

TURISTIČKE POSETE KULTURNIH DOGAĐAJA: MOTIVACIJA I PONAŠANJE

Dr Tatjana Pivac

Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo

- kulturne manifestacije i posebni događaji - jedan od sektora koji beleže najbrži rast i razvoj u turističkoj privredi.
- Turističke organizacije kreiraju Organizacije festivala i posebnih događaja kao deo marketinške i razvojne strategije destinacije
- istraživanje potreba, motiva i koristi potencijalnih posetilaca → kreiranje događaja koji će ispuniti njihova očekivanja, kao i zahteve organizatora i sponzora.
- Pretpostavka - najveći kvalitet ponude kulturnih događaja u destinacijama koje su najbolje opremljene za smeštaj gostiju.

Ponašanje potrošača - posetioci manifestacija

- Faktori ponašanja potrošača su lični faktori, socijalni faktori i psihološki procesi
- Lični faktori: motivi i motivacija, percepcija, ponašanje, lične karakteristike, verovanja i životni stil, stil i znanje
- Socijalni faktori: kultura i subkultura, socijalni status, referentnu grupu i porodični status
- Psihološki procesi: obrada informacija, učenje, promenu stavova i ponašanja i lične uticaje

- neophodno je da razumemo potrebe, motive i očekivanja.
- tri osnovne kategorije potreba koje mogu da izazovu posetu manifestacijama i odgovarajuće koristi kulturnih manifestacija

1. FIZIČKE POTREBE

2. POTREBA ZA RAZUMEVANJEM ESTETSKIM UVAŽAVANJEM,

RASTOM I SAMOISPUNJENJEM

3. PRIPADANJE; LJUBAV; POŠTOVANJE DRUGIH

Motivi mogu biti grupisani u dve
kategorije:

unutrašnja motivacija

spoljašnja motivacija

Anketiranje posetilaca

The background of the image consists of a dark blue field filled with numerous thin, vertical, light blue lines of varying heights and positions, creating a textured, rain-like effect. A central rectangular area is highlighted with a solid, medium-blue background and a thin yellow border. Inside this rectangle, the words "EVENTFUL" and "CITY" are written in a white, serif, all-caps font, stacked vertically and centered.

EVENTFUL CITY

- Gradovi se danas suočavaju sa dva izbora:
 - ići u susret izazovima globalnih promena
 - odoleti porivu za transformaciju i stagnirati.
- gradovi se okreću strategijama koje se fokusiraju na sopstvene resurse:
 - istoriju,
 - prostore,
 - kreativnu energiju,
 - talente.

koriste svoja "kulturalna sredstva" i resurse i pokušavaju da postanu prepoznatljivi

Stvaranje i promocija događaja, kao što su festivali, predstave, izložbe, sajmovi postali su važna komponenta urbane strategije širom sveta.

- Mnogi gradovi se transformišu → postaju **"festivalization" gradovi**.
- Neki gradovi se promovišu kao događajni gradovi (**eventful cities**).
 - Melburn se etiketira kao "svetski događajni grad" (the world's event city')
 - Seul kao "jedan od najdogađajnijih gradova" (one of the most eventful cities of the world').
 - Takođe, vlada Hong Konga radi na tome da napravi od Hong Konga jedan od najvažnijih gradova događaja.
 - Reno u Nevadi se smatra kao najdogađajniji grad Amerike ('Most Eventful City in America').
 - Edmonton - "Kanadski festivalski grad" stavljaajući na taj način sebe u ravni sa Montrealom i Kvebekom.
 - Gvadalahara - pokušava na nacionalnom i međunarodnom nivou da postane festivalski centar.
 - Edinburg - zvanični website - Edinburg Festivals.

Experience Edinburgh, the world's leading festival city

- I mnogi drugi gradovi sebe nazivaju "eventful" i promovišu se kao gradovi festivala: Adelaide, Auckland, Bremen, Cardiff, Dubai, Edinburgh, Maastricht, Manchester, Muskogee, New Orleans, Puerto Vallarta, Regensburg, Reykjavik, Wellington and York.

Slogan "'grad festivala'" postaje popularan izbor za formiranje brenda grada.

- Šta su to "eventful city"?
- Koje su prednosti biti "eventful"?
- Kako se "eventful" grad razvija?
- Zašto neki gradovi izgledaju više "eventful" od drugi?
- Kakav je odnos između razvoja grada i kulturnih događaja?

Gradovi koji su uspešno iskoristili kulturne događaje, kao sastavni deo šire strategije razvoja, imaju veće kulturne, društvene i ekonomske koristi.

'Eventfulness' ne bi trebalo da bude cilj sam po sebi, već sredstvo za unapređenje grada koji će ga činiti privlačnijim i podnošljivijim.

- **Šta predstavlja događaj?**

- Definicija događaja se najčešće odnosi na pojave koje su značajne, zanimljive, uzbudljive ili neobične.
- Ključni aspekti kulturnih događaja:
 - obuhvataju niz aktivnosti,
 - ograničenog trajanja,
 - koje se ponavljaju.

Kulturni događaji imaju sledeće karakteristike:

- Kulturni sadržaj (muzika, književnost, film, slika, hrana, moda)
- Vreme i mesto (odvijaju se na specifičnim lokacijama u određeno vreme, za razliku od nekih drugih događaja, oni imaju tačno utvrđeno vreme početka i kraja)
- Publika
- Stejkholderi (zainteresovane strane: pojedinci, grupe koji imaju direktan interes, učestvuju ili ulažu, vezani su kulturno, finansijski ili politički za događaj)

Kulturni događaji su postali sastavni deo urbanog razvoja. Događaji čine grad modernijim i cool mestom u kojem ljudi žele da budu.

- **Prednosti događaja** u odnosu na izgrađeno nasleđe:
 - Događaji su fleksibilniji od određene fiksne, fizičke infrastrukture
 - Događaj može da pomogne da se napravi razlika u fizičkom okruženju, da se izbegne serijska reprodukcija
 - Događaji imaju veću mogućnost da ponude spektakl i dobru atmosferu
 - Događaj može da košta manje, a da ostvari veći uticaj za kraće vreme

GRAD SA DOGAĐAJIMA

EVENTFUL GRAD (GRAD PUN DOGAĐAJA)

Sektorski

Holistički

Taktički

Strategijski

Reaktivan

Proaktivni

Konkurentan

Saradnički

Udovljavanje publici

Provocira javnost

Vodi tržište

Tržišni lider

Mesto marketinga

Mesto izrade

- Strategija događaja - Edinburg
- grad, vlada i privatni sektor uložili mnogo u stvaranje, održavanje i razvoj širokog spektra festivala.
- **Strategija uključuje:**
 - Poboljšanje kvaliteta života u gradu
 - Kreativna aktivnost
 - Porast publike
 - Stvaranje partnerstva
 - Rekreativne i obrazovne mogućnosti
 - Ekonomske i društvene koristi...









Edinburgh International Film Festival

JUNE 17-28, 2015



Edinburgh Art Festival

JUL 30-AUG 30 2015



Edinburgh Jazz & Blues Festival

JULY 17-26, 2015



Edinburgh Festival Fringe

AUG 7-31, 2015



Royal Edinburgh Military Tattoo

AUG 5-27, 2015



THE ROYAL
EDINBURGH
MILITARY
TATTOO

Edinburgh International Festival

AUG 7-31, 2015



**EDINBURGH
INTERNATIONAL
FESTIVAL**

Edinburgh Mela Festival

AUG 29-31, 2015

EDINBURGH

MELA ★

Edinburgh International Book Festival

AUG 15-31, 2015

EDINBURGH

INTERNATIONAL

BOOK

FESTIVAL

International Storytelling
Festival

OCT 23-NOV 1, 2015

Scottish International
Storytelling Festival



Edinburgh's Hogmanay

DEC 30, 2015–JAN 1, 2016

**EDINBURGH'S
HOGMANAY**

Imagine Festival

MAY 11-17, 2015

imagine
festival

Edinburgh International Science Festival

APR 4-19, 2015

EDINBURGH INTERNATIONAL
science
festival

STUDIJA SLUČAJA-EVENTFULL GRAD U RAZVOJU DEN BOŠ, HOLANDIJA

- Hertogenbosch, ili Den Bosch (140,000 stanovnika)
- Grad je došao na ideju da iskoristi Hieronimusa Boša, koji je rođen u gradu pre skoro 500 godina.
- Kreativno rešenje – napravili su višegodišnji program događaja koncentrisani oko slikara.
- Centralni deo ovog programa je glavna izložba njegovog rada koja će se održati 2016., na 500-tu godišnjicu njegove smrti.
- mreža "Boš gradova", koji sadrži sve gradove sa delima Boša.
- Procenjuje se da će doći 400 000 posetilaca
- Na ovaj način, mali holandski grad je iskoristio veliki događaj koji će ga staviti na kartu sveta.

KREATIVNI GRAD

- ”podnošljiv grad”
- Kreativni grad vs preduzetničkom gradu
- Kreativna industrija
- Multikulturalizam
- Interkulturalizam

- "Preduzetnički grad ", " kreativni grad " i "interkulturalni grad" obuhvataju različite oblike kulturne prakse.

Kulturni događaji su postali jedan od glavnih puteva za iskorištavanje kreativnosti.