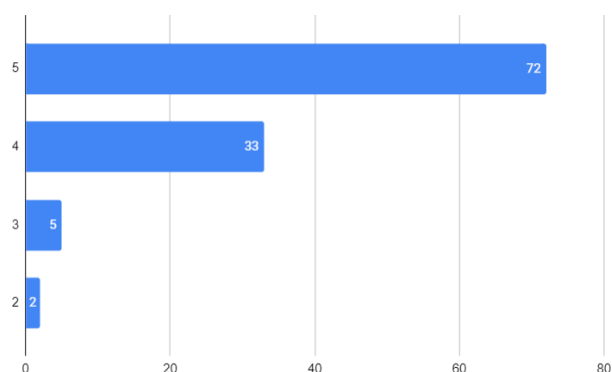
Grafikon 30 Posjetitelji manifestacije Vinsko Bor maraton u Zmajevcu



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 31 prikazuje ocjene kvalitete cjelokupne manifestacije Vinsko Bor maraton u Zmajevcu prema ocjenama od 1 do 5, gdje je 1 "jako loše", a 5 "jako dobro". Najveći broj ispitanika, njih 72, ocijenilo je manifestaciju s ocjenom 5 (jako dobro). Ocjenu 4 dalo je 33 ispitanika. Ocjenu 3 dalo je 5 ispitanika. Najmanje ocjena, 2, dobilo je 2 ispitanika. Rezultati pokazuju da je velika većina ispitanika (105 od ukupno 112) imala vrlo pozitivno mišljenje o manifestaciji, ocjenjujući je s ocjenama 4 i 5.

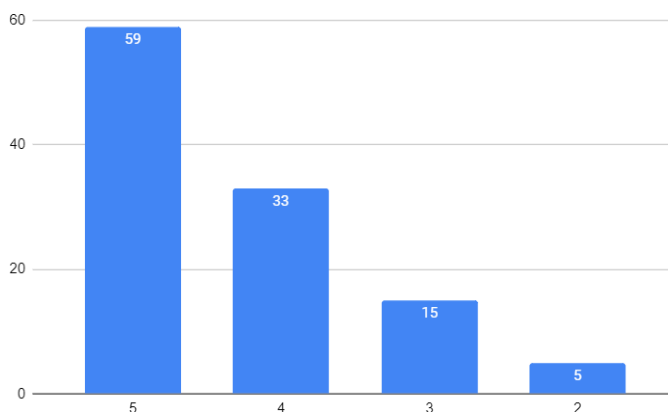
Grafikon 31 Ocjena kvalitete cjelokupne manifestacije Vinsko Bor maraton u Zmajevcu ocjenom od 1 do 5 gdje je 1- jako loše, 5 - jako dobro



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon prikazuje ocjene animacijskih programa manifestacije Vinski Bor maraton u Zmajevcu prema ocjenama od 1 do 5, gdje je 1 "jako loše", a 5 "jako dobro". Najveći broj ispitanika, njih 59, ocijenilo je program s ocjenom 5, što predstavlja "jako dobro". Ocjenu 4 dalo je 33 ispitanika, dok je 15 ispitanika ocijenilo program ocjenom 3. 5 ispitanika ocijenilo je program ocjenom 2.

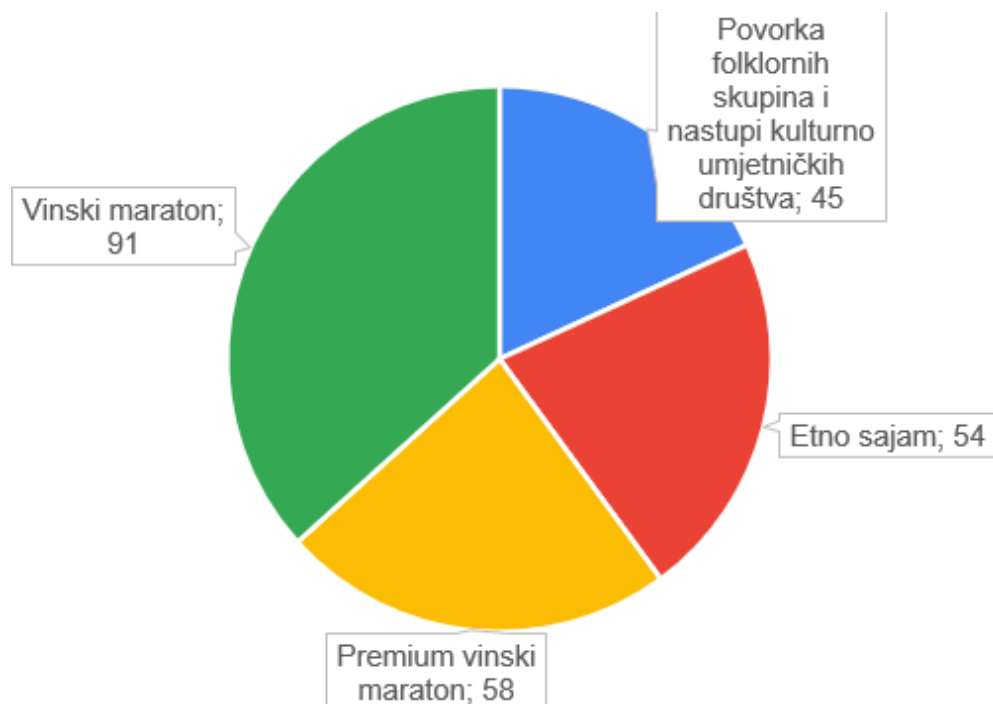
Grafikon 32 Ocjena animacijskih programa manifestacije Vinski Bor maraton u Zmajevcu ocjenom od 1 do 5, gdje je 1 - jako loše a 5 - jako dobro



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Tijekom manifestacije Vinski Bor maraton u Zmajevcu provode se razni animacijski programi. Ispitanici su imali mogućnost odabrati programe koji im se najviše sviđaju i koje rado posjećuju, s mogućnošću višestrukog odabira. Grafikon 33 prikazuje rezultate tih izbora. Povorka folklornih skupina i nastupi kulturno umjetničkih društva: Ovaj program privukao je 45 ispitanika. Etno sajam: Odabrao ga je 54 ispitanika. Premium vinski maraton: Ovaj program privukao je 58 ispitanika. Vinski maraton: Privukao je 91 ispitanika.

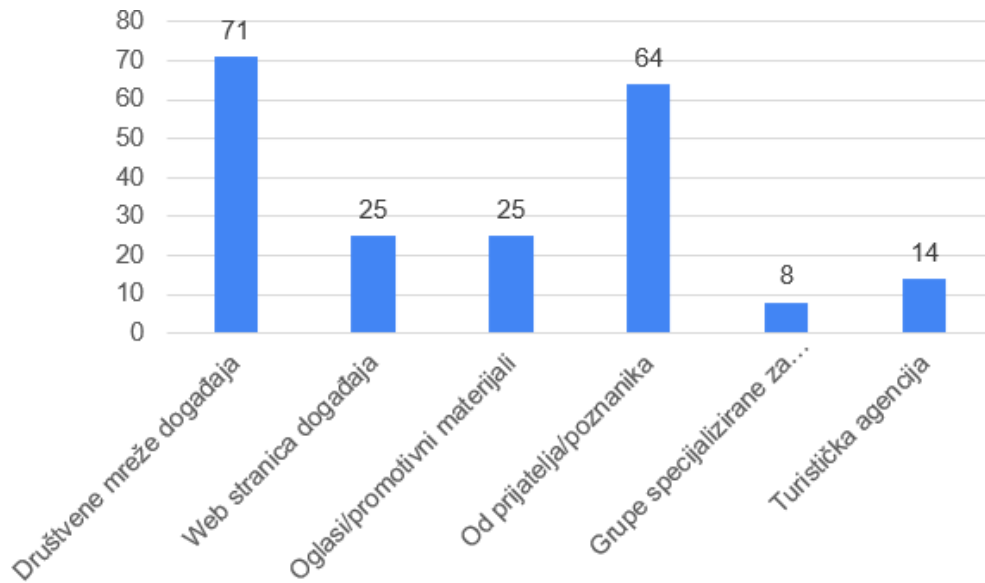
Grafikon 33 Animacijski programi tijekom manifestacije Vinski Bor maraton u Zmajevcu



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 34 prikazuje izvore informacija o animacijskim programima. Najveći broj ispitanika informacije dobiva putem društvenih mreža događaja, čak njih 71, što pokazuje da su društvene mreže najpopularniji izvor informacija. Drugi najčešći izvor su prijatelji i poznanici, što je odabralo 64 ispitanika, što ukazuje na važnost osobnih preporuka. Oglasi i promotivni materijali također igraju značajnu ulogu jer su 25 ispitanika odabrala taj odgovor, dok se mnogi informiraju putem web stranica događaja njih također 25. Mali broj ispitanika koristi specijalizirane grupe za putovanja, njih 8. Turističke agencije, samo njih 14 koristi za dobivanje informacija o animacijskim programima.

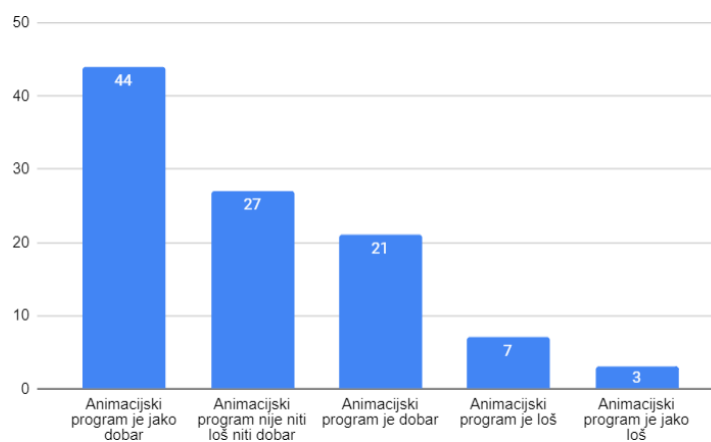
Grafikon 34 Dobivanje informacija o animacijskim programima



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 35 prikazuje ocjene animacijskog programa Povorka folklornih skupina i nastupi kulturno umjetničkih društava. Najveći broj ispitanika, njih 44, ocijenilo je program kao jako dobar. Ocjenu nije niti loš niti dobar dalo je 27 ispitanika. Ocjenu dobar dalo je 21 ispitanik. Ocjenu loš dalo je 7 ispitanika. Najmanji broj ispitanika, njih 3, ocijenilo je program kao jako loš.

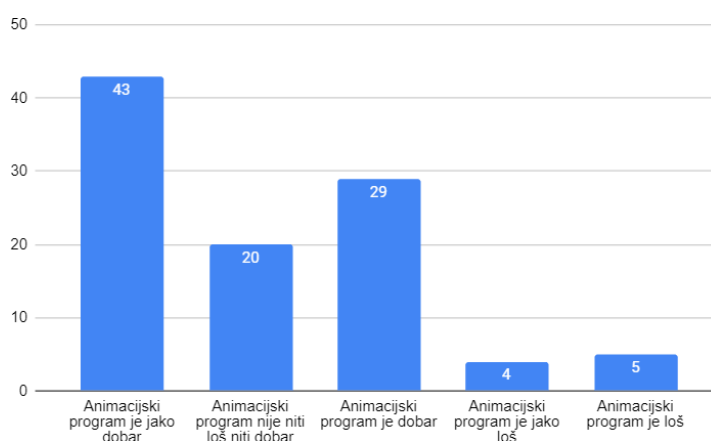
Grafikon 35 Ocjena animacijskog programa Povorka folklornih skupina i nastupi kulturno umjetničkih društva



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 36 prikazuje rezultate ankete o ocjenama animacijskog programa Etno sajma. Najveći broj ispitanika, njih 43, ocijenilo je program kao "jako dobar". Slijedi 29 ispitanika koji su program ocijenili kao "dobar". Ocjenu "nije niti loš niti dobar" dalo je 20 ispitanika. Manji broj ispitanika bio je nezadovoljan programom: njih 5 ocijenilo je program kao "loš", dok je najmanje ispitanika, njih 4, dalo ocjenu "jako loš". Ovi rezultati pokazuju da je većina sudionika imala pozitivno mišljenje o animacijskom programu Etno sajma.

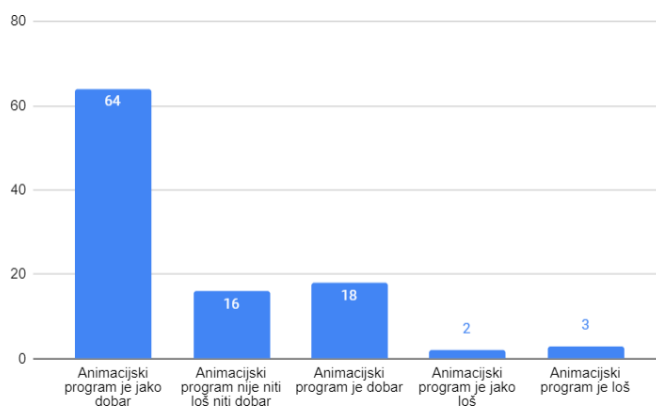
Grafikon 36 Ocjena animacijskog programa Etno sajam



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Premium vinski maraton najava je za glavno događanje, Vinski Bor maraton. Prema grafikonu 37 Premium vinski maraton 64 ispitanika ocijenili su kao jako dobar animacijski program. 18 ispitanika ocijenilo ga je kao dobar animacijski program a 16 ispitanika animacijski program je ocijenilo da nije niti dobar niti loš. Da je animacijski program loš, ocijenilo je jako malo ljudi, točnije samo 3, a da je jako loš samo 2 osobe.

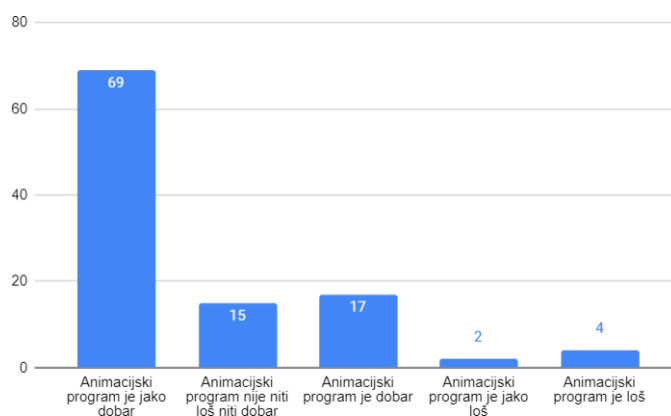
Grafikon 37 Ocjena animacijskog programa Premium maraton



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 38 prikazuje rezultate ankete o ocjenama animacijskog programa Vinski Bor maraton, glavnog i najvažnijeg događaja manifestacije. 69 ispitanika ocijenilo je program kao jako dobar. Sljedeća najčešća ocjena bila je dobar, koju je dalo 17 ispitanika. Ocjenom nije niti loš niti dobar animacijski program ocijenilo je 15 ispitanika. Manje ispitanika bilo je nezadovoljno programom: njih 4 ocijenilo je program kao loš, dok je najmanji broj ispitanika, njih 2, dao ocjenu "jako loš".

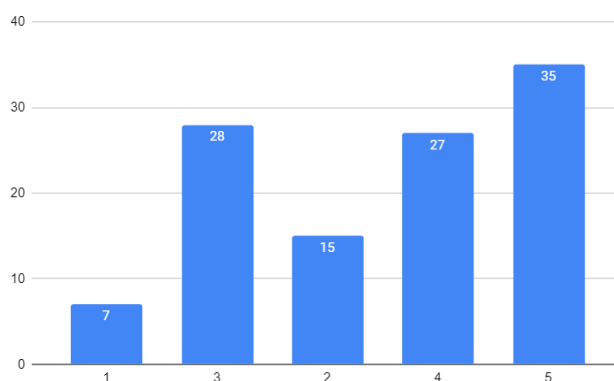
Grafikon 38 Ocjena animacijskog programa Vinski Bor maraton



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 39 pokazuje zadovoljstvo ispitanika animacijskim programima za djecu od 0 do 13.99 godina na Vinskom Bor maratону u Zmajevcu. Većina ispitanika, tj. njih 35 animacijskim programima za djecu dalo je ocjenu 5. nakon toga slijede ih ispitanici koji u dali ocjenu 3, njih 28 i ocjenu 4, svega njih 27. ukupno 15 ispitanika animacijskim programima za djecu dalo je ocjenu 2 a samo 7 ispitanika ocjenu 1.

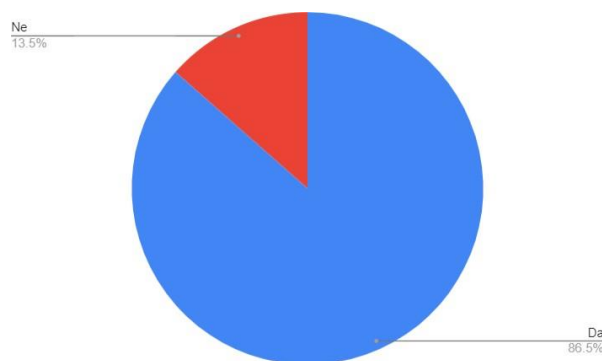
Grafikon 39 Zadovoljstvo ispitanika animacijski programima za djecu od 0 do 13.99 godina na manifestaciji Vinski Bor maraton



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 40 prikazuje rezultate ankete o vjerojatnosti ponovnog dolaska na temelju zadovoljstva animacijskim programima. Većina ispitanika, njih 86.5%, odgovorila je s "Da", što znači da su vrlo zadovoljni animacijskim programima i planiraju ponovno doći. Manji broj ispitanika, njih 13.5%, odgovorio je s "Ne", što ukazuje na nezadovoljstvo ili manju vjerojatnost ponovnog dolaska. Ovi rezultati sugeriraju visok nivo zadovoljstva animacijskim programima među sudionicima.

Grafikon 40 Vjerojatnost ponovnog dolaska na temelju zadovoljstva animacijskim programima



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

U sklopu ankete, posjetitelji su imali priliku ostaviti svoje komentare o animacijskim programima tijekom manifestacije Vinski Bor maraton. Neki od tih komentara uključuju:

„Nema iznenađenja. Organizatori bi trebali svake godine ubaciti poneku novu atrakciju u smislu animacije gostiju. Sve se ponavlja.“

„Veći izbor hrane, duže trajanje npr. Dva vikenda“

„Više propagande , više animacijskih programa, više dana trajanje“

„Jako malo organizatora na maratonu, nema informacija kao pomoć i objašnjenje starijim ljudima“

„Gužva je. Nitko se ne drži reda. Kada je kiša trebali bi dijeliti kišobrane i toplu rakiju“

„Slaba promocija izvan Hrvatske, organizirati izbor najbolje vinarije po izboru posjetitelja“

„Zbog same prirode vinskog maratona gdje se konzumira dosta alkohola trebalo bi osigurati više smještajnih kapaciteta. Mnogi ljudi bi htjeli ostati i nakon maratona a vjerojatno mnogi bi htio doći ranije, no u samoj Baranji nema dovoljno smještajnih kapaciteta naročito na području samog maratona gdje se održava više poraditi kao i na boljoj promociji samih vinarija“

6.4. Ograničenja istraživanja

Istraživanje utjecaja animacijskih programa na zadovoljstvo turista u Slavoniji i Baranji suočava se s nekoliko ograničenja. Prvo, metodologija prikupljanja podataka putem anketa može rezultirati pristranošću uzorka jer su ispitanici sami odlučivali o sudjelovanju. Drugo, demografska struktura ispitanika, većinom žena u dobi između 18 i 29 godina, može utjecati na ravnotežu perspektiva. Istraživanje je obuhvatilo ograničen broj manifestacija, što ne predstavlja cjelokupnu ponudu animacijskih programa u regiji. Također dostupnost i kvaliteta sekundarnih izvora podataka može biti ograničena, što utječe na sveobuhvatnost analize. Najvažnije je određivanje zadovoljstva. Zadovoljstvo je subjektivna mjera i može varirati od osobe do osobe, što predstavlja izazov u tumačenju rezultata. Konačno, vanjski uvjeti poput vremenskih prilika i ekonomske situacije mogu značajno utjecati na turističko ponašanje i zadovoljstvo, ali nisu izravno obuhvaćeni istraživanjem. Unatoč ovim ograničenjima, istraživanje pruža uvide u ulogu animacijskih programa u zadovoljstvu turista u Slavoniji i Baranji. Preporuke za buduća istraživanja uključuju proširenje geografskog područja, dulji period prikupljanja podataka, korištenje raznolikih metodoloških pristupa i širi spektar manifestacija i demografskih skupina kako bi se dobila sveobuhvatnija slika utjecaja animacijskih programa na turističko iskustvo.

7. ANIMACIJSKI PROGRAMI ZA POBOLJAŠANJE TURIZMA U SLAVONIJI I BARANJI

7.1. Đakovački vezovi

Đakovački vezovi su manifestacija koja se događa tijekom mjeseca srpnja i kolovoza u Đakovu. Sama manifestacija sastoji se od mnoštva animacijski programa koji su raspodijeljeni tijekom svih dana trajanja, a najvažniji su Svečana povorka Đakovačkih vezova i Smotra folklora te Mali Đakovački vezovi. Animacijski programi tijekom Đakovačkih vezova koji su osmišljeni u ovom radu temelje se na zadovoljstvu turista samim Đakovačkim vezovima te njihovim komentarima.

1) Folklorni foto natječaj- tijekom Svečane povorke Đakovačkih vezova svi gledatelji svojim mobitelima slikaju određene detalje koji su im se najviše sviđali iz povorke. Slike se prinose na stranicu Đakovačkih vezova za potrebe sudjelovanja u natječaju. Sudionici mogu glasati za sliku koja im se najviše sviđa na stranici a slika s najviše oznaka sviđanja pobjeđuje poklon paket sponzora. Glasanje za najbolju sliku traje od trenutka završetka Svečane povorke do zatvaranja Đakovačkih vezova, gdje je ujedno i proglašenje najbolje slike. Sve slike koje se prijave za natječaj prolaze kontrolu umjetne inteligencije kako bi se utvrdilo da je slika autorska i da već nije objavljena negdje na internetu. Svaki sudionik može prijaviti samo svoju sliku.

2) Đakovačka Moda: Tradicija i Inovacija- u periodu između Svečane povorke Đakovačkih vezova i smotre folklora, događa se animacijski program Đakovačka moda. Ovaj program organizira se u suradnji sa Školom primijenjene umjetnosti i dizajna Osijek, gdje učenici smjera modni dizajn predstavljaju svoje dizajnerske komade. Učenici tijekom školske godine kreiraju dizajnerski komad odjeće koji je spoj nekog dijela narodne nošnje sa modernim elementima.

a) Modna revija- prikaz tradicionalno-modnih komada koje su izradili učenici. Revija se događa na glavnoj pozornici u parku. Sudjelovanje je besplatno. Poslije revije komadi odjeće prikazani na reviji dostupni za prodaju.

b) Radionica dizajna- učenici Škole primijenjene umjetnosti i dizajna Osijek zajedno sa članovima kulturno-umjetničkih društva organiziraju radionicu gdje sudionici kreiraju svoj vlastiti komad odjeće uz korištenje tradicionalnih motiva iz cijele Hrvatske. Kotizacija za sudjelovanje na ovom animacijskom programu iznosi 10 eura, a svaki sudionik dobiva majicu i platnenu torbu koji ukrašava tijekom radionice. Jedna grupa se sastoji od 20 sudionika i traje 2 sata, a tijekom dana održava se 5 takvih grupa. Sudionicima je osigurano piće.

3) Unaprijeđeni gastrofest- gastrofest je sastavni dio svakih Đakovačkih vezova i skoro svaki dan organizira se natjecanje u kuhanju raznih slavonskih jela. Kako bi se gastrofest unaprijeđio i podigao na novu razinu, potrebno je uvesti nove animacijski programe.

a) Kulinarske demonstracije- poznati kuhari poput Maria Mandarić, Dine Galvagno, Ante Udovičić i drugi pripremaju tradicionalna hrvatska jela uz interaktivne prezentacije. Sudjelovanje je besplatno a demonstracija kuhanja događa se u glavnom šatoru. Nakon demonstracije posjetitelji jela mogu i kušati po pristupačnim cijenama.

b) Gastro radionice- osim demonstracija s kuharima, događaju se i gastro radionice gdje timovi od 5 članova kuhaju tradicionalna hrvatska jela a poznati kuhari ih ocjenjuju. Kotizacija za sudjelovanje iznosi 10 eura a svaki tim sam donosi namjernice potrebne za kuhanje. Najbolji tim osvaja poklon paket sponzora.

4) Noćna legenda- na određenim lokacijama kroz grad postavljaju se svjetlosne instalacije koje predstavljaju određenu priču ili legendu vezanu uz Đakovo. Ispred svake instalacije postavljen je dvodimenzionalni matrični barkod čijim se skeniranjem pristupa određenoj priči ili legendi vezanoj za to mjesto. Osim pisane priče ili legende, dostupan je i kratki animirani video kako bi se najmlađima približila povijest tog područja.

5) Đakovo kroz naočale vremena- animacijski program koji koristi virtualnu realnost da bi posjetiteljima pobliže objasnila i prikazala povijest Đakova.

a) Đakovo kroz stoljeća- posjetitelji uz pomoć naočala virtualne realnosti otkrivaju različite povijesne epohe Đakova. Neke od tih epoha su rekonstrukcija života u Đakovu tijekom srednjeg vijeka, uključujući prizore iz svakodnevnog života, tržišta i obrta; Prikaz gradnje Đakovačke katedrale, jednog od najvažnijih arhitektonskih spomenika grada; Doživljaj baroknog Đakova s naglaskom na kulturni i društveni život toga vremena. Sudjelovanje na ovom animacijskom programu se naplaćuju 5 eura, a jedna epizoda sa naočalama virtualne realnosti traje 10 minuta.

b) Bitka za Đakovo- ovaj animacijski program se događa na Državnoj ergeli lipicanaca u Đakovu. Posjetitelj koji se kreće na konju sa naočala virtualne realnosti može birati između dva prikaza : Doživljaj opsade i obrane grada od Osmanlijskih snaga ili Prikaz događaja iz Drugog svjetskog rata i kako su utjecali na Đakovo. Sudjelovanje na ovom animacijskom programu se naplaćuju 10 eura a jedna epizoda sa naočalama virtualne realnosti traje 30 minuta. Tijekom epizode uz koji jaše konja je volonter koji navigira konja i brine za sigurnost jahača.

7.2. HeadOnEast

HeadOnEast je manifestacija koja se održava 3 dana i kroz ta 3 dana događaju se razni animacijski programi. Na temelju zadovoljstva turista animacijskim programima na festivalu HeadOnEast osmišljeni su dodatni animacijski programi koji bi festival mogli bolje unaprijediti. Osmišljeno je 4 nova animacijska programa koji bi festivalu pružili mogućnost da svoje trajanje produži na još jedan dan duže.

1) Virtualni povratak u budućnosti – Slavonija i Baranja su regije s bogatom poviješću koja često nije dovoljno uključena u turističku ponudu. Kako bi se povijest Slavonije i Baranje više približila i objasnila turistima, osmišljen je ovaj animacijski program. Aktivnosti u programu su u obliku virtualne realnosti. Aktivnost tijekom ovog programa dati će mogućnost da posjetitelji istraže povijesne lokacije i događaje kroz naočale virtualne realnosti, uključujući rekonstrukcije važnih povijesnih bitaka, života u dvorcima i tradicijskim selima. Glumci u virtualnoj realnosti pričaju priče i legende iz prošlosti, stvarajući doživljaj kao da su posjetitelji stvarno tamo. Ova animacija održavati će se na 5 različitih lokacija u starom dijelu grada zvanom Tvrđa (Vodena vrata, Trg Sv. Trojstva, Bastion, crkva svetog Mihaela, muzej Slavonije). Sudjelovanje u ovoj aktivnosti namijenjeno je za djecu od 14 godina i odrasle. Cijena sudjelovanja iznosi 5 eura za jednu lokaciju a 20 eura za svih 5 lokacija. Na svakoj lokaciji postoji 5 naočala virtualne realnosti i po 2 volontera koji pokreću produkciju i naplaćuju karte.

2) Kulturni mikser- ovaj animacijski program zamišljen je kao spoj tradicije i suvremenosti kroz razne radionice i predstave. Posjetiteljima će se omogućiti da kroz suvremene metode i pristupe iskuse razne tradicionalne i povijesne elemente. Posjetiteljima se nude 2 različite aktivnosti

a) Tradicionalne nasuprot modernog kuhanja- pet timova, svaki tim se sastoji od 3 osobe. Dobivaju namjernice koje su potrebne za pripremu određenog tradicionalnog slavonskog jela. Svaki tim mora napraviti novo i drugačije jelo od zadanih sastojaka. Na kraju sudci biraju najbolje jelo a publika ima mogućnost kušati jelo uz donacijski iznos od 2 eura. Kotizacija za ovu aktivnosti iznosi 30 eura po timu, a za 3 najbolja tima osigurane su nagrade sponzora. Sa svakim timom je jedna volonter koji timu pruža potporu. Za ovu aktivnost ukupno je potrebno 7 volontera.

b) Fusion folklor- ima za cilj spojiti tradicionalne folklorne elemente Slavonije i Baranje s modernom glazbom kako bi se stvorio jedinstveni umjetnički doživljaj koji privlači širu

publiku, uključujući mlađe generacije koje možda nisu toliko povezane s tradicionalnom kulturom. Folklorne skupine izvode svoje tradicionalne plesove i koreografije, ali uz pratnju modernih glazbenih žanrova poput elektronike, popa, roka i hip-hopa. Ovaj spoj stvara inovativan nastup koji poštuje tradiciju, ali je istovremeno suvremen i atraktivan. Svake večeri se predstavlja jedno kulturno umjetničko društvo sa svojom izvedbom, a poslije izvedbe posjetitelji se mogu okušati u istome. Volonteri su članovi kulturno umjetničkih društava koji asistiraju posjetiteljima tijekom plesa, a sudjelovanje je besplatno.

3) Zelena oaza- kako se danas sve više priča o održivosti, klimatskim promjenama i ekološkoj svijesti. Zelena oaza bila bi zona na festivalu gdje bi se održavale razne prezentacije o aktualnim temama, razne radionice za djecu i sajam domaćih proizvoda.

a) Prezentacije bi se održavale jednom u danu, i sudjelovanje na njima bilo bi besplatno. Bile bi na temu održivosti, ekološkog otiska, globalnog zatopljenja i sličnim temama. Prezentacije bi održavali stručnjaci u poljoprivredi i održivom razvoju. Osim samih prezentacija, bila bi organizirane i demonstracije poput kako napraviti vlastito gnojivo, povrtnjak na balkonu, uzgoj vlastitog začinskog bilja i slične aktivnosti. Broj posjetitelja nije ograničen.

b) Dječja radionica- djeca od raznih materijala koji se smatraju otpadom izrađuju dvorce, zmajevе ili njihove izmišljene likove. Ovime bi se djecu učilo o važnosti recikliranja te brige za planetu. Djecu bi se učilo i o problemu plastike u morima te kako možemo smanjiti korištenje plastike. Ove radionice su za djecu od 7 godina i starije i sudjelovanje je besplatno. Kroz dan u prosjeku se održavaju 3 radionice a na jednoj radionici može sudjelovati maksimalno 30 djece i na svakoj radionici je 7 volontera.

c) Sajam domaćih proizvoda- tijekom svih dana manifestacije HeadOnEast na području zelene oaze održavao bi se sajam domaćih proizvoda. Na sajmu bi se predstavljaju proizvođači s jednom od oznaka ekološke proizvodnje što bi kupcima garantiralo da se radi od proizvodima visoke kvalitete i proizvođačima koji proizvode prema uredba Europske Unije. Izlagači plaćaju iznos od 20 eura po danu za štand, a ulaz na sajam je besplatan.

4) Noćna svjetlosna avantura- aktivnosti koje se provode u kasnovječernjim satima jer je za ove aktivnosti potreban mrak. To su aktivnosti s raznim svjetlosnim instalacijama za stvaranje nezaboravnog iskustva.

a) Svjetlosna joga- joga pod raznim šarenim svjetlosnim instalacijama stvaraj spoj umjetnosti i opuštanja. Sudjelovanje na jogi plaća se 5 eura, a svaki sudionika dobiva svjetleću narukvicu i piće. Prostirke za jogu osigurava organizator. Osim voditelja joga, uz njega je u 5 volontera koji sudionicima pomažu u izvođenju vježbi. Broj sudionika je ograničen na maksimalno 50 po grupi. Tijekom večeri održavaju se 3 grupe.

b) Svjetlosni market- sajam domaćih proizvoda se od 21 sat pretvara u svjetlosni market kojeg osvijetljaju samo razni svjetlosni umjetnički elementi.

7.3. Vinski Bor maraton – manifestacija Vinski dan

Vinski dan, manifestacija koja spaja ljubitelje vina, lokalne proizvođače i turiste iz cijelog svijeta, temelji se na istraživanju zadovoljstva turista. Ovaj program je osmišljen od strane Udruge Vinogradara Baranje Zmajevac kako bi pružio novo iskustvo kroz edukaciju, zabavu i gastronomiju, prilagođavajući se potrebama i željama svih sudionika, uključujući obitelji s djecom. Animacijski program sastoji se od 9 dijelova. Sudionici se prijavljuju online putem službene web stranice, a cijena paketa iznosi 100 EUR po osobi, uključujući sve aktivnosti, ručak, večeru i degustacije. Partneri manifestacije nude posebne pakete smještaja u lokalnim hotelima i pansionima, s cijenama od 50 EUR po noći. Hoteli su sljedeći : Baranjski Dvori, Piroš Čizma, Podrumi Kolar, Apartman Kalinka. Organiziran je prijevoz autobusima iz većih gradova (Osijek, Beli Manastir, Vinkovci), koji nije uključen u cijenu paketa. Djeca do 6.99 godina sudjeluju besplatno i besplatno noće u objektima za noćenje. Djeca od 7 godina do 18 godina plaćaju 50% cijene i mogu sudjelovati samo u dječjim aktivnostima.

1. Dobrodošlica i Otvaranje (10:00 - 10:30)

Svi sudionici se okupljaju na glavnom trgu, gdje ih dočekuju animatori, uključujući organizatore i volontere. Program započinje pozdravnim govorom organizatora, koji će ukratko predstaviti povijest Vinskog Maratona i zahvaliti svim sudionicima i partnerima. Posebna pozornost posvećena je najmlađima, koje zabavljaju maskote i dječji animatori. U međuvremenu sudionici podižu svoje startne brojeve i kupone kojima ostvaraju pravo za sudjelovanje za manifestaciji.

2. Jutarnja Degustacija Vina (10:30 - 12:00)

Degustacija se odvija u Vinskoj kući na trgu, gdje sommelieri¹ vode sudionike kroz bogatstvo lokalnih vina. Sudionici imaju priliku naučiti o pravilnom kušanju vina. Pored vinske kuće postavljen je postav gdje sudionici mogu naučiti sve o proizvodnji vina. Djeca također nisu zaboravljena za njih je pripremljen poseban kutak s dječjim sokovima i igračkama, omogućavajući roditeljima da uživaju u degustaciji bez brige. Djecu zabavljaju animatori koji s djecom bojažu bojanke, i igraju igru pogađanja okusa soka.

3. Vinske Radionice (12:00 - 14:00)

Vinska kuća i okolne dvorane postaju centar vinskih radionica. Sudionici mogu birati između sljedećih aktivnosti :

- Kuhanje s vinom: Demonstracija i degustacija.
- Vinski kokteli: Priprema vinskih koktela.
- Uparivanje vina i hrane: Sparivanje vina i hrane.

Kuhari, barmeni i sommelieri vode ove radionice. Djeca sudjeluju u vlastitim radionicama, gdje uče pripremati dječje koktele i deserte, zajedno s animatorima.

4. Pauza za Ručak (14:00 - 16:00)

Prostor za piknik u parku postaje mjesto okupljanja za ručak, gdje sudionici mogu uživati u lokalnim specijalitetima i vinskoj pratnji. Ručak je poslužen u obliku švedskog stola pod klimatiziranim šatorom. Ispred šatora postavljena je bina. Glazbeni nastup lokalnog benda stvara ugodnu atmosferu za odmor na livadi poslije ručka. Posebni jelovnici osiguravaju da i najmlađi pronađu nešto za sebe. Cijelo vrijeme dostupni su animatori koji za djecu imaju pripremljene razne aktivnosti poput bojanja, crtanja po licu ili odmaranja na livadi.

¹ Sommelier (izgovara se suh-mel-yay) je stručnjak za vina koji radi u finim restoranima, odgovoran za odabir, posluživanje i skladištenje vina, te pariranje vina s hranom. Sommelieri obično imaju formalnu edukaciju i certifikaciju kako bi osigurali visoku razinu stručnosti (Wine Country, <https://www.winecountry.com/blog/what-is-a-sommelier/>)

Meni za ručak izgleda ovako:

<u>Predjelo</u>	<u>Glavno jelo</u>	<u>Desert</u>	<u>Piće</u>
Plata domaćih sireva i mesnih delicija	Pohana piletina s pomfritom	Štrudla od jabuka	Lokalna vina
Pečena paprika s češnjakom u ulju i octu	Peka s janjetinom	Kremšnite	Bezalkoholni sokovi
	Riblji paprikaš	Salenjaci	Voda

5. Vinski „Kvadrathlon“ (16:00 - 17:00)

Park u blizini trga pretvara se u poligon za Vinski „Kvadrathlon“, gdje se timovi od četiri osobe natječu u nizu od 4 zabavne igre.

- Trčanje s čašom vina: Natjecatelji trče s čašom vina bez prolijevanja. Prvi natjecatelj kreće i trči do drugog natjecatelja kojem predaje čašu, i tako dok se ne izmjene sva 4 natjecatelja. Pobjednik je onaj koji prvi stigne do cilja i to sa najviše vina u čaši
- Bacanje čepova u metu: Vinski pluteni čepovi se bacaju na metu. Pobjednik je onaj tim koji uspije srušiti mesu s najmanjim brojem čepova.
- Kviz o vinima: Ovo je prilika za sve timove da se odmore uz kviz o vinima.
- Slaganje vinskih boca: Natjecanje u brzom slaganju boca u oblik trokuta. Pobjednik je onaj tim koji složi najviši toranj u određenom vremenu

Za djecu su pripremljene iste igre ali s prilagođenim rekvizitima. Djeca trče sa plastičnim čašama punim soka, slažu tvrđavu od kockica i bacaju jabuke u bure. Cijelo vrijeme uz djecu su animatori i maskote.

6. Vinska Utrka (17:00 - 20:00)

Vinska utrka događa se u glavnom parku. Postoje dvije utrke, utrka u paru i obiteljska utrka.

Utrka u paru dugačka je 3 kilometra. Sudionici će prolaziti kroz niz zabavnih i izazovnih prepreka koje su tematski povezane s vinom. Većinu izazova su sudionici već iskusili tako da je ova utrka kombinacija aktivnosti koje su se provodile tijekom cijelog dana.

- Trčanje s čašom vina - Sudionici trebaju trčati određenu udaljenost držeći čašu vina bez prolijevanja. Cilj je stići do kraja segmenta s minimalnim prolijevanjem.
- Bacanje čepova u metu - Sudionici trebaju baciti čepove od vina u metu s određenom udaljenosti. Svaka pogođena meta donosi bodove.
- Slaganje vinskih boca - U ovoj prepreci sudionici moraju brzo i pravilno složiti set praznih vinskih boca u piramidu. Stabilnost i brzina su ključni.
- Nošenje bačve - Sudionici nose malu drvenu bačvu kroz označeni dio staze. Ovaj zadatak zahtijeva snagu i ravnotežu.
- Degustacija s prepoznavanjem - Na jednoj stanici sudionici kušaju različita vina i pokušavaju prepoznati sorte. Točnim odgovorima osvajaju bodove.
- Prelazak vinskog labirinta - Sudionici prolaze kroz labirint napravljen od vinskih bačvi i prepreka, uz minimalno vrijeme prolaska.

Utrka je osmišljena da bude zabavna i pristupačna za sve razine fizičke spremnosti. Nije previše zahtjevana, ali sudionici bi trebali imati osnovnu kondiciju i biti spremni na umjerenu fizičku aktivnost.

Nagrade za prva tri mjesta u utrci u paru:

<u>Prvo mjesto</u>	<u>Drugo mjesto</u>	<u>Treće mjesto</u>
Poklon Paket Lokalnih	Poklon Paket Lokalnih	Poklon Paket Lokalnih
Vina: Izbor najboljih lokalnih vina (6 boca)	Vina: Izbor najboljih lokalnih vina (3 boce)	Vina: Izbor najboljih lokalnih vina (2 boce)
Vikend za Dvoje u Lokalnom Vinskom Podrumu: Uključuje smještaj, degustacije i vođene ture	Večera za Dvoje u Restoranu na Trgu: Uključuje degustacijski meni s pariranim vinima	Degustacijska Tura po Lokalnim Vinarijama: Vođena tura s degustacijama
Zlatna Medalja i Priznanje: Posebno priznanje za najbržeg i najuspješnijeg natjecatelja	Srebrna Medalja i Priznanje: Priznanje za drugo mjesto	Brončana Medalja i Priznanje: Priznanje za treće mjesto

Utrka za roditelje i djecu zajedno osmišljena je tako da roditelji i djeca mogu sudjelovati zajedno, uživajući u zajedničkoj aktivnosti i zabavi. Utrka je duga 1.5 kilometra, a aktivnosti su sljedeće:

- Trčanje s čašom soka - Djeca trče s plastičnom čašom soka, dok roditelji trče s čašom vina. Cilj je stići do kraja segmenta s minimalnim prolijevanjem.
- Sakupljanje grožđa - Djeca i roditelji zajedno skupljaju plastično grožđe koje je postavljeno na različitim mjestima. Svaki skupljeni grozd donosi bodove.
- Slaganje vinskih kutija - Timovi slažu kartonske kutije za vino u toranj. Stabilnost i brzina su ključni.
- Kviz o Vinu i Sokovima - Roditelji odgovaraju na pitanja o vinima, dok djeca odgovaraju na pitanja o voćnim sokovima. Točni odgovori donose bodove.
- Prelazak Obiteljskog Labirinta - Roditelji i djeca zajedno prolaze kroz jednostavniji labirint, gdje djeca vode put.

Nagrade za prva tri mjesta u obiteljskoj utrci:

<u>Prvo mjesto</u>	<u>Drugo mjesto</u>	<u>Treće mjesto</u>
Poklon Paket Lokalnih Vina i Sokova: Izbor najboljih lokalnih vina za roditelje (4 boce) i sokova za djecu	Poklon Paket Lokalnih Vina i Sokova: Izbor najboljih lokalnih vina za roditelje (2 boce) i sokova za djecu	Poklon Paket Lokalnih Vina i Sokova: Izbor najboljih lokalnih vina za roditelje (1 boca) i sokova za djecu
Obiteljski Vikend u Ruralnom Smještaju: Uključuje smještaj, obiteljske aktivnosti i degustacije za roditelje	Obiteljski Ručak u Restoranu na Trgu: Uključuje obiteljski meni i piće	Obiteljska Degustacijska Tura po Lokalnim Vinarijama: Vođena tura s degustacijama za roditelje i dječjim aktivnostima
Zlatna Medalja i Priznanje: Posebno priznanje za najbolji obiteljski tim	Srebrna Medalja i Priznanje: Priznanje za drugo mjesto	Brončana Medalja i Priznanje: Priznanje za treće mjesto

7. Pauza za Večeru i večernja zabava (20:00 – 22:00)

Večera na Vinskom Maratonu zamišljena je kao vrhunac dana ispunjenog degustacijom, edukacijom i zabavom. Održava se na otvorenom, na terasi restorana na glavnom trgu, uz svijeće i glazbu lokalnih izvođača. Cilj je pružiti sudionicima vrhunsko gastronomsko iskustvo uz autentična lokalna jela i vina.

Meni za večeru:

<u>Predjelo</u>	<u>Glavno jelo</u>	<u>Desert</u>	<u>Piće</u>
Čvarci s lukom	Svinjski paprikaš	Orahnjača i makovnjača	Lokalna vina
Kulen s domaćim sirom i kruhom	Čobanac	Taške sa sirom	Bezalkoholna pića
Pogača s čvarcima	Pečena patka s mlincima	Medena pita	Gazirani sokovi
	Šaran na rašljama	Izbor sezonskog voća	Voda

8. Završna Ceremonija (22:00 - 22:30)

Završna ceremonija na trgu uključuje zahvale sudionicima i partnerima, dodjelu priznanja i najavu Vinskog Premium maratona koji se događa sljedeći dan. Posebne nagrade se dodjeljuju djeci za sudjelovanje u aktivnostima.

9. After Party (22:30 - 00:00)

Za one koji žele nastaviti zabavu, organiziran je after party na trgu. Lokalni tamburaši i barmen osiguravaju dobru atmosferu, dok se roditelji s djecom mogu povući u mirniji dio manifestacije ili otići na smještaj.

7.3.1 Troškovnik manifestacije Vinski dan

Tablica 1 Prikaz troškova organizacije manifestacije Vinski Dan

Trošak	Količina	€/kom	Ukupno
Animatori	30	200	6000
Hrana	400	15	6000
Nagrade	6	200	1200
Piće uz jelo	400	8	3200
Sommeliersi	10	300	3000
Kuhari	5	300	1500
Osiguranje	10	100	1000
Najam razglasa, bine i rasvjete	1	2000	2000
Naknada za komunalne usluge	1	500	500
Ukupni fiksni troškovi			15200
Ukupni troškovi hrane i pića po osobi			23
Ukupni troškovi hrane i pića za 200 osobi			9200
Ukupni troškovi za 200 sudionika			24400

Plaća se po broju prijavljenih osoba

Plaća se po broju prijavljenih osoba

Izvor: vlastita izrada

Ukupni troškovi programa: Procijenjeno na 24 400,00 EUR

Prihodi: Cilj je privući minimalno 200 sudionika, što bi rezultiralo prihodima od 20 000,00 EUR

Manifestacija bi imala i razne sponzore poput grada Beli Manastir, TZ Osječko-baranjske županije. Hrvatske turističke zajednice, Općine Kneževi vinogradi koji bi svojim novčanim prihodima potpomogli organizaciji svoje manifestacije.

8. ZAKLJUČAK

U završnom radu „Animirani programi za unapređenje turizma u Slavoniji i Baranji“ proučava se utjecaj animiranih programa na turističku ponudu i zadovoljstvo turista u regiji Slavonije i Baranje. Na temelju provedene analize i prikupljenih podataka došlo se do nekoliko ključnih zaključaka.

Najprije se utvrdilo da animacijski projekti, poput Đakovačkih vezova, Vinskog maratona u Zmajevcu i HeadOnEast festivala u Osijeku, značajno doprinose povećanju zadovoljstvaturista. Ova događanja uspješno spajaju kulturnu baštinu područja s modernim aktivnostima, čime se povećava interes i broj posjetitelja. Rezultati istraživanja pokazali su visoku razinu zadovoljstva turista, potvrđujući važnost dobro osmišljenih animacijskih programa u privlačenju turista.

Drugo, analiza turističkog i gospodarskog potencijala Slavonije i Baranje pokazuje da postoji veliki prostor za daljnji razvoj turizma kroz kreiranje novih i inovativnih animacijskih programa. To uključuje kombiniranje lokalne tradicije i običaja sa suvremenim turističkim trendovima kako bi se stvorili jedinstveni i atraktivni turistički proizvodi.

Treće, financijski aspekti organizacije događaja pokazali su se ključnima za održivost događaja. Načini financijske stabilizacije i poboljšanja uspješnosti identificirani su ispitivanjem procjena troškova i različitih modela financiranja, uključujući sponzorstva i prihode od posjetitelja.

Metodologija istraživanja uključivala je anketiranje posjetitelja koje je dalo uvid u pojedine aspekte zadovoljstva i percepcije animacijskih programa. Rezultati su pokazali da su Đakovački vezovi, HeadOnEast i Vinski maraton u Zmajevcu uspješno integrirali kulturnu baštinu s modernim animacijskim aktivnostima poput interaktivnih radionica, umjetničkih instalacija, koncerata, vinskih degustacija i sportskih aktivnosti.

Zaključno, rezultati rada naglašavaju važnost dobro osmišljenih animacijskih programa u razvoju turizma. Prijedlog smjernica za unapređenje turističkih usluga u Slavoniji i Baranji uključuje daljnje integriranje kulturne baštine s inovativnim sadržajima i jačanje financijske održivosti manifestacija. Ove spoznaje daju čvrste temelje za daljnje unapređenje turističkih usluga i gospodarskog razvoja u regiji kroz inovativan i atraktivan animirani program koji spaja tradicionalne i suvremene turističke trendove.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

Bana Josipa Jelačića 22/a, Čakovec

IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, internetskih i drugih izvora) bez pravilnog citiranja. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom i nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

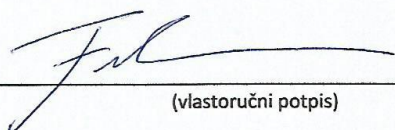
Ja, ANAMARIJA FEHER (ime i prezime studenta) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću,

izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog rada pod naslovom

ANIMACIJSKI PROGRAMI ZA UNAPREĐENJE
TURIZMA U SLAVONIJI I BARANJI

te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:


(vlastoručni potpis)

LITERATURA

1. Cerović, Z. (2008). Animacija u turizmu. Opatija, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji
2. Croatia Week, (2018). Tripping Around the Slavonia & Baranja Region in Croatia. Croatia Week. Dostupno na: <https://www.croatiaweek.com/tripping-around-the-slavonia-baranja-region-in-croatia/> (4.6.2024.)
3. Đakovački vezovi. O manifestaciji. <https://djakovacki-vezovi.hr/o-manifestaciji-djakovacki-vezovi/> (12.04.2024)
4. HeadOnEast Croatia. O festivalu. <https://headoneastcroatia.com/> (12.04.2024)
5. Hrvatska turistička zajednica. Slavonija. <https://croatia.hr/hr-hr/regije/slavonija> (03.04.2024)
6. Jovičić, D. ; Ivanović, V. (2005) Turističke regije. Beograd, Turistička štampa
7. Team Building, (2024.) Slavonija i Baranja. Team Building. Dostupno na: <https://team-building.com/slavonija-i-baranja/> (4.6. 2024.)
8. Topić, M. ; Maković, Z. (2005) Slavonija i Baranja. Osijek, MIT d.o.o.
9. Turistička zajednica Baranje. Vinski bor maraton. <https://visitbaranja.croatia.hr/hr-hr/dogadanja/vinski-bor-maraton> (24.04.2024)
10. Valčić, M. (2018). Turizam i kultura. Zagreb, Naklada Juričić d.o.o.
11. Vlada Republike Hrvatske, (2022). Plenković: Kroz Projekt Slavonija, Baranja i Srijem do sada smo proveli preko 34 tisuće projekata. Vlada Republike Hrvatske. Dostupno na: <https://vlada.gov.hr/vijesti/plenkovic-kroz-projekt-slavonija-baranja-i-srijem-do-sada-smo-proveli-preko-34-tisuce-projekata/37545> (4.5.2024.).
12. Živaković-Kerže, Z. (2014). Slavonija, Baranja i Srijem-Povijest, Kultura, Umjetnost, Prirodne ljepote, Turizam. Zagreb, Turistička naklada d.o.o.

TABLICA SLIKA

Slika 1 Područje Slavonije i Baranje (crveno).....	4
Slika 2 Veza između zadovoljstva gosta i turističke potrošnje	8
Slika 3 Logo Đakovačkih vezova.....	11
Slika 4 Službeni logo manifestacije HeadOnEast	13

TABLICA GRAFIKONA

Grafikon 1 Spol ispitanika istraživanja	14
Grafikon 2 Dob ispitanika istraživanja.....	15
Grafikon 3 Postotak posjetitelja koji su posjetili Đakovačke vezove.....	16
Grafikon 4 Ocjena kvalitete cjelokupne organizacije Đakovačkih vezova ocjena od 1 do 5, gdje je 1 - jako loše a 5 - jako dobro	16
Grafikon 5 Ocjena animacijskih programa Đakovačkih vezova ocjenom od 1 do 5, gdje je 1 - jako loše a 5 - jako dobro	17
Grafikon 6 Animacijski programi Đakovačkih vezova	18
Grafikon 7 Način dobivanja informacija o animacijskim programima	19
Grafikon 8 Ocjena animacijskog programa "Dani otvorenih vrata vinskih podruma Đakovačkog vinogorja"	19
Grafikon 9 Ocjena animacijskog programa "Povorka Malih vezova"	20
Grafikon 10 Ocjena animacijskog programa "Svečana povorka Đakovačkih vezova"	20
Grafikon 11 Ocjena animacijskog programa "Smotra folklor Hrvatske"	21
Grafikon 12 Ocjena animacijskog programa "Smotra folklor Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema"	21
Grafikon 13 Ocjena animacijskog programa "Radionica odijevanja narodnih nošnji Đakovštine"	22
Grafikon 14 Ocjena animacijskog programa "Gastrofest"	22
Grafikon 15 Ocjena animacijskog programa za djecu od 0 do 13.99 godina na Đakovačkim vezovima	23
Grafikon 16 Vjerojatnost ponovnog dolaska na temelju zadovoljstva animacijskim programima ..	24
Grafikon 17 Posjetitelji manifestacije HeadOnEast	24
Grafikon 18 Ocjena kvalitete cjelokupne manifestacije HeadOnEast ocjenom od 1 do 5 gdje je 1- jako loše, 5 - jako dobro	25
Grafikon 19 Ocjena animacijskih programa manifestacije HeadOnEast ocjenom od 1 do 5, gdje je 1 - jako loše a 5 - jako dobro	26
Grafikon 20 Animacijski programi tijekom manifestacije HeadOnEast	26
Grafikon 21 Dobivanje informacija o animacijskim programima.....	28

Grafikon 22 Ocjena animacijskog programa Vino.Grad	28
Grafikon 23 Ocjena animacijskog programa Sajam gramofonskih ploča	29
Grafikon 24 Ocjena animacijskog programa Labos - laboratorij slavonskih žestica	29
Grafikon 25 Ocjena animacijskog programa Beercuz- sajam craft piva	30
Grafikon 26 Ocjena animacijskog programa Kuće svjetla- Svjetlosne instalacije u Tvrdi	30
Grafikon 27 Ocjena animacijskog programa HeadOnKviz- kviz opće kulture	31
Grafikon 28 Zadovoljstvo ispitanika animacijski programima za djecu od 0 do 13.99 godina na manifestaciji HeadOnEast	32
Grafikon 29 Vjerojatnost ponovnog dolaska na temelju zadovoljstva animacijskim programima ..	32
Grafikon 30 Posjetitelji manifestacije Vinsko Bor maraton u Zmajevcu	33
Grafikon 31 Ocjena kvalitete cjelokupne manifestacije Vinsko Bor maraton u Zmajevcu ocjenom od 1 do 5 gdje je 1- jako loše, 5 - jako dobro	34
Grafikon 32 Ocjena animacijskih programa manifestacije Vinski Bor maraton u Zmajevcu ocjenom od 1 do 5, gdje je 1 - jako loše a 5 - jako dobro	34
Grafikon 33 Animacijski programi tijekom manifestacije Vinski Bor maraton u Zmajevcu	35
Grafikon 34 Dobivanje informacija o animacijskim programima	36
Grafikon 35 Ocjena animacijskog programa Povorka folklornih skupina i nastupi kulturno umjetničkih društva	36
Grafikon 36 Ocjena animacijskog programa Etno sajam	37
Grafikon 37 Ocjena animacijskog programa Premium maraton	37
Grafikon 38 Ocjena animacijskog programa Vinski Bor maraton	38
Grafikon 39 Zadovoljstvo ispitanika animacijski programima za djecu od 0 do 13.99 godina na manifestaciji Vinski Bor maraton	38
Grafikon 40 Vjerojatnost ponovnog dolaska na temelju zadovoljstva animacijskim programima ..	39

PRILOZI

Anketni upitnik



Istraživanje zadovoljstva turista animacijskim programima na događajima Đakovački vezovi, HeadOnEast i Vinski Bor maraton u Zmajevcu

Poštovani,

Moje ime je Anamarija Feher i studentica sam treće godine prijediplomskog stručnog studija Menadžment turizma i sporta na Međimurskom veleučilištu u Čakovcu.

Za potrebu pisanja istraživačkog rada iz predmeta Istraživanje turističkog tržišta provodim anketu kojom se ispituje zadovoljstvo turista animacijskim programima na događajima **Đakovački vezovi, HeadOnEast i Vinski Bor maraton u Zmajevcu.**

Anketa je anonimna i za ispunjenje ankete potrebno je 10 minuta.

anamarija.feher@student.mev.hr [Switch account](#) 

 Not shared

* Indicates required question

Kojeg ste spola? *

- Žensko
- Muško
- Ostalo

Koja ste dobna skupina? *

- 18-29
- 30-49
- 50-69
- Više od 69

Next

Clear form

Never submit passwords through Google Forms.

This form was created inside of Međimursko veleučilište u Čakovcu. [Report Abuse](#)

Google Forms

Đakovački vezovi

Đakovački vezovi su tradicionalna manifestacija u Đakovu koja slavi bogatu kulturnu baštinu Slavonije, Baranje i Srijema kroz folklorne plesove, pjesmu i ručne radove poput veza. Ova manifestacija okuplja ljude iz cijele regije te promiče tradiciju i zajedništvo kroz raznolike kulturne aktivnosti.

Jesti li ikada posjetili manifestaciju Đakovački vezovi? *

- Da
- Ne

Back

Next

Clear form

Never submit passwords through Google Forms.

This form was created inside of Međimursko veleučilište u Čakovcu. [Report Abuse](#)

Google Forms

Đakovački vezovi.

Kako bi ste ocjenili kvalitetu cijelokupne manifestacije Đakovački vezovi ocjenom od 1 do 5 ? (1- jako loše, 5- jako dobro)

	1	2	3	4	5	
1- jako loše	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5- jako dobro

Kako biste ocijenili organizaciju i provedbu animacijskih programa na Đakovačkim vezovima? (1- jako loše, 5- jako dobro)

	1	2	3	4	5	
1- jako loše	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5- jako dobro

Koji vam se od navedenih animacijskih programa tokom Đakovačkih vezova najviše sviđaju ? (moguće više odabira)

- Dani otvorenih vrata vinskih podruma Đakovačkog vinogorja
- Povorka Malih vezova
- Svečana povorka Đakovačkih vezova
- Smotra folklor Hrvatske
- Smotra folklor Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema
- Radionica odijevanja narodnih nošnji Đakovštine
- Gastrofest

Kako ste dobili informacije o rasporedu i sadržaju animacijskih programa za događaj?

- Društvene mreže događaja
- Web stranice događaja
- Oglasi/promotivni materijali
- Od prijatelja/poznanika
- Putem grupa specijaliziranih za putovanja
- Turistička agencija
- Other: _____

Kako bi ste ocjenili sljedeće animacijske programe tokom Đakovačkih vezova?

	Animacijski program je jako loš	Animacijski program je loš	Animacijski program nije niti loš niti dobar	Animacijski program je dobar	Animacijski program je jako dobar
Dani otvorenih vrata vinskih podruma Đakovačkog vinogorja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Povorka Malih vezova	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Svečana povorka Đakovačkih vezova	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Smotra folklor Hrvatske	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Smotra folklor Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Radionica odijevanja narodnih nošnji Đakovštine

Gastrofest

Kojom ocjenom bi ste ocjenili kvalitetu animacijskih programa koji se nude za djecu od 0 do 13.99 godina na Đakovačkim vezovima? (1- jako loše, 5- jako dobro)

1- jako loše 1 2 3 4 5 5- jako dobro

Jesu li animacijski programi potaknuli vašu želju za ponovnim posjetom manifestaciji u budućnosti?

Da
 Ne

Back

Next

Clear form

Never submit passwords through Google Forms.

This form was created inside of Međimursko veleučilište u Čakovcu. [Report Abuse](#)

Google Forms

HeadOnEast

HeadOnEast je glazbeno-kulturna manifestacija koja se održava u Osijeku, donoseći raznolik program elektroničke glazbe, umjetnosti i aktivnosti poput radionica i predavanja. Ova manifestacija okuplja ljubitelje elektroničke glazbe iz Hrvatske i šire, pružajući im jedinstveno iskustvo i priliku za interakciju s renomiranim umjetnicima.

Jesti li ikada posjetili manifestaciju HeadOnEast *

Da
 Ne

Back

Next

Clear form

Never submit passwords through Google Forms.

This form was created inside of Međimursko veleučilište u Čakovcu. [Report Abuse](#)

Google Forms

HeadOnEast.

Kako biste ocijenili kvalitetu cjelokupne manifestacije HeadOnEast ocjenom od 1 do 5 ? (1- jako loše, 5 - jako dobro)

	1	2	3	4	5	
1- jako loše	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5 - jako dobro

Kako biste ocijenili organizaciju i provedbu animacijskih programa na manifestaciji HeadOnEast? (1 - jako loše, 5 - jako dobro)

	1	2	3	4	5	
1 - jako loše	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5 - jako dobro

Koji vam se od navedenih animacijskih programa tijekom manifestacije HeadOnEast najviše sviđaju ? (moguće više odabira)

- VINO.GRAD
- Sajam gramofonskih ploča
- Labos - laboratorij slavonskih žestica
- Beercuz- sajam craft piva
- Kuće svjetla- Svjetlosne instalacije u Tvrđi
- HeadOnKviz- kviz opće kulture

Kako ste dobili informacije o rasporedu i sadržaju animacijskih programa za događaj?

- Društvene mreže događaja
- Web stranica događaja
- Oglasi/promotivni materijali
- Od prijatelja/poznanika
- Putem grupa specijaliziranih za putovanja
- Turistička agencija
- Other: _____

Kako biste ocijenili sljedeće animacijske programe tijekom manifestacije HeadOnEast?

	Animacijski program je jako loš	Animacijski program je loš	Animacijski program nije niti loš niti dobar	Animacijski program je dobar	Animacijski program je jako dobar
Vino.Grad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sajam gramofonskih ploča	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Labos - laboratorij slavonskih žestica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beercuz-sajam craft piva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuće svjetla-Svjetlosne instalacije u Tvrdi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
HeadOnKviz-kviz opće kulture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kojom ocjenom biste ocijenili kvalitetu animacijskih programa koji se nude za djecu od 0 do 13.99 godina na manifestaciji HeadOnEast? (1- jako loše, 5- jako dobro)

	1	2	3	4	5	
1 - jako loše	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5- jako dobro

Jesu li animacijski programi potaknuli vašu želju za ponovnim posjetom manifestaciji u budućnosti?

- Da
- Ne

Imate li dodatne komentare, kritike, pohvale ili prijedloge za unaprjeđenje vezano uz manifestaciju? Molimo vas da ih ovdje napišete.

Your answer _____

Vinski Bor maraton u Zmajevcu

Vinski Bor maraton u Zmajevcu je tradicionalna manifestacija koja slavi vino i gastronomiju kroz trčanje i rekreativne aktivnosti u prekrasnom vinogradarskom krajobrazu. Posjetitelji imaju priliku uživati u degustaciji lokalnih vina i delicija, dok sudionici trčeći ili hodajući istražuju čarobne vinograde oko Zmajevca.

Jeste li ikada posjetili manifestaciju Vinski Bor maraton u Zmajevcu? *

Da

Ne

Back

Next

Clear form

Never submit passwords through Google Forms.

This form was created inside of Međimursko veleučilište u Čakovcu. [Report Abuse](#)

Google Forms

Vinski Bor maraton.

Kako biste ocijenili kvalitetu cjelokupne manifestacije Vinski Bor maraton ocjenom od 1 do 5? (1 - jako loše, 5 - jako dobro)

	1	2	3	4	5	
1 - jako loše	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5 - jako dobro

Kako biste ocijenili organizaciju i provedbu animacijskih programa na manifestaciji Vinski bor maraton? (1 - jako loše, 5 - jako dobro)

	1	2	3	4	5	
1 - jako loše	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2 - jako dobro

Koji vam se od navedenih animacijskih programa tijekom manifestacije Vinski Bor maraton najviše sviđaju? (moguće više odabira)

- Povorka folklornih skupina i nastupi kulturno umjetničkih društva
- Etno sajam
- Premium vinski maraton
- Vinski maraton

Kako ste dobili informacije o rasporedu i sadržaju animacijskih programa za događaj?

- Društvene mreže događaja
- Web stranica događaja
- Oglasi/promotivni materijali
- Od prijatelja/poznanika
- Grupe specijalizirane za putovanja
- Turistička agencija
- Other: _____

Kako biste ocijenili sljedeće animacijske programe tijekom manifestacije Vinski Bor maraton?

	Animacijski program je jako loš	Animacijski program je loš	Animacijski program nije niti loš niti dobar	Animacijski program je dobar	Animacijski program je jako dobar
Povorka folklornih skupina i nastupi kulturno umjetničkih društva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etno sajam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Premium vinski maraton	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vinski maraton	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kojom ocjenom biste ocijenili kvalitetu animacijskih programa koji se nude za djecu od 0 do 13.99 godina na manifestaciji Vinski bor maraton? (1 - jako loše, 5 - jako dobro)

	1	2	3	4	5	
1 - jako loše	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5 - jako dobro

Jesu li animacijski programi potaknuli vašu želju za ponovnim posjetom manifestaciji u budućnosti?

- Da
- Ne

Imate li dodatne komentare, kritike, pohvale ili prijedloge za unaprjeđenje vezano uz manifestaciju? Molimo vas da ih ovdje napišete.

Your answer
