



УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ  
ПРИРОДНО – МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ  
ДЕПАРТМАН ЗА ГЕОГРАФИЈУ, ТУРИЗАМ  
И ХОТЕЛИЈЕРСТВО



**Александра Продановић Стаменовић**

**КОМПАРАТИВНИ ЕФЕКТИ МУЗИЧКИХ  
ФЕСТИВАЛА НА ЛОКАЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ И  
ТУРИЗАМ - EXIT VERSUS SZIGET**

**ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА**

Нови Сад, 2015. године

## ПРЕДГОВОР

Љубав према специјалним догађајима, попут манифестација и фестивала, родила се у мени у раном детињству, када сам са родитељима посећивала сеоске вашаре. Касније, како сам одрасла, на нашим просторима се појављивало све више манифестација, са различитим темама. Увек ме одушевљавао дух заједништва, велика количина креативности и понос који су се могли осетити на сваком кораку. Све ово се осећало међу извођачима, посетиоцима, али и локалним становништвом (мојим комисијама), који и ако нису били да посете манифестацију, било им је драго што им је ту, на дохват руке.

Касније, кроз посао, учествовала сам у организацији и извођењу неколико новосадских манифестација, што ми је омогућило да сагледам и другу страну медаље. Колико је потребно труда, воље и залагања, да би тај један или неколико дана, макар на кратко, посетиоцима учинило живот радоснијим.

Логичан је био наставак интересовања за манифестациони туризам и однос локалне заједнице према његовом развоју.

У изради ове дисертације, као и кроз читав живот, највише ми је помогла моја породица, моји родитељи и брат Александар, бака Љубица, а њима се не тако давно придружио и мој супруг Драган. Неизмерно сам им захвална на љубави, разумевању и подршци који ми пружају у свим животним ситуацијама.

Посебно велику захвалност дугујем мојој менторки, доц. др Вањи Драгићевић, која ме корисним саветима усмеравала током истраживања, пружала ми велику подршку и која је имала поверење у мене током израде ове докторске дисертације. Као и доц. др Ивани Блешић на корисним предлозима и саветима.

Такође, захваљујем се мојим пријатељима и колегама на разумевању и на директној и индиректној помоћи и подршци који су ми пружили за израду овог рада.

У Новом Саду, мај 2015.

Александра Продановић Стаменовић

## САДРЖАЈ

<b>УВОД</b> .....	<b>5</b>
ПРЕДМЕТ ИСТРАЖИВАЊА.....	7
ЦИЉ ИСТРАЖИВАЊА.....	8
ЗАДАЦИ И ХИПОТЕЗЕ ИСТРАЖИВАЊА.....	8
МЕТОДЕ ИСТРАЖИВАЊА.....	10
<b>ДОГАЂАЈИ И ТУРИЗАМ</b> .....	<b>11</b>
КЛАСИФИКАЦИЈА ДОГАЂАЈА.....	12
ДОГАЂАЈИ КРОЗ ИСТОРИЈУ.....	14
КАРАКТЕРИСТИКЕ САВРЕМЕНИХ ДОГАЂАЈА.....	15
МУЗИЧКИ ФЕСТИВАЛИ.....	18
МОТИВИ КОЈИ ПОКРЕЉУ ТУРИСТЕ НА ПУТОВАЊЕ И ПОСЕТУ МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА.....	19
<b>ЛОКАЛНА ЗАЈЕДНИЦА И ТУРИЗАМ</b> .....	<b>24</b>
<b>МЕНАџМЕНТ ДОГАЂАЈА</b> .....	<b>27</b>
ОРГАНИЗОВАЊЕ И ИЗВОЂЕЊЕ ДОГАЂАЈА.....	28
Организациона структура догађаја.....	29
Стејкхолдери у организацији музичких фестивала.....	30
КОНТРОЛА ДОГАЂАЈА.....	31
<b>МАРКЕТИНГ ДОГАЂАЈА - МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА</b> .....	<b>33</b>
ПРОИЗВОД МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА.....	34
ЦЕНА ОДРЖАВАЊА МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА.....	35
МЕСТО ОДРЖАВАЊА МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА.....	36
ПРОМОЦИЈА МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА.....	38
<b>ЕФЕКТИ МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА И ТУРИЗМА</b> .....	<b>41</b>
ЕКОНОМСКИ ЕФЕКТИ.....	45
СОЦИО-КУЛТУРНИ ЕФЕКТИ.....	48
Ефекти музичких фестивала на локалну заједницу.....	50
Ефекти музичких фестивала на здравље локалне заједнице.....	54
ЕФЕКТИ ТУРИЗМА И МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА НА ЖИВОТНУ СРЕДИНУ... ..	56
ПОЛИТИЧКИ ЕФЕКТИ.....	57
РИЗИЦИ У ОРГАНИЗАЦИЈИ ДОГАЂАЈА.....	58
<b>ФЕСТИВАЛИ И ТУРИЗАМ У НОВОМ САДУ</b> .....	<b>61</b>
ЕХИТ ФЕСТИВАЛ – НАЈЗНАЧАЈНИЈИ МУЗИЧКИ ФЕСТИВАЛ У НОВОМ САДУ.....	63
Историја ЕХИТ фестивала.....	63
Петроварадинска тврђава - место одржавања ЕХИТ фестивала.....	67
ЕХИТ фестивал и пратећи садржаји.....	68
ДОСАДАШЊА ИСТРАЖИВАЊА О ЕХИТ ФЕСТИВАЛУ.....	71
ЕФЕКТИ ЕХИТ ФЕСТИВАЛА НА ТУРИЗАМ И ПРИВРЕДУ НОВОГ САДА.....	73
ТУРИСТИЧКИ ПРОМЕТ У НОВОМ САДУ.....	74
<b>ФЕСТИВАЛИ И ТУРИЗАМ У БУДИМПЕШТИ</b> .....	<b>77</b>
SZIGET FESTIVAL.....	81
ДОСАДАШЊА ИСТРАЖИВАЊА О SZIGET ФЕСТИВАЛУ.....	83
<b>МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА</b> .....	<b>85</b>
ОБРАЗЛОЖЕЊЕ ИЗАБРАНЕ СКАЛЕ ЗА МЕРЕЊЕ ЕФЕКТА МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА НА ЛОКАЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ ( <i>FSIAS</i> ).....	85
РАЗВОЈ СКАЛЕ ЗА МЕРЕЊЕ ЕФЕКТА МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА ЕХИТ И SZIGET НА ЛОКАЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ.....	87

АНАЛИЗА ПЕРФОРМАНСИ И ВАЖНОСТИ .....	89
ОДРЕЂИВАЊЕ УЗОРКА И ПРИКУПЉАЊЕ ПОДАТАКА .....	91
<b>РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА И ДИСКУСИЈА .....</b>	<b>94</b>
СОЦИОДЕМОГРАФСКЕ КАРАКТЕРИСТЕ ИСПИТАНИКА .....	94
АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА ДОБИЈЕНИХ ПОМОЋУ ЕКСПЛОРАТОРНЕ ФАКТОРСКЕ АНАЛИЗЕ .....	96
ДЕСКРИПТИВНА СТАТИСТИЧКА АНАЛИЗА .....	100
АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА Т-ТЕСТА ЗА НЕЗАВИСНЕ УЗОРКЕ.....	104
Т-тест према полу.....	104
Т-тест према посети фестивалу.....	108
Т-тест према месту пребивалишта (фестивалу) .....	110
АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА ЈЕДНОФАКТОРСКЕ АНАЛИЗЕ ВАРИЈАНСЕ (ANOVA) .....	113
Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према годинама старости.....	113
Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према образовању испитаника .....	118
Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према запослењу испитаника .....	123
Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према дужини боравка испитаника у Новом Саду и Будимпешти .....	128
ПРИМЕНА АНАЛИЗЕ ПЕРФОРМАНСИ И ВАЖНОСТИ .....	133
Анализа резултата т-теста за зависне узорке.....	140
<b>ЗАКЉУЧАК .....</b>	<b>143</b>
<b>ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ ПОДАТАКА .....</b>	<b>148</b>
ЛИТЕРАТУРА НА СРПСКОМ ЈЕЗИКУ .....	148
ЛИТЕРАТУРА НА СТРАНИМ ЈЕЗИЦИМА.....	150
ЕЛЕКТРОНСКИ ИЗВОРИ ПОДАТАКА .....	159
<b>СПИСАК ТАБЕЛА У ТЕКСТУ .....</b>	<b>161</b>
<b>СПИСАК ГРАФИКОНА У ТЕКСТУ .....</b>	<b>162</b>
<b>ПРИЛОЗИ .....</b>	<b>163</b>

## УВОД

„Фестивали су одговарајући симболи државне културе. Они одражавају модерни стил живота, културне стандарде или недостатак стандарда, значај културе и њен пандан, танке границе између различитих уметничких форми, потребу за заједништвом, потребу за заједничким искуством. Чак и ако само привремено, фестивалске улице, тргови, зграде, шуме и поља јесу центри културе“ (Hunyadi, 2004).

Делатност догађаја или „индустрија догађаја“ (*events industry*), како је многи називају, данас представља растући глобални феномен, чија је улога и утицај на друштво одавно препозната (Bowdin et al., 2006).

По истраживању Туристичке организације Србије (ТОС) догађаји су први на листи туристичких мотива за долазак страних туриста у нашу земљу. Манифестациони туризам је због тога истакнут у „Стратегији развоја туризма Србије“ као веома значајан сегмент развоја туризма у Србији, али и као компаративна предност домаћег туризма ([mtt.gov.rs](http://mtt.gov.rs)).

Фестивали су субдисциплина унутар студија догађаја. Изузетно су важан сегмент догађаја због свечаности ових догађаја као и популарности, која им доноси велики број посетилаца. Јављају се у скоро свим културама, где заузимају и посебно место. Показатељи до којих се дошло различитим истраживањима указују на значај организовања фестивала као изузетних туристичких потенцијала за места одржавања, а понекад су фестивали покретачи развоја туризма одређене дестинације.

*Policy Studies Institute UK* (Институт за политичке студије Велике Британије) у часопису *Cultural trend* (Културни трендови) указује на чињеницу да се термин фестивал користи већ стотинама година и да означава велики број догађаја. Суштина фестивала од увек се односила на слављење и реafirмацју заједнице и њене културе. Неки фестивали су имали религиозни карактер, али свима им је била заједничка уметничка нота тј. музика, плес и драма. Повећање животног стандарда и количине слободног времена, позитивно је утицало на развој догађаја као посебног вида забаве (Бјелобрковић, 2009).

Организација мега догађаја и улагање у гигантске уметничке пројекте су скупе инвестиције. Овако велике инвестиције су исплативе једино у дужем временском року. Бројни градови, а и понеке државе су наведено искусили са тешким последицама (Parkinson, Bianchini, 1993). Пример су Зимске Олимпијске игре, одржане 2014. године у Сочију (Русија) где је по неким проценама потрошено четири пута више новца у односу на првобитне планове. Наиме, потрошено је преко 50 милијарди америчких долара чиме је оборен досадашњи рекорд ([www.rtv.rs](http://www.rtv.rs)). Потрошња и даље траје, јер није осмишљена намена свих изграђених објеката и њихова даља употребна вредност, тако да ће се наставити са улагањима у одржавање свих објеката. Поред економских проблема, долази и до сукоба између социјалних и економских циљева. Локалне заједнице често не желе да прихвате нове развојне активности и пројекте. Као резултат тога долази до раста тензија и конфликта између туриста и локалног становништва. Активно учешће локалне заједнице у одлучивању је кључно за одрживи развој (Parkinson, Bianchini, 1993).

Poljanec-Borić (2000) наводи да локално становништво, у вези са одређеним подручјем и животном средином, има много бољи осећај за то шта су реалне потребе тог подручја, као и јаснију визију будућег развоја, него централна управа. Због наведеног је потребно укључити визије, жеље и потребе, потенцијале и ентузијазам локалне заједнице у планове за будући развој.

Становници препознају позитивне и негативне ефекте туристичког развоја, али и степен до којег су спремни да толеришу негативне ефекте. Праг толеранције зависи од укључености локалног становништва у туристичко привређивање, периода становања у дестинацији и изложености туристичкој фреквенцији у свакодневном животу. Одличан пример је град Дубровник где становници препознају користи које туризам доноси, без обзира на то имају ли директне или индиректне користи од туризма, спремни су да толеришу његове негативне ефекте (Rudan, 2012).

Krippendorf (1986) наводи да се туристи и домаће становништво налазе у различитим, тј. супротним положајима. Оно у чему један ужива, за другог представља терет и рад. Њиховим контактом долази до сударања слободног времена и рада, тј. потреба за одмором са потребом за опстанком. Аутор се пита како се може замерати онима који живе од туризма што мисле на новац, а не на човека који је у сваком туристи. Он није нагласио да, што дестинација има дужу традицију бављења туризмом, тај однос има све слабији интензитет.

Становници града домаћина мега догађаја, на пример зимских Олимпијских игара у Калгахарију 1988. године и летњих Олимпијских игара 1996. године у Атланти, верују да социјалне користи као што су понос заједнице и итернационална препознатљивост су исто (или више) важни као економске користи од догађаја (Ritchie and Aitken, 1984, 1985; Mihalik and Cummings, 1995). Повећање неопипљиве психолошке вредности, укључујући грађански понос и национално јединство, је такође корист мега-догађаја (Kim and Petrick, 2005; Kim et al., 2006). Hall (1997) наводи да организовање и посећивање догађаја доприноси бољем разумевању других култура, јача културне вредности и традицију.

Неки аутори наводе и негативне утицаје догађаја у локалној заједници: цене хотелског смештаја и авионских карата расту током трајања мега-догађаја, док плате запослених у хотелима и авиокомпанијама остају непромењене (Baade et al., 2005). Уништавање традиционалних породичних вредности (Kousis, 1989), културна комерцијализација, (Cohen, 1988) и социјалне и културне несугласице између домаћина и посетилаца су такође могуће. Пажња на разликама у култури и социјалном и економском статусу између локалног становништва и туриста може негативно утицати на локалну заједницу домаћина (Tosun, 2002). Перцепција негативних психичких и станишних утицаја може укључивати загађење, буку, губитак вредности и уништавање историјских ресурса и културног наслеђа.

У литератури се наводи да је став локалног становништва о ефектима догађаја променљив. Једна група види и позитивне и негативне ефекте догађаја, друга група само негативне ефекте, док трећа група осећа само позитивне ефекте. Сви деле исто мишљење, а то је да је подршка локалног становништва кључна за развој туризма, без обзира на врсту туризма која се развија, а самим тим и за туризам догађаја (Lee et al., 2013).

Социјални утицаји на локалну заједницу нису универзални, оно што има важан утицај у једној заједници може имати занемарљив утицај у другој заједници. Различитост прихватања туриста у својој околини зависи пре свега од дистрибуције туриста на одређеном простору. Сходно наведеном, постоји разлика да ли се развој туризма одвија у историјском граду који је стална мета заинтересованих туриста, попут Венеције и Рима или на подручју које није пренатрпано туристима.

Војводина је један од туристичких кластера Србије. Због свог повољног положаја, мултиетничког састава становништва и богатства обичајима има и традицију у организовању изложби, сајмова и манифестација различитог карактера. Последњу деценију туризам у Војводини карактеришу значајна улагања у смештајне капацитете и подизање квалитета услуга у истим. Приметан је и раст броја страних

туриста. Туристи се више не задовољавају класичним „разгледањем места“, сунчањем и купањем, већ траже много више, траже разноврсне интензивне доживљаје током путовања од којих зависи интензитет њихове сатисфакције (Чомић, Калмић, 2007).

Према подацима Туристичке организације Војводине, у Војводини се годишње одржи 1382 манифестације. Једна од најважнијих манифестација је EXIT фестивал који се већ 15 година одржава у Новом Саду. Овај фестивал је уврштен у 10 најбољих европских фестивала. За време одржавања EXIT фестивала, Нови Сад се из мирног града претвара у космополитски град који постаје домаћин гостима из целог света (vojvodinaonline.com).

У Мађарској се у току године одржи више од 3.000 фестивала који привлаче 18 до 20 милиона посетилаца из Мађаске и иностранства, што говори о значају који туризам догађаја има за туризам Мађарске (Formadi, Raffai, 2009). Будимпешта је главни град Републике Мађарске. Налази се на 300 km од Новог Сада и изузетно је посећена туристичка дестинација. Један од значајнијих туристичких догађаја у Будимпешти је музички фестивал SZIGET, који окупља велики број извођача и посетиоце из преко 70 различитих земаља, чиме доприноси позитивном имиџу Будимпеште на туристичкој мапи Европе.

## ПРЕДМЕТ ИСТРАЖИВАЊА

Предмет докторске дисертације је тестирање модификоване FSIAS скале (*Festival Social Impact Analysis Scale*) за истраживање ефеката музичких фестивала на локалне заједнице и на туризам дестинације. Истраживањем су испитивани ставови локалне заједнице Новог Сада и Будимпеште, о различитим ефектима EXIT и SZIGET фестивала на локалне заједнице и на туризам, а потом је извршена компарација ефеката ова два музичка фестивала.

EXIT музички фестивал се одржава сваке године у Новом Саду од 2000. године. Захваљујући одличној организацији, постаје веома популаран међу младима широм света и доприноси позиционирању Новог Сада као туристичке дестинације на међународном туристичком тржишту. Званичан број посета се мери од 2001. године, када је забележено око 250.000 посета. Године 2013. за пет дана трајања фестивала забележено је око 200.000 посета укупно. Фестивал је од стране *UK Festival Awards*, у категорији *Best overseas festival* проглашен за један од десет најбољих фестивала у Европи ван Велике Британије. EXIT представља музички догађај који утиче на креирање позитивног става посетилаца и учесника из иностранства о Србији. У складу са категоризацијом догађаја у Србији, EXIT припада првој категорији туристичких догађаја.

SZIGET фестивал је основан 1993. и до сада је одржан 23 пута. Фестивал годишње привлачи скоро 400.000 посетилаца из преко 70 земаља. Одржава се на прелепом острву у срцу Будимпеште. Посетоцима пружа двадестчетворочасовни доживљај седам дана, колико траје фестивал, на око 50 локација са око 200 различитих програма дневно. Извођачи су највећа имена међународне поп/рок сцене, звезде светске и електронске музике, као и метал, фолк, џез, блуз, алтернативне и класичне музике. SZIGET фестивал није само музички фестивал, јер посетиоцима нуди и различите друге културне програме, позоришне и циркуске представе и изложбе.

У оба случаја, реч је о музичким фестивалима који остварују значајне економске ефекте по дестинације, али и социокултурне ефекте на локалне заједнице,

који су резултат интеракције локалне заједнице и посетилаца фестивала, а нарочито страних посетилаца.

## ЦИЉ ИСТРАЖИВАЊА

Циљ истраживања је испитати поузданост кориговане FSIAS скале за мерење ефеката EXIT и SZIGET музичких фестивала на локалне заједнице и туризам дестинација, те извршити компарацију ефеката два музичка фестивала који се у јавности доживљавају као конкуренција. Утврђивање предности (користи) и недостатка (трошкова) одржавања музичких фестивала на одређеном простору из перспективе локалног становништва може допринети организаторима да унапреде квалитет фестивала и туристичку понуду дестинације, а локалном становништву да схвати да ли је добро и због чега да се музички фестивали одржавају у месту њиховог становања, као и на шта могу утицати како би се квалитет њиховог живота побољшао за време, али и након одржавања фестивала.

## ЗАДАЦИ И ХИПОТЕЗЕ ИСТРАЖИВАЊА

Задачи истраживања у складу са циљем истраживања су:

- 1) Модификовати FSIAS скалу за потребе истраживања ефеката EXIT и SZIGET фестивала на локалне заједнице.
- 2) Утврдити валидност, поузданост и факторску структуру модификоване FSIAS скале.
- 3) Утврдити да ли локално становништво у месту у ком се одржава фестивал различито перципира ефекте музичких фестивала у зависности од социо-демографских карактеристика.
- 4) Утврдити да ли постоје разлике у перцепцији ефеката музичких фестивала између становника Новог Сада у ком се одржава EXIT фестивал и становника Будимпеште где се одржава SZIGET фестивал.
- 5) Утврдити ставове локалног становништва о ефектима музичких фестивала EXIT и SZIGET, извршити њихову компарацију и дати стратегијске предлоге кроз примену анализе важности и перформансе (*IPA – Importance performance analysis*), која се фокусира на мерење важности општих ставова локалног становништва у вези са организовањем било ког фестивала на дестинацији и мерење перформанси (ефеката) конкретних музичких фестивала које је локално становништво осетило на одређеној дестинацији. Овом анализом ће се идентификовати приоритетни ефекти музичких фестивала од високе важности за локалне заједнице.

Основна хипотеза докторске дисертације гласи: ***Музички фестивали унапређују друштвену кохезију и доприносе развоју туризма и промоцији дестинације.***

Из ове опште хипотезе може се извући неколико афирмативних хипотеза које укључују и потхипотезе.



**1. Хипотеза (X1): Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на њихове социо-демографске карактеристике.**

Објашњење: Прва хипотеза је оформљена на основу претпоставки да се ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала статистички значајно разликују у односу на пол, старост, образовање, занимање и дужину боравка у месту пребивалишта испитаника. Хипотеза ће у резултатима рада бити потврђена или оповргнута применом t-теста или једнофакторском анализом варијансе (ANOVA). Ова хипотеза укључује пет потхипотеза:

*X1a: Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на пол испитаника.*

*X1b: Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на старосно доба испитаника.*

*X1c: Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на степен образовања испитаника.*

*X1g: Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на радни статус испитаника.*

*X1d: Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на дужину пребивалишта у посматраној локалној средини.*

**2. Хипотеза (X2): Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на то да ли су посетили фестивал или не.**

Објашњење: Друга хипотеза је оформљена на основу претпоставке да се ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала статистички значајно разликују у односу на то да ли су посетили фестивал или не. Претпоставља се да становници који су посетили фестивал позитивније перципирају ефекте од фестивала у односу на оне који га никад нису посетили. Хипотеза ће у резултатима рада бити потврђена или оповргнута применом t-теста.

**3. Хипотеза (X3): Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на место боравка, Нови Сад или Будимпешта.**

Објашњење: Трећа хипотеза је оформљена на основу претпоставке да се ставови локалног становништва Новог Сада о ефектима EXIT фестивала статистички значајно разликују у односу на ставове становника Будимпеште о ефектима SZIGET фестивала. Хипотеза ће у резултатима рада бити потврђена или оповргнута применом t- теста.

**4. Хипотеза (X4): Ставови локалног становништва о важности одређених ефеката било ког догађаја и перформанса конкретних музичких фестивала се статистички значајно разликују.**

Објашњење: Четврта хипотеза је оформљена на основу претпоставке да се ставови локалног становништва статистички значајно разликују у оцени важности одређених ефеката фестивала и њихових перформанси. Хипотеза ће у резултатима рада бити потврђена или оповргнута применом IPA анализе и t- теста.

## МЕТОДЕ ИСТРАЖИВАЊА

Као средство за мерење ефеката музичких фестивала EXIT и SZIGET на локалне заједнице и туризам Новог Сада и Будимпеште коришћена је FSIAS скала, коју је конструисао Томас Алберт Деламер, истраживач са универзитета из Алберте (Канада) 1998. године а за потребе мерења ефеката малих локалних фестивала на локалну заједницу. Ова скала омогућава локалној заједници да искаже позитивне и негативне ефекте фестивала, кроз поређење очекивања од фестивала и реалних исхода, односно резултата фестивала. Скала се састоји од 25 варијабли, али њен аутор предлаже да се скала коригује и тестира на различитим врстама догађаја, у смислу обима, величине и врсте догађаја, и на различитим локацијама, те ће бити модификована за истраживање утицаја великих музичких фестивала, попут EXIT-а и SZIGET-а, на локалне заједнице.

Поред наведеног у раду је коришћена и: индуктивно-дедуктивна метода, метода анализе и синтезе, метода дескрипције, компаративна метода, метода студије случаја, метода посматрања, емпиријска и статистичка метода. У истраживање је укључено локално становништво Новог Сада и Будимпеште, приватни и јавни сектор, односно власници малих и средњих предузећа који се баве пружањем туристичко-угоститељских услуга, медицински радници, радници јавних предузећа, државних институција, ученици и студенти, невладине организације.

За статистичку обраду података добијених анкетним истраживањем коришћене су статистичке методе: факторска анализа, анализа поузданости модела применом Cronbach  $\alpha$ , дескриптивна статистичка анализа, т-тест, анализа варијансе ANOVA, анализа важности и перформанси.

## ДОГАЂАЈИ И ТУРИЗАМ

Реч „догађај“ има широко значење и широку примену. У најширем смислу реч догађај може означавати све што се дешава у одређеној тачки просторно-временског континуума, такође може означавати значајну чињеницу јавног или приватног живота, као и резултат експеримента. У српском језику као синоним за реч догађај често се користи реч манифестација. Ово није потпуно тачно, јер манифестација представља само један од многобројних дешавања, који се називају догађаји. У енглеском језику реч „manifest“ значи: испољавати, јавно приказивати, а као придев ова реч значи: очигледан, јасан. Реч манифестација у српском језику значи и изношење на видело, објављивање, приказивање (Вујклија, 1980, *The Merriam-Webster Online Dictionary*, 2013).

Догађај представља значајно, друштвено важно дешавање, активност или такмичење, које окупља велики број људи на једном месту, ограниченог је трајања и заснива се на одређеној идеји.

Према Драгићевић (2012) у АПЕКС речнику (*The Accepted Practices Exchange Industry Glossary of terms*) догађај се дефинише као: „организована активност попут састанака, конвенција, сајмова, специјалних догађаја или гала вечера“. Из наведеног је очигледно да данас постоји велики број типова догађаја. Даље у раду под речи догађај ће се подразумевати аспект догађаја у контексту туристичке делатности.

Енглеска реч „event“ (српски „догађај“) потиче из латинског језика. Латински „eventus“ што значи: циљ, догађај, „eventire“ што значи: да изађе, да се деси и „venire“ што значи: доћи или стићи (Стаменковић, 2014).

Већина аутора се слаже да фестивали, као врсте догађаја, у економском смислу, представљају део услужне економије. Андрејевић и Грубор (2007) сматрају догађај понудом која се пласира на тржиште како би се задовољиле специфичне, хетерогене и нематеријалне потребе потрошача, у нашем случају ради се о потребама посетилаца и туриста.

„Фестивал је догађај чији је циљ да обезбеди заједничку забаву или висок квалитет провођења слободног времена за публику, фокусирајући се на једну или више тема, организованих на једној или више сцена, са културним, уметничким, гастрономским, спортским или другим програмима“ дефиниција Мађарског удружења фестивала (Hungarian Festival Association <http://www.fesztivalszovetseg.hu/>).

Ожеговић још 1977. године, у свом раду који се бави туристичким манифестацијама, дефинише појам туристичке манифестације као: „креативни и комплексни културни и друштвено-економски догађај, који се састоји из различитих, културних, програмских садржаја, а остварује туристичке ефекте и циљеве и има друштвено-економски значај за једно туристичко место. Атрактивност туристичких манифестација зависи највише од врсте манифестације и њеног садржаја“ (Ожеговић, 1977).

Аутори у иностраној литератури наводе манифестациони туризам као „event tourism“ (туризам догађаја), као и „cultural festivals“ (фестивали културе). Манифестације, према томе, представљају различите догађаје, различите облике изражавања и представљања, са интересантним садржајем који може да привуче посетиоце (Бјељац, 2006). Велики број теоретичара туризма се бави истраживањем фестивала као посебног вида туризма.

## КЛАСИФИКАЦИЈА ДОГАЂАЈА

Класификација догађаја се може вршити на основу различитих критеријума. Један од најчешћих критеријума по којем се врши класификација је величина догађаја те се по величини може разликовати:

- Мега догађај
- Халмарк (hallmark) догађај
- Главни догађај (Bowdin et al, 2006)
- Локални догађај (Бјелобрковић, 2009).

Мега догађај својом величином и обимом утиче на туризам и привреду земље у којој се одржава. Његова медијска покривеност је добра, што омогућава изграђивање имица организаторима догађаја, али и земљи домаћина. У литератури је наведено да мега догађај посети најмање један милион посетилаца, а да трошкови постављања и извршења износе преко 500 милиона америчких долара. Мега догађаји су усмерени на тржиште међународног туризма и карактерише га велико интересовање јавности и масовних медија. Овакви догађаји су Светска и европска првенства у фудбалу, Олимпијске игре и слично (Андрејевић, Грубор, 2007; Getz, 2005).

• Холмарк догађај постиже своју оригиналност на основу квалитета програма и аутентичности у односу на сличне догађаје. „Холмарк означава дестинацију догађаја, објекте или организацију догађаја.“ (Драгићевић, 2012). Догађаји типа холмарк доприносе очувању и ревитализацији традиције, привлаче велику пажњу јавности, доприносе изграђивању имица дестинације и организатора, а организаторима омогућавају и остваривање конкурентске предности. Дестинације и домаћини остварују значајне приходе од туризма за време холмарк догађаја и постају међународно препознатљиве (Hall, 1997). У теорији менаџмента догађаја, према Bowdin, et al., (2006), наводи се да су холмарк догађаји поистовећени са душом и етосом места одржавања односно његовог ужег и ширег окружења.

Холмарк догађаји се према Драгићевић (2010) могу поделити у неколико типова:

1. Спортски холмарк догађаји. Одличан пример је Вимблдонски тениски турнир, најстарији и најугледнији тениски турнир. Овај турнир се одржава у граду Вимблдону, у Јужној Енглеској, од 1877. године.

2. Пословни холмарк догађаји. У ову групу се могу убројати међународни сајмови и изложбе, попут Међународног сајма аутомобила у Женеви. Године 2015. ће се одржати по 85. пут. Обично га посети око 700.000 посетилаца.

3. Културни холмарк догађаји су познати светски фестивали и карневали, као на пример Карневал у Рио де Жанеиру.

4. Уметнички - забавни холмарк догађаји. Овој групи припадају концерти угледних уметника, уметничке представе, односно престижне изложбе, а типичан пример је Новогодишњи концерт Бечке филхармоније, који се сваке године одржава 01.01., а преносе га све светске телевизије. Године 2014. концерт је преносило 92 телевизије, а процењује се да га је путем малих екрана гледало између 40 и 50 милиона гледалаца.

Главни догађаји су догађаји који су нешто мање захтевни у постављању и извршењу у односу на холмарк и мега догађаје, али такође имају велики обим и изражен интерес јавности и медијску покривеност. Организатору омогућавају остваривање добрих економских резултата јер привлаче велики број посетилаца. У

пракси су најчешће спортски оријентисани са међународном репутацијом и дефинисаном структуром такмичења (Bowdin et al., 2006).

Други критеријум у класификацији догађаја је на основу специфичности постављења и извршења догађаја, те се у складу са назначеним разликују:

- Специјални догађаји и
- Уобичајени догађаји.

Специјални догађаји се обично одржавају само једном или знатно ређе у односу на уобичајене догађаје. Према аутору Getz (2005), специјални догађаји су они догађаји које обележава аутентичност, традиција, квалитет, свечани дух, гостопримство и симболика. Jago и Shaw (1998) под специјалним догађајима подразумевају све догађаје који могу привући туристе и подстаћи развој туризма, али су ограниченог трајања, организују се једном или ретко, подижу свест и имиџ дестинације, нуде одређено искуство и неуобичајени су, привлаче пажњу јавности, медија и спонзора, посетиоцима пружају могућност бега од доколице. У специјалне догађаје се могу убројати:

- Национални празници
- Јединствене културне представе
- Препознатљиве спортске утакмице
- Корпоративне приредбе
- Пословни догађаји и
- Оригиналне промотивне активности.

Getz (2005) наводи да се у пољу менаџмента догађаја, а у зависности од намера и карактеристика догађаја, догађаји могу разврстати у следећих осам врста:

1. Културни догађаји (фестивали, карневали, параде)
2. Уметнички тј. Забавни догађаји (концерти, изложбе, свечаности, церемоније)
3. Пословни догађаји (сајмови, изложбе, састанци, конференције)
4. Спортски догађаји (професионална и аматерска такмичења)
5. Образовни и научни догађаји (семинари, конгреси, стручно усавршавање)
6. Рекреативни догађаји (забавни догађаји, рекреативна такмичења)
7. Политички, тј. Државни догађаји (митинзи, инаугурације, посете званичника) и
8. Приватни догађаји (лични и друштвени).

Bowdin и други (2006) су направили класификацију догађаја према садржају и разликују три основне врсте догађаја:

1. Културни догађаји
2. Спортски догађаји и
3. Пословни догађаји.

Они истичу да су културни догађаји најстарији, као и да пословни догађаји генеришу значајан приход за град и регион који је домаћин догађаја. Van der Wagen (2007) даје сличну класификацију догађаја и додаје да треба разликовати непрофитне и профитне догађаје.

Сви планирани догађаји, од малих, попут венчања, до мега догађаја, попут Олимпијских игара, имају туристички потенцијал, ипак Getz (2008) истиче да се у литератури али и у пракси посебна пажња посвећује пословним, спортским и културним догађајима.

Велики број локалних заједница организује манифестације тј. фестивале и прославе које су намењене локалном становништву и које имају сврху дружења и забаве, а тежиште се ставља на развој толеранције и развијање поштовања различитости унутар саме заједнице. Од оваквих манифестација се очекује јачање духа припадништва локалној комуни и креирање имиџа одређеног места. Локална власт подржава локалне догађаје и често је сама иницијатор одржавања оваквих

догађаја. Као организатори јављају се још и невладине организације, а главни актери ових догађаја су често волонтери. Уобичајено место одржавања локалних догађаја су паркови, школе и улице (Бјелобрковић, 2009).

Очигледно је да неки догађаји поседују већи, а неки мањи степен атрактивности са аспекта туризма, али је свакако евидентно да је „туризам догађаја“ постао важан и растући сегмент међународног туризма. Ово потврђује значајан број организација међународног карактера које се баве појединим облицима догађаја, потом растући број универзитета, односно факултета који кроз посебне курсеве едукују кадрове у области менаџмента догађаја и туризма, нарочито на простору САД-а и Велике Британије, али и све већи број дестинација које, кроз организовање различитих догађаја остварују значајне економске ефекте, раст туристичког промета, унапређење инфраструктуре, побољшање услова живота локалног становништва и слично.

Данас догађаји представљају предмет научних истраживања, средство промоције, активност у слободно време, генератор прихода, извор урбане регенерације, обележје туристичких дестинација и могућност за грађење каријере (Драгићевић, 2010).

## ДОГАЂАЈИ КРОЗ ИСТОРИЈУ

Од најдавнијих времена људи су се кретали у простору, најпре у потрази за храном, затим ради трговине, а тек у античко доба се јављају путовања ради забаве. Током своје историје развоја туризам је пролазио различите фазе развоја. Ове фазе се најчешће везују за превозна средства која су омогућавала туристима да све брже прелазе све веће раздаљине.

Нека од првих туристичких кретања истраживачи везују за догађаје попут великих спортских такмичења. Одличан пример за то су античке олимпијске игре које су се одржавале на сваке четири године од 776. године пре нове ере. Претпоставља се да је преко 40.000 људи истовремено било на стадијуму и да је главни проблем био како обезбедити довољно места за њихов боравак.

Средњи век су обележила путовања Путем свиле. Пут свиле је можда најзначајнији трговачки правац свих времена. Иако је назван по једној врсти робе, овај правац је представљао спону Азије и Европе не само у трговачком, већ и у културном и научном смислу. Његов значај се огледа у развоју различитих услуга које су биле неопходне пословним путницима (смештај, исхрана у караван сарајима, камиле као превозно средство, водичи), а такође овим правцима су се, осим различитих врста робе, преносили научни изуми и идеје из Азије у Европу и обрнуто. Средњовековна туристичка кретања се односе и на посете витешких турнира, али и ходочашћа. У седамнаестом веку постаје популарно посећивање бања, те бањска места постају модерни центри за рекреацију и важни друштвени центри „више класе“ јер су оваква путовања могли да приуште само имућни. Деветнаести век и урбанизација, аутоматизација, монотонија радног места и лагано побољшање животног стандарда, доприносе развоју туризма. Развој парне машине, пароброда и железнице допринео је да путовања буду доступна већем броју људи, а развој авио саобраћаја у двадесетом веку, омогућио је путницима да прелазе велике раздаљине (Плавша, 2007).

Прве Олимпијске игре модерног доба су одржане 1896. године у Атини. Ову спортску манифестацију као и олимпијске игре старог доба, карактерише велики број

посетилаца. О значају и у дипломатским односима говори и податак да је овим играма, као званичан представник, присуствовао Краљ Србије, Александар Обреновић (Илић, 1996).

Нису само такмичари забављали гледаоце, у паузама између борби, мечева или трка, гледаоце су забављали разни забављачи, попут циркуских уметника. Оно што је такође било привлачно посматрачима, од најранијег доба развоја спортских манифестација, било је клађење. Гледаоци су се кладили на одређеног такмичара и то је повећавало њихово уживање, јер је постојала и могућност добитка (Продановић, Калинић, 2012).

Први фестивали у данашњем смислу те речи, биле су прославе уметности, места сусрета културне и друштвене елите. У почетку су углавном укључивале само једну форму уметности, попут Бијенала у Венецији, манифестација која слави савремену уметност, а први пут је одржана 1895. године. Овде се може сврстати и Салзбуршки фестивал класичне музике у Аустрији, а један од пионирских фестивала у Европи, је и *Open-Air Festival* у Сегедину (Hunyadi, Inkei, Szabó, 2005).

Дуго су само интернационални, велики уметнички догађаји и такмичења, признавани као фестивали. Средином прошлог века овај појам је постао све раширенији, а туристички аспект фестивала све значајнији. У неким случајевима овај аспект је био у складу са уметничким циљевима, док су у другим случајевима разнолики културни догађаји у туристичкој сезони, проглашавани фестивалима. Како је путовати постајало све једноставније, глобализација достиже свој зенит, последњих тридесетак година долази до експлозивног раста броја фестивала, то јест серије догађаја означених овим именом или сличним. Истовремено сам појам фестивала наставља да се шири (Hunyadi, Inkei, Szabó, 2005).

Динамичан развој догађаја уследио је у двадесетом веку. „Савремена тржишта купаца право су окружење за свестрани и динамичан развој разноврсних догађаја, који задовољавају специфичне потребе платежно способних потрошача.“ (Андрејевић, Грубор, 2007).

У двадесетом веку фестивали популарне музике и фолклора су се развили у неколико праваца. Од 1950-их година лагани музички фестивали су израсли у конвенцијалне институције такмичарског карактера, по узору на *San Remo* и Еуровизију (*Eurovision Song Contest*). Рок фестивали се углавном одржавају на отвореном, по узору на *Woodstock*, они постају центри субкултурних стилова и жанрова. У исто време, фолк манифестације се претварају у етно фестивале са националним обележјима (Lukić-Krstanović, 2008).

## КАРАКТЕРИСТИКЕ САВРЕМЕНИХ ДОГАЂАЈА

Како се развијају савремени догађаји, све више је приметан њихов економски утицај, што је видљиво из примера земаља домаћина организатора мега догађаја као што су Олимпијске игре, Светска првенства у фудбалу и слични велики догађаји.

Туризам догађаја или „event“ туризам обухвата путовања која су примарно мотивисана посетом догађају културног, уметничког, забавног и сличног карактера и садржаја. Број фестивала се повећао са растом масовног туризма после Другог светског рата. У Великој Британији готово 50% уметничких фестивала је покренуто 80-тих година 20. века како би подстакли већу посету туриста појединим градовима, а све више је и оних манифестација које су креиране само из туристичких разлога.

Појам „туризам догађаја“ укључује разне облике туризма: спортски, културни, пословни, религијски и слично, али је фокус само на једном аспекту – догађају, као поводу окупљања туриста (Работић, 2012).

Јединствена и опште прихваћена дефиниција догађаја не постоји, али се већина аутора слаже да су догађаји део услужне економије, јер укључују ангажовање живог и минулог људског рада на креирању неопипљиве користи потрошачима (Андрејевић, Грубор, 2007).

Getz (2005) даје две дефиниције догађаја, од којих је једна из перспективе туристе тј. посетиоца догађаја, а друга из перспективе организатора:

1. Са гледишта посетиоца: „Специјални догађај је могућност за одмор, друштвено и културно искуство које превазилази уобичајени избор и свакодневна дешавања“,

2. Са гледишта организатора: „Специјални догађај је једнократни или периодични догађај који превазилази нормалне програме и активности, у домену организације и спонзорства“.

Догађаји представљају значајан мотив за предузимање туристичких кретања и имају важну улогу у развојним и маркетинг плановима дестинација широм света (Getz, 2008).

Андрејевић и Грубор (2007) констатују да догађај представља специфично осмишљену понуду ограниченог трајања, у чијој се основи налази идеја која се ангажовањем извршилаца и материјалних средстава, тј. применом менаџерског *know – how* (знати како) на тржишту испољава као оригинална идејна понуда.

Догађаји доприносе економском и туристичком развоју микро дестинација, понекад и држава. За многе градове, догађаји представљају бренд и заштитни знак дестинације, на пример Рио де Жанеиро, Единбург, Минхен. Догађаји су значајан покретач развоја туристичких дестинација на којима се одржавају. Они могу бити допуна туристичкој понуди одређене дестинације, где ће привући посетиоце који ће због догађаја продужити свој боравак на дестинацији. Такође, могу бити покретач развоја туризма на дестинацији, која ће се развити у туристичку дестинацију захваљујући популаризацији догађаја.

Уз економску и промотивну, догађаји имају и значајну друштвену улогу. Ова улога се исказује подједнако код домаћег становништва, то јест, локалне заједнице и код посетиоца. Фестивали промовишу традиционалну културу и аутентичност одређене регије, али је њихова основна карактеристика, социјализација (Getz, 2005). Локална заједница треба да буде консултована и укључена у планирање, постављање и извршење догађаја. Важно је да позитивни ефекти догађаја превазилазе краткорочне негативне ефекте по локалну заједницу. Догађај треба да се уклапа у амбијент дестинације, а ризици који могу настати као последица догађаја треба да се сведу на минимум и да имају позитивне социјалне ефекте (Драгићевић, 2010).

Највећи број посетиоца привлаче културни догађаји (нарочито музички фестивали), спортски и пословни догађаји (Драгићевић, 2012). Музички фестивали у Србији попут EXIT фестивала и Гуче као и Belgrade Beer Fest-a, представљају најпосећеније догађаје у Србији.

Без обзира о којој врсти догађаја се ради, организатори, локалне власти и привредници имају за циљ постићи што већу посећеност догађаја, а при томе се често не води рачуна о локалном становништву и ефектима, директним и индиректним, који су последица организације и реализације догађаја. Бити свестан социо-културних утицаја који одржавање догађаја има на живот локалног становништва, може подстаћи равнотежу између економског и друштвеног напретка на дестинацији (Delamere, 2001). Велики број туриста који у кратком року (за време трајања догађаја)



долазе на дестинацију, проузрокују различите социо-културне и економске утицаје на локално становништво.

Bowdin et. al (2006) сматрају да се посебан значај организовања догађаја огледа у унапређењу економије локалне заједнице, унапређењу инфраструктуре, привлачењу туриста и промоцији одређене дестинације.

Фестивали се обично нису развијали као туристичке атракције, а ипак, често су од стране туристичких организација промовисани управо на тај начин. Многи градови експлоатишу фестивале за туристичке сврхе и промоцију места, што понекад доводи до негативних ефеката (Richards, 2007).

Van der Wagen (2007) указује на девет основних карактеристика делатности догађаја:

1. Пораст интересовања глобалних размера за догађаје, чему доприноси глобализација и све значајнија улога интернета.
2. Конкурентно окружење – градови и државе широм света се надмећу у привлачењу догађаја.
3. Економски ефекти и ефекти по туризам – познато је да догађаји доприносе економском и туристичком развоју градова, па чак, и држава. За многе градове, догађаји представљају бренд и заштитни знак дестинације – познати су примери Единбурга и Рио де Жанеира.
4. Аутентичност производа догађаја мотивише посетиоце да посете догађај.
5. Користи за локалну заједницу – локална заједница има трошкове, али и користи од одржавања догађаја. Важно је да позитивни ефекти догађаја превазилазе трошкове и негативне ефекте. Догађај треба да се уклапа у амбијент дестинације, а ризици који могу настати као последица догађаја се требају предвидети и свести на минимум како би догађај имао што више позитивних ефеката.
6. Безбедност и ризици – када су у питању масовна окупљања, безбедност је од примарног значаја. О ризицима се најчешће говори у контексту спортских и музичких догађаја, мада и пословни догађаји могу бити високог ризика, јер се на њима окупља пословна елита.
7. Политички утицај – У зависности од величине догађаја, организовање догађаја захтева подршку власти на локалном или националном нивоу. Организовање догађаја међународног карактера на дестинацији сматра се политичким успехом власти.
8. Спонзори – успех догађаја у великој мери зависи и од спонзора, који најчешће пружају финансијску подршку, а за узврат очекују промоцију кроз медијску покривеност догађаја и бројне друге користи.
9. Управљање волонтерима (*Volunteer management*) – све више догађаја се организује уз помоћ волонтера. Волонтере треба пажљиво одабрати и адекватно мотивисати, како би на прави начин одрадили задате задатке. Људски фактор је важан за успех догађаја и задовољство посетилаца.

Индустрија догађаја се може разумети као део туризма као привредне гране. Бујковић (2012) идентификује неколико елемената који су заједнички туризму као привредној грани, хотелијерству и индустрији догађаја:

1. Смештај
2. Угоститељске услуге
3. Транспорт
4. Атракције
5. Забава и разонода
6. Трговина.

Наведени елементи су заједнички фактори развоја и успеха туристичке привреде и индустрије догађаја. Међузависност ових елемената има два аспекта:

- квалитет и развијеност туристичке понуде утиче на број и на структуру догађаја,
- индустрија догађаја поред бројних утицаја које остварује на локалну заједницу, утиче и на туризам као привредну грану. Овај утицај се огледа кроз повећану потрошњу и повећање ефективности капацитета и постизање квалитетнијих економских резултата (Бујковић, 2012).

Пример како манифестације могу да унапреде туристичку привреду и колико велики утицај могу имати на развој туризма је одржавање Универзијаде у Београду 2009. године. Овај догађај је утицао на повећање броја страних туриста у Србији и повећан број ноћења. Сајмови, квалитетнији туристички производи, манифестације и фестивали су потенцијал који може да поспешу масовнији долазак страних туриста и оствари значајан девизни прилив у туристичкој привреди Србије (Јовановић, Делић, 2011).

## МУЗИЧКИ ФЕСТИВАЛИ

Светковина, свечаност или празник су речи српског језика које се односе на енглеску реч фестивал. Реч фестивал се данас користи као интернационализам, тако да нико у Србији неће рећи музичка светковина или музички празник. Фестивали су прославе на одређену тему, то јест из одређеног разлога, често су на одређену тему која може бити историјски догађај, нешто по чему је познато подручје у којем се фестивал одржава, а у савременим условима често им је у фокусу музика, плес или слично. Према Falassi-у (1987), фестивали се дефинишу у културно - антрополшком маниру као „свето или профано време за славље, обележено посебним обредима.” Фестивали славе вредности заједнице, идеологију, идентитет и континуитет. Getz (2005) фестивале дефинише као „тематске, јавне прославе”. Бројни облици и теме фестивала су могуће, а термин фестивал се често погрешно комерцијализује.

Данас, бројни градови и региони у свету имају свој музички фестивал. Иако постојање музичких фестивала није новина, изненађујућа је чињеница да их има све више, као и брзина којом се број музичких фестивала повећава. Први писани трагови о постојању музичких фестивала указују на њихово постојање већ у 11. веку, када француски трубадури узимају учешће у фестивалима еснафа. Најстарији фестивал који траје и данас је Фестивал три хора (*Three Choirs Festival in Gloucester, Hereford and Worcester*), који је основан давне 1724. године. Неки од најстаријих европских музичких фестивала су и Хандел Фестивал који се одржава у Вестминстер Абеј у Лондону, још од 1784. са прекидима и од 1791. редовно. Неки аутори, најстаријим музичким фестивалом сматрају Питске игре у Делфима, чије одржавање је почело у 6. веку пре нове ере. Питске игре су се одржавале две године пре и две године после Олимпијских игара и поред такмичења у атлетици, одржавали су се концерти музике тог доба (Frey, 1994).

Данас, највећи музички фестивали се одржавају у Европи. Чак 13 од 20 најпосећенијих музичких фестивала у свету одржава се у некој од европских земаља. Већина фестивала траје три до четири дана, а најдужи период трајања једног музичког фестивала је једанаест дана. Најпосећенији фестивали имају од 17.000 до 175.000 посетилаца дневно, као што се може видети у Табели 1.

Колики је удео посетилаца музичких фестивала у односу на укупан број туриста једне земље, види се на примеру Велике Британије где је у току 2009. укупан број

посетилаца музичких фестивала прелазило 7,7 милиона посетилаца (www.ukmusic.org).

„Фестивалски туризам” су истраживали многи истраживачи и то са различитих аспеката. Економски утицај су истраживали Formica и Uysal (1998), Gursoy, Kim и Uysal (2004), McKercher, Mei и Tse (2006). Улогу музичких фестивала у стварању имиџа и промоцији места су изучавали Boo & Busser (2006), мотивацију да присуствују тј. да предузму путовање Chang (2006), Li и Petrick (2006), Lee, Lee и Wicks (2004), Saleh и Ryan (1993), квалитет фестивала и задовољство посетилаца Crompton & Love (1995), допринос музичких фестивала регионалном развоју Moscardo (2007), однос према развоју заједнице (Cameron, 1989), повезаност са културом и заједницом Robinson, Picard и Long (2004).

Табела 1. Двадесет најпосећенијих светских музичких фестивала у 2012. години

Назив фестивала	Локација	Трајање (у данима)	Просечна дневна посећеност
Glastonbury	Worthy Farm, Pilton, Shepton Mallet, Сомерсет, Уједињено Краљевство	5	175.000
Roskilde	Роскилд, Данска	4	110.000
Rock Werchter	Верчтер, Белгија	4	110.000
Rock al Parque	Богота, Колумбија	4	88.600
T in the Park	Баладо, Кинрос - Шир, Шкотска	3	85.000
Summerfest	Хенри Мајер Фестивалски парк, Милвоки, Висконсин, Сједињене Америчке Државе	11	82.000
Exit	Петроварадинска тврђава, Нови Сад, Србија	4	75.000
Coachella	Коачела, Калифорнија, Сједињене Америчке Државе	3	75.000
Reading-Leads Festival	Ридинг, Лидс, Уједињено Краљевство	3	75.000
Sziget	Будимпешта, Мађарска	6	65.000
Pukkelpop	Кивит – Хаселт, Белгија	3	62.500
Pinkpop	Ландграф, Холандија	3	60.000
Big Day Out	Златна обала, Сиднеј, Мелбурн, Аделајд, Перт, Аустралија и Аукланд, Нови Зеланд	11	56.000
Burning Man	Black Rock Пустинја, Невада, Сједињене Америчке Државе	7	50.000
Bonnaroo	Great Stage Парк, Манчестер, Тенеси, Сједињене Америчке Државе	4	40.000
Fuji Rock	Naebi скијашки комплекс, Јапан	3	40.000
Hurricane	Шесел, Доња Саксонија, Немачка	3	40.000
Download	Донигтон Парк, Уједињено Краљевство	3	37.000
Benicassim	Беникасим, на обали између Валенције и Брселоне, Шпанија	4	32.000
Wireless	Хајд Парк, Лондон, Уједињено Краљевство	3	17.500

Преузето из Botelho-Nevers E, Gautret P. Outbreaks associated to large open air festivals, including music festivals, 1980 to 2012. Euro Surveill. 2013;18(11):pii=20426.

Доступно online: <http://www.eurosurveillance.org/ViewArticle.aspx?ArticleId=20426>

## МОТИВИ КОЈИ ПОКРЕЉУ ТУРИСТЕ НА ПУТОВАЊЕ И ПОСЕТУ МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА

Различите врсте туризма имају различите мотиве који покрећу туристе да се одлуче у укључивање у одређени сегмент туризма. Мотиви се често преплићу, па

самим тим и врсте туризма тј. често се туристи укључују у путовање које обухвата неколико врста туристичких кретања.

Прегледајући туристичку литературу, може се закључити да је још увек присутан јендодимензионални приступ анализи туристичке мотивације. Овакав приступ, заснован је на анализи одређених потреба, где се потребе деле на примарне потребе, где спадају:

- Биолошке потребе
- Потребе за сигурношћу
- Потребе за кровом над главом.

Затим допунске или секундарне потребе које обухватају:

- Опште културне потребе и
- Луксузне потребе (Храбовски – Томић, 2008).

Док потребе за путовањем спадају у луксузне потребе, заједно са потребама за учењем и напредовањем на друштвеној лествици, јасно је да док се не задовоље примарне потребе, не може доћи до стварања луксузних потреба.

Мотив представља довољно стимулисану потребу која усмерава појединца према циљу, према томе туристичка мотивација представља стимулисану потребу за укључењем у туристичку активност са циљем да се задовољи туристичка потреба. Најчешћи мотив укључивања људи у туристичка кретања је одмор, а често су мотиви који покрећу људе на путовања, ти који одређују облике и врсте туризма (ибид).

Неки аутори разликују појам мотиватора, који је развијен из теорије потреба, од појма мотивације који означава објектно-специфичне преференције туристе.

McIntosh, Goeldener i Ritchie (1995) издвајају четири категорије мотиватора:

1. Физички мотиватори – који су у вези са потребом побољшања општег физичког и интелектуалног стања, здравља путем спорта и задовољства.
2. Културни мотиватори – који су у вези са потребом за упознавањем других култура, начина начина живота локалног становништва и њихове уметности.
3. Интерперсонални мотиватори су у вези са очекивањем да ће се на дестинацији упознати нови људи, стећи нови пријатељи, на одређено време удаљити од рутинских веза са пријатељима, рођацима, колегама на послу, комшилука и слично.
4. Статусни или престижни мотиватори су у вези са потребом за сталном едукацијом, личним развојем и привлачењем пажње других људи.

У процесу одлучивања, приликом избора дестинације, важну улогу има евентуално претходно искуство, као и поседовање информација о дестинацији (Хаџић и др., 2005).

Grinstein (1955) је један од пионира истраживача туристичких мотива. Анализирајући психолошке факторе, он је открио потребу у људима коју је назвао „побећи од свега“, побећи од свакодневног живота и одати се максималном уживању и то променом места боравка на одређени период. Многи аутори су касније проширили ову његову теорију.

Cromton је 1979. године анализирао израз »*break from routine*« што значи раскид са рутином, који се дешава у другом месту, ван места сталног боравка, далеко од радне средине и окружења. Раскид са рутином је по њему главна мотивација за путовања. За одабир неке дестинације у мноштву дестинација, одлучује више мотива. Ти мотиви су углавном културно-социолошке-психолошке природе и Кромтон их дели у седам група:

- Бег од свакодневног окружења
- Истраживање и упознавање самог себе
- Релаксација
- Престиж

- Повратак
- Истицање међусобних људских односа
- Олакшање од друштвених утицаја.

Leiper (1984) разликује рекреацијски одмор који оправља и креативни одмор који ствара нешто ново. Он истиче три функције рекреацијског одмора:

1. Одмор који обезбеђује опоравак од физичког или менталног замора
2. Релаксација тј. Опоравак од тензије
3. Забава тј. Опоравак од досаде.

Аутор Исо Ахола је 1982. године предложио мотивациони модел у којем је „елемент бег“ допунио са „елементом потраге“. Део мотивационих снага произилази из жеље појединца да побегне од његовог личног окружења (личних проблема, тешкоћа или неуспеха) и/или његових међуљудских односа (са колегама на послу, породицом, пријатељима и комшијама). Други део мотивација произилази из жеље за постизањем одређених психолошких или унутрашњих сатисфакција, било личних или међуљудских, променом средине (Мулец, 2010).

Све мотивације и потребе су флексибилне и променљиве током времена и у зависности од датих ситуација (Pearce, 1995).

Да би туристи могли испунити своје жеље за путовањима потребно је да су им испуњена два основна услова: потребно је да имају слободно време и слободна новчана средства за путовања. Економске детерминанте туристичке потражње су у тесној вези са приходима, али и цене. Што су приходи виши, људи се више одлучују да иду на путовања, а за очекивати је и да што су цене ниже, да људи све више путују, али то није увек случај. Путовање је често ствар престижа, па људи воле да путују на скупа путовања. У Србији, људи воле да путују са скупим туристичким агенцијама, само да би се рекло да су путовали са њима и дешава се често у пракси да се најскупљи аранжмани први продају.

Понекад туристи који дођу на одређену дестинацију из другог разлога, нпр. пословног или здравственог или у посету родбини или пријатељима, посете и фестивал који се у то време одржава у дестинацији коју су посетили.

Аутори Јовичић (1992) и Бјељац (2006) појам манифестациони туризам представљају издвајањем „манифестационих мотива“. Они представљају манифестационе мотиве као групу мотива одређену врстом и значајем манифестација за које се везују туристичка кретања. Манифестације по њиховом мишљењу могу бити културне, политичке, уметничке, спортске и забавне. Мотиве деле у неколико група а при том у прву групу мотива не улазе приредбе локалног значаја. То су приредбе које се могу одразити на продужење боравка, попут филмских пројекција и позоришних представа, али које не утичу много на величину посећености.

Анализа мотива посете музичких фестивала помаже организаторима догађаја (енг. event planner, event organiser) да поштујући потребе и очекивања посетилаца боље позиционирају догађај, то јест музички фестивал (Scott, 1996), самим тим стварају веће финансијске, социо-културне, еколошке и друге ефекте за локалну заједницу и привреду.

Организатори музичких фестивала треба да имају у виду не само који су мотиви који покрећу људе на путовање, већ треба и да добро истраже тржиште и на основу циљне групе, кроз различите канале понуде свој догађај тј. улазнице за догађај, а у сарадњи са локалним привредницима и локалним становништвом, могу крајњим корисницима понудити комплетне пакете услуга.

Мађарски аутори Hunyadi, Inkei и Szabó (2005) наводе разлоге за све већу популарност фестивала и зашто их туристи све више посећују. Они су као главне мотиве за посету фестивала навели следећих тринаест одговора:

1. Упркос бројним разликама, фестивали имају и заједничке карактеристике, што може објаснити њихову популарност и брзо ширење. Фестивали нису само серија догађаја. Независно од самог програма, фестивали дају заједничко искуство какво појединци не могу имати код куће, изоловани од масе. Посетиоци фестивала знају да имају пуно заједничког са осталим посетиоцима, што може бити сличан укус, врлине или животни стил.
2. Фестивали изједначавају. Колективно искуство и једноставно „бити тамо“, на психолошком нивоу брише социјалне разлике из свакодневног живота, за време боравка на фестивалу.
3. Фестивали окупљају најбоље из групе, у пољу уметности или другим пољима, најбоље, најинтересантније, најоригиналније, радове, производе, извођаче, због чега посетиоци стичу утисак да су привилеговани.
4. Фестивал пружа могућност посетиоцима да се упознају са другим људима, другим културама, другим облицима уметности, што смањује несигурност према непознатом, промовише либералност и јача толеранцију.
5. Локални фестивали могу имати повољне ефекте на локалну заједницу. Сем унапређења културног живота, поспешују осећај идентификовања са заједницом, посебно ако је локално становништво укључено у организацију фестивала.
6. Локални фестивали се могу борити против ефекта глобализације, представљајући локалне вредности и уникатност локалне заједнице.
7. Фестивали нуде пуно искуства на једном месту, што је корисно људима који су иначе „културно лењи“. То је посебно важно у случајевима неедукованих слојева становништва. Фестивал им пружа могућност да стекну искуство и знање које би у другом случају ретко добили. Код младих људи ово има посебну важност, они могу да осете „укус“ културе и да касније постану њени редовни уживаоци.
8. Програм фестивала често меша више и мање озбиљне и више и мање вредне жанрове, чиме популарније форме културе могу постати „домаћини“ високој култури. Друге форме културе „умотане“ у популарне жанрове могу се тако приближити посетиоцима, што даје фестивалима едукативну улогу.
9. Фестивали неке ставке из свакодневног живота (попут исхране и пића) претварају у специјалне догађаје. Не само да нуде уживање у свакодневном животу, већ шире и гастрономску и винску културу.
10. Да би се организовао и успешно извео фестивал, често неколико организација и институција мора да сарађује, што ојачава вештине тимског рада и умањује жељу за такмичењем између организатора.
11. Неки типови фестивала (попут фестивала уметника аматера) пружају могућност учесницима да пробуде своју креативност, своју самореализацију, да се изразе и да добију потврду од шире публике и снагу да наставе са својим уметничким радом.
12. У случају уметничких фестивала, посебно ако су међународни, сусрети са другим уметницима инспиришу уметнике и помажу им у њиховом креативном развоју.
13. Фестивали дозвољавају развој окружења и у идеалном случају помажу економски напредак. Околина постаје лепша, старе и занемарене зграде добијају нову функцију, понекад се читаве улице ревитализују. Локално становништво добија нове могућности за запослење. У случају успеха фестивала, имиџ заједнице се побољшава, што може привући нове инвеститоре, серију догађаја, сервисне компаније, нове представнике науке, економије, образовања и културе.

Аутори Blešić et. al (2014) су се бавили истраживањем мотива посетилаца који су 2011. године посетили EXIT фестивал. Главне мотиве посете су сврстали у три фактора:

1. социјализација,
2. истраживање фестивалског програма и атмосфере и

### 3. перцепција фестивала и учење.

Ови фактори се састоје од више ставова.

- Фактор „Социјализација“ укључује ставове:
  - осећати се инкогнито у новом окружењу где ме нико не познаје,
  - провести време са људима који уживају у истим стварима као ја,
  - упознати људе из других делова држава или из других држава,
  - посетити пријатеље који живе овде и можда позвати њих да посете моје место,
  - пронаћи и зближити се са пријатељима.
- Фактор „Истраживање фестивалског програма и атмосфере“:
  - уживати у фестивалској атмосфери и гужви,
  - искусити нешто ново,
  - уживати у музици извођача.
- Фактор „Перцепција фестивала и учење“ обухвата следеће ставове:
  - уживати у другим сегментима културног и уметничког програма,
  - испробати локалну храну и пиће,
  - уживати у Петроварадинској тврђави и Дунаву.

## ЛОКАЛНА ЗАЈЕДНИЦА И ТУРИЗАМ

Одређење појма локалне заједнице, често је врло различито и разликује се од аутора до аутора, и зависи од подручја којим се баве у стручном и научном погледу. Већина аутора који се баве одређењем појма заједнице, слажу се са дефиницијом коју је дао Pusić (1981) који каже да полазне тачке при одређивању појма заједнице јесу простор, људи, потребе и делатност. Обједињујући ова четири појма у једној реченици, може се рећи да локалну заједницу чине људи који живе на одређеном простору, имају заједничке потребе и баве се различитим делатностима. Свака локална заједница је одређена својим културним, историјским и традиционалним вредностима, а посебно људима који ту живе и раде (Mataga, Titor, 2007).

Четири критеријума који одређују заједницу:

1. Заједница мора да дели целокупан начин живота, а не само интересе или дружење.
2. Састоји се од односа лицем у лице, који подразумева следеће:
3. Брига за добробит свих чланова и реципрочних обавеза да раде сви за једног и један за све у подстицању благостања.
4. Централност заједнице до заједничког идентитета. „Односи, улоге, обичаји и традиција, нису само важни за мене, већ ми помажу и да постанем особа каква јесам“ (Crittenden, 1992).

Заједница је онда виђена као нешто што даје сврху постојања, осећај припадања и осећај благостања међу људима.

Willmott (1989) препознаје да заједница може одговарати популацији географски дефинисаног подручја тј. територијалној заједници или оним људима који имају заједничке интересе или имају нешто заједничко на истој локацији.

Услови који одређују повезану заједницу према Вилмоту (Willmott, 1989) су:

- Кад постоји релативна стабилност популације и велика пропорција људи који дуго константно живе на одређеном подручју.
- Када велики проценат људи који живе на одређеном подручју ради у локалној индустрији,
- Кад породице живе на подручју,
- Кад су људи слични по социјалном статусу или примањима или припадају одређеним мањинама,
- Кад велики удео локалног становништва има посебне социјалне вештине и одговарајуће вредности, те упознају остале врло брзо,
- Кад постоји велики број локално орјентисаних организација,
- Када је место нарочито одвојено,
- Када су место или његови становници под спољном претњом (привремено), што резултира креирањем локалних организација за вођење кампање,
- Када нечији физички изглед охрабрује радије него да обесхрабрује неформалне комшијске састанке и осећај одвојеног физичког идентитета.

Схватајући да је добробит заједнице важна за добростање сваког индивидуалног становника заједнице, добробит заједнице такође зависи од доприноса сваког поједница богатству културног шаренила које чини живот заједнице (Willmott, 1989).

Већина циљева или користи тражених од заједнице има основу у дељењу и повећању социјалних и културних вредности заједнице. Стога не изненађује што је већина ових вредности представљена као камен темељац јавних догађаја. У одржавању заједнице, у фокусу, догађаји не пружају само механизам за развој



заједнице, већ помажу у очувању аутентичног културног наслеђа заједнице, због чега су атрактивни и привлаче посетиоце (Hinch & Delamere, 1993).

Локално становништво је врло важан учесник у развоју туризма дестинације. Интересовање локалне заједнице за развој туризма на дестинацији у којој станују полази из свести локалне заједнице да претерано искоришћавање ресурса и лоше менаџмент одлуке, могу довести до уништавања постојећих вредности у њиховој животној средини.

Квалитет живота локалне заједнице се не сме нарушавати развојем туризма или одређеног туристичког догађаја, јер се нарушавањем квалитета живота, губи домицилно становништво, које треба да буде основа привредног развоја дестинације. Задовољство животом у туристичкој дестинацији је већ током фазе зрелости развоја туризма, али кад туристички развој почне да опада, он повлачи за собом и опадање квалитета живота у дестинацији (Cecil, Yao-Yi, Wang, Avgoustis, 2010).

Jelinčić (2006) указује да утицај туризма на локално становништво може бити двојак:

1. Туризам стимулише неке позитивне особине понашања локалног становништва: унапређује самосвесност, понос, самопоуздање и солидарност међу локалним становништвом или
2. Изазива негодовање код локалног становништва због присуства туриста: јавља се осећај досаде, опозиције, па чак и мржње према туристима.

Интензитет појединачног утицаја може бити разнолик, а може доћи и до мешања позитивних и негативних утицаја. Креирању позитивних или негативних ставова доприносе предности и мане које доноси туристички развој. Позитивним ставовима доприноси повећање дохотка становништва (осигурање економске независности и стабилности подручја), осигурање изградње комуналне инфраструктуре, подстицање малог предузетништва, стварање препознатљиве туристичке понуде дестинације и брендирање аутохтоне понуде, подстицање повратка расељеног становништва и слично. Негативним ставовима доприносе недостаци које са собом носи развој туризма: иселјавање становништва, премашивање носећег капацитета дестинације, уништавање природних и културних ресурса зарад изградње туристичке инфраструктуре, уништавање аутохтоности, немогућност запошљавања током читаве године у дестинацијама које послују сезонски итд.

У туристичким подручјима се често дешава да се живот жели приказати лепшим него што у ствари јесте. Због туристичких потреба улепшава се стварност и приближава жељама и потребама туриста, те долази до губљења аутохтоности и идентитета дестинације. Понекад, дугогодишња традиција туризма, узрокује сасвим обрнуту реакцију. Као изазов на туристичке утицаје или понекад из ината, може доћи до јачања сопственог идентитета. Живот на дестинацији је примаран, а потом следи пословни део који мора донети благостање и могућност удобног живота локалне заједнице на дестинацији (Рудан, 2012).

У литератури о туризму и путовањима, локално становништво је обично категоризовано на основу њихових ставова о туризму и пратећем развоју (Fredline and Faulkner 2000, 2002; Jurowski et al., 1997; Madrigal, 1995; Williams and Lawson, 2001).

Davis et. al (1988) су сегментирали локално становништво Флориде на основу њихових ставова, интереса и мишљења о туризму. Сврстали су их у пет група: „они који мрзе“, „они који воле“, „опрезни романтичари“, „неутрални“ и „користољубиви“. Испитујући перцепцију локалног становништва према улози владе у развоју туризма у њиховом месту, Madrigal (1995) групише становнике у три групе: „они који мрзе“, „они који воле“ и „реалисти“. Fredline and Faulkner (2000) су у сличном истраживању на Gold Coast IndyCar Race (Аустралија), поделили локално становништво у пет група: „они који мрзе“, „они који воле“, „амбивалентне присталице“, „реалисти“ и

„забринути са разлогом“. Касније, Fredline and Faulkner (2002), локално становништво два места у Аустралији, где се одржавају мото-спортски догађаји, деле на: „најнегативнији“, „умерено негативни“, „неодлучни“, „умерено позитивни“ и „најпозитивнији“. Испитујући 10 заједница локалног становништва са Новог Зеланда, Williams and Lawson (2001) сегментирају мештане на основу њиховог мишљења о туризму. Деле их у четири групе: „они који воле“, „циници“, „они који плаћају таксе“ и „недужни“.

Harrill (2004) је указао на то да постоје три сигурне чињенице у вези са ставовима локалног становништва. Прво, што више локална заједница економски зависи од туризма, више је вероватно да ће подржавати његов развој. Затим, чланови заједнице који имају највећу финансијску корист, дају највећу подршку развоју туризма. Треће, упркос потенцијалном негативном утицају туризма, заједнице имају тенденцију да подржавају развој туризма.

Неки од разлога локалне заједнице за одржавање фестивала су:

- Да увећа понос и дух заједнице
- Да покаже по чему је заједница специфична и уникатна
- Да унапреди имиџ заједнице
- Да пружи могућност локалној заједници да открије и развије своје културне вештине и таленте
- Да пружи могућност локалном становништву да доживи нова искуства као што су драма, музика, уметност и други креативни медији
- Да пружи могућност заједници да сакупи средства за посебне пројекте
- Да увелича или искаже значај особе, историјског догађаја или прилике (Weaver, Robinson 1989).

## МЕНАџМЕНТ ДОГАЂАЈА

Активности менаџмента догађаја зависе од врсте, структуре, времена трајања, постављања и извршилаца догађаја. Сложенији догађаји захтевају примену већег броја активности менаџмента, од којих су најзначајније следеће: планирање, организовање, управљање људским ресурсима, лидерство, координација, вредновање и контролисање. Активности менаџмента догађаја се увек прилагођавају условима окружења у ком се реализује догађај (Андрејевић и Грубор, 2007).

Функције савременог менаџмента догађаја, према Адигесу (1994), могу обухватити: одлучивање, регулисање, планирање, контролисање, организовање, владање, остваривање циљева, руковођење, мотивисање и спровођење, а аутори Андрејевић и Грубор (2007) наведено додају и управљање људским ресурсима и информациону подршку менаџменту догађаја.

Једна од основних функција менаџмента догађаја је планирање догађаја. Планирање догађаја подразумева дефинисање сврхе и мисије догађаја тј. планирање активности и њиховог временског распореда које је потребно предузети, као и одређивање извршиоца појединих активности.

Планирање обухвата:

- Предвиђање,
- Одлучивање,
- Стратегијско планирање и
- Оперативно планирање.

Предвиђањем се настоје предвидети будућа дешавања и појаве у постављању и реализацији догађаја. Предвиђање може бити предвиђање економских дешавања у вези са догађајем и предвиђање промена у окружењу.

Док предвиђање представља рад на припреми одлука, одлучивање је доношење конкретних одлука.

Како би донели исправне одлуке менаџери догађаја према Олдкорну (1990):

1. Идентификују проблеме у постављању и извршењу догађаја
2. Препознају узроке и чињенице
3. Препознају алтернативна решења потенцијалних и стварних проблема који се јављају приликом постављања и извршења догађаја
4. Ограничавају избор планских активности и
5. Имплементирају одлуке.

„Стратегијско планирање представља процес дефинисања циљева организације која се бави осмишљавањем понуде догађаја, као и избора специфичних средстава којима ће се дефинисани циљеви остварити“ (Андрејевић, Грубор, 2007, 85) Стратегијско планирање је изузетно важно код организације мега догађаја.

Основни задаци стратегијског планирања су имплементација визије, мисије и циљева тј. усмеравање акција. У току стратегијског планирања дефинише се величина догађаја, избор окружења догађаја, догађај се тржишно позиционира, израђују се маркетинг програми догађаја и прави се финансијски план постављања и извршења догађаја.

Стратегијско планирање догађаја обухвата и анализирање окружења догађаја, интерног и екстерног, најчешће помоћу PEST или SWOT анализе. PEST анализа се односи и на политичке, амбијенталне, социолошке и технолошке факторе окружења. SWOT анализа подразумева идентификовање снага и слабости као и могућности и

опасности окружења као и организације која се обави осмишљавањем и организовањем догађаја (Андрејевић, Грубор, 2007).

Оперативно планирање представља разраду практичних планова и буџета неопходних за постављање и извршење догађаја и обухвата оперативне циљеве, средства за остваривање оперативних циљева, средства комуникације унутар и између тимова задужених за постављање и извршење догађаја. Оперативни планови у односу на стратегијске планове имају ужу обухватност. Врсте оперативних планова у имплементацији менаџмента догађаја су планови за једнократну употребу и перманентни планови.

Планови за једнократну употребу се предузимају за појединачне случајеве и решавање специфичних проблема, те њихова сврха престаје након решења одређеног проблема. Најчешћи планови за једнократну употребу су програм, пројект и буџет и они се креирају за сваки догађај посебно. Перманентни планови се користе у више ситуација које се понављају, па су најчешћи облици перманентних планова: процедуре и правила. Перманентни планови употребну вредност имају у случајевима организације догађаја који се понављају (Андрејевић, Грубор, 2007).

## ОРГАНИЗОВАЊЕ И ИЗВОЂЕЊЕ ДОГАЂАЈА

Организовањем догађаја менаџери утичу на структуру догађаја и правце активности како би се остварили дефинисани циљеви и извео догађај на најбољи могући начин. Менаџери догађаја организују извршиоце и неопходне ресурсе тј. делегирају активности како би дошли до конкретне организације или организационе структуре. Организација је неопходна основа за постављање и извођење догађаја. На организациону структуру догађаја посебно утичу расположиви ресурси, окружење и време трајања догађаја.

Како би се успешно организовао догађај Goldblat (1997) сматра да треба дати одговоре на пет питања: Зашто? Ко? Где? Када? Како?:

- Зашто се организује тј. планира догађај? Неопходно је уочити потребе потенцијалних посетилаца чије је задовољење главни разлог одржавања догађаја.
- Ко су главни учесници у постављању и извршењу догађаја?
- Где одржати догађај? Потребно је изабрати место које је лако доступно посетиоцима и извођачима, на ком догађај неће ометати редовно функционисање локалне заједнице, такође, место мора бити у складу са финансијским могућностима организатора догађаја.
- Када? Тј. које је најбоље време за извођење догађаја, колико је времена потребно за организацију и када се одржавају конкурентски догађаји?
- Како? Тј. какав је садржај догађаја? Садржај мора да задовољи очекивања потенцијалних посетилаца и организатора. Ово питање садржи и интегрише и одговоре на претходна питања.

Заједничко ангажовање интерних и екстерних интересних група је неопходно у постављању и извршењу догађаја. Интересне групе тј. стејкхолдери су:

- Организатор догађаја (основни стејкхолдер)
- Уже окружење догађаја
- Сарадници
- Медији

- Спонзори
- Учесници и посетиоци догађаја (Bowdin et al., 2006).

Организатори догађаја могу бити приватне профитне организације, непрофитне организације, а понекад и поједине владине организације. Владине организације које се баве организовањем догађаја су обично организације које подстичу уметничку, културну, забавну, спортску, здравствену, туристичку или економску интеграцију. У фокусу организатора су осим посетилаца и запослени тј. директни извршиоци догађаја. Њихова стручност утиче на квалитет пружених услуга и задовољство посетилаца. Поред запослених, у организацији великих догађаја, изузетну улогу имају и волонтери.

Све већу улогу у организовању догађаја имају спонзори. Они могу бити физичка и правна лица, а значајни су јер обезбеђују неопходна финансијска средства, услуге или пружају друге врсте подршке у организовању догађаја. Спонзори имају своје специфичне циљеве остваривања користи.

Медији имају све већу улогу и значај у организовању савремених догађаја. Медијска покривеност савремених догађаја је значајна колико и њихово физичко извршење, тако да се медији могу сматрати посебним стејкхолдером.

Окружење у ком се изводи догађај је изузетно важно за сам догађај, за целокупан имиџ догађаја, а појединачно може утицати на посећеност и задовољство посетилаца. Маркетинг подршка доприноси прихватљивости догађаја у различитим окружењима.

Одређивање одговарајуће поделе рада, организационе структуре и координација, чине суштину организовања догађаја. Груписање активности у постављању и извршењу догађаја означава поделу рада. Организациона структура је последица груписања специјализованих активности у постављању и извршењу догађаја. Услед груписања активности и креирања организационе структуре долази до издвајања одређеног броја хијерархијских нивоа и облика у координацији између појединих делова и хијерархијских нивоа. Подела рада и специјализација повећавају продуктивност у постављању и извршењу догађаја.

Највећи број активности у постављању и извршењу догађаја обавља менаџер догађаја са малим бројем сарадника, јер су организатори догађаја најчешће мале организације. Велики и мега догађаји имају другачију структуру и поделу рада. У том случају менаџери догађаја сарађују са већим бројем извршилаца и долази до веће поделе рада. Поред поделе рада значајно је одредити и домет надлежности или домет контроле. Домет надлежности се огледа у ефикасном извршењу задатака подређених извршилаца и ефективности менаџера догађаја. Уколико извршиоци имају малу надлежност ради се о „високој“ организационој структури, која се састоји од великог броја хијерархијских нивоа, а превелика надлежност је својствена малим организационим структурама са мањим бројем хијерархијских нивоа. Превелика, као ни премала надлежност менаџера нису добре за квалитетно извршење догађаја јер може доћи до непрецизности у упутствима извршиоцима и довести до немогућности правовремене контроле извршиоца (Тодоровић, Ђуричин, Јаношевић, 1997).

### ***Организациона структура догађаја***

Према ауторима Андрејевић и Грубор (2007) „организациона структура је резултат процеса организовања догађаја. Структура одражава степен специјализације, повезаност функција и активности, делегирање ауторитета према хијерархијским

нивоима и облике комуницирања на основу којих се остварује координација.“.

Основни аспекти организационе структуре догађаја према ауторима Stoner и Freeman (1989) су:

- Подела рада
- Однос менаџера и извршилаца догађаја
- Врсте активности које се обављају
- Критеријуми груписања активности
- Хијерархијски нивои.

Организација догађаја се може структурирати на више начина. У зависности од врсте догађаја, времена трајања догађаја и специфичности постављања и извршења догађаја, најпознатија су следећа три начина структурирања догађаја:

- Функционална организациона структура
- Дивизиона структура
- Комбинована структура
- Тимски рад и
- Мрежна структура (Андрејевић, Грубор, 2007).

Организација догађаја подразумева коришћење ограничених ресурса, не само у материјалном смислу, већ је ограничено и време за организацију и извођење догађаја. Оптимална искоришћеност ових ресурса се постиже адекватном поделом рада и специјализацијом. Повећање специјализације повећава значај координације. Координацијом се повезују циљеви и активности организационих делова и тиме доприноси повећању ефикасности постављања и извршења догађаја. Координација се остварује постављањем организационе хијерархије, применом дефинисаних правила и процедура (Stoner, Freeman, 1989).

Потреба за координацијом се смањује обезбеђивањем додатних ресурса организационим деловима, чиме се повећава и њихова слобода у остваривању што већег броја задатака. Организациони делови постају способни за самосталну реализацију активности, без сарадње са другим организационим деловима.

### ***Стејкхолдери у организацији музичких фестивала***

Стејкхолдер је заинтересована страна (појава, феномен, особа, група, ствар, институција, временски услови и друго) која жели да ступи у интеракцију или однос и жели да сарађује, неко ко види свој интерес, ко жели да се бави, кога се тиче или је забринут за нешто што произилази из међусобне интеракције (Стаменковић, 2014)

Све компаније имају више стејкхолдера, од којих су неки јако важни, до оних чији однос није од пресудног значаја за компанију. То је и неко ко има интерес да ступа у однос без обзира да ли ризикује да можда на крају не стекне добит (без обзира на уложени труд, средства или слично) или добије неку нематеријалну вредност попут знања, искуства.

Друштвено деловање у Србији, посебно у области културе и музике зависи од државе и државног буџета, а нарочито догађаји попут различитих фестивала, који нису самоодрживи, већ им је потребно суфинансирање.

Према мишљењу Стаменковића (2014), групе стејкхолдера при организацији неког музичког фестивала могу бити следеће:

1. Владине институције – од основних јединица локалне самоуправе – месних заједница, преко градских управа за привреду, туризам и слично, до надлежних министарстава.

2. Стејкхолдери из области јавног сектора – туристичке организације, комуналне службе, инспекцијске службе, градски саобраћајни превоз, чистоћа, електродистрибуција, полиција и други.
3. Стејкохолдери из области приватног сектора – компаније које се баве организацијом фестивала, продукцијом, дистрибуцијом, штампом, дизајном, консалтингом, маркетингом, обезбеђењем, пружањем услуга смештаја и исхране, водичким услугама и друго.
4. Стејкхолдери из области образовања – универзитети и високо образовне институције за туризам, психологију, социологију, пројектни менаџмент, организационе науке и други који могу да се баве изучавањима музичких фестивала, са разних аспеката и који могу да науче практична знања и вештине кроз праксу.
5. Стејкхолдери из невладиног сектора – невладине организације, удружења грађана, грађанске иницијативе, кластери и слично, који се баве маргинализованим групама у друштву, акутним проблемима у заједници и држави – из области културе, музике, туризма, политике и друго.
6. Медијске и информативне куће – телевизија, радио, новинске агенције, маркетинг агенције, интернет портали.
7. Волонтери и будући лидери – образовани млади људи и омладина, назапослени, маргинализоване групе (старије особе, Роми, ЛГБТ популација и друго).
8. Међународне институције – асоцијације, агенције и туроператори.

Један од најважнијих стејкхолдера које горе поменути аутор није уврстио у групу стејкхолдера, је локална заједница, која може битно утицати на развој туризма у месту у ком станује. Локална заједница утиче на целокупан утисак који туристи носе са дестинације, чиме утиче и на одлуку туриста да поново посете или неком препоруче дестинацију. Локално становништво најбоље познаје дестинацију и како развој туризма и одржавање фестивала утиче на локално становништво и свакодневни живот заједнице. Неопходно је стално праћење и уважавање ставова локалне заједнице о организовању фестивала, других догађаја и развоју туризма уопште.

## КОНТРОЛА ДОГАЂАЈА

Контролом и евалуацијом догађаја се мери степен остварености планираних циљева. Утврђује се да ли постоје одступања у оствареном у односу на планирано, те се на основу резултата контроле предузимају акције за корекцију. У савременом менаџменту догађаја, менаџери све више времена посвећују контроли и то не само у завршној, већ у свим фазама постављења и извршења догађаја. Контрола догађаја је динамичан процес који омогућује остваривање континуитета менаџмента догађаја (Андрејевић, Грубор, 2007).

У односу на време извршења контроле догађаја, могу се разликовати следеће врсте контроле (Getz, 2005):

- Прелиминарна контрола
- Контрола у време трајања догађаја
- Накнадна контрола.

Прелиминарна контрола се одвија пре самог извршења догађаја, у фази истраживања и планирања, тј. онда кад се истражује тржиште, конкуренција и потребни ресурси. Овом контролом настоји се минимизирати ризик појаве и развоја негативних утицаја у постављању и извршењу догађаја.

Контрола у време трајања догађаја (или истовремена контрола – како је неки аутори називају), се одвија у фази постављања и извршења догађаја. Контролише се процес одвијања догађаја и прикупљају се информације за коначну, тј. накнадну контролу. Истовремена контрола треба да буде део процеса пословања организатора догађаја.

Накнадна контрола се одвија после догађаја. У овој фази се мери степен остварених циљева у односу на планиране и мере се остварени циљеви и резултати догађаја. На основу резултата накнадне контроле, предузимају се мере за отклањање грешака и пропуста у постављању и извршењу догађаја.

По мишљењу аутора Tum, Norton и Wright (2006), основне фазе контроле у менаџменту догађаја су:

- Дефинисање стандарда и метода за процену остварености циљева и резултата догађаја
- Процена остварености циљева и резултата догађаја
- Утврђивање одступања остварених циљева и резултата догађаја у односу на стандарде и
- Спровођење корективних мера.

Према ауторима Henderson и Bialeschki (2002) део процеса контроле догађаја треба да буду следећи елементи:

- Особље
- Политика
- Место
- Програм и
- Мишљење учесника.

Неки аутори сматрају да је најчешћи предмет контроле догађаја – програм догађаја, који је по њима основни мотив посете догађајима. Уколико се утврди да се остварени циљеви подударају са дефинисаним стандардима, нема потребе за предузимањем корективних мера. Корективне мере се предузимају уколико су остварени резултати нижи од прописаних и планираних. Као што се спроводе корективне мере у активностима у постављању и извршењу догађаја, могу се спроводити и у дефинисању стандарда.

Бројне су методе којима менаџери догађаја спроводе контролу догађаја. Најчешће се организују састанци са кључним интересним групама од којих се добијају информације о недостацима и предностима организованог догађаја и спроводи се истраживање међу посетиоцима и учесницима путем упитника који се дистрибуира за време трајања догађаја. Организатори догађаја су најчешће заинтересовани за финансијску контролу догађаја, али посебну пажњу треба обратити на нематеријане ефекте догађаја. Аутори O'Toole и Mikolaitis (2002) говоре о контроли догађаја која треба да обухвати два елемента: програм и дестинацију и квалитет услуга у њој. Контрола је изузетно значајна менаџерима догађаја, али и самој дестинацији и локалној заједници која живи на дестинацији на којој се одржава догађај. На основу резултата добијених контролом догађаја, треба радити даља планирања и предвиђања за следеће догађаје.



## МАРКЕТИНГ ДОГАЂАЈА - МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА

Као места одржавања првих догађаја на којима је примењиван маркетинг, аутори често наводе пијаце. Пијаце су места на којима је велики број излагача настојао да бројним посетиоцима прода своју робу. Како би привукли пажњу потенцијалних купаца, продавци су морали да утичу на чуло вида, мириса, слуха, додира и укуса потенцијалних купаца. Пијаце се могу посматрати као пословни догађаји, те се сматра да је прва примена маркетинга била на пословним догађајима, док су их убрзо следиле, културни, уметнички и политички догађаји.

Према Америчкој маркетинг асоцијацији (*American Marketing Association*) маркетинг догађаја се односи на промовисање временски дефинисаних догађаја, попут великих сајмова (на пример Пољопривредни сајам у Новом Саду), уметнички програми (Бијенале у Венецији), глобални спортски догађаји (попут Олимпијских игара) или прославе годишњица компанија (у нашој земљи, ови догађаји се обележавају у виду промотивних паковања производа и мањим појединачним догађајима). У савременим условима, појавила су се нова занимања попут планера догађаја и још низ занимања чија је сврха што квалитетније организовање догађаја.

Према мишљењу аутора Hall (1997), под маркетингом догађаја се подразумева функција менаџмента догађаја, којом се одржавају контакти са учесницима и посетиоцима догађаја, препознавајући њихове потребе и мотивације и развијајући производе који задовољавају ове потребе и изграђујући програм којим се изражавају намере и циљеви догађаја.

Аутори Lade и Jackson (2004) покушали су да идентификују кључне факторе успеха фестивала, који по њиховом мишљењу зависе од маркетиншке оријентације. Ови аутори су идентификовали специфичне маркетиншке стратегије које су користила два аустралијска фестивала. Посебну пажњу су посетили неколико стратегија које се односе на заинтересоване стране и сарадњу. Mehmetoglu & Ellingsen (2005) су испитивали групу малих норвешких фестивала, који немају маркетиншку оријентацију, те стога аутори сматрају да отуда долази њихов неуспех на светској сцени, тј. не велика популарност. Они претпостављају да ће се маркетинг оријентација повећати (поред осталог) са доношењем виших туристичких циљева.

Неке од најзначајнијих активности маркетинга догађаја тј. музичких фестивала су према Андрејевић и Грубор (2007):

- Истраживање потреба, захтева и очекивања циљне групе на тржишту догађаја
- Дефинисање производа догађаја
- Предвиђање тражње за производом догађаја
- Избор посредника у постављању и извршењу догађаја
- Избор цене улазнице за догађаја
- Планирање и спровођење промотивних активности догађаја
- Координација укупних активности маркетинга догађаја.

Квалитет постављања музичког фестивала зависи од квалитета и квантитета расположивих ресурса, људства, али и свеукупног окружења. Оптималном комбинацијом инструмената маркетинг микса остварују се планирани циљеви музичког фестивала и конкурентска предност у одабраном окружењу.

Окружење музичког фестивала се може посматрати као:

- Економско окружење
- Конкурентско окружење
- Социјално окружење

- Културно окружење
- Демографско окружење
- Технолошко окружење
- Физичко окружење и
- Политичко-правно окружење (Андрејевић, Грубор, 2007).

Најважнији циљеви маркетинга музичких фестивала су:

- Креирати и промовисати оригинални производ
- Повећати информисаност циљне групе
- Истаћи специфичност карактеристика производа
- Изазвати наклоност циљне групе
- Изградити тржишну препознатљивост.

Инструменти маркетинг микса музичких фестивала су: производ, цена, промоција и место одржавања, у маркетингу популарно 4 П (*product, price, promotion, place*). Аутори који се баве маркетингом догађаја овај концепт обично проширују, посебно у савременим условима пословања. Noyle (2002) искључује промоцију, а додаје односе са јавношћу и позиционирање и тако ствара 5 П, на којих аутори Shukla и Nuntsu (2005) додају саопштења за јавност, као инструмент маркетинг микса и тиме формирају 6 П концепт. Овај проширени маркетинг микс долази до изражаја код организације великих тј. мега догађаја, док се за мање догађаје обично примењује основни концепт маркетинг микса.

Поред четири основна инструмента маркетинг микса догађаја, у стручној литератури се велика пажња посвећује људима као елементу проширеног маркетинг микса. Под људима се у овом смислу не мисли само на директно анажоване на организовању и извођењу догађаја, већ и на посетиоце догађаја и ширу локалну заједницу (Bowdin et al., 2006). Од квалитета комуникације и сарадње између ових субјеката у великој мери зависи успех и одрживост догађаја.

Маркетинг односа (*relationship marketing*) је маркетинг концепт који подстиче, развија, одржава и унапређује односе са одабраним интересним групама ради обостраних користи (Masterman, Wood, 2005). Концепт маркетинга односа организаторима музичких фестивала омогућава очување конкурентске позиције на тржишту и олакшава пословање у условима све веће конкуренције на тржишту догађаја. Једном успостављење добре односе са локалном заједницом, спонзорима, медијима и посетиоцима лакше је очувати, него изградити нове, а захтева и мања финасијска средства (Драгићевић, 2010).

## ПРОИЗВОД МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА

Као што је производ уопште све оно што се може понудити на тржишту, тако је производ музичких фестивала, као производ догађаја, све оно што се може понудити на тржишту догађаја, а што може задовољити потребе и жеље посетилаца музичких фестивала. Како се индустрија догађаја сврстава у услужне делатности, тако и производ музичких фестивала поред материјалних подразумева и нематеријалне аспекте. Аспекти производа морају бити идеално интегрисани у целину. Производ мора бити креиран тако да садржи јасно изражену вредност, односно корист за посетиоце музичких фестивала.

Сваки производ има четири фазе животног циклуса: увођење, раст, стагнација или зрелост и пад или опоравак.

Фаза увођења подразумева високе маркетиншке трошкове и мали профит. Друга фаза подразумева раст учешћа производа на тржишту и раст профита. Стагнација или зрелост је фаза која претходи фази пада учешћа производа на тржишту. Маркетинг менаџери се труде да фазу пада на тржишту избегну, тако што стално прате мишљење посетилаца догађаја, у овом случају музичких фестивала и труде се да унапреде производ, осавремене га или да га замене новим производом (Getz, 2005).

Три основна елемента производа догађаја су (према Morgan, 1996):

- Кључна корист
- Опиљлива корист
- Увећани производ.

Ова три основна елемента догађаја додају вредност за посетиоце музичких фестивала. Потребне и жеље посетилаца музичких фестивала ће бити задовољени уколико им производ пружа одговарајућу корист.

## ЦЕНА ОДРЖАВАЊА МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА

Цена и избор ценовне стратегије догађаја се, у складу са теоријом менаџмента догађаја, разликује по врсти догађаја и циљне групе (Bowdin et al., 2006). Како би се успешно дефинисала ценовна стратегија менаџмент музичког фестивала мора обратити пажњу на:

- Финансијске циљеве спонзора
- Конкурентске фестивале
- Ниво тражње за догађајем
- Карактеристике локалне заједнице и посебно економске индикаторе заједнице (Hoyle, 2002).

Аутор Goldblatt (2002) наводи факторе који утичу на цену догађаја:

- Трошкови постављања и извршења догађаја и
- Конкуренција
- Општа економска ситуација на локалном, националном и светском нивоу.

Цена може бити одлучујући фактор у процесу доношења одлуке о посети неког музичког фестивала. Организатори музичког фестивала свакако морају у обзир узети цену улазнице, јер она представља начин остваривања прихода за организаторе. Како наводи Hoyle (2002) цена треба да обухвата укупне трошкове постављања и извршења догађаја, као и трошкове маркетинга и то је заједничка карактеристика за све догађаје.

Неки аутори попут Goldblatt-a (2002) разликују непрофитне и профитне догађаје, па у складу са тим и политику креирања цена. Он сматра да су непрофитни догађаји они којима је циљ подизање свести и пружање подршке неком или нечему, самим тим циљ није профит, па цена улазнице не игра велику улогу. Профитним догађајима је циљ остваривање профита, тако да цена мора да обезбеди покриће трошкова постављања и извршења догађаја и одређену стопу добити.

Како наводе Kotler и Keller (2006) и Андрејевић и Грубор (2007) менаџери организационо захтевних и сложених догађаја, треба да прате следеће кораке при формирању цене:

1. Изабрати циљ цене одржавања догађаја (при том треба да изабере да ли је то профит, постати лидер на тржишту у квалитету програма, имиџ или слично)
2. Утврдити тражњу за догађајем (најчешће повећање цене доводи до смањења тражње за догађајем)

3. Проценити трошкове постављања и извршења догађаја (ови трошкови представљају доњу границу при формирању цене одржавања догађаја)
4. Анализирати трошкове, цену и понуду конкурената (анализом карактеристика најближе конкуренције, у односу на то шта нуди њихов музички фестивал, менаџери могу одредити цену да буде виша, нижа или иста као конкурентска)
5. Изабрати метод формирања цене одржавања догађаја (уобичајено је да се користи један од следећих метода: формирање цене на основу тршкова, формирање цене према тржишту или формирање цене према вредности за посетиоце музичког фестивала) и
6. Избрати крајњу цену одржавања догађаја.

Теоретичари менаџмента догађаја цену улазнице најчешће повезују са квалитетом програма фестивала. Пракса показује да се посетиоцима музичких фестивала не нуди једна цена, већ се ради о низу цена које зависе од времена куповине карте (па тако уколико се карта купи до одређеног датума има једну цену, а после тог датума постаје много скупља, студенти и ученици имају посебне погодности при куповини карте (попусте), а и за групе посетилаца се формирају посебне цене карата.

## МЕСТО ОДРЖАВАЊА МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА

Местом одржавања догађаја се сматрају објекти, односно простор на којем се изводи програм догађаја, али и места на којима се посетиоцима продају улазнице за одређени догађај, као и простор који представља непосредну инфраструктуру одржавања догађаја (простор за паркинг, за продају производа и услуга везаних за догађај, гардероба и слично) (Bowdin et al., 2006; Андрејевић и Грубор, 2007; Драгићевић, 2010). Места за продају улазнице су обично физички удаљена од места самог одржавања догађаја, а данас се све више улазнице за музичке фестивале продају путем интернета. Предности продаје улазница путем интернета се огледају у следећем:

- Време потребно за куповину је кратко
- Није потребан велики напор за куповину улазница
- Наплата је сигурна и једноставна
- Начин комуницирања са посетиоцима догађаја је савремен
- Смањују се трошкови по обављеној куповини
- Продаја се може усмерити ка одређеној циљној групи (Андрејевић, Грубор, 2007).

Место одржавања музичких фестивала је важан инструмент маркетинг микса. Овај инструмент утиче на остале инструменте маркетинг микса. Место одржавања значајно утиче на привлачност догађаја, па се одражава на посећеност фестивала, карактер и имиџ фестивала. Добро је место одржавања фестивала дефинисати у почетној фази планирања догађаја (Hoyle, 2002).

Место одржавања фестивала, према Hoyle (2002) и Драгићевић (2010), треба изабрати на основу више важних фактора: приступачност дестинације и удаљеност емитивних подручја потенцијалних посетилаца, расположивост паркинга, амбијент и посебност објекта (места), логистика у постављању одређеног догађаја, инфраструктура и атрактивности у окружењу, постојање организација, компанија које се могу довести у везу са тематиком догађаја, усклађеност карактеристика локације са карактером догађаја, безбедност и сигурност учесника догађаја, расположивост јавног саобраћаја и довољно простора за смештај и одржавање догађаја.

Према Getz-у (2005) неколико важних фактора који су у директној вези са местом одржавања догађаја и које треба имати у виду у процесу доношења одлуке о локацији музичког фестивала су:

- Видљивост места одржавања музичког фестивала
- приступачност места одржавања музичког фестивала
- централно место одржавања музичког фестивала у одабраном окружењу
- могућност груписања публике
- подесност места одржавања музичког фестивала
- трошкови у вези са избором места одржавања музичког фестивала
- помоћне услуге - део проширене понуде догађаја и
- атмосфера и имиџ.

Место одржавања музичког фестивала треба да је у складу са стратегијом фестивала. Уколико менаџери фестивала желе да освоје нова тржишта и привуку већи број посетилаца, то могу променом локације фестивала или проширењем на нову локацију (Bowdin et al., 2006). Одличан пример је EXIT фестивал који се од 2014. године одржава не само на Петроварадинској тврђави као што је то био случај претходних 14 година, већ је проширен на Црну Гору, где се одржава на плажи поред мора и носи назив *Sea Dance festival*.

Одлуку о месту одржавања догађаја не треба заснивати само на изгледу, уређености и имиџу локације, већ треба имати у виду и профил посетилаца догађаја (Hoyle, 2002). Ову одлуку треба да донесе маркетинг менаџер музичког фестивала. Bowdin и други (2006) наводе да је физички амбијент кључни фактор задовољства посетилаца музичких фестивала, због чега маркетинг менаџери место одржавања сматрају кључним инструментом маркетинг микса.

Аутори који говоре о месту одржавања догађаја (Lin, 2004; Љубојевић, Андрејевић 2002; Андрејевић, Грубор, 2007; Драгићевић 2010) као значајан појам наводе појам *servicescape*. Под *servicescape*-ом се подразумева физичко окружење или амбијент. Аутори Љубојевић и Андрејевић (2002) *servicescape* дефинишу као видљиву физичку или информациону инфраструктуру, која је неопходна за одржавање програма догађаја и пружање одговарајућих доживљаја и услуга посетиоцима тог догађаја.

Улога *servicescape* у менаџменту догађаја се огледа у следећем:

- Омогућује креирање и одржавање програма догађаја
- Остварује утицај на понашање посетилаца догађаја
- Утиче на понашање извршилаца програма.

Најзначајнији аспекти *servicescape*-а у маркетингу догађаја су:

1. Просторни распоред и функционалност простора и
2. Елементи који су у вези са естетском привлачношћу за посетиоце догађаја.

*Servicescape* може изазвати позитивне, али и негативне реакције посетилаца музичких фестивала. Висок квалитет *servicescape*-а се односи на могућност извођења електронских презентација, атрактивну декорацију простора и естетску привлачност, што значајно повећава привлачност догађаја и резултира позитивним емоцијама, узбуђењем и задовољством посетилаца (Wakefield, Blodgett, 1994).

Улога *servicescape* се огледа и у контролисању и усмеравању понашања учесника, а нарочито посетилаца музичких фестивала који по правилу привлаче велики број посетилаца. Контрола масовне публике се односи на обезбеђење одржавања музичког фестивала које подразумева усмеравање и ограничење кретања масовне публике. Управљање масовном публиком подразумева предузимање превентивних мера како би се избегло нежељено понашање масе као што је појава

панике, агресивности, неконтролисаног померања и слично, што би довело до онемогућавања одржавања програма музичког фестивала.

## ПРОМОЦИЈА МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА

Промоција представља начин масовног комуницирања са потрошачима и један од инструмента маркетинг микса (Салаи, Божидаревић, 2009). Милисављевић (1995) сматра промоцију процесом комуницирања између предузећа и потрошача са циљем да се створи позитиван став о производима и услугама који воде ка њиховом фаворизовању у процесу куповине на тржишту. У литератури маркетинга догађаја и музичких фестивала, уместо термина „промоција“ све више се користи термин „интегрисана маркетинг комуникација“. Интегрисана маркетинг комуникација подразумева комуницирање са тржиштем, интегрисањем различитих комуникационих метода (Tum et al., 2006; Masterman, Wood, 2005; Bowdin et al., 2006).

Циљеви промоције као инструмента маркетинг микса су:

- Информисање посетилаца и потенцијалних посетилаца
- Едукација (о новинама у вези са фестивалом)
- Помоћ у избору производа или услуге (у нашем случају музичког фестивала, међу другим фестивалима у окружењу (Салаи, Божидаревић, 2009).

Ефективно маркетинг комуницирање организатора са потенцијалним посетиоцима музичког фестивала се остварује кроз:

- Идентификовање циљне групе музичког фестивала
- Одређивање комуникационих циљева
- Дизајнирање комуникација
- Избор канала комуницирања
- Одређивање комуникационог буџета
- Одлучивање о миксу медија
- Мерење резултата маркетинг комуницирања
- Управљање интегрисаним маркетинг комуникацијама (Kotler, Keller, 2006; Андрејевић, Грубор, 2007).

Промоција музичког фестивала је ужи појам у односу на интегрисано маркетинг комуницирање, тј. представља његов део.

Како би се успешно формирале промотивне стратегије и одредила изводљивост и одрживост маркетинг плана, битно је одговорити на 5 питања: Зашто? Ко? Када? Где? Шта је сврха? Ових пет питања представљају основно начело промоције догађаја.

- Зашто посетити музички фестивал? Одговором на ово питање се истичу користи за посетиоце и потенцијалне посетиоце.
- Ко ће посетити музички фестивал?
- Када организовати музички фестивал? Музички фестивали се најчешће организују у време годишњих одмора, тренд је да трају од 3 дана до 9 дана. Бито је обратити пажњу на конкурентске догађаје и њихово време одржавања како се не би поклопили.
- Где организовати музички фестивал? Битно је изабрати атрактивну локацију, која ће бити интересантна посетиоцима. EXIT фестивал се одржава на средњовековној тврђави, а SZIGET фестивал на речном острву. Као што је већ истакнуто, локација може бити од кључне важности за успех догађаја.
- Шта је сврха догађаја? (Hoyle, 2002).

Како би успешно промовисали музички фестивал менаџери догађаја и маркетари се опредељују најчешће за комбинацију инструмената промотивног микса. Промотивни микс обухвата следеће инструменте:

- Економску пропаганду тј. оглашавање
- Економски публицитет
- Маркетинг аспект односа са јавношћу
- Унапређење продаје
- Лична продаја
- Директни маркетинг (Андрејевић, Грубор, 2007).

Masterman и Wood (2005) наведеним инструментима комуникационог микса додају и е-маркетинг или Интернет маркетинг.

Економска пропаганда или оглашавање, представља најчешће коришћен инструмент промотивног микса. Односи се на било који облик промоције, плаћен од стране организатора музичког фестивала. Циљ оглашавања је креирање и повећање свесности о догађају, креирање или унапређење позитивног имиџа, позиционирање музичког фестивала у односу на конкуренцију, подстицање потребе или жеље за музичким фестивалом и превођењем тражње за музичким фестивалом у продају програма музичког фестивала посетиоцима (Getz, 2005). За оглашавање се користе различита средства: радио, телевизија, интернет, графичка средства попут брошура, летака, оглашавања у штампаним медијима, оглашавање на отвореном (билборди).

Економски публицитет представља неплаћени облик масовног комуницирања са широким циљним аудиторијумом догађаја. Менаџери музичких фестивала немају директну контролу над економским публицитетом. Предност овог инструмента је његова објективност извештавања јавности. Циљна група се информисе из неутралних и професионалних извора о намери, програму и квалитету музичког фестивала.

Односи са јавношћу су инструмент промоције којим се формира мишљење, разумевање и став аудиторијума о организатору и програму музичког фестивала (Hoyle, 2002; Masterman, Wood, 2005). Обзиром да односи са јавношћу представљају неплаћени облик промоције, фаворизовани су од стране организатора догађаја (Bowdin et al., 2006). Највећа предност односа са јавношћу у односу на друге инструменте микса јесте у изражавању мишљења других о самом догађају, а не мишљењу организатора (Hoyle, 2002; Masterman, Wood, 2005, Драгићевић, 2010). Менаџери догађаја такође, немају директну контролу над овим инструментом промоције (Драгићевић, 2010).

Унапређење продаје представља инструмент промоције који је под контролом менаџера музичког фестивала. Овај инструмент не захтева превелика финансијска улагања, нити ангажовање специјализованих маркетинг агенција. Ради се о коришћењу различитих подстицајних средстава како би се повећала продаја тј. број посетилаца. Унапређење продаје на догађајима може се постићи увођењем породичних карата, попушта за групне посете, поклона за куповину више улазница, организовањем наградних игара и слично (Bowdin et al., 2006).

Лична продаја није карактеристична за промоцију догађаја. Овај инструмент се користи за промоцију производа и услуга велике вредности (Андрејевић, Грубор, 2007).

Директни маркетинг се заснива на систему информисања, то јест продаје, где организатор музичког фестивала успоставља директну, интерактивну комуникацију са појединачним посетиоцем или потенцијалним посетиоцем догађаја. Директна комуникација са појединачним потрошачима се може остварити путем директне поште, електронске поште, телефонских позива и слањем СМС порука. Директни

маркетинг захтева постојање базе података са подацима о потрошачима (посетиоцима догађаја), који се желе контактирати (Bowdin et al., 2006). Овај инструмент је од великог значаја за успостављање дугорочних односа са потрошачима (посетиоцима музичког фестивала) и изграђивању њихове лојалности (Masterman, Wood, 2005). Овај инструмент комуникационог микса бележи највећи раст (Smith, Taylor, 2004).

У пракси, али и у стручној литератури све више се препознаје значај и улога интернета у промоцији музичких фестивала. Стручна литература наводи појмове: веб маркетинг, интернет маркетинг или е-маркетинг догађаја (Masterman, Wood, 2005; Bowdin et al., 2006; Hoyle, 2002). Интернет има бројне предности у односу на традиционалне начине комуницирања са потенцијалним посетиоцима фестивала. Једна од основних предности су нижи трошкови у односу на друге инструменте промотивног микса. Предност је и велики дијапазон простирања тј. доступност потенцијалних посетилаца. Када су у питању музички фестивали, најадекватније и најзаступљеније електронске (on line) промотивне технике су: веб сајтови, Интернет оглашавање, online партнерства (удружени сајтови), Интернет односи са јавношћу (*Internet public relations*), e-mail маркетинг, вирални маркетинг (*e-viral marketing*) и блог маркетинг (Драгићевић, 2010). Већина аутора се слаже да се најбољи промотивни ефекти постижу комбинацијом инструмената традиционалног и е-маркетинга (Masterman, Wood, 2005; Tum et al., 2006).

Основни циљ промовисања догађаја је према маркетингу догађаја повећање опипљивости понуде догађаја. Како би се то остварило, користе се четири комуникационе стратегије:

1. Стратегија визуелизације понуде догађаја подразумева креирање јасне менталне слике о понуди и програму догађаја
2. Стратегија асоцијације на понуду догађаја обухвата повезивање спољних елемената Појединаца који учествују у извршењу догађаја, места одржавања догађаја или одређених предмета са програмом догађаја
3. Стратегија физичке презентације понуде догађаја се односи на постојање опипљивих асоцијација на суштинске или периферне елементе понуде догађаја и
4. Стратегија документације понуде догађаја подразумева истицање квалитативних и квантитативних чињеница у промовисању вредности и користи понуде догађаја циљној групи (Љубојевић, Андрејевић, 2002).



## ЕФЕКТИ МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА И ТУРИЗМА

Како је већ наведено, туризам и догађаји садрже исте елементе, а самим тим проузрокују и неке исте ефекте.

Унковић и Зечевић (2009) наводе као најзначајније ефекте туризма на следеће:

- Друштвени производ и национални доходак
- Развој привредних делатности које чине туристичку привреду
- Платни биланс земље
- Запосленост становништва и ниво животног стандарда
- Инвестициону активност и структуру инвестиција
- Бржи развој недовољно развијених подручја.

Туризам има директан и индиректан утицај на друштвени производ и национални доходак. Туристичка потрошња посредно утиче на друштвени производ и национални доходак тако што стимулише развој области материјалне производње за туристичку привреду, а директан утицај се огледа у преливању дохотка из других земаља.

Бројне привредне делатности учествују у подмирењу туристичких потреба те се стога њихов развој подстиче развојем туризма на некој дестинацији. Унковић и Зечевић (2009) наводе следеће: хотели, ресторани и други угоститељски објекти, продавнице (сувенира, робе широке потрошње, текстила, накита и тако даље), слободне професије попут лекара, институције за забаву – касина, кабареи, установе културе – музеји, позоришта и бројни други. Туризам утиче и на инвестициону делатност и структуру инвестиционих улагања, подстиче велика инвестициона улагања у развој путне мреже и модернизацију разних видова саобраћаја, затим значајна улагања у развој хотелских и осталих угоститељских објеката што није значајно само за туризам већ и за развој привреде у целини. Наведено директно утиче на развој грађевинарства, индустрије, запослености становништва и генерално повећање привредне активности земље.

Туризам директно утиче на запосленост становништва отварањем нових радних места, али и повећаним запошљавањем особа женског пола. У туризму је изражена сезоналност у пословању, па у току туристичке сезоне постоји могућност да велики број незапослених пронађе своје запослење.

Туризам остварује позитивне ефекте на друштво у целини и то кроз утицај на међународни имиџ земље, креирање позитивне атмосфере за развој интернационалног пословања, развија се потреба заштите природног и културно-историјског наслеђа, подстицање запослених на даље усавршавање (учење страних језика и слично) (Бујковић, 2012).

Туризам подстиче економски напредак земаља у развоју, што побољшава њихову укупну економску, привредну, друштвену и политичку стабилност (Fort & Schipani, 2007; Bishara and Schipani 2008).

Познато је да туризам остварује мултипликоване утицаје на више привредних грана, па тако подручја у којима се развија туризам показују значајан раст и других привредних грана попут: пољопривреде, грађевинске индустрије, индустрије намештаја, банкарство и тако даље. Такође, многе делатности попут старих заната кроз туризам остварују своју валоризацију, а исто се односи и на догађаје, јер је не ретко случај да се производи старих заната продају као пропратни програм различитих догађаја.

Прва истраживања о утицају догађаја користила су *Triple Bottom Line* (TBL) приступ који је подразумевао утицаје на: економију, друштво и екологију. Свака од

ових категорија, укључивала је позитивне и негативне аспекте. Касније, аутор Ritchie (1984) је овај приступ модификовао и указао на бројне различите типове утицаја чији број је наставио да се повећава.

Аутор Sherwood (2007) је анализирао до тад објављене публикације и направио преглед утицаја који догађаји и музички фестивали остварују. Sherwood је навео и број публикација у којима се ови утицаји наводе и обрађују. Посебне утицаје представљају позитивни и негативни утицаји на животну средину који произилазе из одржавања догађаја, а посебно музичких фестивала који се често одржавају на отвореном простору попут SZIGET фестивала који се одржава на острву на Дунаву и EXIT фестивала, који се одржава на Петроварадинској тврђави. Литература показује да се све већи број истраживача фокусира на социјални тј. друштвени утицај догађаја и фестивала, посебно утицај који се одражава на локалну заједницу, попут Delamere (2001).

Табела 2. Класификација утицаја догађаја

УТИЦАЈ ДОГАЂАЈА	БРОЈ ПУБЛИКАЦИЈА ГДЕ ЈЕ НАВЕДЕН УТИЦАЈ
<b>Економски - позитивни</b>	
Промоција дестинације	<b>183</b>
Економске предности	<b>111</b>
Трошкови посетилаца	<b>102</b>
Шансе запослења и развоја вештина	<b>99</b>
Развој туристичке индустрије	<b>87</b>
Развој инфраструктуре и друге погодности	<b>80</b>
Пословни развој и могућности инвестирања	<b>72</b>
Капитални трошкови за изградњу погодности	<b>40</b>
Корпоративно спонзорство	<b>28</b>
<b>Економски – негативни</b>	
Трошкови постављања догађаја	<b>68</b>
Штета нанесена репутацији дестинације	<b>48</b>
Инфлација	<b>42</b>
Неискоришћеност инфраструктуре	<b>27</b>
<b>Друштвени – позитивни</b>	
Понос заједнице	<b>107</b>
Побољшање квалитета живота у заједници где се фестивал одржава	<b>80</b>
Слављење вредности заједнице	<b>73</b>
<b>Друштвени - негативни</b>	
Гужва, конгестија и бука	<b>75</b>
Криминал и вандализам	<b>57</b>
Узнемиравање живота становника	<b>49</b>
<b>Еколошки</b>	
Утицај на природне ресурсе	<b>46</b>

Извор: Sherwood, 2007.

Како Sherwood наводи, академска литература није једини извор оцена догађаја. Постоји велики број студија о процени утицаја догађаја, изведених од стране консултаната, у име државних туристичких организација, разних министарстава (финансија, привреде, економског развоја, запошљавања) и агенција за догађаје (које не постоје у Србији).

Као што је наведено у Табели 2 изведено је двадесет кључних утицаја који фестивали остварују на локалну заједницу и околину. Ови утицаји су разврстани у пет група: 1) економски – позитивни, 2) економски – негативни, 3) друштвени – позитивни, 4) друштвени - негативни и 5) еколошки.

Сви догађаји, без обзира на величину и карактер остварују бројне утицаје, позитивне, али и негативне, на локалну заједницу и стејкхолдере. Утицаји које проузрокују догађаји могу бити: социо-културни, просторни (ефекти по окружење), политички и утицаји на туризам и економију. Позитивни социо-културни ефекти догађаја могу бити: оживљавање традиције, понос локалне заједнице, повећано учешће локалне заједнице, прихватање нових идеја, обичаја, начина понашања, ширење културних перспектива, док негативни утицаји могу бити: отуђеност локалне заједнице, манипулације, негативан имиџ, непримерено понашање посетилаца, новчане злоупотребе, поремећена социјална и културна вредност догађаја, негативне промене у начину живота и понашања локалне заједнице. Ефекти по окружење такође могу бити позитивни и негативни. Промовисање природног окружења, стварање примера добре праксе, подизање свести о заштити окружења, побољшање инфраструктуре и реконструкција старих делова града, спадају у позитивне ефекте по окружење, а нарушавање природног окружења, загађење, уништавање наслеђа, бука и застој у саобраћају су неки од негативних ефеката које догађаји могу имати по окружење. Позитивни политички утицај догађаја огледа се кроз: престиж на међународном нивоу, подстицање инвестиција, остваривање друштвене кохезије, развој управних вештина и побољшање имиџа, а негативни утицаји могу донети: недостатак друштвене одговорности, пропагирање друштвено неприхватљивих идеја, губитак права својине и контроле од стране локалне заједнице и изазивање нетрпељивости између појединих друштвених група. Туризам и економија остварују раст кроз: промоцију дестинације и повећан број туристичких посета, продужен боравак на дестинацији, веће приходе, повећане приходе од пореза, пословне могућности, комерцијалне активности и стварање радних места. Оно на шта догађаји могу негативно утицати је: одбојност локалне заједнице према туризму, губитак аутентичности, нарушавање имиџа, експлоатација, раст цена и финансијски губици (Драгићевић, 2012).

Догађаји појачавају атрактивност дестинације и доводе више посетилаца са посебним интересовањем за производ, културну баштину или традицију, који се догађајем и прослављају. Захваљујући туризму, обнављају се и неки својевремено напуштени фестивали попут Карневала у Венецији.

Као негативне ефекте догађаја Плавша (2007) наводи: закрчења у саобраћају, гужве у пешачком саобраћају, буку, смеће и пораст криминала.

Гужва, бука, масовна пијанства, туче и криминал такође су пратиоци карневала и фестивала, што смета не само локалном становништву, већ и туристима. Уколико постоје разлике у култури туриста који посећују неки догађај и локалног становништва, ненамерно, туристи могу увредити локалну заједницу или наићи на потешкоће у комуникацији. Бројне су земље које имају посебне кодексе облачења за жене и које сматрају не само непристојним већ и увредљивим ношење кратких сукања, шортсева и мајица без рукава или сувише кратких и сувише уских. Поједине земље у својим пропагандним брошурама обавештавају туристе о кодексу облачења.

Одржавање неког догађаја може нанети штету и природном окружењу у коме се догађај одржава. Тренд је да се музички фестивали одржавају на отвореном простору, попут SZIGET Фестивала који се одржава у Будимпешти, на речном острву на Дунаву. Фестивал траје недељу дана и забележи и до 400.000 посета (szigetfestival.com). Није тешко замислити шта се дешава са флором и фауном малог

речног острва Обуда које заузима површину од свега 120 хектара, на којем се истовремено нађе 65.000 људи, а на којем се одржава Сзигет фестивал (rs.gotohungary.com).

Природно окружење ретко избегне штету тамо где је присутан велики број туриста. EXIT фестивал такође оставља последице на простор на којем се одржава. Разлика је у томе што се EXIT фестивал одржава на месту које је културно-историјски споменик. На површини од 114 хектара истовремено борави и по 45.000 посетилаца (www.panacomp.net).

Фајфилд (2003) истиче да утицај догађаја на локалну заједницу може бити економски, политички, социолошки и технолошки.

Под политичким утицајем се подразумева разматрање мотива и поступака које предузима влада и начина на који она путем закона и регулатива и правно-политичког система утиче на одржавање манифестације (Копривица, 2008). Наведени утицај се односи и на прописе којима се уређују места као погодна за одржавање разних догађаја, јер је за сваки јавни скуп потребно прибавити различите дозволе од органа управе.

Догађаји, у зависности од значаја и величине, такође могу утицати на политику и владу државе у којој се одржавају. Ово су још давно учили Риљани, па су кроз организацију различитих прослава, догађаја и спортских такмичења афирмисали сопствену идеологију, под паролом „хлеба и игара“.

Табела 3. Утицај туризма и рекреације на рурална подручја

Друштвено економски	
Позитивни	Обезбеђује нове, алтернативне изворе инвестиција и запослења
	Охрабрује читаву заједницу да буде активна
	Обезбеђује могућност задржавања становништва у подручјима које становници иначе напуштају
	Омогућава поновно насељавање подручја
Негативни	Економска цурења
	Инфлација цена у локалним подручјима
	Миграција
	Поремећена локална структура запошљавања
	Уношење промена на локална тржишта
	Сезонски облик тражње
Културни	
Позитивни	Освежење локалне културе
	Повећање осећања локалног поноса, самопоштовања, идентитета
Негативни	Глобализација
Физички: изградња и природа	
Позитивни	Допринос заштити и конзервацији
	Потпомаже поновно коришћење напуштених објеката и имања
Негативни	Ширење загађења
	Креирање нових конструкција за већ постојећа решења

Преузето из: Штетић, 2007

Друштвени или социолошки аспект је најтеже оценити или предвидети јер се односи на људе и њихово понашање. Када се говори о утицају фестивала на друштво, онда се подразумева и економски и политички и сваки други утицај (Копривица, 2008). Овде би требало истаћи и културолошки утицај на друштво. Понекад се догађаји одржавају у срединама у којима живе људи који су толико сиромашни да нису у могућности да приуште себи улазницу за позоришну представу или концерт. Догађаји су често бесплатни за посетиоце (попут гастрономских фестивала, фестивала рукотворина, фестивала меда...), а подразумевају и неке едукативне радионице

(Новосадско пролеће) или представе за децу (Змајеве дечје игре). Наведене манифестације су спонзорисане од стране локалне власти као и бројних спонзора (Prodanović, Egić, 2011).

Иако Штетих (2007) наводи да се утицаји поменути у Табели 3 односе на рурална подручја, исти утицаји се дешавају у свакој локалној заједници у којој се дешавају туристичке посете, а ови утицаји су још израженији на подручја у којима се одржавају велики догађаји, због великог броја посетилаца у кратком временском периоду, на релативно малом простору.

Пракса показује да су догађаји веома ефикасан начин на који заједница може да:

- Валоризује капитал
- Промени имиџ
- Повећа обим трговине
- Стимулише економију и
- Помогне локланим фирмама да афирмишу своје производе (Бјелобрковић, 2009).

Туризам и догађаји често представљају основу за развијање стратегије развоја дестинације и читавих региона. Развој догађаја и туризма, подстиче развој читавог привредног система дестинације. Активира се низ пружалаца услуга које су неопходне за постављање и реализацију догађаја, а то даље води отварању радних места и стварању прихода (Tum et al., 2006).

Унапређење локалне привреде, друштвеног живота, културне понуде све су то позитивни утицаји које музички фестивали остварују на туристичкој дестинацији. Поред наведеног велики музички фестивали стварају позитиван имиџ о месту у ком се дешавају али и шире, јер брендирају ту земљу и њене грађане (Стаменковић, 2014). Догађаји попут мзичких фестивала и друге манифестације имају велики значај за туристичку привреду. Наведено потврђује и 37. конгрес Међународног удружења научних експерата за туризам (AIEST). Овај конгрес је одржан у Калгарију – Канада, 1987. године под називом: „Улога и аспекти догађаја на развој националног и регионалног туризма”. На овом конгресу су издвојене три групе критеријума по којима се деле догађаји тј. фестивали:

1. Они који привуку најмање 1 милион посетилаца,
2. Према висини средстава потребних за изградњу одговарајућих објеката у којима се одржавају догађаји,
3. Према психолошкој потреби тј. према осећају посетилаца којима је главни мотив доласка – догађај (Čulić, 1988; Бјељац, 2006, Стаменковић 2014).

Организовање великих музичких фестивала може имати изузетно позитивне утицаје на локално становништво и то у виду престижа и побољшаног морала локалног становништва, које има могућност да туристе упозна са својом културом и традицијом, што ће уједно допринети и бољем разумевању међу туристима и локалним становништвом.

## ЕКОНОМСКИ ЕФЕКТИ

Аутори који се баве истраживањем утицаја одржавања догађаја попут музичких фестивала, на локалну заједницу, најчешће говоре о економском утицају који догађаји остварују.

Економски утицај фестивала је најочигледнији. Туристи посетиоци фестивала су туристи који троше пуно новца. Фестивали поспешују атрактивност туристичке дестинације и нуде додатне садржаје туристима који су дестинацију посетили из других разлога. Често, продужују туристичку сезону. Приходи од фестивала су вишеструки и обухватају све производе и услуге купљене од стране посетилаца, од улазница до трошкова путовања.

Throsby (2001) тврди да култура може утицати на економске резултате на три начина. Прво, може утицати на поимање економске ефикасности, променом личног приступа у процесима производње, затим, може утицати на лични осећај једнакости, утичући на однос према моралу и ресурсима. Коначно, може да утиче на редефинисање друштвених циљева, мењајући одговарајуће механизме неопходне за постизање тих циљева. Ова три потенцијална начина утицаја, могу одиграти велику улогу у одређивању традиционалних мера у економској производњи. Иако теоретичари често покрећу питање како добро уградити социјални аспект у теоријама развоја, до недавно је утицај дефинисан само кроз основне економске показатеље.

Економски утицај, економисти најчешће посматрају кроз остварене економске ефекте од догађаја, у вези са економским контекстом окружења. Економско окружење догађаја је значајно за доношење одлука о врсти догађаја који се планира одржати, програму догађаја, позиционирању догађаја, одређивању цене, ангажовању посредника и подуговарача и промоцији догађаја. Активности организатора и посетилаца догађаја су у директној вези са карактеристикама локалног економског окружења. Приликом организације догађаја, потребно је обратити пажњу на економски положај потенцијалних посетилаца, економску ситуацију у ужем окружењу догађаја и активности конкурената (Андрејевић, Грубор, 2007).

Економски ефекти који се остварују нису у вези само са директним приходима који се остварују продајом улазница за одређене догађаје, већ се могу посматрати кроз додатну потрошњу коју су остварили посетиоци, куповином у локалним продавницама, пекарама, ресторанима, у локалним кафићима, али не само посетиоци, већ и организатори и учесници догађаја.

Економски ефекти догађаја могу да буду краткорочног и дугорочног карактера, а исказују се оствареним профитом и могућностима даљег развоја догађаја (Андрејевић, Грубор, 2007).

Сваки музички фестивал, уколико је успешно организован, може подстаћи посетиоце да дођу на дестинацију и у другом периоду како би је боље упознали, што значи да догађаји подстичу и развој одморишног туризма на дестинацији. Велики догађаји се могу посматрати као општи економски стимулатори, које прати велики број капиталних инвестиција и инфраструктурних унапређења.

Економски ефекти догађаја су најједноставнији за мерење, а испољавају се на различите начине (Драгићевић, 2010). Произилазе из потрошње посетилаца који долазе изван региона, капиталних издатака за објекте неопходне за извођење догађаја и потрошње организатора и спонзора, за потребе постављања догађаја. Добит и отварање нових радних места су директни позитивни економски ефекти организације и реализације догађаја, на дестинацију. Догађаји су препознати и као значајан фактор туризма и целокупне привреде дестинације, јер потрошња коју остварују посетиоци који нису локални становници, има мултипликован ефекат по локалну економију (Faulkner, 1993). Организовањем догађаја, дестинације настоје да реше проблем сезоналности – конгреси, сајмови, фестивали се често организују ван главних сезона.

Getz (2005) наводи неколико облика испољавања економских утицаја догађаја.

1. Маркетинг места (*place marketing*) догађаја – ради се о изграђивању позитивног имица дестинације на којој се одржава догађај, ради повећања броја туриста на дестинацији у будућности, али и ради привлачења инвеститора.
2. Туристичка атракција догађаја – ради се о унапређивању укупне атрактивности туристичке понуде дестинације кроз нове програме и садржаје догађаја, што привлачи посетиоце да изнова посећују догађај, просторно повећава тржиште и повећава конкурентност догађаја. Дестинације често постају препознатљиве по одређеним догађајима – Карневал у Риу, Октоберфест у Минхену, Сајам туризма у Берлину, ЦЕБИТ – сајам информационих и комуникационих технологија у ХанOVERу.
3. Изграђивање имица – кроз медијску покривеност догађаја и кроз активности економске пропаганде и директан маркетинг, догађаји доприносе креирању и унапређивању имица дестинације. Позитиван имиц догађаја проистиче из усмераване свесности и наклоности јавности којој је намењен догађај. У организовању великих специјалних догађаја изједначава се значај програма и медијске покривености догађаја.
4. Катализаторски утицај – организовање и реализација великих догађаја одражава се на привредне токове земље домаћина као утицај општих економских акцелератора. Велики догађаји могу деловати као катализатори за урбану обнову и стварање нове или проширене инфраструктуре. Као одличан пример могу се посматрати Зимске олимпијске игре које су се 2014. године одржале у Сочију (Русија), где је држава уложила велике напоре и бројна финансијска средства.
5. Аниматорски утицај догађаја – догађаји повећавају могућност поновних сусрета, старих пријатеља, привлаче јавност на одређено место, продужавају боравак посетиоца који су ту дошли из других разлога и самим тим повећавају њихову потрошњу.

Бујковић (2012) под директним економским ефектима догађаја подразумева све економске инпуте које наплаћује организатор догађаја или његови субконтрактори. Овде спадају: котизације за учешће на конференцијама, плаћање улазница, обезбеђивање спонзорстава догађаја, обезбеђивање права ТВ преноса и слично.

Аутори Davidson и Rogers (2007) дефинишу карактер доприноса индустрије догађаја буџетима локалних и националних власти, а у обрачун укључују следеће:

1. Порезе на основу зарада запослених у сектору индустрије догађаја
2. Порезе на профит организатора
3. Директне порезе и таксе које учесници плаћају по разним основима
4. Порезе на све робе и услуге које користе учесници догађаја.

Индијектни економски ефекти подразумевају све издатке учесника, излагача и посетиоца које не плаћају директно организаторима. У највећем броју догађаја то су следећи издаци:

- Путовање до места одржавања догађаја, локални превоз (јавни градски превоз и такси)
- Смештај
- Комуникациони трошкови
- Угоститељске услуге
- Куповина сувенира и различите друге робе
- Преводилачке услуге, секретарске услуге
- Услуге оглашавања
- Излети
- Упознавање културног наслеђа дестинације, посете музејима, позориштима, галеријама... (Бујковић, 2012).

Истраживачки центар за одрживи туризам (*Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism - CRC*) у Аустралији, је креирао *DIY* софтвер (*Do-it-Yourself economic impact assessment kit - DIY kit*) који омогућава организаторима регионалних музичких фестивала и догађаја да изврше процену економских ефеката, утврђивањем потрошње посетилаца, локалног становништва и организатора догађаја, а у вези са догађајем. Подаци о потрошњи посетилаца догађаја прикупљају се употребом упитника, а од организатора догађаја се добијају подаци о оствареном приходу од догађаја, потрошњи и изворима финансирања (Драгићевић, 2010).

Организатори догађаја су често склони претеривању у истицању економских користи од организовања догађаја, зарад добијања финансијске подршке од локалне заједнице, спонзора, власти на локалном, регионалном и националном нивоу, јер догађаји који се покажу као економски најзначајнији имају приоритет у добијању финансијске подршке институција локалног и националног значаја, и постају саставни део промотивних активности туристичких организација (Драгићевић, 2010).

Поред позитивних економских ефеката, организацију догађаја, прате и негативни ефекти, који често нису транспарентни. Неки од најчешћих су:

- Инфраструктурни трошкови
- Трошкови промоције
- Ефекти цурења финансијских средстава ван места организације догађаја
- Оптерећење комуналне инфраструктуре дестинације у којој се одржава догађај
- Додатно оптерећење јвних служби – полиције, здравства, службе ванредних ситуација, судство и сл.
- Повећана емисија штетних гасова (Бујковић, 2012).

Аутори Hunyadi, Inkei и Szabó (2005) су истраживали колико новца је повезано са фестивалима у Мађарској. Резултати њиховог истраживања из 2004. године показују да су у истраживаној години догађаји имали буџет од скоро 6 милијарди форинти (око 20 милиона еура). На основу различитих извора, аутори претпостављају да су укупни трошкови културних фестивала у Мађарској у 2004. години премашили 8 милијарди форинти. Поређења ради, наводи се податак да је ово скоро дупла сума коју годишње издвајају све општине у просечној Мађарској покрајини за културу, на годишњем нивоу, као и да је ово скоро иста сума колико све локалне владе у Мађарској потроше на музеје у току године.

## СОЦИО-КУЛТУРНИ ЕФЕКТИ

Бројна истраживања су се бавила испитивањем ставова локалног становништва о туризму и пратећем развоју у оквиру њихове локалне заједнице. У већини случајева, истраживачи су користили мноштво варијабли да би боље разумели ставове локалног становништва о туризму или бар објаснили одређене разлике у ставовима. Радови истраживача Jugowski и Gursoy (2004) и Gursoy и Rutherford (2004) користећи моделирање структурних једначина, које показује како раздаљина између домова и туристичких атракција, ниво бриге о заједници, екоцентричне вредности, искоришћеност туристичких ресурса, везаност заједнице, стање локалне економије, економске користи, социјалне користи, социолошки недостаци и културолошке предности, све наведено има директан или индиректан утицај на став локалног становништва према туризму. Пре десетак година личне користи од туризма су постале популарна тема истраживања. Као што су Andereck et al. (2005) закључили, они који сматрају да туризам треба да има главну улогу у економском развоју и који



су лично осетили користи од туризма перципирају виши ниво позитивних ефеката од туризма.

Као последице развоја туризма на дестинацији, јављају се позитивне, али и негативне појаве. Међу позитивне ефекте поред економских, спадају:

- Повећање општег нивоа образовања. Путовање пружа могућност да се упозна дестинација и да се непосредно виде нови, до тад непознати, делови света, да се упозна њихова култура, научи историја и упознају обичаји. Такође, домаће становништво има могућност да стране туристе упозна са новим идејама и мишљењима и да прошири њихова знања. Домаће становништво је такође, у прилици да учи од туриста. Да би успешно пословало у туризму, домаће становништво је приморано и да научи језик туриста који најчешће долазе у њихове крајеве, обрнути случајеви су ређи (да туриста учи језик домаћина код којих иде у посету), али такође се дешавају. Већина туриста, из забаве, научи тек неколико фраза из језика домаћина.
- Унапређење заштите историјског наслеђа. Интересовање туриста доприноси унапређењу заштите и очувању историјског наслеђа домицилног становништва.
- Поштовање сопствених и туђих културних обележја. Домицилно становништво, под утицајем интересовања туриста за локално културно наслеђе, развија свест о вредностима тог наслеђа.
- Друштвена покретљивост и статус. Под утицајем туризма, долази до радикалне промене друштвеног устројства. Мењају се статус и улога младих људи и жена, по узору на туристе, али и захваљујући отварању нових радних места које туризам доноси.
- Унапређење квалитета живота. Развој туризма може знатно допринети повећању квалитета живота развојем инфраструктуре, комуналних објеката, очувањем животне средине, обogaћивањем културно–забавног живота и живота локалног становништва које користи овакве објекте, изграђене превасходно за туристе.
- Обнављање традиционалних уметничких дела. Туризам доприноси обнављању појединих облика уметности и заната који су били на прагу изумирања. Интересовање туриста за неке културне изразе доприноси јачању етничког и културног идентитета.
- Мир и разумевање на међународном нивоу. Туризам се сматра својеврсним пасошем мира. Овај став полази од претпоставке да ће људи који путују у друге земље као туристи моћи боље да упознају те земље и људе и да ће се са њима зближити, боље разумети и евентуално завољети (Марков, 2000).

Као негативни социо–културни ефекти туристичких кретања, најчешће се истичу запостављање и губљење традиције (али туризам се наводи и као фактор очувања традиције) модернизација, пораст криминала, друштвени конфликти, закрчење простора: због физичког присуства туриста у туристичким местима, евидентан је велики број аутомобила на улицама, велики број људи на улицама, а самим тим и загађења.

Демонстрациони ефекти подразумевају промене у понашању домицилног становништва које настају посматрањем туриста и њиховог опонашања. Ово могу бити и позитивне и негативне последице. Негативне последице су оне које угрожавају аутентичност домаће културе и идентитет локалне заједнице.

Неразумевање и сукоби између домицилног становништва и туриста су честа појава. Они настају услед економских, културних, језичких и других разлика.

Проблеми који се такође јављају су да домаће становништво, како би остварило већи новчани приход, напушта традиционалне делатности којима су се до тад бавили (на пример пољопривреду), како би се запослили у хотелима, што доводи до тога да се локална производња хране смањује. Производи из иностранства често више

коштају, што све заједно доводи до инфлације. Туризам има сезонски карактер, па поједници у периоду када није сезона, остају без посла.

Smit (1989) је на основу бројности туриста и њихове прилагодљивости културама које посећују, развио типологију туриста и разврстао их у седам различитих типова:

- Истраживачи
- Елитни туристи
- Неконвенционални
- Необични
- Иницијални масовни
- Масовни и
- Чартер туристи.

Истраживачи су малобројни, самодовољни и способни да у потпуности прихвате локалне услове. Елитни туристи се разликују од истраживача по томе што они „путују“, били су – како сами кажу – „скоро свуда“ и у сталној су потрази за нечим новим и различитим. Неконвенционални туристи су они који настоје да ураде нешто ван норме. Могу се наћи у већим групама и за њих би се могло рећи да се не прилагођавају у потпуности туристичким условима. Необични туриста тежи необичним искуствима, али у оквиру прилика које су ипак донекле предвидљиве.

Иницијални масовни туристи су присутни у већем броју. Често путују индивидуално, по сопственом итинереру, али у земље које су сличније њиховој. Масовни туристи, су веома бројни, али је њихов утицај сезонски. Најчешће припадају средњој класи и очекују стереотипе на дестинацији. Чартер туристи путују на одмор у групама и аутор их и посматра као да имају стандардизоване захтеве, где им се индивидуалност губи унутар групе.

Најмањи утицај на локално становништво врше истраживачи, а највећи такозвани чартер туристи. Ова констатација свакако има везе и са њиховим бројем, наиме што је већи број туриста који посећују одређену дестинацију, већи је и утицај који остварују на локалну заједницу. Смитов модел указује и на различите типове људи који ће се на различите начине понашати на дестинацији (Smith, 1989).

Локалном становништву догађаји и њихови посетиоци доносе како користи, тако и трошкове, а наведени типови туриста у зависности од својих афинитета могу донети више користи или више штете локалној заједници. Може се помислити да већи број туриста увек доноси више утицаја на локално становништво, али то не мора увек бити тачно. Неки од набројаних типова туриста желе да се инфилтрирају у локалну културу и да добро упознају локално становништво, чиме ће представити себе и своју културу и тиме извршити утицај на локалну заједницу, док одређени типови туриста, попут масовних туриста и чартер туриста, очекују неки тип услуге, како Смит каже „западњачка обележја“. Њихова интересовања су често површна.

### ***Ефекти музичких фестивала на локалну заједницу***

Постоје различити приступи разумевању утицаја догађаја. Углавном су базирани на мултипликованим перспективама и на агрегатном нивоу. Како наводи Getz године 1960. развијен је концепт носећег капацитета (Getz, 1983). Раних осамдесетих година прошлог века, ово је дало основе за границе прихватљивих промена оквира, што је процес менаџмента базиран на перцепцији локалних

стејкхолдера о прихватљивим променама у складу са границама раста (Ahn, Lee, & Shafer, 2002; McCool & Lime, 2001).

Приступ троструког крајњег резултата (*Triple bottom line*) (Sherwood, 2007) је сличан аналитички оквир базиран на вишеструким перспективама које у оригиналним поставкама укључују економске, социјалне и утицаје на окружење. Касније је ревидиран и прикључени су му и културолошки утицаји (Getz, 2008; Lundberg, 2011). Приступ троструког крајњег резултата потиче из пословног сектора где је коришћен као холистички алат за извештавање који додаје социолошке закључке и закључке о животној средини традиционалним финансијским закључцима. Овај приступ је био развијен и примењиван у туризму, а посебно за манифестације и фестивале (Fredline et al., 2005; Sherwood, 2007).

Многа истраживања која се односе на социолошке утицаје туризма и догађаја испитују мишљење становника дестинације у којој се догађај одржава, а заснивају своје теорије на социолошкој размени, по којој је утицај фестивала на локалну заједницу позитиван све док су користи које доноси фестивал бројније од негативних утицаја (Zhou and Ap, 2009; Pearce et al., 1996; Ap, 1992). Аутори Wang и Pfister (2008) закључују да ставови локалног становништва према туризму нису једноставан одраз њиховог знања о утицају туризма, већ зависе и од система вредности и личности сваког поједница. Ови аутори су исказали преглед начина коришћења теорије друштвене размене у истраживању социјалног утицаја и показали да су ранија истраживања која су користила теорију друштвене размене (попут Jurowski et al., 1997; McGehee and Andereck, 2004), стављали акцената на економију, много више него што је то прикладно. Неки аутори (Wang and Pfister, 2008; Gursoy et al., 2002) значајно подржавају теорију социјалне размене као основу за истраживање ставова локалног становништва о социолошким утицајима туризма, а самим тим и туризма догађаја, други (Andereck et al. 2005 и McGehee and Andereck, 2004), не подржавају у потпуности њено коришћење. Они показују да варијабла личних користи није значајан показатељ туристичког планирања и то доказују чињеницом да неко ко стиче добит захваљујући развоју туризма, жели или да види да се туризам исправно развија или алтернативно, да види неколико ограничења на развој туризма.

Fredline and Faulkner (2002) сматрају да је социјално представљање боља теорија за коришћење у истраживању социолошког утицаја јер не претпостављају да људи могу рационално перцепирати однос трошкова и добити од туризма, на њихов живот. Претпостављају да ће испитаници проценити утицаје користећи инстинкт заснован на представи коју имају о туризму и његовим бројним аспектима. Као финалну теорију од теорија социјалног утицаја, аутори Deere и Jago, наводе теорију која тврди да они који имају највеће користи од туризма пружају највећу подршку развоју туризма. О наведеном су писали и Madrigal (1995) и Woosnam и други (2009).

Теорија која се најчешће користи како би се подржало истраживање социолошког утицаја је теорија социолошке размене, која има значајну подршку у литератури. Бројни прегледи укључујући и коришћење теорије истраживања социолошког утицаја, у радовима аутора: Easterling (2004), Harrill (2004), Andereck et al. (2005) и Gu и Ryan (2008) су обезбедили значајна оправдања за њену употребу.

Табела 4 пружа преглед кључних истраживања ефеката догађаја по локалну заједницу. У табели су истраживања подељена према различитим пољима интереса, као што су развој скала и мерење утицаја. Догађаји су једна од новијих истраживачких области, те се као и код многих нових истраживачких области, фокус истраживања поставља на мерење утицаја.

Сажетак литературе је категорисан према главном фокусу сваког рада, са три главна подручја истраживања:

1. Развој скала за мерење социјалног утицаја догађаја на локалне заједнице
2. Тестирање скала на основу перцепције становника
3. Компаративне студије утицаја догађаја на локалну заједницу.

Табела 4. Социјални ефекти догађаја на локалну заједницу

Фокус	Аутори	Поставка истраживања	Метод	Кључни закључци
Мерење и развој скала	Delamere (1998), Delamere (2001), Delamere et al. (2001)	Група студената у Малсапини и Алберти	Техника номиналних група, Факторска анализа	Валидан и поуздан инструмент. Субфактори: културне и образовне користи и недостаци по локлану заједницу.
	Fredline and Faulkner (2000)	Gold Coast Indy (Australia)	Анкета, кластер анализа	Пет кластера: неодлучне присталице, они који мрзе, реалистични, они који воле, Забринути са разлогом.
	Dwyer et al. (2000)	Концептуална	Преглед литературе и развој оквира	Користи: развој локалне заједнице, понос становништва, продужено деловање догађаја. Недостаци: Поремећај стила живота локалног становништва.
	Fredline et al. (2003)	Aust Grand Prix, Melbourne Moomba, Horsham Art Ist festival	Факторска и анализа кластера	Шест фактора: социјални/економски развој, неправда/непријатност, погодности, лоше понашање и утицај на околину, дугорочни утицаји, цене добара и услуга.
	Waite (2003)	Sydney Olympics	Факторска анализа скале, подаци сакупљени 1998. и 2000. године	Седам ставки скале одушевљења Олимпијским играма. Најодушевљеније су биле породице и они који остварују економску добит.
	Small et al. (2005) (based on Small and Edwards (2003) Fredline et al. (2005)	Cultural event (Australian Festival of the Book) Australian Open Tennis (Melbourne)	Тестирање и развој СИП (impact perception (SIP) scale) скала и СИЕ оквира (Social impacts of events SIE) Телефонска анкета, кластер анализа	Важност испитивања одсуства утицаја. Мања поузданост и валидност скале; Две групе кластера, равнодушни и позитивни.
	Wood	Blackburn (UK)	Четири анкете	Ставке скале

	(2006)		(поновљено), сумирани укупни резултати	важност/поузданост. Понос становништа је важан ефекат догађаја.
	Small (2007)	Фестивали базирани на локалној заједници (Western Aust and Victoria)	Примена анализе фактора на СИП	Шест фактора: непријатност, идентитет, фрустрација, забава, шансе, раст заједнице, исходи понашања.
	Rollins and Delamere (2007)	Породични/културни догађаји (Канада)	Тест FSIAS инструмената	FSIAS може бити модификована да одговара заједници, клијентима и потребама истраживања.
Компаративне студије	Kim et al. (2006)	Mega-event (2002 World Cup)	Анкетни инструменти, факторска анализа, мултиваријанта анализа варијансе	Значајне разлике у перцепцији пре/после игара. Нижа економска добит; Трошкови изградње виши.
Опажања локалног становништва	Madrigal (1995)	Локално становништво Седоне и Јорка	Кластер анализа	Три групе: реалисти, они који мрзе и они који воле.
	Fredline and Faulkner (2002)	Gold Coast Indy; Australian Grand Prix	Кластер анализа резидентних група	Нехомогеност локалног становништва; вредности, утицај предиспозиција на перцепцију утицаја
	Costa and Chalip (2005)	Параглајдинг догађај (Portuguese Community)	Етнографска евалуација	Спортски догађаји нису стратегијски задужени за користи заједнице
	Kim and Petrick (2005)	Mega-event (FIFA 2002. World Cup)	Факторска анализа резидената	Откривене су три димензије. Ствавови о догађају ће се мењати током времена
	Bull and Lovell (2007)	Tour de France 2007. (Stage One)- Canterbury	Лицем у лице интервјуи – 408 Корисних упитника	Изузетно позитивна перцепција догађаја, бројни планирају да учествују, добро за град.
	Reid (2007)	Рурални догађаји	Квалитативни интервјуи	Груписане теме: мреже и интеракција; утицаји; учење и развој; социоекономски и психички.
	Jackson (2008)	Шест догађаја на Дајтона плажи, Florida (туризам специјалних одгађаја)	Телефонско испитивање; рангирање, дескриптивна анализа	Локално становништво је спремно да се носи са догађајем док су год користи које остварују веће од негативних последица.
	Zhou and Ap (2009)	Олимпијске игре у Пекингу 2008.	Телефонски интервјуи, Кластер анализа	Пронађена су два кластера: “обожаваоци” (они који грле) и “толеранти”

Преузето из Deery, Jago (2010): *Social impacts of events and the role of anti-social behaviour*, *International Journal of Event and Festival Management* 1(1), 8-28

Прве две категорије обезбеђују највећи допринос литератури са пуно заједничких карактеристика, попут анкетирања локалног становништва (телефоном или електронским путем), анализе које користе факторску и кластерску анализу и сличну листу утицаја који се односе на поставку догађаја. Оно што је мање заступљено су истраживања која користе квалитативне методе и истраживања која испитују перцепцију локалног становништва пре и после догађаја (Deery, Jago, 2010). Истраживања забележена у Табели 5 исказују и перцепцију локалне заједнице о догађајима.

Табела 5. Позитиван и негативан утицај који фестивали имају на локалну заједницу

Позитиван утицај	Негативан утицај
Повећане могућности запошљавања	Насилно и деликвентно понашање
Повећан стандард живљења	Повећан ниво криминала
Побољшане могућности за забаву	Претеривање у пићу
Економске користи	Смеће
Могућности за упознавање нових људи	Нарушавање животне средине
Више интересантних ствари за чинити	Бука
Унапређена слика локалне заједнице	Загушења у саобраћају и проблеми са паркинг местима
Понос локалне заједнице	Нарушавање уобичајеног начина живота
Очување локалне културе или наслеђа	Претрпаност (превелика гужва)
Пораст броја вештина	Новац потрошен на догађај а не на потребе заједнице
Нови објекти и инфраструктура	Пораст трошкова живота

Извор: Fredline (2000); Fredline et al. (2003)

Као што је наведено у Табели 5, постоје позитивни и негативни утицаји фестивала на локалну заједницу. Позитивни ефекти могу бити краткорочни – попут економске добити и дугорочни попут поноса заједнице насталог услед одржавања фестивала у њиховом месту. Негативан утицај се односи на неповољне ситуације попут пребукираности дестинације, од пребукираности смештајних капацитета, паркинг места, саобраћаја, градског превоза до објеката за рекреацију. Највећи утицај има анти-социјално понашање, јер има потенцијал да измени дугорочни позитиван утицај, попут поноса заједнице. Овај негативан утицај на позитивну перцепцију се не односи само на догађај, већ и на дестинацију уопште. Национални догађаји изазивају већи понос локалне заједнице него фестивали и догађаји локалног карактера.

### **Ефекти музичких фестивала на здравље локалне заједнице**

Данас је, уопште актуелна, а посебно изражена у туристичким кретањима, потрага људи за изазовима – аутохтоним новим доживљајима. У тој потрази нестају табуи, буде се различити инстинкти и други осећаји, траже се ритуали и узбуђења новог и непознатог личног учешћа. Такво динамично живљење постало је део норме понашања човека постмодерне ере (Чомић, 2000).

Светска здравствена организација (WHO), дефинише здравље човека не само као стање одсутности физичких, менталних и социјалних болести, него као стање благостања. Смисао и сврха развоја заједнице је благостање. Најважнија мера

благостања је квалитет живота људи, а здравље је предуслов развоја друштва. Здравље је одговорност свих.

У другој половини 20. века појавиле су се нове болести по стопи непредвиђене учесталости, чак једна или више нових болести годишње. Од 1973. до 2000. године утврђено је 39 нових агенаса заразних болести који су способни изазвати болест код људи. Током само једне године (2006), широм света је регистровано 197 великих епидемија заразних болести великог потенцијала, по речима др Маргарет Чан – генералне директорке Светске здравствене организације. С обзиром на околности и динамику савременог живота епидемијске болести када се појаве, могу представљати праву катастрофу за рад и живот. Светска здравствена организација у свом приручнику „*International Travel and Health*“ наглашава која су то важна питања сигурности здравља:

- Нове заразне болести
- Општа економска стабилност
- Међународне кризе и хуманитарна помоћ
- Терористичке претње хемијским, биолошким, радиолошким и нуклеарним оружјем
- Промене животне средине
- Полно преносиве болести
- Процеси изградње сигурности здравља и
- Оснаживање здравственог система.

Приручник се бави питањима сигурности здравља у току путовања и наглашава да су путовања повезана са бројним облицима ризика по здравље учесника у туризму.

Наведени ризици се могу избећи или умањити одговорним понашањем свих учесника туристичких кретања (туриста, домаћина, здравственог система у емитивној и у рецептивној земљи, туристичка индустрија) и спровођењем мера опреза заштите здравља пре путовања, у току путовања, за време боравка на дестинацији и после повратка са путовања.

Gotovac (2007) наглашава место, улогу и одговорност учесника туристичке индустрије и то туроператора, авио превозника, бродских компанија и других. у питањима здравља туриста и локалне заједнице. Иако могу бити само кратко у контакту са туристима, Готовац напомиње да не смеју пропустити прилику да туристу информишу о ситуацији, стању, ризицима по здравље и односима здравственог система на одредишту.

Велики догађаји, попут музичких фестивала, који окупљају велики број људи из различитих земаља, идеално су тло за ширење различитих болести. Због различитог начина живота, климе, навика, исхране, локално становништво може бити подложно неким болестима на које је туриста из друге земље отпоран и обрнуто. Велика концентрација људи на малом подручју омогућава брзо ширење епидемије, а постоји могућност, уколико се не уочи на време ширење епидемије и на емитивну земљу одакле туриста долази. С обзиром да догађаји обично трају само неколико дана, инкубација неких болести траје знатно дуже, па туриста незнајући може нову болест понети са собом. На исти начин, туриста може донети болест домицилном становништву на туристичкој дестинацији. У време трајања догађаја, људи ступају у непосредније односе са другима, на концертима због велике гужве су физички близу, све ово погодује ширењу различитих болести.

Иако су фестивали на отвореном простору постали важна пролетња и летња активност, која привлачи хиљаде људи, они су углавном занемарени, посебно музички фестивали, у случају пажње о јавном здрављу. Карактеристика већине фестивала који се одржавају на отвореном простору, укључујући и музичке

фестивале, је да они нису увек организовани од стране професионалаца и често укључују неискусне волонтере као чланове особља. Музички фестивали такође имају посебне карактеристике које укључују место одржавања на отвореном, смештај и исхрана посетилаца на месту одржавања фестивала, млади посетиоци, мотивисани за рекреацију и са потенцијалом за конзумирање алкохола или дрога, што би могло утицати на повећање ризика од сексуално преносивих болести, као и осталих инфективних болести (Botelho-Nevers et al., 2010).

## ЕФЕКТИ ТУРИЗМА И МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА НА ЖИВОТНУ СРЕДИНУ

Туризам, генерално, може имати и позитивне и негативне ефекте на животну средину. Туристе веома привлаче природни ресурси попут мора, океана, језера, водопада и планина. Нека од ових места су само због великог интересовања туриста очувана и законом заштићена, како би се највредније сачувало. Често, приходи од туризма омогућавају унапређење изгледа подучја, чишћење, поправке, додавање јавних уметничких дела (скулптура), у којима могу уживати и посетиоци и локално становништво. Приходи од туризма омогућавају и рестаурацију историјских зграда и других атракција (Kreag, 2001).

Туризам може негативно утицати на животну средину на разне начине. Долазак туриста може проузроковати загађења разних врста попут девастације природних ресурса, узнемиравање дивљих животиња, нестанка воде, буке и оштећења културних добара услед превеликог броја туриста на ограниченом простору (Ahmed & Krohn, 1992; Andereck, 1995; Koenen et al., 1995).

Испитаници са Кејп Кода (Масачусетс, САД) сматрају да је туризам утицао на повећање буке и смећа и да је допринео општем загађењу воде и ваздуха (Pizam, 1978). На острву Церзи (Каналска острва, Уједињено Краљевство), током главне летње сезоне, број аутомобила буде и до 10 пута већи од уобичајеног, што узрокује повећану буку и загађење ваздуха (Romeril, 1985). Ова дестинација је само један пример, слично се дешава у већини туристичких дестинација са израженим сезонским пословањем. Угоститељски објекти, саобраћајна предузећа и сами посетиоци остављају за собом пуно чврстог отпада који је, често, тешко разградив. Овакав проблем постаје још већи у земљама у развоју где је приметно одсуство одрживог управљања отпадом и адекватних мера рециклирања (Andereck, 1995). Lankford и Howard (1994) тврде да већина локалних становника туристичких дестинација (као што је случај у њиховом истраживању) верује да су посетиоци криви за повећање отпада и општу неуредност јавних места.

Одржавање фестивала такође може неповољно утицати на животну средину, а у неким случајевима проузроковати и неповратну штету. Пре одржавања фестивала требало би предузети мере како би се негативни утицаји на животну средину минимизирали (Faulkner, 2003).

У јавности се стално полемисе око негативног утицаја који EXIT фестивал оставља на тврђаву на којој се одржава. Прича се да је трава која се уништи за време фестивала, потребно више месеци да израсте, као и да се комплетан простор нарушава и оштећује због старости објекта. Конкретна студија о стварним утицајима које фестивал оставља на тврђаву, није урађена или није доступна јавности.

Испитаници су у анкети која је спроведена 2014. године међу локалним становништвом Новог Сада, навели да им смета бука која је неиздржива за време



одржавања фестивала, а Градска чистоћа се редовно брине за смеће и врло брзо све буде уредно после одржавања фестивала.

Организатори SZIGET фестивала су решили проблем загађења буком тако што су бине поставили у велике шаторе, а сваке године пре фестивала се мери ниво буке са свих страна острва на ком се одржава фестивал, тако да се унапред одређује највиша дозвољена јачина звука на бинама са којих би звук могао сметати становницима околних насеља. На острву на ком се одржава SZIGET фестивал се налази ергела коња, али је за њене становнике обезбеђен привремени смештај, без буке и гужве, у време трајања фестивала.

## ПОЛИТИЧКИ ЕФЕКТИ

За разумевање потенцијалних политичких утицаја, неопходно је познавање карактеристика политичког и правног окружења догађаја. Политички ефекти догађаја су изван контроле организатора. Званичне власти су те које одређују политичко окружење догађаја, правне норме и законе и тиме утичу на легитимност и легалитет одржавања догађаја. У савременим друштвима постоји тенденција уједначавања карактеристика политичког окружења тржишних економија. Специфичности локалних и правних окружења догађаја према Јовићу (2002) испољавају се у следећем:

- Антимонополско законодавство у циљу регулисања конкуренције. Сједињене Америчке Државе и Немачка имају најнапредније законодавство у области конкуренције, а у последње време се у целој Европској унији ради на правним решењима за регулисање конкуренције.
- Заштита права посетилаца и одговорности организатора у вези програма догађаја. Држава је та која треба да генерално правно дефинише одговорности организатора у вези са програмима који се изводе на догађају, као и да заштити права посетилаца. Све је већи број организација које се баве правима посетилаца, тј. потрошача, у складу са све већим бројем догађаја који се одржавају широм света.
- Заштита интелектуалних права у вези са постављањем и извршењем догађаја. Овај сегмент је посебно значајан за организаторе уметничких, културних и забавних догађаја, а део је активности државних органа у борби против пиратерије. Светска трговинска организација је дефинисала стриктне прописе из ове области.
- Опорезивање одржавања догађаја.

Савремена политика све више постаје подручје организовања и одржавања догађаја. Политички догађаји су пример како представници власти истичу друштвену вредност и корисност своје политике. Догађаји у чијој основи није политички програм, такође могу да имају политичку позадину. То су често мега догађаји. Овакви догађаји се користе за афирмацију друштвених елита и придобијање подршке јавности, чему доприноси и медијска покривеност оваквих догађаја (Љубојевић, Андрејевић, 2002).

Позитивни политички утицаји догађаја према Андрејевићу и Грубору (2007) могу бити:

- Афирмација друштвено прихватљивих и напредних политичких програма
- Развој и унапређивање политичке свести окружења
- Промоција појединаца, програма и друштвених сила
- Превазилажење проблема друштвеног раслојавања и
- Остваривање јединства у преломним ситуацијама.

Исти аутори као потенцијалне негативне утицаје наводе следеће:

- Манипулисање заједницом
- Недостатак друштвене одговорности
- Изазивање нетрпељивости између различитих друштвених група
- Пропагирање друштвено неприхватљивих идеја и
- Губљење идентитета заједнице.

Позитивни и негативни утицаји догађаја на окружење могу бити слабијег и јачег интензитета у зависности од историјског момента одржавања, па тако могу проузроковати веће и мање промене у окружењу. На организаторима догађаја је да процене најповољнији моменат за одржавање политичких догађаја, како би реализацијом догађаја постигли оптималне планиране резултате.

EXIT фестивал је добар пример како догађаји могу утицати на политику једне земље. Организован је од стране студентског покрета који се борио за демократске реформе у Србији крајем двадесетог века и одиграо је значајну улогу у кампањи за демократске промене пре 5. октобра, које су као резултат донеле револуцију 05. октобра 2000. године.

Догађаји који немају политичку позадину могу постати узрок политичких несугласица. У нашем окружењу је познат сукоб представника EXIT фестивала и групе организација окупљених око иницијативе „За културне политике - Политика културе“. Обе стране оптужују градску управу за слабу подршку. Наизглед се ради о борби за финансијску подршку, док је у ствари, у питању сукоб на концептуалном нивоу парадигми културне политике и урбаног развоја (Томка, 2012).

Музички фестивали могу да илуструју политичке конотације и промене у друштву, да дефинишу идентитет заједнице или допринесу отклањању негативног имиџа дестинације. Успешни догађаји потенцијално негују понос локалне заједнице и самозадовољност, делећи осећај идентитета унутар заједнице, али и споља (Wise et al., 2015). Фестивали промовишу социјалну кохезију и могу повратити осећај грађанског поноса (Derrett, 2003).

Влада Републике Србије све мање средстава издваја за културне догађаје попут манифестација, међународних конференција, што је честа тема у медијима. Изговор или прави разлог је Светска економска криза која код нас узима маха од 2009. године ([www.politika.rs](http://www.politika.rs)).

Како наводи Стаменковић (2014), у Србији не постоји институционално прихваћена методологија праћења ефеката неког музичког фестивала. Неки од разлога зашто је то тако су:

1. Непостојање институције овлашћене од стране владе која би спроводила законске акте и уредбе и контролисала организаторе који су дужни да прате ефекте фестивала који организују.
2. На дизајнирање мерења утицаја културних догађаја у које спадају и музички фестивали, у Србији утичу многобројни *ad hoc* чиниоци.
3. Многи проблеми у вези са организацијом музичких фестивала се различито правно тумаче.

## РИЗИЦИ У ОРГАНИЗАЦИЈИ ДОГАЂАЈА

Туризам је изразито осетљив на све негативне појаве, не само природне катастрофе, већ и на друштвена збивања те је због тога процена ризика у туризму изузетно важна. Непредвиђени догађаји се негативно одражавају на туризам, што се

одмах може уочити кроз смањење броја туриста, а самим тим и кроз остварене економске ефекте.

Према Светској туристичкој организацији (*World Tourism Organisation*), основни извори ризика у туризму су:

- Сектор туризма и повезани правни извори који се односе на непоштовање потписаних уговора, прописа и закона, обмане и слично.
- Љуски ресурси и институције ван сектора туризма. Потенцијални социјални сукоби, ратни сукоби, тероризам, организовани криминал, деликвенције, трговина људима, су непожељни сапутници на туристичком путовању.
- Лични ризик тј. индивидуални путници и њихово здравствено стање, изазивање конфликта са локалним становништвом, радозналост, губитак новца и докумената.
- Физички ризици из окружења који могу бити природне катастрофе и епидемије болести.

Како би туристичка дестинација у којој се одржава неки догађај била безбедна треба водити рачуна о безбедности туриста и самих учесника у догађају, безбедности запослених у туризму, али и осталим делатностима, безбедности простора, еколошкој безбедности и економској сигурности. Да би туристи желели да посете одређени догађај, дестинација у којој се догађај одржава мора имати имиџ безбедне дестинације, у чему медији имају велики значај. Ово знају и терористи па често нападају популарне туристичке дестинације, знајући да ће тако постићи већи одјек у јавности и своје идеје представити већем броју људи. Терористички напади на дестинацији где се одржава туристички догађај може бити крај одржавања догађаја али и крај саме дестинације. Протеклих година сведоци смо терористичких напада у бројним туристичким дестинацијама. Њујорк, Мадрид, Каиро, Лондон и Истанбул само су неки од градова у којима су терористи недавно извели своје нападе. Заједнички циљеви ових напада према Штетић (2014) су:

- Ранити или убити што већи број људи због публицитета и упознавања јавности са борбом коју воде.
- Политичка позадина напада је увек присутна.
- Напади се јављају у свим врстама туризма, битно је само да је публицитет што већи.
- Неативан утицај по дестинацију је најчешће дуготрајан.

На туристичкој дестинацији се јављају и криминалистички напади на туристе, посебно за време одржавања манифестација. Њих одликује:

- Разлози за напад су најчешће економске природе.
- Жртва ових напада су неопрезни туристи.
- Не постоји политичка позадина ових напада.
- Нема великог публицитета, јер се подаци о оваквим нападима најчешће сакривају.
- Негативне последице су најчешће краткотрајне јер врло брзо реагује локална заједница у решавању и превенцији проблема (Штетић, 2014).

Како би посетиоци догађаја били сигурни, на дестинацији, локална полиција у сарадњи са туристичким радницима мора осигурати туристе од напада криминалаца. Посетиоце треба упозорити путем пропагандних порука или на други начин о потенцијалним опасностима које вребају на дестинацији: попут могућих превара од стране несавесних продаваца, таксиста и слично. Приликом организације догађаја, треба водити рачуна и о заштити запослених у туризму. Извођење, али и сама организација догађаја могу бити изузетно напорни. Кратки рокови и недовољно

кадра, проузрокују прековремени рад и изразито велик стрес. Посебно треба водити рачуна о заштити простора на ком се одвија догађај, еколошкој и културној.

Ризици за организаторе догађаја су многобројни. Како би што више потенцијалних ризика могли предупредити, организатори треба да познају ризике у туризму уопште, ризике који се појављују у локалној заједници и ризике који се јављају у окружењу.

Спречавање потенцијалних ризика није нимало једноставно и може подразумевати низ активности:

- Јасно обележавање места на којима је забрањен прилаз за посетиоце догађаја,
- Постављање лако доступних информативних пунктова, који ће посетиоцима пружати разне информације и подршку,
- Сарадња са локалним здравственим установама којима ће се догађај благовремено најавити како би могли да се припреме за хитне случајеве, не само екипом на терену већ и у здравственим установама,
- Обавештења о одговарајућем облачењу и обувању у случају догађаја на отвореном или у локалној заједници која подразумева посебан начин облачења из верских или других разлога.

Најприсутнији ризици на локалном нивоу, према Штетић (2014) су:

- Недовољна припремљеност догађаја
- Неадекватна опремљеност простора
- Неприлагођени садржаји
- Неодговарајућа понуда
- Слаб одзив локалног становништва и посетилаца уопште
- Непознавање тражње
- Неадекватан термин одржавања манифестације
- Неодговарајућа информисаност посетилаца и локалног становништва
- Неадекватна медијска покривеност догађаја
- Неадекватан простор за одржавање догађаја
- Недостатак подршке од стране локалних власти...

Недавно одржане Зимске олимпијске игре у Сочију су пример добро обезбеђене манифестације. Иако је сигурно било појединачних немилих догађаја, велики напади и велике катастрофе су избегнуте. Ово је постигнуто вишегодишњом припремом и планирањем до најситнијих детаља. Између осталог, ради безбедности, затворени су сви улази у град, сем једног који је онда лакше контролисан. Како се ради о Зимским олимпијским играма које је немогуће одржати без снега, за случај топле зиме (какве се испоставило да је била ова), снег је неколико зима уназад складиштен.

## ФЕСТИВАЛИ И ТУРИЗАМ У НОВОМ САДУ

Нови Сад је административно, културно и едукативно седиште Аутономне Покрајине Војводине и други, по величини и по броју становника, град у Србији, одмах после Београда. Нови Сад је град на обали Дунава, реци која спаја Европу. Његов повољан географски положај, повољна клима, богата историја, разноликост нација у Новом Саду, утицали су на развој туризма догађаја.

Чувен по музичком фестивалу „EXIT“, овај град је домаћин и бројним другим фестивалима, музичким, али и спортским, уметничким, етнографским, дечјим, верским, туристичко-пропагандним и различитим другим забавним манифестацијама. Када Нови Сад посматрамо као микро целину, већина ових манифестација се одржава у центру града, који је посећен увек, а посебно у време одржавања фестивала. Изазов је организовати и одржати фестивал на маргиналном делу града.

Најпознатији фестивали и друге манифестације које се одржавају у Новом Саду су:

1. EXIT - чувени музички фестивал који се одржава од 2000. године. За само неколико година доспео је у сам врх светских музичких фестивала. Посетиоци из целог света (чак и са далеког Новог Зеланда и Аустралије) долазе на овај фестивал, а наступају светски најпознатији бендови, на више од 20 бина са различитим жанровима. Сваке године EXIT се одржава почетком јула и траје 4 дана ([www.exitfest.org](http://www.exitfest.org)).

2. Стеријино позорје – фестивал националне драме и позоришта. Такмичарског карактера је, а одржава се једном годишње и траје око 11 дана. На такмичењу учествују не само домаћа, већ и инострана позоришта са својим представама ([www.pozorje.org.rs](http://www.pozorje.org.rs)).

3. Интернационални фестивал алтернативног театра (ИНФАНТ) се одржава од 1974. године. Програм ИНФАНТА отвара простор да се новосадској публици представи жив театар, са савременим кавалитетним истраживањима. Трупe из Чешке, Бугарске, САД-а, Шпаније, Велике Британије, Израела, Мађарске, Словеније и бројних других земаља, већ традиционално учествују на овом фестивалу. У избору представа из Србије, ИНФАНТ се последњих година фокусира на плесни театар, желећи да скрене пажњу на савремена кретања у плесу Србије ([www.infant.rs](http://www.infant.rs)).

4. Филмски фестивал *Cinema City* се одржава од 2007. године. Овим фестивалом уведен је нови концепт град-биоскоп. Програм се одржава на више локација у граду, не само у биоскопима, позоришту, већ и на отвореном простору на улици, у парку, на тргу ([www.cinemasity.org](http://www.cinemasity.org)).

5. Новосадски *Jazz Фестивал (Old gold jazz festival)*, одржава се већ 12 година. Учесници су уметници из свих крајева Европе и великог дела света. Најчешће долазе из Немачке, Пољске, Мађарске, Румуније, Француске и Сједињених Америчких Држава ([novisadjazzfestival.rs](http://novisadjazzfestival.rs)).

6. Интернационални фестивал уличних свирача који се одржава у центру града у Змај Јовиној улици, на Тргу слободе и у Дунавској улици у континуитету од 2000. године. На Фестивалу за четири програмска дана наступи више од 200 учесника, музичара, плесача, глумаца, жонглера, пантомимичара, мађионичара и других перформера из читавог света. Чак 18 реномираних европских и светских уметничких трупа, уз адекватан број домаћих извођача, наступило је 2013. на 10 позорница распоређених по улицама и трговима строгог центра града. Овај фестивал крајем лета обрадује Новосађане и њихове госте, доводећи на улице Новог Сада најразноврсније

уметнике са интернационалне сцене, којима је улично свирање и наступање на трговима стил живота, али и призната уметност која има своје фестивале и друге начине испољавања широм света ([www.ulicnisviraci.com](http://www.ulicnisviraci.com)).

7. Змајеве дечје игре су манифестација посвећена деци. Имају дугу традицију, наине одржавају се већ више од 50 година, сваке године у мају. Учествоје велики број деце из целе Србије, али и из суседних Република, углавном чланица бивше Југославије ([www.zmajevedecjeigre.org.rs](http://www.zmajevedecjeigre.org.rs)).

8. Новосадске музичке свечаности (НОМУС) се одржавају од 1975. године и окупљају велики број музичара, оркестара и солиста, из свих крајева света ([www.muzickaomladina.org](http://www.muzickaomladina.org)).

9. Новосадско музичко лето је манифестација која се одржава сваке године у јулу и августу, а организује је Музичка омладина Новог Сада. Ова манифестација се одржава на неколико локација у граду, у Синагоги, атријуму Музеја Војводине, Дунавском парку, на Штранду. Учесници су бројни ансамбли класичне музике и солисти не само из наше земље, већ и из иностранства ([www.muzickaomladina.org](http://www.muzickaomladina.org)).

10. Фестивал Златна тамбурица организује Удружење композитора Војводине и то од 1999. године, одржава се сваког децембра у Српском народном позоришту ([www.rtv.rs](http://www.rtv.rs)).

11. Ноћ музеја је манифестација која се одржава у преко 40 земаља Европе, а од 2007. године и у Новом Саду. Ова манифестација је карактеристична по томе што својим посетиоцима пружа јединствену прилику да у вечерњим часовима обилазе музеје и галерије и да ове просторе доживе на нови начин уз добру забаву. Поред редовних поставки, специјално за Ноћ музеја, организују се додатни садржаји чији је циљ да привуку и клијентелу која не спада у редовне посетиоце музејских изложби. У ову манифестацију се укључују и простори чија основна делатност није изложбена, али за Ноћ музеја, део свог простора претворе у изложбени (нпр. продавнице, тргови, кафићи) ([www.nocmuzeya.rs](http://www.nocmuzeya.rs)).

Заједничко свим овим манифестацијама је да се одржавају на локацијама у центру града и да између осталог због тога имају велики број посетилаца. Оно што није економично у том случају је висока цена закупа простора и тешко добијање дозвола за одржавање ових манифестација (Prodanović, Egić, 2011).

У Новом Саду се одржавају и бројне друге манифестације, мање по бројности посетилаца и учесника, а оно што је интересантно је да се сваке године број манифестација у Новом Саду повећава. Било би корисно систематизовати и категорисати ове манифестације, како би организаторима поставили стандарде за организовање манифестација, али би ово помогло и владиним институцијама које помажу финансирање манифестација, око одлуке о висини средстава за доделу. Приликом категоризације специјалних догађаја, треба имати у виду да често долази до преклапања, тј. да се манифестације често могу сврстати у више од једне категорије.

Догађаји забавно туристичког карактера су најзаступљенији у Новом Саду. Овде спадају све врсте приредби које имају за циљ да забаве и разоноде посетиоце током боравка у одређеном месту. Такве манифестације садрже у себи елементе програма свих облика туризма догађаја, па је реч о комбинованом облику где забава има приоритетну функцију (Бјељац, 1998).

Манифестације етнографског карактера су бројне у Новом Саду и околини због тога што Нови Сад и Војводину насељава више од 20 различитих националних заједница, захваљујући којима Нови Сад карактерише богатство обичајима, фолклором и традицијом. Неке од најпознатијих манифестација овог типа су Парастос дуду у Ковиљу, Фестивал тамбурашких оркестара у Бегечу, Бисерна грана у Футогу,

Фестивал вина у Новом Саду, Златни котлић на Камењару, Розенбал – бал ружа и Немачки перец бал које организује КУД Петефи Шандор ([www.visitvoivodina.com](http://www.visitvoivodina.com)).

Верске манифестације у Новом Саду су такође бројне. Могу бити у вези са одређеним верским празником или са местима одређеним за обављање религијских обреда, као и догађајима из историје цркве, обележавањем датума значајних пророка, апостола, светитеља. Овој групи припадају Масовно крштење на Лединачком језеру, Божићни и новогодишњи концерти у Католичкој порти, Видовдански сусрети у Футогу... ([www.turizamns.rs](http://www.turizamns.rs)).

## EXIT ФЕСТИВАЛ – НАЈЗНАЧАЈНИЈИ МУЗИЧКИ ФЕСТИВАЛ У НОВОМ САДУ

EXIT фестивал се одржава у Новом Саду, на Петроварадинској тврђави од 2001. године. Фестивал је основан 2000. године када је трајао сто дана и одржавао се на кеју у близини Новосадског универзитета. Организован је од стране студентског покрета који се борио за демократске реформе у Србији крајем двадесетог века. Године 2000. фестивал је био локалног карактера, а већ од следеће године, постаје један од најзначајнијих музичких фестивала у Европи. Фестивал сада траје 4 дана и одржава се првог викенда јула месеца. То је један од највећих културних и социјалних пројеката у Србији у 21. веку. Сваког јула, захваљујући EXIT фестивалу Петроварадинска тврђава постаје срце културног туризма Србије (Besermenji, Pivac, Wallrabenstein, 2009).

CNN наводи да је, по прорачунима Владе Србије EXIT Србији кроз туризам допринео са више од 125 милиона долара. Процењује се да годишње од односа са јавношћу фестивал доприноси Србији са око 87 милиона долара ([www.exitfest.org](http://www.exitfest.org)).

### *Историја EXIT фестивала*

Како наводи Војвођански магазин, основа данашњег EXIT фестивала се може пронаћи у концертима „*Mainstream party*” и „Шаком у главу“ који су одржани 06. октобра 1999. године, као протест младих људи против владајућег политичког режима. Ове концерте је посетило око двадесетак хиљада људи. Плакат који је промовисао овај догађај је са симболично нацртаном песницом која разбија петокраку, што јасно говори о политичком ангажману ове манифестације. Овде се радило о наставку неуспешно окончаних студентских демонстрација, против злогласног Закона о Универзитету из 1998. године. Организатори овог догађаја били су из Студенске уније Србије ([www.vm.rs/prethodna-web-izdanja-vm/vojvodjanski-magazin-broj-03/271-ampanj-iza-bine-po-meri?format=pdf](http://www.vm.rs/prethodna-web-izdanja-vm/vojvodjanski-magazin-broj-03/271-ampanj-iza-bine-po-meri?format=pdf)).

Такозвани „*Zero EXIT*” (Нулти EXIT)“ одржан је у лето 2000. године и одиграо је значајну улогу у кампањи за демократске промене пре 5. октобра. Новосађани га памте као незабораван феномен. Те године, фестивал се одржавао на две бине које су се звале „Река“ и „Шума“, на левој обали Дунава. У току сто дана колико је трајао програм, одржавали су се концерти, пројекције филмова, перформанси, журке, радионице и трибине (Lazarević, Bursić, 2014).

Године 2001. одржан је први званични EXIT фестивал. Место одржавања је померено на десну страну Дунава, на прелепу Петроварадинску тврђаву. Добром

организацијом, одличним извођачима, удруженим снагама и одличном промоцијом, EXIT фестивал је већ од прве године међународни фестивал, најбољи на простору бивше Југославије одакле је и пристигло највише посетилаца. Више од 6.000 људи различитих професија, углавном из медија, маркетинга, менаџмента, политике, психологије и музике учествовало је у реализацији пројекта EXIT 2001. године. Први EXIT је трајао девет дана и одржавао се на седам бина. Поред музичких концерата, одржавале су се и позоришне представе, филмске пројекције, радионице и социо-политички округли столови. Највеће звезде су наступале на главној бини и *dance* арени. Поред ових постојале су и бине за реге, метал, електро и рок музику. EXIT 01 се одвијао под слоганом „EXIT - Noise Summer Fest“.

EXIT 02 је одржан 2002. године под слоганом: „Serbia are you ready for the future?“ (Србија, да ли си спремна за будућност?). Као и први EXIT и овај је трајао девет дана и поред великог броја посетилаца, остварио је финансијски губитак. На фестивалу EXIT 02 су учествовали неки извођачи који су већ виђени на EXIT 01, али и неки нови.

Године 2003. одржан је EXIT 03, али је његово трајање смањено на четири дана. Успостављен је датум одржавања први викенд у јулу и EXIT траје од четвртка до недеље. Број дана је смањен, али су довођени све бољи извођачи. Пројекције филмова и позоришне представе нису више саставни део фестивала. Наредних година број бина је порастао и заступљени музички правци су делимично измењени. Од ове године се уводи рекламни слоган *State of EXIT* (Држава EXIT) који означава филозофију фестивала, а односи се на државу оних који се залажу за толеранцију, заштиту животне средине и који желе да свет око њих учине лепшим местом за живот (Петрушевски, 2012; Lazarević, Bursić, 2014).

Четврти EXIT је одржан од 01. до 04. јула 2004. године иако је било потешкоћа и сумњи о неисправности финансијских извештаја из претходне године. Оно што је обечежило овај EXIT је посета велике телевизијске куће *MTV* и још неких британских часописа (*NME* и *Mojo*), који су у Нови Сад дошли по први пут и објавили сјајне критике о EXIT фестивалу. У сарадњи са *MTV*-ом EXIT је постао промотер против трговине људима (Петрушевски, 2012; Lazarević, Bursić, 2014).

EXIT 05 је одржан од 07. до 10. јула 2005. године. Додатни публицитет је добио када је Би-Би-Си Радио 1 (*BBC Radio 1*) објавио да ће уживо пратити фестивал. Уз тим ди-џејева Ени Мак, Ени Најтингел, Џајлса Питерсона и Фабија који су дошли у Нови Сад, британски слушаоци (као и слушаоци ВВС широм света) су могли да чују наступе уживо. *MTV* се појавио другу годину за редом, што показује велико интересовање за EXIT. Публика је имала прилику да ужива у разноврсној музици. Ипак, због лошег времена фестивал је два пута привремено прекидан. Утицај британске штампе је видљив већ 2005. године, када се на EXIT-у појавило више од хиљаду Британаца и посетиоци из бројних других земаља. До тад, преовладало је присуство посетилаца из држава бивше СФРЈ (Bjeljac, Lovrić, 2011).

EXIT 06 је одржан између 06. и 09. јула 2006. године. Европски комесар за проширење Оли Рен је присуствовао отварању. Он је одржао трибину о могућностима олакшавања визног режима који је до тад постојао према грађанима Републике Србије. Британски лист *Observer* је најавио EXIT као најбољи фестивал на свету који треба посетити у 2006. години. Поред музике, промовисане су и кампање за запошљавање младих, укидање виза и кампања против расне дискриминације. На фестивалу је наступило више од 600 извођача на 26 бина. Ова година је карактеристична по до тад највећој забележеној посети странаца, од чега највише Енглеза, око пет хиљада (Zakić, Ivkov-Džigurski, Ćurčić, 2009). Оцену најбоље бине је добила Денс арена. Посетиоцима је било омогућено да прате полуфинале и финале



Светског првенства у фудбалу између Португала и Француске, а затим и између Италије и Француске.

EXIT 07 је одржан од 12. до 15. јула 2007. године. Укупно је наступило око 400 извођача на 24 фестивалске бине. Сам фестивал је отворен ватрометом и наступом акробатске групе „Звезде”, која је надлетала тврђаву авионима Г-2 Галеб. Фестивалу је према проценама присуствовало око 190.000 посетилаца, од чега 15.000 до 20.000 странаца (Вјелјас, Lovrić, 2011).

EXIT фестивал је 06. новембра 2007. године у Лондону награђен као „Најбољи европски музички фестивал“ на церемонији „Фестивалске награде Уједињеног Краљевства” (енгл. *UK Festival Awards*) у сарадњи са „*YourEurope*”, европском асоцијацијом 40 највећих музичких фестивала у Европи. Ова награда је први пут додељена те године ([www.festivalawards.com](http://www.festivalawards.com)). EXIT фестивал је тријумфовао у конкуренцији девет фестивала: „*Benicassim*“ (Шпанија), „*Roskilde*“ (Данска), „*Hultsfred*“ (Шведска), „*Les Eurockeenes de Belfort*“ (Француска), „*Pinkpop*“, „*Lowlands*“ (Холандија), „*Quart*“ (Норвешка), „*Pukkelpop*“ и „*Rock Werchter*“ (Белгија).

EXIT фестивал је награђен и као најбоље догађање „*See me*” наградом. Ова награда се додељује организацијама и појединцима који се баве догађајима у вези са електронском музиком у југоисточној Европи. На конференцији која је одржана 07. јуна 2008. године у Софији, „*South East Europe Music Event*” ове награде су додељене први пут. Фестивалска организација одређује номинације у 17 категорија а победници се одређују јавно, гласањем путем интернета ([www.exitfest.org](http://www.exitfest.org)).

Организатори фестивала су 2007. године порадили на маркетиншкој кампањи, тако да су на малим екранима могле да се виде бројне телевизијске емисије, рекламе, да се посете предфестивалске журке и слично. Као средство плаћања уведени су Токени.

EXIT 08 је одржан од 10. до 13. јула 2008. Учествовало је више од 600 извођача на 25 бина. Године 2008. са радом је почео нови сајт [exittrip.org](http://exittrip.org). Овај сајт је посвећен боравку туриста у Новом Саду. На сајту се могу добити информације о смештају, превозу, забави пре, у току трајања и после EXIT-а. То је први званични туристички сајт фестивала и подржало га је тадашње Министарство туризма Републике Србије.

EXIT 09 је трајао такође 4 дана, од 09. до 12. јула 2009. године. Због трагедије која се догодила претходне године, планирано је да се камп за посетиоце измести на плажу „Официрац“ са сремске стране Дунава. Висок водостај Дунава је пореметио ове планове, тако да је дан пред отварање кампа одлучено да се камп премести на Транцамент, у касарну Војске Србије „Јанко Чмелик“. У кампу је било смештено преко 6.000 људи. Сваког дана трајања фестивала, на тврђави је у просеку боравило између 40 и 50 хиљада људи. Америчка телевизијска мрежа *CNN* сврстала је EXIT 09 у 12 најбољих фестивала на свету, који су се одржали те године ([edition.cnn.com](http://edition.cnn.com)). Те године EXIT је промовисао екологију и очување животне средине.

EXIT 10 је одржан од 08. до 11. јула 2010. године. Преко 600 извођача је наступило на 25 фестивалских бина. *State of Exit* фондација је представљена на отварању фестивала. Ова фондација је том приликом доделила 25 стипендија за студијска путовања, студентима Новосадског Универзитета. Прва EXIT музичка конференција отворена је 08.07., прве вечери фестивала.

EXIT 11 је одржан од 7. до 10. јула 2011. На овом фестивалу, на нешто више од двадесет бина наступило је око 600 извођача. Трећег дана фестивал је забележио двомилиониту посету до тад. Овај податак се односи на укупан број посета које су забележене на EXIT фестивалу од оснивања до тог тренутка ([www.politika.rs](http://www.politika.rs)).

EXIT 12 је одржан од 12. до 15. јула 2012. Карте за фестивал пуштене су у продају током децембра 2011. године, док се још нису знала имена свих изођача. EXIT 12 је сврстан међу десет најбољих европских музичких фестивала које треба посетити у 2012. години од стране сајта [www.globalgrasshopper.com](http://www.globalgrasshopper.com). Крајем 2012. године држава је најавила укидање финансирања фестивала ([www.rtv.rs](http://www.rtv.rs)).

EXIT 13 је одржан од 10. до 14. јула 2013. године. Укупно је трајао пет дана. Промовисан је на *Euronews* листи десет најбољих европских фестивала 2013. године објављене у мају 2013. године ([www.euronews.com/2013/05/01/europes-biggest-summer-festivals/](http://www.euronews.com/2013/05/01/europes-biggest-summer-festivals/)).

EXIT 14 је одржан од 10. до 13. јула 2014. године. Новина коју је донела ова година је *See Dance* фестивал, који је одржан од 15. до 17. јула на обали Јаз у Будви у Црној Гори, као и *Rock@Exit* фестивал одржан 11. јуна. Сви заједно чинили су EXIT Авантуру, која је промовисана под слоганом „Једна авантура, две земље, осам дана, безброј сећања“. Авантура је подразумевала три различита фестивала: *Rock@Exit* фестивал, EXIT фестивал и на крају *Sea Dance* фестивал.

Године 2014. EXIT фестивал је освојио награду "Најбољи европски фестивал 2013. године" (*Best Major Festival at European Festival Awards*) на 5. европским фестивалским наградама. Са преко 620.000 гласова од публике широм света, EXIT је понео престижну награду за прво место у категорији најбољи европски фестивал, такмичећи се са преко 300 фестивала из 34 земаље. Церемонија Европских фестивалских награда се одвијала у Де Остепорту, у Гронингену, Холандији.

Нови *Sea Dance* фестивал, је организован у част петнаестог EXIT фестивала. *Sea Dance* је представљао продужетак оригинална четири дана EXIT фестивала. Фестивал се састојао од три интензивна дана музичких и креативних наступа. Кључне бине *Sea Dance* фестивала укључују главну бину - са капацитетом од 30.000 посетилаца - потом *Dance Paradise*, *Rege Stage*, *Silet Dance*, *Latino Stage*, *Cinema*, и *Chill Out Zone*.

Табела 6. Број посета на EXIT фестивалу од оснивања

Година	Укупан број посета
2001.	180.000
2002.	198.000
2003.	152.000
2004.	160.000
2005.	160.000
2006.	168.000
2007.	180.000
2008.	168.000
2009.	160.000
2010.	140.000
2011.	140.000
2012.	132.000
2013.	200.000
2014.	185.000

Извор: [www.exitfest.org](http://www.exitfest.org)

У Табели 6 представљен је број посета забележених на EXIT фестивалу по годинама. Овако велик број посета говори о значају овог фестивала за туризам Новог Сада. Број посета представљен у Табели 6 не представља и број посетилаца, наиме,

уколико један посетилац купи улазницу за четири дана фестивала и искористи је, он ће се бројати као четири посете.

Како је уочљиво из Табеле 6, број посетилаца нема константан тренд раста, већ постоје осцилације. Године 2003. број дана фестивала је смањен са првобитних девет на четири, колико је наредних година трајао фестивал. Карте су постале скупље, јер су довођени све квалитетнији извођачи. Претпоставља се да је наведено утицало на смањење броја посетилаца у односу на прве две године организовања фестивала.

Наредних година број посетилаца расте, све до 2007. године, а већ од следеће године број поново почиње да опада. Године 2007. у време трајања фестивала се десио велики инцидент. Петорица младаћи су напала поворку младих која је промовисала кампању Савета Европе „Сви различити – сви једнаки“. Нападаци су убрзо ухапшени, а наредни дан је организована „Поворка различитости“ у којој је учествовало око 300 учесника. Овај догађај су брзо пренели сви медији, не само домаћи већ и страни, којима је EXIT фестивал већ постао интересантан. Како у свету постоји доста негативно мишљење о Србији у погледу нетолеранције према различитости, као и о небезбедности дестинације, овај догађај је само поткрепио већ формиране предрасуде и вероватно утицао на смањење броја посетилаца наредне године.

Године 2008. десио се још један немио догађај. У EXIT-овом кампу је погинула једна девојка, а неколико особа је повређено, када се одломила грана са дрвета изнад њихових шатора. Због ових немилих догађаја, као и због неувођења новина у извођењу фестивала, број посетилаца се и наредних година смањивао.

Године 2013. број посетилаца је нагло порастао, чему је заслужна побољшана маркетиншка кампања фестивала, као и проглашење фестивала за једног од дест фестивала које обавезно треба посетити од стране сајта [www.globalgrasshopper.com](http://www.globalgrasshopper.com), промовисања на Euronews листи ([www.euronews.com](http://www.euronews.com)) десет најбољих европских фестивала, а потом и добијања награде Најбољег европског фестивала „*European Festival Awards*“ ([eu.festivalawards.com](http://eu.festivalawards.com)).

### ***Петроварадинска тврђава - место одржавања EXIT фестивала***

Петроварадинска тврђава је место на ком се одржава EXIT фестивал - један од најзначајнијих догађаја у Новом Саду. Налази се на десној обали Дунава и представља ремек дело барокне војне архитектуре. То је једна од највећих и најочуванијих тврђава у Европи. Заузима простор од око 112 хектара.

Археолошким истраживањима почетком 21. века откривени су културни слојеви од средњег палеолита до аустријског периода. Још у време Римске империје на подручју данашње Горње тврђаве постојало је утврђење *Cusum*. Изградња данашње тврђаве почела је 1692. и трајала је до 1780. године. Утврђење је саграђено по тада најмодернијим системима фортификације. Све до 1918. године тврђава је била седиште аустроугарске војске. Представљала је најјачу аустријску тврђаву, тако да је понела назив „Гибралтар на Дунаву“. Између два светска рата у њој је била смештена војска Краљевине Југославије, а 1948. године је стављена под заштиту државе ([www.discoverserbia.com](http://www.discoverserbia.com)).

До данас су сачувани сви аутентични објекти на тврђави, јер су је углавном освајали без испаленог метка. Најтрагичнији догађај повезан са Петроварадинском тврђавом десио се 1849. године када су Мађари бомбардовали Нови Сад са тврђаве.

Нови Сад је том приликом уништен као никада раније, а у старом градском језгру још увек се могу видети заостала топовска ђулад у зидовима кућа.

Петроварадинска тврђава се састоји од Горњег и Доњег града. Горњи град представља Тврђаву у ужем смислу, опасану високим бедемима са стрмим серпентинастим одсесима. На њој се налазе: Арсенал, Једноставна касарна, Дуга касарна, Официрски павиљон и Торањ са сатом, док је Линхенштајнова касарна порушена. Доњи град или Подграђе чини мало насеље са мрежом уских улица и вишеспратних зграда са малим двориштима. Заштићен је откопима и бедемима. У Доњој тврђави – Васерштату, налазе се официрски станови са магистратом, болнице, стари арсенал, касарна и друге јавне зграде. Испод саме Тврђаве је жупна црква Св. Јураја, а православна црква је новијег датума и налази се у оквиру касарне. Највећу туристичку атракцију чине подземне војне галерије, сплет просторија и 16 km дугачких ходника у четири нивоа. Цео подземни систем представља сплет саобраћајних борбених линија и изграђен је тако савршено да војска и на четвртном нивоу испод земље има довод свежег ваздуха, може да се огреје, повуче и да за собом уруши простор како би зауставио продор непријатеља ([www.veljkomilkovic.com/Podzemlje.htm#20km](http://www.veljkomilkovic.com/Podzemlje.htm#20km)).

Туристи на Тврђави могу посетити Музеј Града Новог Сада, који се налази у згради Топовњача, Опсерваторије и атељеа. Музеј Града Новог Сада поседује колекцију предмета из историје града и околине и организује обилазак подземних војних галерија. У Планетаријуму се приказују пројекције неба и одржавају предавања из астрономије. У подрумским просторијама Дуге касарне се налазе бројни уметнички атељеи, отворени током целе године. Овде стварају и продају своја дела бројни уметници. На Тврђави се налази и новосадска Академија уметности и Историјски архив града Новог Сада ([www.turizamns.rs](http://www.turizamns.rs)).

Заштитни знак тврђаве и најпознатији симбол Новог Сада је барокна кула светог Луја са такозваним „пијаним сатом“. Овај сат је Петроварадину поклонила царица Марија Терезија. Велика казаљка овог сата показује сате, а мала минуте, како би „лађари и Мађари“ могли видети колико је сати, што је било важније од минута. Свакодневно сат се навија ручно, а надимак „пјани сат“ је добио јер по хладном времену касни, а на топлому жури. Данас је тврђава центар одржавања бројних манифестација, те поред ЕХИТ фестивала, овде се одржавају и *Baby* ЕХИТ, Културни времеплов, Тунели светлости, Вински лавиринт и Ноћ музеја. Данас се овде налази хотел и бројни кафићи и ресторани одакле сви посетиоци могу уживати у прелепом погледу на Нови Сад. Петроварадинска тврђава је најатрактивнији споменик културе и историје не само Новог Сада, већ и овог дела Србије ([petrovaradinfortress.com](http://petrovaradinfortress.com)).

Како наводе ауторке Бесермењи, Пивац и Валрабенштајн посетиоци ЕХИТ фестивала показују велико задовољство амбијентом Петроварадинске тврђаве. Аутентичан амбијент Петроварадинске тврђаве је од велике важности за укупну атрактивност ЕХИТ фестивала (Besermanji, Pivac, Wallrabenstein, 2009).

### ***ЕХИТ фестивал и пратећи садржаји***

ЕХИТ фестивал представља један од најбезбеднијих музичких фестивала на свету. Како би постигао наведено ЕХИТ је основао агенцију која брине о безбедности гостију. Ова агенција се не бави само запошљавањем радника обезбеђења, већ брине и о сигурносним мерама на целом фестивалу, што је више него неопходно с обзиром на локацију на којој се фестивал одржава. Петроварадинску тврђаву чине високи бедеми,

тунели, јарци и слична потенцијално опасна места за посетиоце. EXIT тим се сваке године потруди да обезбеди ова места и посету фестивалу учини максимално безбедном.

Аенција *EXIT Team*, а касније и *MYEXIT ADVENTURE*, су основане са циљем да помогну посетиоцима фестивала као и самим учесницима у организацији превоза од места становања до Новог Сада, резервације смештаја као и разних других активности за време боравка посетилаца у Србији. У 14 европских држава фестивал има своје промо-волонтере који промовишу EXIT фестивал и доприносе бољој продаји улазница и комплетних туристичких аранжмана, чија је основа посета фестивалу. Пред сам догађај волонтери раде на пружању помоћи посетиоцима, попут дочека посетилаца на аеродромима, аутобуским и железничким станицама, пружају им основне информације потребне за сналажење у граду, о програму фестивала и свему што им може олакшати и улепшати боравак. Такође, дају им информације о томе шта би требало да посете у току свог боравка, као и шта је то на шта треба да обрате пажњу, као и шта не би смели да раде за време свог боравка. У току и након фестивала волонтери анкетирају посетиоце о њиховим позитивним и негативним искуствима са фестивала, о смештају, превозу, садржајима ван фестивалских дешавања. На овај начин организатор фестивала сазнаје чиме посетиоци нису задовољни, шта треба да се унапреди, где су пропусти у организацији, шта мисле посетиоци о целокупном фестивалу, о самој локацији и дестинацији, шта им је било најлепше, најинтересантније и слично. Овим расте друштвена одговорност компаније како према гостима тако и према локалној заједници (Стаменковић, 2014).

Године 2008. основан је EXITOWN – STUDIO, који се бави производњом и емитовањем телевизијског програма ([www.apr.gov.rs](http://www.apr.gov.rs)).

Како би се онемогућило фалсификовање улазница, што је првих година одржавања EXIT фестивала било честа појава, организатори су осмислили посебан начин куповине улазница. Приликом куповине карата за EXIT фестивал, ваучер се добија на *e-mail*, а са тим ваучером се подиже карта и наруквица, на посебним шалтерима предвиђеним за издавање улазница. Наруквица се ставља на руку на лицу места и без оштећења наруквице, немогуће је скинути је и дати другој особи. На свакој наруквици се налази бар код, који се читава приликом уласка на фестивал. Овим је обезбеђен само један улазак дневно на фестивал.

Улазак на фестивал омогућавају разне акредитације које ограничавају кретање у одређеним зонама у зависности од улоге на фестивалу. Посетилац, радник у одређеној дивизији, припадник обезбеђења, техничка подршка, извођач, новинар, VIP гост, продавац неких намирница или неко из менаџмента компаније имају различите акредитације. Исто тако свака бина има своју „VIP зону” и „back stage зону” у коју могу ући само они који су за њих акредитовани.

На EXIT-у се могу купити сокови, пиво, вино, вода, храна и сувенири. Храна у *Foodlandu* и сувенири у *EXIT Shop*-у се плаћају динарима. Осим домаће хране, може се купити и кинеска храна, риба и јела са роштиља, као и храна намењена вегетаријанцима и веганима.

Од оснивања EXIT фестивала пиће се на шанковима куповало за динаре, међутим дешавало се да се на истом шанку за исто пиће плаћају различите цене, те је уведен нови систем наплате, токени. Токени су жетони у различитим апоенима, намењени различитим врстама пића. На посебном месту на фестивалу су могли да се купе ови жетони и били су једино средство плаћања пића. Овај систем је додатно унапређен 2013. године када су уведене платне картице. То су картице на које се уплаћује произвољан износ новца који се после користи за плаћање пића. Сав

неутрошен новац се може подићи са картице, после сваке вечери фестивала или после завршетка целокупног догађаја.

За све време одржавања фестивала дежурају екипе Црвеног крста, службе Хитне помоћи као и ватрогасна служба ([www.exitfest.org](http://www.exitfest.org)).

Године 2011. у сарадњи са Развојном банком Војводине, фондација “*The State of Exit*” расписала је конкурс под називом „Десет супер идеја за супер туризам у Новом Саду“, за доделу грантова за унапређење туристичке понуде Новог Сада у време одржавања EXIT фестивала. Том приликом подељено је 10 грантова у износу од 1.000 евра, за пројекте који унапређују туристичку понуду Новог Сада и који су морали бити реализовани пре и за време фестивала. Пројекти су варирали од пружања потпуно нове услуге гостима фестивала, услуге која је аутентична за Нови Сад, преко адаптирања постојећих угоститељских објеката, све до индивидуалних иницијатива које унапређују понуду за туристе. По речима организатора, на конкурс је пристигло преко 50 пројеката, од којих је изабрано 10 најзанимљивијих и остваривих. Пројекти који су награђени грантовима и реализовани у току EXIT фестивала 2011. године су (<http://www.rbv.rs/vesti.101.html?newsId=59>):

1. Циклотура – пројекат развоја бициклистичког туризма у Новом Саду. Замишљен као организована бициклистичка тура за обилазак најинтересантнијих и историјски значајних локација у Новом Саду, за заинтересоване посетиоце EXIT фестивала.
2. Тајанствена куповина – обухвата проверу квалитета услуга у привредним субјектима који се баве пружањем услуга у туризму у време трајања фестивала.
3. Скривена блага Петроварадина – Посетиоци фестивала се кроз игру активно укључују у обилазак „Подграђа“ и упознају његове знаменитости. Пројекат обухвата израду мапе Петроварадина са „скривеним благом“ коју добијају учесници, а најбољи играчи добијају вредне награде.
4. *Mobi Patrol* – је мобилна апликација за паметне телефоне која пружа различите информације посетиоцима фестивала, акценат је на ценама производа и услуга у околини корисника.
5. *RE - 8DESIGN PARK* – пројекат подразумева групни рад тридесет дизајнера са применом редизајна, рециклаже и реконструкције, изложено на једном простору, са могућношћу куповине сувенира са еколошким порукама.
6. Једноставне мапе Новог Сада намењене посетиоцима Новог Сада. Мапе садрже основне информације неопходне посетиоцима за сналажење у граду, попут најважнијих улица, булевара, угоститељских објеката, такси стајалишта и туристичких атракција.
7. *HOSTEL ROOKIES* – пројекат подразумева прилагођавање стамбеног простора за смештај туриста, отварање хостела.
8. Знаменита лица Новог Сада – пројекат подразумева израду панела за фотографисање посетилаца такозваних *face in hole* (лице у рупи), са знаменитим личностима Новог Сада. Пројекат је обухватао личности из различитих историјских периода, а које су туристички недовољно валоризоване у Новом Саду - Милева Марић Ајнштајн, Јован Јовановић Змај, Марија Терезија и Лаза Телечки. Поред фотографисања са овим личностима, посетиоци су имали могућност да се информишу о њима и њиховом значају за Нови Сад, путем флајера који су садржали текст на српском и енглеском језику. Идејни творац и један од реализатора овог пројекта је ауторка ове дисертације.
9. *ASK ME* (питај ме) пројекат је обухватао групу од десет младих са видним обележјима на којима је писало „*ASK ME*“, а који су у току трајања фестивала бесплатно пружали разне информације посетиоцима Новог Сада, на пет најфреквентнијих локација у граду.

10. *Explore & Enjoy Novi Sad* подразумева друштвену игрицу намењену иностраним посетиоцима фестивала смештеним у кампу. Циљ игрице је упознавање посетилаца са значајним локалитетима, културом и традицијом Новог Сада.

У сарадњи града Новог Сада и EXIT фондације настао је пројекат ФОРТ (Фонд за обнову и развој Петроварадинске тврђаве). Основни циљеви ФОРТ-а су да оствари шири друштвени утицај на надлежне институције у земљи, региону и у свету и да креира амбијент и атмосферу неопходности одржавања и рестаурације Тврђаве, неговање историјског наслеђа и анимирање осталих простора Тврђаве, које се не користе у току EXIT фестивала као и даље позиционирање тврђаве у једну од најатрактивнијих туристичких дестинација у окружењу (<http://www.novisad.rs/lat/predstavljjen-fond-za-obnovu-i-razvoj-petrovaradinske-tvrđave>).

## ДОСАДАШЊА ИСТРАЖИВАЊА О EXIT ФЕСТИВАЛУ

У страној као и домаћој литератури, више пажње се посвећује економским ефектима фестивала и испитивању задовољства посетилаца и учесника. Иако је локално становништво један од кључних фактора било ког успешно организованог фестивала, као и задовољства посетилаца, врло је мало истраживања о утицајима ових догађаја у Србији на локално становништво. Из наведеног се јавила потреба истраживања ефеката EXIT фестивала на локалну заједницу и на туризам Новог Сада, а све у циљу идентификовања користи и „трошкова“ од догађаја из перспективе локалне заједнице, те компарација ефеката овог фестивала и главног конкурента у региону - SZIGET фестивала на локалне заједнице. Да би Нови Сад побољшао квалитет организације догађаја као што је EXIT, али и других догађаја, и своју туристичку понуду у ширем смислу, неопходно је да се истраже ставови локалне заједнице, која је кључни партнер у организацији и реализацији догађаја, што до сад није утврђено.

Ауторке Zakić и други (2009) су радиле истраживање о интеракцији страних посетилаца са домаћим посетиоцима и локалним становништвом. То је једина студија о утицају EXIT фестивала на локалну заједницу, која само квантитативно наводи податке о интеракцији страних и домаћих посетилаца међусобно и страних посетилаца и локалног становништва. Резултати овог истраживања показују да су скоро сви испитани страни посетиоци имали прилику да упознају неког од домаћих посетилаца, њих око 58% је упознало неколико домаћих посетилаца, а око 41% је упознало више домаћих посетилаца. Само око 1% страних посетилаца није имало прилику да упозна ни једног домаћег посетиоца. Страни посетиоци су домаће посетиоце окарактерисали као: пријатељске, гостољубиве, fine, расположене за забаву и наизглед срећне. Око 78% домаћих посетилаца је упознало неког од страних посетилаца, и окарактерисали су их као пријатељске, отвореног ума и љубазне, док је тек неколико њих било непријатно и некомуникативно.

Од анкетираних локалних становника Новог Сада и околине, њих око половина наводи да су имали прилику да упознају неког од страних посетилаца фестивала. Од њих, 77% наводи да су страни посетиоци пријатељски расположени, љубазни и комуникативни. Око 50% испитаника који су имали прилику да упознају стране посетиоце наводи да су више отвореног ума и више пријатељски расположени од локалног становништва, док друга половина сматра да имају исте квалитете као домаће становништво. Кроз контакте са страним посетиоцима, локални испитаници

су имали прилику да науче о земљама и култури посетилаца и обрнуто. Локални испитаници су препознали предности доласка страних посетилаца у развоју туризма и могућношћу за остваривање додатних прихода (економски ефекти), док негативне ефекте нису примећивали. Мали проценат испитаника (10%) нису желели да имају интеракцију са страним посетиоцима. Испитаници у овом истраживању су углавном млади – страни посетиоци су у просеку имали 23,6 година, домаћи посетиоци 23,5 година, а локално становништво 32 године у просеку.

Аутори Вјелјас и Lovrić (2011) радили су истраживање о демографским карактеристикама страних посетилаца EXIT фестивала. Овом приликом испитано је 189 посетиоца, методом случајног узорка и добијени су подаци о њиховом мотиву доласка, средствима, начину резервације смештаја и превоза, износу планираних средстава које ће потрошити у току свог боравка у Новом Саду и земље из којих долазе. Резултати истраживања су показали да већина посетилаца долази из Велике Британије, Словеније, Немачке и Холандије. Највећи број испитаника је припадао старосној групи од 20 до 30 година, иако је било испитаника који су припадали свим старосним групама. Најчешће превозно средство којим су дошли у Србију је авион и воз. Посетиоци су често сами организовали своје путовање, резервисали смештај преко EXIT-овог сајта, а тек неколико испитаника је потврдило да је комплетну организацију туристичког путовања препустило туристичкој агенцији, што показује лошу сарадњу између EXIT тима и туристичких агенција. Аутори сматају како би требало више укључити туристичку организацију града, јер би се тиме спровела боља контрола наплате боравишне таксе. Испитаници сматрају да би туристичка организација града требало да поради на организацији додатних садржаја у време трајања фестивала, како би посетиоци могли боље да упознају град, а не да им се активности свODE само на дешавања на фестивалу. Наведено поткрепљује и чињеница да око 20% посетилаца остаје у Новом Саду дуже од трајања фестивала. То значи да су млади заинтересовани да остану у Новом Саду и Србији и да је упознају. Стога им треба понудити адекватне програме који ће им то и омогућити. Две трећине испитаника је први пут дошло у Србију. Највећи део (скоро 62%) испитаника је сазнало за EXIT од пријатеља или познаника који су већ били на фестивалу и директним контактом са организатором, путем интерента, а мали број испитаника, тек нешто више од 5% је сазнало за фестивал путем масовних медија, а тек нешто више од 4% испитаника се информисало у туристичким агенцијама.

Према одговорима испитаника, они планирају да потроше око 400 еура у просеку, за време трајања фестивала (без улазница), што указује на економски утицај који се остварује када се узме у обзир колико страних посетилаца посети Нови Сад за време трајања EXIT фестивала. Мотиви које су посетиоци навели за посету фестивала су забава и дружење, тако да поред музике, посетиоцима треба понудити програме који су адекватни њиховом добу и жељама, а који ће адекватно представити дестинацију у коју су дошли (Вјелјас, Lovrić, 2011).

Аутори Vonnegut и Vozinovic (2011) говоре, између осталог, о различитим начинима понашања посетилаца и о специфичностима у понашању посетилаца из различитих земаља. Гости из земаља Европске Уније који долазе на EXIT фестивал, обично дођу и остану сва четири дана трајања фестивала, често одседају у кампу или хостелима и изнајмљеним приватним становима у граду. Долазе на догађај рано и остају целу ноћ. Гости који су из Региона спорадично посећују фестивал. Понекад дођу на дан или два или само да виде одређеног извођача. Понашање домаћих посетилаца је најтеже предвидети. Они обично до краја дана одлучују, да ли ће или не посетити догађај, најчешће долазе касно и одлазе касно. Већина не преспава у граду.



Аутори Blešić et. al (2014) су се бавили истраживањем мотива посетилаца који су 2011. године посетили ЕХИТ фестивал, али су истражили и демографску структуру посетилаца те године. Утврђено је да је најчешћи мотив посете ЕХИТ фестивалу: истраживање фестивалског програма и атмосфере, а затим следи перцепција фестивала и учење, док су најнижим ценама оцењени ставови које обухвата фактор социјализација.

У Маркетинг Стратегији АП Војводине (2009) наводи се да је за развој туризма веома важно организовање великог броја манифестација различитог карактера, како би туристичка понуда била разноврснија и атрактивнија. Маркетинг Стратегија Војводине, као узор, предлаже Републику Мађарску, а ЕХИТ фестивал препознаје као један од најпознатијих брендова Војводине. Слично предлаже и Стратегија туризма Републике Србије (2005) која каже да би Република Србија своју конкурентност у туризму морала градити на стратешким предностима, међу којима наводи и духовно стваралаштво, фестивале, славље и друге манифестације и догађаје, што, обезбеђује Србији могућност представљања сопственог стила живљења.

Ни једна од поменутих стратегија не препознаје локалну заједницу као битног стејкхолдера у развоју музичких фестивала и других манифестација.

Економске студије утицаја музичких фестивала нису толико ретке као студије друштвених утицаја музичких фестивала, с тога се и јавила потреба за израдом овог рада. Као што то наводе и други аутори (Стаменковић, 2014), у Србији нема егзактних података, нема приступа информацијама од јавног значаја и не можете да добијете податке од самих организатора, што је израду овог рада у многоме отежало. Организатори се правдају да су ти подаци поверљиве природе и да представљају пословне тајне.

## ЕФЕКТИ ЕХИТ ФЕСТИВАЛА НА ТУРИЗАМ И ПРИВРЕДУ НОВОГ САДА

Аналізу трошкова ЕХИТ фестивала и његовог утицаја на локалну и националну економију и привреду, 2010. године, урадила је конултантска и пројектантска кућа из Сједињених Америчких Држава „Booz, Allen, Hamilton Inc”. Истраживани атрибути су: главне карактеристике учесника, потрошња посетилаца, утицај на локалну и националну економију и мултипликативни ефекти прихода.

За потребе истраживања ангажован је велики број волонтера, који су имали задатак да на улазима броје посетиоце и анкетирају их. Прво питање које су волонтери постављали је било: Одакле долазите? Јер је у истраживању планирано да буду обухваћени само посетиоци који нису из Новог Сада, тј. места где се фестивал одржава. Укупно је анкетирано 1.259 посетилаца фестивала. Питања која су постављана посетиоцима су подељена у три групе, социо-демографске карактеристике, мишљење о ЕХИТ фестивалу и остварена и планирана потрошња на фестивалу. Посетиоци су испитивани о износима које су издвојили за улазнице за фестивал, смештај, исхрану, локални транспорт сувенире и друге издатке које су имали на самој дестинацији. Касније у анализама добијених података упоређивани су износи које су посетиоци трошили у данима трајања фестивала, са износима који су трошени у нефестивалским данима (пре и после фестивала).

Највише посетилаца је било из Новог Сада - 29%, Београда – 16%, док је подједнак проценат посетилаца дошао из осталих делова Србије, бивших југословнских република и из Велике Британије. Из остатка Европе и света дошло је око 11% од укупног броја испитаних посетилаца (Vonnegut, Bozinovic, 2011)

Према подацима добијеним у истраживању, већина страних посетилаца је одсела у фестивалском кампу, хостелима или приватном смештају (изнајмљеним становима или собама), а локални регионални гости су били смештени код пријатеља, родбине или у сопственом смештају.

Код испитаника су истраживани издаци за смештај, куповину хране и пића на самом фестивалу, у кампу, код привремених продаваца ван зоне фестивала, транспорт таксијем и јавним градским превозом, издаци у продавницама, киосцима, баровима, ресторанима и слично.

Како је већина посетилаца одсела у кампу или хостелима који су углавном у центру града, што је на пешачкој удаљености од места одржавања фестивала, на локални транспорт се не троши много.

Просечна потрошња посетилаца из Србије је износила око 83 евра, посетилаца из бивших југословенских република око 120 евра, док је потрошња посетилаца из Велике Британије и остатка света износила око 205 евра.

Сврха истраживања била је да се утврди утицај на локалну економију и директне и индиректне користи за локална и национална предузећа. Резултати истраживања показују да су процењене користи веће од трошкова. Процењени утицај на привреду и приходе Новог Сада од ЕХИТ фестивала, износи 13,3 милиона евра са коефицијентом мултипликације од 1,9. Утицај на привреду Србије се огледа у приходима од 10,9 милиона евра са коефицијентом мултипликације 2,7. Коначан утицај је мањи за Србију, али је мултипликатор већи, јер расходи циркулишу са мање цурења у оквиру веће области. Расходи од домаћег становништва су одузимани од укупних расхода, јер се рачуна да би свакако били потрошени у Србији, док су расходи становника Србије који нису становници Новог Сада, рачунани по основу локалног утицаја на Нови Сад. Утицај за Србију је нижи и јер је више новца потрошено на обезбеђивање међународних учесника, него што је добијено од продаје карата у иностранству.

ЕХИТ фестивал директно утиче и на запосленост становништва, а самим тим и на ниво животног стандарда. Удружење ЕХИТ, има око 20 стално запослених особа, док се у време трајања фестивала овај број многоструко увећава и достиже цифру од око 2.500 сарадника, директно ангажованих на пословима у вези са фестивалом. За потребе извођења фестивала ангажује се и велики број волонтера, који поред бесплатних улазница, могућности да упознају извођаче, добијају могућност похађања разних обука, као и практично искуство у различитим секторима, од маркетинга, прес центра, програмске продукције, изградњи фестивалске инфраструктуре, у фестивалским, привременим угоститељским објектима, акредитовању посетилаца, до рада на обезбеђењу фестивала (Стаменковић, 2014).

Како би се успешно организовао овако велики фестивал, потребна су и велика улагања. Највећи део средстава ЕХИТ фестивала обезбеђује од продаје улазница (око 50%), средства добијена од спонзора покривају око 35-40% трошкова, а државни органи (град Нови Сад, Покрајински секретаријат за културу, као и неколико министарстава) обезбеђују 10-15% укупно потребних средстава (Драгин и др., 2011).

## ТУРИСТИЧКИ ПРОМЕТ У НОВОМ САДУ

У тексту који следи биће анализирани подаци на годишњем и месечном нивоу о броју остварених туристичких долазака и броју ноћења туриста у Новом Саду, како би се увидели ефекти на туризам Новог Сада од одржавања ЕХИТ фестивала.

Табела 7 показује број долазака туриста који су посетили Нови Сад у протеклих 13 година. Из Табеле је уочљиво да број туриста који у току године посете Нови Сад, као и број туриста у јулу месецу када се одржава ЕХИТ фестивал, има тренд раста од 2009. године до данас. У периоду од 2002. до 2009. године има осцилација како у броју туриста на годишњем нивоу, тако и у броју долазака туриста који Нови Сад посете у јулу месецу.

У посматраном периоду, највећи број долазака туриста уочљив је у пролећним (април, мај) и јесењим месецима (септембар, октобар). Ово су месеци када је Нови Сад најлепши, додатно га красе фестивали и манифестације који се одржавају у ово време, али се бележе веће посете и због извођења ђачких екскурзија, па ђаци из целе Србије долазе да обиђу град. У пролећним и јесењим месецима речни бродови пристају у Нови Сад, а њихови путници, уз пратњу туристичких водича, обилазе град. Ове посете обично кратко трају (око 2 сата). Према подацима из Табеле 7, последњих година евидентан је и пораст броја долазака туриста у јулу, а у 2014. години јул је био месец са највише туриста у Новом Саду, када се одржава ЕХИТ фестивал.

Табела 7. Број долазака туриста у Новом Саду од 2002. до 2014. године, по месецима

Месец/ година	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
1.	4.467	3.355	2.747	3.085	4.018	4.384	4.633	4.819	3.416	4.503	5.791	4.878	6.303
2.	4.345	3.694	3.959	1.933	3.797	4.431	5.022	4.625	4.007	5.773	3.951	5.199	6.419
3.	5.766	4.795	4.031	5.465	4.482	6.644	5.519	5.357	4.927	6.011	6.741	7.362	8.071
4.	11.471	7.671	6.457	5.307	5.270	7.613	10.598	7.000	7.215	8.646	7.709	8.643	11.671
5.	10.929	4.155	11.182	7.848	7.923	13.035	12.420	11.587	12.106	14.926	14.093	16.098	14.386
6.	8.097	8.356	7.107	6.125	7.968	8.800	8.593	7.070	7.066	8.972	9.091	9.859	11.688
7.	<b>5.005</b>	<b>4.626</b>	<b>4.489</b>	<b>6.061</b>	<b>5.602</b>	<b>7.339</b>	<b>7.190</b>	<b>7.017</b>	<b>10.865</b>	<b>12.621</b>	<b>13.608</b>	<b>13.935</b>	<b>17.050</b>
8.	4.697	3.551	4.909	4.792	4.353	5.427	5.146	5.025	6.208	6.725	7.146	9.678	10.626
9.	11.201	10.169	5.307	5.084	7.422	9.336	10.043	7.242	8.979	10.640	11.700	10.383	11.699
10.	13.991	14.452	7.277	9.754	11.086	13.402	16.543	13.219	14.294	14.938	14.455	13.603	13.880
11.	5.699	4.313	4.051	5.827	6.909	7.880	8.092	5.638	7.249	5.904	7.348	8.700	9.254
12.	5.523	4.041	3.418	4.984	5.738	6.643	6.410	5.382	6.288	6.774	7.136	9.161	9.686
<b>Σ</b>	<b>91.191</b>	<b>73.715</b>	<b>64.933</b>	<b>67.646</b>	<b>74.568</b>	<b>94.934</b>	<b>100.209</b>	<b>83.981</b>	<b>92.620</b>	<b>106.433</b>	<b>108.769</b>	<b>117.499</b>	<b>130.733</b>

Извор: Туристичка организација Новог Сада

Од 2009. године број ноћења туриста у Новом Саду на годишњем нивоу је у константном порасту. У периоду од 2002. године па до 2014. број ноћења туриста је удвостручен.

Табела 8. Број ноћења туриста у Новом Саду од 2002. до 2014. године, по месецима

Месец/ година	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
1.	6.965	5.938	4.913	5.029	7.254	8.224	8.356	8.515	6.393	8.553	14.788	9.385	12.575
2.	6.771	5.721	7.697	6.344	6.368	7.934	9.921	8.358	7.585	13.920	7.112	10.359	12.267
3.	11.841	8.064	7.102	8.811	8.311	14.078	9.829	9.629	9.089	10.963	13.114	13.917	16.906
4.	18.351	12.585	10.844	10.023	9.187	12.921	17.665	13.339	12.012	14.725	13.669	15.568	22.433
5.	19.131	8.417	18.296	15.444	16.445	21.073	23.670	19.651	19.418	25.386	24.210	26.277	26.591
6.	13.471	11.651	12.902	12.187	14.618	16.887	15.206	13.403	13.082	17.296	17.542	22.354	21.332
7.	<b>9.066</b>	<b>16.638</b>	<b>7.986</b>	<b>14.271</b>	<b>13.316</b>	<b>24.109</b>	<b>16.317</b>	<b>16.802</b>	<b>23.461</b>	<b>41.287</b>	<b>41.702</b>	<b>39.993</b>	<b>48.111</b>
8.	9.393	5.947	7.757	7.932	9.341	11.058	10.653	10.897	13.219	14.981	13.081	19.975	21.636
9.	17.818	15.443	10.328	9.261	17.181	16.145	18.372	15.300	16.118	19.753	21.313	18.932	21.756
10.	22.981	23.705	13.764	19.253	20.863	21.695	29.224	25.851	24.307	24.888	27.557	25.230	25.656
11.	10.022	8.257	6.897	9.816	13.469	13.963	14.851	10.671	13.088	10.588	13.376	18.383	18.862
12.	12.359	6.386	5.791	8.084	10.598	11.632	11.171	9.293	10.575	11.209	13.378	20.139	18.418
<b>Σ</b>	<b>158.167</b>	<b>128.75</b>	<b>114.277</b>	<b>126.461</b>	<b>146.951</b>	<b>179.719</b>	<b>185.235</b>	<b>161.709</b>	<b>168.347</b>	<b>213.549</b>	<b>220.842</b>	<b>240.512</b>	<b>266.543</b>

Извор: Туристичка организација Новог Сада

Из наведених табела се види да број долазака туриста и остварени број ноћења који су посетили Нови Сад у јулу месецу када се одржава ЕХИТ фестивал, последњих година, почев од 2010. године, има изражен тренд раста. Остварени број ноћења у јулу, у последњих пет година је скоро дупло већи од броја остварених ноћења у мају, који је претходних година предњачио у броју посетилаца и остварених ноћења, због великог догађаја који се у мају одржава у Новом Саду, Пољопривредног сајама, који траје седам дана. Од 2011. године, највише ноћења на месечном нивоу оствари се у току јула месеца. Овде нису забележени сви посетиоци због система пријављивања туриста, па тако нису регистровани они који су одсели код рођака и пријатеља, у изнајмљеним приватним собама и становима, а управо међу посетиоцима ЕХИТ-а смештај у приватним собама и становима је најпопуларнији, као и смештај у хостелима и ЕХИТ кампу.

## ФЕСТИВАЛИ И ТУРИЗАМ У БУДИМПЕШТИ

Будимпешта је главни град Мађарске и налази се у њеном северозападном делу. То је једна од најпосећенијих европских дестинација. Кроз Будимпешту тече Дунав, све веће друмске и железничке саобраћајнице сливају се у Будимпешту, тако да је повезаност са осталим градовима Мађарске, као и са читавом Европом одлична. Кроз Будимпешту пролази пут Е75, који град повезује са северном и јужном Европом. Два аеродрома, Ферихеђ 1 и Ферихеђ 2, такође олакшавају туристима да је посете ([www.budapestinfo.hu](http://www.budapestinfo.hu)).

Од 1. јануара 1873. године Будим и Пешта су јединствени територијално - политички град и главни град Мађарске, под називом Будимпешта. Будимпешта је од свог постанка до данас, привредни, политички и културни центар Мађарске. Ту се налазе академија науке, научно-истраживачки центри разних области, факултети, високе и више школе, специјализоване установе и друго. Националне галерије, музеји, позоришта, опере и библиотеке чине лепезу културних институција, које су у самом европском врху.

Добре саобраћајне везе са иностранством, довољан број смештајно-угоститељских капацитета различитих категорија, као и велик број културно-историјских споменика, пружају Будимпешти веома добре услове за даљи развој туризма. Најтоплији месеци су јул и август, а управо у августу се одржава SZIGET фестивал.

Дужина тока Дунава кроз Будимпешту износи 30 km. Купање је опасно, како због ризика условљених учесталим бродским саобраћајем, тако и због присуства вирова на овој деоници дунавског тока. Забрањено је и због здравствених разлога, јер је Дунав у овом делу тока веома загађен.

На Дунаву, у Будимпешти, постоји неколико речних острва. Једно од најзначајнијих је Маргит (*Margitsziget*). То је најмлађе, најуређеније и најпосећеније међу оближњим острвима, све док не почне SZIGET фестивал, када ту улогу преузима острво Обуда ([www.vendegvaro.hu](http://www.vendegvaro.hu)).

Иако је Мађарска позната по бањском туризму и великом броју туристичких кретања ка језеру Балатон, ипак Будимпешта носи епитет најпосећеније мађарске дестинације. Будимпешта, као град са многобројним облицима туризма и великим бројем туристичких атрактивности у 2011. години је био град ког је посетило чак 7.500.000 туриста (Милојевић, 2012).

Овај град, током целе године нуди забаву у виду фестивала, културних догађаја, концерата, изложби, сајмова, спортских догађаја и националних прослава.

Неки од најважнијих догађаја су: Будимпештански плесни фестивал, *Pálinka Festival*, *Jazz Spring*, *Rosalia - Rosé Festival* – у част лепих вина, *Floralia* – традиционални пролећни фестивал посвећен Римској култури, са гладијаторима и позоришним представама, Ноћ Музеја, *Budai Gourmet* – гастрономски фестивал, организован од стране организатора SZIGET фестивала, Дунавски карневал, Будимпештански летњи фестивал – који траје цело лето, Будимски фестивал пива на тврђави, Вагнер у Будимпешти – фестивал опере, *Budapest Pride*, Дан Дунава, *Formula 1 Hungarian Grand Prix*, Фестивал народних уметности, Дан светог Иштвана, Будимпештански фестивал кратког филма, Септембарфест – гастрономски фестивал, Интернационални фестивал вина, Интернационални полумаратон, Национални галоп – трка коња, *Sweet Days* – фестивал чоколаде и слаткиша, Интернационални филмски фестивал и бројни други (<http://visitbudapest.travel/budapest-events/>).

*The Budapest Pálinka Festival* је јединствен гастрономски догађај, где посетиоци могу пробати више од 300 различитих врста *pálinka*, специјалне мађарске ракије. Неке мале, породичне дестилерије ће овде показати своја најфинија пића. *Pálinka Festival* је трендсетерски догађај, који промовише локално воће коришћено како би се направило ово јединствено мађарско пиће. Година 2015. је година јабуке, те ће ово воће бити главна тема фестивала. Фестивал се одржава сваке године у мају.

Jazz Spring Festival 2015. ће се одржати у Палати уметности (*Palace of Arts*). Сваке године угости интернационално признате jazz извођаче, попут *Lisa Simone*, *Natalie Williams* и Њујоршки гласови вокални ансамбл (*New York Voices vocal ensemble*). Овај фестивал се такође одржава сваке године у мају и траје три дана. Улаз на овај фестивал се наплаћује.

*Rosalia* - *Rosé* фестивал организују организатори Будимпештанског интернационалног фестивала вина (*Budapest International Wine Festival*). *Rosalia* је једини мађарски фестивал посвећен вину розе, пенушавим винима и шампањцу. Фестивал траје три дана и обухвата дегустације вина, jazz концерте, дечје програме и традиционална мађарска јела припремљена са вином.

*Floralia* – традиционални пролећни фестивал посвећен Римској култури, са гладијаторима и позоришним представама. Одржава се у *Museum of Aquincum*. Име је добио по *Flori* богињи цвећа и пролећа у римској митологији, која симболише обнављање живота. Фестивал се слави са цвећем, плесом, јелом и пићем. Бројни програми за децу, уметничка дела и рукотворине чине овај догађај интересантним за целу породицу. Улаз се наплаћује, али уколико се неко од посетилаца обуче у одећу какву су носили стари Римљани, од организатора добија попуст на улазницу.

Дан Музеја је дан када више од 100 музеја заједно слави Фестивал Музеја (*Múzeumok Majálisa*). У прелепој башти Мађарског националног музеја, у мају, окупе се представници свих музеја. Будимпешта, град који воли уметност, има бројне музеје и галерије, који на овом фестивалу показују посетиоцима уметност и културу. Посетиоци могу отићи у виртуелну шетњу и обићи сваки музеј и галерију. Фестивал допуњују бројни облици забаве, концерти, позоришне представе и плесни спектакли.

*Budai Gourmet* је гастрономски фестивал, организован од стране организатора SZIGET фестивала. Циљ фестивала је да окупи најбоље произвођаче вина, палинке, најбоље ресторане и посластичарнице, као и произвођаче ручно прављеног сира, шунке, кобасице, пекмеца, меда, чоколаде и других деликатеса. Последњих година у Будимпешти се појављује све више гастрономских фестивала и сви покушавају да буду јединствени по нечему. *Budai Gourmet* доводи будимпештанске најбоље ресторане, како би презентовали своја екстравагантна јела. Овај фестивал укључује и концерте на две бине.

Дунавски карневал окупља плесаче који се баве модерним плесом, интернационалне уметнике и традиционалне мађарске фолк плесаче, сваке године у јуну како би славили радост плесања. Фестивал укључује бројне плесне перформансе, а врхунац представља Карневалска парада између Дунавске променаде и *Vörösmarty* трга и спектакуларни гала догађај заказан за 20 јун 2015. године. Преко 2000 уметника који представљају 12 нација ће наступати на двонедељном фестивалу у јуну.

Будимпештански летњи фестивал – који траје цело лето обухвата позоришне представе на отвореном, музичке и плесне спектакле, дечији програм и неколико концерата. Програм се одржава свако лето на две локације, на Маргаретином острву (*Margaretsziget*) и у *Városmajor*.

Будимски фестивал пива (*Budavári Sörfesztivál*) је први пут организован 2011. године, а од тад се одржава сваке године. Фестивал траје четири дана, за која

посетиоци могу пробати преко 200 врста домаћих и страних пива. Посетиоци имају прилику да пробају разне специјалитете од пива и да науче како се понеки од њих праве. Бројни концерти употпуњују уживање на овом фестивалу.

*Budapest pride* је филмски и културни фестивал намењен ЛГБТ популацији и 2015. године ће се одржати 18. пут. Овај фестивал нуди филмске пројекције, позоришне представе, дискусије, концерте, журке и много више.

Дан Дунава је годишњи интернационални догађај који се слави у 14 земаља које су повезане дунавским речним системом. Бројни фестивали на обали Дунава, јавни састанци и забава и едукативни догађаји се одржавају како би скренули пажњу на реку Дунав и дивљи живот у њему и око њега. У Будимпешти се овај дан 2015. године обележава 11. пут. Он је део фестивала *Danube Flow*, на ком млади, савремени уметници причају причу о Дунаву, његовој прошлости, садашњости и замишљеној будућности кроз стрипове и графике. Овај фестивал траје од јуна до септембра.

*Formula 1 Hungarian Grand Prix* (Magyar Nagydíj) се одржава на чувеном Хунгарорингу, уз мали град *Mogyoród*, 18 km североисточно од Будимпеште.

Табела 9. Број долазака туриста и њихових ноћења у Будимпешти од 2001. до 2013. године

Година	Укупно туриста	Страни туристи	Укупно ноћења	Ноћења страних туриста
2001.	1.979.979	1.644.366	5.149.482	4.353.683
2002.	1.934.620	1.590.973	4.970.620	4.170.642
2003.	1.972.748	1.616.563	5.173.542	4.339.130
2004.	2.340.201	1.979.266	6.038.611	5.204.529
2005.	2.553.566	2.165.062	6.472.636	5.599.047
2006.	2.459.049	2.077.599	6.112.198	5.235.365
2007.	2.543.811	2.144.182	6.233.093	5.327.509
2008.	2.576.869	2.173.769	6.074.897	5.204.760
2009.	2.346.099	1.971.958	5.593.492	4.814.803
2010.	2.557.671	2.167.131	6.059.536	5.216.494
2011.	2.813.139	2.398.454	6.598.989	5.689.303
2012.	3.090.957	2.691.786	7.412.561	6.522.604
2013.	3.287.621	2.863.356	7.810.414	6.909.673

Извор: Hungarian central statistical office ([www.ksh.hu](http://www.ksh.hu))

Будимпешта је специфична по томе да има знатно више страних него домаћих туриста, што се може видети у Табели 9. Домаћи туристи су релативно равномерно распоређени током читаве године, док су странци најбројнији у августу, а најмање их је у јануару (Плавша, 2005).

Почетком августа Будимпешта је преплављена младим људима, са огромним ранчевима на леђима, шаторима и врећама за спавање. Сви они су се упутили ка острву тј. *Óbuda SZIGET*-у. Острво *Óbuda* (Стари Будим) лежи на површини од 108 хектара. За време фестивала, претворено је у један огроман град журке и забаве. Кресе га бројне бине, тематски шатори за опуштање и забаву и други објекти за уживање у уметности ([rs.gotohungary.com](http://rs.gotohungary.com)).

Управа градског саобраћајног предузећа Будимпеште је свесна притиска који посетиоци фестивала свакодневно врше на транспортна средства у време трајања фестивала, па у то време појача линије које иду до и са острва, уводи ноћне поласке и посебну аутобуску линију која функционише само у време трајања фестивала.

Будимпешта је заузела десето место међу највише фотографисаним местима на свету ([www.budapestinfo.hu](http://www.budapestinfo.hu)).

Национално истраживање које је спровела Република Мађарска 2003. године, о стању у културном животу, показује какву улогу фестивали и слични догађаји играју у животу Мађара. У земљи која има популацију од око 10 милиона становника, отприлике 4,5 милиона становника, старости између 14 и 70 година су посетили неки од програма или фестивала. Најпопуларнији су локални фестивали и догађаји (дани градова, дани села, сајмови, све врсте такмичења у кувању и слично). Скоро половина (47%) становника старости између 14 и 70 година посети најмање један локални програм у току године. Позоришни, филмски, плесни, хорски, уметнички или фестивали популарне музике, привлаче публику од око 1,5 милиона посетилаца, што чини око 20% од укупне популације старости између 14 и 70 година. Међу онима који посећују фестивале или сличне догађаје, њих око 60% посети један, 20 % посети два и 20% посети најмање три фестивала у току године (Tóth, 2003).

Мађарска влада наводи да ће у 2015. години финансирати највеће музичке фестивале *SZIGET*, *VOLT*, *Balaton Sound and Nagy Balaton* са 415 милиона HUF (1 EUR = сса 300 HUF, мај 2015). Како наводе из владе, 10-12% годишњих прихода од туризма се оствари од посета таквим фестивалима што резултира приходом од чак 100 милијарди HUF прихода за мађарску економију (<http://www.kormany.hu/en/news/further-financial-support-for-major-summer-festivals>).

Табела 10. Приходи у милионима (HUF) од боравишне таксе у Републици Мађарској

Година	Страни туристи	Домаћи туристи	Укупно
2001.	66.442	20.108	86.550
2002.	64.701	22.879	87.580
2003.	62.968	25.821	88.788
2004.	69.486	29.757	99.243
2005.	75.763	38.258	114.021
2006.	87.775	44.034	131.809
2007.	90.458	49.859	140.317
2008.	87.179	52.904	140.083
2009.	77.414	51.671	129.085
2010.	79.751	49.829	129.581
2011.	88.560	51.923	140.483
2012.	96.927	55.162	152.089
2013.	105.498	61.090	166.588

Извор: Hungarian central statistical office ([www.ksh.hu](http://www.ksh.hu))

У Табели 10 може се видети колико је укупан приход у Републици Мађарској по годинама само од боравишне таксе. Уочљиво је да приходи од домаћих туриста чине око 30% од укупних прихода, док приходи од страних туриста чине око 70% у просеку. Такође, уочљиво је да приходи од боравишне таксе остварене ноћењем домаћих туриста стално расту, док код страних туриста овај тренд нема стално узлазну путању. Туристи увек на дестинацији остављају новац и у ресторанима, баровима, продавницама, музејима, за јавни превоз и још многе друге услуге и производе.



## SZIGET FESTIVAL

Музички и културни фестивал SZIGET је један од највећих фестивала у Европи. Одржава се сваке године у августу, у Будимпешти, на дунавском острву Обудаи-Сигет. Овај фестивал је настао деведесетих година прошлог века, на прелазу из социјализма у капитализам, из бунта младих против досаде. Социјалистички омладински летњи кампови су нестали, а уместо њих није постојало ништа ново што би привукло пажњу младих. Земља у транзицији није младима пружала велике могућности за запослење, па стога њихова финансијска ситуација им није остављала пуно избора за провођење лета.

Данас SZIGET траје недељу дана и посетиоцима нуди двадест четворочасовну забаву сваког дана. Представља више фестивала у једном, са око 50 различитих врста програма и око 200 програмских догађаја дневно. На фестивалу наступају највеће међународне поп/рок звезде и највећа имена електронске музике, али посетиоци могу уживати и у бројним другим музичким жанровима – метал, jazz, blues, фолк, алтернативна и класична музика, чак и ромска музика. SZIGET фестивал не нуди само концерте, већ и бројне друге културне програме, попут позоришних представа, циркуских представа и изложби.

Два мађарска музичара *Péter Müller* и менаџер фестивала *Károly Gerenda* организовали су 1993. године, на бази волонтеризма и активизма фестивал који се звао „*Student Island*”. Према званичним подацима посетило га је око 43.000 посетилаца, а сматра се да је реалан број био и већи јер су улазнице могле лако да се фалсификују. Тада нису постојале мере обезбеђења као данас па је много људи ушло на фестивал, тако што су једноставно прескочили преко ограде.

Године 1994. фестивал се звао „*Euro Woodstock*” због обележавања 25 година од одржавања великог америчког фестивала *Woodstock*. Наредне три године фестивал се звао „*Breakthrough with Pepsi Sziget*”, док се данас зове „*Sziget, The Isle of Freedom*” ([szigetfestival.com](http://szigetfestival.com)).

Од 1995. године почиње убрзани развој SZIGET фестивала. Уједињене нације су 1995. годину прогласиле за годину толеранције, па се фестивал одржао под слоганом: „И ти си другачији, ни ти ниси другачији“.

Како је фестивал имао све више посетилаца и све боље извођаче, јавили су се и први проблеми. Наиме председник округа у ком се одржавао фестивал је претио да ће због буке затворити фестивал. Од тада, сваке године пре почетка фестивала се мери ниво буке на левој и десној страни Дунава и одређује се максимално дозвољена јачна звука за бине. На већим бинама концерти су морали да се заврше до 23 часа, а испред бина су постављани посебни звучно-изолациони зидови.

Од 1998. године постављају се огромни шатори у које се поставља већина бина. Дошло је до још једне новине те године, наиме, фестивал је од тад почео да се одржава прве недеље августа, а не последње како је то раније био случај.

Године 1999. почиње ново доба за фестивал. Смењују се генерације посетилаца, а дошло је до промене и у организационом тиму. Уместо дотадашњих аматера који су фестивал организовали из љубави, долази тим стручњака који овај фестивал схватају озбиљније.

Фестивал је 2000. године достигао бројку од 200.000 посетилаца. Те године је ушао и у Гинисову књигу рекорда јер се истовремено љубило 1.592 пара.

Године 2011. SZIGET су посетили посетиоци из 61 земље. Последњих година уобичајено је да SZIGET, посети између 350.000 и 400.000 посетилаца годишње. Организатори SZIGET фестивала се труде да увек унапреде своју услугу, па су тако

осмислили посебну Интернет платформу и базу података у коју је укључена 21 различита држава. Преко ове платформе се посетиоци фестивала могу повезати са купцима карата из државе из које долазе и прикључити се својој локалној комуни на овом фестивалу. Овај сервис се зове „Придружите се вашој локалној Сигет заједници” (енг. *Join your local Sziget Community*). На тај начин организатори фестивала омогућују посетиоцима да се лакше у групи организују и заједно путују, пронађу смештај и буду у контакту у случају да им треба помоћ.

Код већине фестивала је забрањено уносити храну, пиће, оружје и предмете који могу некога повредити, али за SZIGET фестивал постоје посебна правила. Унос алкохолних пића није дозвољен, али је дозвољено унети воду и безалкохолна пића, у ограниченим количинама, али ако су велике врућине, онда количине нису ограничене. Дозвољен је унос ножева, али сечиво не сме бити дуже од 8 cm. Унос хране је такође дозвољен али само у некомерцијалним количинама.

Острво на ком се одржава фестивал је прилично велико и посетиоци фестивала су обично смештени у кампу. Организатори фестивала нуде различите опције смештаја, од шатора који се могу поставити било где (сем на пролазу), до VIP кућица. Уз доплату можете уживати у разним погодностима као што је базен, VIP тоалети и тушеви, снек бар, бесплатни пуњач телефона и целодневно обезбеђење личних ствари и докумената ([szigetfestival.com](http://szigetfestival.com)).

На острву Обуда се налазе и парк, па ту живе и разне птице, јежеви, зечеви и инсекти, а и ергела. Коњи из ергеле се у време трајања фестивала пребацују на мирније место.

Шатори са бинама и отворене бине су тако размештене да се њихови програми међусобно не ометају, а зелене површине између су предвиђене за подизање шатора посетилаца. У току фестивала на острву постоји такозвани „Градски центар“ у оквиру ког раде пошта, банка, мењачница, информације, центар за чување ствари и интернет шатор. Новински центар се налази поред главне бине.

Табела 11. Број посета SZIGET фестивала од оснивања

Година	Број посета	Година	Број посета
1993.	43.000	2004.	369.000
1994.	143.000	2005.	385.000
1995.	173.000	2006.	385.000
1996.	206.000	2007.	371.000
1997.	260.000	2008.	385.000
1998.	268.000	2009.	390.000
1999.	297.000	2010.	382.000
2000.	324.000	2011.	385.000
2001.	365.000	2012.	379.000
2002.	355.000	2013.	362.000
2003.	361.000	2014.	415.000

Извор: <http://sziget.hu/fesztival>

Као што се може уочити у Табели 11, SZIGET фестивал сваке године посети велики број посетилаца. Највећу посету SZIGET фестивал је забележио 2014. године када га је посетило преко 415.000 посетилаца, што је скоро 10 пута више у односу на 1993. годину.

Године 2011. и 2014. SZIGET фестивал је добио Европску фестивалску награду (енг. *European Festivals Award*) и проглашен је за Најбољи европски фестивал (енг. *Best Major European Festival*).

Организатори SZIGET фестивала на свом сајту пружају посетиоцима бројне информације и савете како се понашати за време трајања фестивала. Поред обавештења о неопходним институцијама које се налазе на острву, а могле би затребати посетиоцу (банке, мењачнице, пошта, прва помоћ), организатори пружају бројне савете о понашању у гужви, на концертима, у случају да се посетиоци или неко од њихових пријатеља не осећа добро, шта понети са собом, понашања у различитим временским условима, препоруке да се пије што више течности, како се обући, па до савета да је на фестивалу боље носити наочаре, него контактна сочива, јер су једноставније за одржавање. Такође, постоје бројна упозорења о забрани купања у Дунаву, забрани остављања смећа на зато не предвиђеним местима, али и бројни савети о томе како да се што боље искористи време проведено на острву у време трајања фестивала.

Посетиоци који одседну у кампу ретко напуштају острво за све време трајања фестивала, јер све што им је неопходно могу да пронађу на острву, а имају и целодневни интересантан програм. Уколико напусте острво, то чине зато да би отишли до најближих супермаркета где су намирнице много јефтиније него на острву. Ретко иду у обилазак града и то обично обиђу тврђаву на Будиму и Ваци улицу у Пешти (Лендак, 2003).

Како би подстакли посетиоце да више истражују град, организатори фестивала су у договору са будимпештанском компанијом за јавни превоз осмислили посебну картицу *Sziget-Budapest Citypass*. Власници ове картице могу неограничен број пута користити све врсте јавног превоза (у току два дана или тринаест дана у зависности од врсте картице коју купе), имају бесплатан један улаз у SPA центар по избору у Будимпешти и 20% попушта на сваки наредни улазак у било који SPA центар, бесплатан трансфер *shuttle* бусом са аеродрома *Liszt Ferenc*, бесплатан превоз бродом од центра града до фестивала, попусте на улазнице за будимпештанске музеје, 20% попушта на туре разгледања Будимпеште из аутобуса. Ове картице су намењене свим посетиоцима фестивала који одседају на Обуда острву, а желе да обиђу град или уживају у чувеним будимпештанским бањама, онима који су смештени у граду, а сваки дан посећују фестивал, онима који желе да продуже свој боравак, као и онима који дођу само на викенд, а желе да извуку максимум из своје посете граду и фестивалу. За 2015. годину ова картица кошта 33 евра за 13 дана (од 06.08.-18.08.2015) и 12 евра за два било која дана у наведеном периоду (<http://szigetfestival.com/citypass/citypass.1088.html>).

Компанија која организује SZIGET фестивал, одговорна је и за организацију *VOLT фестивала, Balaton Sound electric dance music festival u the Day of Passion*, за особе које имају проблем са зависношћу од психоактивних супстанци ([sziget.hu/fesztival](http://sziget.hu/fesztival)).

## ДОСАДАШЊА ИСТРАЖИВАЊА О SZIGET ФЕСТИВАЛУ

О SZIGET фестивалу није урађено пуно истраживања, бар не оних доступних на енглеском језику.

Jentetics (2012) је радио истраживање између осталих фестивала и на SZIGET фестивалу, како би показао да музика утиче на целокупан имиџ једне земље. Аутори Heitmann и Dávid (2010) су радили истраживање о утицају SZIGET фестивала на животну средину. Они наводе да је 60% посетилаца који су учествовали у истраживању дошло из Мађарске, од чега је већина из Будимпеште. Чак 85% посетилаца је млађе од 30 година, а старији су углавном високо образовани. Скоро

половина страних посетилаца долази из Немачке или Француске. Две трећине страних посетилаца долази аутомобилом или авионом. Већина домаћих посетилаца (52,6%) преноћи ван острва, а само 0,5% њих резервише смештај у неком угоститељском објекту. Што се тиче страних посетилаца, велика већина (94%) буде смештена на острву за време трајања фестивала, а само 6% њих у неком угоститељском објекту ван острва.

За време одржавања SZIGET фестивала 2006. године, сакупљено је отприлике 2.200 m<sup>3</sup> отпада. Ово је приближно једнако количини отпада коју произведу становници зграде са десет спратова за 9 - 10 година. Фестивал се одржава недалеко од главног пута, са великом концентрацијом загађеног ваздуха. Додатну емисију CO<sub>2</sub> остваре посетиоци који долазе сопственим аутомобилима. Заједно са проблемом недовољног броја паркинг места, прашина коју изазове кретање посетилаца, је узрок погоршања квалитета ваздуха за време фестивала. Максимални дозвољени ниво буке у току дана износи 45 децибела, а у току ноћи 40 децибела. Гужва у саобраћају доприноси загађењу буком. Један од главних проблема представља и проблем канализације. Сваке године расте број био тоалета. Иако постоји могућност постављања више мобилних тоалета, то није изводљиво јер нема довољно одвода за канализацију где би се они могли празнити.

Коришћење енергије је у огромном порасту у току трајања фестивала, због потреба осветљења и преношења звука. Све већи број посетилаца, захтева и постављање све већег броја јавних светилки. Године 2007. осветљено је додатних 4,5 km пута на острву. Како би се избегли ови проблеми, организатори у договору са владом спроводе одређене мере:

- Посетиоци се охрабрују да долазе на догађај јавним превозом.
- Привремени паркинг је оформљен на напуштеној бензинској станици.
- Повећава се број мобилних тоалета на најпрометнијим местима, али са новом технологијом. Отпад из ових тоалета се одводи у цистерну, која се касније може одвести.
- Бине су подигнуте и опремљене изолационим материјалом и аутоматском контролом звука на најпроблематичнијим местима. Постоје системи за констатнтно мерење нивоа буке и подешавање јачине звука испод дозвољене границе – аутоматски.
- Отпаци се прикупљају одвојено по врстама смећа и погодно за рециклажу. Организована су едукативна предавања како би се подигао ниво свести о значају заштите животне средине међу посетиоцима. Како би се посетиоци подстакли на рециклажу отпада, деле им се симболични поклони (капе, мајице, платнене кесе, сокови и слично) у замену за празне лименке, пластичне флаше и чаше (Dávid, 2009).

Од 1997. године до 2007. године аутори Gabor и Szemereszki (2008) су интервјуисали око 1.000 младих посетилаца SZIGET фестивала годишње. Најпре су испитиване само њихове социо-демографске карактеристике, а касније су истраживање унапредили и питањима о студирању, запослењу, потрошачким навикама, друштвеном статусу, систему вредности, предрасудама и ставовима о групама младих, забави, култури и политици. Упоредивани су ставови домаћих посетилаца и посетилаца из других земаља Европске Уније. Утврђено је да посетиоци из Мађарске потроше у просеку око 16 евра за једну ноћ, док посетиоци из иностранства, у току трајања фестивала потроше у просеку око 31 евро по ноћи. Више од половине посетилаца SZIGET фестивала у 2007. години је било из иностранства, док је у 2006. било 30% страних посетилаца, при томе је већина њих из 27 земаља Европске Уније.

## МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

У овом поглављу дата су образложења примене одабраних метода истраживања. Образложиће се изабрана скала за мерење ефеката музичких фестивала на локалне заједнице (*FSIAS* скала), кроз примере досадашње употребе скале у различитим студијама случаја (Турска - Bagiran и Kurgun (2013); Тексас САД - Woosnam, Winkle и An (2013); Данска – Magnússon (2010), Канада – Delamere (2001), Rollins и Delamere (2007). Затим, појасниће се формирање модификоване скале и упитника коришћеног у истраживању ефеката музичких фестивала EXIT и SZIGET на локалне заједнице Новог Сада, односно Будимпеште. Биће објашњена и анализа перформанси и важности (*IPA - Importance Performance Analysis*), која је примењена како би се извршила компарација ефеката музичких фестивала EXIT и SZIGET, а потом ће бити описан начин одређивања узорка и процедура прикупљања података.

### ОБРАЗЛОЖЕЊЕ ИЗАБРАНЕ СКАЛЕ ЗА МЕРЕЊЕ ЕФЕКТА МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА НА ЛОКАЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ (*FSIAS*)

Протеклих више од 45 година истраживачи су испитивали ставове локалног становништва према туризму у односу на њихове демографске карактеристике (пол, узраст, образовање и слично), социоекономски статус (приходи, етничка припадност, дужина становања у месту и економска зависност) и просторне варијабле (нпр. психичке разлике између локалног становништва и туриста) (Drapez, Woosnam and Norman, 2011).

Кроз преглед постојеће литературе о утицају туризма и фестивала на локалну заједницу и дискусије о постојећим концептуалним оквирима и процедурама међу раним истраживачима социјалног утицаја фестивала и догађаја истиче се Delamere (2001). Пратећи стриктну процедуру развоја скале Delamere и његове колеге су развили и установили прву социо-културну скалу утицаја фестивала или *FSIAS*, пре нешто више од 15 година (1998). Delamere et al. (2001) су искористили квалитативна средства да генеришу ставке за скалу, а урадили су и два пробна тестирања.

*FSIAS* скалом се испитују ставови локалног становништва и њихова перцепција друштвеног утицаја фестивала где становници треба да одговоре на питања да ли сматрају или не да долази до специфичних друштвених утицаја услед одржавања фестивала у њиховој заједници, као и важности тог утицаја за њих. Користи се Ликертова скала где испитаници треба да оцене утицај на скали од 1 – уопште се не слажем до 5 – потпуно се слажем, као и ниво важности од 1 – потпуно неважно до 5 веома важно.

Delamere (2001), користи технику номиналне групе те је генерисао листу ставки које се односе на друштвени утицај фестивала на локалне заједнице. Ово истраживање одражава прву фазу у процесу развијања скала, извештавањем о генерацији ставки у скали. У првој номиналној фази истраживања генерисано је 37 ставки. Касније је овом броју додато још 33 ставке, што је чинило укупно 70 ставки у коначном скупу. Delamere et al. (2001) су тестирали ове ставке на узорку студената са Маласпина факултета и на Универзитету у Алберти (Канада). Ове ставке су потом прочишћене, користећи Кронбахов алфа коефицијент и *item-to-total* корелацију како

би проценили њихову поузданост. Фактори су анализирани како би се проценила димензионалност скале и за даље пречишћавање мера. У складу са социјалним утицајем, утврђена су два главна фактора: друштвене користи (21 ставка) и друштвени трошкови (26 ставки). Сваки од оригиналних фактора се састоји од два суб-фактора. Фактор 1 означен са „друштвене користи“ обухвата два суб-фактора повезана са општим областима „користи за локалну заједницу“ и „културне/едукативне користи“. Фактор 2 означен са „друштвени трошкови“ обухвата два суб-фактора: „брига о квалитету живота“ и „брига за ресурсе заједнице“ (Delamere et al., 2001).

Испитујући становнике *Cloverdale*, недалеко од *Edmonton, Alberta*, Канада о њиховом поимању утицаја *Edmonton Folk Festival-a*, Delamere (2001) је од првобитних 47 ставки дефинисао FSIAS скалу са 25 ставки и тро-факторском структуром: фактор 1 користи за заједницу обухвата осам ставки, фактор 2 индивидуалне користи обухвата осам ставки, и фактор 3 социјални трошкови обухвата девет ставки. Трудећи се да покажу преносивост и корисност FSIAS скале, Rollins и Delamere (2007) су спровели истраживање међу локалним становништвом у вези са утицајима два фестивала *Parksville Sandcastle* фестивал и *Ucluelet and Tofino Whale* фестивал у Британској Колумбији у Канади.

FSIAS скала омогућава локалном становништву да искаже какве ефекте очекују као резултат фестивала, као и који од тих ефеката су им важни. Организатори фестивала анализом ставова локалног становништва могу стећи слику на којим пољима добро обављају посао и могу се концентрисати да тако и наставе, али такође могу видети где треба да уложе више труда како би ублажили забринутост заједнице и негативне ефекте фестивала. Заједно, организатори фестивала и локална заједница могу радити на максимизирању социјалних користи од фестивала за заједницу и минимизирању потенцијалних негативних утицаја фестивала.

Rollins и Delamere (2007) сматрају да је потребно даље потврдити FSIAS скалу имплементирајући је у друге типове локалних заједница и другачије врсте фестивала и догађаја. Критички испитујући мере скале и поштујући ригорозне процедуре сакупљања и анализе података, истраживач може да изнађе више поузданих и валидних мера које се могу користити даље у посебном правцу истраживања (Netemeyer, Bearden, & Sharma, 2003). Тако поуздана и валидна мерења, у овом случају се односе на процену ставова локалног становништва о социо-културном утицају фестивала, могу користити планерима и менаџерима фестивала.

У литератури постоје и друге скале за мерење истих конструкција социо-културних утицаја фестивала или догађаја. Бројна истраживања (Delamere, 2001; Delamere et al., 2001; Fredline et al., 2003; Rollins & Delamere, 2007; Small, 2007; Small & Edwards, 2003) су предузета како би се развиле скале за мерење перцепције локалног становништва о социо-културном утицају фестивала и догађаја. Таква истраживања су најпре рађена у провинцијама у Аустралији и Канади, од малих до великих фестивала и догађаја, прослава, уметничких, књижевних, музичких, приморских, породичних и спортских догађаја.

Fredline et al. (2003) су развиле скалу сличну FSIAS скали, за мерење социјалног утицаја фестивала и догађаја. У оквиру ове скале 6 фактора обухвата 42 ставке. Фактори које обухвата ова скала су: користи социјалног и економског развоја, брига о правди и непријатности, утицај на јавне објекте, утицај на понашање и животну средину, дуготрајни утицај на заједницу и утицај на цене неких добара и услуга.

Fredline et al. (2003) алудирају на важност смањења броја ставки у упитнику, а Raykov и Marcoulides (2011) напомињу да је од изузетне важности приликом

успостављања скале за било коју конструкцију, указати на звучна психосометријска својства (Raykov & Marcoulides, 2011).

Још једна скала *Social Impact Perception – SIP*, креирана од стране аутора Small и Edwards (2003), истражује перцепцију локалног становништва о социјалним утицајима које остварују фестивали. Аутори су формулисали ставке утицаја, које су касније организатори фестивала проверавали користећи Делфи технику. SIP скала је потом развијена кроз технику истраживачке факторске анализе (EFA), 35 ставки је подељено у шест фактора: непријатности, идентитет заједнице и кохезија, личне фрустрације, забава и прилике за социјализацију, раст и развој заједнице и последице понашања. Small (2007) је указала да су резултати фактора SIP скале упоредиви са факторима презентованим од стране Delamere (2001) и Fredline et al. (2003).

## РАЗВОЈ СКАЛЕ ЗА МЕРЕЊЕ ЕФЕКТА МУЗИЧКИХ ФЕСТИВАЛА EXIT И SZIGET НА ЛОКАЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ

За потребе овог истраживања прво је анализирана оригинална FSIAS скала са фокус групом од пет стручњака из области туризма и догађаја. Имајући у виду њихово мишљење, претходна истраживања (Bagiran и Kurgun, 2013; Woosnam, Winkle и An, 2013; Magnússon, 2010, Rollins и Delamere, 2007) као и сличности у језичкој формулацији неких питања што је последица превода са енглеског на српски језик, донета је одлука да се из оригиналне FSIAS скале преузме 20 питања и дода нових 11 питања, од којих су нека била на првобитној Деламеровој скали која је садржала 47 питања.

Ставови који су у оригиналној FSIAS скали (Delamere, 1998) и који означавају социјалне користи од фестивала, а који су преузети за ово истраживање су следећи:

- Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ локалне заједнице.
- Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице.
- Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија.
- Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу.
- Фестивал доприноси благостању локалне заједнице.
- Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду.
- Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу.
- Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице.
- Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари.
- Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу.
- Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала.
- Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала.

Ставови који су додати за ово истраживање су следећи:

- Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе.
- Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво.

- Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода.
- Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала.
- Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу.
- Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу.
- Посетиоци фестивала се коректно понашају.
- Програм фестивала је увек богат и разноврстан.
- Локална заједница је укључена у организовање фестивала.
- Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала.

Ставови су додати на основу панел дискусије пет стручњака са академским и професионалним искуством у туризму и менаџменту догађаја. Учесници панела су прегледали и изабрали додатне ставке пазећи на њихову валидност, јасноћу и садржај (Delamere, 1998; Lankford, Howard, 1994; Mayfield, Crompton, 1995; Likert, 1968; Churchill, 1979). Укљученост локалне заједнице и уважавање њених ставова о организацији фестивала, те могућности за отварање нових радних места и за остваривање додатних прихода, затим безбедност посетилаца и локалног становништва за време фестивала утиче на одрживост догађаја као и став локалног становништва према страним посетиоцима фестивала. Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе путем различитих средстава, долазе страни посетиоци који имају могућност упознавање локалне културе и све то може допринети развоју туризма и унапређењу туристичке понуде, те су отуда и ова питања додата на скали за потребе овог истраживања.

Ставови који означавају социјалне трошкове, односно негативне ефекте фестивала, а налазе се у оригиналној Деламеровој скали и преузети су за ово истраживање су следећи:

- Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала.
- Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала.
- Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице
- У граду је велика гужва током трајања фестивала.
- Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала.
- Ниво буке у граду је повећан за време фестивала.
- Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима.

Став „Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала“ се не налази у FSIAS скали од 25 питања, али се налази у претходној скали која се састојала од 47 ставки. Тим стручњака је закључио да је битно уврстити ову ставку у упитник јер се у овом случају ради о истраживању у већим локалним заједницама, односно већим насељима и фестивалима који имају велики број страних посетилаца, у односу на локалне заједнице и фестивале где је Delamere вршио тестирање скале.

Став који се односи на социјалне трошкове, односно негативне ефекте фестивала, а додат је у упитнику је:

- *Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала.*



Услуге служења хране и пића у угоститељским објектима, као и такси услуге су услуге које локално становништво свакодневно користи, њихово поскупљење у време одржавања фестивала може изазвати негодовање код локалне заједнице (Ap, 1992, Urchurch and Teivane, 2000; Cheyne and Mason, 2000; Ritchie, Inkari, 2006), те је отуда ово питање уврштено у скалу којом се испитује мишљење локалне заједнице Новог Сада и Будимпеште о ефектима фестивала EXIT и SZIGET.

Коначан упитник за мерење утицаја музичких фестивала EXIT и SZIGET на локалну заједницу градова у којима се одржава (Нови Сад и Будимпешта) састојао се од три дела:

- Први део се односи на социо-демографски профил испитаника (пол, године старости, образовање, радно место, радно искуство). Овом делу додата су и питања у вези са посетом фестивалу и бројем посета.
- Други део представља сет од 31 питања са две мерне скале, где су испитаници исказивали своје слагање са наведеним ставом, односно ефектом фестивала, на скали оцена од 1 – уопште се не слажем до 5 – потпуно се слажем, и колику важност за њих имају исти ефекти фестивала уопштено на скали оцена од 1 – потпуно неважно до 5 веома важно.
- Трећи део се односи на питање да ли у току трајања фестивала испитаници пружају неке услуге посетиоцима фестивала, да ли продају домаће производе, сувенире, робу широке потрошње, пружају услуге смештаја, превоза или водича за посетиоце фестивала. На крају упитника је било и место за слободан коментар о фестивалу.

## АНАЛИЗА ПЕРФОРМАНСИ И ВАЖНОСТИ

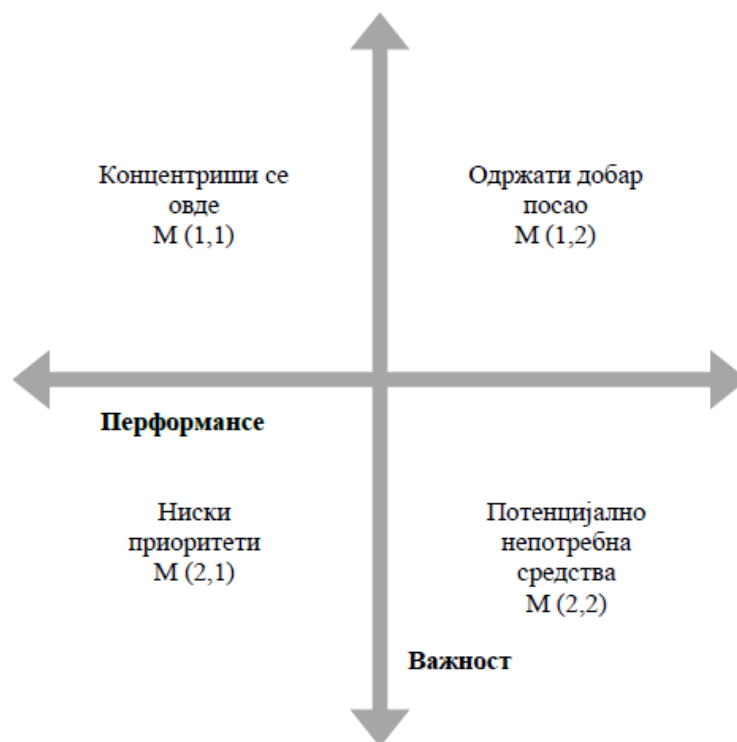
Аутори Martilla и James (1977) су креирали анализу перформанси и важности (IPA - *Importance Performance Analysis*)<sup>1</sup> која је због своје једноставности и лаке примене постала популаран инструмент за мерење задовољства потрошача у различитим областима туризма и хотелијерства. Овом анализом се може мерити: задовољство квалитетом хотелских услуга (Mikulic, Prebezac, 2011a; Enright, Newton, 2004; Chu, Choi, 2000), квалитета хране и ресторатерских услуга (Back, 2011; Liu, Jang, 2009), компаративних предности дестинације (Dwyer et al. 2012; Taplin, 2012; Mazanec, Wöber, Zins, 2007, Dwyer et al., 2014), имица дестинације (Lee, Lee, 2009), планирање развоја туризма узимајући у обзир социјални утицај и ниво толерантности становништва на туризам (Frauman, Bank, 2011), задовољство гостију услугама туристичких водича у дестинацији (Zhang, Chow, 2004) и слично.

Како би се успешно применила анализа перформанси и важности, потребно је применити неколико корака. Најпре је потребно дефинисати сет производа, услуга или атрибута који се истражују. Атрибути се идентификују на основу опсежног прегледа предметне литературе и применом квалитативних техника истраживања као што су интервју или фокус група (Martilla, James, 1977). Оцена идентификованих атрибута се ради на две паралелне мерне скале. Једном скалом се оцењује важност атрибута за испитанике са оценама од 1 - потпуно неважно до 5 - изузетно важно, а другом скалом се оцењују перформансе атрибута са оценама од 1 - изузетно незадовољан (уопште се не слажем) до 5 - изузетно задовољан (потпуно се слажем, у овом истраживању). Потом се рачунају средње вредности важности и перформанси

<sup>1</sup> У даљем тексту користиће се скраћеница IPA

оцењиваних атрибута. Вредности се потом позиционирају у дводимензионалну „акциону матрицу“. На хоризонталну осу се уносе средње вредности перформанси атрибута, а на вертикалну вредности важности оцењиваних атрибута. На основу мера средњих вредности свих атрибута перформанси и важности одређује се тачка пресечених вредности у поменутом координатном систему, чиме се добијају четири квадранта. Даље се у квадранте уносе просечне вредности појединачно мерених атрибута. Сваки квадрант сугерише одређену маркетинг стратегију, као што је приказано на Графикону 1.

Графикон 1. IPA матрица и предложене стратегије



Извор: Martilla, James, (1977)

Атрибути, у овом случају ставови локалног становништва о ефектима фестивала, позиционирани у различитим квадрантима показују различите карактеристике у зависности од квадранта у ком су смештени:

1. Концентриши се овде (*Concentrate here*) - имају висок значај за локално становништво, али су перформансе оцењене са ниским оценама. Ови атрибути представљају највећу слабости дестинације/организације, у овом случају фестивала, и захтевају хитну менаџерску пажњу у циљу побољшања квалитета и перформанси атрибута.
2. Одржати добар посао (*Keep up the good work*) - Имају велику важност за локално становништво и оцењени су високим оценама перципиране перформансе. На основу ових атрибута менаџери могу да постигну и одрже конкурентску предност. У наредном периоду, менаџери треба да настоје да одрже квалитет.
3. Низак приоритет (*Low priority*) - имају ниску оцену перформанси и низак значај за локално становништво. То су атрибути ниских приоритета, који не захтевају додатна улагања, ни унапређење перформанси атрибута.

4. Потенцијално непотребна средства (*Possible overkill*) – Имају мали значај за локално становништво, али високо оцењене перформансе. У овом случају менаџери фестивала и локалне власти треба да се усмере на ефекте фестивала који имају већи значај за локалну заједницу.

IPA је одличан водич за усмеравање ограничених финансијских средстава предузећа и показатељ у ком правцу менаџмент треба да усмери активности предузећа како би постигли најбоље резултате у ставкама које имају највећу вредност за потрошача.

Аутори Bruyere et al. (2002) сматрају да се прецизност и поузданост резултата, њихова интерпретација и предузимање конкретних стратегијских акција предузећа, повећава уколико се потрошачи по неком основу сегментују у хомогеније групе.

У овом раду IPA је коришћена како би се извршила компарација ефеката музичких фестивала EXIT и SZIGET на локалне заједнице, као и како би се утврдило у којим сегментима треба унапредити фестивале како би се њихови позитивни ефекти максимизирали, а негативни ефекти свели на минимум. Резултати могу користити менаџменту фестивала и дестинације, али и локалним властима за унапређење квалитета услуга и веће задовољство како локалног становништва, тако и посетилаца фестивала.

## ОДРЕЂИВАЊЕ УЗОРКА И ПРИКУПЉАЊЕ ПОДАТАКА

За потребе истраживања креиран је упитник на основу: а) опсежног прегледа предметне литературе и мерних скала коришћених за проверу утицаја музичких фестивала на локалну заједницу; б) на основу интервјуа и фокус групе са академским експертима који су допринели прилагођавању FSIAS скале и креирању додатних ставки карактеристичних за велике музичке фестивале попут EXIT и SZIGET фестивала. Циљну узорачку популацију чинило је локално становништво Новог Сада и Будимпеште.

Истраживање ефеката музичких фестивала EXIT и SZIGET на локалну заједницу и туризам Новог Сада и Будимпеште је спроведено у периоду од јуна до септембра месеца 2014. године. Како се EXIT фестивал одржава у јулу месецу, истраживање у Новом Саду је започето у јуну 2014 и трајало је до августа, а SZIGET фестивал се одржава у августу месецу, те је анкетно истраживање започето у јулу и трајало је до септембра месеца, јер се сматра да фестивали остварују највећи утицај на локалну заједницу у периоду од месец дана пре, у току и месец дана после фестивала (Fredline et al., 2003). У истраживању су учествовали представници локалне заједнице, различитих старосних група, као и различитих занимања. Анкетирани су запослени у туристичким агенцијама, хотелима, туристичким организацијама градова, у туристичким информативним центрима, мали предузетници, професори и студенти Природно-математичког факултета у Новом Саду, професори и студенти *Budapest College of Communication and Business*, читаоци Српских недељних новина из Будимпеште, чланови Српског културног центра у Будимпешти, студенти и професори *Hungarian Academy of Sciences, Budapest University of Technology and Economic...*

Упитник је дистрибуиран електронским путем (употребом електронске поште – e-mail, као и друштвених мрежа *facebook* и факултетских *on-line* мрежа професора и студената у Будимпешти), при чему се водило рачуна да испитаници не буду млађи

од 15 година. Кликком на линк у оквиру е-mail-а, отварао се on-line упитник у форми Веб стране. Предност оваквог вида анкета је што испитаници да би успешно завршили и послали упитник, морају да попуне оговоре на сва питања, тако да нема непотпуних одговора. Испитивање се одвија релативно брзо, јер се истовремено може послати на пуно адреса, а испитаници врло једноставно пошаљу своје одговоре. По завршетку попуње упитника подаци су аутоматски слати у базу података коју омогућава компанија Гугл (Google), путем сервиса Документи (Google docs) (<http://www.google.com>).

Како је било потребно анкетирати становнике Будимпеште који не говоре српски језик, а ауторка не говори мађарски језик, анкета је преведена од стране стручног лица на мађарски језик. Како би привукли што више испитаника из Будимпеште организована је наградна игра за све оне који попуне упитник, могли су да освоје улазнице за SZIGET фестивал за 2015. годину, по узору на Fredline и друге (2003) који су такође организовали награду игру, како би подстакли што више становника да учествују у њиховом истраживању.

Е-mail са линком ка упитнику је слан сваки дан у време трајања истраживања на различите адресе, али је истовремено дистрибуиран путем друштвених мрежа, постављан на различите групе корисника друштвених мрежа, али и слан као лична порука корисницима. Како је анкета потпуно анонимна немогуће је утврдити ко је попунио анкету, ни на који начин је сазнао за анкету, тако да је немогуће утврдити тачан проценат попуњених упитника у односу на послане упитнике. Пригодним узорковањем сакупљено је укупно 505 валидних анкета које су даље коришћене у статистичким анализама. Упитник је правилно попунило 301 становник Новог Сада и 204 становника Будимпеште. Претпоставља се да су се становници Будимпеште слабије одазвали истраживању због неповерења према непознатим пошиљаоцима, страха од лажних електронских порука које често воде до компјутерских вируса или различитих превара.

Различити аутори у сличним истраживањима предлажу различиту величину узорка, која се најчешће креће од 50 до 500 испитаника (Krejcie and Morgan, 1970 – 384 испитаника, Bagirana and Kurgun, 2013 - 469 испитаника, Woosnam, Van Winkle, and An, 2103 - 348 испитаника, Fredline, Jago и Deery, 2003 - the Grand Prix - 279, the Moomba Festival - 181 и the Horsham Art Is...Festival - 96 испитаника). У већини случајева, пет испитаника по једном питању је препоручљиво (Delamere, 2001). Comrey (1973) предлаже правило о величини узорка: узорак од 50 испитаника се посматра као веома сиромашан, 100 испитаника – сиромашан, 200 испитаника као правичан, 300 испитаника као добар, 500 као веома добар и 1000 испитаника – одличан. Tabachnick and Fidell (1989), примећују да је узорак од 100 до 200 испитаника примерен за већину истраживања, посебно код јаким и јасним фактора и кад број варијабли није превелик. Delamere (2001) је испитивао ставове локалне заједнице о *Edmonton Folk Music Festival* на узорку од 101 испитаника. Неки аутори сматрају да ће процене применом статистичких метода бити добре само онда ако узорак садржи минимум 51 јединицу (Bagozzi, 1981). Узимајући у обзир наведено може се закључити да је узорак коришћен у овом истраживању ( $N_1=301$  за EXIT фестивал и  $N_2=204$  за SZIGET фестивал) репрезентативан.

Подаци прикупљени анкетањем становника Новог Сада и Будимпеште унети су у базу података и све даље анализе спроведене су помоћу SPSS статистичког пакета за друштвене науке (енг. Statistical Package for Social Science - SPSS), верзија 20.0. У циљу истраживања ефеката музичких фестивала на локалне заједнице и туризам, у анализи података примењено је више типова статистичке анализе: дескриптивна статистичка анализа, експлораторна факторска анализа, т-тест и

једнофакторска анализа варијансе (ANOVA). Програмски пакет SPSS нуди више различитих пост-хок тестова (тестови Bonferroni, Duncan, Dunnett, LSD, Scheffe, Sidak, итд.), који се користе за одређивање значајности разлике између појединих група. У овом раду је коришћен пост-хок Scheffe тест, као један од најчешће примењиваних. Узорак испуњава основне услове за примену параметријских тестова, односно, подаци који се користе у анализама потичу са интервалне скале и нормално се дистрибуирају.

## РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА И ДИСКУСИЈА

У овом поглављу дисертације приказани су резултати добијени помоћу инструмената и анализа образложених у претходном поглављу рада. Сви добијени резултати пропраћени су дискусијом. У првом делу поглавља анализирани су социодемографске карактеристике испитаника и њихова посета фестивалима, затим резултати тестирања модификоване *FSIAS* скале применом експлораторне факторске анализе, резултати дескриптивне статистичке анализе, т-теста за независне узорке и једнофакторске анализе варијансе. У другом делу применом анализе важности и перформанси и т-теста за зависне узорке извршена је компарација ефеката музичких фестивала *EXIT* и *SZIGET* на локалне заједнице.

### СОЦИОДЕМОГРАФСКЕ КАРАКТЕРИСТЕ ИСПИТАНИКА

Социодемографске карактеристике учесника у истраживању ефеката музичких фестивала *EXIT* и *SZIGET* на локално становништво Новог Сада, односно Будимпеште као места у којима се ови фестивали одржавају, могу се видети у Табели 12.

У истраживању је учествовало укупно 505 испитаника од тога 301 испитаник из Новог Сада и 204 испитаника из Будимпеште. Од укупног броја испитаника из Новог Сада, њих 200 је женског пола (66,4%), а 101 испитаник је мушког пола (33,6%). Испитаници из Будимпеште су сличне полне структуре. Женских испитаника је укупно 120 (58,8%), а мушких испитаника је 84 (41,2%). Према неким од ранијих истраживања (Pizam & Pokela, 1985; Ritchie, 1988), може се претпоставити да су могуће значајне разлике у перцепцији и ставовима жена и мушкараца о утицају музичких фестивала на локалну заједницу.

Структура испитаника по годинама старости указује да је 55,5% испитаника из Новог Сада млађе од 31 годину, 30,5% испитаника има између 31 и 41 годину, док 14% испитаника има преко 41 годину. Испитаника из Будимпеште млађих од 31 годину је 54,4%, између 31 и 41 годину старости 27,5% и старијих од 41 годину 18,1%. У истраживању су изузета сва лица која имају мање од 15 година. Како је анкета вршена путем интернета, директним слањем на интернет адресе становника Новог Сада и Будимпеште, али и путем друштвених мрежа (*facebook*, мреже професора и студената факултета у Будимпешти), као и да су посетиоци музичких фестивала (а самим тим и они који су заинтересовани за тему музичких фестивала) чешће млађе особе, претпоставља се да су млађе особе биле спремније на одговарање на питања која су у вези са музичким фестивалима *EXIT* и *SZIGET*.

Структура испитаника према занимању показује да је међу испитаницима из Новог Сада подједнак број запослених у приватном сектору (40,9%) и незапослених (40,5%), док су запослени у државним институцијама и невладиним организацијама заступљени са 18,6%. Испитаници из Будимпеште су најбројнији у групи запослених у приватним предузећима, чак 53%, запослених у државним институцијама и невладиним организацијама има 19,1%, а незапослених 27,9%. Велики број незапослених се односи и на ученике и студенте који су попуњавали анкету, а који су у најбројнијој старосној групи, до 31 годину. У Новом Саду је генерално већа стопа незапослених (18,74% - *SIEPA* [94](http://serbia-locations.rs/municipalities-</a></p></div><div data-bbox=)

srb/municipality.php?place=novi-sad) него у Будимпешти (8,3% - Budapest Business journal <http://www.bbj.hu/keyword/unemployment+rate/1>).

Табела 12. Социодемографске карактеристике испитаника

Град/фестивал	Нови Сад/EXIT		Будимпешта/SZIGET	
Карактеристике	Апсолутне фреквенције	(%)	Апсолутне фреквенције	(%)
<b>Пол</b>				
Женски	200	66,4	120	58,8
Мушки	101	33,6	84	41,2
<b>Године старости</b>				
Мање од 31	167	55,5	111	54,4
31-41	92	30,5	56	27,5
Више од 41	42	14,0	37	18,1
<b>Дужина становања у граду</b>				
Мање од 10 година	76	25,3	68	33,3
10 до 20 година	78	25,9	42	20,6
Више од 20 година	147	48,8	94	46,1
<b>Занимање</b>				
Државни сектор и невладине организације	56	18,6	39	19,1
Приватни сектор	123	40,9	108	53,0
Незапослени	122	40,5	57	27,9
<b>Ниво образовања</b>				
Средња школа	70	23,2	50	24,5
Виша/висока школа	31	10,3	59	28,9
Факултет	133	44,2	54	26,5
Мастер, Мр, Др	67	22,3	41	20,1
<b>Да ли радите у туризму?</b>				
Да	50	16,6	35	17,2
Не	251	83,4	169	82,8
<b>Да ли сте икада посетили фестивал?</b>				
Да	216	71,8	147	72,1
Не	85	28,2	57	27,9
<b>Колико пута сте посетили фестивал?</b>				
Ниједном	85	28,2	57	27,9
Једном	34	11,3	27	13,3
Два пута	27	9,0	32	15,7
Три пута	25	8,3	19	9,3
Више од три пута	130	43,2	69	33,8
<b>Укупно</b>	<b>301</b>	<b>100,0</b>	<b>204</b>	<b>100,0</b>

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

Број испитаника који станују у Новом Саду краће од 10 година је 76 што износи 25,3%, од 10 до 20 година у Новом Саду станује 78 (25,9%) испитаника, а највећи број испитаника станује у Новом Саду дуже од 20 година, њих 147, што износи 48,8%.

Испитаника који станују у Будимпешти краће од 10 година је 68, што износи 33,3% од укупног броја испитаника, 20,6% или 42 испитаника станују у Будимпешти између 10 и 20 година, а више од 20 година у Будимпешти станује 46,1% испитаника, тј. тачно 94 испитаника. Дужина боравка може бити значајна за ставове о истраживаној теми.

Испитаници из Новог Сада су најчешће факултетског образовања, њих 44,2% има завршен факултет као највиши облик образовања, чак 22,3% испитаника има завршене постдипломске студије (мастер, магистар или доктор наука), завршену вишу или високу школу наводи 10,3% испитаника, а 23,2% испитаника је са завршеном средњом школом. Међу испитаницима из Будимпеште равномеран је распоред по образовању, наиме 24,5% испитаника има завршену средњу школу, 28,9% испитаника је завршило вишу или високу школу, 26,5% испитаника је завршило факултет, а 20,1% испитаника је завршило постдипломске студије и стекло неко од звања мастер, магистар или доктор наука.

Од укупног броја испитаника у Новом Саду, њих 16,6% ради у туризму на неком од следећих послова: у туристичкој агенцији, у туристичкој организацији, у угоститељском објекту, као туристички водич, на факултету из области туризма или у државним институцијама које се баве туризмом. На исто ово питање 17,2% испитаника из Будимпеште је потврдно одговорило.

На питање да ли су икада посетили EXIT фестивал, чак 71,8% анкетираних Новосађана је одговорило потврдно, док је 28,2% испитаника одговорило да га нису никада посетили. Анкетирани становници Будимпеште су у 72,1% случајева потврдили да су некад посетили SZIGET фестивал, а само 27,9% је рекло да нису никада посетили фестивал.

Од укупног броја анкетираних становника Новог Сада који су посетили EXIT фестивал, њих 15,7% је само једном посетило фестивал, 12,5% испитаника је два пута посетило фестивал, 11,6% је три пута посетило фестивал, а чак 60,2% је посетило фестивал више од три пута. Међу испитаницима из Будимпеште који су посетили SZIGET фестивал, највише је оних који су посетили фестивал више од три пута и то 46,9%. Фестивал је један пут посетило 18,4% испитаника, два пута 21,8% испитаника, а три пута 12,9% испитаника.

## АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА ДОБИЈЕНИХ ПОМОЋУ ЕКСПЛОРАТОРНЕ ФАКТОРСKE АНАЛИЗЕ

Да бисмо увидели коју факторску структуру има модификована *FSIAS* скала примењена у истраживању ефеката музичких фестивала EXIT и SZIGET на локалне заједнице, и да ли је структура скале у овој студији употребљена на узорку од 505 испитаника из Новог Сада и Будимпеште, сагласна са претходним истраживањима, примењена је факторска истраживачка (експлоративна) анализа. Овом анализом се прикупљају подаци о међусобним везама скупа променљивих, и тражи се начин да се ти подаци сажму помоћу мањег броја фактора или компонената (Pallant, 2011). Анализи главних компонената (*principal component analysis - PCA*) подвргнуто је 31 питање, којим су испитивани ставови становника Новог Сада и Будимпеште о



ефектима EXIT и SZIGET фестивала. За развој и вредновање скала обично се употребљава управо та врста факторске анализе (Pallant, 2011).

Вредност Кајзер-Мејер-Оклиновог показатеља (енг. *Kaiser-Meyer-Olkin measure*) била је 0,927 што премашује препоручену вредност од 0,60 (Kaiser, 1974). Такође и Бартлетов тест сферичности (енг. *Bartlett's test of sphericity*) је достигао потребну статистичку значајност ( $p = 0,000$ ), што потврђује оправданост примене експлораторне факторске анализе (Bartlett, 1954). Поред тога прегледом матрица корелација између ставки, утврђен је значајан број корелационих веза са вредностима изнад 0,3, што препоручују Tabachnick и Fidell (2007), те је закључено да су подаци прикладни за експлоративну факторску анализу.

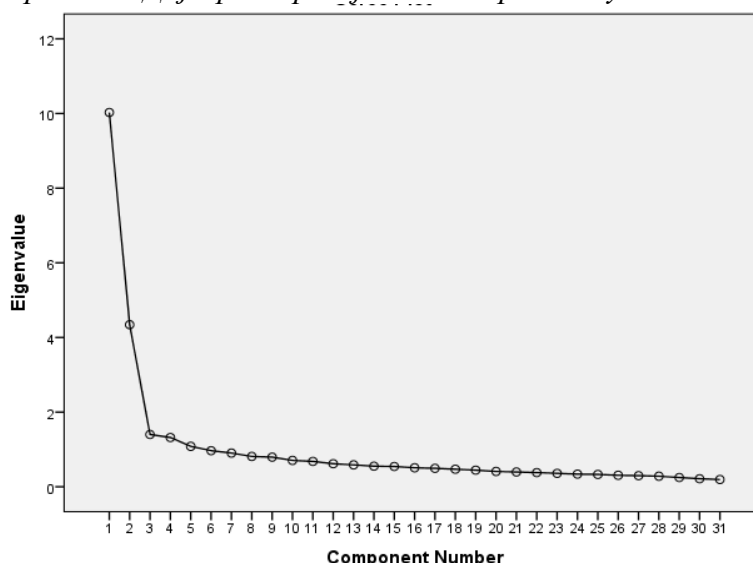
Табела 13. КМО и Bartlett тест за модификовану FSIAS скалу

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,927	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	8012,762
	df	465
	Sig.	0,000

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

Анализа главних компоненти открила је присуство пет фактора са карактеристичним вредностима изнад 1, који заједно објашњавају 58,61% укупне варијансе (32,35%, 14%, 4,52%, 4,25% и 3,49%). Прегледом дијаграма превоја утврђено је постојање јасне тачке лома иза друге компоненте. На основу Кателовог критеријума (1966) одлучено је да се за даље истраживање задрже два фактора. То двофакторско решење објашњава укупно 46,35% варијансе, при чему је допринос првог фактора 32,35%, а другог фактора 14%. Такође, свих 31 питања има велике факторске тежине изнад 0,5 за прва два фактора. Према ауторима Nair et al., (2010) на узорку величине 350 субјеката и више засићења са вредностима једнаким и већим од 0,3, треба узети у разматрање. Врло мало питања уопште има факторске тежине за факторе 3, 4 и 5, што указује да би решење са само два фактора било примереније.

Графикон 2. Дијаграм превоја за модификовану FSIAS скалу



Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

Да би се лакше протумачила два фактора, спроведена је Облимин ротација (енг. *Direct Oblimin*). Ротирано решење је открило постојање чисте факторске структуре, при чему оба фактора имају високе факторске тежине (изнад 0,5) и све променљиве дају знатне тежине само по једном од фактора. Ставке о позитивним ефектима музичких фестивала на локалну заједницу дају велике тежине фактору 1, те је стога овај фактор назван позитивни ефекти - друштвене користи (енг. *social benefits*), док питања о негативним ефектима дају велике тежине фактору 2, због чега је овај фактор именован као негативни ефекти - друштвени трошкови (енг. *social costs*). Delamere (2001) је, такође, утврдио основну двофакторску структуру FSIAS скале.

Поузданост мерног инструмента испитана је применом Кронбаховог алфа ( $\alpha$ ) коефицијента (енг. *Cronbach's Alpha Reliability Coefficient*). Овај мерни инструмент је међу најчешће употребљиваним показатељима унутрашње сагласности скале, тј. степена сродности ставки од којих се скала састоји (Pallant, 2011). У идеалном случају Кронбахов алфа коефицијент треба да буде већи од 0,7 (DeVellis, 2003). У овој студији Кронбахов алфа коефицијент за предложено двофакторско решење износи:  $\alpha=0,937$  за фактор позитивни ефекти ( $\Phi 1$ ), а за фактор негативни ефекти ( $\Phi 2$ )  $\alpha=0,863$ , што сугерише адекватну интерну конзистентност издвојених фактора. Кронбахов алфа коефицијент за целу скалу од 31 питања износи 0,874.

Као што је приказано у Табели 14, Фактор један ( $\Phi 1$ ) назван позитивни ефекти - друштвене користи обухвата 22 варијабле. Фактором је објашњено 32,35% укупне варијансе са карактеристичном вредности од 10,027. Фактором два ( $\Phi 2$ ) обухваћено је девет негативних ефеката фестивала, и овај фактор објашњава 14% укупне варијансе и карактеристична вредност износи 4,342.

Табела 14. Резултати експлораторне факторске анализе за ставке модификоване FSIAS скале

Фактори	Факторска оптерећења	Карактеристичне вредности	Објашњена варијанса	Кронбахов коефицијент $\alpha$
<b><math>\Phi 1</math> Позитивни ефекти - друштвене користи</b>		<b>10,027</b>	<b>32,35</b>	<b>0,937</b>
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	0,695			
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	0,713			
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	0,505			
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија.	0,684			
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	0,784			
Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	0,649			
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	0,698			
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	0,744			
Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	0,740			
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	0,694			

Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	0,578			
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	0,710			
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	0,745			
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	0,621			
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	0,692			
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	0,710			
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	0,498			
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	0,539			
Посетиоци фестивала се коректно понашају	0,472			
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	0,508			
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	0,637			
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	0,645			
<b>Ф2 Негативни ефекти - друштвени трошкови</b>		<b>4,342</b>	<b>14</b>	<b>0,863</b>
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	0,618			
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	0,683			
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	0,630			
У граду је велика гужва током трајања фестивала	0,800			
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	0,749			
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	0,681			
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	0,749			
Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	0,586			
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	0,661			

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

## ДЕСКРИПТИВНА СТАТИСТИЧКА АНАЛИЗА

Дескриптивна статистичка анализа представља основну меру којом, на основу добијених података, описујемо посматрани узорак. Анализа је примењена за израчунавање просечних оцена по питањима и по факторима коришћене скале. Применом ове методе могу се приказати подаци у облику броја случајева, у оквиру појединих категорија, процентуалних и апсолутних приказа (фреквенције) и проценти мере централне тенденције (аритметичка средина, мод и медијана), стандардна девијација и мере дисперзије, односно одступања резултата (Турјачанин и Чекрлија, 2006).

Аритметичка средина је мера која се најчешће приказује у статистичким извештајима и указује на средњу вредност у дистрибуцији фреквенција.

Стандардна девијација (енг. Standard deviation -  $\sigma$ ) показује средњу меру одступања појединачних вредности обележја од аритметичке средине и увек је позитивна вредност или нула.

Табела 15 показује просечне оцене тј. слагање са назначеним ставовима становника Новог Сада и Будимпеште, а у вези са ефектима које имају музички фестивали EXIT и SZIGET на њих.

Вредности аритметичке средине (M), односно просечне оцене ставова се крећу у распону од 2,59 (најнижа вредност) до 4,73 (највиша вредност), за EXIT фестивал и од 2,25 (најнижа вредност) до 4,44 (највиша вредност) за SZIGET фестивал. Највећу просечну оцену, становници Новог Сада су дали ставу „Услед одржавања EXIT фестивала град Нови Сад се промовише ван граница државе“ (4,73), становници Будимпеште су исти став „Услед одржавања SZIGET фестивала град Будимпешта се промовише ван граница државе“, оценили највишом оценом (4,44), што потврђује да ови фестивали доприносе развоју туризма на овим дестинацијама. Следећи став са којим се становници Новог Сада највише слажу је „Услед одржавања EXIT фестивала побољшан је имиџ града“ (4,40), што указује да испитаници сматрају да је одржавање EXIT фестивала, значајно за промоцију и имиџ Новог Сада.

До сличних резултата је дошао и Magnússon (2010) испитујући утицај Карневала у Алборгу (Данска). Локално становништво највишим оценама оцењује став да је услед одржавања карневала, побољшан имиџ њиховог града.

Испитаници из Новог Сада су високим оценама оценили и слагање са ставовима: „Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода“ (4,31) и „Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија“ (4,09).

За наведене ставове испитаника из Новог Сада који су оцењени највишим просечним оценама изнад 4, стандардна девијација је мања од 1, што указује да се испитаници махом слажу у оцени ових атрибута.

Weaver and Robinson (1989) наводе да фестивали подижу понос и дух заједнице, показују другима по чему је заједница јединствена и специфична, унапређују имиџ заједнице и представљају могућност за заједницу да открије и развије културне вештине и таленте, као и да учествује у новим активностима. До сличних резултата дошло се и у овом истраживању, што се може закључити на основу података у Табели 15.

Табела 15. Дескриптивна статистичка анализа за EXIT и SZIGET фестивал

Ставови	EXIT			SZIGET		
	Ранг	М	$\sigma$	Ранг	М	$\sigma$
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	1	4,73	0,636	1	4,44	0,889
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	2	4,4	0,853	8	3,57	1,211
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	3	4,31	0,864	3	3,75	1,151
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија.	4	4,09	0,972	6	3,64	1,177
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	5	3,95	1,152	18	3,13	1,278
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	6	3,92	1,102	5	3,65	1,101
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	7	3,89	1,132	26	2,87	1,163
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	8	3,83	1,07	2	3,79	1,073
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	9	3,81	1,147	9	3,51	1,142
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	10	3,76	1,112	13	3,36	1,226
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	11	3,75	1,092	10	3,5	1,193
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	12	3,71	1,131	27	2,84	1,205
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	13	3,70	1,06	15	3,26	1,135
Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	14	3,69	1,167	19	3,11	1,194
У граду је велика гужва током трајања фестивала	15	3,68	1,182	19	3,11	1,208
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	16	3,63	1,244	4	3,72	1,122
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	17	3,6	1,036	7	3,58	1,049
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	18	3,58	1,24	23	3,05	1,289
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	19	3,55	1,114	12	3,38	1,017
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	20	3,45	1,201	11	3,39	1,111
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	21	3,44	1,304	24	2,99	1,242
Посетиоци фестивала се коректно понашају	22	3,28	1,1	17	3,15	1,023
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	23	3,21	1,137	28	2,79	1,092
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	24	3,18	1,288	14	3,27	1,154
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	25	3,04	1,394	19	3,11	1,161
Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	26	3,03	1,27	30	2,57	1,14
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	27	3,01	1,23	25	2,9	1,168
Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	28	2,89	1,269	19	3,11	1,235
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	29	2,79	1,033	29	2,78	1,141
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	30	2,61	1,304	16	3,18	1,145
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	31	2,59	1,218	31	2,25	1,146
<b>Ф1 Позитивни ефекти</b>		<b>3,67</b>	<b>0,729</b>		<b>3,35</b>	<b>0,738</b>
<b>Ф2 Негативни ефекти</b>		<b>3,26</b>	<b>0,862</b>		<b>3,00</b>	<b>0,807</b>

Напомена: М – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

Најниже просечне оцене испитаници из Новог Сада дају ставовима „Повећана је стопа криминала у граду за време EXIT фестивала“ (2,59) и „Прилив посетилаца EXIT фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице“ (2,61). Како ови ставови спадају у групу негативних ефеката, а просечне оцене означавају да се испитаници углавном не слажу са наведеним ставовима, можемо закључити да становници Новог Сада сматрају да EXIT фестивал не остварује значајне негативне ефекте на локалну заједницу. Највишим просечним оценама становници Новог Сада оценили су позитивне ефекте тј. ставове који означавају друштвене користи, а са којима се испитаници углавном слажу, те се може закључити да испитаници из Новог Сада сматрају да EXIT фестивал остварује веће позитивне од негативних ефеката на локалну заједницу.

Став „Локална заједница је укључена у организовање фестивала“ испитаници из Новог Сада оцењују просечном оценом 3,21, а испитаници из Будимпеште 2,79. И једна и друга локална заједница није сигурна у укљученост у организовање фестивала. Како су становници Будимпеште овај став оценили знатно нижом оценом, може се закључити да се они мање слажу са овим ставом.

Став „Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице“ испитаници из Новог Сада оцењују просечном оценом 3,03, а испитаници из Будимпеште 2,57, што указује да ни једни ни други не перципирају да фестивал побољшава квалитет њиховог живота. Менаџмент фестивала, као и саме дестинације би требао да уложи више напора да се овај став побољша.

„Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала“ испитаници из Новог Сада и Будимпеште оцењују сличним и доста ниским оценама, 2,79 просечна оцена испитаника из Новог Сада и 2,78 испитаника из Будимпеште. Ове оцене гравитирају ка оцени 3 што значи да нису сигурни или да немају мишљење о овом ставу, али значи и да је доста испитаника оценило овај став изузетно ниским оценама. Такође, ниске оцене указују да се ни на једној и на другој дестинацији не раде истраживања о ставовима локалне заједнице у вези са фестивалима, већ се више акценат ставља на истраживање ставова посетилаца фестивала, а нарочито страних посетилаца.

Негативни ставови који су оцењени високим оценама од стране испитаника из Новог Сада су: „Ниво буке у граду је повећан за време фестивала“ (3,71), „Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала“ (3,69) и „У граду је велика гужва током трајања фестивала“ (3,68). Организатори би могли да се угледају на организаторе SZIGET фестивала који су пронашли решења за ове негативне ефекте (детаљније у поглављу о SZIGET фестивалу).

Најнижу просечну оцену (2,25) испитаници из Будимпеште су попут испитаника из Новог Сада дали ставу „Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала“, што значи да се ни они не слажу са овим ставом.

Аутори Bagıran и Kurgun (2013) су дошли до закључка да одржавање фестивала не повећава деликвентне активности, криминал и вандализам, као и да оснажује идентитет локалне заједнице. Резултати истих аутора показују и негативне ефекте фестивала који се односе на повећану гужву у саобраћају, еколошку штету и загађење.

Неколико истраживања показује да су два главна проблема створена услед туристичке активности у неком месту – повећана гужва у саобраћају и притисак на локалне услуге (Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt, 2005; Gursoy, Jurowski, & Uysal, 2002; Jurowski, Uysal, & Williams, 1997; Keogh, 1990; Tosun, 2002). Испитаници из Новог Сада и из Будимпеште нису сигурни (просечне оцене гравитирају ка оцени 3)

да је локални саобраћај преоптерећен и да су велике гужве у саобраћају, те да су простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница претрпани у време одржавања фестивала.

Општи закључак истраживања које су спровели Bagiran и Kurgun (2013) јесте да су социјалне користи боље оцењене код локалног становништва тј. да сматрају да су већи позитивни ефекти које доноси одржавање фестивала у њиховој заједници. На основу просечних оцена фактора (за EXIT фестивал  $\Phi_1=3,67$  и  $\Phi_2=3,26$ , и за SZIGET фестивал  $\Phi_1=3,35$  и  $\Phi_2=3,00$ ) може се закључити да испитаници из Новог Сада и Будимпеште више перципирају позитивне ефекте фестивала на локалну заједницу, при чему испитаници из Новог Сада оба фактора, односно групе ефеката оцењују вишим просечним оценама.

Испитаницима из оба града је било постављено питање да ли у току трајања фестивала продају неке производе или пружају одређене услуге посетиоцима фестивала, при чему су могли да изаберу више одговора. Детаљни одговори се могу видети у Табели 16.

Табела 16. Да ли локално становништво остварује личне, директне користи од фестивала SZIGET и EXIT?

Одговори:	EXIT/Нови Сад N= 301 Број испитаника	SZIGET/Будимпешта N=204 Број испитаника
Продајем домаће производе (ракију, вино, сир, шунку, мед...)	12	7
Продајем сувенире	19	6
Продајем другу робу широке потрошње	6	3
Пружам услуге смештаја посетиоцима фестивала	34	14
Пружам услуге превоза посетиоцима фестивала	13	6
Пружам услуге водича на дестинацији посетиоцима фестивала	11	10
Организујем излете за посетиоце фестивала	14	18
Друго	0	0
Ништа од наведеног	238	186

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на основу одговора испитаника

Од укупног броја испитаника из Новог Сада, њих 79% и чак 91,2% испитаника из Будимпеште наводи да не учествује у директној продаји, нити пружању услуга посетиоцима фестивала. Уочљиво је да највише испитаника из Новог Сада пружа посетиоцима EXIT фестивала услуге смештаја, а најмање испитаника продаје посетиоцима другу робу широке потрошње, док у Будимпешти, највише испитаника организује излете за посетиоце SZIGET фестивала, а најмање испитаника, као и у Новом Саду, продаје другу робу широке потрошње.

У последњем делу упитника испитаницима је дата шанса да кажу шта желе о музичким фестивалима EXIT и SZIGET, али су одговори на ова питања посматрани више информативно него што је планирано да буду коришћени у анализи. Исто можемо приметити код Magnússon (2010) који наводи да су у делу слободни коментари испитаници углавном изосили негативне критике, али које не утичу битно на перцепцију ефеката од фестивала, јер и сами испитаници наводе да су то појаве које су краткотрајне и да се испољавају док траје фестивал.

## АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА Т-ТЕСТА ЗА НЕЗАВИСНЕ УЗОРКЕ

Т-тест независних узорака (енг. *Independent samples T-test*) се употребљава за поређење средње вредности непрекидне променљиве у две различите групе субјеката. Циљ је утврдити да ли постоји статистички значајна разлика у просечном резултату мерења неког обележја у две групе (Турјачанин и Чекрлија, 2006).

Приликом утврђивања статистичке значајности добијене вредности т-теста, узима се ниво вероватноће ризика од 5%. За велике узорке ( $N \geq 200$ ) на нивоу значајности од 5% или мањем ( $p < 0,05$ ),  $t$  вредност мора бити најмање 1,98 (Pallant, 2011). Т-тест је рађен на нивоу значајности  $p < 0,05$ .

Т-тестом независних узорака биће тестиране укупно три независне варијабле: пол, место пребивалишта и посета фестивала. У случају испитивања овог типа, Т-тест показује да ли ће између три независне варијабле и зависних варијабли (31 став о ефектима фестивала груписан у два фактора названа позитивни и неативни ефекти фестивала) постојати статистички значајна веза.

### *Т-тест према полу*

На основу добијених резултата (Табела 17), може се закључити да постоји статистички значајна разлика у мишљењу испитаника женског и мушког пола из Новог Сада о следећим ефектима EXIT фестивала:

1. „Услед одржавања EXIT фестивала Нови Сад се промовише ван граница државе“
2. „Услед одржавања EXIT фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице“
3. „Услед одржавања EXIT фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари“
4. „Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања EXIT фестивала“
5. „EXIT фестивал има велики значај за упознавање локалне културе Новог Сада од стране посетилаца фестивала“
6. „Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања EXIT фестивала“
7. „Прилив посетилаца EXIT фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице“
8. „Повећана је стопа криминала у граду за време EXIT фестивала“.

Код наведених позитивних ефеката EXIT фестивала (првих пет) испитанице дају више просечне оцене у односу на испитанике, односно жене више перципирају



позитивне ефекте фестивала у односу на мушкарце, док мушкарци дају више просечне оцене негативним ефектима фестивала у односу на жене. За преостала 23 става о ефектима EXIT фестивала, не постоји статистички значајна разлика између особа женског и мушког пола, односно и жене и мушкарци деле исто мишљење.

Табела 17. Т-тест према полу

Ставови	Пол	EXIT				SZIGET			
		М	$\sigma$	t	p	М	$\sigma$	t	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	Ж	4,45	0,819	1,376	0,170	3,49	1,152	-	0,250
	М	4,31	0,914			3,69	1,289	1,155	
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Ж	3,92	1,164	0,459	0,647	2,83	1,087	-	0,566
	М	3,85	1,071			2,93	1,269	0,575	
<b>Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе</b>	Ж	4,80	0,530	<b>2,365</b>	<b>0,019</b>	4,48	0,850	0,649	0,517
	М	4,59	0,790			4,39	0,944		
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија.	Ж	4,17	0,930	1,942	0,053	3,76	1,108	1,765	0,079
	М	3,94	1,038			3,46	1,256		
<b>Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу</b>	Ж	3,83	1,109	1,412	0,159	3,52	1,108	<b>2,088</b>	<b>0,038</b>
	М	3,63	1,111			3,14	1,355		
Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	Ж	2,91	1,288	0,377	0,706	3,19	1,162	1,160	0,248
	М	2,85	1,236			2,99	1,331		
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Ж	3,78	1,062	0,577	0,564	3,58	1,097	1,264	0,208
	М	3,70	1,154			3,37	1,315		
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Ж	3,84	1,136	0,695	0,488	3,47	1,100	-	0,474
	М	3,74	1,172			3,58	1,204	0,717	
<b>Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице</b>	Ж	3,16	1,265	<b>2,490</b>	<b>0,013</b>	2,60	1,095	0,469	0,640
	М	2,77	1,248			2,52	1,207		
<b>Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари</b>	Ж	3,65	1,160	<b>1,122</b>	<b>0,264</b>	3,08	1,278	0,343	0,732
	М	3,47	1,382			3,01	1,313		
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Ж	3,10	1,367	1,112	0,267	3,05	1,144	-	0,396
	М	2,91	1,443			3,19	1,187	0,850	
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Ж	3,99	1,087	1,437	0,152	3,68	1,078	0,356	0,722
	М	3,79	1,125			3,62	1,140		
<b>Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала</b>	Ж	3,80	1,053	<b>2,179</b>	<b>0,030</b>	3,31	1,060	0,655	0,513
	М	3,51	1,055			3,20	1,240		
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Ж	3,68	1,244	0,924	0,356	3,71	1,118	-	0,911
	М	3,53	1,246			3,73	1,134	0,112	
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	Ж	4,37	0,829	1,826	0,069	3,78	1,124	0,566	0,572
	М	4,18	0,921			3,69	1,192		
<b>Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала</b>	Ж	4,12	1,085	<b>3,430</b>	<b>0,001</b>	3,16	1,223	0,346	0,729
	М	3,62	1,215			3,10	1,359		

Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	Ж	3,56	1,031	-1,171	0,243	3,47	1,053	-	0,058
	М	3,70	1,044			3,75	1,028	1,910	
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	Ж	3,55	1,111	-0,105	0,916	3,16	0,979	-	0,000
	М	3,56	1,126			3,69	0,994	3,798	
Посетиоци фестивала се коректно понашају	Ж	3,32	1,082	0,723	0,470	3,05	0,969	-	0,089
	М	3,22	1,137			3,30	1,084	1,710	
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	Ж	3,88	1,056	0,938	0,349	3,93	0,945	2,086	0,039
	М	3,75	1,099			3,60	1,214		
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	Ж	3,30	1,102	1,848	0,066	2,85	1,010	0,922	0,343
	М	3,04	1,191			2,70	1,200		
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	Ж	2,87	1,069	1,841	0,067	2,84	1,045	0,829	0,409
	М	2,63	0,946			2,70	1,269		
Нарушава се нормална рутинa и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	Ж	3,00	1,294	-3,496	0,001	3,33	1,032	0,904	0,367
	М	3,53	1,205			3,18	1,309		
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	Ж	3,43	1,217	-477	0,633	3,58	1,026	2,994	0,003
	М	3,50	1,172			3,12	1,176		
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	Ж	2,50	1,280	-2,128	0,034	3,30	1,026	1,709	0,089
	М	2,83	1,327			3,01	1,285		
У граду је велика гужва током трајања фестивала	Ж	3,65	1,214	-0,641	0,522	3,36	1,143	3,568	0,000
	М	3,74	1,119			2,76	1,219		
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	Ж	2,96	1,237	-1,025	0,306	3,03	1,119	1,854	0,066
	М	3,11	1,216			2,71	1,218		
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	Ж	3,64	1,186	-1,701	0,090	2,82	1,152	-	0,709
	М	3,86	1,000			2,88	1,284	0,374	
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	Ж	3,38	1,305	-1,159	0,247	3,25	1,176	3,755	0,000
	М	3,56	1,299			2,61	1,242		
Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	Ж	3,71	1,201	0,396	0,692	3,27	1,113	2,294	0,023
	М	3,65	1,099			2,88	1,274		
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	Ж	2,49	1,211	-1,975	0,049	2,33	1,147	1,169	0,244
	М	2,78	1,213			2,14	1,142		

Напомена: М – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација,  $t$  – вредност статистика (предзнак није битан),  $p$  – ниво значајности ( $p < 0,05$ )

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

Код испитаника из Будимпеште, такође, постоје статистички значајне разлике у мишљењу испитаника различитог пола о следећим ефектима SZIGET фестивала:

1. „SZIGET фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу“

2. „Безбедност локалног становништва за време SZIGET фестивала је на високом нивоу“
3. „Програм SZIGET фестивала је увек богат и разноврстан“
4. „Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања SZIGET фестивала“
5. „У граду је велика гужва током трајања SZIGET фестивала“
6. „Нарушена је чистоћа и уређеност града за време SZIGET фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима“
7. „Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала“.

У случају испитаника из Будимпеште о наведеним ефектима SZIGET фестивала, испитанице дају више просечне оцене у односу на испитанике како за позитивне, тако и за негативне ефекте фестивала, односно жене више осећају ефекте фестивала у односу на мушкарце. Само код става „Безбедност локалног становништва за време SZIGET фестивала је на високом нивоу“ мушкарци дају више просечне оцене у односу на жене. О свим осталим ефектима SZIGET фестивала, не постоји статистички значајна разлика између испитаника различитог пола, односно они деле исто мишљење.

До сличних резултата дошли су и аутори који су испитивали перцепцију становника Пекинга о Олимпијским играма које су се одржале 2008. године у њиховом граду. Наиме, испитанице су вишим оценама оцењивале и позитивне и негативне утицаје овог великог догађаја у односу на испитанике мушког пола (Lee et. al 2013). Magnússon (2010) у истраживању о ефектима карневала на локалну заједницу града Алборг у Данској такође примећује да испитанице оцењују нешто вишим оценама и позитивне и негативне утицаје на локалну заједницу.

Табела 18. Т-тест према полу и по факторима

Фактори	Пол	EXIT					SZIGET				
		N	M	$\sigma$	t	p	N	M	$\sigma$	t	p
Ф1 Позитивни ефекти	Ж	200	3,73	0,729	1,878	0,061	120	3,36	0,676	0,254	0,799
	М	101	3,56	0,718			84	3,33	0,822		
Ф2 Негативни ефекти	Ж	200	3,19	0,873	-	0,053	120	3,14	0,733	<b>2,840</b>	<b>0,005</b>
	М	101	3,40	0,827			84	2,81	0,870		

Напомена: N - број испитаника, M – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација, t – вредност статистика (предзнак није битан), p – ниво значајности ( $p < 0,05$ )

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

У Табели 18 представљени су резултати Т-теста према полу и према факторима. Запажа се да не постоји статистички значајна разлика у мишљењу испитаника женског и мушког пола из Новог Сада о позитивним ефектима (Ф1), као ни о негативним ефектима (Ф2) EXIT фестивала. У случају SZIGET фестивала, постоји статистички значајна разлика у мишљењу испитаника женског и мушког пола из Будимпеште о негативним ефектима фестивала (Ф2), при чему жене више перципирају ове ефекте у односу на мушкарце.

На основу добијених резултата може се закључити да не постоје статистички значајне разлике у ставовима локалног становништва о ефектима музичких фестивала у односу на пол испитаника (на нивоу значајности  $p \leq 0,05$ ;  $t \geq 1,98$ ), чиме је **оповргнута** потхипотеза  $H_{1a}$ , изузев у случају Ф2 код SZIGET фестивала.

***T-тест према посети фестивалу***

На основу добијених резултата (Табела 19), може се закључити да постоји статистички значајна разлика у више ставова међу становницима Новог Сада који су посетили EXIT фестивал и оних који нису никада посетили овај фестивал. Статистички значајна разлика постоји у мишљењу о већини ставова, док код становника Будимпеште разлика у мишљењима између испитаника који су посетили SZIGET фестивал и оних који га нису посетили постоји тек у неколико случајева.

Из Табеле 19 је видљиво да су испитаници који су посетили фестивал, било EXIT или SZIGET, давали више оцене, то јест, више су перципирали позитивне ефекте музичких фестивала на локалну заједницу, док су испитаници који никада нису посетили фестивал давали мање оцене за ставове који означавају позитивне ефекте фестивала, а више оцене за ставове који означавају негативне ефекте фестивала.

Табела 19. T-тест према посети фестивалу

Ставови	Посета	EXIT				SZIGET																																																																																																																																																																																																											
		M	$\sigma$	t	p	M	$\sigma$	t	p																																																																																																																																																																																																								
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	Да	4,56	0,687	<b>4,293</b>	<b>0,000</b>	3,71	1,159	<b>2,706</b>	<b>0,007</b>																																																																																																																																																																																																								
	Не	4,01	1,086			3,21	1,278			Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Да	4,06	1,042	<b>3,747</b>	<b>0,000</b>	2,90	1,163	0,500	0,618	Не	3,48	1,250	2,81	1,172	Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	Да	4,81	0,507	<b>2,842</b>	<b>0,005</b>	4,51	0,814	1,607	0,112	Не	4,53	0,853	4,26	1,044	Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија.	Да	4,14	0,956	1,439	0,151	3,67	1,189	0,705	0,482	Не	3,96	1,005	3,54	1,151	Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Да	3,91	1,012	<b>3,384</b>	<b>0,001</b>	3,38	1,218	0,340	0,734	Не	3,39	1,264	3,32	1,256	Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	Да	3,10	1,264	<b>4,772</b>	<b>0,000</b>	3,14	1,275	0,523	0,602	Не	2,35	1,120	3,04	1,133	Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Да	3,92	0,988	<b>3,966</b>	<b>0,000</b>	3,54	1,178	0,944	0,346	Не	3,33	1,229	3,37	1,234	Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Да	4,04	1,031	<b>5,967</b>	<b>0,000</b>	3,58	1,104	1,277	0,203	Не	3,21	1,216	3,35	1,232	Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Да	3,23	1,251	<b>4,611</b>	<b>0,000</b>	2,56	1,123	-0,080	0,936	Не	2,51	1,171	2,58	1,194	Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Да	3,78	1,155	<b>4,553</b>	<b>0,000</b>	3,05	1,289	-0,025	0,980	Не	3,08	1,311	3,05	1,301	Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Да	3,06	1,398	0,469	0,640	3,12	1,144	0,154	0,878	Не	2,98	1,389	3,09	1,214	Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Да	4,11	1,027	<b>4,847</b>	<b>0,000</b>	3,75	1,091	<b>2,021</b>	<b>0,045</b>	Не	3,45	1,150	3,40	1,100	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267	Не	3,44	1,096	3,12	1,036	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Да	4,06	1,042	<b>3,747</b>	<b>0,000</b>	2,90	1,163	0,500	0,618																																																																																																																																																																																																								
	Не	3,48	1,250			2,81	1,172			Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	Да	4,81	0,507	<b>2,842</b>	<b>0,005</b>	4,51	0,814	1,607	0,112	Не	4,53	0,853	4,26	1,044	Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија.	Да	4,14	0,956	1,439	0,151	3,67	1,189	0,705	0,482	Не	3,96	1,005	3,54	1,151	Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Да	3,91	1,012	<b>3,384</b>	<b>0,001</b>	3,38	1,218	0,340	0,734	Не	3,39	1,264	3,32	1,256	Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	Да	3,10	1,264	<b>4,772</b>	<b>0,000</b>	3,14	1,275	0,523	0,602	Не	2,35	1,120	3,04	1,133	Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Да	3,92	0,988	<b>3,966</b>	<b>0,000</b>	3,54	1,178	0,944	0,346	Не	3,33	1,229	3,37	1,234	Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Да	4,04	1,031	<b>5,967</b>	<b>0,000</b>	3,58	1,104	1,277	0,203	Не	3,21	1,216	3,35	1,232	Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Да	3,23	1,251	<b>4,611</b>	<b>0,000</b>	2,56	1,123	-0,080	0,936	Не	2,51	1,171	2,58	1,194	Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Да	3,78	1,155	<b>4,553</b>	<b>0,000</b>	3,05	1,289	-0,025	0,980	Не	3,08	1,311	3,05	1,301	Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Да	3,06	1,398	0,469	0,640	3,12	1,144	0,154	0,878	Не	2,98	1,389	3,09	1,214	Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Да	4,11	1,027	<b>4,847</b>	<b>0,000</b>	3,75	1,091	<b>2,021</b>	<b>0,045</b>	Не	3,45	1,150	3,40	1,100	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267	Не	3,44	1,096	3,12	1,036	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836										
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	Да	4,81	0,507	<b>2,842</b>	<b>0,005</b>	4,51	0,814	1,607	0,112																																																																																																																																																																																																								
	Не	4,53	0,853			4,26	1,044			Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија.	Да	4,14	0,956	1,439	0,151	3,67	1,189	0,705	0,482	Не	3,96	1,005	3,54	1,151	Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Да	3,91	1,012	<b>3,384</b>	<b>0,001</b>	3,38	1,218	0,340	0,734	Не	3,39	1,264	3,32	1,256	Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	Да	3,10	1,264	<b>4,772</b>	<b>0,000</b>	3,14	1,275	0,523	0,602	Не	2,35	1,120	3,04	1,133	Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Да	3,92	0,988	<b>3,966</b>	<b>0,000</b>	3,54	1,178	0,944	0,346	Не	3,33	1,229	3,37	1,234	Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Да	4,04	1,031	<b>5,967</b>	<b>0,000</b>	3,58	1,104	1,277	0,203	Не	3,21	1,216	3,35	1,232	Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Да	3,23	1,251	<b>4,611</b>	<b>0,000</b>	2,56	1,123	-0,080	0,936	Не	2,51	1,171	2,58	1,194	Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Да	3,78	1,155	<b>4,553</b>	<b>0,000</b>	3,05	1,289	-0,025	0,980	Не	3,08	1,311	3,05	1,301	Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Да	3,06	1,398	0,469	0,640	3,12	1,144	0,154	0,878	Не	2,98	1,389	3,09	1,214	Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Да	4,11	1,027	<b>4,847</b>	<b>0,000</b>	3,75	1,091	<b>2,021</b>	<b>0,045</b>	Не	3,45	1,150	3,40	1,100	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267	Не	3,44	1,096	3,12	1,036	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																									
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија.	Да	4,14	0,956	1,439	0,151	3,67	1,189	0,705	0,482																																																																																																																																																																																																								
	Не	3,96	1,005			3,54	1,151			Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Да	3,91	1,012	<b>3,384</b>	<b>0,001</b>	3,38	1,218	0,340	0,734	Не	3,39	1,264	3,32	1,256	Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	Да	3,10	1,264	<b>4,772</b>	<b>0,000</b>	3,14	1,275	0,523	0,602	Не	2,35	1,120	3,04	1,133	Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Да	3,92	0,988	<b>3,966</b>	<b>0,000</b>	3,54	1,178	0,944	0,346	Не	3,33	1,229	3,37	1,234	Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Да	4,04	1,031	<b>5,967</b>	<b>0,000</b>	3,58	1,104	1,277	0,203	Не	3,21	1,216	3,35	1,232	Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Да	3,23	1,251	<b>4,611</b>	<b>0,000</b>	2,56	1,123	-0,080	0,936	Не	2,51	1,171	2,58	1,194	Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Да	3,78	1,155	<b>4,553</b>	<b>0,000</b>	3,05	1,289	-0,025	0,980	Не	3,08	1,311	3,05	1,301	Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Да	3,06	1,398	0,469	0,640	3,12	1,144	0,154	0,878	Не	2,98	1,389	3,09	1,214	Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Да	4,11	1,027	<b>4,847</b>	<b>0,000</b>	3,75	1,091	<b>2,021</b>	<b>0,045</b>	Не	3,45	1,150	3,40	1,100	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267	Не	3,44	1,096	3,12	1,036	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																																								
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Да	3,91	1,012	<b>3,384</b>	<b>0,001</b>	3,38	1,218	0,340	0,734																																																																																																																																																																																																								
	Не	3,39	1,264			3,32	1,256			Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	Да	3,10	1,264	<b>4,772</b>	<b>0,000</b>	3,14	1,275	0,523	0,602	Не	2,35	1,120	3,04	1,133	Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Да	3,92	0,988	<b>3,966</b>	<b>0,000</b>	3,54	1,178	0,944	0,346	Не	3,33	1,229	3,37	1,234	Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Да	4,04	1,031	<b>5,967</b>	<b>0,000</b>	3,58	1,104	1,277	0,203	Не	3,21	1,216	3,35	1,232	Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Да	3,23	1,251	<b>4,611</b>	<b>0,000</b>	2,56	1,123	-0,080	0,936	Не	2,51	1,171	2,58	1,194	Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Да	3,78	1,155	<b>4,553</b>	<b>0,000</b>	3,05	1,289	-0,025	0,980	Не	3,08	1,311	3,05	1,301	Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Да	3,06	1,398	0,469	0,640	3,12	1,144	0,154	0,878	Не	2,98	1,389	3,09	1,214	Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Да	4,11	1,027	<b>4,847</b>	<b>0,000</b>	3,75	1,091	<b>2,021</b>	<b>0,045</b>	Не	3,45	1,150	3,40	1,100	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267	Не	3,44	1,096	3,12	1,036	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																																																							
Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	Да	3,10	1,264	<b>4,772</b>	<b>0,000</b>	3,14	1,275	0,523	0,602																																																																																																																																																																																																								
	Не	2,35	1,120			3,04	1,133			Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Да	3,92	0,988	<b>3,966</b>	<b>0,000</b>	3,54	1,178	0,944	0,346	Не	3,33	1,229	3,37	1,234	Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Да	4,04	1,031	<b>5,967</b>	<b>0,000</b>	3,58	1,104	1,277	0,203	Не	3,21	1,216	3,35	1,232	Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Да	3,23	1,251	<b>4,611</b>	<b>0,000</b>	2,56	1,123	-0,080	0,936	Не	2,51	1,171	2,58	1,194	Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Да	3,78	1,155	<b>4,553</b>	<b>0,000</b>	3,05	1,289	-0,025	0,980	Не	3,08	1,311	3,05	1,301	Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Да	3,06	1,398	0,469	0,640	3,12	1,144	0,154	0,878	Не	2,98	1,389	3,09	1,214	Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Да	4,11	1,027	<b>4,847</b>	<b>0,000</b>	3,75	1,091	<b>2,021</b>	<b>0,045</b>	Не	3,45	1,150	3,40	1,100	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267	Не	3,44	1,096	3,12	1,036	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																																																																						
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Да	3,92	0,988	<b>3,966</b>	<b>0,000</b>	3,54	1,178	0,944	0,346																																																																																																																																																																																																								
	Не	3,33	1,229			3,37	1,234			Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Да	4,04	1,031	<b>5,967</b>	<b>0,000</b>	3,58	1,104	1,277	0,203	Не	3,21	1,216	3,35	1,232	Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Да	3,23	1,251	<b>4,611</b>	<b>0,000</b>	2,56	1,123	-0,080	0,936	Не	2,51	1,171	2,58	1,194	Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Да	3,78	1,155	<b>4,553</b>	<b>0,000</b>	3,05	1,289	-0,025	0,980	Не	3,08	1,311	3,05	1,301	Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Да	3,06	1,398	0,469	0,640	3,12	1,144	0,154	0,878	Не	2,98	1,389	3,09	1,214	Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Да	4,11	1,027	<b>4,847</b>	<b>0,000</b>	3,75	1,091	<b>2,021</b>	<b>0,045</b>	Не	3,45	1,150	3,40	1,100	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267	Не	3,44	1,096	3,12	1,036	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																																																																																					
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Да	4,04	1,031	<b>5,967</b>	<b>0,000</b>	3,58	1,104	1,277	0,203																																																																																																																																																																																																								
	Не	3,21	1,216			3,35	1,232			Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Да	3,23	1,251	<b>4,611</b>	<b>0,000</b>	2,56	1,123	-0,080	0,936	Не	2,51	1,171	2,58	1,194	Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Да	3,78	1,155	<b>4,553</b>	<b>0,000</b>	3,05	1,289	-0,025	0,980	Не	3,08	1,311	3,05	1,301	Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Да	3,06	1,398	0,469	0,640	3,12	1,144	0,154	0,878	Не	2,98	1,389	3,09	1,214	Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Да	4,11	1,027	<b>4,847</b>	<b>0,000</b>	3,75	1,091	<b>2,021</b>	<b>0,045</b>	Не	3,45	1,150	3,40	1,100	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267	Не	3,44	1,096	3,12	1,036	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																																																																																																				
Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Да	3,23	1,251	<b>4,611</b>	<b>0,000</b>	2,56	1,123	-0,080	0,936																																																																																																																																																																																																								
	Не	2,51	1,171			2,58	1,194			Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Да	3,78	1,155	<b>4,553</b>	<b>0,000</b>	3,05	1,289	-0,025	0,980	Не	3,08	1,311	3,05	1,301	Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Да	3,06	1,398	0,469	0,640	3,12	1,144	0,154	0,878	Не	2,98	1,389	3,09	1,214	Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Да	4,11	1,027	<b>4,847</b>	<b>0,000</b>	3,75	1,091	<b>2,021</b>	<b>0,045</b>	Не	3,45	1,150	3,40	1,100	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267	Не	3,44	1,096	3,12	1,036	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																																																																																																																			
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Да	3,78	1,155	<b>4,553</b>	<b>0,000</b>	3,05	1,289	-0,025	0,980																																																																																																																																																																																																								
	Не	3,08	1,311			3,05	1,301			Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Да	3,06	1,398	0,469	0,640	3,12	1,144	0,154	0,878	Не	2,98	1,389	3,09	1,214	Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Да	4,11	1,027	<b>4,847</b>	<b>0,000</b>	3,75	1,091	<b>2,021</b>	<b>0,045</b>	Не	3,45	1,150	3,40	1,100	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267	Не	3,44	1,096	3,12	1,036	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																																																																																																																																		
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Да	3,06	1,398	0,469	0,640	3,12	1,144	0,154	0,878																																																																																																																																																																																																								
	Не	2,98	1,389			3,09	1,214			Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Да	4,11	1,027	<b>4,847</b>	<b>0,000</b>	3,75	1,091	<b>2,021</b>	<b>0,045</b>	Не	3,45	1,150	3,40	1,100	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267	Не	3,44	1,096	3,12	1,036	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																																																																																																																																																	
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Да	4,11	1,027	<b>4,847</b>	<b>0,000</b>	3,75	1,091	<b>2,021</b>	<b>0,045</b>																																																																																																																																																																																																								
	Не	3,45	1,150			3,40	1,100			Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267	Не	3,44	1,096	3,12	1,036	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																																																																																																																																																																
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Да	3,81	1,029	<b>2,758</b>	<b>0,006</b>	3,32	1,170	1,112	0,267																																																																																																																																																																																																								
	Не	3,44	1,096			3,12	1,036			Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912	Не	3,26	1,264	3,70	1,149	Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																																																																																																																																																																															
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Да	3,77	1,208	<b>3,281</b>	<b>0,001</b>	3,72	1,115	0,110	0,912																																																																																																																																																																																																								
	Не	3,26	1,264			3,70	1,149			Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																																																																																																																																																																																														
Услед одржавања фестивала	Да	4,41	0,802	<b>3,312</b>	<b>0,001</b>	3,73	1,178	-0,207	0,836																																																																																																																																																																																																								

локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	Не	4,05	0,962			3,77	1,086		
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	Да	4,03	1,093	1,856	0,066	3,15	1,257	0,310	0,757
	Не	3,74	1,274			3,09	1,340		
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	Да	3,73	1,023	3,316	0,001	3,69	0,992	2,291	0,023
	Не	3,29	1,010			3,32	1,152		
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	Да	3,70	1,086	3,654	0,000	3,46	1,002	1,933	0,055
	Не	3,19	1,107			3,16	1,031		
Посетиоци фестивала се коректно понашају	Да	3,42	1,062	3,436	0,001	3,26	1,001	2,418	0,016
	Не	2,94	1,127			2,88	1,036		
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	Да	3,85	1,085	0,464	0,643	3,80	1,072	0,143	0,887
	Не	3,79	1,036			3,77	1,086		
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	Да	3,22	1,130	0,201	0,841	2,77	1,105	-0,430	0,668
	Не	3,19	1,160			2,84	1,066		
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	Да	2,81	1,064	0,610	0,542	2,76	1,174	-0,586	0,559
	Не	2,73	0,956			2,86	1,060		
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	Да	3,14	1,265	-0,798	0,425	3,27	1,161	-0,085	0,932
	Не	3,27	1,349			3,28	1,146		
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	Да	3,36	1,200	-2,023	0,044	3,36	1,128	-0,652	0,515
	Не	3,67	1,179			3,47	1,071		
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	Да	2,51	1,261	-2,006	0,046	3,11	1,159	-1,457	0,147
	Не	2,85	1,384			3,37	1,096		
У граду је велика гужва током трајања фестивала	Да	3,62	1,191	-1,531	0,127	3,01	1,194	-1,894	0,060
	Не	3,85	1,150			3,37	1,219		
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	Да	2,88	1,212	-2,999	0,003	2,80	1,182	-2,001	0,047
	Не	3,34	1,220			3,16	1,099		
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	Да	3,61	1,116	-2,664	0,008	2,82	1,248	-0,380	0,704
	Не	3,99	1,129			2,89	1,097		
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	Да	3,30	1,303	-3,132	0,002	2,79	1,240	-3,738	0,000
	Не	3,81	1,239			3,49	1,104		
Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	Да	3,65	1,184	-1,017	0,310	2,98	1,269	-2,882	0,005
	Не	3,80	1,121			3,44	0,907		
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	Да	2,44	1,203	-3,426	0,001	2,12	1,085	-2,691	0,008
	Не	2,96	1,180			2,60	1,237		

Напомена:  $M$  – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација,  $t$  – вредност  $t$  статистика (предзнак није битан),  $p$  – ниво значајности ( $p < 0,05$ )

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

Сличне резултате је добио и Magnússon (2010) који наводи да посета фестивалу утиче на перцепцију свих ефеката фестивала код испитаника, као и да се они који никада нису посетили фестивал више слажу са ставовима који означавају друштвене трошкове од фестивала, тј. негативне ефекте фестивала на локалну заједницу. Ово потврђују и испитивања аутора Woosnam, van Winkle, and An (2013) и Shanka and Taylor (2004) који су утврдили да постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника који су посећивали фестивал (нарочито оних који су га посетили више

пута) и да ти испитаници дају више оцене ставовима који се односе на позитивне ефекте фестивала.

Табела 20. Т-тест према посети фестивалу и по факторима

Фактори	Посета	EXIT					SZIGET				
		N	M	$\sigma$	t	p	N	M	$\sigma$	t	p
Ф1 Позитивни ефекти	Да	216	3,79	0,684	4,831	0,000	147	3,39	0,713	1,201	0,231
	Не	85	3,36	0,749			57	3,25	0,796		
Ф2 Негативни ефекти	Да	216	3,17	0,829	3,112	0,002	147	2,92	0,798	2,514	0,013
	Не	85	3,50	0,899			57	3,23	0,792		

Напомена: N - број испитаника, M – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација, t – вредност статистика (предзнак није битан), p – ниво значајности ( $p < 0,05$ )

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

На основу података у Табели 20 може се закључити да постоји статистички значајна разлика у мишљењу испитаника из Новог Сада који су посетили и који нису посетили EXIT фестивала и о позитивним ефектима и о негативним ефектима фестивала, при чему они који су посетили фестивал дају више оцене позитивним ефектима, а ниже негативним ефектима. Код испитаника из Будимпеште постоји статистички значајна разлика у мишљењу о негативним ефектима SZIGET фестивала, при чему они који нису посетили фестивал перципирају више ове ефекте у односу на оне који су посетили фестивал.

На основу наведеног *Хипотеза (H2): Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на то да ли су посетили фестивал или не се прихвата*, изузев у случају фактора позитивни ефекти код SZIGET фестивала.

### Т-тест према месту пребивалишта (фестивалу)

У Табели 21 приказане су статистички значајне разлике ( $p < 0,05$ ) у ставовима испитаника из Новог Сада у односу на ставове испитаника из Будимпеште о позитивним ефектима, односно друштвеним користима, и негативним ефектима, то јест друштвеним трошковима, које им доноси одржавање музичких фестивала EXIT и SZIGET у њиховим градовима. У већини ставова који означавају позитивне ефекте, становници Новог Сада су дали више оцене у односу на становнике Будимпеште и тиме изразили своје слагање са наведеним ставовима. Испитаници из Новог Сада су дали више оцене и већини ставова који се односе на друштвене трошкове.

Из наведеног можемо закључити да локална заједница Новог Сада перципира више ефеката од EXIT фестивала, него локална заједница Будимпеште од SZIGET фестивала. Ово је и логично, с обзиром на чињеницу да је Будимпешта много развијенија туристичка дестинација од Новог Сада, са знатно већим бројем туриста, те на њено локално становништво утиче одвијање и других видова туризма, попут градског (Будимпешта по подацима Светске туристичке организације спада у првих 10 светских туристичких дестинација), значајна је конгресна дестинација (Драгићевић, 2010), Wellnes & Spa туризам је одлично развијен у целој Мађарској, па и у Будимпешти (Милојевић, 2012). Такође, треба имати на уму да је Будимпешта и веће насеље, са 1,7 милиона становника, наспрам Новог Сада који има нешто више од 230.000 становника.

Разлике у перцепцији ефеката су, може се претпоставити, и последица тога што Нови Сад, сем за време EXIT фестивала и Пољопривредног сајма, нема прилику да буде домаћин већем броју странаца и посетилаца уопште у кратком временском периоду од неколико дана. Главне посете странаца су због пословних разлога (Драгићевић, 2010), или су у питању краће екскурзије или мање групе посетилаца, што локалном становништву не даје пуно прилике за контакте са странцима, нити локално становништво има осећај да посете таквих туриста утичу на било који начин на њихов живот. Са друге стране, Будимпешта привлачи мноштво страних туриста (скоро три милиона) који је посећују из других разлога, а не само због SZIGET фестивала.

Табела 21. Т-тест према месту пребивалишта (фестивалу)

Ставови	Место пребивалишта	N	M	t	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	Нови Сад	301	4,40	8,450	0,000
	Будимпешта	204	3,57		
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Нови Сад	301	3,89	9,835	0,000
	Будимпешта	204	2,87		
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	Нови Сад	301	4,73	4,013	0,000
	Будимпешта	204	4,44		
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија	Нови Сад	301	4,09	4,574	0,000
	Будимпешта	204	3,64		
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Нови Сад	301	3,76	3,716	0,000
	Будимпешта	204	3,36		
Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	Нови Сад	301	2,89	-1,910	0,057
	Будимпешта	204	3,11		
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Нови Сад	301	3,75	2,519	0,012
	Будимпешта	204	3,50		
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Нови Сад	301	3,81	2,817	0,005
	Будимпешта	204	3,51		
Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Нови Сад	301	3,03	4,141	0,000
	Будимпешта	204	2,57		
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Нови Сад	301	3,58	4,688	0,000
	Будимпешта	204	3,05		
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Нови Сад	301	3,04	-0,624	0,533
	Будимпешта	204	3,11		
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Нови Сад	301	3,92	2,686	0,007
	Будимпешта	204	3,65		
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Нови Сад	301	3,70	4,409	0,000
	Будимпешта	204	3,26		
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Нови Сад	301	3,63	-0,809	0,419
	Будимпешта	204	3,72		
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	Нови Сад	301	4,31	5,919	0,000
	Будимпешта	204	3,75		

<b>Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала</b>	Нови Сад	301	3,95	<b>7,340</b>	<b>0,000</b>
	Будимпешта	204	3,13		
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	Нови Сад	301	3,60	0,226	0,822
	Будимпешта	204	3,58		
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	Нови Сад	301	3,55	1,818	0,070
	Будимпешта	204	3,38		
Посетиоци фестивала се коректно понашају	Нови Сад	301	3,28	1,345	0,179
	Будимпешта	204	3,15		
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	Нови Сад	301	3,83	0,460	0,646
	Будимпешта	204	3,79		
<b>Локална заједница је укључена у организовање фестивала</b>	Нови Сад	301	3,21	<b>4,140</b>	<b>0,000</b>
	Будимпешта	204	2,79		
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	Нови Сад	301	2,79	0,031	0,975
	Будимпешта	204	2,78		
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	Нови Сад	301	3,18	-0,853	0,394
	Будимпешта	204	3,27		
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	Нови Сад	301	3,45	0,533	0,594
	Будимпешта	204	3,39		
<b>Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице</b>	Нови Сад	301	2,61	<b>-5,218</b>	<b>0,000</b>
	Будимпешта	204	3,18		
<b>У граду је велика гужва током трајања фестивала</b>	Нови Сад	301	3,68	<b>5,253</b>	<b>0,000</b>
	Будимпешта	204	3,11		
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	Нови Сад	301	3,01	1,002	0,317
	Будимпешта	204	2,90		
<b>Ниво буке у граду је повећан за време фестивала</b>	Нови Сад	301	3,71	<b>8,271</b>	<b>0,000</b>
	Будимпешта	204	2,84		
<b>Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима</b>	Нови Сад	301	3,44	<b>3,973</b>	<b>0,000</b>
	Будимпешта	204	2,99		
<b>Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала</b>	Нови Сад	301	3,69	<b>5,459</b>	<b>0,000</b>
	Будимпешта	204	3,11		
<b>Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала</b>	Нови Сад	301	2,59	<b>3,088</b>	<b>0,002</b>
	Будимпешта	204	2,25		

Напомена:  $N$  - број испитаника,  $M$  – аритметичка средина,  $t$  – вредност  $t$  статистика,  $p$  – ниво статистичке значајности ( $p < 0,05$ )

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0

На основу резултата Т-теста према месту пребивалишта, односно фестивалу, представљених у Табели 22, може се закључити да постоји статистички значајна разлика између ставова испитаника из Новог Сада и Будимпеште о позитивним и негативним ефектима EXIT и SZIGET фестивала на локалне заједнице, те се *Хипотеза (H3) прихвата*.



Табела 22. Т-тест према месту пребивалишта (фестивалу) и по факторима

Фактори	Место	N	M	$\sigma$	t	p
Ф1 Позитивни ефекти	Нови Сад	301	3,67	0,729	4,820	0,000
	Будимпешта	204	3,35	0,738		
Ф2 Негативни ефекти	Нови Сад	301	3,26	0,862	3,371	0,001
	Будимпешта	204	3,00	0,807		

Напомена: N - број испитаника, M – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација, t – вредност статистика (предзнак није битан), p – ниво значајности ( $p < 0,05$ )

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

## АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА ЈЕДНОФАКТОРСКЕ АНАЛИЗЕ ВАРИЈАНСЕ (ANOVA)

ANOVA (енг. *Analysis of variance* - ANOVA) је једнофакторска анализа варијансе која се користи за поређење просечних резултата у три или више група. Анализа варијансе је тако названа зато што пореди варијансу (променљивост резултата) између више група. Једна независна променљива је подељена на више нивоа или група. Циљ је да се утврди да ли постоји статистички значајна разлика у просечном резултату мерења неког обележја у три или више група (Турјачанин и Чекрлија, 2006).

Израчунава се количник F, који представља варијансу између група подељену варијансом унутар група. Велика вредност F показује да је већа променљивост између група, него унутар сваке групе. То уједно значи да треба одбацити тврдњу да су просечне вредности обележја у узорку једнаке. Међутим, количник не доказује које се групе разликују. Да би се то утврдило, потребно је урадити накнадне тестове (Pallant, 2011). Помоћу ANOVA-е се долази до одговара на питање да ли су компоненте неколико група једнаке, односно за разлику од т-теста, који објашњава однос између две различите групе, анализа варијансе се користи у поређењу три или више различитих група.

Анализа варијансе показује у којој мери постоји статистички значајна веза између независних варијабли (године старости, дужина боравка, ниво образовања и радно место испитаника) и свих зависних варијабли, односно ефеката музичких фестивала. Да би се добио увид између којих група независних варијабли постоје значајне разлике, примениће се пост-хок Scheffe тест (енг. *Post Hoc Scheffe test*).

### Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према годинама старости

Резултати у Табели 23 показују да се величина статистичке значајности мања од 0,05 бележи код четири зависне у одговорима испитаника из Новог Сада. „Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала“ са овим ставом се највише слажу испитаници млађи од 31 годину, а значајна статистичка разлика утврђена *Post Hoc Scheffe* тестом, говори о разлици између њиховог мишљења о наведеном ставу и мишљења испитаника који имају више од 41 годину.

Статистички значајна разлика између старосних група је видљива и код ставова „У граду је велика гужва током трајања EXIT фестивала“, „Посетиоци EXIT фестивала се коректно понашају“ и „Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време EXIT фестивала“, а на основу

*Post Hoc Scheffe* теста статистички значајна разлика је и потврђена. Утврђено је да код става „У граду је велика гужва током трајања EXIT фестивала“ постоје значајне разлике у мишљењу између испитаника који имају до 31 годину и друге две старосне категорије испитаника (31 - 41 година и више од 41 године), при чему су испитаница старости до 31 године показали највећи степен слагања са ставом, тј. дали су највишу просечну оцену. Такође, значајна разлика постоји у мишљењу испитаника који имају више од 41 године и испитаника до 31 године старости о ставу да се посетиоци фестивала коректно понашају, при чему се старији испитаници више слажу са наведеним ставом у односу на млађе. У вези са ставом „Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време EXIT фестивала“, млађи испитаници до 31 годину показују виши степен слагања у односу на испитанике који имају више од 41 године.

Табела 23. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA по годинама старости

Ставови	Године	EXIT				SZIGET			
		М	$\sigma$	F	p	М	$\sigma$	F	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	мање од 31	4,41	0,844	0,697	0,499	3,49	1,213	0,644	0,526
	31-41	4,34	0,917			3,70	1,205		
	више од 41	4,52	0,740			3,65	1,230		
	Укупно	4,40	0,853			3,57	1,211		
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	мање од 31	3,89	1,105	0,066	0,936	2,79	1,137	0,650	0,523
	31-41	3,88	1,230			2,93	1,263		
	више од 41	3,95	1,035			3,03	1,093		
	Укупно	3,89	1,132			2,87	1,163		
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	мање од 31	4,70	0,635	0,742	0,477	4,56	0,794	2,149	0,119
	31-41	4,74	0,709			4,30	1,008		
	више од 41	4,83	0,437			4,30	0,939		
	Укупно	4,73	0,636			4,44	0,889		
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија,	мање од 31	4,20	0,926	2,428	0,090	3,72	1,169	0,623	0,537
	31-41	3,92	1,071			3,55	1,235		
	више од 41	4,05	0,882			3,51	1,121		
	Укупно	4,09	0,972			3,64	1,177		
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	мање од 31	3,82	1,110	1,196	0,304	3,41	1,201	0,590	0,555
	31-41	3,76	1,052			3,21	1,289		
	више од 41	3,52	1,234			3,46	1,216		
	Укупно	3,76	1,112			3,36	1,226		
Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	мање од 31	2,93	1,228	0,385	0,681	3,08	1,237	0,077	0,926
	31-41	2,79	1,347			3,16	1,332		
	више од 41	2,93	1,276			3,11	1,100		
	Укупно	2,89	1,269			3,11	1,235		
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	мање од 31	3,78	1,059	0,207	0,814	3,64	1,143	1,815	0,166
	31-41	3,74	1,098			3,34	1,269		

	више од 41	3,67	1,223			3,30	1,199		
	Укупно	3,75	1,092			3,50	1,193		
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	мање од 31	3,82	1,148	0,211	0,810	3,60	1,170	0,813	0,445
	31-41	3,75	1,219			3,45	1,111		
	више од 41	3,88	0,993			3,35	1,111		
	Укупно	3,81	1,147			3,51	1,142		
Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	мање од 31	3,08	1,303	1,265	0,284	2,44	1,150	1,524	0,220
	31-41	3,07	1,256			2,71	1,246		
	више од 41	2,74	1,149			2,73	0,902		
	Укупно	3,03	1,270			2,57	1,140		
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	мање од 31	3,68	1,213	2,674	0,071	2,99	1,261	0,671	0,512
	31-41	3,59	1,233			3,02	1,483		
	више од 41	3,19	1,311			3,27	1,045		
	Укупно	3,58	1,240			3,05	1,289		
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	мање од 31	3,05	1,376	0,692	0,501	3,10	1,198	0,120	0,887
	31-41	3,11	1,410			3,07	1,263		
	више од 41	2,81	1,435			3,19	0,877		
	Укупно	3,04	1,394			3,11	1,161		
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	мање од 31	<b>4,03</b>	<b>1,072</b>	<b>3,622</b>	<b>0,028</b>	3,67	1,056	1,070	0,345
	31-41	3,90	1,059			3,50	1,191		
	више од 41	3,52	1,234			3,84	1,093		
	Укупно	3,92	1,102			3,65	1,101		
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	мање од 31	3,68	1,025	0,441	0,644	3,29	1,099	0,183	0,833
	31-41	3,78	1,078			3,29	1,289		
	више од 41	3,62	1,168			3,16	1,014		
	Укупно	3,70	1,060			3,26	1,135		
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	мање од 31	3,69	1,182	0,748	0,474	<b>3,93</b>	<b>1,033</b>	<b>4,508</b>	<b>0,012</b>
	31-41	3,61	1,266			3,46	1,250		
	више од 41	3,43	1,434			3,46	1,070		
	Укупно	3,63	1,244			3,72	1,122		
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	мање од 31	4,38	0,819	1,519	0,221	<b>3,99</b>	<b>1,040</b>	<b>6,440</b>	<b>0,002</b>
	31-41	4,21	0,896			3,55	1,292		
	више од 41	4,21	0,951			3,30	1,077		
	Укупно	4,31	0,864			3,75	1,151		
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	мање од 31	4,06	1,139	1,727	0,180	3,19	1,254	0,531	0,589
	31-41	3,83	1,182			2,98	1,314		
	више од 41	3,79	1,116			3,19	1,309		
	Укупно	3,95	1,152			3,13	1,278		
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	мање од 31	3,67	0,953	0,778	0,460	3,42	1,049	2,937	0,055

	31-41	3,51	1,134			3,80	0,980		
	више од 41	3,55	1,131			3,73	1,097		
	Укупно	3,60	1,036			3,58	1,049		
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	мање од 31	3,59	1,036	0,318	0,728	3,25	1,031	2,000	0,138
	31-41	3,48	1,218			3,57	1,024		
	више од 41	3,57	1,192			3,46	0,931		
	Укупно	3,55	1,114			3,38	1,017		
<b>Посетиоци фестивала се коректно понашају</b>	мање од 31	<b>3,17</b>	<b>1,087</b>	<b>4,529</b>	<b>0,012</b>	2,96	1,026	<b>4,346</b>	<b>0,014</b>
	31-41	3,27	1,187			3,34	0,996		
	више од 41	3,74	0,828			3,43	0,959		
	Укупно	3,28	1,100			3,15	1,023		
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	мање од 31	3,78	1,082	0,690	0,502	3,77	1,006	0,538	0,585
	31-41	3,85	1,079			3,71	1,140		
	више од 41	4,00	1,012			3,95	1,177		
	Укупно	3,83	1,070			3,79	1,073		
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	мање од 31	3,23	1,160	1,096	0,335	2,88	1,085	0,917	0,401
	31-41	3,28	1,093			2,70	1,174		
	више од 41	2,98	1,137			2,65	0,978		
	Укупно	3,21	1,137			2,79	1,092		
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	мање од 31	2,87	1,027	2,440	0,089	2,76	1,097	0,858	0,426
	31-41	2,78	1,046			2,70	1,320		
	више од 41	2,48	0,994			3,00	0,972		
	Укупно	2,79	1,033			2,78	1,141		
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	мање од 31	3,17	1,313	1,924	0,148	3,26	1,093	0,124	0,883
	31-41	3,33	1,223			3,23	1,236		
	више од 41	2,86	1,299			3,35	1,230		
	Укупно	3,18	1,288			3,27	1,154		
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	мање од 31	3,57	1,180	2,422	0,091	3,52	1,102	2,109	0,124
	31-41	3,37	1,174			3,32	1,146		
	више од 41	3,14	1,299			3,11	1,048		
	Укупно	3,45	1,201			3,39	1,111		
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	мање од 31	2,63	1,296	0,775	0,462	3,23	1,087	0,482	0,619
	31-41	2,67	1,319			3,05	1,212		
	више од 41	2,38	1,306			3,22	1,228		
	Укупно	2,61	1,304			3,18	1,145		
<b>У граду је велика гужва током трајања фестивала</b>	<b>мање од 31</b>	<b>3,91</b>	<b>1,097</b>	<b>8,604</b>	<b>0,000</b>	3,23	1,173	1,331	0,267
	31-41	3,50	1,209			3,05	1,285		
	више од 41	3,17	1,248			2,86	1,182		
	Укупно	3,68	1,182			3,11	1,208		

Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	мање од 31	3,14	1,202	4,982	0,007	2,91	1,133	0,021	0,979
	31-41	3,01	1,262			2,89	1,231		
	више од 41	2,48	1,153			2,86	1,206		
	Укупно	3,01	1,230			2,90	1,168		
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	мање од 31	3,76	1,093	0,391	0,677	2,78	1,131	0,885	0,415
	31-41	3,63	1,211			2,80	1,257		
	више од 41	3,71	1,111			3,08	1,341		
	Укупно	3,71	1,131			2,84	1,205		
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	мање од 31	3,56	1,230	1,905	0,151	3,12	1,181	1,545	0,216
	31-41	3,35	1,410			2,77	1,265		
	више од 41	3,17	1,324			2,92	1,362		
	Укупно	3,44	1,304			2,99	1,242		
Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	мање од 31	3,77	1,156	0,798	0,451	<b>3,38</b>	<b>1,121</b>	<b>6,657</b>	<b>0,002</b>
	31-41	3,61	1,186			2,75	1,210		
	више од 41	3,57	1,172			2,84	1,214		
	Укупно	3,69	1,167			3,11	1,194		
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	мање од 31	2,63	1,225	0,285	0,752	2,32	1,200	0,563	0,571
	31-41	2,57	1,234			2,13	1,063		
	више од 41	2,48	1,174			2,24	1,116		
	Укупно	2,59	1,218			2,25	1,146		

Напомена:  $M$  – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација,  $p < 0,05$ ;  $F \geq 2,99$ .

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

Резултати у Табели 23 показују да се величина статистичке значајности мања или једнака 0,05 бележи и у случају испитаника из Будимпеште код четири зависне.

Код одговора испитаника из Будимпеште уочена је статистички значајна разлика између различитих старосних група у оцени става „Услед одржавања SZIGET фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво“. На основу *Post Hoc Scheffe* теста утврђено је да постоји статистички значајна разлика између оцена испитаника млађих од 31 годину и испитаника старости између 31 и 41 годину. Испитаници млађи од 31 годину дају највишу просечну оцену (3,93) и углавном се слажу са наведеним ставом.

Уочљива је статистички значајна разлика између старосних група испитаника из Будимпеште о ставу „Услед одржавања SZIGET фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода“. Мишљење испитаника млађих од 31 годину, значајно се разликује од мишљења испитаника старијих од 41 годину. Млађи од 31 годину се углавном слажу да одржавање SZIGET фестивала у њиховом граду доноси могућности за остваривање додатних прихода.

*Post Hoc Scheffe* тестом је утврђено да не постоји статистички значајна разлика између старосних група у мишљењу о ставу „Посетиоци SZIGET фестивала се коректно понашају“, иако је ANOVA показала да разлике постоје. На основу таквог резултата може се закључити да не постоје статистички значајне разлике и да оне могу бити случајна последица варирања узорака.

Постоји статистички значајна разлика у мишљењу између испитаника из различитих старосних група о ставу „Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време SZIGET фестивала“. *Post Hoc Scheffe* тест потврђено је да постоји статистички значајна разлика између оцена испитаника млађих од 31 годину и испитаника старости између 31 и 41 годину, док је између испитаника старости до 31 годину и испитаника који имају више од 41 године вредност статистичке значајности на граници ( $p=0,052$ ).

Код осталих зависних не постоје статистички значајне разлике на нивоу значајности  $p<0,05$  међу старосним групама испитаника, из Новог Сада ни из Будимпеште.

Наведене резултате делимично потврђују и ранија истраживања попут Magnússon (2010) који је утврдио у свом истраживању да године старости играју улогу у ставу испитаника о позитивним и негативним ефектима фестивала на локалну заједницу. Резултати истраживања благо одступају од резултата ранијих истраживања аутора Lee et. al (2013) који су утврдили да постоји статистички значајна разлика у већини ставова између група испитаника према годинама старости.

Табела 24. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA по годинама старости и по факторима

Фактори	Године	EXIT					SZIGET				
		N	M	$\sigma$	F	p	N	M	$\sigma$	F	p
Ф1 Позитивни ефекти	мање од 31	167	3,71	0,697	0,506	0,604	111	3,36	0,700	0,064	0,938
	31-41	92	3,64	0,795			56	3,32	0,841		
	више од 41	42	3,59	0,707			37	3,37	0,698		
Ф2 Негативни ефекти	мање од 31	167	3,35	0,843	2,985	0,052	111	3,08	0,778	1,225	0,296
	31-41	92	3,23	0,872			56	2,89	0,794		
	више од 41	42	2,99	0,870			37	2,94	0,904		

Напомена: N - број испитаника, M – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација,  $p<0,05$ ;  $F\geq 2,99$ .

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

У Табели 24 може се приметити да се величина статистичке значајности мања или једнака од 0,05 не бележи код фактора Ф1 ( $p=0,938$ ) и Ф2 ( $p=0,296$ ) за SZIGET фестивал, као ни код фактора Ф1 ( $p=0,604$ ) и Ф2 ( $p=0,052$ ) за EXIT фестивал, те се може закључити да се **хипотеза Х1б**: Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на старосно доба испитаника **одбацује**.

#### Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према образовању испитаника

Резултати једнофакторске анализе варијансе ANOVA према образовању испитаника, представљени у Табели 25, показују да код готово свих зависних варијабли (ставови о ефектима фестивала), не постоје статистички значајне разлике на нивоу значајности  $p<0,05$  међу старосним групама испитаника из Новог Сада ни из Будимпеште.

Табела 25. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према образовању испитаника

Ставови	Образовање	Нови Сад/EXIT				Будимпешта/SZIGET			
		М	$\sigma$	F	р	М	$\sigma$	F	P
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	Средња школа	4,34	0,931	1,148	0,330	3,40	1,212	0,850	0,468
	Виша/висока школа	4,48	0,626			3,61	1,114		
	Факултет	4,34	0,895			3,76	1,273		
	Мастер, Мр, Др	4,55	0,764			3,49	1,267		
	Укупно	4,40	0,853			3,57	1,211		
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Средња школа	3,89	1,234	1,428	0,235	2,86	1,178	0,817	0,486
	Виша/висока школа	4,00	0,775			2,95	0,990		
	Факултет	3,77	1,167			2,98	1,205		
	Мастер, Мр, Др	4,10	1,075			2,63	1,318		
	Укупно	3,89	1,132			2,87	1,163		
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	Средња школа	4,74	0,582	1,193	0,313	4,30	,995	1,462	0,226
	Виша/висока школа	4,77	0,425			4,34	1,010		
	Факултет	4,66	0,748			4,59	0,687		
	Мастер, Мр, Др	4,84	0,510			4,56	0,776		
	Укупно	4,73	0,636			4,44	0,889		
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија	Средња школа	4,24	0,924	1,193	0,313	3,68	1,096	0,508	0,677
	Виша/висока школа	4,16	0,735			3,66	1,154		
	Факултет	3,94	1,085			3,72	1,188		
	Мастер, Мр, Др	4,21	0,845			3,44	1,305		
	Укупно	4,09	0,972			3,64	1,177		
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Средња школа	3,90	1,118	1,010	0,389	3,46	1,265	2,215	0,088
	Виша/висока школа	3,48	1,122			3,46	1,088		
	Факултет	3,75	1,111			3,50	1,255		
	Мастер, Мр, Др	3,76	1,102			2,93	1,273		
	Укупно	3,76	1,112			3,36	1,226		
Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	Средња школа	2,80	1,314	1,861	0,136	3,18	1,257	1,611	0,188
	Виша/висока школа	2,52	1,262			3,22	1,274		
	Факултет	2,90	1,254			3,20	1,234		
	Мастер, Мр, Др	3,13	1,230			2,73	1,119		
	Укупно	2,89	1,269			3,11	1,235		
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Средња школа	3,79	1,089	0,740	0,529	3,64	1,191	1,033	0,379
	Виша/висока школа	3,48	1,122			3,56	1,103		
	Факултет	3,77	1,121			3,50	1,209		
	Мастер, Мр, Др	3,82	1,029			3,22	1,294		
	Укупно	3,75	1,092			3,50	1,193		
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Средња школа	3,67	1,305	0,626	0,599	3,66	1,171	0,491	0,689
	Виша/висока школа	3,84	1,068			3,54	1,119		
	Факултет	3,89	1,068			3,43	1,207		
	Мастер, Мр, Др	3,76	1,169			3,41	1,072		
	Укупно	3,81	1,147			3,51	1,142		
Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Средња школа	2,96	1,290	0,559	0,642	2,70	1,266	1,885	0,133
	Виша/висока школа	2,84	1,416			2,64	1,095		
	Факултет	3,04	1,270			2,65	1,119		
	Мастер, Мр, Др	3,16	1,188			2,20	1,030		
	Укупно	3,03	1,270			2,57	1,140		

Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Средња школа	3,53	1,348	0,621	0,602	3,36	1,321	1,469	0,224
	Виша/висока школа	3,39	1,202			3,02	1,225		
	Факултет	3,59	1,181			2,96	1,331		
	Мастер, Мр, Др	3,73	1,262			2,83	1,263		
	Укупно	3,58	1,240			3,05	1,289		
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Средња школа	3,16	1,490	0,636	0,592	3,12	1,189	1,975	0,119
	Виша/висока школа	3,26	1,316			3,14	1,152		
	Факултет	2,95	1,375			3,33	1,099		
	Мастер, Мр, Др	2,97	1,370			2,76	1,179		
	Укупно	3,04	1,394			3,11	1,161		
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Средња школа	3,87	1,141	0,313	0,816	3,58	1,071	0,778	0,508
	Виша/висока школа	3,77	1,175			3,64	1,126		
	Факултет	3,96	1,047			3,83	1,077		
	Мастер, Мр, Др	3,96	1,147			3,51	1,143		
	Укупно	3,92	1,102			3,65	1,101		
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Средња школа	3,74	1,125	0,107	0,956	3,26	1,192	2,124	0,098
	Виша/висока школа	3,71	0,902			3,24	1,023		
	Факултет	3,71	1,079			3,54	1,177		
	Мастер, Мр, Др	3,64	1,040			2,95	1,117		
	Укупно	3,70	1,060			3,26	1,135		
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Средња школа	3,70	1,334	1,885	0,132	3,74	1,046	1,075	0,361
	Виша/висока школа	3,13	1,432			3,61	1,099		
	Факултет	3,69	1,188			3,93	1,163		
	Мастер, Мр, Др	3,66	1,136			3,56	1,184		
	Укупно	3,63	1,244			3,72	1,122		
<b>Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода</b>	Средња школа	4,41	0,825	0,698	0,554	3,84	1,113	<b>3,360</b>	<b>0,020</b>
	Виша/висока школа	4,16	1,036			3,73	1,064		
	Факултет	4,30	0,835			4,02	1,090		
	Мастер, Мр, Др	4,27	0,880			3,29	1,289		
	Укупно	4,31	0,864			3,75	1,151		
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	Средња школа	3,89	1,161	0,175	0,914	3,06	1,284	0,177	0,912
	Виша/висока школа	4,06	0,854			3,22	1,219		
	Факултет	3,95	1,193			3,15	1,352		
	Мастер, Мр, Др	3,96	1,199			3,07	1,292		
	Укупно	3,95	1,152			3,13	1,278		
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	Средња школа	3,71	1,092	0,663	0,575	3,44	1,053	0,455	0,714
	Виша/висока школа	3,74	0,999			3,63	0,998		
	Факултет	3,54	1,063			3,67	1,046		
	Мастер, Мр, Др	3,55	0,942			3,59	1,140		
	Укупно	3,60	1,036			3,58	1,049		
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	Средња школа	3,71	1,206	0,931	0,426	3,34	1,022	0,952	0,417
	Виша/висока школа	3,68	1,077			3,31	0,933		
	Факултет	3,50	1,098			3,57	1,039		
	Мастер, Мр, Др	3,45	1,063			3,27	1,096		
	Укупно	3,55	1,114			3,38	1,017		
Посетиоци фестивала се коректно понашају	Средња школа	3,27	1,154	0,415	0,743	3,08	1,007	0,896	0,444
	Виша/висока школа	3,48	1,061			3,20	0,886		
	Факултет	3,27	1,149			3,30	1,057		



	Мастер, Мр, Др	3,22	0,966			2,98	1,172		
	Укупно	3,28	1,100			3,15	1,023		
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	Средња школа	3,97	1,035	1,183	0,316	3,98	,892	0,904	0,440
	Виша/висока школа	4,00	0,856			3,81	0,955		
	Факултет	3,80	1,164			3,67	1,182		
	Мастер, Мр, Др	3,67	0,991			3,68	1,274		
	Укупно	3,83	1,070			3,79	1,073		
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	Средња школа	3,11	1,222	0,361	0,781	2,78	1,016	1,283	0,281
	Виша/висока школа	3,23	1,117			2,93	1,081		
	Факултет	3,28	1,124			2,85	1,188		
	Мастер, Мр, Др	3,16	1,095			2,51	1,052		
	Укупно	3,21	1,137			2,79	1,092		
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	Средња школа	2,71	1,092	0,245	0,865	2,82	1,155	1,358	0,257
	Виша/висока школа	2,77	1,203			2,95	1,121		
	Факултет	2,79	1,030			2,80	1,139		
	Мастер, Мр, Др	2,87	0,903			2,49	1,143		
	Укупно	2,79	1,033			2,78	1,141		
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	Средња школа	2,94	1,392	2,376	0,070	3,22	1,166	0,487	0,692
	Виша/висока школа	2,87	1,176			3,24	1,135		
	Факултет	3,24	1,256			3,20	1,265		
	Мастер, Мр, Др	3,43	1,246			3,46	1,027		
	Укупно	3,18	1,288			3,27	1,154		
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	Средња школа	3,37	1,218	0,642	0,589	3,54	1,147	0,560	0,642
	Виша/висока школа	3,23	1,087			3,37	1,081		
	Факултет	3,50	1,216			3,26	1,152		
	Мастер, Мр, Др	3,54	1,210			3,41	1,072		
	Укупно	3,45	1,201			3,39	1,111		
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	Средња школа	2,67	1,327	0,851	0,467	3,12	1,136	0,187	0,905
	Виша/висока школа	2,45	1,234			3,15	1,111		
	Факултет	2,52	1,216			3,19	1,183		
	Мастер, Мр, Др	2,79	1,472			3,29	1,188		
	Укупно	2,61	1,304			3,18	1,145		
У граду је велика гужва током трајања фестивала	Средња школа	3,67	1,248	1,980	0,117	3,18	1,304	0,375	0,771
	Виша/висока школа	3,26	1,316			3,20	1,171		
	Факултет	3,68	1,151			3,06	1,250		
	Мастер, Мр, Др	3,88	1,080			2,98	1,107		
	Укупно	3,68	1,182			3,11	1,208		
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	Средња школа	2,90	1,264	1,566	0,198	3,14	1,262	1,324	0,268
	Виша/висока школа	2,84	1,267			2,88	1,161		
	Факултет	2,96	1,227			2,69	1,146		
	Мастер, Мр, Др	3,28	1,165			2,90	1,068		
	Укупно	3,01	1,230			2,90	1,168		
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	Средња школа	3,73	1,191	1,594	0,191	2,82	1,273	1,634	0,183
	Виша/висока школа	3,71	1,101			2,93	1,127		
	Факултет	3,59	1,169			2,57	1,268		
	Мастер, Мр, Др	3,96	0,976			3,10	1,114		
	Укупно	3,71	1,131			2,84	1,205		
<b>Нарушена је чистоћа</b>	Средња школа	3,37	1,426	<b>4,422</b>	<b>0,005</b>	3,22	1,389	<b>4,604</b>	<b>0,004</b>

<b>и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима</b>	Виша/висока школа	3,10	1,248			3,24	1,088		
	Факултет	3,32	1,305			2,48	1,161		
	Мастер, Мр, Др	<b>3,93</b>	1,078			3,00	1,204		
	Укупно	3,44	1,304			2,99	1,242		
<b>Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала</b>	Средња школа	3,64	1,252	1,878	0,133	3,54	1,014	<b>3,244</b>	<b>0,023</b>
	Виша/висока школа	3,61	1,116			3,02	1,182		
	Факултет	3,59	1,219			3,02	1,266		
	Мастер, Мр, Др	3,99	0,945			2,83	1,223		
	Укупно	3,69	1,167			3,11	1,194		
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	Средња школа	2,47	1,282	0,995	0,395	2,26	1,322	0,060	0,981
	Виша/висока школа	2,52	1,288			2,25	1,010		
	Факултет	2,56	1,202			2,30	1,207		
	Мастер, Мр, Др	2,81	1,145			2,20	1,054		
	Укупно	2,59	1,218			2,25	1,146		

Напомена:  $M$  – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација,  $p < 0,05$ ;  $F \geq 2,60$ .

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

Постоји статистички значајна разлика у мишљењу становника Новог Сада и Будимпеште по групама према образовању о ставу „Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима“. Помоћу пост-хок *Scheffe* теста је потврђено да постоји статистички значајна разлика између мишљења испитаника који имају завршене постдипломске студије (мастер, магистар, доктор наука) и осталих група по образовању испитаника из Новог Сада. Испитаници са највишим степеном образовања исказују највиши степен слагања са овим ставом и дају просечну средњу оцену од 3,93 што означава да се са овим сставом углавном слажу, док испитаници који припадају другим групама према образовању дају ниже просечне оцене и углавном нису сигурни. Код испитаника из Будимпеште, помоћу пост-хок *Scheffe* теста је утврђено да постоји статистички значајна разлика у мишљењу о овом ставу између испитаника који су завршили факултет и испитаника који су завршили средњу школу и вишу или високу школу. Испитаници који су завршили факултет се углавном не слажу са наведеним ставом, док испитаници који су завршили средњу и вишу или високу школу као највиши степен образовања дају нешто више просечне оцене.

Код испитаника из Будимпеште постоји статистички значајна разлика између група по образовању и њиховог мишљења о ставовима „Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода“ и „Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала“. Помоћу пост-хок *Scheffe* теста је утврђено да постоји статистички значајна разлика у мишљењу о ставу „Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода“ између испитаника који су завршили факултет и испитаника који су завршили постдипломске студије (мастер, магистар, доктор наука). Испитаници који су завршили факултет се углавном слажу са овим ставом док испитаници који су завршили постдипломске студије дају ниже просечне оцене овом ставу.

Помоћу пост-хок *Scheffe* теста је утврђено да постоји статистички значајна разлика у мишљењу о ставу „Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време

фестивала“ између групе испитаника која као највиши степен образовања наводи завршену средњу школу и испитаника који су завршили постдипломске студије. Испитаници који су завршили средњу школу се углавном слажу са наведеним ставом, а испитаници који су завршили постдипломске студије углавном дају ниже просечне оцене, што се може објаснити чињеницом да испитаници вишег нивоа образовања вероватно имају и веће личне приходе, те стога не осећају да су цене производа и услуга повећане за време фестивала.

На основу резултата у Табели 26 може се закључити да се величина статистичке значајности мања или једнака од 0,05 не бележи код фактора Ф1 ( $p=0,212$ ) и Ф2 ( $p=0,441$ ) за SZIGET фестивал, као ни код фактора Ф1 ( $p=0,960$ ) за EXIT фестивал. Међутим, Ф2 ( $p=0,045$ ) код EXIT фестивала показује статистичку значајност, која ипак, није потврђена пост-хок Scheffe тестом, те се може закључити да се **хипотеза Х1в: Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на степен образовања испитаника одбацује.**

Woosnam, van Winkle и An (2013), као и Harrill (2004), такође, су дошли до резултата да није уочена статистички значајна разлика у мишљењу о друштвеним користима и друштвеним трошковима догађаја између група испитаника различитог нивоа образовања. Слично, Tosun (2002) је утврдио да подршка развоју туризма не зависи од нивоа образовања.

Табела 26. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према образовању испитаника и по факторима

Фактори	Образовање	EXIT					SZIGET				
		N	M	$\sigma$	F	p	N	M	$\sigma$	F	p
Ф1 Позитивни ефекти	Средња школа	70	3,69	0,764	0,100	0,960	50	3,38	0,781	1,513	0,212
	Виша/висока школа	31	3,63	0,701			59	3,38	0,699		
	Факултет	133	3,65	0,750			54	3,45	0,690		
	Мастер, Мр, Др	67	3,70	0,673			41	3,14	0,785		
Ф2 Негативни ефекти	Средња школа	70	3,20	0,928	2,708	0,045	50	3,12	0,861	0,902	0,441
	Виша/висока школа	31	3,06	0,821			59	3,03	0,743		
	Факултет	133	3,22	0,871			54	2,86	0,815		
	Мастер, Мр, Др	67	3,51	0,749			41	3,02	0,819		

Напомена: N - број испитаника, M – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација,  $p < 0,05$ ;  $F \geq 2,60$ .

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

### Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према запослењу испитаника

На основу анализе подататка представљених у Табели 27, може се закључити да не постоје статистички значајне разлике на нивоу значајности  $p < 0,05$  међу старосним групама испитаника из Новог Сада и Будимпеште у њиховим ставовима о већини ефекта фестивала.

Табела 27. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према запослењу испитаника

Ставови	Запослење	Нови Сад/EXIT				Будимпешта/SZIGET			
		М	$\sigma$	F	p	М	$\sigma$	F	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	Државни сектор и невладине организације	4,45	0,829	0,289	0,749	3,44	1,314	0,368	0,693
	Приватни сектор	4,36	0,860			3,63	1,250		
	Незапослени	4,43	0,862			3,56	1,069		
	Укупно	4,40	0,853			3,57	1,211		
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Државни сектор и невладине организације	4,09	1,066	1,040	0,355	2,74	1,117	0,296	0,744
	Приватни сектор	3,84	1,126			2,91	1,180		
	Незапослени	3,86	1,166			2,89	1,175		
	Укупно	3,89	1,132			2,87	1,163		
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	Државни сектор и невладине организације	4,84	0,458	1,700	0,184	4,46	,969	2,138	0,121
	Приватни сектор	4,66	0,699			4,33	,967		
	Незапослени	4,75	0,634			4,63	,616		
	Укупно	4,73	0,636			4,44	,889		
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија,	Државни сектор и невладине организације	3,93	0,951	2,484	0,085	3,44	1,142	1,324	0,268
	Приватни сектор	4,02	1,028			3,61	1,222		
	Незапослени	4,24	0,910			3,82	1,104		
	Укупно	4,09	0,972			3,64	1,177		
<b>Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу</b>	Државни сектор и невладине организације	3,79	1,074	0,660	0,517	2,92	1,201	<b>3,833</b>	<b>0,023</b>
	Приватни сектор	3,67	1,191			3,39	1,229		
	Незапослени	3,84	1,047			3,61	1,176		
	Укупно	3,76	1,112			3,36	1,226		
Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	Државни сектор и невладине организације	2,86	1,341	0,384	0,682	2,92	1,036	0,637	0,530
	Приватни сектор	2,83	1,272			3,12	1,295		
	Незапослени	2,97	1,239			3,21	1,250		
	Укупно	2,89	1,269			3,11	1,235		
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Државни сектор и невладине организације	3,77	1,128	0,044	0,957	3,28	1,234	2,127	0,122
	Приватни сектор	3,73	1,087			3,44	1,210		
	Незапослени	3,77	1,089			3,75	1,106		
	Укупно	3,75	1,092			3,50	1,193		
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Државни сектор и невладине организације	3,88	1,145	0,161	0,851	3,28	1,123	1,591	0,206
	Приватни сектор	3,81	1,097			3,50	1,140		
	Незапослени	3,77	1,205			3,70	1,149		
	Укупно	3,81	1,147			3,51	1,142		
Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Државни сектор и невладине организације	3,18	1,237	0,999	0,370	2,46	1,047	0,363	0,696
	Приватни сектор	2,91	1,299			2,63	1,157		
	Незапослени	3,07	1,254			2,53	1,182		
	Укупно	3,03	1,270			2,57	1,140		

Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Државни сектор и невладине организације	3,66	1,254	0,204	0,815	2,85	1,348	0,695	0,500
	Приватни сектор	3,54	1,295			3,13	1,224		
	Незапослени	3,60	1,183			3,04	1,375		
	Укупно	3,58	1,240			3,05	1,289		
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Државни сектор и невладине организације	3,04	1,375	0,009	0,991	2,77	1,158	3,048	0,050
	Приватни сектор	3,05	1,431			3,28	1,109		
	Незапослени	3,02	1,375			3,02	1,217		
	Укупно	3,04	1,394			3,11	1,161		
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Државни сектор и невладине организације	4,02	1,036	0,283	0,754	3,36	1,203	2,014	0,136
	Приватни сектор	3,89	1,139			3,77	1,038		
	Незапослени	3,91	1,098			3,63	1,128		
	Укупно	3,92	1,102			3,65	1,101		
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Државни сектор и невладине организације	3,93	0,988	2,044	0,131	3,15	1,065	0,230	0,795
	Приватни сектор	3,59	1,116			3,29	1,200		
	Незапослени	3,71	1,024			3,30	1,068		
	Укупно	3,70	1,060			3,26	1,135		
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Државни сектор и невладине организације	3,57	1,204	0,687	0,504	3,49	1,121	1,715	0,183
	Приватни сектор	3,55	1,362			3,69	1,188		
	Незапослени	3,73	1,136			3,91	,969		
	Укупно	3,63	1,244			3,72	1,122		
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	Државни сектор и невладине организације	4,29	0,847	0,745	0,476	3,18	1,335	1,715	0,183
	Приватни сектор	4,24	0,890			3,83	1,098		
	Незапослени	4,38	0,846			3,96	,999		
	Укупно	4,31	0,864			3,75	1,151		
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	Државни сектор и невладине организације	3,95	1,151	1,576	0,209	3,00	1,277	0,585	0,558
	Приватни сектор	3,82	1,208			3,22	1,321		
	Незапослени	4,08	1,088			3,05	1,202		
	Укупно	3,95	1,152			3,13	1,278		
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	Државни сектор и невладине организације	3,77	0,934	0,877	0,417	3,36	1,112	3,675	0,027
	Приватни сектор	3,55	1,065			3,77	1,001		
	Незапослени	3,58	1,051			3,39	1,048		
	Укупно	3,60	1,036			3,58	1,049		
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	Државни сектор и невладине организације	3,63	1,037	0,136	0,873	3,21	1,005	2,241	0,109
	Приватни сектор	3,54	1,140			3,52	1,009		
	Незапослени	3,54	1,129			3,23	1,018		
	Укупно	3,55	1,114			3,38	1,017		
Посетиоци фестивала се коректно понашају	Државни сектор и невладине организације	3,43	1,059	0,974	0,379	3,15	1,065	1,192	0,306
	Приватни сектор	3,31	1,009			3,24	1,022		
	Незапослени	3,19	1,201			2,98	,991		

	Укупно	3,28	1,100			3,15	1,023		
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	Државни сектор и невладине организације	3,96	0,914	0,955	0,386	3,59	1,251	0,961	0,384
	Приватни сектор	3,74	1,062			3,81	1,089		
	Незапослени	3,87	1,142			3,89	1,000		
	Укупно	3,83	1,070			3,79	1,073		
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	Државни сектор и невладине организације	3,30	1,094	1,683	0,188	2,33	1,060	4,443	0,013
	Приватни сектор	3,07	1,150			2,87	1,086		
	Незапослени	3,31	1,136			2,95	1,059		
	Укупно	3,21	1,137			2,79	1,092		
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	Државни сектор и невладине организације	2,89	1,021	0,832	0,436	2,59	1,069	1,032	0,358
	Приватни сектор	2,70	1,024			2,78	1,179		
	Незапослени	2,83	1,050			2,93	1,116		
	Укупно	2,79	1,033			2,78	1,141		
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	Државни сектор и невладине организације	3,14	1,257	0,166	0,847	3,46	1,166	0,897	0,410
	Приватни сектор	3,23	1,165			3,27	1,197		
	Незапослени	3,14	1,422			3,14	1,060		
	Укупно	3,18	1,288			3,27	1,154		
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	Државни сектор и невладине организације	3,50	1,250	0,317	0,728	3,38	1,091	0,322	0,725
	Приватни сектор	3,38	1,135			3,44	1,130		
	Незапослени	3,49	1,248			3,30	1,101		
	Укупно	3,45	1,201			3,39	1,111		
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	Државни сектор и невладине организације	2,79	1,289	0,662	0,517	3,13	1,218	0,713	0,492
	Приватни сектор	2,59	1,267			3,27	1,165		
	Незапослени	2,55	1,349			3,05	1,059		
	Укупно	2,61	1,304			3,18	1,145		
У граду је велика гужва током трајања фестивала	Државни сектор и невладине организације	3,80	1,086	3,067	0,048	2,92	1,384	0,675	0,510
	Приватни сектор	3,48	1,190			3,13	1,161		
	Незапослени	3,83	1,197			3,21	1,176		
	Укупно	3,68	1,182			3,11	1,208		
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	Државни сектор и невладине организације	2,96	1,175	0,693	0,501	2,74	1,117	0,491	0,613
	Приватни сектор	2,93	1,223			2,91	1,204		
	Незапослени	3,11	1,265			2,98	1,142		
	Укупно	3,01	1,230			2,90	1,168		
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	Државни сектор и невладине организације	3,82	1,011	0,371	0,690	2,92	1,244	0,553	0,576
	Приватни сектор	3,72	1,020			2,89	1,256		
	Незапослени	3,66	1,283			2,70	1,085		
	Укупно	3,71	1,131			2,84	1,205		
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним	Државни сектор и невладине организације	3,41	1,262	1,068	0,345	3,13	1,218	1,331	0,267
	Приватни сектор	3,57	1,242			2,85	1,237		

просторима	Незапослени	3,33	1,381			3,14	1,260		
	Укупно	3,44	1,304			2,99	1,242		
Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	Државни сектор и невладине организације	3,77	1,044	0,375	0,687	2,82	1,315	6,240	0,002
	Приватни сектор	3,72	1,210			2,97	1,172		
	Незапослени	3,62	1,181			3,56	1,035		
	Укупно	3,69	1,167			3,11	1,194		
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	Државни сектор и невладине организације	2,75	1,100	1,185	0,307	2,36	1,063	0,829	0,438
	Приватни сектор	2,63	1,250			2,16	1,145		
	Незапослени	2,47	1,234			2,37	1,205		
	Укупно	2,59	1,218			2,25	1,146		

Напомена:  $M$  – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација,  $p < 0,05$ ;  $F \geq 2,99$ .

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

Постоји статистички значајна разлика у мишљењу становника Новог Сада по групама према радном месту о ставу „У граду је велика гужва током трајања EXIT фестивала“, а анализом пост-хок *Scheffe* теста разлика на нивоу  $p < 0,05$  није потврђена.

Статистички значајна разлика у мишљењу становника Будимпеште по групама према радном месту о ставу „Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу“ потврђена је применом пост-хок *Scheffe* теста, при чему се уочавају разлике у мишљењу између незапослених и испитаника који раде у државном сектору и невладиним организацијама, незапослени се више слажу са овим ставом.

Анализом пост-хок *Scheffe* теста статистички значајна разлика у мишљењу испитаника из Будимпеште о ставовима „Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу“ и „Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу“ није потврђена.

Статистички значајна разлика постоји у мишљењу становника Будимпеште по групама према радном месту о ставу „Локална заједница је укључена у организовање SZIGET фестивала“. Анализом пост-хок *Scheffe* теста статистичка разлика на нивоу  $p < 0,05$  утврђена је између испитаника запослених у државним предузећима и невладиним организацијама, и испитаника запослених у приватном сектору и незапослених испитаника. Испитаници запослени у државном сектору показују најмањи ниво слагања са наведеним ставом и дају много ниже оцене од испитаника који су запослени у приватном сектору или нису запослени уопште.

Постоји статистички значајна разлика у мишљењу становника Будимпеште по групама према радном месту о ставу „Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала“. Анализом пост-хок *Scheffe* теста статистичка разлика на нивоу  $p < 0,05$  утврђена је између незапослених испитаника и испитаника који су запослени у приватном, државном или невладином сектору. Незапослени испитаници се углавном слажу да цене расту за време фестивала, док испитаници из друге две групе према запослењу, дају знатно ниже оцене овом ставу.

На основу резултата у Табели 28 може се закључити да се величина статистичке значајности мања или једнака од 0,05 не бележи ни код једног фактора, те се **хипотеза H12: Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на радни статус испитаника одбацује.**

Док у овом истраживању испитаници углавном не показују разлику у ставовима по групама према запослењу, аутори Lee et. al. (2013) наводе да су ANOVA тестом

утврдили да постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника између група према запослењу.

Табела 28. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према запослењу испитаника и по факторима

		EXIT					SZIGET				
Фактори	Запослење	N	M	$\sigma$	F	p	N	M	$\sigma$	F	p
Ф1 Позитивни ефекти	Државни сектор и невладине организације	56	3,74	0,712	0,770	0,464	39	3,14	0,700	2,083	0,127
	Приватни сектор	123	3,61	0,794			108	3,40	0,766		
	Незапослени	122	3,70	0,666			57	3,41	0,692		
Ф2 Негативни ефекти	Државни сектор и невладине организације	56	3,33	0,761	0,200	0,819	39	2,99	0,879	0,126	0,881
	Приватни сектор	123	3,25	0,827			108	2,99	0,823		
	Незапослени	122	3,24	0,941			57	3,05	0,735		

Напомена: N - број испитаника, M – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација,  $p < 0,05$ ;  $F \geq 2,99$ .

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

### Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према дужини боравка испитаника у Новом Саду и Будимпешти

Резултати у Табели 29 показују да постоји статистички значајна разлика у мишљењу испитаника из Новог Сада о два става, а у зависности од дужине њиховог боравка у граду.

Код става „Услед одржавања EXIT фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице“ постоји статистички значајна разлика међу групама испитаника из Новог Сада, према дужини боравака. Анализом пост-хок Scheffe теста утврђено је да између испитаника који живе у Новом Саду више од 20 година и испитаника који живе мање од 10 година вредност статистичке значајности на граници ( $p=0,052$ ).

Статистички значајна разлика у мишљењу испитаника из Новог Сада по групама према дужини боравка о ставу „Посетиоци EXIT фестивала се коректно понашају“ је потврђена анализом пост-хок Scheffe теста. Утврђено је да постоји статистички значајна разлика о овом ставу, између мишљења испитаника који бораве у Новом Саду мање од 10 година и испитаника који припадају другим групама према дужини боравка. Испитаници који бораве у Новом Саду дуже од 10 година вишим оценама оцењују слагање са наведеним ставом у односу на испитанике који бораве у Новом Саду краће од 10 година.



Табела 29. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA на основу дужине боравка испитаника у Новом Саду и Будимпешти

Ставови	Боравак	Нови Сад/EXIT				Будимпешта/SZIGET			
		М	$\sigma$	F	p	М	$\sigma$	F	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	Мање од 10 година	4,26	0,915	2,023	0,134	3,75	1,013	1,106	0,333
	10 до 20 година	4,36	0,868			3,45	1,173		
	Више од 20 година	4,50	0,806			3,50	1,350		
	Укупно	4,40	0,853			3,57	1,211		
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Мање од 10 година	3,66	1,150	3,162	0,044	2,94	1,077	0,358	0,699
	10 до 20 година	3,83	1,200			2,93	1,156		
	Више од 20 година	4,05	1,068			2,80	1,232		
	Укупно	3,89	1,132			2,87	1,163		
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	Мање од 10 година	4,63	0,690	2,328	0,099	4,44	0,887	0,270	0,764
	10 до 20 година	4,68	0,674			4,36	0,932		
	Више од 20 година	4,81	0,577			4,48	0,877		
	Укупно	4,73	0,636			4,44	0,889		
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија,	Мање од 10 година	4,12	0,923	1,688	0,187	3,81	1,123	1,515	0,222
	10 до 20 година	3,92	0,950			3,69	,975		
	Више од 20 година	4,17	1,003			3,49	1,285		
	Укупно	4,09	0,972			3,64	1,177		
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Мање од 10 година	3,67	1,182	0,588	0,556	3,57	1,137	2,123	0,122
	10 до 20 година	3,72	1,092			3,43	1,085		
	Више од 20 година	3,83	1,088			3,18	1,328		
	Укупно	3,76	1,112			3,36	1,226		
Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	Мање од 10 година	2,75	1,201	1,026	0,360	3,22	1,232	0,808	0,447
	10 до 20 година	2,83	1,304			3,19	1,087		
	Више од 20 година	2,99	1,285			2,99	1,299		
	Укупно	2,89	1,269			3,11	1,235		
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Мање од 10 година	3,55	1,038	2,440	0,089	3,69	1,055	1,449	0,237
	10 до 20 година	3,71	1,082			3,45	1,064		
	Више од 20 година	3,88	1,114			3,37	1,328		
	Укупно	3,75	1,092			3,50	1,193		
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Мање од 10 година	3,59	1,110	1,962	0,142	3,63	1,105	0,539	0,584
	10 до 20 година	3,82	1,203			3,45	1,017		
	Више од 20 година	3,91	1,128			3,46	1,224		
	Укупно	3,81	1,147			3,51	1,142		
Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Мање од 10 година	2,84	1,167	1,681	0,188	2,54	1,152	0,787	0,456
	10 до 20 година	2,96	1,284			2,76	1,206		
	Више од 20 година	3,16	1,307			2,50	1,105		
	Укупно	3,03	1,270			2,57	1,140		

Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Мање од 10 година	3,38	1,285	2,148	0,119	2,90	1,248	0,785	0,458
	10 до 20 година	3,51	1,235			3,19	1,348		
	Више од 20 година	3,73	1,208			3,10	1,296		
	Укупно	3,58	1,240			3,05	1,289		
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	Мање од 10 година	2,87	1,464	0,741	0,477	3,15	1,175	0,079	0,924
	10 до 20 година	3,10	1,392			3,12	1,131		
	Више од 20 година	3,09	1,360			3,07	1,175		
	Укупно	3,04	1,394			3,11	1,161		
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Мање од 10 година	3,72	1,196	2,809	0,062	3,63	0,929	0,126	0,882
	10 до 20 година	3,83	1,133			3,60	1,083		
	Више од 20 година	4,07	1,018			3,69	1,227		
	Укупно	3,92	1,102			3,65	1,101		
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Мање од 10 година	3,50	1,077	2,405	0,092	3,28	1,077	1,139	0,322
	10 до 20 година	3,67	0,963			3,48	1,174		
	Више од 20 година	3,82	1,090			3,16	1,158		
	Укупно	3,70	1,060			3,26	1,135		
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Мање од 10 година	3,68	1,202	0,118	0,889	3,87	0,960	1,171	0,312
	10 до 20 година	3,59	1,242			3,74	1,211		
	Више од 20 година	3,62	1,273			3,60	1,185		
	Укупно	3,63	1,244			3,72	1,122		
<b>Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода</b>	Мање од 10 година	4,22	0,947	0,574	0,564	4,04	0,937	<b>3,544</b>	<b>0,031</b>
	10 до 20 година	4,37	0,884			3,62	1,229		
	Више од 20 година	4,31	0,809			3,59	1,222		
	Укупно	4,31	0,864			3,75	1,151		
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	Мање од 10 година	3,86	1,151	0,893	0,411	3,22	1,220	0,297	0,744
	10 до 20 година	3,87	1,166			3,14	1,372		
	Више од 20 година	4,04	1,146			3,06	1,285		
	Укупно	3,95	1,152			3,13	1,278		
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	Мање од 10 година	3,64	1,067	0,313	0,731	3,59	0,996	0,301	0,740
	10 до 20 година	3,53	1,066			3,48	1,065		
	Више од 20 година	3,63	1,008			3,63	1,087		
	Укупно	3,60	1,036			3,58	1,049		
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	Мање од 10 година	3,49	1,149	1,159	0,315	3,32	1,014	0,555	0,575
	10 до 20 година	3,44	1,180			3,29	1,019		
	Више од 20 година	3,65	1,058			3,46	1,023		
	Укупно	3,55	1,114			3,38	1,017		
<b>Посетиоци фестивала се коректно понашају</b>	Мање од 10 година	2,82	1,140	<b>10,167</b>	<b>0,000</b>	3,01	0,954	0,968	0,382
	10 до 20 година	3,35	1,126			3,26	1,037		
	Више од 20 година	3,49	0,996			3,20	1,063		

	Укупно	3,28	1,100			3,15	1,023		
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	Мање од 10 година	3,72	1,115	0,545	0,580	3,71	1,066	1,242	0,291
	10 до 20 година	3,86	1,028			3,64	1,165		
	Више од 20 година	3,88	1,072			3,91	1,033		
	Укупно	3,83	1,070			3,79	1,073		
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	Мање од 10 година	3,24	1,153	2,086	0,126	2,94	1,006	1,227	0,295
	10 до 20 година	3,41	1,062			2,81	1,234		
	Више од 20 година	3,09	1,158			2,67	1,081		
	Укупно	3,21	1,137			2,79	1,092		
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	Мање од 10 година	2,80	0,966	0,927	0,397	2,82	0,961	0,106	0,899
	10 до 20 година	2,91	0,969			2,81	1,330		
	Више од 20 година	2,71	1,098			2,74	1,182		
	Укупно	2,79	1,033			2,78	1,141		
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	Мање од 10 година	3,30	1,366	0,490	0,613	3,15	0,996	1,431	0,241
	10 до 20 година	3,13	1,293			3,52	1,110		
	Више од 20 година	3,14	1,248			3,24	1,267		
	Укупно	3,18	1,288			3,27	1,154		
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	Мање од 10 година	3,51	1,077	0,453	0,636	3,46	1,152	0,184	0,832
	10 до 20 година	3,51	1,246			3,33	1,097		
	Више од 20 година	3,38	1,240			3,37	1,097		
	Укупно	3,45	1,201			3,39	1,111		
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	Мање од 10 година	2,74	1,389	1,328	0,267	3,22	1,063	0,563	0,570
	10 до 20 година	2,72	1,216			3,31	1,297		
	Више од 20 година	2,48	1,300			3,10	1,137		
	Укупно	2,61	1,304			3,18	1,145		
У граду је велика гужва током трајања фестивала	Мање од 10 година	3,84	1,132	1,208	0,300	3,24	1,223	0,926	0,398
	10 до 20 година	3,71	1,163			3,19	1,215		
	Више од 20 година	3,59	1,215			2,99	1,196		
	Укупно	3,68	1,182			3,11	1,208		
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	Мање од 10 година	3,24	1,210	2,527	0,082	2,78	1,144	1,227	0,295
	10 до 20 година	3,06	1,252			3,07	1,237		
	Више од 20 година	2,86	1,216			2,90	1,155		
	Укупно	3,01	1,230			2,90	1,168		
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	Мање од 10 година	3,78	1,091	0,435	0,648	2,65	1,076	2,226	0,111
	10 до 20 година	3,62	1,251			3,14	1,280		
	Више од 20 година	3,73	1,087			2,85	1,244		
	Укупно	3,71	1,131			2,84	1,205		
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је	Мање од 10 година	3,61	1,190	0,824	0,440	3,06	1,035	0,601	0,549
	10 до 20 година	3,36	1,414			3,10	1,322		

повећана на јавним просторима	Више од 20 година	3,40	1,302			2,88	1,343		
	Укупно	3,44	1,304			2,99	1,242		
Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	Мање од 10 година	3,72	1,078	0,387	0,679	3,25	1,098	0,865	0,422
	10 до 20 година	3,77	1,289			3,12	1,292		
	Више од 20 година	3,63	1,147			3,00	1,218		
	Укупно	3,69	1,167			3,11	1,194		
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	Мање од 10 година	2,84	1,244	2,389	0,094	2,22	1,170	0,211	0,810
	10 до 20 година	2,56	1,285			2,36	1,186		
	Више од 20 година	2,47	1,155			2,23	1,121		
	Укупно	2,59	1,218			2,25	1,146		

Напомена:  $M$  – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација,  $p < 0,05$ ;  $F \geq 2,99$ .

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

У случају испитаника из Будимпеште постоји статистички значајна разлика између група према дужини боравка, само у мишљењу о ставу „Услед одржавања SZIGET фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода“. Испитаници који живе у Будимпешти краће од 10 година се углавном слажу са наведеним ставом, а помоћу пост-хок Scheffe теста је утврђено да постоји статистички значајна разлика између њиховог мишљења и мишљења испитаника који бораве у Будимпешти дуже од 20 година и који нижим оценама оцењују своје слагање са наведеним ставом.

Код осталих зависних не постоје статистички значајне разлике на нивоу значајности  $p < 0,05$  међу групама испитаника према дужини боравка у Новом Саду као ни у Будимпешти.

Табела 30. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA на основу дужине боравка испитаника у Новом Саду и Будимпешти и по факторима

Фактори	Боравак	EXIT					SZIGET				
		N	M	$\sigma$	F	p	N	M	$\sigma$	F	p
Ф1 Позитивни ефекти	Мање од 10 година	76	3,55	0,737	1,951	0,144	68	3,41	0,643	0,446	0,641
	10 до 20 година	78	3,65	0,753			42	3,36	0,785		
	Више од 20 година	147	3,75	0,706			94	3,30	0,783		
Ф2 Негативни ефекти	Мање од 10 година	76	3,40	0,840	1,512	0,222	68	3,00	0,764	0,676	0,510
	10 до 20 година	78	3,27	0,895			42	3,13	0,809		
	Више од 20 година	147	3,19	0,852			94	2,95	0,838		

Напомена:  $N$  - број испитаника,  $M$  – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација,  $p < 0,05$ ;  $F \geq 2,99$ .

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

Резултати у Табели 30 показују да не постоји статистички значајна разлика у мишљењу испитаника из Новог Сада и Будимпеште о позитивним и негативним ефектима фестивала груписаним по факторима (величина статистичке значајности мања или једнака од 0,05 не бележи се ни код једног фактора). На основу наведеног хипотеза  $H_{1d}$ : Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се

статистички значајно разликују у односу на дужину пребивалишта у посматраној локалној средини, *се одбацује*.

Аутори Woosnam, van Winkle, и An (2013), су дошли до закључка да постоји статистички значајна разлика у перцепцији ставова између испитаника који бораве у месту одржавања фестивала дуже од 20 година и оних који у граду бораве краће од 20 година. Huh and Vogt (2008), Draper, Woosnam, and Norman (2011) су такође утврдили да постоји статистички значајна разлика у перцепцији локалног становништва о развоју туризма, у односу на дужину њиховог боравка у месту. Међутим, за разлику од њих, Magnússon (2010) је утврдио да не постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника о позитивним и негативним ефектима Карневала у односу на дужину њиховог боравка у Алборгу.

## ПРИМЕНА АНАЛИЗЕ ПЕРФОРМАНСИ И ВАЖНОСТИ

Задатак рада је и компарација ефеката музичких фестивала EXIT и SZIGET на локалне заједнице Новог Сада и Будимпеште применом анализе перформанси и важности (IPA). За потребе ове анализе испитаници су износили своје ставове кроз 31 питање о ефектима музичких фестивала са две петостепене мерне скале. Једном скалом испитаници су оцењивали ефекте музичких фестивала уопштено према њиховој важности са оценама од 1 - потпуно неважно до 5 - веома важно. Са другом скалом испитаници из Новог Сада су оцењивали ефекте музичког фестивала EXIT на локалну заједницу, док су испитаници из Будимпеште оцењивали ефекте SZIGET фестивала, са оценама од 1 - уопште се не слажем до 5 - у потпуности се слажем. Сви ефекти музичких фестивала су подељени у две категорије: позитивни ефекти, означени са П1-П22, и негативни ефекти означени са Н1-Н9.

Вредности су потом позициониране у дводимензионалну „акциону матрицу“. На вертикалној оси ( $y$ ) унете су средње вредности важности оцењиваних компоненти, а на хоризонталној ( $x$ ) средње вредности перформанси оцењиваних компоненти дестинације. Вредности из Табеле 31 су коришћене за одређивање позиције у матрици перформанси и важности.

Укупне средње вредности свих компоненти важности (3,95 за SZIGET и 4,23 за EXIT) и перформанси (3,25 за SZIGET и 3,55 за EXIT) коришћене су за одређивање тачке *пресека* у поменутом координатном систему чиме се добијају четири квадранта. Свака компонента је потом анализирана сходно позицији у матрици и менаџерским стратешким смерницама које се препоручују за дато матрично поље.

Компоненте у пољу М (1,1) су процењене да имају велику важност за испитанике, али ниво перформанси компоненти није на задовољавајућем нивоу. Компоненте у пољу М (1,2) су оцењене као веома важне за испитанике, а истовремено имају и високе оцене перципираних перформанси. Компоненте у пољу М (2,1) се сматрају мање важним за испитанике и степен задовољства перформансама компоненти је испод просека. Компоненте у пољу М (2,2) имају мали значај за испитанике, али је степен слагања са перципираним перформансама компоненти изнад просека.

Табела 31. Анализа перформанси и важности за ефекте музичких фестивала EXIT и SZIGET

Ставови		EXIT			SZIGET		
		И	П	П - И	И	П	П - И
Ознака	<b>Позитивни ефекти</b>	<b>4,46</b>	<b>3,67</b>	<b>-0,79</b>	<b>3,98</b>	<b>3,35</b>	<b>-0,63</b>
П1	Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	4,59	4,40	-0,19	3,64	3,57	-0,07
П2	Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	4,47	3,89	-0,58	3,41	2,87	-0,54
П3	Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	4,66	4,73	0,07	4,42	4,44	0,02
П4	Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија	4,38	4,09	-0,29	3,78	3,64	-0,14
П5	Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	4,46	3,76	-0,7	4,00	3,36	-0,64
П6	Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	4,24	2,89	-1,35	4,00	3,11	-0,89
П7	Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	4,37	3,75	-0,62	3,70	3,50	-0,2
П8	Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	4,41	3,81	-0,6	4,18	3,51	-0,67
П9	Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	4,57	3,03	-1,54	4,13	2,57	-1,56
П10	Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	4,33	3,58	-0,75	3,64	3,05	-0,59
П11	Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	4,30	3,04	-1,26	3,75	3,11	-0,64
П12	Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	3,69	3,92	0,23	3,50	3,65	0,15
П13	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	4,35	3,70	-0,65	3,96	3,26	-0,7
П14	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	4,45	3,63	-0,82	4,41	3,72	-0,69
П15	Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	4,53	4,31	-0,22	4,52	3,75	-0,77
П16	Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	4,60	3,95	-0,65	4,13	3,13	-1
П17	Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	4,81	3,60	-1,21	3,36	3,58	0,22
П18	Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	4,82	3,55	-1,27	4,48	3,38	-1,1
П19	Посетиоци фестивала се коректно понашају	4,70	3,28	-1,42	4,49	3,15	-1,34
П20	Програм фестивала је увек богат и	4,71	3,83	-0,88	4,63	3,79	-0,84

	разноврстан						
<b>П21</b>	Локална заједница је укључена у организовање фестивала	4,32	3,21	-1,11	3,46	2,79	-0,67
<b>П22</b>	Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	4,28	2,79	-1,49	3,98	2,78	-1,2
	<b>Негативни ефекти</b>	<b>3,81</b>	<b>3,26</b>	<b>-0,55</b>	<b>3,87</b>	<b>3,00</b>	<b>-0,87</b>
<b>Н1</b>	Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	3,95	3,18	-0,77	3,85	3,27	-0,58
<b>Н2</b>	Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	3,38	3,45	0,07	3,57	3,39	-0,18
<b>Н3</b>	Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	3,56	2,61	-0,95	3,99	3,18	-0,81
<b>Н4</b>	У граду је велика гужва током трајања фестивала	3,08	3,68	0,6	3,34	3,11	-0,23
<b>Н5</b>	Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	3,52	3,01	-0,51	3,48	2,90	-0,58
<b>Н6</b>	Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	3,33	3,71	0,38	3,77	2,84	-0,93
<b>Н7</b>	Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	4,52	3,44	-1,08	4,10	2,99	-1,11
<b>Н8</b>	Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	4,16	3,69	-0,47	4,14	3,11	-1,03
<b>Н9</b>	Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	4,78	2,59	-2,19	4,59	2,25	-2,34
	<b>Средња вредност за целу скалу</b>	<b>4,23</b>	<b>3,55</b>		<b>3,95</b>	<b>3,25</b>	

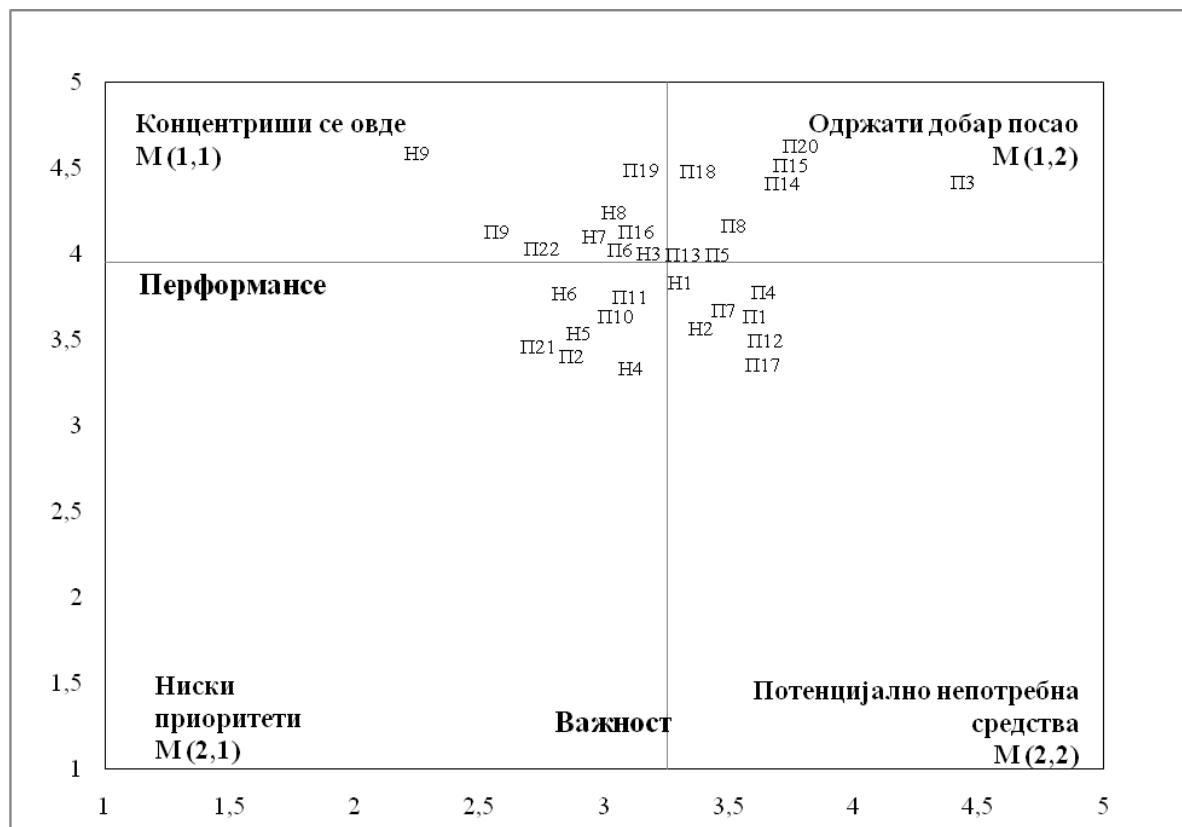
Напомена: И – важност (енг. Importance), П – перформансе (енг. Performance), П – И – разлика средњих вредности

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

Позиција ставова „Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала“ (важност: 3,96 перформансе: 3,26), „Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу“ (важност: 4,00 перформансе: 3,36), „Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу“ (важност: 4,18 перформансе: 3,51), „Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво“ (важност: 4,41 перформансе: 3,72), „Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода“ (важност: 4,52 перформансе: 3,75), „Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу“ (важност: 4,48 перформансе: 3,38), „Програм фестивала је увек богат и разноврстан“ (важност: 4,63 перформансе: 3,79), „Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе“ (важност: 4,42 перформансе: 4,44) у пољу **М (1,2)** показује да су ови ставови изузетно важни за испитанике из Будимпеште, а истовремено је степен слагања испитаника са овим ставовима, односно ефектима фестивала изнад просека, сугестија

менаџерима фестивала је одржати добар посао односно наставити добро радити. Одржавање или унапређење постојеће позиције позитивних ефеката у овом пољу захтева додатна финансијска улагања, али не захтева хитну менаџерску пажњу и акцију за побољшање перформанси компонената.

Графикон 3. IPA матрица за позитивне и негативне ефекте SZIGET фестивала на локалну заједницу



Напомена: Видети Табелу 31 за ознаке од П1 до П22 и од Н1 до Н9

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић

Ставови „Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града“ (важност: 3,64 перформансе: 3,57), „Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија“ (важност: 3,78 перформансе: 3,64), „Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду“ (важност: 3,70 перформансе: 3,50), „Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала“ (важност: 3,50 перформансе: 3,65), „Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу“ (важност: 3,36 перформансе: 3,58), „Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала“ (важност: 3,85 перформансе: 3,27), и „Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала“ (важност: 3,57 перформансе: 3,39) су на задовољавајућем нивоу и позиционирани су у пољу **М (2,2)** пољу потенцијално непотребних средстава. Ови ставови немају велику важност за испитанике из Будимпеште стога се не пропорукује инвестирање у иновацију или унапређење перформанси ових атрибута.

Ставови „Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице“ (важност: 3,41 перформансе: 2,87), „Услед одржавања фестивала локално



становништво има могућност да научи нове ствари“ (важност: 3,64 перформансе: 3,05), „Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу“ (важност: 3,75 перформансе: 3,11), „Локална заједница је укључена у организовање фестивала“ (важност: 3,46 перформансе: 2,79) „У граду је велика гужва током трајања фестивала“ (важност: 3,34 перформансе: 3,11), „Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала“ (важност: 3,48 перформансе: 2,90), и „Ниво буке у граду је повећан за време фестивала“ (важност: 3,77 перформансе: 2,84) су позиционирани у поље ниских приоритета **M (2,1)**, односно перформансе ових ставова нису на задовољавајућем нивоу на SZIGET фестивалу, али ни немају велику важност за испитанике из Будимпеште.

Положај ставова „Фестивал доприноси благостању локалне заједнице“ (важност: 4,00 перформансе: 3,11), „Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице“ (важност: 4,13 перформансе: 2,57), „Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала“ (важност: 4,13 перформансе: 3,13), „Посетиоци фестивала се коректно понашају“ (важност: 4,49 перформансе: 3,15), „Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала“ (важност: 3,98 перформансе: 2,78), „Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице“ (важност: 3,99 перформансе: 3,18), „Чистоћа и уређеност града су нарушени за време фестивала“ (важност: 4,10 перформансе: 2,99), „Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) не треба да буду повећане за време фестивала“ (важност: 4,14 перформансе: 3,11) и „Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала“ (важност: 4,59 перформансе: 2,25) сугерише хитну менаџерску акцију и додатна финансијска улагања у побољшање перформанси SZIGET фестивала у вези са овим ставовима, јер су ови ставови процењени као веома важни за испитанике из Будимпеште, а перформансе нису на задовољавајућем нивоу. Ови ставови су позиционирани у поље **M (1,1)** које се назива Концентриши се овде.

Менаџмент фестивала треба да оствари бољу сарадњу са надлежним институцијама за решавање негативних ефеката фестивала попут нарушене чистоће и уређености града и повећане стопе криминала. За ставове „Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала“ и „Посетиоци фестивала се коректно понашају“ кроз промоцију фестивала посетиоцима, менаџмент треба да пружи више могућности за упознавање локалне културе и усмери посетиоце на редовне програме у Будимпешти, као и у договору са институцијама културе (музеји, позоришта) да се осмисле посебни програми за време трајања фестивала. Такође, посетиоце фестивала пре доласка на фестивал треба обавестити о правилима понашања и културним нормама средине у коју долазе. То може бити учињено путем сајта фестивала и друштвених мрежа.

Како би утицали на промену мишљења о ставу „Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице“ менаџмент може да даје на јавни увид или осмисли пропагандне поруке намењене локалном становништву у ком ће им предочити предности које заједници доноси одржавање фестивала у њиховој средини. Менаџмент може да организује јавне трибине и форуме на којима би локална заједница могла да изнесе своје мишљење о томе како фестивал може да допринесе побољшаном квалитету живота локалне заједнице, чиме би се постигло и више уважавање ставова локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала.

Позиција ставова „Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града“ (важност: 4,59 перформансе: 4,40), „Услед одржавања фестивала побољшан је

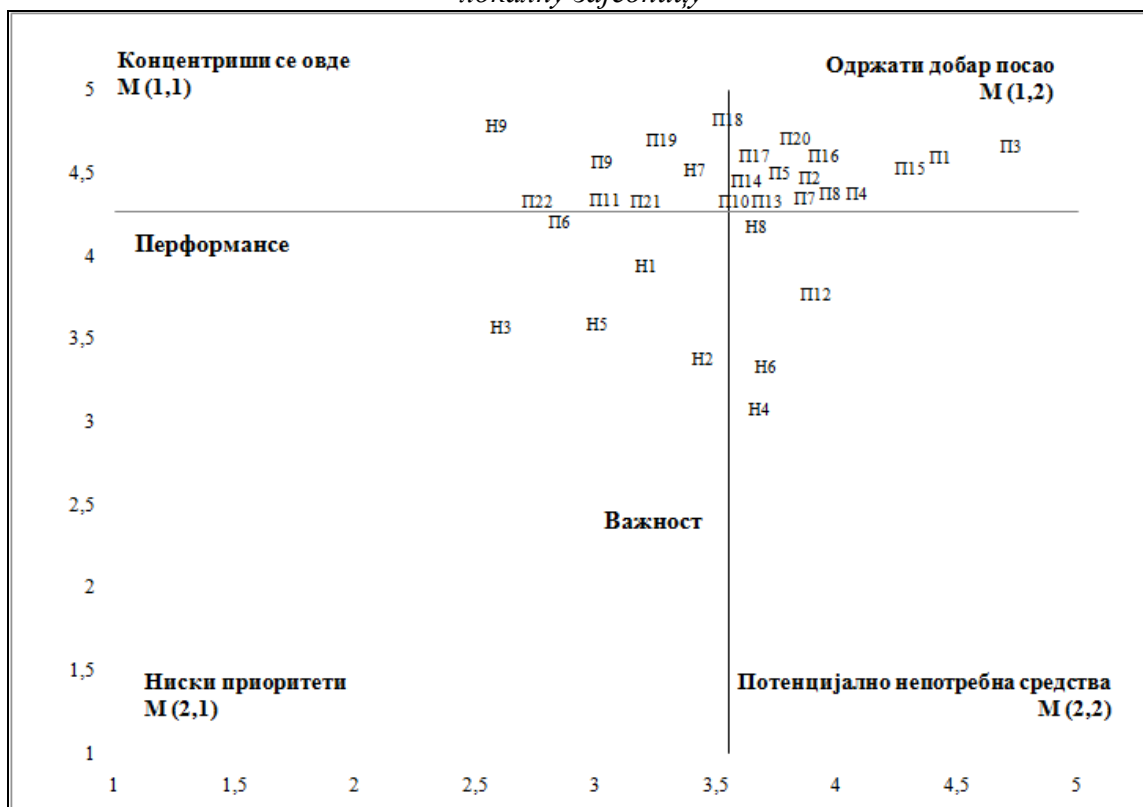
идентитет локалне заједнице“ (важност: 4,47 перформансе: 3,89), „Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе“ (важност: 4,66 перформансе: 4,73), „Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија“ (важност: 4,38 перформансе: 4,09), „Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу“ (важност: 4,46 перформансе: 3,76), „Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду“ (важност: 4,37 перформансе: 3,75), „Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу“ (важност: 4,41 перформансе: 3,81), „Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала“ (важност: 4,35 перформансе: 3,70), „Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво“ (важност: 4,45 перформансе: 3,63), „Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода“ (важност: 4,53 перформансе: 4,31), „Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала“ (важност: 4,60 перформансе: 3,95), „Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу“ (важност: 4,81 перформансе: 3,60) и „Програм фестивала је увек богат и разноврстан“ (важност: 4,71 перформансе: 3,83) у пољу **М (1,2)** које се назива „Одржати добар посао“, индикује да су ови ставови изузетно важни за испитанике из Новог Сада, а истовремено су оцењени са високим оценама перформанси на ЕХИТ фестивалу, те је сугестија менаџерима фестивала да треба да одрже добар посао.

Ставови „Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала“ (важност: 3,69 перформансе: 3,92), „У граду је велика гужва током трајања фестивала“ (важност: 3,08 перформансе: 3,68), „Ниво буке у граду је повећан за време фестивала“ (важност: 3,33 перформансе: 3,71) и „Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала“ (важност: 4,16 перформансе: 3,69) имају важност за испитанике из Новог Сада испод просека, а перформансе ЕХИТ фестивала по овим ставовима су изнад просека. Налазе се у пољу **М (2,2)** које се назива и Потенцијално непотребна средства те се стога не препоручује инвестирање у иновацију или унапређење перформанси ЕХИТ фестивала у вези са овим ставовима.

Ставови „Фестивал доприноси благостању локалне заједнице“ (важност: 4,24 перформансе: 2,89), „Нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице су нарушени услед одржавања фестивала“ (важност: 3,95 перформансе: 3,18), „Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала“ (важност: 3,38 перформансе: 3,45), „Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице“ (важност: 3,56 перформансе: 2,61) и „Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала“ (важност: 3,52 перформансе: 3,01) су позиционирани у пољу **М (2,1)**, пољу ниских приоритета.

Перформансе ЕХИТ фестивала у вези са овим ставовима нису на задовољавајућем нивоу, али ни немају велику важност за испитанике из Новог Сада. За менаџмент фестивала они представљају низак приоритет, стога не захтевају менаџерску пажњу и инвестирање у побољшање перформанси у вези са овим ставовима.

Графикон 4. IPA матрица за позитивне и негативне ефекте EXIT фестивала на локалну заједницу



Напомена: Видети Табелу 31 за ознаке од П1 до П22 и од Н1 до Н9

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић

„Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице“ (важност: 4,57 перформансе: 3,03), „Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу“ (важност: 4,30 перформансе: 3,04), „Посетиоци фестивала се коректно понашају“ (важност: 4,70 перформансе: 3,28), „Локална заједница је укључена у организовање фестивала“ (важност: 4,32 перформансе: 3,21), „Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала“ (важност: 4,28 перформансе: 2,79), „Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала“ (важност: 4,52 перформансе: 3,44) и „Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала“ (важност: 4,78 перформансе: 2,59) су ставови позиционирани у пољу **М (1,1)** које се назива „Концентриши се овде“. Ови ставови имају велику важност за испитанике из Новог Сада, али перформансе EXIT фестивала у вези са овим ставовима су на изузетно ниском нивоу. Непходна је менаџерска пажња и додатна финансијска улагања како би се унапредиле перформансе у вези са овим ставовима.

Као и код SZIGET фестивала, менаџмент EXIT-а би требао да реагује и пронађе најбоље решење заједно са надлежним институцијама задуженим за чистоћу и уређеност града, као и институцијама за борбу против криминала у граду. Како би се „Локална заједница укључила у организовање фестивала“ и „Уважавали се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала“, менаџмент би могао спровести истраживање о ставовима локалне заједнице или формирати радне групе са представницима локалне заједнице, различитих социодемографских карактеристика, који би учествовали у организовању и реализацији фестивала. Локално становништво би имало могућност упознавања извођача на фестивалу уколико би било укључено у организовање фестивала. Квалитет живота локалне заједнице ће бити побољшан када

се побољшају и унапреде перформансе код осталих ставова. Године 2015. Фестивал уличних свирача који се одржава по петнаести пут у Новом Саду, расписао је конкурс за Савет грађана Фестивала уличних свирача. По узору на овај фестивал, организатори SZIGET и EXIT фестивала би могли организовати слично и на тај начин више укључити локалну заједницу у организацију фестивала и унапредити перформансе које су важне локалној заједници.

Ставови „Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари“ (важност: 4,33 перформансе: 3,58) и „Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу“ (важност: 4,82 перформансе: 3,55) се налазе на граници поља **М (1,1)** и **М (1,2)**. Ови ставови су важни испитаницима из Новог Сада, а перформансе EXIT фестивала у вези са овим ставовима су осредње. Пошто су испитаници показали да су им ови ставови веома важни, требало би подићи и перформансе на виши ниво. За локално становништво би се могло организовати неколико креативних радионица на различите теме у вези са фестивалом (нпр. како ди џеј пушта музику, мода на фестивалима, обука за прављење сувенира који се касније могу продавати посетиоцима). Већа интеракција локалног становништва и страних посетилаца фестивала би омогућила локалном становништву да упознају друге културе из којих посетиоци долазе. У циљу повећања безбедности локалног становништва за време трајања фестивала, Министарство унутрашњих послова би требало да реагује. Није потребно пуно улагања, јер перформансе нису оцењене јако ниским оценама.

Када се пореде поља графикана EXIT фестивала и SZIGET фестивала на први поглед је уочљиво да EXIT фестивал има више ставки у пољу **М (1,2)** – Одржати добар посао. У пољу **М (2,2)** – Непотребна средства има најмање ставова који се односе на ефекте EXIT фестивала. У пољу ниски приоритети **М (2,1)** EXIT фестивал такође има мање ставки, а готово подједнак број ставки оба фестивала имају у пољу **М (1,1)** – Концентриши се овде. Уочљиво је да се већина ставова о негативним ефектима EXIT фестивала налази у доња два поља **М (2,2)** и **М (2,1)** што показује да ове ставове испитаници из Новог Сада не сматрају важним. Позитивни ефекти EXIT фестивала махом су сконцентрисани у пољима **М (1,1)** – Концентриши се овде и **М (1,2)** – Одржати добар посао.

### *Анализа резултата т-теста за зависне узорке*

Зависни узорци су они узорци чије мере су на неки начин у корелацији. Корелацију између два низа мерења очекујемо увек када нам иста група испитаника служи уједно и као контролна група. Стога се овај поступак често назива „метода исте групе“. Овај поступак је коришћен како би се упоредиле оцене перформанси са оценама важности ефеката фестивала из перспективе локалног становништва.

Као што се може видети у Табели 32 код оцењивања перформанси и важности ставова, постоји статистички значајна разлика у оценама код већине ставова и код испитаника из Новог Сада и код испитаника из Будимпеште.

Табела 32. Т тест зависних узорака за важности и перформансе ефеката фестивала

Ознака	Позитивни ефекти	EXIT		SZIGET	
		t	p	t	p
П1	Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	-3,828	0,000	-0,729	0,467
П2	Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	-8,825	0,000	-6,512	0,000
П3	Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	1,803	0,072	0,291	0,771
П4	Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија	-4,430	0,000	-1,601	0,111
П5	Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	-11,116	0,000	-7,246	0,000
П6	Фестивал доприноси благостању локалне заједнице	-19,271	0,000	-6,166	0,000
П7	Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	-10,224	0,000	-7,367	0,000
П8	Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	-11,594	0,000	-6,462	0,000
П9	Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	-16,970	0,000	-11,810	0,000
П10	Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	-9,936	0,000	-6,498	0,000
П11	Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивалу	-8,325	0,000	-3,911	0,000
П12	Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	-6,576	0,000	-3,136	0,002
П13	Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	-7,847	0,000	-9,043	0,000
П14	Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	-11,702	0,000	-7,725	0,000
П15	Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	-4,230	0,000	-9,022	0,000
П16	Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	-10,365	0,000	-9,593	0,000
П17	Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	-18,475	0,000	2,214	0,028
П18	Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	-19,135	0,000	-12,415	0,000
П19	Посетиоци фестивала се коректно понашају	-20,716	0,000	-15,091	0,000
П20	Програм фестивала је увек богат и разноврстан	-13,407	0,000	-10,347	0,000
П21	Локална заједница је укључена у организовање фестивала	-15,327	0,000	-7,153	0,000
П22	Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	-18,731	0,000	-12,354	0,000
<b>Негативни ефекти</b>					
Н1	Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	-7,911	0,000	-5,586	0,000
Н2	Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	0,720	0,472	-1,796	0,074
Н3	Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	-11,142	0,000	-9,479	0,000
Н4	У граду је велика гужва током трајања фестивала	6,266	0,000	-2,131	0,034
Н5	Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	-5,865	0,000	-5,837	0,000
Н6	Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	4,599	0,000	-9,136	0,000
Н7	Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	-12,915	0,000	-11,935	0,000
Н8	Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	-5,404	0,000	-9,644	0,000
Н9	Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	-28,928	0,000	-24,708	0,000

Напомена:  $t$  – вредност  $t$  статистика,  $p$  – ниво статистичке значајности ( $p < 0,05$ )

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

Код испитаника из Новог Сада и Будимпеште не постоји статистички значајна разлика у оценама перформанси и важности ставова „Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе“ и „Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала“. Као што се може видети у Табели 31, перформансе и важности првог од ова два става испитаници оцењују са оценама већим од 4 за оба фестивала, што значи да се слажу са овим ставом. Из овог можемо закључити, да по мишљењу локалног становништва, EXIT и SZIGET фестивал доприносе промоцији Новог Сада и Будимпеште у иностранству, што се одражава и на туризам ових дестинација. О перформансама и важности другог става испитаници оба града немају изграђено мишљење и дају врло сличне просечне оцене (3,39 - 3,45 за перформансе, а важност са 3,38 – 3,57). Код испитаника из Будимпеште, не постоји статистички значајна разлика између перформанси и важности ставова: „Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града“ и „Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија“, што потврђује да се испитаници слажу са овим ставовима који су од значаја за развој туризма.

На основу резултата IPA анализе и т-теста зависних узорака, **хипотеза (Х4): „Ставови локалног становништва о важности одређених ефеката и перформансама конкретних музичких фестивала се статистички значајно разликују“ се делимично прихвата** јер је код већине ставова утврђено да постоји статистички значајна разлика између перформанси и важности, али код неких ставова локалног становништва из Новог Сада (код два става) не постоји статистички значајна разлика, а код ставова локалног становништва из Будимпеште код четири става не постоји статистички значајна разлика.

Табела 33 показује ставове испитаника из Новог Сада и Будимпеште који се појављују у истим пољима IPA матрице. Ово су ставови којима су испитаници ефекте и EXIT и SZIGET фестивала окарактерисали истим односом приоритета и перформанси ефеката фестивала. У пољима „Концентриши се овде“ и „Одржати добар посао“ издвојени су приоритетни ефекти оба музичка фестивала од високе важности за локалне заједнице Новог Сада и Будимпеште.

Табела 33. Ставови испитаника о ефектима EXIT и SZIGET фестивала који се појављују у истим пољима IPA матрице

Поље	Став
<b>Концентриши се овде</b> М (1,1)	П9 Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице
	П19 Посетиоци фестивала се коректно понашају
	П22 Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала
	Н7 Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима
	Н9 Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала
<b>Одржати добар посао</b> М (1,2)	П15 Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода
	П20 Програм фестивала је увек богат и разноврстан
	П18 Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу
<b>Ниски приоритети</b> М (2,1)	Н5 Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала
<b>Потенцијално непотребна средства</b> М (2,2)	П12 Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић

Стопа криминала, понашање посетилаца (нарочито негативни облици понашања), чистоћа и уређеност града за време фестивала су фактори који утичу на свакодневни живот локалног становништва, а како су код оба фестивала лоцирани у пољу Концентриши се овде, сугестија менаџерима EXIT и SZIGET фестивала, као и локалним властима јесте да треба да осмисле мере којима би ове ефекте фестивала ускладили са потребама и ставовима локалне заједнице. На тај начин би се уважили ставови локалне заједнице и побољшао квалитет живота, што доприноси одрживости фестивала.

Испитаници из Новог Сада и Будимпеште сматрају да је програм фестивала богат и да је безбедност посетилаца на високом нивоу, те да организатори оба фестивала треба да „одрже добар посао“. Испитаници из оба града сматрају да локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода, иако у овом истраживању од укупног броја испитаника из Новог Сада, њих 79% и чак 91,2% испитаника из Будимпеште наводи да не учествује у директној продаји, нити пружању услуга посетиоцима фестивала.

Испитаници из оба града сматрају да имају могућности за различита културна искуства и доживљаје за време EXIT и SZIGET фестивала, али дају ниже оцене за важност, те је сугестија менаџерима фестивала и локалним властима да не троше средства на побољшање овог става, већ да их усмере на друге мере и активности, којима би се побољшао квалитет живота локалне заједнице.

## ЗАКЉУЧАК

Према Стратегији развоја туризма Републике Србије (2005) „догађаји“ представљају „*quick win*“ подручје активности у развоју туризма Србије, јер потенцијал раста овог производа има маркетиншку снагу за додатну промоцију Србије и повећање лојалности клијената према Србији. Стратегија спомиње и важност сарадње са локалним заједницама на пољу менаџмента и маркетинга фестивала. Маркетинг стратегија АП Војводине (2009), као кључне производе кластера Војводине, између осталог наводи догађаје и препознаје фестивале као изузетан ресурс за даљи развој туризма у Војводини.

Појавом све интензивнијег развоја туризма, појављује се и све више истраживања о његовом утицају на подручја на којима се развија. Сваки вид туризма остварује бројне утицаје на животно окружење, како на природне карактеристике подручја, тако и на изграђене делове животног окружења, а и на локалну заједницу која живи на подручју у ком се туризам развија. Досадашња истраживања ефеката музичких фестивала најчешће су се односила на истраживање економских ефеката. Тек у последњих неколико година интензивније се истражују друштвени утицаји туризма и догађаја, иако се у ранијим истраживањима није обраћало пуно пажње на њих. Ипак, истраживања ефеката догађаја на локалну заједницу и даље нису толико интензивна као истраживања економских ефеката. Мали број ових истраживања се односи на истраживање о утицају музичких фестивала на локалну заједницу. Неколико аутора, крајем двадесетог и почетком двадесет првог века, потрудило се да развије поуздане скале за мерење ефеката догађаја на локалну заједницу. У истраживањима је утврђено да познавање друштвених утицаја фестивала на локалну заједницу може бити исто тако важно за будући успех фестивала, као познавање економских ефеката.

У овом раду, примењена је скала *Festival Social Impact Attitude Scale (FSIAS)* развијена од стране аутора из Канаде, Delamere (2001), јер је доказано да је валидна и поуздана и од стране аутора је препоручено да се тестира у различитим локалним заједницама и на различитим врстама догађаја. Скала је модификована и прилагођена потребама истраживања музичких фестивала већег обима. Применом експлоративне факторске анализе и Кронбаховог алфа коефицијента, потврђена је поузданост скале примењене у истраживању ефеката музичких фестивала EXIT и SZIGET на локалне заједнице и туризам, као и њена основна двофакторска структура. Издвојена су два фактора названа позитивни (*social benefits*) и негативни (*social costs*) ефекти, што је у сагласности са претходним истраживањима у којима је примењена FSIAS скала.

Као и о бројним другим фестивалима, о EXIT и SZIGET фестивалу није раније вршено истраживање о ефектима које остварују на локалну заједницу. Фестивале EXIT и SZIGET често упоређују, јер имају бројне заједничке карактеристике. Оба фестивала су настала из бунта младих и жеље за променама у друштву, а касније су се комерцијализовали. Налазе се у истом делу Европе, нешто мање развијеном него остатак Европе, што је атрактивно посетиоцима који долазе из развијенијих подручја, због ниских цена ванпансионске порошње. На овим фестивалима наступају светски познате звезде, различитих музичких жанрова. Одржавају се на атрактивним локацијама, EXIT на прелепој тврђави са непроцењивим погледом на град, а SZIGET на дунавском острву, опет посебној целини. Место одржавања фестивала пружа посетиоцима осећај посебности, као да су на неком посебном, само њима и онима сличним њима, доступном месту. SZIGET фестивал је основан неколико година раније од EXIT фестивал. Организатори ових фестивала би могли да остваре сарадњу



на обострану корист, како би могли да размене позитивна, али и негативна искуства и начине њиховог превазилажења. Оба фестивала су добитници престижних награда на светском нивоу. Сваке године окупљају велики број посетилаца, чиме врше значајан утицај на средину у којој се одржавају. Музички фестивали, попут EXIT и SZIGET фестивала, се најчешће одржавају једном годишње и трају по неколико дана. У току њиховог трајања утицај који остварују је најинтензивнији, али стваран утицај који остављају на локалну заједницу траје током читаве године.

Истраживање ефеката музичких фестивала EXIT и SZIGET на локалну заједницу и туризам Новог Сада и Будимпеште је урађено како би се утврдило какав став имају становници Новог Сада и Будимпеште о друштвеном утицају који врше фестивали EXIT и SZIGET, као и да би се упоредили њихови ставови. Задатак је био и утврдити да ли и како социодемографске карактеристике становника утичу на њихову перцепцију социјалних ефеката фестивала.

Истраживање је спроведено у периоду од јуна до септембра месеца 2014. године. Анкета је дистрибуирана електронским путем. У истраживању су учествовали представници локалне заједнице, различитих старосних група, као и различитих занимања.

Прегледом бројне литературе, а у складу са темом истраживања, дефинисано је неколико хипотеза. Анализирајући резултате Т-теста за зависне и независне узорке, једнофакторске анализе варијансе (ANOVA) и IPA анализе утврђено је да ли се хипотезе прихватају, делимично прихватају или одбијају.

Основна хипотеза докторске дисертације гласи: ***Музички фестивали унапређују друштвену кохезију и доприносе развоју туризма и промоцији дестинације.***

Из основне хипотезе извучено је неколико афирмативних хипотеза које укључују и потхипотезе. Резултати истраживања по факторима, којима су ефекти фестивала груписани на позитивне и негативне ефекте, показују следеће:

*Потхипотеза Х1а:* „Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на пол испитаника“ се на основу резултата Т-теста **одбацује** изузев у случају фактора 2 негативни ефекти код SZIGET фестивала и испитаника из Будимпеште, јер постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника о негативним ефектима фестивала у односу на пол, при чему жене више перципирају ове ефекте у односу на мушкарце.

*Потхипотеза Х1б:* Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на старосно доба испитаника се, на основу резултата добијених једнофакторском анализом, **одбацује**.

*Потхипотеза Х1в:* Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на степен образовања испитаника се такође **одбацује** на основу резултата добијених једнофакторском анализом варијансе.

*Потхипотеза Х1г:* Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на радни статус испитаника се такође **одбацује**.

*Потхипотеза Х1д:* Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на дужину пребивалишта у посматраној локалној средини се такође **одбацује**.

На основу ових пет потхипотеза може се закључити да се **хипотеза (Х1): Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се**

**статистички значајно разликују у односу на њихове социо-демографске карактеристике одбацује.**

**Хипотеза (X2): Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на то да ли су посетили фестивал или не се делимично прихвата,** јер у случају фактора позитивни ефекти код SZIGET фестивала не постоји статистички значајна разлика. Испитаници из Будимпеште који су посетили SZIGET фестивал и они који га никада нису посетили исто перципирају позитивне ефекте које фестивал остварује на локалну заједницу, док испитаници из Новог Сада који су посетили различито перципирају и позитивне и негативне ефекте EXIT фестивала у односу на испитанике који никада нису посетили фестивал.

**Хипотеза (X3): Ставови локалног становништва о ефектима музичких фестивала се статистички значајно разликују у односу на место боравка, Нови Сад или Будимпешта се прихвата.**

Из резултата истраживања је уочљиво да испитаници из Будимпеште имају различите ставове у односу на испитанике из Новог Сада, што је можда последица тога што се SZIGET фестивал одржава у Будимпешти више од 20 година и што је Будимпешта развијенија туристичка дестинација, у односу на Нови Сад.

**Хипотеза (X4): Ставови локалног становништва о важности одређених ефеката било ког догађаја и перформанса конкретних музичких фестивала се статистички значајно разликују се делимично прихвата.** Код већине ставова постоји статистички значајна разлика између перформанси и важности, али код неких ставова локалног становништва из Новог Сада (два става) не постоји статистички значајна разлика и код неких ставова локалног становништва из Будимпеште (код четири става) не постоји статистички значајна разлика.

На основу просечних оцена фактора (за EXIT фестивал  $\Phi_1=3,67$  и  $\Phi_2=3,26$ , и за SZIGET фестивал  $\Phi_1=3,35$  и  $\Phi_2=3,00$ ) може се закључити да испитаници из Новог Сада и Будимпеште више перципирају позитивне ефекте фестивала на локалну заједницу, при чему испитаници из Новог Сада оба фактора, односно групе ефеката оцењују вишим просечним оценама. Највећу просечну оцену, и становници Новог Сада и становници Будимпеште су дали ставу „Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе“, а високим просечним оценама су изразили и своје слагање са ставом „Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града“, што потврђује да фестивали доприносе развоју туризма, промоцији и имиџу дестинације.

На основу свега наведеног може се закључити да се основна хипотеза докторске дисертације: **Музички фестивали унапређују друштвену кохезију и доприносе развоју туризма и промоцији дестинације, прихвата.**

Ауторка верује да ово истраживање може да допринесе знању о истраживању ефеката догађаја, као што су музички фестивали, на локалне заједнице. Прегледом литературе установљено је да се анализе ефеката догађаја на локалну заједницу углавном раде на примеру једног конкретног догађаја, те да готово да нема компарације резултата истраживања са два или више догађаја, који се одржавају у различитим дестинацијама, а слични су по тематици и броју посетилаца. Оваква истраживања су неопходна, нарочито када се догађаји, попут EXIT и SZIGET музичких фестивала доживљавају као међусобна конкуренција, или када један догађај, попут Олимпијских игара, мења локацију одржавања.

У случају EXIT и SZIGET фестивала, ово истраживање може помоћи организаторима фестивала, локалним властима и другим стејкхолдерима да идентификују приоритетне ефекте музичких фестивала од високе важности за локалне заједнице, односно подручја на којима добро раде свој посао и где могу наставити на досадашњи начин, као и где треба да унапреде свој рад у циљу постизања што бољих перформанси фестивала и већег задовољства локалног становништва. Организатори фестивала и локална заједница имају интерес да минимизирају негативне и максимизирају позитивне ефекте фестивала.

Све истраживачке студије имају нека ограничења. Најчешће ограничење представља основа истраживања тј. ставови посматраних испитаника. Аутори Gursoy et al. (2010) су констатовали да треба стално пратити ставове и перцепције локалног становништва према утицају туризма на њихову заједницу, јер се они временом мењају, што су раније слично констатовали и истраживачи Huh & Vogt (2008). Слично истраживање би требало понављати у редовним временским размацама, како би се могли пратити утицаји промена које раде организатори фестивала и други стејкхолдери на страни понуде.

Упитник коришћен у овом истраживању могао би се унапредити додавањем питања: „У ком делу града живите?“ или „Колико далеко живите од места одржавања фестивала?“, са понуђеном мапом са обележеним подручјима, као што је наведено у истраживању ефеката Карневала на локалну заједницу Албурга (Magnússon, 2010). Ово питање би било добро додати да се утврди да ли постоји разлика између група у зависности од дела града у коме станују (На пример у Новом Саду, Подграђе Петроварадина и Стари град би могли бити једна зона, остатак Петроварадина и шири центар града друга зона, Подбара, Роткварија, Салајка, Грбавица и Детелинара – трећа зона, Клиса и Ново Насеље – четврта зона и тако даље). Претпоставља се да они који живе ближе локацији одржавања фестивала више перципирају и позитивне и негативне ефекте фестивала.

Модификована скала за потребе овог истраживања може касније да се примењује и на друге локалне заједнице и друге фестивале у Војводини и целој Србији, те се на тај начин могу извући општи закључци о организацији и одржавању фестивала и њиховом утицају на локалне заједнице. Имајући у виду да се у нашим републичким и покрајинским стратешким документима туризам догађаја наводи као један од приоритетних туристичких производа са великим потенцијалом, оваква истраживања су и неопходна, јер је локална заједница један од кључних стејкхолдера у организацији фестивала и догађаја уопште.

## ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ ПОДАТАКА

### ЛИТЕРАТУРА НА СРПСКОМ ЈЕЗИКУ

- Адижес, И. (1994). Управљање променама, ИРА Прометеј, Нови Сад.
- Андрејевић, А., Грубор, А. (2007). Менаџмент догађаја, Факултет за услужни бизнис, Сремска Каменица.
- Бјелобрковић, З. (2009). Евент туризам – значај и потенцијал на подручју Котора, Магистарски рад, Универзитет Сингидунум, Београд.
- Бјељац, Ж. (1998). Манифестациони туризам у Војводини, Институт за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
- Бјељац, Ж. (2006). Теоријско-методолошке основе манифестационог туризма. САНУ – Географски институт „Јован Цвијић“, Посебна издања, Књига 67, Београд.
- Бујковић, Р. (2012). Економски ефекти развоја индустрије догађаја на туризам у Црној Гори, Докторска дисертација, Универзитет Сингидунум, Београд.
- Драгин, Д. (2011). Exit фестивал: Нови Сад – нови имиџ. Министарство културе, информисања и информационог друштва, „Anonymous said:“, стр. 84-85, у Креативна Србија: нови правац развоја.
- Драгићевић, В. (2010). Војводина као дестинација пословног туризма, докторска дисертација, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
- Драгићевић, В. (2012). Конкурентност Војводине као дестинације пословног туризма, монографија, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
- Чомић, Ђ. (2000). Путовање кроз геопаноптикон, Савезни центар за унапређење угоститељства – хотелијерства, Београд.
- Чомић, Ђ., Калмић, Л. (2007). Анализа мултифазних туристичких догађаја, Часопис Туризам, бр. 11, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад, 7-9.
- Фајфилд, П. (2003). Стратегије у маркетингу, Слио, Београд, Србија.
- Хацић, О. и други (2005). Културни туризам, Природно – математички факултет, Нови Сад.
- Храбовски – Томић, Е. (2008). Селективни облици туризма, Факултет за услужни бизнис, Сремска Каменица.
- Илић, В. (1996). Од Атине до Атланте, Прометеј – СПЦ Војводина, Нови Сад.
- Јовановић, В., Делић, У. (2011). Карактеристике манифестација и њихов утицај на развој туризма у Србији, Туризам и хотелијерство, Београд, 203-220
- Јовичић, Ж. (1992). Феноменологија туризма. Научна књига, Београд.
- Јовић, М. (2002). Међународни маркетинг, ИЕН Пресс, Београд.
- Копривица, М. (2008). Менаџмент догађаја, Унија факултета Југоисточне Европе, Прометеј, Нови Сад.
- Kotler, Ph., Keller, K.L. (2006), Маркетинг менаџмент, Дата статус, Београд.
- Лендак, Е. (2003). Туристичка атрактивност манифестације “SZIGET FESZTIVÁL”, дипломски рад, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.
- Љубојевић, Ч., Андрејевић, А. (2002). Маркетинг догађаја, Факултет за услужни бизнис, Нови Сад.

Маркетинг стратегија туризма АП Војводине (2009), Покрајински секретаријат за привреду Аутономне Покрајине Војводине, 2009. Нови Сад.

Марков, С. (2000). Одабране теме из социологије туризма (скрипта), Природно – математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Милисављевић, М. (1995). Маркетинг, Савремена администрација, Београд.

Милојевић, Б. (2012). Компаративна анализа конгресног туризма Београда и Будимпеште, Мастер рад, Универзитет у Новом Саду, Природно - математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Мулец, И. (2010). Модели менаџмента туристичке дестинације Војводине у функцији постизања компетитивности. Докторска дисертација, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Олдкорн, Р. (1990). Менаџмент, Свјетлост, Сарајево.

Ожеговић, С. (1977). Манифестације као мотив и садржај програма туристичког боравка. Магистарски рад, Географски факултет Универзитета у Београду, Београд.

Петрушевски, Ф. (2012). Утицај ЕХИТ фестивала на пословање смештајних објеката у Новом Саду, Дипломски рад, Природно-математички факултет, Нови Сад.

Плавша, Ј. (2005). Туристичке регије света, Универзитет у Новом Саду, Природно - математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Плавша, Ј. (2007). Спортско-рекреативни туризам, скрипта, Универзитет у Новом Саду, Природно - математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Работић Б. (2012). Селективни облици туризма, Висока туристичка школа, Београд.

Салаи, С., Божидаревић, Д. (2009). Маркетинг истраживање, Економски факултет, Суботица.

Стаменковић, И. (2014). Мулти-стејкхолдери приступ ефективности организације догађаја као фактор успешности дестинацијског туристичког производа, Докторска дисертација, Природно-математички факултет, Нови Сад.

Стојковић, М. (2008). Статистички методи у туризму. Нови Сад: Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.

Стратегија туризма Републике Србије, други извештај, стратешки маркетинг план (2006), Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије, Београд.

Стратегија туризма Републике Србије, први фазни извештај (2005), Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије, Београд.

Турјачанин, В., Чекрлија, Ђ. (2006). Основне статистичке методе и технике у SPSS-у – Примена SPSS-а у друштвеним наукама, Бања Лука: Центар за културни и социјални поправак.

Унковић С., Зечевић Т. (2009). Економика туризма, Економски факултет, Београд.

Тодоровић, Ј., Ђричин, Д. и Јаношевић, С. (1997). Стратегијски менаџмент, Институт за тржишна истраживања, Београд.

Томка, Г. (2012). Култура и локални развој [www.academia.edu](http://www.academia.edu)

Вујаклија, М. (1980). Лексикон страних речи и израза. Просвета. Београд.

Штетић, С. (2007). Посебни облици туризма, Ауторски репинт, Београд.

Штетић, С. (2014). Ризици у туризму (на примеру манифестација), VII сусрети организатора манифестација, Београд.

## ЛИТЕРАТУРА НА СТРАНИМ ЈЕЗИЦИМА

Ahmed, Z. U. & Krohn, F. B. (1992). Marketing India as a tourist destination in North America - challenges and opportunities. *International Journal of Hospitality Management*, 11 (2), 89-98.

Ahn, B., Lee, B., & Shafer, C. S. (2002). Operationalizing sustainability in regional tourism planning: an application of the limits of acceptable change framework. *Tourism Management*, 23(1), 1e15. [http://dx.doi.org/10.1016/s0261-5177\(01\)00059-0](http://dx.doi.org/10.1016/s0261-5177(01)00059-0).

An Encyclopedia Britannica Company, (2013). The Merriam-Webster Online Dictionary – m-w.com. <http://www.merriam-webster.com/>, Merriam-Webster Incorporated.

Andereck, K.L., Valentine, K.M., Knopf, R.C. and Vogt, C.A. (2005), "Residents' perceptions of community tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, Vol. 32 No. 4, 1056-76.

Andereck, K. L. (1995). Environmental consequences of tourism: A review of recent research. In S.F.mcCool and A.E. Watson (eds) *Linking Tourism, the Environment, and Sustainability: Topical Volume of Compiled Papers from a Special Session of the Annual Meeting of the National Recreation and Park Association, 1994* (pp. 77–81). General Technical report INTGTR- 323. Ogden, UT: US Department of Agriculture, Forest Service, Intermountain research Station.

Ap, J. (1992). "Residents' perceptions on tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, 665-690.

Baade R., Baumann R., Matheson, V. (2005). Selling the big game: Measuring the economic impact of mega-events through taxable sales. *College of the Holy Cross Working Paper Series*, 05–10.

Back, K. J. (2011). Impact- range performance analysis and asymmetry analysis for improving quality of Korean food attributes. *International Journal of Hospitality Management*, doi:10.1016/j.ijhm.2011.07.013.

Bagiran, D., Kurgun, H. (2013). A research on social impacts of the Foça Rock Festival: the validity of the Festival Social Impact Attitude Scale, *Current Issues in Tourism*.

Bagozzi, R. P. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: A Comment. *Journal of Marketing Research*, 18, 380.

Bartlett, M. S. (1954). A note on the multiplying factors for various chi square approximations. *Journal of the Royal Statistical Society*, 16 (Series B), 296–298.

Bishara, N.D. & Schipani, C.A. (2008). Complementary Alternative Benefits to Promote Peace. University of Michigan, Ross School of Business, Working Paper No. 1119. [http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/61344/1119\\_CSchipani.pdf?sequence=1](http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/61344/1119_CSchipani.pdf?sequence=1)

Blešić, I., Pivac, T., Stamenković, I., Besermenji, S., Marković, S., (2014). Investigation of visitors motivation of the EXIT music festival (The Republic of Serbia), *Journal of tourism – studies and research in tourism*, Issue 18, 8-15.

Blešić, I., Wallranbestein, K., Dević, M. (2008). Motivation of Novi Sad (Vojvodina, Serbia) visitors out of the tourist season, *Geographica Pannonica* Vol. 12, Issue 1, 45-52.

Bjeljac, Ž., Lovrić, S. (2011). Demographic analysis of foreign visitors to the EXIT festival, Novi Sad, *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA* 61(2) (97-108).

Besermenji, S., Pivac, T., Wallrabenstein, K. (2009). Significance of the Authentic Ambience of the Petrovaradin Fortress on the Attractiveness of EXIT Festival, *Geografica Panonica*, Volume 13, Issue 2, 66-74.

Botelho-Nevers E, Gautret P, Benarous L, Charrel R, Felkai P, Parola P. (2010). Travel-related influenza A/H1N1 infection at a rock festival in Hungary: one virus may hide

another one. *J Travel Med.* 2010;17(3):197-8. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1708-8305.2010.00410.x>. PMID:20536890.

Bowdin, G., Allen J., O'Toole W., Harris R., McDonnell I. (2006). *Events managements*, second edition, Butterworth-Heinemann, Oxford.

Boo, S., & Busser, J. (2006). Impact analysis of a tourism festival on tourists' destination images. *Event Management*, 9, 223-237.

Bull, C. and Lovell, J. (2007). "The impact of hosting major sporting events on local residents: an analysis of the views and perceptions of Canterbury residents in relations to the Tour de France 2007", *Journal of Sport & Tourism*, Vol. 12 Nos 3-4, 229-48.

Botelho-Nevers E, Gautret P. (2013). Outbreaks associated to large open air festivals, including music festivals, 1980 to 2012. *Euro Surveill.* 2013;18(11):pii=20426. Available online: <http://www.eurosurveillance.org/ViewArticle.aspx?ArticleId=20426>

Bruyere, B., Rodriquez, D., Vaske, J. (2002). Enhancing importance-performance analysis through segmentation. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), 81-95.

Cameron, C. (1989). Cultural tourism and urban revitalization. *Tourism Recreation Research*, 14, 23-32.

Chang, J. (2006). Segmenting tourists to aboriginal cultural festivals: An example in the Rukai tribal area, Taiwan. *Tourism Management*, 27, 1224-1234.

Cheyne J, Mason P. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research* 27(2): 391-411.

Chu, R. K. S., Choi, T. (2000). An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: a comparison of business and leisure travelers. *Tourism Management*, 21, 363-377.

Churchill, G.A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research.* 26 (Feb.), 64-73.

Cecil, A. K., Yao-Yi, F., Wang, S., Avgoustis, S., (2010). Cultural tourism and quality of life: results of a longitudinal study, *European journal of tourism research*, vol. 3, No 1, 54-66.

Cohen E. (1988). Tourism and aids in Thailand. *Annals of Tourism Research* 15(4): 467-486.

Comrey, A. L. (1973). *A first course in factor analysis*. New York: Academic Press.

Costa, C. and Chalip, L. (2005). "Adventure sport tourism in rural revitalisation – an ethnographic evaluation", *European Sport Management Quarterly*, Vol. 5 No. 3, 257-79.

Crittenden, J. (1992). *Beyond Individualism: Reconstitutinn the Individual - Self*. London: Oxford University Press.

Crompton, J., & Love, L. (1995). The predictive validity of alternative approaches to evaluating quality of a festival. *Journal of Travel Research*, 34. 11-24.

Čulić, Đ. (1988). Utjecaj velikih priredaba na razvitak nacionalnog i regionalnog turizma (Rezolucije 37. Kongresa Aiest), časopis Turizam, Zagreb, No. 9, 235-237.

Dávid, L., (2009). *Environmental Impacts of Events*, *Event Management and Sustainability*, CABI, 66-75.

Davidson, R., Rogers, T., (2007). *Marketing destinations and Venues for conferences, conventions and business events*, Elsevier.

Davis, D., J. Allen, and R. M. Cosenza (1988). "Segmenting Local Residents by Their Attitudes, Interests, and Opinions toward Tourism." *Journal of Travel Research*, 27 (2): 2-8.

Delamere, T. A. (1998). *Development of a Scale to Measure Local Resident Attitudes Toward the Social Impact of Community Festivals*, Faculty of Physical Education and Recreation, Edmonton, Alberta.

Delamere, T. A., (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part II: verification of the scale. *Event management* 7, 25-38.

Delamere, T. A., Wankel, L. M., & Hinch, T. D. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part I: Item generation and purification of the measure. *Event Management*, 7(1), 11–24.

Deery, M., Jago, L. (2010). Social impacts of events and the role of anti-social behaviour, *International Journal of Event and Festival Management* Vol. 1 No. 1, 2010. 8-28

Derrett, R., (2003). Making sense of how festivals demonstrate a community's sense of place, *Event Management*, Vol. 8, 49-58.

DeVellis, R. F. (2003). *Scale development: Theory and application* (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Draper, J., Woosnam, K. M., & Norman, W. C. (2011). Tourism use history: Exploring a new framework for understanding residents' attitudes toward tourism. *Journal of Travel Research*, 50(1), 64–77.

Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N. and Mules, T. (2000). "A framework for assessing 'tangible' and 'intangible' impacts of events and conventions", *Event Management*, Vol. 6 No. 3, 175-89.

Dwyer, L., Cvelbar Knežević, Lj., Edwards, D., Mihalič, T. (2012). Fashioning a destination tourism future: The case of Slovenia, *Tourism Management*, 33(2), 305-316.

Dwyer, L., Dragičević, V., Armenski, T., Mihalič, T., & Knežević Cvelbar, L. (2014). Achieving destination competitiveness: an importance–performance analysis of Serbia. *Current Issues in Tourism*, (ahead-of-print), 1-28.

Easterling, D. (2004). "The residents' perspective in tourism research: a review and synthesis", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 17 No. 4, 45-62.

Enright, M. J., Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6), 777-788.

Falassi, A. (Ed.). (1987). *Time Out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press, USA.

Faulkner, B. (1993). *Evaluating the Tourism Impact of Hallmark Events*, Occasional Paper No. 16. Canberra, Bureau of Tourism Research.

Faulkner, B. (2003). *Evaluating the tourism impacts of hallmark events*. Bureau of Tourism Research: Tourism Australia, (16), 1-22.

Fort, T. L. & Schipani, C.A. (2007). An Action Plan for the Role of Business in Fostering Peace. *44 Am. Bus. L.J.* p. 359.

Formadi, K. Raffai, C. (2009). *New Professionalism in the EventSector and its Impact in Hungary*, CAB International 2009. *People and Work in Events and Conventions: a Research Perspective*, University of Pannonia, Hungary.

Formica, S. & Uysal, M. (1998). Market segmentation of an international culturalhistorical event in Italy. *Journal of Travel Research*, 36, 16-24.

Frauman, E., Bank, S. (2011). Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating Importance-Performance Analysis into a Limits of Acceptable Change framework. *Tourism Management*, 32, 128-140.

Frey, S. B. (1994). *The Economicks of Music Festivals*, *Jurnal of Cultural Economics* 18, 2939, Netherlands.

Fredline, E. (2000). *Host community reactions to major sporting events: the Gold Coast Indy and the Australian formula one grand prix in Melbourne*, unpublished doctoral thesis, Griffith University, Gold Coast.



Fredline, E., and B. Faulkner (2000). "Host Community Reactions: A Cluster Analysis." *Annals of Tourism Research*, 27: 763-84.

Fredline, E. and Faulkner, B. (2002). "Residents' reactions to the staging of major motorsport events within their communities: a cluster analysis", *Event Management*, Vol. 7 No. 2, 103-14.

Fredline, L., Jago, L. and Deery, M. (2003). "The development of a generic scale to measure the social impacts of events", *Event Management. An International Journal*, Vol. 8 No. 1, 23-37.

Fredline, L., Deery, M. and Jago, L. (2005). "Testing of a compressed generic instrument to assess host community perceptions of events: a case study of the Australian Open Tennis tournament", *Proceedings of the 3rd International Event Conference, The Impacts of Events: Triple Bottom Line Evaluation and Event Legacies*, UTS, Sydney, July, pp. 158-77.

Gabor, K., Szemereszki, M., (2008). *Sziget Festival 2007*, EIKKA ([www.eikka.hu](http://www.eikka.hu))

Getz, D. (1983). Capacity to absorb tourism: concepts and implications for strategic planning. *Annals of Tourism Research*, 10(2), 239-263.

Getz, D. (2005). *Event management and event tourism* (2nd ed.). New York: Cognizant Communication Corporation.

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution and research. *Tourism Management* 29, 403-428.

Goldblat, J. J., (1997). *Special Events: best Practices in Modern Event Management*, John Wiley & Sons, New York.

Goldblatt, J. (2002). *Special Events*, third edition. John Wiley & Sons.

Gotovac, P. (2007). *Turizam i zdravlje*, *Acta Touristica Nova* Vol 1 No 1, Utilus Visoka poslovna škola Zagreb.

Gu, H. and Ryan, C. (2008). "Constructionism and culture in research: understandings of the fourth Buddhist festival, Wutaishan, China", *Tourism Management*, 1-12.

Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Residents attitudes: A structural modelling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.

Gursoy, D., and Rutherford, D. (2004). "Host Attitudes toward Tourism: An Improved Structural Model." *Annals of Tourism Research*, 31 (3): 495-516.

Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: An extension and validation. *Tourism Management*, 25, 171-182.

Gursoy, D., Chi, C. & Dyer, P. (2010). "Locals' Attitudes toward Mass and Alternative Tourism: The Case of Sunshine Coast, Australia." *Journal of Travel Research*, 49 (3): 381-94.

Grinstein, A., (1955). Vacations: a psycho-analytic study, *International Journal of Psycho-Analysis*, 36 (3) 77-85.

Hall, C. M. (1997). *Hallmark Tourist Events: Impact, Management and Planning*, John Wiley & Sons.

Hair, J., Black, W., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Harrill, R. (2004). "Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning", *Journal of Planning Literature*, Vol. 18 No. 3, 251-66.

Heitmann, S., Dávid, L., (2010). *Sustainability and Events Management*, *Events Management*, CABI, 181-198

Henderson, K.A. and Bialeschki, M.D. (2002). *Evaluating leisure services: Making enlightened decisions*. State College, PA: Venture Publishing.

- Hinch, T.D., Delamere, T.A. (1993). Native festivals as tourism attractions: A community challenge. *Journal of Applied Recreation Research*, 18 (2), 131-142.
- Hoyle, L.H. (2002). *Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions and Expos*. Wiley.
- Huh, C. & Vogt, V. (2008). "Changes in Residents' Attitudes toward Tourism over Time: A Cohort Analytical Approach." *Journal of Travel Research*, 46 (4): 446-55.
- Hunyadi, Z. (2004). A fesztiválok közönsége, helye, szerepe a kulturális fogyasztásban [Festival's public, role and place in cultural consumption], May 2004, Magyar Művelődési Intézet, Találkozások a kultúrával 2
- Hunyadi, Z., Inkei, P., Szabó Z.J. (2005). Festival-world, State of affairs in Hungary with special regard to public funding, The Budapest Observatory.
- Jackson, L. (2008). "Residents' perceptions of the impacts of special event tourism", *Journal of Place Management and Development*, Vol. 1 No. 3, 240-55.
- Jago, L.K. and Shaw, R.N. (1998). A conceptual and differential framework. *Festival Management and Event Tourism*, 5(1/2), 21-32.
- Jelinčić, D. A., (2006). Turizam vs. Identitet: globalizacija i tradicija, Etnološka istraživanja, broj 1, Zagreb 161-207.
- Jentetics, K. (2012). The creative aspect of country branding: How music is able to influence the country image in case of Hungary. MA/MSc thesis, BCE Gazdálkodástudományi Kar, Marketingkutatás és Fogyasztói Magatartás Tanszék.
- Jurowski, C., and Gursoy, D. (2004). "Distance Effects on Residents' Attitudes toward Tourism." *Annals of Tourism Research*, 31 (2): 296-312.
- Jurowski, C., Uysal, M. and Williams, D.R. (1997). "A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 34 No. 2, 3-11.
- Kaiser, H. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39, 31-36.
- Kim J, Gursoy D, Lee S. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre and post-games. *Tourism Management* 27: 86-96.
- Kim SS, Petrick JF. (2005). Resident's perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city. *Tourism Management* 26: 25-38.
- Keogh, B. (1990). Resident and recreationists' perceptions and attitudes with respect to tourism development. *Journal of Applied Recreation Research*, 15(2), 71-83.
- Koenen, J.P., Chor, K.S. & Christianson, D.J. (1995). Effects of tourism growth on air quality: The case of Las Vegas, *Journal of Sustainable Tourism* 3 (3), 135-142.
- Kousis M. (1989). Tourism and the family in a rural Cretan community. *Annals of Tourism Research* 16(3): 318-332.
- Krippendorf, J. (1986). *Putujuće čovječanstvo*, SNL, Zavod za istraživanje turizma, Zagreb.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Kreag, G. (2001). The impacts of tourism. Retrieved June 21, 2010, from <http://www.seagrant.umn.edu/tourism/pdfs/ImpactsTourism.pdf>
- Lade, C., & Jackson, J. (2004). Key success factors in regional festivals: Some Australian experiences. *Event Management* 9, 1-11.
- Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139.
- Lankford, S.V. and Howard, D.R. (1994). "Developing a Tourism Impact Attitude Scale." *Annals of Tourism Research*, 21(1): 121-139.
- Lazarević, T., Bursić, D. (2014). The effects of the EXIT festival on traffic of tourists in Novi Sad, First International Conference Higher Education in Function of Sustainable Development of Tourism in Serbia and Western Balkans, Užice.

Leiper, N., (1984). Tourism and leisure: the significance of tourism in the leisure spectrum, in Proc. 12th NZ Geog. Conf., NZ Geog. Soc., Christchurch, 249-253.

Lee, C-Ki., Lee, Y-Ki., & Wicks, B. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25, 61-70.

Lee, G., Lee, C. K. (2009). Cross- cultural comparison of the image of Guam perceived by Korean and Japanese leisure travelers: Importance- performance analysis. *Tourism Management*, 30 (6), 922-931.

Lee, S., Lee Ch, Kang, J., Lee, E and Jeon, Y. (2013). Residents' Perception of the 2008 Beijing Olympics: Comparison of Pre- and Post-Impacts, *International journal of tourism research* 15, 209–225.

Li, R., & Petrick, J. (2006). A review of festival and event motivation studies. *Event Management*, 9, 239-245, Cognizant Communication Corporation, USA.

Likert, R. (1968). The method of constructing an attitude scale. In M. Fishbein, ed. (1968). *Readings in Attitude Theory and Measurement*. New York: Wiley.

Lin, I. (2004). Evaluating a servicescape: the effect of cognition and emotion. *Hospitality Management* 23, 163–178.

Liu, Y., Jang, S. (2009). Perceptions of Chinese restaurants in the U.S.: what affects customer satisfaction and behavioral intentions? *International Journal of Hospitality Management* 28 (3), 338–348.

Lukić-Krstanović, M., (2008). The Festival Order: Music Stages of Power and Pleasure, *Issues in Ethnology and Anthropology n. s. Vol. 3. No.3*, 129-143.

Lundberg, E. (2011). Evaluation of tourism impacts e a sustainable development perspective. Licentiate thesis, School of Economics, Business and Law, Gothenburg.

McCool, S. F., & Lime, D. W. (2001). Tourism carrying capacity: tempting fantasy or useful reality? *Journal of Sustainable Tourism*, 9(5), 372e388.

Madrigal, R. (1995), "Residents' perceptions and the role of government", *Annals of Tourism Research*, Vol. 22 No. 1, 86-102.

Magnússon, I. (2010). The social impacts of the Carnival in Aalborg, A quantitative event social impact study, Master thesis, Aalborg University

Martilla, J. A., James, J.C. (1977). Importance-performance analysis, *Journal of Marketing*, 41(1), 77-99.

Masterman, G. and Wood, E. (2005), *Innovative Marketing Communications – Strategies for the Events Industry*. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.

Mataga Tintor, A. (2006). Razlike u percepciji lokalne zajednice i prevencije poremećaja u ponašanju između ključnih ljudi s obzirom na spol, *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja* Vol. 42 No 2, Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet, Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska (83-100).

Mazanec, J. A., Wöber, K., Zins, A. H. (2007). Tourism destination competitiveness: from definition to explanation. *Journal of Travel Research*, 46, 86-95.

Mayfield, T.R. & Crompton, J.L. (1995). Development of an instrument for identifying community reasons for staging a festival. *Journal of Travel Research*. Winter 1995, 37-44.

McGehee, N. and Andereck, K. (2004). "Factors predicting rural residents' support of tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 43, 131-40.

McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., Ritchie, J.R.B. (1995). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*, Wiley, New York.

McKercher, B., Mei, W., & Tse, T. (2006). Are short duration festivals tourist attractions? *Journal of Sustainable Tourism*, 14, 55-66.

Mihalik BJ, Cummings P. (1995). Host perceptions of the 1996 Atlanta Olympics: support, attendance, benefits and liabilities. *Travel and tourism research association 26th annual proceedings*; 397–400.

Mikulic, J., Prebezac, D. (2011a). Evaluating hotel animation programs at Mediterranean sun and sea resorts: an impact-asymmetry analysis. *Tourism Management* 32 (3), 688–696.

Mehmetoglu, M., & Ellingsen, K. (2005). Do small-scale festivals adopt “market orientation” as a management philosophy? *Event Management*, 9, 119-132.

Morgan, M., (1996). *Marketing for Leisure and Tourism*, Prentice – Hall, London.

Moscardo, G. (2007). Analyzing the role of festivals and events in regional development. *Event Management*, 11, 23-32, Cognizant Communication Corporation.

Netemeyer, R. G., Bearden, W. O., & Sharma, S. (2003). *Scaling procedures: Issues and applications*. Thousand Oaks, CA: Sage.

O’Toole, W. and Mikolaitis, P. (2002). *Corporate Event Project Management*. Wiley.

Pallant, J. (2011). *SPSS Survival Manual (4th Ed.): A step by step guide to data analysis using SPSS version 18*. Maidenhead, UK: Open University Press.

Parkinson, M. and Bianchini, F. (1993). Liverpool: A Tale of Missed Opportunities? In F. Bianchini and M. Parkinson (Ed.), *Cultural policy and urban regeneration: the West European experience*, (pp. 155-177). Manchester, England: Manchester University Press.

Pearce, D. (1995). *Tourism Today a Geographical Analysis*, 2nd edition, Addison Wesley Longman Ltd., Harlow, England.

Pearce, P.L., Moscardo, G. and Ross, G.F. (1996). *Tourism Community Relationships*, Pergamon, Oxford.

Pizam, A. (1978). “Tourist Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by its Residents”. *Journal of Travel Research*, 16(4):8-12.

Pizam, A. & Pokela J. (1985). “Perceived The Impacts of Casino Gambling on a Community”. *Annals of Tourism Research*, 12:147-165.

Policy Studies Institute UK (2012). *Cultural Trends*, vol 15, London.

Poljanec-Borić, S. (2000). *Sistemski uvjeti za razvoj turizma u hrvatskim nerazvijenim područjima: prilog razumijevanju uloge države u primjeni politike održivoga razvoja*, Turizam, Institut za turizam, Zagreb, vol. 48, broj 4, 425-432

Prodanović, A., Egić, S. (2011). Advantages and disadvantages of organizing tourist manifestations in less developed areas, *Collection of works of the Congress: The influence of tourism on economic development*, Skoplje, Makedonija.

Pusić, E. (1981). *Komuna i općina*, Informator, Zagreb.

Raykov, T., & Marcoulides, G. A. (2011). *Introduction to psychometric theory*. New York: Routledge.

Reid, S. (2007). “Identifying social consequences of rural events”, *Event Management*, Vol. 11, 89-98.

Richards, G. (2007). Culture and authenticity in a traditional event: The views of producers, residents, and visitors in Barcelona. *Event Management*, 11 (1/2), 33-44.

Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues. *Journal of Travel Research*, 22(1), 2-11.

Ritchie J. R. B., Aitken CE. (1984). Assessing the impacts of the 1988 Olympic Winter Games: the research program and initial results. *Journal of Travel Research* 22(3): 17–25.

Ritchie J. R. B., Aitken CE. (1985). *Olympulse II: evolving resident attitudes toward the 1988 Olympic Winter Games*. *Journal of Travel Research* 23(1): 28–33.

Ritchie, J. R. B., (1988). “Consensus Policy Formulation in Tourism: Measuring Resident Views Via Survey Research”. *Tourism Management* 9:199-212.

Ritchie, B, and Inkari, M. (2006). Host Community Attitudes toward Tourism and Cultural Tourism Development: the Case of the Lewes District, Southern England, *International Journal of Tourism Res.* 8, 27–44.

Robinson, M., Picard, D., & Long, P. (2004). Festival tourism: Producing, translating, and consuming expressions of culture(s). *Event Management*, 8, 187-189.

Rollins, R., & Delamere, T. A. (2007). Measuring the social impacts of festivals. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 805–808.

Romeril, M. (1985). Tourism and the Environment: Towards a Symbiotic Relationship. *International Journal of Environmental Studies*, 25:215–218.

Rudan, E. (2012). Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije, *Tranzicija*, Vol. 14 No. 29, Ekonomski institut Tuzla, JCEA Zagreb, DAEB, IEP Beograda, feam Bukurest.

Saleh, F., & Ryan, C. (1993). Jazz and knitwear: Factors that attract tourists to festivals. *Tourism Management*, 14, 289-297.

Scott, D. (1996). A comparison of visitors' motivations to attend three urban festivals. *Festival Management and Event Tourism*, 3 (3), 121–128. ISSN: 1065-2701

Shanka, T., & Taylor, R. (2004). Discriminating factors of first-time and repeat visitors to wine festivals. *Current Issues in Tourism*, 7(2), 134–145.

Shukla, N., Nuntsu, N. (2005). Event marketing in Tassiopolous, D., ed. *Event Management*, 2<sup>nd</sup> edition. Juta Academic.

Sherwood, P. (2007). A Triple Bottom Line Evaluation of the Impact of Special Events: The Development of Indicators. Centre for Hospitality and Tourism Research, Victoria University, Australia.

Small, K. (2007). Social dimensions of community festivals: An application of factor analysis in the development of the Social Impact Perception (SIP) Scale. *Event Management*, 11(1/2), 45–55.

Small, K., & Edwards, D. (2003). Evaluating the sociocultural impacts of a festival on a host community: A case study of the Australian Festival of the Book. In T. Griffin & R. Harris (Eds.), *Proceedings of the 9th Annual Conference of the Asia Pacific Tourism Association (580–593)*. Sydney, Australia: School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology Sydney.

Small, K., Edwards, D. and Sheridan, L. (2005). “A flexible framework for socio-cultural impact evaluation of a festival”, *International Journal of Event Management Research*, Vol. 1 No. 1, 66-77.

Smith, V. (1989). *Hosts and guests, The anthropology of tourism*, Oxford.

Smith, P. and Taylor, J. (2004). *Marketing Communications: An Integrated Approach*, Kogan Page.

Stoner, J., Freeman, E. (1989). *Management*, 4<sup>th</sup> edition, Prentice Hall, New Jersey.

Tabachnick, B.G., Fidell, L.S. (2007). *Using Multivariate Statistics (5th ed.)*. New York: Allyn and Bacon.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (1989). *Using multivariate statistics (2nd ed.)*. New York: Harper & Row.

Taplin, R. H. (2012). Competitive importance-performance analysis of an Australian wildlife park. *Tourism Management*, 33 (1), 29-37.

Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231–253.

Tóth, Z. (2013). Hungarian national report to the transversal study Cultural policy and cultural diversity national report Hungary, Cultural Policy and Action Department, Directorate General IV-Education, Culture and Heritage, Youth and Sport

Throsby, D. (2001). *Economics and culture*, Cambridge University Press, Cambridge, UK, 63.

Tum J., Norton P. and Wright J. N. (2006). *Management of Event Operations*, Elsevier. Butterworth-Heinemann, Oxford.

Upchurch R, Teivane U. (2000). Resident perceptions of tourism development in Riga, Latvia. *Tourism Management* 21(5): 499–507

Van der Wagen, L. (2007). *Human Resource Management for Events - Managing the event workforce*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.

Vonnegut, A, Bozinovic, K. (2011). Some Notes on Measuring Festival Impact in an Emerging Market: The Case of the Serbian EXIT Festival, Social science research network, Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2500621> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2500621>

Waite, G. (2003). “Social impacts of the Sydney Olympics”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 30 No. 1, 194-215.

Wang, Y. and Pfister, R. (2008). “Residents’ attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community”, *Journal of Travel Research*, Vol. 47, 84-93.

Wakefield, L. K. and Blodgett, G., (1994). The Importance of Servicescapes in Leisure Service Settings, *Journal of Services Marketing*, Vol. 8, No. 4.

Weaver, GD., Robinson, R. (1989). *Special Events: Guidelines for Planning and Development*. Columbia: University of Missouri.

Wise, N., Flinn, J., Mulec, I., (2015). The Exit Festival: Contesting Political Past, Impact on Yout Culture and Regenerating the Image of Serbia and Novi Sad, *Ideological, Social and Cultural Aspect of Events*, 60-73.

Wood, E. (2006). “Measuring the social impacts of local authority events: a pilot study for a civic pride scale”, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Vol. 11 No. 3, 165-79.

Woosnam, K., Norman, W. and Ying, T. (2009). “Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists”, *Journal of Travel Research*, Vol. 48, 245-58.

Woosnam, K, Van Winkle, C. and An, S. (2013). Confirming the festival social impact attitude scale in the context of a rural Texas cultural festival, *Event Management*, Vol. 17, 257–270

Williams, J., and Lawson R. (2001). “Community Issues and Resident Opinions of Tourism.” *Annals of Tourism Research*, 28: 269-90.

Willmott, P. (1989). *Community Initiatives: Patterns and Prospects*. Policy Studies Institute, London, England.

Weaver, G. D., & Robinson, R. (1989). *Special events: Guidelines for planning and development*. Columbia: University of Missouri.

Zakić, L., Ivkov-Džigurski, A., Ćurčić, N. (2009). Interaction of Foreign Visitors of the EXIT Music Festival with Domestic Visitors and Local Population, *Geographica Pannonica*, Volume 13, Issue 3, 97-104

Zhang, O. H., Chow, I. (2004). Application of importance- performance in tour guides performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25, 81-91.

Zhou, Y. and Ap, J. (2009). “Residents’ perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic games”, *Journal of Travel Research*, Vol. 48 No. 1, 78-91.

## ЕЛЕКТРОНСКИ ИЗВОРИ ПОДАТАКА

- Агенција за привредне регистре Србије [www.apr.gov.rs](http://www.apr.gov.rs) (преузето 25.03.2015)
- Budapest business journal <http://www.bbj.hu/keyword/unemployment+rate/1> (Преузето 18.04.201)
- Туристичка организација Будимпеште [www.budapestinfo.hu](http://www.budapestinfo.hu) (Преузето 30.04.2015.)
- Cinema City [www.cinematicity.org](http://www.cinematicity.org) (Преузето 12.11.2014)
- Откријте Србију [www.discoverserbia.com](http://www.discoverserbia.com) (Преузето 11.02.2015)
- Euro News [www.euronews.com/2013/05/01/europes-biggest-summer-festivals/](http://www.euronews.com/2013/05/01/europes-biggest-summer-festivals/) (преузето 15.03.2015)
- EXIT фестивал [www.exitfest.org](http://www.exitfest.org) (Преузето 04.03.2015., 10.03.2015., 07.04.2015., 15.04.2015)
- EXIT официјални туристички сервис [exittrip.org](http://exittrip.org) (преузето 15.03.2015)
- CNN edition [cnn.com](http://cnn.com) (преузето 15.03.2015)
- Eltis The urban mobility observatory [www.eltis.org/discover/case-studies/sustainable-transport-management-sziget-music-festival-hungary#sthash.tF19GMMY.dpuf](http://www.eltis.org/discover/case-studies/sustainable-transport-management-sziget-music-festival-hungary#sthash.tF19GMMY.dpuf) (preuzeto 09.05.2015)
- European Festival Awards [eu.festivalawards.com](http://eu.festivalawards.com) (преузето 16.03.2015)
- Фестивалске награде Уједињеног краљевства [www.festivalawards.com](http://www.festivalawards.com) (Преузето 12.04.2015)
- Magyar Fesztivál Szövetség <http://www.fesztivalszovetseg.hu/> (Преузето 15.04.2015)
- GlobalGrasshopper – глобални часопис [www.globalgrasshopper.com](http://www.globalgrasshopper.com) (преузето 15.03.2015)
- Интернационални фестивал алтернативног и новог театра [www.infant.rs](http://www.infant.rs) (Преузето 12.11.2014)
- Влада Мађарске [www.kormany.hu/en/news/further-financial-support-for-major-summer-festivals](http://www.kormany.hu/en/news/further-financial-support-for-major-summer-festivals) (Преузето 19.04.2015.)
- Hungarian central statistical office [www.ksh.hu](http://www.ksh.hu) (Преузето 25.04.2015)
- Музичка омладина Новог Сада [www.muзickaomladina.org](http://www.muзickaomladina.org) (Преузето 12.11.2014)
- Министарство трговине, туризма и телекомуникација Србије [mtt.gov.rs](http://mtt.gov.rs) (Преузето 20.01.2015.)
- Град Нови Сад <http://www.novisad.rs/lat/predstavljen-fond-za-obnovu-i-razvoj-petrovaradinske-tvrđave> (Преузето 15.05.2015)
- Новосадски jazz фестивал [novisadjazzfestival.rs](http://novisadjazzfestival.rs) (Преузето 12.11.2014)
- Ноћ музеја [www.nocmuzeja.rs](http://www.nocmuzeja.rs) (преузето 15.11.2014.)
- Panacomп Zemlja čuda Travel [www.panacom.net](http://www.panacom.net) (преузето 18.11.2014.)
- Петроварадинска тврђава [petrovaradinfortress.com](http://petrovaradinfortress.com) (Преузето 11.12.2014)
- Политика online [www.politika.rs](http://www.politika.rs) (преузето 12.12.2014. и 30.01.2015.)
- Стеријино позорје [www.pozorje.org.rs](http://www.pozorje.org.rs) (Преузето 12.11.2014)
- Радио-телевизија Војводине [www.rtv.rs](http://www.rtv.rs) (Преузето 02.12.2014, 02.02.2015., 08.04.2015)
- Развојна банка Војводине <http://www.rbv.rs/vesti.101.html?newsId=59> (Преузето 15.05.2015)
- Туристичка организација Мађарске [rs.gotohungary.com](http://rs.gotohungary.com) (преузето 16.11.2014. и 13.03.2014.)
- SIERA база општина <http://serbia-locations.rs/municipalities-srb/municipality.php?place=novi-sad> (Преузето 18.04.2015)

SZIGET фестивал [szigetfestival.com](http://szigetfestival.com) (Преузето 11.12.2014., 10.01.2015., 02.04.2015., 15.04.2015.)

SZIGET фестивал [szigetfestival.com/citypass/citypass.1088.html](http://szigetfestival.com/citypass/citypass.1088.html) (Преузето 14.05.2015)

SZIGET фестивал [sziget.hu/fesztival](http://sziget.hu/fesztival) (Преузето 18.03.2015)

Туристичка организација Новог Сада [www.turizamns.rs](http://www.turizamns.rs) (преузето 20.01.2015.)

Фестивал уличних свирача [www.ulicnisviraci.com](http://www.ulicnisviraci.com) (Преузето 12.11.2014)

UK Music [www.ukmusic.org](http://www.ukmusic.org) (Преузето 16.04.2015)

Академик Вељко Милковић о подземљу Петроварадинске тврђаве [www.veljkomilkovic.com/Podzemlje.htm#20km](http://www.veljkomilkovic.com/Podzemlje.htm#20km) (Преузето 11.02.2015)

Војвођански магазин [www.vm.rs/prethodna-web-izdanja-vm/vojvodjanski-magazin-broj-03/271-amranj-iza-bine-po-meri?format=pdf](http://www.vm.rs/prethodna-web-izdanja-vm/vojvodjanski-magazin-broj-03/271-amranj-iza-bine-po-meri?format=pdf) (Преузето 12.03.2015)

Туристичка организација Војводине [vojvodinaonline.com](http://vojvodinaonline.com) (преузето 20.11.2014.)

Посетите Будимпешту <http://visitbudapest.travel/budapest-events/> (Преузето 20.04.2015)

Асоцијација за развој туризма Visit Vojvodina [www.visitvojvodina.com](http://www.visitvojvodina.com) (Преузето 16.02.2015)

Змајеве дечје игре [www.zmajevedecjeigre.org.rs](http://www.zmajevedecjeigre.org.rs) (Преузето 12.11.2014)



**СПИСАК ТАБЕЛА У ТЕКСТУ**

- Табела 1. Двадесет најпосећенијих светских музичких фестивала у 2012. години
- Табела 2. Класификација утицаја догађаја
- Табела 3. Утицај туризма и рекреације на рурална подручја
- Табела 4. Социјални ефекти догађаја на локалну заједницу
- Табела 5. Позитиван и негативан утицај који фестивали имају на локалну заједницу
- Табела 6. Забележен број посета на EXIT фестивалу од оснивања
- Табела 7. Број туриста у Новом Саду од 2002. до 2014. године, по месецима
- Табела 8. Остварен број ноћења туриста у Новом Саду од 2002. до 2014. године, по месецима
- Табела 9. Број туриста и њихових ноћења у Будимпешти од 2001. до 2013. године
- Табела 10. Приходи у милионима (HUF) од боравишне таксе у Републици Мађарској
- Табела 11. Број посета SZIGET фестивалу од оснивања
- Табела 12. Социодемографске карактеристике испитаника
- Табела 13. КМО и Bartlett тест за модификовану FSIAS скалу
- Табела 14. Резултати експлораторне факторске анализе за ставке модификоване FSIAS скале
- Табела 15. Дескриптивна статистичка анализа за EXIT и SZIGET фестивал
- Табела 16. Да ли локално становништво остварује личне, директне користи од фестивала SZIGET и EXIT?
- Табела 17. Т-тест према полу
- Табела 18. Т-тест према полу и по факторима
- Табела 19. Т-тест према посети фестивалу
- Табела 20. Т-тест према посети фестивалу и по факторима
- Табела 21. Т-тест према месту пребивалишта (фестивалу)
- Табела 22. Т-тест према месту пребивалишта (фестивалу) и по факторима
- Табела 23. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA по годинама старости
- Табела 24. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA по годинама старости и по факторима
- Табела 25. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према образовању испитаника
- Табела 26. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према образовању испитаника и по факторима
- Табела 27. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према запослењу испитаника
- Табела 28. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA према запослењу испитаника и по факторима
- Табела 29. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA на основу дужине боравка испитаника у Новом Саду и Будимпешти
- Табела 30. Једнофакторска анализа варијансе ANOVA на основу дужине боравка испитаника у Новом Саду и Будимпешти и по факторима
- Табела 31. Анализе перформанси и важности за ефекте музичких фестивала EXIT и SZIGET
- Табела 32. Т тест зависних узорака за важности и перформансе ефеката фестивала
- Табела 33. Ставови испитаника о ефектима EXIT и SZIGET фестивала који се појављују у истим пољима IPA матрице

## СПИСАК ГРАФИКОНА У ТЕКСТУ

*Графикон 1. IPA матрица и предложене стратегије*

*Графикон 2. Дијаграм превоја за модификовану FSIAS скалу*

*Графикон 3. IPA матрица за позитивне и негативне ефекте SZIGET фестивала на локалну заједницу*

*Графикон 4. IPA матрица за позитивне и негативне ефекте EXIT фестивала на локалну заједницу*

## ПРИЛОЗИ

ПРИЛОГ 1 – УПИТНИК ЗА МЕРЕЊЕ ЕФЕКТА МУЗИЧКОГ ФЕСТИВАЛА EXIT НА ЛОКАЛНУ ЗАЈЕДНИЦУ НОВОГ САДА

ПРИЛОГ 2 – УПИТНИК ЗА МЕРЕЊЕ ЕФЕКТА МУЗИЧКОГ ФЕСТИВАЛА SZIGET НА ЛОКАЛНУ ЗАЈЕДНИЦУ БУДИМПЕШТЕ

ПРИЛОГ 3 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према дужини становања испитаника у Будимпешти

ПРИЛОГ 4 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према годинама старости испитаника из Будимпеште

ПРИЛОГ 5 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према запослењу испитаника из Будимпеште

ПРИЛОГ 6 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према образовању испитаника из Будимпеште

ПРИЛОГ 7 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према дужини становања испитаника у Новом Саду

ПРИЛОГ 8 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према годинама старости испитаника из Новог Сада

ПРИЛОГ 9 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према запослењу испитаника из Новог Сада

ПРИЛОГ 10 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према образовању испитаника из Новог Сада

ПРИЛОГ 11 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену фактора  $\Phi_2$  према образовању испитаника из Новог Сада

**ПРИЛОГ 1 – УПИТНИК ЗА МЕРЕЊЕ ЕФЕКТА МУЗИЧКОГ ФЕСТИВАЛА  
EXIT НА ЛОКАЛНУ ЗАЈЕДНИЦУ НОВОГ САДА**

Анкетно истраживање се спроводи искључиво међу локалним становништвом Новог Сада старијем од 15 година. Овим анкетним упитником желимо да испитамо Ваше ставове о ефектима одржавања EXIT фестивала на живот локалног становништва и туризам Новог Сада. Надамо се да ћете нам помоћи и посветити нам неколико слободних тренутака. Добијени подаци биће коришћени искључиво у научне сврхе.

\* обавезно

1. Пол: \*
  - Мушки
  - Женски
2. Године старости \*
  - ≤ 20
  - 21 – 30 ,99
  - 31 – 40,99
  - 41 – 50,99
  - ≥ 51
3. Ниво образовања: \*
  - основна школа
  - средња школа
  - виша/висока школа
  - факултет
  - мастер/магистар/доктор наука
4. Ваше радно место: \*
  - запослен/а у државном сектору
  - запослен/а у приватном сектору
  - запослен/а у невладиним организацијама
  - мали предузетник/ца
  - незапослен/а
  - ученик/ца
  - студент/киња
  - друго:
5. Да ли радите у туризму? \*
  - Да
  - Не
6. Радим (само за оне који су на претходно питање одговорили са Да):
  - у туристичкој агенцији
  - у туристичкој организацији
  - у угоститељском објекту
  - као туристички водич
  - на факултету из области туризма
  - у покрајинским институцијама
  - друго:
7. Колико дуго живите у Новом Саду? \*
  - мање од годину дана
  - једну до две године
  - две до пет година
  - пет до десет година
  - десет до петнаест година

- петнаест до двадесет година
- више од двадесет година

8. Да ли сте некада посетили ЕХИТ фестивал? \*

- Да
- Не

9. Колико пута сте посетили ЕХИТ фестивал? (само за оне који су на претходно питање одговорили са Да)

- једном
- два пута
- три пута
- више од три пута

На скали оцена од 1 (уопште се не слажем), 2 (углавном се не слажем), 3 (нисам сигуран/на), 4 (углавном се слажем) до 5 (потпуно се слажем), оцените у којој мери се слажете са следећим ставовима а у вези са одржавањем ЕХИТ фестивала у Новом Саду:

Услед одржавања ЕХИТ-а побољшан је идентитет локалне заједнице \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Услед одржавања ЕХИТ-а побољшан је имиџ града Новог Сада \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

ЕХИТ доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија. \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Услед одржавања ЕХИТ-а град Нови Сад се промовише ван граница Србије \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Локално становништво има осећај поноса услед одржавања ЕХИТ-а у Новом Саду \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

ЕХИТ представља извор нових идеја за локалну заједницу \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Услед одржавања ЕХИТ-а побољшан је квалитет живота локалне заједнице \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

ЕХИТ доприноси благостању локалне заједнице \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

Локално становништво има могућност упознавања извођача на ЕХИТ-у \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

Локална заједница има могућности за различита културна искуства и  
доживљаје за време ЕХИТ-а \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

ЕХИТ има позитиван културни утицај на локалну заједницу \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

Услед одржавања ЕХИТ-а локално становништво има могућност да научи нове  
ствари \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

Услед одржавања ЕХИТ-а постоје могућности за отварање нових радних места  
за локално становништво \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања ЕХИТ-а \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

Услед одржавања ЕХИТ-а локално становништво има могућност за  
остваривање додатних прихода \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

ЕХИТ има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Безбедност посетилаца ЕХИТ-а је на високом нивоу \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Безбедност локалног становништва за време ЕХИТ-а је на високом нивоу \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Посетиоци ЕХИТ-а се коректно понашају \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Програм ЕХИТ-а је увек богат и разноврстан \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Локална заједница је укључена у организовање ЕХИТ-а \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању ЕХИТ-а.\*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања ЕХИТ-а \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања ЕХИТ-а \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем

потпуно се слажем

Прилив посетилаца ЕХИТ-а смањује приватност унутар локалне заједнице \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

У граду је велика гужва током трајања ЕХИТ-а \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања ЕХИТ-а \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

Ниво буке у граду је повећан за време ЕХИТ-а \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

Нарушена је чистоћа и уређеност града за време ЕХИТ-а – количина смећа је повећана на јавним просторима \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време ЕХИТ-а \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

Повећана је стопа криминала у граду за време ЕХИТ-а \*

1 2 3 4 5

уопште се не слажем потпуно се слажем

На скали оцена од 1 (потпуно неважно), 2 (неважно), 3 (нисам сигуран/на), 4 (важно) до 5 (веома важно), оцените у којој мери су Вама важни следећи ставови, а у вези са организовањем било ког догађаја у Новом Саду. Организовањем догађаја треба да се побољша имиџ града \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно веома важно

Организовањем догађаја треба да се побољша идентитет локалне заједнице \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно веома важно



Организовањем догађаја град (место одржавања догађаја) треба да се промовише ван граница Србије. \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Догађај треба да допринесе да се локална заједница представи посебном, другачијом посетиоцима догађаја. \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Догађај треба да представља извор нових идеја и могућности за локалну заједницу \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Кроз организовање догађаја локалној заједници треба да се ода позитивно признање \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Догађај треба да доприноси благостању локалне заједнице, да је за њену добробит. \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Догађај треба да допринесе да локално становништво има осећај поноса услед одржавања догађаја \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Догађај треба да има позитиван културни утицај на локалну заједницу \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Догађај треба да унапреди квалитет живота локалне заједнице \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Догађај треба да пружи локалном становништву могућности да стекне нова знања \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Локално становништво треба да има могућност упознавања извођача на догађајима \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Локална заједница треба да има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време догађаја \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Догађај треба да пружа могућности за отварање нових радних места за локално становништво \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Локално становништво треба да има могућност за остваривање додатних прихода кроз организовање догађаја \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Догађај треба да пружи посетиоцима могућности за упознавање локалне културе \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Безбедност посетилаца догађаја треба да је на високом нивоу \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Безбедност локалног становништва за време догађаја треба да је на високом нивоу \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Посетиоци догађаја треба да се коректно понашају \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Програм догађаја треба да буде богат и разноврстан \*



Чистоћа и уређеност града не треба да буду нарушени у време трајања догађаја \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) не треба да буду повећане за време догађаја \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Стопа криминала у граду не треба да буде повећана за време догађаја \*

1 2 3 4 5

потпуно неважно

веома важно

Да ли у току трајања ЕХИТ-а (могуће је изабрати више одговора): \*

- Продајете домаће производе (ракију, вино, сир, шунку, мед...)
- Продајете сувенире
- Продајете другу робу широке потрошње
- Пружате услуге смештаја посетиоцима ЕХИТ-а
- Пружате услуге превоза посетиоцима ЕХИТ-а
- Пружате услуге водича на дестинацији посетиоцима ЕХИТ-а
- Организујете излете за посетиоце ЕХИТ-а
- Ништа од наведеног
- друго:

Ваш коментар, сугестија

## ПРИЛОГ 2 – УПИТНИК ЗА МЕРЕЊЕ ЕФЕКТА МУЗИЧКОГ ФЕСТИВАЛА SZIGET НА ЛОКАЛНУ ЗАЈЕДНИЦУ БУДИМПЕШТЕ

A kérdőíves felmérést kizárólag a budapesti lakosok körében végezzük. Ezzel a kérdőívvel szeretnénk megtudni az Önök véleményét a SZIGET Fesztivál hatásairól a helyi lakosság életére és Budapest turizmusára. Reméljük, hogy segítségünkre lesz és nekünk szentel néhány szabad pillanatot. A kapott adatok kizárólag tudományos célokra lesznek felhasználva.

\* kötelező

1. A neme: \*
  - Férfi
  - Nő
2. Életkora: \*
  - ≤ 20
  - 21 – 30 ,99
  - 31 – 40,99
  - 41 – 50,99
  - ≥ 51
3. Iskolai végzettsége: \*
  - alapfokú
  - középfokú
  - felsőfokú (főiskola)
  - felsőfokú (egyetem)
  - mesterfokozatú/MSc/PhD
4. A munkahelye: \*
  - alkalmazott az állami szektorban
  - alkalmazott a magánszektorban
  - alkalmazottcivil szervezetekben
  - kisvállalkozó
  - munkanélküli
  - diák
  - egyetemista
5. A turizmusban dolgozik? \*
  - Igen
  - Nem
6. Hol dolgozik? (csak azok számára, akik IGENnel feleltek az előző kérdésre)
  - utazási irodában
  - turisztikai szervezetben
  - vendéglátó létesítményben
  - mint idegenvezető
  - az egyetemen a turizmus szakterületén
  - állami intézményekben
7. Mióta él Budapesten? \*
  - egy évnél kevesebbe ideje
  - egy – két éve
  - kettő- öt éve
  - öt - tíz éve
  - tíz- tizenöt éve
  - tizenöt - húsz éve

- több mint húsz éve

8. látogatóként volt-e már a SZIGET Fesztiválon? \*

- Igen
- Nem

9. Hányszor látogatta meg a SZIGET Fesztivált? (csak azok számára, akik IGENnel feleltek az előző kérdésre)

- egyszer
- kétszer
- háromszor
- több mint háromszor

A skálan pontszám szerint 1-től (egyáltalán nem értek egyet), 2 (általában nem értek egyet), 3 (nem vagyok biztos benne), 4 (általában egyetértek) 5-ig (teljesen egyetértek), értékelje, hogy milyen mértékben ért egyet a következő állításokkal a budapesti SZIGET fesztivál megrendezése kapcsán:

A SZIGET miatt javult Budapest képe. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet

teljesen egyetértek

A SZIGET miatt javult a helyi közösség identitása. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet

teljesen egyetértek

A SZIGET révén Budapest hirdeti magát Magyarország határain kívül \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet

teljesen egyetértek

A SZIGET hozzájárul ahhoz, hogy a helyi közösség különlegesnek, egyedinek mutassa be magát másoknak (a látogatóknak). \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet

teljesen egyetértek

A SZIGET új ötletek forrása a helyi közösség számára. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet

teljesen egyetértek

A SZIGET hozzájárul a helyi közösség jólétéhez \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet

teljesen egyetértek

A helyi lakosság büszkének érzi magát a budapesti SZIGET Fesztivál miatt \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet

teljesen egyetértek

A SZIGET-nek pozitív kulturális hatása van a helyi közösségre. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET miatt javult a helyi közösség életminősége. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET lehetőséget ad arra, hogy a helyi lakosság új dolgokat tanuljon. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A helyi lakosságnak lehetősége van találkozni a SZIGET Fesztivál előadóival. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET ideje alatt a helyi lakosságnak lehetősége van különböző kulturális tapasztalatok szerzésére. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET miatt a helyi lakosság pozitív elismerést kap. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET ideje alatt új munkahelyek nyílnak meg a helyi lakosság számára. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET ideje alatt a helyi lakosságnak lehetősége van kiegészítő jövedelem szerzésére. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET nagy jelentőségét az adja, hogy a látogatók megismerhetik a helyi kultúrát. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET látogatók biztonsága magas szinten van. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A helyi lakosság biztonsága magas szinten van a SZIGET ideje alatt. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET-látogatók korrektül viselkednek. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET programja mindig gazdag és változatos. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A helyi közösség részt vesz a SZIGET szervezésében. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET szervezésekor a helyi közösség véleményét is figyelembe veszik. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET zavarja a helyi közösség szokásos rutinját és a mindennapi életét. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET ideje alatt túlszűfoltak a pihenésre, szórakozásra és rekreációra használatos területek és létesítmények, amelyeket a helyi közösség használ. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

Az odaérkező SZIGET látogatók megzavarják a helyi közösség magánszféráját. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet teljesen egyetértek

A SZIGET ideje alatt nagyon zsűfolt a város. \*

1 2 3 4 5







1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet                      teljesen egyetértek

A helyi közösségnek lehetősége kell legyen, hogy különböző kulturális tapasztalatokat és élményeket szerezzen az esemény ideje alatt. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet                      teljesen egyetértek

Az eseménynek lehetőséget kell adnia a látogatóknak, hogy megismerjék a helyi kultúrát. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet                      teljesen egyetértek

A helyi lakosság biztonságának magas szinten kell lennie az esemény ideje alatt. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet                      teljesen egyetértek

Az esemény látogatók viselkedésének korrektnek kell lennie. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet                      teljesen egyetértek

Az esemény programának gazdagnak és változatosnak kell lennie. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet                      teljesen egyetértek

A helyi közösségnek részt kell vennie az esemény szervezésében. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet                      teljesen egyetértek

Az eseménylátogatók viselkedésének helyesnek kell lennie. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet                      teljesen egyetértek

Az esemény programjának gazdagnak és változatosnak kell lennie. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet                      teljesen egyetértek

A helyi közösségnek részt kell vennie az esemény szervezésében. \*

1 2 3 4 5



1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet

teljesen egyetértek

Az esemény ideje alatt a városban nem szabad megnövekednie a bűnözési szintnek. \*

1 2 3 4 5

egyáltalán nem értek egyet

teljesen egyetértek

A SZIGET ideje alatt (több felelet is választható): \*

- Árul-e hazai termékeket (pálinkát, bort, sajtot, sonkát, mézet...)?
- Árul-e emléktárgyakat?
- Árul-e egyéb fogyasztási cikkeket?
- Ön biztosít-e szállást a SZIGET látogatóknak?
- Ön szervez-e fuvart a SZIGET látogatóknak?
- Ön biztosít-e helyi idegenvezetőt a SZIGET látogatóknak?
- Ön szervez-e kirándulást a SZIGET-látogatóknak?
- A fentiek közül egyik sem.
- Other:

Megjegyzése, javaslata

### ПРИЛОГ 3 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према дужини становања испитаника у Будимпешти

Зависна варијабла	Дужина боравка (у годинама) (I)	Дужина боравка (у годинама) (J)	Разлика између аритметичких средина (I-J)	Стандардна грешка	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	Мање од 10	10 до 20	0,298	0,238	0,458
		Више од 20	0,250	0,193	0,433
	10 до 20	Мање од 10	-0,298	0,238	0,458
		Више од 20	-0,048	0,225	0,978
	Више од 20	Мање од 10	-0,250	0,193	0,433
		10 до 20	0,048	0,225	0,978
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Мање од 10	10 до 20	0,013	0,229	0,998
		Више од 20	0,143	0,186	0,743
	10 до 20	Мање од 10	-0,013	0,229	0,998
		Више од 20	0,131	0,217	0,834
	Више од 20	Мање од 10	-0,143	0,186	0,743
		10 до 20	-0,131	0,217	0,834
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	Мање од 10	10 до 20	0,084	0,175	0,891
		Више од 20	-0,038	0,142	0,966
	10 до 20	Мање од 10	-0,084	0,175	0,891
		Више од 20	-0,122	0,166	0,764
	Више од 20	Мање од 10	0,038	0,142	0,966
		10 до 20	0,122	0,166	0,764
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија	Мање од 10	10 до 20	0,118	0,230	0,876
		Више од 20	0,319	0,187	0,234
	10 до 20	Мање од 10	-0,118	0,230	0,876
		Више од 20	0,201	0,218	0,654
	Више од 20	Мање од 10	-0,319	0,187	0,234
		10 до 20	-0,201	0,218	0,654
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Мање од 10	10 до 20	0,145	0,239	0,833
		Више од 20	0,393	0,194	0,132
	10 до 20	Мање од 10	-0,145	0,239	0,833
		Више од 20	0,248	0,226	0,550
	Више од 20	Мање од 10	-0,393	0,194	0,132
		10 до 20	-0,248	0,226	0,550
Фестивала доприноси благостању локалне заједнице	Мање од 10	10 до 20	0,030	0,243	0,992
		Више од 20	0,231	0,197	0,503
	10 до 20	Мање од 10	-0,030	0,243	0,992
		Више од 20	0,201	0,229	0,682
	Више од 20	Мање од 10	-0,231	0,197	0,503
		10 до 20	-0,201	0,229	0,682
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Мање од 10	10 до 20	0,239	0,234	0,594
		Више од 20	0,319	0,190	0,245
	10 до 20	Мање од 10	-0,239	0,234	0,594
		Више од 20	0,080	0,221	0,937
	Више од 20	Мање од 10	-0,319	0,190	0,245
		10 до 20	-0,080	0,221	0,937
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Мање од 10	10 до 20	0,180	0,225	0,726
		Више од 20	0,175	0,182	0,632
	10 до 20	Мање од 10	-0,180	0,225	0,726
		Више од 20	-0,005	0,213	1,000
	Више од 20	Мање од 10	-0,175	0,182	0,632
		10 до 20	0,005	0,213	1,000

Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Мање од 10	10 до 20	-0,218	0,224	0,624
		Више од 20	0,044	0,182	0,971
	10 до 20	Мање од 10	0,218	0,224	0,624
		Више од 20	0,262	0,212	0,467
	Више од 20	Мање од 10	-0,044	0,182	0,971
		10 до 20	-0,262	0,212	0,467
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Мање од 10	10 до 20	-0,293	0,253	0,512
		Више од 20	-0,199	0,205	0,627
	10 до 20	Мање од 10	0,293	0,253	0,512
		Више од 20	0,095	0,240	0,925
	Више од 20	Мање од 10	0,199	0,205	0,627
		10 до 20	-0,095	0,240	0,925
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,028	0,229	0,993
		Више од 20	0,073	0,186	0,926
	10 до 20	Мање од 10	-0,028	0,229	0,993
		Више од 20	0,045	0,216	0,979
	Више од 20	Мање од 10	-0,073	0,186	0,926
		10 до 20	-0,045	0,216	0,979
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,037	0,217	0,985
		Више од 20	-0,059	0,176	0,945
	10 до 20	Мање од 10	-0,037	0,217	0,985
		Више од 20	-0,096	0,205	0,896
	Више од 20	Мање од 10	0,059	0,176	0,945
		10 до 20	0,096	0,205	0,896
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Мање од 10	10 до 20	-0,197	0,223	0,677
		Више од 20	0,120	0,181	0,803
	10 до 20	Мање од 10	0,197	0,223	0,677
		Више од 20	0,317	0,211	0,325
	Више од 20	Мање од 10	-0,120	0,181	0,803
		10 до 20	-0,317	0,211	0,325
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Мање од 10	10 до 20	0,130	0,220	0,841
		Више од 20	0,272	0,178	0,315
	10 до 20	Мање од 10	-0,130	0,220	0,841
		Више од 20	0,142	0,208	0,792
	Више од 20	Мање од 10	-0,272	0,178	0,315
		10 до 20	-0,142	0,208	0,792
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	Мање од 10	10 до 20	0,425	0,223	0,165
		Више од 20	0,459	0,181	0,042
	10 до 20	Мање од 10	-0,425	0,223	0,165
		Више од 20	0,034	0,211	0,987
	Више од 20	Мање од 10	-0,459	0,181	0,042
		10 до 20	-0,034	0,211	0,987
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,078	0,252	0,953
		Више од 20	0,157	0,204	0,745
	10 до 20	Мање од 10	-0,078	0,252	0,953
		Више од 20	0,079	0,238	0,946
	Више од 20	Мање од 10	-0,157	0,204	0,745
		10 до 20	-0,079	0,238	0,946
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	Мање од 10	10 до 20	0,112	0,207	0,863
		Више од 20	-0,039	0,168	0,973
	10 до 20	Мање од 10	-0,112	0,207	0,863
		Више од 20	-0,151	0,195	0,741
	Више од 20	Мање од 10	0,039	0,168	0,973
		10 до 20	0,151	0,195	0,741
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом	Мање од 10	10 до 20	0,038	0,200	0,982
		Више од 20	-0,134	0,162	0,712
	10 до 20	Мање од 10	-0,038	0,200	0,982
		Више од 20	-0,172	0,189	0,663

нивоу	Више од 20	Мање од 10	0,134	0,162	0,712
		10 до 20	0,172	0,189	0,663
Посетиоци фестивала се коректно понашају	Мање од 10	10 до 20	-0,247	0,201	0,470
		Више од 20	-0,187	0,163	0,517
	10 до 20	Мање од 10	0,247	0,201	0,470
		Више од 20	0,060	0,190	0,952
	Више од 20	Мање од 10	0,187	0,163	0,517
		10 до 20	-0,060	0,190	0,952
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	Мање од 10	10 до 20	0,063	0,210	0,956
		Више од 20	-0,209	0,171	0,474
	10 до 20	Мање од 10	-0,063	0,210	0,956
		Више од 20	-0,272	0,199	0,395
	Више од 20	Мање од 10	0,209	0,171	0,474
		10 до 20	0,272	0,199	0,395
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,132	0,214	0,828
		Више од 20	0,271	0,174	0,298
	10 до 20	Мање од 10	-0,132	0,214	0,828
		Више од 20	0,139	0,202	0,789
	Више од 20	Мање од 10	-0,271	0,174	0,298
		10 до 20	-0,139	0,202	0,789
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,014	0,225	0,998
		Више од 20	0,079	0,183	0,911
	10 до 20	Мање од 10	-0,014	0,225	0,998
		Више од 20	0,065	0,213	0,955
	Више од 20	Мање од 10	-0,079	0,183	0,911
		10 до 20	-0,065	0,213	0,955
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	Мање од 10	10 до 20	-0,377	0,226	0,251
		Више од 20	-0,098	0,183	0,868
	10 до 20	Мање од 10	0,377	0,226	0,251
		Више од 20	0,279	0,214	0,428
	Више од 20	Мање од 10	0,098	0,183	0,868
		10 до 20	-0,279	0,214	0,428
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,123	0,219	0,855
		Више од 20	0,084	0,178	0,895
	10 до 20	Мање од 10	-0,123	0,219	0,855
		Више од 20	-0,039	0,207	0,982
	Више од 20	Мање од 10	-0,084	0,178	0,895
		10 до 20	0,039	0,207	0,982
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	Мање од 10	10 до 20	-0,089	0,225	0,925
		Више од 20	0,125	0,183	0,792
	10 до 20	Мање од 10	0,089	0,225	0,925
		Више од 20	0,214	0,213	0,605
	Више од 20	Мање од 10	-0,125	0,183	0,792
		10 до 20	-0,214	0,213	0,605
У граду је велика гужва током трајања фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,045	0,237	0,982
		Више од 20	0,246	0,192	0,443
	10 до 20	Мање од 10	-0,045	0,237	0,982
		Више од 20	0,201	0,224	0,670
	Више од 20	Мање од 10	-0,246	0,192	0,443
		10 до 20	-0,201	0,224	0,670
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	Мање од 10	10 до 20	-0,292	0,229	0,446
		Више од 20	-0,125	0,186	0,799
	10 до 20	Мање од 10	0,292	0,229	0,446
		Више од 20	0,167	0,217	0,743
	Више од 20	Мање од 10	0,125	0,186	0,799
		10 до 20	-0,167	0,217	0,743
Ниво буке у граду је	Мање од 10	10 до 20	-0,496	0,235	0,111



повећан за време фестивала	10 до 20	Више од 20	-0,204	0,191	0,565
		Мање од 10	0,496	0,235	0,111
		Више од 20	0,292	0,222	0,424
	Више од 20	Мање од 10	0,204	0,191	0,565
		10 до 20	-0,292	0,222	0,424
		10 до 20	-0,036	0,244	0,989
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	Мање од 10	Више од 20	0,176	0,198	0,675
		10 до 20	0,036	0,244	0,989
	10 до 20	Мање од 10	0,212	0,231	0,656
		Више од 20	0,212	0,231	0,656
	Више од 20	Мање од 10	-0,176	0,198	0,675
		10 до 20	-0,212	0,231	0,656
Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,131	0,235	0,856
		Више од 20	0,250	0,190	0,423
	10 до 20	Мање од 10	-0,131	0,235	0,856
		Више од 20	0,119	0,222	0,866
	Више од 20	Мање од 10	-0,250	0,190	0,423
		10 до 20	-0,119	0,222	0,866
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	Мање од 10	10 до 20	-0,137	0,226	0,833
		Више од 20	-0,013	0,183	0,997
	10 до 20	Мање од 10	0,137	0,226	0,833
		Више од 20	0,123	0,214	0,847
	Више од 20	Мање од 10	0,013	0,183	0,997
		10 до 20	-0,123	0,214	0,847

Напомена: У оквиру табеле јавља се два пута поређење истих парова јер програм SPSS аутоматски ради поређење прве категорије са свим, па друге са свим и тако редом.

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

## ПРИЛОГ 4 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према годинама старости испитаника из Будимпеште

Зависна варијабла	Старост (у годинама) (I)	Старост (у годинама) (J)	Разлика између аритметичких средина (I-J)	Стандардна грешка	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	мање од 31	31 до 41	-0,210	0,199	0,574
		Више од 41	-0,162	0,230	0,781
	31-41	Мање од 31	0,210	0,199	0,574
		Више од 41	0,048	0,257	0,983
	Више од 41	Мање од 31	0,162	0,230	0,781
		31 до 41	-0,048	0,257	0,983
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	мање од 31	31 до 41	-0,136	0,191	0,777
		Више од 41	-0,234	0,221	0,572
	31-41	Мање од 31	0,136	0,191	0,777
		Више од 41	-0,098	0,247	0,924
	Више од 41	Мање од 31	0,234	0,221	0,572
		31 до 41	0,098	0,247	0,924
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	мање од 31	31 до 41	0,255	0,145	0,215
		Више од 41	0,261	0,168	0,299
	31-41	Мање од 31	-0,255	0,145	0,215
		Више од 41	0,006	0,187	0,999
	Више од 41	Мање од 31	-0,261	0,168	0,299
		31 до 41	-0,006	0,187	0,999
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија	мање од 31	31 до 41	0,167	0,193	0,688
		Више од 41	0,207	0,224	0,652
	31-41	Мање од 31	-0,167	0,193	0,688
		Више од 41	0,040	0,250	0,987
	Више од 41	Мање од 31	-0,207	0,224	0,652
		31 до 41	-0,040	0,250	0,987
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	мање од 31	31 до 41	0,191	0,201	0,638
		Више од 41	-0,054	0,233	0,974
	31-41	Мање од 31	-0,191	0,201	0,638
		Више од 41	-0,245	0,260	0,642
	Више од 41	Мање од 31	0,054	0,233	0,974
		31 до 41	0,245	0,260	0,642
Фестивала доприноси	мање од 31	31 до 41	-0,080	0,203	0,926

благостању локалне заједнице	31	Више од 41	-0,027	0,236	0,993
	31-41	Мање од 31	0,080	0,203	0,926
		Више од 41	0,053	0,263	0,980
	Више од 41	Мање од 31	0,027	0,236	0,993
		31 до 41	-0,053	0,263	0,980
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	мање од 31	31 до 41	0,300	0,195	0,307
		Више од 41	0,342	0,226	0,318
	31-41	Мање од 31	-0,300	0,195	0,307
		Више од 41	0,042	0,252	0,986
	Више од 41	Мање од 31	-0,342	0,226	0,318
		31 до 41	-0,042	0,252	0,986
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	мање од 31	31 до 41	0,157	0,187	0,704
		Више од 41	0,252	0,217	0,510
	31-41	Мање од 31	-0,157	0,187	0,704
		Више од 41	0,095	0,242	0,926
	Више од 41	Мање од 31	-0,252	0,217	0,510
		31 до 41	-0,095	0,242	0,926
Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	мање од 31	31 до 41	-0,273	0,186	0,345
		Више од 41	-0,288	0,216	0,412
	31-41	Мање од 31	0,273	0,186	0,345
		Више од 41	-0,015	0,241	0,998
	Више од 41	Мање од 31	0,288	0,216	0,412
		31 до 41	0,015	0,241	0,998
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	мање од 31	31 до 41	-0,027	0,212	0,992
		Више од 41	-0,279	0,245	0,524
	31-41	Мање од 31	0,027	0,212	0,992
		Више од 41	-0,252	0,274	0,654
	Више од 41	Мање од 31	0,279	0,245	0,524
		31 до 41	0,252	0,274	0,654
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивала	мање од 31	31 до 41	0,028	0,191	0,990
		Више од 41	-0,090	0,221	0,921
	31-41	Мање од 31	-0,028	0,191	0,990
		Више од 41	-0,118	0,247	0,893
	Више од 41	Мање од 31	0,090	0,221	0,921
		31 до 41	0,118	0,247	0,893

Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	мање од 31	31 до 41	0,167	0,180	0,653
		Више од 41	-0,171	0,209	0,716
	31-41	Мање од 31	-0,167	0,180	0,653
		Више од 41	-0,338	0,233	0,352
	Више од 41	Мање од 31	0,171	0,209	0,716
		31 до 41	0,338	0,233	0,352
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	мање од 31	31 до 41	0,003	0,187	1,000
		Више од 41	0,126	0,216	0,844
	31-41	Мање од 31	-0,003	0,187	1,000
		Више од 41	0,124	0,242	0,877
	Више од 41	Мање од 31	-0,126	0,216	0,844
		31 до 41	-0,124	0,242	0,877
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	мање од 31	31 до 41	0,464*	0,181	0,039
		Више од 41	0,468	0,209	0,084
	31-41	Мање од 31	-0,464*	0,181	0,039
		Више од 41	0,005	0,234	1,000
	Више од 41	Мање од 31	-0,468	0,209	0,084
		31 до 41	-0,005	0,234	1,000
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	мање од 31	31 до 41	0,437	0,184	0,061
		Више од 41	0,694*	0,213	0,006
	31-41	Мање од 31	-0,437	0,184	0,061
		Више од 41	0,256	0,237	0,560
	Више од 41	Мање од 31	-0,694*	0,213	0,006
		31 до 41	-0,256	0,237	0,560
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	мање од 31	31 до 41	0,207	0,210	0,616
		Више од 41	0,000	0,243	1,000
	31-41	Мање од 31	-0,207	0,210	0,616
		Више од 41	-0,207	0,271	0,748
	Више од 41	Мање од 31	0,000	0,243	1,000
		31 до 41	0,207	0,271	0,748
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	мање од 31	31 до 41	-0,380	0,170	0,086
		Више од 41	-0,306	0,197	0,302
	31-41	Мање од 31	0,380	0,170	0,086
		Више од 41	0,074	0,220	0,945
	Више од 41	Мање од 31	0,306	0,197	0,302

		31 до 41	-0,074	0,220	0,945
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	мање од 31	31 до 41	-0,319	0,166	0,160
		Више од 41	-0,207	0,192	0,560
	31-41	Мање од 31	0,319	0,166	0,160
		Више од 41	0,112	0,214	0,873
	Више од 41	Мање од 31	0,207	0,192	0,560
		31 до 41	-0,112	0,214	0,873
Посетиоци фестивала се коректно понашају	мање од 31	31 до 41	-0,375	0,165	0,078
		Више од 41	-0,468	0,191	0,052
	31-41	Мање од 31	0,375	0,165	0,078
		Више од 41	-0,093	0,213	0,909
	Више од 41	Мање од 31	0,468	0,191	0,052
		31 до 41	0,093	0,213	0,909
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	мање од 31	31 до 41	0,060	0,176	0,943
		Више од 41	-0,171	0,204	0,704
	31-41	Мање од 31	-0,060	0,176	0,943
		Више од 41	-0,232	0,228	0,597
	Више од 41	Мање од 31	0,171	0,204	0,704
		31 до 41	0,232	0,228	0,597
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	мање од 31	31 до 41	0,186	0,179	0,582
		Више од 41	0,234	0,207	0,529
	31-41	Мање од 31	-0,186	0,179	0,582
		Више од 41	0,048	0,231	0,979
	Више од 41	Мање од 31	-0,234	0,207	0,529
		31 до 41	-0,048	0,231	0,979
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	мање од 31	31 до 41	0,060	0,187	0,949
		Више од 41	-0,243	0,217	0,534
	31-41	Мање од 31	-0,060	0,187	0,949
		Више од 41	-0,304	0,242	0,457
	Више од 41	Мање од 31	0,243	0,217	0,534
		31 до 41	0,304	0,242	0,457
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	мање од 31	31 до 41	0,029	0,190	0,988
		Више од 41	-0,090	0,220	0,920
	31-41	Мање од 31	-0,029	0,190	0,988
		Више од 41	-0,119	0,245	0,889
	Више од 41	Мање од 41	0,090	0,220	0,920
		31 до 41	0,029	0,190	0,988

	41	31			
		31 до 41	0,119	0,245	0,889
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	мање од 31	31 до 41	0,201	0,181	0,541
		Више од 41	0,414	0,210	0,145
	31-41	Мање од 31	-0,201	0,181	0,541
		Више од 41	0,213	0,234	0,661
	Више од 41	Мање од 31	-0,414	0,210	0,145
		31 до 41	-0,213	0,234	0,661
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	мање од 31	31 до 41	0,181	0,188	0,632
		Више од 41	0,018	0,218	0,997
	31-41	Мање од 31	-0,181	0,188	0,632
		Више од 41	-0,163	0,243	0,800
	Више од 41	Мање од 31	-0,018	0,218	0,997
		31 до 41	0,163	0,243	0,800
У граду је велика гужва током трајања фестивала	мање од 31	31 до 41	0,172	0,198	0,687
		Више од 41	0,360	0,229	0,292
	31-41	Мање од 31	-0,172	0,198	0,687
		Више од 41	0,189	0,256	0,762
	Више од 41	Мање од 31	-0,360	0,229	0,292
		31 до 41	-0,189	0,256	0,762
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	мање од 31	31 до 41	0,017	0,192	0,996
		Више од 41	0,045	0,223	0,980
	31-41	Мање од 31	-0,017	0,192	0,996
		Више од 41	0,028	0,249	0,994
	Више од 41	Мање од 31	-0,045	0,223	0,980
		31 до 41	-0,028	0,249	0,994
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	мање од 31	31 до 41	-0,020	0,198	0,995
		Више од 41	-0,297	0,229	0,432
	31-41	Мање од 31	0,020	0,198	0,995
		Више од 41	-0,278	0,256	0,555
	Више од 41	Мање од 31	0,297	0,229	0,432
		31 до 41	0,278	0,256	0,555
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	мање од 31	31 до 41	0,349	0,203	0,230
		Више од 41	0,198	0,235	0,701
	31-41	Мање од 31	-0,349	0,203	0,230
		Више од 41	-0,151	0,262	0,847

Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	Више од 41	Мање од 31	-0,198	0,235	0,701
		31 до 41	0,151	0,262	0,847
	мање од 31	31 до 41	0,628	0,191	0,005
		Више од 41	0,541	0,221	0,052
	31-41	Мање од 31	-0,628	0,191	0,005
		Више од 41	-0,088	0,246	0,938
Више од 41	Мање од 31	-0,541	0,221	0,052	
	31 до 41	0,088	0,246	0,938	
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	мање од 31	31 до 41	0,199	0,188	0,572
		Више од 41	0,081	0,218	0,933
	31-41	Мање од 31	-0,199	0,188	0,572
		Више од 41	-0,118	0,243	0,889
	Више од 41	Мање од 31	-0,081	0,218	0,933
		31 до 41	0,118	0,243	0,889

*Напомена: У оквиру табеле јавља се два пута поређење истих парова јер програм SPSS аутоматски ради поређење прве категорије са свим, па друге са свим и тако редом.*

*Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.*

## ПРИЛОГ 5 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према запослењу испитаника из Будимпеште

Зависна варијабла	Радно место (I)	Радно место (J)	Разлика између аритметичких средина (I-J)	Стандардна грешка	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,194	0,227	0,695
		незапослени	-0,126	0,253	0,884
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,194	0,227	0,695
		незапослени	0,068	0,199	0,943
	незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,126	0,253	0,884
		Приватни сектор	-0,068	0,199	0,943
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,164	0,218	0,754
		Незапослени	-0,151	0,243	0,824
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,164	0,218	0,754
		Незапослени	0,013	0,191	0,998
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,151	0,243	0,824
		Приватни сектор	-0,013	0,191	0,998
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,128	0,165	0,740
		Незапослени	-0,170	0,184	0,652
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,128	0,165	0,740
		Незапослени	-0,298	0,145	0,122
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,170	0,184	0,652
		Приватни сектор	0,298	0,145	0,122
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,175	0,220	0,728
		Незапослени	-0,389	0,244	0,284
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,175	0,220	0,728
		Незапослени	-0,213	0,192	0,541
	Незапослени	Државни сектор и	0,389	0,244	0,284



		невладине организације			
		Приватни сектор	0,213	0,192	0,541
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,466	0,226	0,122
		Незапослени	-0,691	0,251	0,024
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,466	0,226	0,122
		Незапослени	-0,225	0,198	0,525
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,691	0,251	0,024
		Приватни сектор	0,225	0,198	0,525
Фестивала доприноси благостању локалне заједнице	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,197	0,231	0,695
		Незапослени	-0,287	0,257	0,536
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,197	0,231	0,695
		Незапослени	-0,090	0,203	0,906
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,287	0,257	0,536
		Приватни сектор	0,090	0,203	0,906
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,153	0,222	0,788
		Незапослени	-0,472	0,247	0,162
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,153	0,222	0,788
		Незапослени	-0,319	0,194	0,262
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,472	0,247	0,162
		Приватни сектор	0,319	0,194	0,262
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,218	0,213	0,593
		Незапослени	-0,420	0,237	0,210
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,218	0,213	0,593
		Незапослени	-0,202	0,186	0,558
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,420	0,237	0,210
		Приватни	0,202	0,186	0,558

		сектор			
Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,168	0,214	0,734
		Незапослени	-0,065	0,238	0,964
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,168	0,214	0,734
		Незапослени	0,103	0,187	0,859
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,065	0,238	0,964
		Приватни сектор	-0,103	0,187	0,859
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,283	0,241	0,503
		Незапослени	-0,189	0,268	0,781
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,283	0,241	0,503
		Незапослени	0,095	0,211	0,905
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,189	0,268	0,781
		Приватни сектор	-0,095	0,211	0,905
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,509	0,215	0,063
		Незапослени	-0,248	0,239	0,583
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,509	0,215	0,063
		Незапослени	0,260	0,188	0,386
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,248	0,239	0,583
		Приватни сектор	-0,260	0,188	0,386
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,410	0,205	0,138
		Незапослени	-0,273	0,228	0,490
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,410	0,205	0,138
		Незапослени	0,137	0,179	0,748
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,273	0,228	0,490
		Приватни сектор	-0,137	0,179	0,748
Локалној заједници се	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,133	0,213	0,822

одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	организације	Незапослени	-0,144	0,237	0,831
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,133	0,213	0,822
		Незапослени	-0,011	0,187	0,998
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,144	0,237	0,831
Приватни сектор		0,011	0,187	0,998	
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,207	0,209	0,612
		Незапослени	-0,425	0,232	0,190
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,207	0,209	0,612
		Незапослени	-0,218	0,183	0,494
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,425	0,232	0,190
		Приватни сектор	0,218	0,183	0,494
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,654	0,209	0,009
		Незапослени	-0,785	0,233	0,004
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,654	0,209	0,009
		Незапослени	-0,132	0,184	0,774
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,785	0,233	0,004
		Приватни сектор	0,132	0,184	0,774
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,222	0,239	0,650
		Незапослени	-0,053	0,266	0,981
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,222	0,239	0,650
		Незапослени	0,170	0,210	0,721
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,053	0,266	0,981
		Приватни сектор	-0,170	0,210	0,721
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,410	0,194	0,109
		Незапослени	-0,027	0,215	0,992
	Приватни сектор	Државни сектор и	0,410	0,194	0,109

		невладине организације			
		Незапослени	0,383	0,170	0,081
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,027	0,215	0,992
		Приватни сектор	-0,383	0,170	0,081
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,313	0,189	0,255
		Незапослени	-0,023	0,210	0,994
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,313	0,189	0,255
		Незапослени	0,290	0,165	0,217
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,023	0,210	0,994
		Приватни сектор	-0,290	0,165	0,217
Посетиоци фестивала се коректно понашају	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,087	0,191	0,902
		Незапослени	0,171	0,212	0,722
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,087	0,191	0,902
		Незапослени	0,258	0,167	0,306
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,171	0,212	0,722
		Приватни сектор	-0,258	0,167	0,306
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,216	0,201	0,562
		Незапослени	-0,305	0,223	0,395
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,216	0,201	0,562
		Незапослени	-0,089	0,176	0,879
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,305	0,223	0,395
		Приватни сектор	0,089	0,176	0,879
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,537	0,201	0,030
		Незапослени	-0,614	0,223	0,024
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,537	0,201	0,030
		Незапослени	-0,077	0,176	0,909

	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,614	0,223	0,024
		Приватни сектор	0,077	0,176	0,909
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,188	0,213	0,678
		Незапослени	-0,340	0,237	0,360
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,188	0,213	0,678
		Незапослени	-0,152	0,187	0,719
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,340	0,237	0,360
		Приватни сектор	0,152	0,187	0,719
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,193	0,216	0,670
		Незапослени	0,321	0,240	0,410
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,193	0,216	0,670
		Незапослени	0,128	0,189	0,795
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,321	0,240	0,410
		Приватни сектор	-0,128	0,189	0,795
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,060	0,208	0,960
		Незапослени	0,086	0,232	0,933
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,060	0,208	0,960
		Незапослени	0,146	0,183	0,726
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,086	0,232	0,933
		Приватни сектор	-0,146	0,183	0,726
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,140	0,214	0,807
		Незапослени	0,076	0,238	0,951
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,140	0,214	0,807
		Незапослени	0,216	0,188	0,517
	Незапослени	Државни сектор и невладине	-0,076	0,238	0,951

		организације			
		Приватни сектор	-0,216	0,188	0,517
У граду је велика гужва током трајања фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,207	0,226	0,659
		Незапослени	-0,287	0,252	0,522
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,207	0,226	0,659
		Незапослени	-0,081	0,198	0,920
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,287	0,252	0,522
		Приватни сектор	0,081	0,198	0,920
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,164	0,219	0,756
		Незапослени	-0,239	0,243	0,618
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,164	0,219	0,756
		Незапослени	-0,075	0,192	0,926
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,239	0,243	0,618
		Приватни сектор	0,075	0,192	0,926
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,034	0,226	0,989
		Незапослени	0,221	0,251	0,679
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,034	0,226	0,989
		Незапослени	0,187	0,198	0,640
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,221	0,251	0,679
		Приватни сектор	-0,187	0,198	0,640
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,276	0,232	0,492
		Незапослени	-0,012	0,258	0,999
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,276	0,232	0,492
		Незапослени	-0,288	0,203	0,366
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,012	0,258	0,999
		Приватни сектор	0,288	0,203	0,366

Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,152	0,218	0,784
		Незапослени	-0,741	0,242	0,010
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,152	0,218	0,784
		Незапослени	-0,589	0,191	0,009
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,741	0,242	0,010
		Приватни сектор	0,589	0,191	0,009
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,202	0,214	0,643
		Незапослени	-0,009	0,238	0,999
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,202	0,214	0,643
		Незапослени	-0,211	0,188	0,533
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,009	0,238	0,999
		Приватни сектор	0,211	0,188	0,533

Напомена: У оквиру табеле јавља се два пута поређење истих парова јер програм SPSS аутоматски ради поређење прве категорије са свим, па друге са свим и тако редом.

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

## ПРИЛОГ 6 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према образовању испитаника из Будимпеште

Зависна варијабла	Образовање (I)	Образовање (J)	Разлика између аритметичких средина (I-J)	Стандардна грешка	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	Средња школа	Виша/висока школа	-0,210	0,233	0,846
		Факултет	-0,359	0,238	0,518
		Мастер, мр, др	-0,088	0,256	0,990
	Виша/висока школа	Средња школа	0,210	0,233	0,846
		Факултет	-0,149	0,228	0,935
		Мастер, мр, др	0,122	0,247	0,970
	Факултет	Средња школа	0,359	0,238	0,518
		Виша/висока школа	0,149	0,228	0,935
		Мастер, мр, др	0,271	0,251	0,761
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,088	0,256	0,990
		Виша/висока школа	-0,122	0,247	0,970
		Факултет	-0,271	0,251	0,761
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Средња школа	Виша/висока школа	-0,089	0,224	0,984
		Факултет	-0,121	0,229	0,963
		Мастер, мр, др	0,226	0,245	0,838
	Виша/висока школа	Средња школа	0,089	0,224	0,984
		Факултет	-0,032	0,219	0,999
		Мастер, мр, др	0,315	0,237	0,622
	Факултет	Средња школа	0,121	0,229	0,963
		Виша/висока школа	0,032	0,219	0,999
		Мастер, мр, др	0,347	0,241	0,559
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,226	0,245	0,838
		Виша/висока школа	-0,315	0,237	0,622
		Факултет	-0,347	0,241	0,559
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница	Средња школа	Виша/висока школа	-0,039	0,170	0,997
		Факултет	-0,293	0,174	0,420
		Мастер, мр, др	-0,261	0,187	0,582
	Виша/висока школа	Средња школа	0,039	0,170	0,997
		Факултет	-0,254	0,167	0,512
		Мастер, мр,	-0,222	0,180	0,678



државе	Факултет	др				
		Средња школа	0,293	0,174	0,420	
		Виша/висока школа	0,254	0,167	0,512	
	Мастер, мр, др	Мастер, мр, др	0,032	0,183	0,999	
		Средња школа	0,261	0,187	0,582	
		Виша/висока школа	0,222	0,180	0,678	
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија	Средња школа	Факултет	-0,032	0,183	0,999	
		Виша/висока школа	0,019	0,227	1,000	
		Факултет	-0,042	0,232	0,998	
	Виша/висока школа	Мастер, мр, др	0,241	0,249	0,816	
		Средња школа	-0,019	0,227	1,000	
		Факултет	-0,061	0,222	0,995	
	Факултет	Мастер, мр, др	0,222	0,240	0,836	
		Средња школа	0,042	0,232	0,998	
		Виша/висока школа	0,061	0,222	0,995	
	Мастер, мр, др	Мастер, мр, др	0,283	0,245	0,720	
		Средња школа	-0,241	0,249	0,816	
		Виша/висока школа	-0,222	0,240	0,836	
	Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Средња школа	Факултет	-0,283	0,245	0,720
			Виша/висока школа	0,002	0,234	1,000
			Факултет	-0,040	0,238	0,999
Виша/висока школа		Мастер, мр, др	0,533	0,256	0,231	
		Средња школа	-0,002	0,234	1,000	
		Факултет	-0,042	0,229	0,998	
Факултет		Мастер, мр, др	0,531	0,247	0,206	
		Средња школа	0,040	0,238	0,999	
		Виша/висока школа	0,042	0,229	0,998	
Мастер, мр, др		Мастер, мр, др	0,573	0,252	0,162	
		Средња школа	-0,533	0,256	0,231	
		Виша/висока школа	-0,531	0,247	0,206	
Фестивала доприноси благостању локалне		Средња школа	Факултет	-0,573	0,252	0,162
			Виша/висока школа	-0,040	0,236	0,999
			Факултет	-0,024	0,241	1,000
		Мастер, мр, др	0,448	0,259	0,395	

заједнице	Виша/висока школа	Средња школа	0,040	0,236	0,999	
		Факултет	0,017	0,232	1,000	
		Мастер, мр, др	0,489	0,250	0,285	
	Факултет	Средња школа	0,024	0,241	1,000	
		Виша/висока школа	-0,017	0,232	1,000	
		Мастер, мр, др	0,472	0,255	0,332	
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,448	0,259	0,395	
		Виша/висока школа	-0,489	0,250	0,285	
		Факултет	-0,472	0,255	0,332	
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Средња школа	Виша/висока школа	0,081	0,229	0,989	
		Факултет	0,140	0,234	0,949	
		Мастер, мр, др	0,420	0,251	0,426	
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,081	0,229	0,989	
		Факултет	0,059	0,225	0,995	
		Мастер, мр, др	0,340	0,243	0,581	
	Факултет	Средња школа	-0,140	0,234	0,949	
		Виша/висока школа	-0,059	0,225	0,995	
		Мастер, мр, др	0,280	0,247	0,732	
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,420	0,251	0,426	
		Виша/висока школа	-0,340	0,243	0,581	
		Факултет	-0,280	0,247	0,732	
	Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Средња школа	Виша/висока школа	0,118	0,220	0,963
			Факултет	0,234	0,225	0,782
			Мастер, мр, др	0,245	0,242	0,794
Виша/висока школа		Средња школа	-0,118	0,220	0,963	
		Факултет	0,116	0,216	0,962	
		Мастер, мр, др	0,128	0,233	0,960	
Факултет		Средња школа	-0,234	0,225	0,782	
		Виша/висока школа	-0,116	0,216	0,962	
		Мастер, мр, др	0,011	0,238	1,000	
Мастер, мр, др		Средња школа	-0,245	0,242	0,794	
		Виша/висока школа	-0,128	0,233	0,960	
		Факултет	-0,011	0,238	1,000	
Услед	Средња	Виша/висока	0,056	0,218	0,996	

одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	школа	школа			
		Факултет	0,052	0,222	0,997
		Мастер, мр, др	0,505	0,239	0,218
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,056	0,218	0,996
		Факултет	-0,004	0,213	1,000
		Мастер, мр, др	0,449	0,230	0,287
	Факултет	Средња школа	-0,052	0,222	0,997
		Виша/висока школа	0,004	0,213	1,000
		Мастер, мр, др	0,453	0,235	0,296
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,505	0,239	0,218
		Виша/висока школа	-0,449	0,230	0,287
		Факултет	-0,453	0,235	0,296
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Средња школа	Виша/висока школа	0,343	0,247	0,588
		Факултет	0,397	0,252	0,481
		Мастер, мр, др	0,531	0,271	0,282
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,343	0,247	0,588
		Факултет	0,054	0,242	0,997
		Мастер, мр, др	0,188	0,261	0,915
	Факултет	Средња школа	-0,397	0,252	0,481
		Виша/висока школа	-0,054	0,242	0,997
		Мастер, мр, др	0,134	0,266	0,969
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,531	0,271	0,282
		Виша/висока школа	-0,188	0,261	0,915
		Факултет	-0,134	0,266	0,969
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	-0,016	0,222	1,000
		Факултет	-0,213	0,226	0,828
		Мастер, мр, др	0,364	0,243	0,524
	Виша/висока школа	Средња школа	0,016	0,222	1,000
		Факултет	-0,198	0,217	0,842
		Мастер, мр, др	0,379	0,234	0,456
	Факултет	Средња школа	0,213	0,226	0,828
		Виша/висока школа	0,198	0,217	0,842
		Мастер, мр, др	0,577	0,239	0,123
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,364	0,243	0,524

		Виша/висока школа	-0,379	0,234	0,456
		Факултет	-0,577	0,239	0,123
Локална заједница има могућност за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	-0,064	0,212	0,993
		Факултет	-0,253	0,217	0,713
		Мастер, мр, др	0,068	0,232	0,994
	Виша/висока школа	Средња школа	0,064	0,212	0,993
		Факултет	-0,189	0,208	0,842
		Мастер, мр, др	0,132	0,224	0,951
	Факултет	Средња школа	0,253	0,217	0,713
		Виша/висока школа	0,189	0,208	0,842
		Мастер, мр, др	0,321	0,229	0,579
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,068	0,232	0,994
		Виша/висока школа	-0,132	0,224	0,951
		Факултет	-0,321	0,229	0,579
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	0,023	0,216	1,000
		Факултет	-0,277	0,221	0,666
		Мастер, мр, др	0,309	0,237	0,639
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,023	0,216	1,000
		Факултет	-0,300	0,212	0,574
		Мастер, мр, др	0,286	0,229	0,669
	Факултет	Средња школа	0,277	0,221	0,666
		Виша/висока школа	0,300	0,212	0,574
		Мастер, мр, др	0,586	0,233	0,101
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,309	0,237	0,639
		Виша/висока школа	-0,286	0,229	0,669
		Факултет	-0,586	0,233	0,101
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Средња школа	Виша/висока школа	0,130	0,216	0,948
		Факултет	-0,186	0,220	0,870
		Мастер, мр, др	0,179	0,236	0,902
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,130	0,216	0,948
		Факултет	-0,316	0,211	0,526
		Мастер, мр, др	0,049	0,228	0,997
	Факултет	Средња школа	0,186	0,220	0,870
		Виша/висока школа	0,316	0,211	0,526

	Мастер, мр, др	Мастер, мр, др	0,365	0,232	0,483
		Средња школа	-0,179	0,236	0,902
		Виша/висока школа	-0,049	0,228	0,997
		Факултет	-0,365	0,232	0,483
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	Средња школа	Виша/висока школа	0,111	0,217	0,967
		Факултет	-0,179	0,222	0,886
		Мастер, мр, др	0,547	0,238	0,156
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,111	0,217	0,967
		Факултет	-0,290	0,213	0,605
		Мастер, мр, др	0,436	0,230	0,311
	Факултет	Средња школа	0,179	0,222	0,886
		Виша/висока школа	0,290	0,213	0,605
		Мастер, мр, др	0,726	0,234	0,024
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,547	0,238	0,156
		Виша/висока школа	-0,436	0,230	0,311
		Факултет	-0,726	0,234	0,024
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	-0,160	0,247	0,936
		Факултет	-0,088	0,252	0,989
		Мастер, мр, др	-0,013	0,271	1,000
	Виша/висока школа	Средња школа	0,160	0,247	0,936
		Факултет	0,072	0,242	0,993
		Мастер, мр, др	0,147	0,261	0,957
	Факултет	Средња школа	0,088	0,252	0,989
		Виша/висока школа	-0,072	0,242	0,993
		Мастер, мр, др	0,075	0,266	0,994
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,013	0,271	1,000
		Виша/висока школа	-0,147	0,261	0,957
		Факултет	-0,075	0,266	0,994
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	Средња школа	Виша/висока школа	-0,187	0,203	0,837
		Факултет	-0,227	0,207	0,753
		Мастер, мр, др	-0,145	0,222	0,934
	Виша/висока школа	Средња школа	0,187	0,203	0,837
		Факултет	-0,040	0,198	0,998
		Мастер, мр, др	0,042	0,214	0,998

	Факултет	Средња школа	0,227	0,207	0,753
		Виша/висока школа	0,040	0,198	0,998
		Мастер, мр, др	0,081	0,218	0,987
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,145	0,222	0,934
		Виша/висока школа	-0,042	0,214	0,998
		Факултет	-0,081	0,218	0,987
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	Средња школа	Виша/висока школа	0,035	0,196	0,998
		Факултет	-0,234	0,200	0,712
		Мастер, мр, др	0,072	0,214	0,990
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,035	0,196	0,998
		Факултет	-0,269	0,192	0,579
		Мастер, мр, др	0,037	0,207	0,999
	Факултет	Средња школа	0,234	0,200	0,712
		Виша/висока школа	0,269	0,192	0,579
		Мастер, мр, др	0,306	0,211	0,552
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,072	0,214	0,990
		Виша/висока школа	-0,037	0,207	0,999
		Факултет	-0,306	0,211	0,552
Посетиоци фестивала се коректно понашају	Средња школа	Виша/висока школа	-0,123	0,197	0,941
		Факултет	-0,216	0,201	0,763
		Мастер, мр, др	0,104	0,216	0,972
	Виша/висока школа	Средња школа	0,123	0,197	0,941
		Факултет	-0,093	0,193	0,972
		Мастер, мр, др	0,228	0,208	0,754
	Факултет	Средња школа	0,216	0,201	0,763
		Виша/висока школа	0,093	0,193	0,972
		Мастер, мр, др	0,321	0,212	0,516
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,104	0,216	0,972
		Виша/висока школа	-0,228	0,208	0,754
		Факултет	-0,321	0,212	0,516
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	Средња школа	Виша/висока школа	0,166	0,206	0,885
		Факултет	0,313	0,211	0,532
		Мастер, мр, др	0,297	0,226	0,633
	Виша/висока	Средња	-0,166	0,206	0,885

	школа	школа				
		Факултет	0,147	0,202	0,913	
		Мастер, мр, др	0,131	0,218	0,949	
	Факултет	Средња школа	-0,313	0,211	0,532	
		Виша/висока школа	-0,147	0,202	0,913	
		Мастер, мр, др	-0,016	0,223	1,000	
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,297	0,226	0,633	
		Виша/висока школа	-0,131	0,218	0,949	
		Факултет	0,016	0,223	1,000	
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	-0,152	0,209	0,913	
		Факултет	-0,072	0,214	0,990	
		Мастер, мр, др	0,268	0,230	0,715	
	Виша/висока школа	Средња школа	0,152	0,209	0,913	
		Факултет	0,080	0,205	0,985	
		Мастер, мр, др	0,420	0,222	0,311	
	Факултет	Средња школа	0,072	0,214	0,990	
		Виша/висока школа	-0,080	0,205	0,985	
		Мастер, мр, др	0,340	0,226	0,521	
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,268	0,230	0,715	
		Виша/висока школа	-0,420	0,222	0,311	
		Факултет	-0,340	0,226	0,521	
	Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	-0,129	0,219	0,951
			Факултет	0,024	0,223	1,000
			Мастер, мр, др	0,332	0,240	0,591
Виша/висока школа		Средња школа	0,129	0,219	0,951	
		Факултет	0,153	0,214	0,917	
		Мастер, мр, др	0,461	0,231	0,268	
Факултет		Средња школа	-0,024	0,223	1,000	
		Виша/висока школа	-0,153	0,214	0,917	
		Мастер, мр, др	0,308	0,236	0,635	
Мастер, мр, др		Средња школа	-0,332	0,240	0,591	
		Виша/висока школа	-0,461	0,231	0,268	
		Факултет	-0,308	0,236	0,635	
Нарушава се	Средња школа	Виша/висока школа	-0,017	0,223	1,000	

нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала		Факултет	0,016	0,227	1,000
		Мастер, мр, др	-0,243	0,244	0,802
	Виша/висока школа	Средња школа	0,017	0,223	1,000
		Факултет	0,034	0,218	0,999
		Мастер, мр, др	-0,226	0,235	0,820
	Факултет	Средња школа	-0,016	0,227	1,000
		Виша/висока школа	-0,034	0,218	0,999
		Мастер, мр, др	-0,260	0,240	0,760
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,243	0,244	0,802
		Виша/висока школа	0,226	0,235	0,820
		Факултет	0,260	0,240	0,760
	Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	0,167	0,214
Факултет			0,281	0,219	0,649
Мастер, мр, др			0,125	0,235	0,963
Виша/висока школа		Средња школа	-0,167	0,214	0,894
		Факултет	0,114	0,210	0,961
		Мастер, мр, др	-0,042	0,227	0,998
Факултет		Средња школа	-0,281	0,219	0,649
		Виша/висока школа	-0,114	0,210	0,961
		Мастер, мр, др	-0,155	0,231	0,929
Мастер, мр, др		Средња школа	-0,125	0,235	0,963
		Виша/висока школа	0,042	0,227	0,998
		Факултет	0,155	0,231	0,929
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	Средња школа	Виша/висока школа	-0,033	0,221	0,999
		Факултет	-0,065	0,226	0,994
		Мастер, мр, др	-0,173	0,243	0,917
	Виша/висока школа	Средња школа	0,033	0,221	0,999
		Факултет	-0,033	0,217	0,999
		Мастер, мр, др	-0,140	0,234	0,949
	Факултет	Средња школа	0,065	0,226	0,994
		Виша/висока школа	0,033	0,217	0,999
		Мастер, мр, др	-0,107	0,239	0,977
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,173	0,243	0,917
		Виша/висока	0,140	0,234	0,949



		школа			
		Факултет	0,107	0,239	0,977
У граду је велика гужва током трајања фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	-0,023	0,233	1,000
		Факултет	0,124	0,238	0,965
		Мастер, мр, др	0,204	0,256	0,887
	Виша/висока школа	Средња школа	0,023	0,233	1,000
		Факултет	0,148	0,229	0,936
		Мастер, мр, др	0,228	0,247	0,837
	Факултет	Средња школа	-0,124	0,238	0,965
		Виша/висока школа	-0,148	0,229	0,936
		Мастер, мр, др	0,080	0,251	0,992
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,204	0,256	0,887
		Виша/висока школа	-0,228	0,247	0,837
		Факултет	-0,080	0,251	0,992
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	0,259	0,224	0,721
		Факултет	0,455	0,229	0,269
		Мастер, мр, др	0,238	0,245	0,817
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,259	0,224	0,721
		Факултет	0,196	0,219	0,850
		Мастер, мр, др	-0,021	0,237	1,000
	Факултет	Средња школа	-0,455	0,229	0,269
		Виша/висока школа	-0,196	0,219	0,850
		Мастер, мр, др	-0,217	0,241	0,847
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,238	0,245	0,817
		Виша/висока школа	0,021	0,237	1,000
		Факултет	0,217	0,241	0,847
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	-0,112	0,231	0,971
		Факултет	0,246	0,235	0,779
		Мастер, мр, др	-0,278	0,253	0,752
	Виша/висока школа	Средња школа	0,112	0,231	0,971
		Факултет	0,358	0,226	0,475
		Мастер, мр, др	-0,165	0,244	0,928
	Факултет	Средња школа	-0,246	0,235	0,779
		Виша/висока школа	-0,358	0,226	0,475
		Мастер, мр,	-0,523	0,249	0,222

	Мастер, мр, др	др				
		Средња школа	0,278	0,253	0,752	
		Виша/висока школа	0,165	0,244	0,928	
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	Средња школа	Факултет	0,523	0,249	0,222	
		Виша/висока школа	-0,017	0,233	1,000	
		Факултет	0,739	0,237	0,024	
	Мастер, мр, др	Мастер, мр, др	0,220	0,255	0,862	
		Виша/висока школа	Средња школа	0,017	0,233	1,000
			Факултет	0,756	0,228	0,013
	Мастер, мр, др		0,237	0,246	0,818	
	Факултет	Средња школа	-0,739	0,237	0,024	
		Виша/висока школа	-0,756	0,228	0,013	
		Мастер, мр, др	-0,519	0,251	0,236	
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,220	0,255	0,862	
		Виша/висока школа	-0,237	0,246	0,818	
		Факултет	0,519	0,251	0,236	
	Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	0,523	0,226	0,151
			Факултет	0,521	0,231	0,167
Мастер, мр, др			0,711	0,248	0,044	
Виша/висока школа		Средња школа	-0,523	0,226	0,151	
		Факултет	-0,002	0,221	1,000	
		Мастер, мр, др	0,188	0,239	0,892	
Факултет		Средња школа	-0,521	0,231	0,167	
		Виша/висока школа	0,002	0,221	1,000	
		Мастер, мр, др	0,189	0,243	0,895	
Мастер, мр, др		Средња школа	-0,711	0,248	0,044	
		Виша/висока школа	-0,188	0,239	0,892	
		Факултет	-0,189	0,243	0,895	
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала		Средња школа	Виша/висока школа	0,006	0,222	1,000
			Факултет	-0,036	0,227	0,999
			Мастер, мр, др	0,065	0,243	0,995
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,006	0,222	1,000	
		Факултет	-0,042	0,217	0,998	
		Мастер, мр, др	0,059	0,235	0,996	
	Факултет	Средња	0,036	0,227	0,999	

		школа			
		Виша/висока школа	0,042	0,217	0,998
		Мастер, мр, др	0,101	0,239	0,981
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,065	0,243	0,995
		Виша/висока школа	-0,059	0,235	0,996
		Факултет	-0,101	0,239	0,981

*Напомена: У оквиру табеле јавља се два пута поређење истих парова јер програм SPSS аутоматски ради поређење прве категорије са свим, на друге са свим и тако редом.*

*Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.*

## ПРИЛОГ 7. ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према дужини становања испитаника у Новом Саду

Зависна варијабла	Дужина боравка (у годинама) (I)	Дужина боравка (у годинама) (J)	Разлика између аритметичких средина (I-J)	Стандардна грешка	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	Мање од 10	10 до 20	-0,096	0,137	0,783
		Више од 20	-0,233	0,120	0,153
	10 до 20	Мање од 10	0,096	0,137	0,783
		Више од 20	-0,138	0,119	0,514
	Више од 20	Мање од 10	0,233	0,120	0,153
		10 до 20	0,138	0,119	0,514
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Мање од 10	10 до 20	-0,175	0,181	0,626
		Више од 20	-0,390	0,159	0,051
	10 до 20	Мање од 10	0,175	0,181	0,626
		Више од 20	-0,214	0,157	0,397
	Више од 20	Мање од 10	0,390	0,159	0,051
		10 до 20	0,214	0,157	0,397
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	Мање од 10	10 до 20	-0,048	0,102	0,896
		Више од 20	-0,178	0,089	0,140
	10 до 20	Мање од 10	0,048	0,102	0,896
		Више од 20	-0,130	0,089	0,342
	Више од 20	Мање од 10	0,178	0,089	0,140
		10 до 20	0,130	0,089	0,342
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија	Мање од 10	10 до 20	0,195	0,156	0,459
		Више од 20	-0,052	0,137	0,931
	10 до 20	Мање од 10	-0,195	0,156	0,459
		Више од 20	-0,247	0,136	0,193
	Више од 20	Мање од 10	0,052	0,137	0,931
		10 до 20	0,247	0,136	0,193
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Мање од 10	10 до 20	-0,047	0,179	0,966
		Више од 20	-0,159	0,157	0,601
	10 до 20	Мање од 10	0,047	0,179	0,966
		Више од 20	-0,112	0,156	0,773
	Више од 20	Мање од 10	0,159	0,157	0,601
		10 до 20	0,112	0,156	0,773
Фестивала доприноси благостању локалне заједнице	Мање од 10	10 до 20	-0,083	0,205	0,920
		Више од 20	-0,243	0,179	0,400
	10 до 20	Мање од 10	0,083	0,205	0,920
		Више од 20	-0,160	0,178	0,668
	Више од 20	Мање од 10	0,243	0,179	0,400
		10 до 20	0,160	0,178	0,668
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Мање од 10	10 до 20	-0,152	0,175	0,685
		Више од 20	-0,332	0,154	0,099
	10 до 20	Мање од 10	0,152	0,175	0,685
		Више од 20	-0,179	0,152	0,501
	Више од 20	Мање од 10	0,332	0,154	0,099
		10 до 20	0,179	0,152	0,501
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Мање од 10	10 до 20	-0,228	0,184	0,465
		Више од 20	-0,319	0,162	0,143
	10 до 20	Мање од 10	0,228	0,184	0,465
		Више од 20	-0,091	0,160	0,851
	Више од 20	Мање од 10	0,319	0,162	0,143
		10 до 20	0,091	0,160	0,851

Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Мање од 10	10 до 20	-0,119	0,204	0,843
		Више од 20	-0,314	0,179	0,216
	10 до 20	Мање од 10	0,119	0,204	0,843
		Више од 20	-0,195	0,177	0,548
	Више од 20	Мање од 10	0,314	0,179	0,216
		10 до 20	0,195	0,177	0,548
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Мање од 10	10 до 20	-0,131	0,199	0,805
		Више од 20	-0,346	0,174	0,141
	10 до 20	Мање од 10	0,131	0,199	0,805
		Више од 20	-0,215	0,173	0,463
	Више од 20	Мање од 10	0,346	0,174	0,141
		10 до 20	0,215	0,173	0,463
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивала	Мање од 10	10 до 20	-0,234	0,225	0,582
		Више од 20	-0,220	0,197	0,537
	10 до 20	Мање од 10	0,234	0,225	0,582
		Више од 20	0,014	0,195	0,997
	Више од 20	Мање од 10	0,220	0,197	0,537
		10 до 20	-0,014	0,195	0,997
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Мање од 10	10 до 20	-0,110	0,177	0,825
		Више од 20	-0,344	0,155	0,086
	10 до 20	Мање од 10	0,110	0,177	0,825
		Више од 20	-0,235	0,153	0,312
	Више од 20	Мање од 10	0,344	0,155	0,086
		10 до 20	0,235	0,153	0,312
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Мање од 10	10 до 20	-0,167	0,170	0,619
		Више од 20	-0,323	0,149	0,097
	10 до 20	Мање од 10	0,167	0,170	0,619
		Више од 20	-0,156	0,148	0,572
	Више од 20	Мање од 10	0,323	0,149	0,097
		10 до 20	0,156	0,148	0,572
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Мање од 10	10 до 20	0,094	0,201	0,896
		Више од 20	0,065	0,176	0,934
	10 до 20	Мање од 10	-0,094	0,201	0,896
		Више од 20	-0,029	0,175	0,986
	Више од 20	Мање од 10	-0,065	0,176	0,934
		10 до 20	0,029	0,175	0,986
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	Мање од 10	10 до 20	-0,148	0,139	0,569
		Више од 20	-0,089	0,122	0,766
	10 до 20	Мање од 10	0,148	0,139	0,569
		Више од 20	0,059	0,121	0,889
	Више од 20	Мање од 10	0,089	0,122	0,766
		10 до 20	-0,059	0,121	0,889
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	Мање од 10	10 до 20	-0,017	0,186	0,996
		Више од 20	-0,186	0,163	0,523
	10 до 20	Мање од 10	0,017	0,186	0,996
		Више од 20	-0,169	0,161	0,579
	Више од 20	Мање од 10	0,186	0,163	0,523
		10 до 20	0,169	0,161	0,579
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	Мање од 10	10 до 20	0,119	0,167	0,776
		Више од 20	0,019	0,147	0,992
	10 до 20	Мање од 10	-0,119	0,167	0,776
		Више од 20	-0,100	0,145	0,789
	Више од 20	Мање од 10	-0,019	0,147	0,992
		10 до 20	0,100	0,145	0,789
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом	Мање од 10	10 до 20	0,051	0,179	0,961
		Више од 20	-0,166	0,157	0,573
	10 до 20	Мање од 10	-0,051	0,179	0,961
		Више од 20	-0,217	0,156	0,381

нивоу	Више од 20	Мање од 10	0,166	0,157	0,573
		10 до 20	0,217	0,156	0,381
Посетиоци фестивала се коректно понашају	Мање од 10	10 до 20	-0,530*	0,172	0,009
		Више од 20	-0,674*	0,151	0,000
	10 до 20	Мање од 10	0,530*	0,172	0,009
		Више од 20	-0,144	0,150	0,631
	Више од 20	Мање од 10	0,674*	0,151	0,000
		10 до 20	0,144	0,150	0,631
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	Мање од 10	10 до 20	-0,135	0,173	0,736
		Више од 20	-0,154	0,151	0,597
	10 до 20	Мање од 10	0,135	0,173	0,736
		Више од 20	-0,019	0,150	0,992
	Више од 20	Мање од 10	0,154	0,151	0,597
		10 до 20	0,019	0,150	0,992
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	Мање од 10	10 до 20	-0,173	0,183	0,637
		Више од 20	0,148	0,160	0,651
	10 до 20	Мање од 10	0,173	0,183	0,637
		Више од 20	0,322	0,159	0,130
	Више од 20	Мање од 10	-0,148	0,160	0,651
		10 до 20	-0,322	0,159	0,130
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	Мање од 10	10 до 20	-0,108	0,167	0,812
		Више од 20	0,088	0,146	0,833
	10 до 20	Мање од 10	0,108	0,167	0,812
		Више од 20	0,196	0,145	0,401
	Више од 20	Мање од 10	-0,088	0,146	0,833
		10 до 20	-0,196	0,145	0,401
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,174	0,208	0,704
		Више од 20	0,167	0,182	0,659
	10 до 20	Мање од 10	-0,174	0,208	0,704
		Више од 20	-0,008	0,181	0,999
	Више од 20	Мање од 10	-0,167	0,182	0,659
		10 до 20	0,008	0,181	0,999
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,000	0,194	1,000
		Више од 20	0,132	0,170	0,739
	10 до 20	Мање од 10	0,000	0,194	1,000
		Више од 20	0,132	0,168	0,736
	Више од 20	Мање од 10	-0,132	0,170	0,739
		10 до 20	-0,132	0,168	0,736
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	Мање од 10	10 до 20	0,019	0,210	0,996
		Више од 20	0,254	0,184	0,387
	10 до 20	Мање од 10	-0,019	0,210	0,996
		Више од 20	0,235	0,182	0,437
	Више од 20	Мање од 10	-0,254	0,184	0,387
		10 до 20	-0,235	0,182	0,437
У граду је велика гужва током трајања фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,137	0,190	0,772
		Више од 20	0,257	0,167	0,307
	10 до 20	Мање од 10	-0,137	0,190	0,772
		Више од 20	0,120	0,166	0,769
	Више од 20	Мање од 10	-0,257	0,167	0,307
		10 до 20	-0,120	0,166	0,769
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,173	0,197	0,682
		Више од 20	0,380	0,173	0,091
	10 до 20	Мање од 10	-0,173	0,197	0,682
		Више од 20	0,207	0,171	0,483
	Више од 20	Мање од 10	-0,380	0,173	0,091
		10 до 20	-0,207	0,171	0,483
Ниво буке у граду је	Мање од 10	10 до 20	0,161	0,183	0,678

повећан за време фестивала	10 до 20	Више од 20	0,042	0,160	0,967	
		Мање од 10	-0,161	0,183	0,678	
		Више од 20	-0,119	0,159	0,754	
	Више од 20	Мање од 10	-0,042	0,160	0,967	
		10 до 20	0,119	0,159	0,754	
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	Мање од 10	10 до 20	0,246	0,210	0,505	
		Више од 20	0,204	0,184	0,543	
	10 до 20	Мање од 10	-0,246	0,210	0,505	
		Више од 20	-0,042	0,183	0,973	
	Више од 20	Мање од 10	-0,204	0,184	0,543	
		10 до 20	0,042	0,183	0,973	
		10 до 20	-0,046	0,188	0,971	
Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	Мање од 10	Више од 20	0,091	0,165	0,859	
		10 до 20	0,046	0,188	0,971	
	10 до 20	Мање од 10	0,137	0,164	0,707	
		Више од 20	-0,091	0,165	0,859	
		10 до 20	-0,137	0,164	0,707	
	Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	Мање од 10	10 до 20	0,278	0,195	0,365
			Више од 20	0,373	0,171	0,095
10 до 20		Мање од 10	-0,278	0,195	0,365	
		Више од 20	0,095	0,170	0,856	
Више од 20		Мање од 10	-0,096	0,137	0,783	
		10 до 20	-0,233	0,120	0,153	
		10 до 20	-0,233	0,120	0,153	

Напомена: У оквиру табеле јавља се два пута поређење истих парова јер програм SPSS аутоматски ради поређење прве категорије са свим, па друге са свим и тако редом.

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

## ПРИЛОГ 8 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према годинама старости испитаника из Новог Сада

Зависна варијабла	Старост (у годинама) (I)	Старост (у годинама) (J)	Разлика између аритметичких средина (I-J)	Стандардна грешка	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	мање од 31	31 до 41	0,070	0,111	0,818
		Више од 41	-0,117	0,147	0,732
	31-41	Мање од 31	-0,070	0,111	0,818
		Више од 41	-0,187	0,159	0,502
	Више од 41	Мање од 31	0,117	0,147	0,732
		31 до 41	0,187	0,159	0,502
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	мање од 31	31 до 41	0,006	0,147	0,999
		Више од 41	-0,066	0,196	0,945
	31-41	Мање од 31	-0,006	0,147	0,999
		Више од 41	-0,072	0,212	0,944
	Више од 41	Мање од 31	0,066	0,196	0,945
		31 до 41	0,072	0,212	0,944
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	мање од 31	31 до 41	-0,039	0,083	0,897
		Више од 41	-0,133	0,110	0,483
	31-41	Мање од 31	0,039	0,083	0,897
		Више од 41	-0,094	0,118	0,729
	Више од 41	Мање од 31	0,133	0,110	0,483
		31 до 41	0,094	0,118	0,729
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија	мање од 31	31 до 41	0,274	0,126	0,095
		Више од 41	0,150	0,167	0,668
	31-41	Мање од 31	-0,274	0,126	0,095
		Више од 41	-0,124	0,180	0,790
	Више од 41	Мање од 31	-0,150	0,167	0,668
		31 до 41	0,124	0,180	0,790
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	мање од 31	31 до 41	0,059	0,144	0,918
		Више од 41	0,297	0,192	0,304
	31-41	Мање од 31	-0,059	0,144	0,918
		Више од 41	0,237	0,207	0,519
	Више од 41	Мање од 31	-0,297	0,192	0,304
		31 до 41	-0,237	0,207	0,519
Фестивала доприноси	мање од 31	31 до 41	0,141	0,165	0,696



благостању локалне заједнице	31	Више од 41	0,006	0,220	1,000
	31-41	Мање од 31	-0,141	0,165	0,696
		Више од 41	-0,135	0,237	0,850
	Више од 41	Мање од 31	-0,006	0,220	1,000
		31 до 41	0,135	0,237	0,850
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	мање од 31	31 до 41	0,045	0,142	0,951
		Више од 41	0,118	0,189	0,824
	31-41	Мање од 31	-0,045	0,142	0,951
		Више од 41	0,072	0,204	0,939
	Више од 41	Мање од 31	-0,118	0,189	0,824
		31 до 41	-0,072	0,204	0,939
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	мање од 31	31 до 41	0,070	0,149	0,895
		Више од 41	-0,061	0,199	0,955
	31-41	Мање од 31	-0,070	0,149	0,895
		Више од 41	-0,131	0,214	0,830
	Више од 41	Мање од 31	0,061	0,199	0,955
		31 до 41	0,131	0,214	0,830
Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	мање од 31	31 до 41	0,013	0,165	0,997
		Више од 41	0,340	0,219	0,302
	31-41	Мање од 31	-0,013	0,165	0,997
		Више од 41	0,327	0,236	0,385
	Више од 41	Мање од 31	-0,340	0,219	0,302
		31 до 41	-0,327	0,236	0,385
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	мање од 31	31 до 41	0,096	0,160	0,837
		Више од 41	0,492	0,213	0,071
	31-41	Мање од 31	-0,096	0,160	0,837
		Више од 41	0,396	0,230	0,227
	Више од 41	Мање од 31	-0,492	0,213	0,071
		31 до 41	-0,396	0,230	0,227
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивала	мање од 31	31 до 41	-0,055	0,181	0,955
		Више од 41	0,244	0,241	0,598
	31-41	Мање од 31	0,055	0,181	0,955
		Више од 41	0,299	0,260	0,516
	Више од 41	Мање од 31	-0,244	0,241	0,598
		31 до 41	-0,299	0,260	0,516

Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	мање од 31	31 до 41	0,128	0,142	0,667
		Више од 41	,0506*	0,189	0,028
	31-41	Мање од 31	-0,128	0,142	0,667
		Више од 41	0,378	0,203	0,179
	Више од 41	Мање од 31	-,0506*	0,189	0,028
		31 до 41	-0,378	0,203	0,179
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	мање од 31	31 до 41	-0,106	0,138	0,745
		Више од 41	0,058	0,183	0,952
	31-41	Мање од 31	0,106	0,138	0,745
		Више од 41	0,164	0,198	0,711
	Више од 41	Мање од 31	-0,058	0,183	0,952
		31 до 41	-0,164	0,198	0,711
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	мање од 31	31 до 41	0,080	0,162	0,885
		Више од 41	0,260	0,215	0,482
	31-41	Мање од 31	-0,080	0,162	0,885
		Више од 41	0,180	0,232	0,740
	Више од 41	Мање од 31	-0,260	0,215	0,482
		31 до 41	-0,180	0,232	0,740
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	мање од 31	31 до 41	0,177	0,112	0,289
		Више од 41	0,169	0,149	0,526
	31-41	Мање од 31	-0,177	0,112	0,289
		Више од 41	-0,008	0,161	0,999
	Више од 41	Мање од 31	-0,169	0,149	0,526
		31 до 41	0,008	0,161	0,999
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	мање од 31	31 до 41	0,234	0,149	0,295
		Више од 41	0,274	0,198	0,386
	31-41	Мање од 31	-0,234	0,149	0,295
		Више од 41	0,040	0,214	0,982
	Више од 41	Мање од 31	-0,274	0,198	0,386
		31 до 41	-0,040	0,214	0,982
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	мање од 31	31 до 41	0,160	0,135	0,495
		Више од 41	0,123	0,179	0,790
	31-41	Мање од 31	-0,160	0,135	0,495
		Више од 41	-0,037	0,193	0,982
	Више од 41	Мање од 31	-0,123	0,179	0,790

		31 до 41	0,037	0,193	0,982
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	мање од 31	31 до 41	0,115	0,145	0,732
		Више од 41	0,021	0,193	0,994
	31-41	Мање од 31	-0,115	0,145	0,732
		Више од 41	-0,093	0,208	0,905
	Више од 41	Мање од 31	-0,021	0,193	0,994
		31 до 41	0,093	0,208	0,905
Посетиоци фестивала се коректно понашају	мање од 31	31 до 41	-0,098	0,141	0,786
		Више од 41	-,0564*	0,188	0,012
	31-41	Мање од 31	0,098	0,141	0,786
		Више од 41	-0,466	0,202	0,072
	Више од 41	Мање од 31	0,564*	0,188	0,012
		31 до 41	0,466	0,202	0,072
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	мање од 31	31 до 41	-0,063	0,139	0,901
		Више од 41	-0,216	0,185	0,508
	31-41	Мање од 31	0,063	0,139	0,901
		Више од 41	-0,152	0,200	0,748
	Више од 41	Мање од 31	0,216	0,185	0,508
		31 до 41	0,152	0,200	0,748
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	мање од 31	31 до 41	-0,055	0,148	0,933
		Више од 41	0,251	0,196	0,441
	31-41	Мање од 31	0,055	0,148	0,933
		Више од 41	0,306	0,212	0,352
	Више од 41	Мање од 31	-0,251	0,196	0,441
		31 до 41	-0,306	0,212	0,352
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	мање од 31	31 до 41	0,086	0,134	0,814
		Више од 41	0,392	0,178	0,089
	31-41	Мање од 31	-0,086	0,134	0,814
		Више од 41	0,306	0,192	0,280
	Више од 41	Мање од 31	-0,392	0,178	0,089
		31 до 41	-0,306	0,192	0,280
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	мање од 31	31 до 41	-0,152	0,167	0,659
		Више од 41	0,317	0,222	0,362
	31-41	Мање од 31	0,152	0,167	0,659
		Више од 41	0,469	0,239	0,148
	Више од 41	Мање од 31	-0,317	0,222	0,362
		31 до 41	-0,317	0,222	0,362

	41	31			
		31 до 41	-0,469	0,239	0,148
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	мање од 31	31 до 41	0,199	0,155	0,439
		Више од 41	0,426	0,206	0,120
	31-41	Мање од 31	-0,199	0,155	0,439
		Више од 41	0,227	0,223	0,596
	Више од 41	Мање од 31	-0,426	0,206	0,120
		31 до 41	-0,227	0,223	0,596
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	мање од 31	31 до 41	-0,045	0,169	0,965
		Више од 41	0,248	0,225	0,547
	31-41	Мање од 31	0,045	0,169	0,965
		Више од 41	0,293	0,243	0,484
	Више од 41	Мање од 31	-0,248	0,225	0,547
		31 до 41	-0,293	0,243	0,484
У граду је велика гужва током трајања фестивала	мање од 31	31 до 41	0,410*	0,150	0,025
		Више од 41	0,744*	0,199	0,001
	31-41	Мање од 31	-0,410*	0,150	0,025
		Више од 41	0,333	0,215	0,301
	Више од 41	Мање од 31	-0,744*	0,199	0,001
		31 до 41	-0,333	0,215	0,301
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	мање од 31	31 до 41	0,127	0,158	0,724
		Више од 41	0,662*	0,210	0,007
	31-41	Мање од 31	-0,127	0,158	0,724
		Више од 41	0,535	0,226	0,063
	Више од 41	Мање од 31	-0,662*	0,210	0,007
		31 до 41	-0,535	0,226	0,063
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	мање од 31	31 до 41	0,130	0,147	0,677
		Више од 41	0,046	0,196	0,972
	31-41	Мање од 31	-0,130	0,147	0,677
		Више од 41	-0,084	0,211	0,924
	Више од 41	Мање од 31	-0,046	0,196	0,972
		31 до 41	0,084	0,211	0,924
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	мање од 31	31 до 41	0,215	0,169	0,445
		Више од 41	0,396	0,224	0,212
	31-41	Мање од 31	-0,215	0,169	0,445
		Више од 41	0,181	0,242	0,756

Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	Више од 41	Мање од 31	-0,396	0,224	0,212
		31 до 41	-0,181	0,242	0,756
	мање од 31	31 до 41	0,158	0,152	0,582
		Више од 41	0,195	0,202	0,626
	31-41	Мање од 31	-0,158	0,152	0,582
		Више од 41	0,037	0,217	0,985
Више од 41	Мање од 31	-0,195	0,202	0,626	
	31 до 41	-0,037	0,217	0,985	
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	мање од 31	31 до 41	0,064	0,158	0,923
		Више од 41	0,153	0,211	0,770
	31-41	Мање од 31	-0,064	0,158	0,923
		Више од 41	0,089	0,227	0,926
	Више од 41	Мање од 31	-0,153	0,211	0,770
		31 до 41	-0,089	0,227	0,926

Напомена: У оквиру табеле јавља се два пута поређење истих парова јер програм SPSS аутоматски ради поређење прве категорије са свим, на друге са свим и тако редом.

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

## ПРИЛОГ 9 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према запослењу испитаника из Новог Сада

Зависна варијабла	Радно место (I)	Радно место (J)	Разлика између аритметичких средина (I-J)	Стандардна грешка	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	Државни сектор невладине организације	Приватни сектор	0,089	0,138	0,813
		незапослени	0,020	0,138	0,989
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,089	0,138	0,813
		незапослени	-0,069	0,109	0,822
	незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,020	0,138	0,989
		Приватни сектор	0,069	0,109	0,822
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Државни сектор невладине организације	Приватни сектор	0,252	0,183	0,387
		Незапослени	0,229	0,183	0,458
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,252	0,183	0,387
		Незапослени	-0,023	0,145	0,987
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,229	0,183	0,458
		Приватни сектор	0,023	0,145	0,987
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница државе	Државни сектор невладине организације	Приватни сектор	0,181	0,102	0,211
		Незапослени	0,085	0,102	0,708
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,181	0,102	0,211
		Незапослени	-0,096	0,081	0,500
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,085	0,102	0,708
		Приватни сектор	0,096	0,081	0,500
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија	Државни сектор невладине организације	Приватни сектор	-0,096	0,156	0,828
		Незапослени	-0,309	0,156	0,143
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,096	0,156	0,828
		Незапослени	-0,213	0,124	0,227
	Незапослени	Државни сектор и	0,309	0,156	0,143

		невладине организације			
		Приватни сектор	0,213	0,124	0,227
Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,111	0,179	0,826
		Незапослени	-0,050	0,180	0,961
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,111	0,179	0,826
		Незапослени	-0,161	0,142	0,526
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,050	0,180	0,961
		Приватни сектор	0,161	0,142	0,526
Фестивала доприноси благостању локалне заједнице	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,028	0,205	0,991
		Незапослени	-0,110	0,205	0,866
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,028	0,205	0,991
		Незапослени	-0,138	0,163	0,698
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,110	0,205	0,866
		Приватни сектор	0,138	0,163	0,698
Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,036	0,177	0,979
		Незапослени	-0,003	0,177	1,000
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,036	0,177	0,979
		Незапослени	-0,039	0,140	0,962
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,003	0,177	1,000
		Приватни сектор	0,039	0,140	0,962
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,062	0,185	0,946
		Незапослени	0,105	0,186	0,854
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,062	0,185	0,946
		Незапослени	0,043	0,147	0,959
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,105	0,186	0,854
		Приватни	-0,043	0,147	0,959

		сектор			
Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,268	0,205	0,426
		Незапослени	0,105	0,205	0,878
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,268	0,205	0,426
		Незапослени	-0,163	0,162	0,604
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,105	0,205	0,878
		Приватни сектор	0,163	0,162	0,604
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,124	0,200	0,826
		Незапослени	0,062	0,201	0,953
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,124	0,200	0,826
		Незапослени	-0,062	0,159	0,927
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,062	0,201	0,953
		Приватни сектор	0,062	0,159	0,927
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,013	0,225	0,998
		Незапослени	0,011	0,226	0,999
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,013	0,225	0,998
		Незапослени	0,024	0,179	0,991
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,011	0,226	0,999
		Приватни сектор	-0,024	0,179	0,991
Локална заједница има могућности за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,132	0,178	0,761
		Незапослени	0,108	0,178	0,832
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,132	0,178	0,761
		Незапослени	-0,024	0,141	0,986
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,108	0,178	0,832
		Приватни сектор	0,024	0,141	0,986
Локалној заједници	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,343	0,170	0,133



се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	организације	Незапослени	0,215	0,171	0,451
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,343	0,170	0,133
		Незапослени	-0,128	0,135	0,639
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,215	0,171	0,451
		Приватни сектор	0,128	0,135	0,639
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,019	0,201	0,996
		Незапослени	-0,158	0,201	0,734
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,019	0,201	0,996
		Незапослени	-0,177	0,159	0,541
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,158	0,201	0,734
		Приватни сектор	0,177	0,159	0,541
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,042	0,139	0,956
		Незапослени	-0,091	0,140	0,807
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,042	0,139	0,956
		Незапослени	-0,133	0,110	0,485
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,091	0,140	0,807
		Приватни сектор	0,133	0,110	0,485
Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,125	0,185	0,796
		Незапослени	-0,136	0,186	0,766
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,125	0,185	0,796
		Незапослени	-0,261	0,147	0,209
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,136	0,186	0,766
		Приватни сектор	0,261	0,147	0,209
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,215	0,167	0,438
		Незапослени	0,186	0,167	0,540
	Приватни сектор	Државни сектор и	-0,215	0,167	0,438

		невладине организације			
		Незапослени	-0,029	0,132	0,976
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,186	0,167	0,540
		Приватни сектор	0,029	0,132	0,976
Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,088	0,180	0,887
		Незапослени	0,084	0,180	0,897
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,088	0,180	0,887
		Незапослени	-0,004	0,143	1,000
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,084	0,180	0,897
		Приватни сектор	0,004	0,143	1,000
Посетиоци фестивала се коректно понашају	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,120	0,177	0,797
		Незапослени	0,240	0,178	0,402
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,120	0,177	0,797
		Незапослени	0,120	0,141	0,693
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,240	0,178	0,402
		Приватни сектор	-0,120	0,141	0,693
Програм фестивала је увек богат и разноврстан	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,224	0,173	0,430
		Незапослени	0,095	0,173	0,859
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,224	0,173	0,430
		Незапослени	-0,129	0,137	0,641
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,095	0,173	0,859
		Приватни сектор	0,129	0,137	0,641
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,239	0,183	0,428
		Незапослени	-0,008	0,183	0,999
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,239	0,183	0,428
		Незапослени	-0,246	0,145	0,237

	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,008	0,183	0,999
		Приватни сектор	0,246	0,145	0,237
Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,194	0,167	0,510
		Незапослени	0,065	0,167	0,927
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,194	0,167	0,510
		Незапослени	-0,129	0,132	0,623
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,065	0,167	0,927
		Приватни сектор	0,129	0,132	0,623
Нарушава се нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,085	0,208	0,920
		Незапослени	0,004	0,208	1,000
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,085	0,208	0,920
		Незапослени	0,088	0,165	0,867
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,004	0,208	1,000
		Приватни сектор	-0,088	0,165	0,867
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,118	0,194	0,831
		Незапослени	0,008	0,194	0,999
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,118	0,194	0,831
		Незапослени	-0,110	0,154	0,776
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,008	0,194	0,999
		Приватни сектор	0,110	0,154	0,776
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,200	0,210	0,636
		Незапослени	0,237	0,211	0,533
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,200	0,210	0,636
		Незапослени	0,036	0,167	0,977
	Незапослени	Државни сектор и невладине	-0,237	0,211	0,533

		организације			
		Приватни сектор	-0,036	0,167	0,977
У граду је велика гужва током трајања фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,324	0,189	0,233
		Незапослени	-0,024	0,190	0,992
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,324	0,189	0,233
		Незапослени	-0,348	0,150	0,069
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,024	0,190	0,992
		Приватни сектор	0,348	0,150	0,069
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,037	0,199	0,982
		Незапослени	-0,142	0,199	0,774
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,037	0,199	0,982
		Незапослени	-0,180	0,157	0,522
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	0,142	0,199	0,774
		Приватни сектор	0,180	0,157	0,522
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,106	0,183	0,845
		Незапослени	0,157	0,183	0,690
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,106	0,183	0,845
		Незапослени	0,052	0,145	0,939
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,157	0,183	0,690
		Приватни сектор	-0,052	0,145	0,939
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	-0,158	0,210	0,753
		Незапослени	0,083	0,210	0,925
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	0,158	0,210	0,753
		Незапослени	0,241	0,167	0,352
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,083	0,210	0,925
		Приватни сектор	-0,241	0,167	0,352

Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,044	0,188	0,973
		Незапослени	0,145	0,189	0,745
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,044	0,188	0,973
		Незапослени	0,101	0,149	0,797
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,145	0,189	0,745
		Приватни сектор	-0,101	0,149	0,797
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	Државни сектор и невладине организације	Приватни сектор	0,116	0,196	0,840
		Незапослени	0,283	0,196	0,356
	Приватни сектор	Државни сектор и невладине организације	-0,116	0,196	0,840
		Незапослени	0,167	0,156	0,563
	Незапослени	Државни сектор и невладине организације	-0,283	0,196	0,356
		Приватни сектор	-0,167	0,156	0,563

Напомена: У оквиру табеле јавља се два пута поређење истих парова јер програм SPSS аутоматски ради поређење прве категорије са свим, па друге са свим и тако редом.

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

## ПРИЛОГ 10 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену ставова према образовању испитаника из Новог Сада

Зависна варијабла	Образовање (I)	Образовање (J)	Разлика између аритметичких средина (I-J)	Стандардна грешка	p
Услед одржавања фестивала побољшан је имиџ града	Средња школа	Виша/висока школа	-0,141	0,184	0,899
		Факултет	0,005	0,126	1,000
		Мастер, мр, др	-0,209	0,146	0,560
	Виша/висока школа	Средња школа	0,141	0,184	0,899
		Факултет	0,146	0,170	0,865
		Мастер, мр, др	-0,068	0,185	0,987
	Факултет	Средња школа	-0,005	0,126	1,000
		Виша/висока школа	-0,146	0,170	0,865
		Мастер, мр, др	-0,214	0,128	0,424
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,209	0,146	0,560
		Виша/висока школа	0,068	0,185	0,987
		Факултет	0,214	0,128	0,424
Услед одржавања фестивала побољшан је идентитет локалне заједнице	Средња школа	Виша/висока школа	-0,114	0,244	0,974
		Факултет	0,119	0,167	0,917
		Мастер, мр, др	-0,219	0,193	0,733
	Виша/висока школа	Средња школа	0,114	0,244	0,974
		Факултет	0,233	0,225	0,784
		Мастер, мр, др	-0,104	0,245	0,981
	Факултет	Средња школа	-0,119	0,167	0,917
		Виша/висока школа	-0,233	0,225	0,784
		Мастер, мр, др	-0,338	0,169	0,266
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,219	0,193	0,733
		Виша/висока школа	0,104	0,245	0,981
		Факултет	0,338	0,169	0,266
Услед одржавања фестивала град се промовише ван граница	Средња школа	Виша/висока школа	-0,031	0,137	0,997
		Факултет	0,081	0,094	0,861
		Мастер, мр, др	-0,093	0,109	0,865
	Виша/висока школа	Средња школа	0,031	0,137	0,997
		Факултет	0,113	0,127	0,852

државе		Мастер, мр, др	-0,062	0,138	0,978	
	Факултет	Средња школа	-0,081	0,094	0,861	
		Виша/висока школа	-0,113	0,127	0,852	
		Мастер, мр, др	-0,174	0,095	0,342	
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,093	0,109	0,865	
		Виша/висока школа	0,062	0,138	0,978	
		Факултет	0,174	0,095	0,342	
Фестивал доприноси да се локална заједница представи другима (посетиоцима) као посебна, другачија	Средња школа	Виша/висока школа	0,082	0,209	0,985	
		Факултет	0,303	0,143	0,214	
		Мастер, мр, др	0,034	0,165	0,998	
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,082	0,209	0,985	
		Факултет	0,221	0,193	0,725	
		Мастер, мр, др	-0,048	0,210	0,997	
	Факултет	Средња школа	-0,303	0,143	0,214	
		Виша/висока школа	-0,221	0,193	0,725	
		Мастер, мр, др	-0,269	0,145	0,329	
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,034	0,165	0,998	
		Виша/висока школа	0,048	0,210	0,997	
		Факултет	0,269	0,145	0,329	
	Фестивал представља извор нових идеја за локалну заједницу	Средња школа	Виша/висока школа	0,416	0,240	0,392
			Факултет	0,148	0,164	0,846
			Мастер, мр, др	0,139	0,190	0,911
Виша/висока школа		Средња школа	-0,416	0,240	0,392	
		Факултет	-0,268	0,222	0,692	
		Мастер, мр, др	-0,277	0,241	0,725	
Факултет		Средња школа	-0,148	0,164	0,846	
		Виша/висока школа	0,268	0,222	0,692	
		Мастер, мр, др	-0,009	0,167	1,000	
Мастер, мр, др		Средња школа	-0,139	0,190	0,911	
		Виша/висока школа	0,277	0,241	0,725	
		Факултет	0,009	0,167	1,000	
Фестивала доприноси благостању	Средња школа	Виша/висока школа	0,284	0,273	0,781	
		Факултет	-0,102	0,187	0,960	
		Мастер, мр,	-0,334	0,216	0,496	

локалне заједнице	Виша/висока школа	др				
		Средња школа	-0,284	0,273	0,781	
		Факултет	-0,386	0,252	0,505	
	Факултет	Мастер, мр, др	-0,618	0,275	0,169	
		Средња школа	0,102	0,187	0,960	
		Виша/висока школа	0,386	0,252	0,505	
	Мастер, мр, др	Мастер, мр, др	-0,232	0,189	0,682	
		Средња школа	0,334	0,216	0,496	
		Виша/висока школа	0,618	0,275	0,169	
	Локално становништво има осећај поноса услед одржавања фестивала у граду	Средња школа	Факултет	0,232	0,189	0,682
			Мастер, мр, др	-0,035	0,187	0,998
			Виша/висока школа	0,302	0,236	0,651
Виша/висока школа		Средња школа	-0,302	0,236	0,651	
		Факултет	-0,283	0,218	0,641	
		Мастер, мр, др	-0,337	0,238	0,570	
Факултет		Средња школа	-0,019	0,161	1,000	
		Виша/висока школа	0,283	0,218	0,641	
		Мастер, мр, др	-0,054	0,164	0,991	
Мастер, мр, др		Средња школа	0,035	0,187	0,998	
		Виша/висока школа	0,337	0,238	0,570	
		Факултет	0,054	0,164	0,991	
Фестивал има позитиван културни утицај на локалну заједницу	Средња школа	Виша/висока школа	-0,167	0,248	0,929	
		Факултет	-0,223	0,170	0,630	
		Мастер, мр, др	-0,090	0,196	0,976	
	Виша/висока школа	Средња школа	0,167	0,248	0,929	
		Факултет	-0,056	0,229	0,996	
		Мастер, мр, др	0,078	0,250	0,992	
	Факултет	Средња школа	0,223	0,170	0,630	
		Виша/висока школа	0,056	0,229	0,996	
		Мастер, мр, др	0,134	0,172	0,896	
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,090	0,196	0,976	
		Виша/висока школа	-0,078	0,250	0,992	
		Факултет	-0,134	0,172	0,896	



Услед одржавања фестивала побољшан је квалитет живота локалне заједнице	Средња школа	Виша/висока школа	0,118	0,275	0,980
		Факултет	-0,080	0,188	0,980
		Мастер, мр, др	-0,207	0,218	0,824
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,118	0,275	0,980
		Факултет	-0,199	0,254	0,893
		Мастер, мр, др	-0,325	0,276	0,709
	Факултет	Средња школа	0,080	0,188	0,980
		Виша/висока школа	0,199	0,254	0,893
		Мастер, мр, др	-0,127	0,191	0,932
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,207	0,218	0,824
		Виша/висока школа	0,325	0,276	0,709
		Факултет	0,127	0,191	0,932
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност да научи нове ствари	Средња школа	Виша/висока школа	0,141	0,268	0,964
		Факултет	-0,058	0,183	0,992
		Мастер, мр, др	-0,203	0,212	0,822
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,141	0,268	0,964
		Факултет	-0,199	0,248	0,885
		Мастер, мр, др	-0,344	0,270	0,653
	Факултет	Средња школа	0,058	0,183	0,992
		Виша/висока школа	0,199	0,248	0,885
		Мастер, мр, др	-0,145	0,186	0,895
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,203	0,212	0,822
		Виша/висока школа	0,344	0,270	0,653
		Факултет	0,145	0,186	0,895
Локално становништво има могућност упознавања извођача на фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	-0,101	0,301	0,990
		Факултет	0,202	0,206	0,810
		Мастер, мр, др	0,187	0,239	0,893
	Виша/висока школа	Средња школа	0,101	0,301	0,990
		Факултет	0,303	0,278	0,757
		Мастер, мр, др	0,288	0,303	0,825
	Факултет	Средња школа	-0,202	0,206	0,810
		Виша/висока школа	-0,303	0,278	0,757
		Мастер, мр, др	-0,015	0,209	1,000
	Мастер, мр,	Средња	-0,187	0,239	0,893

	др	школа			
		Виша/висока школа	-0,288	0,303	0,825
		Факултет	0,015	0,209	1,000
Локална заједница има могућност за различита културна искуства и доживљаје за време фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	0,097	0,238	0,983
		Факултет	-0,091	0,163	0,958
		Мастер, мр, др	-0,084	0,189	0,978
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,097	0,238	0,983
		Факултет	-0,188	0,220	0,866
		Мастер, мр, др	-0,181	0,240	0,904
	Факултет	Средња школа	0,091	0,163	0,958
		Виша/висока школа	0,188	0,220	0,866
		Мастер, мр, др	0,007	0,166	1,000
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,084	0,189	0,978
		Виша/висока школа	0,181	0,240	0,904
		Факултет	-0,007	0,166	1,000
Локалној заједници се одаје позитивно признање услед одржавања фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	0,033	0,230	0,999
		Факултет	0,036	0,157	0,997
		Мастер, мр, др	0,101	0,182	0,958
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,033	0,230	0,999
		Факултет	0,003	0,212	1,000
		Мастер, мр, др	0,068	0,231	0,993
	Факултет	Средња школа	-0,036	0,157	0,997
		Виша/висока школа	-0,003	0,212	1,000
		Мастер, мр, др	0,065	0,160	0,983
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,101	0,182	0,958
		Виша/висока школа	-0,068	0,231	0,993
		Факултет	-0,065	0,160	0,983
Услед одржавања фестивала постоје могућности за отварање нових радних места за локално становништво	Средња школа	Виша/висока школа	0,571	0,267	0,209
		Факултет	0,008	0,183	1,000
		Мастер, мр, др	0,043	0,212	0,998
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,571	0,267	0,209
		Факултет	-0,563	0,247	0,161
		Мастер, мр, др	-0,528	0,269	0,281
	Факултет	Средња школа	-0,008	0,183	1,000
		Виша/висока	0,563	0,247	0,161

		школа				
		Мастер, мр, др	0,035	0,186	0,998	
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,043	0,212	0,998	
		Виша/висока школа	0,528	0,269	0,281	
		Факултет	-0,035	0,186	0,998	
Услед одржавања фестивала локално становништво има могућност за остваривање додатних прихода	Средња школа	Виша/висока школа	0,253	0,187	0,607	
		Факултет	0,114	0,128	0,852	
		Мастер, мр, др	0,146	0,148	0,809	
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,253	0,187	0,607	
		Факултет	-0,139	0,173	0,884	
		Мастер, мр, др	-0,107	0,188	0,955	
	Факултет	Средња школа	-0,114	0,128	0,852	
		Виша/висока школа	0,139	0,173	0,884	
		Мастер, мр, др	0,032	0,130	0,996	
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,146	0,148	0,809	
		Виша/висока школа	0,107	0,188	0,955	
		Факултет	-0,032	0,130	0,996	
	Фестивал има велики значај за упознавање локалне културе од стране посетилаца фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	-0,179	0,250	0,916
			Факултет	-0,069	0,171	0,983
			Мастер, мр, др	-0,070	0,198	0,989
Виша/висока школа		Средња школа	0,179	0,250	0,916	
		Факултет	0,110	0,231	0,973	
		Мастер, мр, др	0,109	0,251	0,979	
Факултет		Средња школа	0,069	0,171	0,983	
		Виша/висока школа	-0,110	0,231	0,973	
		Мастер, мр, др	0,000	0,173	1,000	
Мастер, мр, др		Средња школа	0,070	0,198	0,989	
		Виша/висока школа	-0,109	0,251	0,979	
		Факултет	0,000	0,173	1,000	
Безбедност посетилаца фестивала је на високом нивоу	Средња школа	Виша/висока школа	-0,028	0,224	0,999	
		Факултет	0,173	0,153	0,736	
		Мастер, мр, др	0,162	0,177	0,841	
	Виша/висока школа	Средња школа	0,028	0,224	0,999	
		Факултет	0,201	0,207	0,816	
		Мастер, мр,	0,190	0,225	0,871	

	Факултет	др				
		Средња школа	-0,173	0,153	0,736	
		Виша/висока школа	-0,201	0,207	0,816	
	Мастер, мр, др	Мастер, мр, др	-0,011	0,155	1,000	
		Средња школа	-0,162	0,177	0,841	
		Виша/висока школа	-0,190	0,225	0,871	
		Факултет	0,011	0,155	1,000	
	Безбедност локалног становништва за време фестивала је на високом нивоу	Средња школа	Виша/висока школа	0,037	0,240	0,999
			Факултет	0,218	0,165	0,625
Мастер, мр, др			0,267	0,190	0,582	
Виша/висока школа		Средња школа	-0,037	0,240	0,999	
		Факултет	0,181	0,222	0,881	
		Мастер, мр, др	0,230	0,242	0,825	
Факултет		Средња школа	-0,218	0,165	0,625	
		Виша/висока школа	-0,181	0,222	0,881	
		Мастер, мр, др	0,048	0,167	0,994	
Мастер, мр, др		Средња школа	-0,267	0,190	0,582	
		Виша/висока школа	-0,230	0,242	0,825	
		Факултет	-0,048	0,167	0,994	
Посетиоци фестивала се коректно понашају		Средња школа	Виша/висока школа	-0,212	0,238	0,850
			Факултет	0,001	0,163	1,000
			Мастер, мр, др	0,048	0,189	0,996
	Виша/висока школа	Средња школа	0,212	0,238	0,850	
		Факултет	0,213	0,220	0,816	
		Мастер, мр, др	0,260	0,240	0,759	
	Факултет	Средња школа	-0,001	0,163	1,000	
		Виша/висока школа	-0,213	0,220	0,816	
		Мастер, мр, др	0,047	0,165	0,994	
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,048	0,189	0,996	
		Виша/висока школа	-0,260	0,240	0,759	
		Факултет	-0,047	0,165	0,994	
	Програм фестивала је увек богат и разноврстан	Средња школа	Виша/висока школа	-0,029	0,231	0,999
			Факултет	0,167	0,158	0,773
			Мастер, мр, др	0,300	0,183	0,443

	Виша/висока школа	Средња школа	0,029	0,231	0,999	
		Факултет	0,195	0,213	0,840	
		Мастер, мр, др	0,328	0,232	0,573	
	Факултет	Средња школа	-0,167	0,158	0,773	
		Виша/висока школа	-0,195	0,213	0,840	
		Мастер, мр, др	0,133	0,160	0,876	
	Мастер, мр, др	Средња школа	-0,300	0,183	0,443	
		Виша/висока школа	-0,328	0,232	0,573	
		Факултет	-0,133	0,160	0,876	
Локална заједница је укључена у организовање фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	-0,112	0,246	0,977	
		Факултет	-0,164	0,168	0,814	
		Мастер, мр, др	-0,050	0,195	0,996	
	Виша/висока школа	Средња школа	0,112	0,246	0,977	
		Факултет	-0,052	0,227	0,997	
		Мастер, мр, др	0,062	0,248	0,996	
	Факултет	Средња школа	0,164	0,168	0,814	
		Виша/висока школа	0,052	0,227	0,997	
		Мастер, мр, др	0,114	0,171	0,931	
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,050	0,195	0,996	
		Виша/висока школа	-0,062	0,248	0,996	
		Факултет	-0,114	0,171	0,931	
	Уважавају се ставови локалне заједнице у организовању и одржавању фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	-0,060	0,224	0,995
			Факултет	-0,075	0,153	0,971
			Мастер, мр, др	-0,151	0,177	0,866
Виша/висока школа		Средња школа	0,060	0,224	0,995	
		Факултет	-0,015	0,207	1,000	
		Мастер, мр, др	-0,091	0,225	0,983	
Факултет		Средња школа	0,075	0,153	0,971	
		Виша/висока школа	0,015	0,207	1,000	
		Мастер, мр, др	-0,076	0,155	0,971	
Мастер, мр, др		Средња школа	0,151	0,177	0,866	
		Виша/висока школа	0,091	0,225	0,983	
		Факултет	0,076	0,155	0,971	
Нарушава се		Средња	Виша/висока	0,072	0,276	0,995

нормална рутина и свакодневни живот локалне заједнице услед одржавања фестивала	школа	школа			
		Факултет	-0,298	0,189	0,479
		Мастер, мр, др	-0,490	0,219	0,173
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,072	0,276	0,995
		Факултет	-0,370	0,255	0,553
		Мастер, мр, др	-0,562	0,278	0,254
	Факултет	Средња школа	0,298	0,189	0,479
		Виша/висока школа	0,370	0,255	0,553
		Мастер, мр, др	-0,192	0,192	0,800
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,490	0,219	0,173
		Виша/висока школа	0,562	0,278	0,254
		Факултет	0,192	0,192	0,800
Простори и објекти за одмор, забаву и рекреацију које користи локална заједница су претрпани у време одржавања фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	0,146	0,259	0,957
		Факултет	-0,125	0,178	0,920
		Мастер, мр, др	-0,166	0,206	0,885
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,146	0,259	0,957
		Факултет	-0,270	0,240	0,736
		Мастер, мр, др	-0,312	0,261	0,701
	Факултет	Средња школа	0,125	0,178	0,920
		Виша/висока школа	0,270	0,240	0,736
		Мастер, мр, др	-0,041	0,180	0,997
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,166	0,206	0,885
		Виша/висока школа	0,312	0,261	0,701
		Факултет	0,041	0,180	0,997
Прилив посетилаца фестивала смањује приватност унутар локалне заједнице	Средња школа	Виша/висока школа	0,220	0,281	0,894
		Факултет	0,153	0,193	0,890
		Мастер, мр, др	-0,120	0,223	0,962
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,220	0,281	0,894
		Факултет	-0,067	0,260	0,996
		Мастер, мр, др	-0,339	0,283	0,698
	Факултет	Средња школа	-0,153	0,193	0,890
		Виша/висока школа	0,067	0,260	0,996
		Мастер, мр, др	-0,272	0,195	0,585
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,120	0,223	0,962

		Виша/висока школа	0,339	0,283	0,698
		Факултет	0,272	0,195	0,585
У граду је велика гужва током трајања фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	0,413	0,254	0,450
		Факултет	-0,013	0,174	1,000
		Мастер, мр, др	-0,209	0,201	0,781
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,413	0,254	0,450
		Факултет	-0,426	0,235	0,350
		Мастер, мр, др	-0,623	0,256	0,117
	Факултет	Средња школа	0,013	0,174	1,000
		Виша/висока школа	0,426	0,235	0,350
		Мастер, мр, др	-0,196	0,176	0,743
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,209	0,201	0,781
		Виша/висока школа	0,623	0,256	0,117
		Факултет	0,196	0,176	0,743
Локални саобраћај је преоптерећен и велике су гужве у саобраћају за време одржавања фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	0,061	0,265	0,997
		Факултет	-0,062	0,181	0,989
		Мастер, мр, др	-0,384	0,210	0,343
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,061	0,265	0,997
		Факултет	-0,124	0,245	0,968
		Мастер, мр, др	-0,445	0,266	0,427
	Факултет	Средња школа	0,062	0,181	0,989
		Виша/висока школа	0,124	0,245	0,968
		Мастер, мр, др	-0,321	0,184	0,385
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,384	0,210	0,343
		Виша/висока школа	0,445	0,266	0,427
		Факултет	0,321	0,184	0,385
Ниво буке у граду је повећан за време фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	0,019	0,243	1,000
		Факултет	0,142	0,166	0,866
		Мастер, мр, др	-0,227	0,193	0,709
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,019	0,243	1,000
		Факултет	0,123	0,225	0,960
		Мастер, мр, др	-0,246	0,245	0,800
	Факултет	Средња школа	-0,142	0,166	0,866
		Виша/висока школа	-0,123	0,225	0,960

		Мастер, мр, др	-0,369	0,169	0,192
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,227	0,193	0,709
		Виша/висока школа	0,246	0,245	0,800
		Факултет	0,369	0,169	0,192
Нарушена је чистоћа и уређеност града за време фестивала – количина смећа је повећана на јавним просторима	Средња школа	Виша/висока школа	0,275	0,277	0,805
		Факултет	0,056	0,189	0,993
		Мастер, мр, др	-0,554	0,219	0,097
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,275	0,277	0,805
		Факултет	-0,219	0,256	0,865
		Мастер, мр, др	-0,829*	0,279	0,033
	Факултет	Средња школа	-0,056	0,189	0,993
		Виша/висока школа	0,219	0,256	0,865
		Мастер, мр, др	-0,610*	0,192	0,019
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,554	0,219	0,097
		Виша/висока школа	0,829*	0,279	0,033
		Факултет	0,610*	0,192	0,019
Цене производа (попут сувенира) и услуга (попут услуга хране и пића у угоститељским објектима или такси услуга) су повећане за време фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	0,030	0,251	1,000
		Факултет	0,056	0,172	0,991
		Мастер, мр, др	-0,342	0,199	0,398
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,030	0,251	1,000
		Факултет	0,026	0,232	1,000
		Мастер, мр, др	-0,372	0,252	0,538
	Факултет	Средња школа	-0,056	0,172	0,991
		Виша/висока школа	-0,026	0,232	1,000
		Мастер, мр, др	-0,399	0,174	0,157
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,342	0,199	0,398
		Виша/висока школа	0,372	0,252	0,538
		Факултет	0,399	0,174	0,157
Повећана је стопа криминала у граду за време фестивала	Средња школа	Виша/висока школа	-0,045	0,263	0,999
		Факултет	-0,085	0,180	0,974
		Мастер, мр, др	-0,335	0,208	0,462
	Виша/висока школа	Средња школа	0,045	0,263	0,999
		Факултет	-0,040	0,243	0,999
		Мастер, мр, др	-0,290	0,265	0,753



	Факултет	Средња школа	0,085	0,180	0,974
		Виша/висока школа	0,040	0,243	0,999
		Мајстер, мр, др	-0,250	0,182	0,600
	Мајстер, мр, др	Средња школа	0,335	0,208	0,462
		Виша/висока школа	0,290	0,265	0,753
		Факултет	0,250	0,182	0,600

*Напомена: У оквиру табеле јавља се два пута поређење истих парова јер програм SPSS аутоматски ради поређење прве категорије са свим, на друге са свим и тако редом.*

*Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.*

## ПРИЛОГ 11 ПОСТ-ХОК SCHEFFE ТЕСТ за оцену фактора Ф2 према образовању испитаника из Новог Сада

Зависна варијабла	Образовање (I)	Образовање (J)	Разлика између аритметичких средина (I-J)	Стандардна грешка	p
Ф2 Негативни ефекти	Средња школа	Виша/висока школа	0,132	0,184	0,915
		Факултет	-0,020	0,126	0,999
		Мастер, мр, др	-0,314	0,146	0,204
	Виша/висока школа	Средња школа	-0,132	0,184	0,915
		Факултет	-0,152	0,170	0,851
		Мастер, мр, др	-0,446	0,186	0,125
	Факултет	Средња школа	0,020	0,126	0,999
		Виша/висока школа	0,152	0,170	0,851
		Мастер, мр, др	-0,294	0,128	0,154
	Мастер, мр, др	Средња школа	0,314	0,146	0,204
		Виша/висока школа	0,446	0,186	0,125
		Факултет	0,294	0,128	0,154

Напомена: У оквиру табеле јавља се два пута поређење истих парова јер програм SPSS аутоматски ради поређење прве категорије са свим, па друге са свим и тако редом.

Извор: Израдила А. Продановић Стаменовић на бази анализе података у SPSS 20.0.

## БИОГРАФИЈА



Александра Продановић Стаменовић је рођена у Пакрацу (Хрватска), 07. априла 1983. године. Основну школу „Душан Радовић“ у Новом Саду завршила је 1997. године. Исте године уписује средњу школу „Светозар Милетић“ у Новом Саду, смер туристички техничар, и завршава је 2001. године. Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, смер Дипломирани географ-туризмолог за ловни туризам, уписује 2001. године. Дипломира јуна 2006. године и стиче звање Дипломирани менаџер у ловном туризму. Године 2007. уписује докторске студије смер Доктор наука из области туризма. Пре дипломирања, октобра 2005. почиње да ради у туристичкој агенцији. Упоредо са докторским студијама, практично знање стиче радећи у хотелима у Грчкој, Хрватској и Србији, у туристичким агенцијама у Србији и Грчкој и учешћу у организацији манифестација у Новом Саду. Учествовала је на више конференција у земљи и иностранству. Завршила је бројне курсеве и похађала семинаре на различите теме. Говори енглески, грчки, немачки, француски и италијански језик. Носилац је вишег црвеног појаса у Taekwondo-у.

**УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ  
ПРИРОДНО - МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ  
КЉУЧНА ДОКУМЕНТАЦИЈСКА ИНФОРМАЦИЈА**

Редни број:	
РБР	
Идентификациони број:	
ИБР	
Тип документације:	Монографска документација
ТД	
Тип записа:	Текстуални штампани материјал
ТЗ	
Врста рада:	Докторска дисертација
ВР	
Аутор:	Александра Продановић Стаменовић
АУ	
Ментор:	Др Вања Драгићевић
МН	
Наслов рада:	Компаративни ефекти музичких фестивала на локалну заједницу и туризам EXIT versus SZIGET
НР	
Језик публикације:	Српски (ћирилица)
ЈП	
Језик извода:	Српски
ЈИ	
Земља публикавања:	Република Србија
ЗП	
Уже географско подручје:	Војводина
УГП	
Година:	2015.
ГО	
Издавач:	Ауторски репринт
ИЗ	
Место и адреса:	ПМФ, Трг Доситеја Обрадовића 3, Нови Сад
МА	
Физички опис рада:	број поглавља - 13, број страна - 242, број табела - 33, број графика - 4, број прилога - 11
ФО	
Научна област:	Гео-науке
НО	
Научна дисциплина:	Туризам
НД	
Кључне речи:	Музички фестивал, локална заједница, EXIT, SZIGET, Нови Сад, Будимпешта, FSIAS
ПО	
УДК:	
Чува се:	Библиотека Департамента за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад
ЧУ	

Важна напомена:

ВН

Извод:

ИЗ

По истраживању Туристичке организације Србије (ТОС) догађаји су први на листи туристичких мотива за долазак страних туриста у нашу земљу. Манифестациони туризам је због тога истакнут у „Стратегији развоја туризма Србије“ као веома значајан сегмент развоја туризма у Србији, али и као компаративна предност домаћег туризма. Према подацима Туристичке организације Војводине, у Војводини се годишње одржи 1382 манифестације. Једна од најважнијих манифестација је EXIT фестивал који се већ 15 година одржава у Новом Саду. Овај фестивал је уврштен у 10 најбољих европских фестивала. Маркетинг стратегија Војводине предлаже да се у развоју туризма следи пример Мађарске. У Мађарској се у току године одржи више од 3000 фестивала који привлаче 18-20 милиона посетилаца из Мађарске и иностранства, што говори о значају који туризам догађаја има на туризам Мађарске. Будимпешта је главни град Републике Мађарске. Налази се на 300 km од Новог Сада и изузетно је посећена туристичка дестинација. Један од значајнијих туристичких догађаја у Будимпешти је музички фестивал SZIGET, који окупља велики број извођача и посетиоце из преко 70 различитих земаља, чиме доприноси позитивном имиџу Будимпеште на туристичкој мапи Европе.

Локално становништво је битан стејкхолдер у развоју туристичке дестинације. У вези са одређеним подручјем и животном средином, има много бољи осећај за то шта су реалне потребе тог подручја, као и јаснију визију будућег развоја, него централна управа. Због наведеног је потребно укључити визије, жеље и потребе, потенцијале и ентузијазам локалне заједнице у планове за будући развој.

С обзиром да је врло мало истраживања о ефектима музичких фестивала на локалну заједницу наших простора, анкетирани су становници Новог Сада и Будимпеште, о ефектима које EXIT и SZIGET фестивали остварују, применом модификоване FSIAS скале. Сакупљено је укупно 505 валидних упитника који су даље коришћени у статистичким анализама. Применом експлоративне факторске анализе утврђена је двофакторска структура модификоване FSIAS скале, а фактори су именовани на следећи начин: Ф1 позитивни ефекти - друштвене користи и Ф2 негативни ефекти - друштвени трошкови фестивала.

Истраживањем се дошло до сазнања да локално становништво Новог Сада и Будимпеште више перципира позитивне него негативне ефекте фестивала на локалну заједницу, при чему испитаници из Новог Сада обе групе ефеката оцењују вишим просечним оценама у односу на испитанике из Будимпеште. Такође, истраживањем је потврђено да фестивали доприносе развоју туризма, промоцији и имиџу дестинације. Утврђено је које су и јаке тачке оба фестивала, а на које ставке би менаџмет требао више утицати како би се позитивни ефекти мултипликовали, као и који ефекти могу бити занемарени по мишљењу локалног становништва, а да фестивал не губи на квалитету.

Социјални утицаји на локалну заједницу нису универзални, оно што има важан утицај у једној заједници може имати занемарљив утицај у другој заједници.

Датум прихватања теме од стране НН већа: 16.10.2014.

ДП

Датум одбране:

ДО

Чланови комисије:

КО

Председник: др Татјана Пивац, ванредни професор, ПМФ, Нови Сад

Ментор др Вања Драгићевић, доцент, ПМФ, Нови Сад

Члан: др Ивана Блешић, доцент, ПМФ, Нови Сад

Члан: др Добрица Јовичић, редовни професор, Географски факултет, Београд

Члан: др Игор Стаменковић, доцент, ПМФ, Нови Сад

**UNIVERSITY OF NOVI SAD  
FACULTY OF SCIENCE  
KEY WORDS DOCUMENTATION**

Accession number:  
ANO  
Identification number:  
INO  
Document type: Monograph type  
DT  
Type of record: Printed text  
TR  
Contents Code:  
CC  
Author: Aleksandra Prodanović Stamenović  
AU  
Mentor: Vanja Dragičević, PhD  
MN  
Title:  
XI  
Language of text: Serbian  
LT  
Language of abstract: Serbian and English  
LA  
Country of publication: Republic of Serbia  
CP  
Locality of publication: Vojvodina  
LP  
Publication year: 2015.  
PY  
Publisher: Author's reprint  
PU  
Publ. place: Novi Sad  
PP  
Physical description: chapters – 13, pages – 242, tables – 33,  
graphics – 4, appendices – 11  
PD  
Scientific field: Geosciences  
SF  
Scientific discipline: Tourism  
Key words:  
Holding data: Departman of Geography, Tourism and  
HD Hotel Management Library  
Note:  
Abstract:  
AB

According to Tourist Organization of Serbia (TOS) research events are the first motive for arrival of foreign tourists in our country. Event tourism is therefore one of the pillars in „Tourism Development Strategy of Serbia" as a very important segment, as a comparative advantage of domestic tourism. According to Tourist Organization of Vojvodina, 1382

events are annually held in Vojvodina. One of the most important manifestations is the EXIT festival, held in Novi Sad for 15 years. This festival has been listed as one of the top 10 European festivals. In development of tourism Marketing Strategy of Vojvodina suggests following the example of Hungary. In period of one year more than 3000 festivals are held in Hungary which are attracting 18-20 million of visitors from Hungary and abroad, that fact indicates importance of events in Hungarian tourism. Budapest is the capital of Republic of Hungary. It is 300 km away from Novi Sad and it is highly visited tourist destination. One of the most important tourism events in Budapest is Sziget music festival, which gathers a large number of performers and visitors from more than 70 different countries. Therefore Sziget festival is contributing to the positive image of Budapest on European tourist map. Local population is an important stakeholder in development of tourist destinations. In relation to specific area and environment local population can have better sense of what are real needs, what is more sustainable and can gain more benefit in future development, than the central government. As result it is necessary to include vision, desires and needs, potentials and enthusiasm of local community in plans for future development.

As there are no studies on effects of music festivals on local community in our area, this scientific research investigated local population perception on effects of music festivals. The survey about effects of Exit and Sziget festival sampled residents from Novi Sad and Budapest. Appropriate sampling collected total of 505 valid surveys that are used in statistical analysis. Modified FSIAS scale showed positive and negative effects of festival and what significance these effects have on local community.

The results of the study show that local population from Novi Sad and Budapest perceives more positive effects from festivals than negative effects. Respondents from Novi Sad gave higher average grades for both groups of effects. Also, the results confirmed that festivals contribute to tourism development, promotion and image of destination.

Strong points or strengths of both festivals were determined as well as areas that should be more influenced by management so positive effects could be multiplied. Also low priority or possible overkill points are defined and can be ignored, as they are not influencing quality of festival.

Social impacts on local community are not universal, those that have important impact on one community may have a negligible effect on the other.

Accepted by the Scientific Board on: 16.10.2014.

ASB

Defended:

DE

Thesis defend board:

DB

PhD Tatjana Pivac, associate professor, Faculty of

Sciences, University of Novi Sad - president

PhD Vanja Dragičević, assistant professor, Faculty

of Sciences, University of Novi Sad - mentor

PhD Ivana Blešić, assistant professor, Faculty of

Sciences, University of Novi Sad - member

PhD Dobrica Jovičić, full professor, Faculty of

Geography, University of Belgrade - member

PhD Igor Stamenković, assistant professor, Faculty

of Sciences, University of Novi Sad - member