

Upravljanje atrakcijama - zabavni parkovi

Branović, Kristina

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:672551>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-27**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

KRISTINA BRANOVIĆ

**UPRAVLJANJE ATRAKCIJAMA – ZABAVNI
PARKOVI**

Završni rad

Pula, 2022.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

KRISTINA BRANOVIĆ

**UPRAVLJANJE ATRAKCIJAMA – ZABAVNI
PARKOVI**

Završni rad

JMBAG: 0303083513, redoviti student/redovita studentica

Studijski smjer: Sveučilišni preddiplomski studij Kultura i turizam

Kolegij: Upravljanje atrakcijama u turizmu

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor/Mentorica: prof. dr. sc. Jasmina Gržinić

Pula, rujan 2022.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Kristina Branović, kandidatkinja za prvostupnicu Kulture i turizma ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada te da ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za neki drugi rad na bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica

U Puli 26. rujna 2022.



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, *Kristina Branović* dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom *Upravljanje atrakcijama – zabavni parkovi* koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te preslika u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli 26. rujna 2022.

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. TURISTIČKA DESTINACIJA, RESURSI I ATRAKTIVNOST	3
2.1. Turistička destinacija	3
2.1.1. Atrakcije.....	4
2.1.2. Sadržaji	4
2.1.3. Pristupačnost.....	4
2.1.4. Imidž odredišta	4
2.1.5. Cijena.....	5
2.1.6. Ljudski resursi	5
2.2. Turistički resursi	5
2.3. Turistička atrakcija	6
2.4. Upravljanje atrakcijama.....	8
3. ZABAVNI PARKOVI – TIPOLOGIJA I GLOBALNA ZASTUPLJENOST	11
3.1. Pojam zabavnih parkova	11
3.2. Tipologija zabavnih parkova.....	12
3.2.1. Walt Disney World Resort	13
3.2.2. Tokyo Disneyland Resort	14
3.2.3. Cedar Point.....	15
3.2.4. Disneyland California	16
3.2.5. Universal Studios.....	16
3.2.6. Sea World	17
3.2.7. Legoland	17
3.2.8. Hong Kong Ocean Park.....	18
3.2.9. Discovery Cove Orlando.....	18
3.2.10. Universal Studios Japan.....	19
3.3. Zabavni parkovi – globalna prepoznatljivost.....	20
4. ZABAVNI PARKOVI U EUROPI	22
4.1. Disneyland Pariz	22
4.2. Europa Park.....	22
4.3. PortAventura World	23
4.4. Gardaland.....	23
4.5. Tivoli Garden	24
4.6. Legoland Billund Danska	25

4.7. Wiener Prater.....	25
4.8. Usporedna obilježja zabavnih parkova na europskoj razini	25
5. ZABAVNI PARKOVI U HRVATSKOJ.....	27
5.1. Aquapark Istralandia.....	27
5.2. Aquapark Aquacolors Poreč	27
5.3. Dinopark Funtana	28
5.4. Aquapark Dalmatia	29
5.5. Fun park Biograd.....	29
5.6. Usporedna obilježja zabavnih parkova u Republici Hrvatskoj	30
6. ANALIZA UTJECAJA OKRUŽENJA	31
6.1. Konkurentnost i upravljanje	31
6.2. Korisničke usluge	32
6.3. Održivost atrakcija	32
7. ZAKLJUČAK	34
LITERATURA	35
POPIS TABLICA.....	38
SAŽETAK.....	39

1. UVOD

Zabavni parkovi skupine su zabavnih atrakcija, vožnji i drugih događanja na jednom mjestu za uživanje većeg broja ljudi. Oni se odlikuju ponudom šetnji kroz vrtove, ludih vožnji, plesova, vatrometa i raznih igara. U ovome završnom radu pisat će se o upravljanju atrakcijama odnosno zabavnim parkovima. Sukladno tome, svrha ovoga rada jest prikazati koliko je zapravo upravljanje atrakcijama zaživjelo tijekom godina te kako je samim time broj posjetitelja iz godine u godinu sve veći.

Cilj rada pobliže će predstaviti upravljanje atrakcijama – zabavnim parkovima kako na djecu tako i na odrasle te prikazati najpoznatije zabavne parkove u svijetu, Europi i Republici Hrvatskoj. Sukladno tome, predmet ovog istraživanja jest utvrditi značaj upravljanja atrakcijama odnosno zabavnim parkovima u svijetu, Europi i u Republici Hrvatskoj. Naglasak se stavlja na zabavne parkove te isticanje njihovih značaja. Cilj je ovog rada ukazati na važnost upravljanja atrakcijama odnosno zabavnim parkovima kako na djecu tako i na odrasle te na to kako oni djeluju u svijetu, Europi i Republici Hrvatskoj. Sukladno predmetu istraživanja i postavljenom cilju, postavljene su sljedeće hipoteze:

Zabavni parkovi bilježe sve veću posvećenost motivima dolaska djece i odraslih.

Atrakcije mogu biti središnja točka pojedinog odredišta.

Održivo upravljanje usmjereno je ekološkim, ekonomskim i socio-kulturnim promjenama tržišta.

Uspjeh tematskih i zabavnih parkova može se pripisati unutarnjim čimbenicima (osiguranje, udobnost, interakcija, originalnost, jasnoća teme) te vanjskim (cijena, regionalna specifičnosti, prometna povezanost, inovacije, vrijeme).

Prilikom izrade ovog istraživačkog rada koristile su se sljedeće metode: metoda indukcije, metoda dedukcije, metoda analize, metoda sinteze, normativna metoda, komparativna metoda, povijesna metoda, metoda deskripcije te metoda kompilacije. Sekundarnim istraživanjem obrađeni su izvori podataka dostupni u knjigama,

znanstvenim i stručnim časopisima te internetskim izvorima koji se bave ovom problematikom vezanom uz upravljanje atrakcijama – zabavnim parkovima.

Struktura ovog završnog rada sastoji se od šest poglavlja. Prvo poglavlje jest uvodno poglavlje u kojem se navode predmet i cilj rada, metodologija koja se koristila u radu te sama struktura rada. Drugo poglavlje odnosi se na turističku destinaciju, resurse i atraktivnosti pri čemu će se pobliže opisati turistička destinacija (atrakcije, sadržaji, pristupačnost, imidž, cijena i ljudski resursi), turistički resursi, turistička atrakcija te upravljanje atrakcijama. Slijedi treće poglavlje s naglaskom na zabavnim parkovima u svijetu kao što se Walt Disney World Resort, Tokyo Disneyland Resort, Cedar Point, Disneyland California, Universal Studios, Sea World, Legoland, Hong Kong Ocean Park, Discovery Cove Orlando te Universal Studios Japan. U četvrtom se poglavlju predstavljaju zabavni parkovi u Europi te detaljnije opisuju Disneyland Pariz, Europa Park, PortAventura World, Gardaland, Tivoli Garden, Legoland Billund i Wiener Prater. Nakon Europskih zabavnih parkova navode se zabavni parkovi u Republici Hrvatskoj, stoga se peto poglavlje odnosi na Aquapark Istralandiju, Aquapark Aquacolors Poreč, Dinopark Funtani, Aquapark Dalmatia i Fun park Biograd. Sam rad završava zaključkom u kojem se navode najvažnije značajke ovog istraživanja.

2. TURISTIČKA DESTINACIJA, RESURSI I ATRAKTIVNOST

Kada se govori o upravljanju atrakcijama, prije svega valja poći od pojma turističke destinacije kao područja na kojem postoji neka turistička ponuda. Samim se time stavlja naglasak na poimanje i obilježja turističke destinacije, turističkih resursa i atraktivnosti.

2.1. Turistička destinacija

Turističkom destinacijom smatra se mjesto turističke ponude i potražnje koja se temelji na značajkama pojedinog područja i njegovih mehanizma promocije. S obzirom na to da bez turista nema destinacije, pojam destinacije u bliskoj je vezi s pojmom turizma. Sukladno tome, postoji niz definicija turističke destinacije. Magaš (1997) navodi da je "turistička destinacija optimalna kombinacija fiksnih i varijabilnih čimbenika te mogućnost turističkog djelovanja u skladu s preferencijama tržišta, neovisno o administrativnim granicama". Nadalje, Križman Pavlović (2008: 99) ističe kako se turistička destinacija može definirati kao "turistički organizirana i tržišno prepoznatljiva prostorna jedinica, koja skupom svojih turističkih proizvoda potrošačima nudi cjelovito zadovoljenje turističke potrebe".

Samim time može se reći kako je turistička destinacija određena geografska regija unutar koje posjetitelj uživa u raznim vrstama aktivnosti i krajolika. Privuče li kao takva turiste, oni će zadovoljiti sve svoje turističke zahtjeve i potrebe.

Obilježja turističke destinacije ističu se u tome:

- da ona čini prostornu cjelinu turističke ponude
- da mora raspolagati dostatnim elementima ponude
- da je orijentirana tržištu i turistima
- da je neovisna o administrativnim granicama
- da se destinacijom mora upravljati (Magaš, Vodeb, Zadel, 2018: 11).

Osim navedenoga, turistička se destinacija sastoji od niza komponenti odnosno elemenata koji privlače posjetitelje u pojedinu destinaciju i zadovoljavaju njihove turističke potrebe. Ovi osnovni elementi mogu se raščlaniti na atrakcije, sadržaje,

pristupačnost, imidž, cijenu i ljudske resurse, o čemu su pisali brojni autori (Magaš, Vodeb, Zadel, 2018.).

2.1.1. Atrakcije

Atrakcije su mjesta koje turisti posjećuju iz zadovoljstva ili interesa koja pružaju rekreaciju, zabavu ili aktivnosti u slobodno vrijeme. One motiviraju i privlače turiste da posjete određenu destinaciju te se pritom govori o izgrađenim atrakcijama (npr. kulturne građevine kao što su razni spomenici i vjerski objekti poput samostana) ili kulturnim atrakcijama (npr. muzeji, kazališta, umjetničke galerije, kulturna događanja).

2.1.2. Sadržaji

Bolje ovako: Pod pojmom sadržaja smatra se širok raspon usluga, točnije, osnovna uloga javnog prijevoza te izravne usluge kao što su smještaj, informacije za posjetitelje, objekti za rekreaciju, vodiči, operateri, *catering*, trgovački objekti i slično.

2.1.3. Pristupačnost

Pristupačnost je jedan od elemenata važan turistima jer ovisi o odredištu na koje oni dolaze. To se odnosi na pristup odredištu cestom, zračnim prijevozom, željeznicom ili brodovima za krstarenje. Isto bi tako posjetitelji trebali s lakoćom putovati unutar odredišta, dok se za strane turiste u obzir uzimaju zahtjevi za vizu, ulazne luke i posebni uvjeti ulaska u samu lokaciju.

2.1.4. Imidž odredišta

Imidž turističkih destinacija vrlo je važan jer ne utječe samo na izbor destinacije turista već i na njihovu razinu zadovoljstva. Ponekad nije dovoljno da turisti imaju dobar izbor atrakcija i pogodnosti, ako potencijalni posjetitelji toga nisu svjesni. Marketing i brendiranje, putnički mediji te e-marketing neki su od načina stvaranja imidža. Imidž destinacije uključuje jedinstvenosti, znamenitosti, prirodni ljepotu, kvalitetu okoliša, sigurnost, razinu usluge i ljubaznost ljudi.

2.1.5. Cijena

Cijene su važan aspekt natjecanja određene destinacije s drugim destinacijama. Čimbenici cijene uključuju troškove prijevoza do odredišta i od odredišta kao i troškove smještaja, razne ulaznice za kulturne znamenitosti, domaću hranu i usluge. Odluka turista također može biti utemeljena i na drugim ekonomskim značajkama.

2.1.6. Ljudski resursi

Valja istaknuti interakciju s lokalnim zajednicama koja je važan aspekt turističkog iskustva. Prednost koja pridonosi rastu broja posjetitelja povezana je s dobro obučenom radnom snagom, opremljenosti i osviještenim građanima. Osim toga u obzir treba uzeti činjenicu kako pojedini posjetitelji vole proučavati kulturu i život lokalnog stanovništva kako bi im se na taj način što bolje približili i stekli novo kulturno-povijeno znanje.

2.2. Turistički resursi

Postojanje turističkih resursa ključan je faktor i konkurentska prednost za zemlje koje to pokušavaju postići. Prelazak na održivi razvoj turizma naglasio je potrebu za stvaranjem novih turističkih proizvoda koji bi odgovarali pomaku s "kvantitativne" potražnje na "kvalitativnu" potražnju. Turisti putuju zbog osobnih interesa, uživaju u drugim sredinama i njeguju svoje potrebe i želje. Vrijeme i trud koji turisti ulažu u turističko putovanje vrednuje se drugačije od ostalih dobara i usluga. Turizam danas ne ovisi samo o pijesku, suncu i odmoru, već uključuje i zabavu, sport, uzbuđenje te otkrivanje kulture. Dakle, zahtjevi za mjestima sa širokim izborom usluga i visokom kvalitetom porasli su jednako kao i oni za očuvana, zanimljiva i izolirana mjesta.

Sukladno tome od primarnih turističkih resursa ističu se prirodni (klime, prirodnog okoliša, ekosustavi) i kulturni (urbana baština, umjetnost, arheološke vrijednosti, tradicija, znanstvene vrijednosti, narodni obrti i subkulturne formacije). Naime prirodne ljepote nisu više dovoljan čimbenik atraktivnosti, posebno za zahtjevnije tržišne segmente koji teže sadržajnijoj i aktivnijoj okolini (Vrtiprah, 2006:280). Uz primarne turističke resurse, turistička odredišta pružaju i sekundarne resurse poput

infrastrukture i usluga koje doprinose izravno ili neizravno na razvoj turizma. Tu se mogu istaknuti smještajni sektor (hotel, motel, kamp, pansion), ugostiteljski sektor (kafići, restorani, bistroi), sektor organizacije putovanja (agencije, turoperatori), sektor prijevoza (zrak, brod, vlak, autobus), sektor zabave (kockanje, disko), informacijski sektor (turistička informacijska mreža) te dopunske usluge, objekti i uslužna infrastruktura. Stalni porast turističkih zemalja i regija na svjetskoj razini zahtijeva paralelni razvoj, promicanje i upravljanje svim vrstama turističkih resursa. Posljednjih godina uočava se dinamičan trend razvoja tehnoloških resursa poput tematskih parkova, turizma i rekreacijskih područja.

2.3. Turistička atrakcija

Kao što je već ranije navedeno, atrakcije su ključna komponenta turizma. Često ih se naziva turističkim atrakcijama jer privlače turiste. Tako bi se moglo reći da su atrakcije mjesta, ljudi, događaji i stvari koje čine objekte turističkog pogleda te privlače turiste na pojedina odredišta. Uobičajeni primjeri uključuju prirodne i kulturne lokacije, povijesna mjesta, spomenike, zoološke vrtove i rezervate divljači, akvarije, muzeje i umjetničke galerije, vrtove, arhitektonske strukture, tematske parkove, sportske objekte, festivale i razne događaje. Povijest atrakcija neraskidivo je povezana s razvojem turističke industrije. Atrakcija postoji od vremena kada je turistički sustav stvoren da bi ga označio i uzdigao do statusa atrakcije (Lew, 2000.). Sektori kao što su prijevoz, smještaj i maloprodaja postoje kao dio ovog sustava jer podržavaju želju turista da vide pojedine atrakcije.

Turističkom atrakcijom smatra se sve što ima jedinstvenost, ljepotu i vrijednosnu raznolikost u obliku prirodnih resursa, kulture i čovjekova rada. Kušen (2002:55) ističe podjelu turističkih atrakcija na prirodne i društvene. Prirodne su one atrakcije koje su nastale prirodno, bez utjecaja čovjeka. To su klima, reljef, vegetacijski pokrov, kopnena i vodena fauna i slično. O prirodnim atrakcijama ovisi turistička valorizacija destinacije ili prostora na kojem se nalaze, a prikladne su za razvoj svih oblika turizma. S druge strane društvene atrakcije podrazumijevaju one atrakcije na koje je utjecao čovjek, odnosno koje je on stvorio. Svojim čimbenicima društvene turističke atrakcije privlače turiste i pružaju im određeno turističko iskustvo.

Sukladno tome, Kušen (2001) također navodi i motive i područja za koje smatra da mogu postati turističke atrakcije, a to su:

- arheološka područja
- arhitektura (ruševine, poznati objekti, gradovi)
- muzeji, umjetnost, kipovi, zanati, galerije, festivali, razni događaji
- glazba i ples (klasični, folklor i suvremeni)
- drama, kazalište, filmovi
- jezične i književne studije (nova mjesta i događaji)
- vjerska slavlja, hodočašća
- cjelokupna (narodna i primitivna) kultura i supkultura (Kušen, 2001: 7).

Prema tome se može navesti kako turističke atrakcije čine bitan dio turističkih destinacija i jedan su od četiri ključna segmenta turističkog sustava. Atrakcije se nalaze unutar destinacije i čine osnovu turističkog proizvoda na pojedinom odredištu. Ne može postojati destinacija bez potencijalnih ili pravih turističkih atrakcija.

Uz prethodno navedene podjele, Inskeep (1991.) navodi podjelu turističkih atrakcija u tri kategorije:

1. *prirodne atrakcije* (sastoje se od okoliša i prirodnih resursa kao što su rezervati divljih životinja, vidikovci za zalazak i izlazak sunca, nacionalni parkovi, plaže, planine, rijeke i drugi prirodni fenomeni)
2. *kulturne atrakcije* (sastoje se od zabave i ljudskih aktivnosti kao što je *Khajuraho* festival plesa¹, *TansenSamaroh*², festival deva, utrka čamaca Nehru Kerala itd.)
3. *jedinstvene atrakcije* (turisti su motivirani informacijama koje dobivaju, a vlastita ih motivacija „gura“ da posjete odredište gdje se njihove potrebe i želje mogu zadovoljiti).

¹ Monument Khajuraho niz je povijesnih hramova smještenih u regiji Madhya Pradhesh (Indija), a ovaj festival omogućuje posjetiteljima da vide izloge različitih stilova plesa koji se nalaze u zemlji. Festival se održava tjedan dana u veljači svake godine i privlači neke od najboljih plesnih izvođača na svijetu koji će nastupiti na ovom događaju.

² Tansen Samaroh se slavi svake godine u mjesecu prosincu u selu Behat u okrugu Gwalior, Madhya Pradesh. Riječ je o četverodnevnoj glazbenoj ekstravaganci. Umjetnici i ljubitelji glazbe iz cijelog svijeta okupljaju se ovdje kako bi odali počast velikom indijskom glazbenom maestru Tansenu.

Ljubitelji prirodnih atrakcija posjećivat će prirodu, okoliš i prirodne fenomene. Kulturne atrakcije privući će posjetitelje koji vole istraživati razne kulture, dok će jedinstvene atrakcije privući posjetitelje koji vole istraživati mjesta i atrakcije prema informacijama za koje su čuli ili doznali. U nastavku rada opisat će se upravljanje atrakcijama.

2.4. Upravljanje atrakcijama

Da bi se mogao privući sve veći broj turista, nije dovoljno oslanjati se na tržišne napore kako bi se održao turizam temeljen na dobrima prirodnih resursa, primjerice plažama i morskim resursima, već valja prihvatiti identifikaciju i razvoj širokog spektra atrakcija. Takav ispravno razvijen i profesionalno upravljan sustav dodat će značajnu vrijednost turističkoj destinaciji i ojačat će sustav upravljanja destinacijom. Swarbrooke (2002.) ističe da su atrakcije općenito pojedinačni entiteti, odvojena mjesta ili mala geografska područja. Odredišta su, međutim, fizički veća i sastoje se od niza atrakcija s relevantnim uslugama podrške. Kada se atrakcije razvijaju, važno je da one evoluiraju u destinacije s uslugama koje nadopunjuju atrakciju, a to su hoteli, restorani i trgovine (Swarbrooke, 2002.).

Mnoge atrakcije sastoje se od prirodnih dobara kao što su plaže, parkovi prirode, povijesna/baštinska mjesta i festivali te događaji s ograničenim atrakcijama koje je čovjek stvorio. Tradicionalni pristup turističkoj promociji jest fokusiranje na pitanja odredišta kao što su vanjsko oglašavanje, prisustvovanje sajmovima i zabava zračnih prijevoznika i turoperatora. Ovaj pristup pridonosi utvrđenoj praznini koja rezultira relativnim zanemarivanjem stanja i upravljanja postojećim sustavom upravljanja. Da bi se ispravno upravljalo atrakcijama, potrebno je da fokus bude usmjeren na marketing i menadžment, ekoturizam, održivost, kulturni turizam/turizam baštine te generalizirane razvojne modele koji su jednodimenzionalno tretirani određenim elementom ili skupinama elemenata turističkog sustava (Brown & Cave, 2010.).

Nadalje, Petrić (2011.) ističe mjere upravljanja tokovima posjetitelja/turista. Prema tome navedene mjere odnose se na različite regulatorne, ekonomske, menadžerske ili tehnološke aspekte kao što su:

- edukacija posjetitelja o značaju atrakcije i načinu njenog očuvanja

- ograničavanje ili zabrana ulaska posjetitelja u određena područja (primjer špilja Lascaux u Francuskoj)
- usmjeravanje posjetitelja na druge lokacije
- reduciranje broja velikih organiziranih grupa (dogovor s agencijama i turoperatorima o vremenskoj i prostornoj distribuciji skupina turista)
- implementiranje kvota (godišnjih, mjesečnih, tjednih ili dnevnih)
- korištenje cjenovne politike radi smanjenja/preusmjeravanja potražnje
- razvijanje sustava rezervacije posjeta
- produžavanje radnog vremena posjeta u vršnim razdobljima
- ograničavanje gradnje smještajnih kapaciteta u blizini atrakcije, itd. (Petrić, 2011: 136).

Novi svjetski kontekst tjera sve strane uključene u turistički sektor da pristupe novom interdisciplinarnom konceptu, doktrini i menadžerskim načelima da bi se privuklo sve više turista, a to ovisi o stupnju uključenosti i interesa različitih skupina sudionika. Konceptija koju treba uzeti u obzir je ta da sudionici sami po sebi predstavljaju konkurentsku prednost za turiste u pojedinom području. Glavne skupine sudionika koje su intenzivno i društveno uključene u ekonomski rast odnose se na pojedine menadžere, klijente, dobavljače, konkurente, zaposlenike, sindikate, tijela središnje i lokalne uprave odnosno tijela gradskih vlasti, financijske uprave i ostalo. Kako bi se problemi riješili, pozivajući se na društvenu odgovornost i etičko ponašanje, turistički sektor mora pokrenuti i održavati stalni dijalog s vlastitim osobljem, klijentima i državnim tijelima, to jest stjecati povjerenje turista.

Sukladno navedenom, Richards (1997.) navodi čimbenike koji doprinose uspješnom upravljanju turističkim atrakcijama, a to su:

- niske cijene zemljišta ili minimalna najamnina čime se povećava sposobnost atrakcije da generira promet
- otpis znatnog dijela početnih troškova kroz dotacije ili sponzorstva
- kreiranje uzbudljivog i zabavnog doživljaja predmetne turističke atrakcije
- precizno definirano, veliko i lako dostupno ciljano tržište
- lokacija koja je dostupna ciljanom tržištu.
- marketinški proračun dostatan za atraktivnosti pri pristupu željnom tržištu

- učinkovito djelovanje i zapošljavanje osoblja
- poslovni plan koji ostavlja prostor varijabilnim troškovima osuvremenjivanja atrakcije i tehnike doživljaja atrakcije
- sposobnost da se izvuče korist od dodatnih prihoda koji su odvojeni od prihoda od prodaje ulaznica, bilo neposrednom trgovinom bilo prihodima ostalih korisnika lokacije koji koriste tijekom posjetitelja (Richards, 1997: 24).

Životni ciklus turista teži kombinaciji pet različitih faza uspješnosti, a to su: istraživanje, uključivanje, razvoj, konsolidacija i stagnacija koja je opisana na sljedeći način (Mazilu, 2010: 214):

- *istraživanje* - unutar ove faze manji broj posjetitelja privlače kulturni ili prirodni ciljevi, broj posjetitelja je ograničen i vrlo ih je malo, posjetitelji dolaze iz susjednih gradova
- *uključenost* - unutar ove faze postoji mala uključenost lokalnog stanovništva koji osiguravaju neke pogodnosti za posjetitelje, posjećenost za vrijeme pojedinih godišnjih doba od strane turista, posjetitelji mogu putovati izvan zemlje ili izvan regije
- *razvoj* - unutar ove faze veliki broj turista dolazi iz vanjske organizacije poput hotelskih lanaca i turoperatora, turisti mogu doći iz cijele zemlje ili iz inozemstva
- *konsolidacija* - turizam postaje važan dio lokalnog gospodarstva i njegova politička važnost raste, politika može doći u središnju ulogu, broj turista raste i stanoviti objekti moraju biti razvijeni
- *stagnacija* - broj posjetitelja doseže vrh, povećanje prometa mora postojati.

Sukladno navedenom u nastavku će se rada pisati o zabavnim parkovima i atrakcijama u svijetu, Europi i Republici Hrvatskoj pri čemu će se obrazložiti i opisati najpoznatiji zabavni parkovi.

3. ZABAVNI PARKOVI – TIPOLOGIJA I GLOBALNA ZASTUPLJENOST

Kada se govori o zabavnim parkovima, prva su asocijacija vrtuljci i vožnje. Međutim zabavni parkovi obuhvaćaju sve više usluga i sadržaja koje nude svojim posjetiteljima. Sukladno tome, u nastavku rada prvenstveno će biti obrazložen pojam zabavnih parkova te osvrtno na tipologiju zabavnih parkova i na globalnu zastupljenost.

3.1. Pojam zabavnih parkova

Zabavni su parkovi oni parkovi koji sadrže niz aktivnosti odnosno niz atrakcija poput vožnji, raznih igara, zabavnih sajмова, karnevala, izložbi, predstava, šoping područja, odmarališta i ostalo. Sukladno tome Mijatović (2021.) navodi da zabavni parkovi predstavljaju veliki razvoj u suvremenom odmoru i rekreaciji (Mijatović, 2021: 12). Naime tematski su parkovi vrsta zabavnog parka koji je dizajniran sa središnjom temom ili predmetom, prikazujući različite dijelove te teme (Levine, 2019.). To su stalne strukture s velikim namjenskim zemljišnim površinama koji iz godine u godinu privlače milijune ljudi da dožive svoje avanture. Zabavni parkovi smatraju se izvorima kreativne mašte, fantazije, uzbuđenja i nezaboravnih avantura. Svaki zabavni park jedinstven je na svoj način, a neki također odražavaju kulturu svoje lokacije.

Iz godine u godinu zabavni parkovi sve su popularniji. Zabavni i tematski parkovi namijenjeni su različitim dobnim skupinama djece i odraslih jer većina parkova nudi ponešto za svaku dobnu skupinu. Iako su zabavni parkovi diljem svijeta pretrpjeli gubitak zbog globalne pandemije COVID-19, pretrpjevši ukupni tržišni gubitak od 29,7% odnosno 21,83 milijarde dolara, industrija se oporavlja i nastavlja biti jedno od najunosnijih tržišta na svijetu (*Global Amusement Park Market Report 2022-2026*). Od 2021. globalna industrija zabavnih parkova ima tržišnu veličinu od 63,89 milijardi dolara. Svake godine najmanje 83 milijuna ljudi posjeti zabavne parkove (*Global Amusement Park Market Report 2022.-2026.*).

3.2. Tipologija zabavnih parkova

Globalno, postoji nekoliko glavnih tvrtki koje pokreću svjetsko tržište zabavnih parkova. Da bismo ga raščlanili, sastavljen je popis deset najvećih zabavnih parkova na svijetu. Međutim prije navođenja najvećih zabavnih parkova na svijetu prikazat će se tipologija zabavnih parkova.

Global Amusement Park Market Report 2022.-2026. navodi da se zabavni parkovi mogu podijeliti (2022.):

1. *prema vrsti*: tematski parkovi, vodeni parkovi, zabavne arkade
2. *prema izvoru prihoda*: ulaznice, roba, hrana i piće, hoteli i odmarališta
3. *prema dobnoj skupini*: ispod 25 godina, od 25 do 39 godina, od 40 do 59 godina, od 60 do 74 godine, od 75 godina i više
4. *prema spolu posjetitelja*: muški i ženski
5. *poznatim tvrtkama*: The Walt Disney Company, Oriental Land Company Ltd., Maruhan, OCT Zabavni park, Vail Resorts, Inc., Comcast Corporation
6. *metrikom*: broj poduzeća, broj zaposlenih
7. *državama*: Argentina, Australija, Austrija, Belgija, Brazil, Kanada, Čile, Kina, Kolumbija, Češka Republika, Danska, Egipat, Finska, Francuska, Njemačka, Hong Kong, Indija, Indonezija, Irska, Izrael, Italija, Japan, Malezija, Meksiko, Nizozemska, Novi Zeland, Nigerija, Norveška, Peru, Filipini, Poljska, Portugal, Rumunjska, Rusija, Saudijska Arabija, Singapur, Južna Afrika, Južna Korea, Španjolska, Švedska, Švicarska, Tajland, UAE, UK, SAD, Venezuela, Vijetnam
8. *regijama*: Azija-Pacifik, Zapadna Europa, Istočna Europa, Sjeverna Amerika, Južna Amerika, Bliski istok, Afrika i ostalo.

Nadalje, Levochkina (2018: 2) navodi četiri vrste tematskih parkova. Tu spadaju: gradski parkovi, regionalni parkovi, parkovi odmarališnog tipa te visoko specijalizirani parkovi. Uvjetno se mogu podijeliti u nekoliko tipova:

1. *gradski parkovi* - posjećuju ih isključivo lokalni stanovnici (tema ovih parkova je ograničena)
2. *regionalni parkovi* - privlače velik broj turističkih posjetitelja, no njihov broj i duljina boravka posjetitelja je mnogo manji nego u tematskim parkovima poput

odmarališnog tipa. Glavni razlog je činjenica da većina posjetitelja živi nedaleko od njih pa tamo provode nekoliko sati dnevno

3. *parkovi odmarališnog tipa* - uglavnom su dizajnirani za prihvat velikog broja posjetitelja, imaju razvijenu infrastrukturu, nude razne pakete usluga (od zabave do smještaja, hrane). Većina velikih tematskih parkova poput resorta može primiti više od pet milijuna posjetitelja godišnje.
4. *visoko specijalizirani parkovi* - mala rekreacijska područja u kojima se obrađuju određene teme. Broj posjetitelja je vrlo skroman. Ova vrsta parka prvenstveno je dizajnirana za uske tržišne segmente (Levochina, 2008: 2).

Sukladno navedenom, u nastavku se daje pregled obilježja najpoznatijih zabavnih parkova u svijetu prema prethodno navedenoj stručnoj (*Market Report*) i znanstvenoj tipologiji (Levochkina, 2018).

3.2.1. Walt Disney World Resort

Tematski park Magic Kingdom u Walt Disney World Resortu najveći je zabavni park na svijetu po broju godišnjih posjetitelja s više od 20 milijuna. Sjedište Walt Disney World Resorta je u SAD-u, točnije u Floridi. Tematskim parkom Magic Kingdom upravlja Walt Disney Parks and Resorts Worldwide koja je ujedno i najveća tvrtka za zabavne parkove na svijetu.

Walt Disney Parks and Resorts Worldwide upravlja mnogim tematskim parkovima i odmaralištima uključujući (Disneyparks.com) sljedeće:

- Disney's Animal Kingdom, Lake Buena Vista, Florida
- Disney's Blizzard Beach (vodeni park), Lake Buena Vista, Florida
- Disney California Adventure, Anaheim, Kalifornija
- Disney's Hollywood Studios, Lake Buena Vista, Florida
- Disney's Typhoon Lagoon (vodeni park), Lake Buena Vista, Florida
- Disneyland, Anaheim, Kalifornija
- Disneyland Paris, Marne-La-Vallée, Francuska
- Epcot, Lake Buena Vista, Florida
- Hong Kong Disneyland, otok Lantau, Hong Kong

- Čarobno kraljevstvo, Lake Buena Vista, Florida
- Tokijski Disneyland, Urayasu, Chiba, Japan
- Tokyo DisneySea, Urayasu, Chiba, Japan
- Walt Disney Studios Park, Marne-La-Vallée, Francuska.

Kada je Walt Disney otvorio Disneyland u Anaheimu (Kalifornija), 17. srpnja 1955. stvorio je jedinstvenu destinaciju raznih priča i impresivnih iskustava, uvodeći novu eru obiteljske zabave. Šezdeset godina kasnije, Walt Disney Parks and Resorts (WDPR) izrastao je u jednog od vodećih svjetskih pružatelja obiteljskih putovanja i doživljaja, dajući milijunima gostiju svake godine priliku da provedu vrijeme sa svojim obiteljima i prijateljima, stvarajući uspomene koje će trajati cijeli život. Šest vrhunskih destinacija za odmor s 12 tematskih parkova i 51 odmaralištem nalaze se u srcu Walt Disney Parks and Resortsa, a djeluju u Sjevernoj Americi, Europi i Aziji. Walt Disney Parks and Resorts također uključuje Disney Cruise Line s četiri broda i planovima za još dva koja će nastojati dovršiti između 2021. i 2023. (Disney Parks.com).

Walt Disney World Resort veličine je San Francisca s 25.000 hektara zemlje. Toliko je velik da ima privatnu autobusnu mrežu i najveće parkiralište na svijetu. Park zapošljava više od 70.000 ljudi te ima četiri različita tematska parka pod nazivom Hollywood Studios, Magic Kingdom, Animal Kingdom i Epcot. U parku se također nalaze dva vodena parka Blizzard Beach i Typhoon Lagoon te trgovački centar pod nazivom Disney Springs. Neizostavan je dio dugačak popis vožnji kao što su Svemirska planina, Pirati s Kariba, Avatarov let prolaza, Tower terror i još mnogo toga. Crpeći inspiraciju iz filmske, televizijske, glazbene i kazališne industrije, park je sadržavao razne vožnje, predstave i tematska područja, a nekada je bio dom aktivnih studija za filmsku i televizijsku produkciju. Posljednjih godina popularnost tematskog parka dramatično je porasla dodatkom Star Warsa: Galaxy's Edge, Toy Story Land, Mickey Minnie's Runaway Railway i Lightning McQueen's Racing Academy (Disney Parks.com).

3.2.2. Tokyo Disneyland Resort

Tokyo Disneyland Resort sa sjedištem u Japanu, točnije nedaleko od Tokija u Urayasu, prefektura Chiba, bilo je prvo širenje Disneylanda na inozemno (azijsko) tržište koje je otvoreno 1983. Njegovo se područje proteže do 500 hektara. Sam dizajn mjesta

savršena je mješavina japanskog i američkog društva koje svojoj publici daje dašak kulture. Najpoznatiji je po svojem jedinstvenom i simpatičnom dizajnu. Najpopularnija vožnja je 'Pooh's Hunny Hunt' gdje se mogu pratiti Poohove avanture u susretu s drugim likovima iz crtića. Ostale vožnje uključuju Monsters, Inc. Ride and Go, itd. Sukladno *Global Amusement Park Market Reportu 2022-2026*, broj godišnjih posjetitelja bio je 17.910.000. Otkako je otvorio svoja vrata 15. travnja 1983., park je uspostavio nekoliko tematskih područja, uključujući World Bazaar, Adventureland, Westernland, Fantasyland, Tomorrowland, Critter Country i Mickey's Toontown.

Iako Disney zadržava kreativnu kontrolu, Tokyo Disneyland i njegov prateći park, Tokyo DisneySea, jedini su Disneyevi tematski parkovi koji nisu u djelomičnom ili potpunom vlasništvu Walt Disney Company. Odmaralište Tokyo Disney u vlasništvu je tvrtke The Oriental Land Company koja daje licencu za temu Walt Disney. Park se smatra sestrinskim parkom Disneyjevog čarobnog kraljevstva u Orlando na Floridi jer je većim dijelom izgrađen u istom stilu kao i najveći svjetski zabavni park.

3.2.3. Cedar Point

Cedar Point prostire se na oko 360 hektara te je okružen željeznicom. Ovaj park drugi je najstariji park u SAD-u koji još uvijek radi od 1870. Željeznica gleda na prekrasno jezero Eyrie pružajući publici jedan od najslikovitijih pogleda. Park također ima povremenu trajektnu liniju. Što se tiče vožnji, Blue Streak je najstarija vožnja u parku, otvorena 1964. Vožnja ovim toboganom budi osjećaj nostalgije. Park drži svjetski rekord od 71 vožnje, uključujući 18 roller coastera na 364 hektara. Ostale atrakcije uključuju otvorene i zatvorene vodene parkove, dvije marine i jedan otvoreni sportski kompleks. Cedar Point ugošćuje više od 3,5 milijuna gostiju godišnje. Želio je stvoriti zabavnu i interaktivnu promociju za proslavu 150. obljetnice parka kojoj je cilj bio oplemeniti park iskustvom i poticanjem gostiju da posjete više mjesta unutar parka od 364 hektara (SnowShue – Cedar Point). Cedar Point radio je s Merkleom, globalnim liderom u korisničkom iskustvu upravljanja, kreirajući slavljeničke promocije koristeći Spark Tap.

3.2.4. Disneyland California

Disneyland Park u Anaheimu u Kaliforniji bio je prvi Disneyev park koji je otvorio svoja vrata javnosti i jedini tematski park brenda koji je u potpunosti dizajniran i izgrađen pod nadzorom Walta Disneya. Zabavni park otvoren je 17. srpnja 1955. s ukupno 18 atrakcija. Disneyland Park izvorno je bio najmanji od Čarobnog kraljevstva otvorenog 1955. Odmaralište Disneyland dio je paketa jer uključuje i Disney California Adventure Park. Površina je oko 160 hektara. Također uključuje i Downtown Disney točno u istom području, čineći sva tri mjesta lako dostupnima svima. U 2018. godini ovo je bio drugi najposjećeniji zabavni park na svijetu s otprilike 18,6 milijuna posjeta. Na prvom je mjestu kalifornijski Disneyland koji je prvi izgrađen Disneyland u svijetu. Kalifornijski Disneyland smatra se najčišćim Disneyevim zabavnim parkom na svijetu. Nudi mnoge avanture uključujući Indiana Jonesa, California Screamin, Radiator Springs Racers i Matterhorn Bobsleds. Avantura Indiane Jonesa najomiljenija je aktivnost u ovom parku jer omogućuje da osjetite tajanstvene avanture zemlje Indiane.

Podijeljen je na dva primarna tematska parka, Disneyev California Adventure Park i California Disneyland. Adventure Park golemi je park koji spaja karakteristike Kalifornije i jedan je od najljepših parkova na svijetu. Prema *Global Amusement Park Market Reportu 2022-2026* broj godišnjih posjetitelja iznosio je 18.666.000, dok je godišnji prihod za 2021. iznosio 3,2 milijarde USD. U svojoj 65-godišnjoj povijesti park je enormno narastao. Prvi Disneyev park doživio je impresivne renovacije i proširenja između 1966. i 2019., uključujući dodavanje New Orleans Squarea, Critter Countrya, Mickey's Toontowna i Star Warsa: Galaxy's Edge. Danas Disneyland Park ima više od 50 atrakcija i naplaćuje oko 154 dolara za jednodnevnu ulaznicu za odrasle. Prema Disneylandu, više od 700 milijuna gostiju posjetilo je zabavni park otkako je prvi put otvoren 1955., kada je dnevna ulaznica koštala samo 1 dolar (*Global Amusement Park Market Report 2022-2026*).

3.2.5. Universal Studios

Universal Studios Singapore nalazi se u Resorts World Sentosu koji je dizajniran na oko 49 hektara. Popularne vožnje u ovom tematskom parku uključuju Battlestar Galacticu, The Revenge of the Mummy i Transformers the Ride: The Ultimate 3D Battle

koji kombinira 3D HD medije sa zrakoplovnom tehnologijom. Zabavni park također ima fantastičan vodeni svijet. Universal Studios Singapore nalazi se u Resorts World Sentosu i uključuje većinu avantura skrojnih za Singapur. Battlestar Galactica najprivlačniji je pothvat, a Ultimate 3D Battle jedna je od poznatih vožnji u ovom parku. Savršeno kombinira 3D HD medije sa zrakoplovnom tehnologijom.

3.2.6. Sea World

SeaWorld u Australiji jedan je od najuspješnijih operativnih tematskih parkova koji također uključuje park vodenih životinja i Oceanarium. Nudi razne vožnje, izložbe i druge zanimljive aktivnosti poput Nickelodeon Landa koji nudi vožnje posebno stvorene za djecu. Park Sea World također ugošćuje predstave poput Jet Stunt Extreme showa. Osim toga, razne morske atrakcije jesu i Dolphin Nursery Pool, Sea Harbour, Polar bear Shores i Penguin Point.

Svi parkovi SeaWorlda imaju edukativne izložbe i akvarije u kojima se nalaze razne ribe, beskralješnjaci i morski sisavci, uključujući dupine i orke (kitove ubojice). Sve do kasnih 2010-ih svaki od parkova SeaWorlda predstavljao je cirkuske predstave dresiranih orki koje su se izmjenjivale u nekoliko dnevnih predstava i predstavljale publici kao "Shamu". Riječ je o umjetničkom imenu koje je tvrtka zaštitila. Tvrtka je 2013. postala meta prosvjeda organizacija za dobrobit životinja nakon širokog prikazivanja Blackfisha, dokumentarca koji je opisao SeaWorldovo loše postupanje s orkom Tilikum. Životinju je zlostavljanje u zatočeništvu navodno natjeralo da ubije troje ljudi, uključujući Dawn Brancheau, trenericu orki u SeaWorld Orlando, 2010. Suočena s drastičnim padom posjećenosti parkova SeaWorlda, tvrtka je objavila da više neće uzgajati orke u zatočeništvu (Britannica.com-Sea World).

3.2.7. Legoland

Legoland je prvi međunarodni tematski park u Maleziji koji je otvoren 2012. To je prvi tematski park Legoland u Aziji i šesti u svijetu. Nudi nevjerojatan dan za obitelji s oko 70 vožnji i vodenih tobogana. Uključuje brojne vožnje toboganom i radionice za mlade kreativne umove kako bi izradili lego robote. Postoji Mini-zemlja koja se sastoji od azijskih znamenitosti, rekreiranih pomoću više od 30 milijuna Lego kockica

(Legoland.co). Ovaj je park povezan s odmaralištem slične tematike koje ima restorane, bazene i igrališta. Tematski park Legoland povezan je sa živahnim odmaralištem na temu Lego kocki koje nudi bogatu ponudu restorana, vanjske bazene i igrališta za djecu.

3.2.8. *Hong Kong Ocean Park*

Hong Kong Ocean Park veliki je tematski park u Hong Kongu koji nudi uzbudljiva iskustva ljubiteljima avanture. Sagrađen je na visokom brežuljku i s tri je strane okružen morem. Ocean Park opremljen je najvećim oceanskim akvarijem u regiji jugoistočne Azije, najpopularnijom atrakcijom u parku. Postoji žičara kao popularno prijevozno sredstvo u Ocean Parku kojom se možete popeti na brdo i doživjeti zadivljujući pogled na more s vrha.

Usput se može uživati i u očaravajućem krajoliku južnog okruga otoka Hong Kong. Ocean Park također nudi nevjerojatne performanse morskih lavova i dupina. Ovo mjesto za izvedbu ima jedinstveno okruženje budući da je okrenuto prema moru i iza njega stoje planine. Ocean Park je Forbes izabrao kao jedan od najboljih svjetskih zabavnih parkova.

3.2.9. *Discovery Cove Orlando*

Discovery Cove Orlando tematski je park koji posjećuju svi ljubitelji lude avanture. Ovo je jedno od najrjeđih zabavnih odredišta u Sjedinjenim Državama koje pruža interaktivno iskustvo s vodenim sisavcima, a uz obavezne rezervacije i ograničen kapacitet jedan je od najekskluzivnijih tematskih parkova u zemlji. Najpoznatija atrakcija Discovery Covea je *Dolphin Lagoon* koja organizira 30-minutne kratke grupe s dupinima, pružajući priliku plivati i približiti se nježnim stvorenjima (VisitOrlando.com). Discovery Cove Orlando sadrži područje slatkovodne oaze koje nudi još jedno nevjerojatno iskustvo sa životinjama poput marmozeta i vidri. Uz ostale se ljepote u parku ističe i Wind-Away River, rijeka koja sporo teče i prolazi pokraj uređenih šuma, slapova i špilja. Gotovo svaka avantura ovdje uključuje prolazak kroz vodu (VisitOrlando.com).

3.2.10. Universal Studios Japan

Universal Studios Japan pomalo se razlikuje od drugih studija Universal jer nudi mnoga jedinstvena iskustva poput zabave u svijetu Minionsa i avantura Harryja Pottera. Ovaj tematski park nije ograničen samo na njih, već su vlasnici najavili da će pokrenuti i razne druge aktivnosti. Universal Studios Japan nudi svečane parade tijekom japanskih praznika, čime upoznaje posjetitelje s japanskom kulturom. Najpoznatija i jedinstvena avantura ovog parka jest Čarobnjački svijet Harryja Pottera. Zabavni pothvati ovdje uključuju atrakciju "Harry Potter i Zabranjeno putovanje" koja pruža stvarne uvide u um autorice JK Rowling. U Universal Studiosu mogu se doživjeti čari vrhunske tehnologije. Ostale aktivnosti u ovom nevjerojatnom parku uključuju avanture Čudesnog Spider-Mana, Lovca na čudovišta i Jurski park. Prema Izvješću o globalnom tržištu zabavnih parkova (2022.) broj godišnjih posjetitelja iznosi 14.500.000, dok je godišnji prihod za 2021. iznosio 4,2 milijarde dolara.

Universal Studios Japan jedan je od šest tematskih parkova Universal Studiosa diljem svijeta. Od otvaranja 31. ožujka 2001. japanski zabavni park svake je godine ugostio milijune posjetitelja, uključujući preko 11 milijuna samo u prvoj godini rada. U svojoj kratkoj 20-godišnjoj povijesti, park je značajno narastao, otvorivši unatrag Hollywood Dream roller coaster, 4K3D Amazing Adventures vožnje i novo obiteljsko područje nazvano Universal Wonderland. Iako se očekuje da će se Universal Studios oporaviti u nadolazećim godinama, zabavna franšiza, posebno Universal Studios Japan, teško je pogođena 2020. nakon što su sve njihove globalne lokacije bile prisiljene zatvoriti svoja vrata zbog pandemije COVID-19. Universal Studios Japan bio je zatvoren od veljače do lipnja 2020. i privremeno, drugi put, 25. travnja 2021. (*Global Amusement Park Market Report 2022-2026*).

3.3. Zabavni parkovi – globalna prepoznatljivost

Sukladno navedenim obilježjima zabavnih parkova na globalnoj razini, u nastavku rada, točnije u tablici 1., prikazat će se najvažnije karakteristike zabavnih parkova na globalnoj razni.

Tablica 1. Zabavni parkovi na globalnoj razini

Zabavni park	Karakteristike
<i>Walt Disney World Resort</i>	Najveći zabavni park na svijetu, 20 milijuna posjetitelja godišnje, upravlja mnogim tematskih parkova
<i>Tokyo Disneyland Resort</i>	Prvo širenje Disneylanda na inozemno tržište, 17 milijuna posjetitelja godišnje
<i>Cedar Point</i>	Drugi najstariji park u SAD-u, okružen željeznicom, 3,5 milijuna posjetitelja godišnje
<i>Disneyland California</i>	Dizajniran i izrađen pod nadzorom Walta Disneya, 18,6 milijuna posjetitelja godišnje
<i>Universal Studios</i>	Dizajniran na 49 hektara površine, vodeni svijet, 3D medij
<i>Sea World</i>	Najuspješniji operativni tematski park vodenih životinja i Oceanarium
<i>Legoland</i>	Prvi tematski park u Aziji i šesti u svijetu, sadrži preko 30 milijuna Lego kockica
<i>Hong Kong Ocean Park</i>	Najveći oceanski akvarij, izabran za jedan od najboljih svjetskih zabavnih parkova
<i>Discovery Cove Orlando</i>	Interaktivno iskustvo s vodenim sisavcima poput plivanja s dupinima
<i>Universal Studios Japan</i>	Tematski park ograničen na Minionse i avanturu Harryja Pottera, vrhunska tehnologija, 14,5 milijuna posjetitelja godišnje

Izvor: izrada autorice prema javno dostupnim podacima tvrtki

U tablici 1. izvršena je evidencija zabavnih parkova te njegovih karakteristika. Navedeni zabavni parkovi jedni su od najboljih i najvećih zabavnih parkova na globalnoj razini. Uvelike je poznat Disneyland kao jedan od najvećih zabavnih parkova

koji u svojem sadržaju uključuje niz različitih parkova sastavljenih od raznih atrakcija, od adrenalinskih parkova preko vodenih parkova, parkova baziranih na likovima iz filmova i crtanih serija pa sve do resorta i odmarališta. Navedeni zabavni parkovi sadrže pojedinačne usluge, a odnose se na zabavu djece i odraslih. Posjetitelji ovih zabavnih parkova broje milijunske posjetitelje koji svakodnevno posjećuju zabavne parkove uživajući tako sa svojom obitelji i društvom. Nadalje će se prikazati upravljanje atrakcijama u parkovima na europskoj razini.

4. ZABAVNI PARKOVI U EUROPI

Sami zabavni parkovi postaju turistička područja zbog medijskih plasmana, objekata, zabave, šopinga i raznih sportskih sadržaja, što posljedično dovodi do razvoja teritorija. Sukladno tome, zabavni parkovi pridonose razvoju kako svjetskog tako i europskog područja.

4.1. Disneyland Pariz

Disneyland Paris idealno je odredište za turiste željne zabave. U isto je vrijeme Disneyland jedan od najvažnijih tematskih parkova u Europi koji je počeo raditi 1992. godine. Glavna mu je svrha biti jednim od najvažnijih i najuspješnijih tematskih parkova u Europi (Basarangil, 2018:320). Zadivljujuća tradicionalna francuska obilježja mogu se vidjeti u dizajnu ulica, dvoraca i ilustracija. Čak su i vrtovi parka pomiješani s lokalnim francuskim obilježjima, stvarajući bogatu bit tradicionalnog europskog dvora. Disneyland Paris kombinacija je dvaju glavnih parkova, a to su Disneyland i Walt Disney Studios Park. Ostali sadržaji parka uključuju Disney Village, gdje se nalaze mnoge zabavne aktivnosti poput kina, jela i pića i šopinga, te Golf Disneyland i Lake Disney. U parku se nalaze restorani brze hrane, kafići i trgovine igračkama i suvenirima (European Best Destinations, 2022). Disneyland Paris uveo je novi program pristupačnosti 2021., dajući osobnu autonomiju posjetiteljima s invaliditetom i posebnim potrebama. Godine 2022. Disneyland Paris slavi 30. godišnjicu postojanja (Bloolooop.com).

4.2. Europa-Park

Europa-Park najveći je tematski park u Njemačkoj i drugi najpopularniji tematski park u Europi nakon Disneylanda u Parizu. Europa-Park najveći je zabavni park u Njemačkoj smješten u mjestu Rust u saveznoj državi Baden-Württemberg. Prostire se na 950 000 četvornih metara i zapošljava 3 600 djelatnika tijekom sezone (između ožujka i studenog). Otvoren je od 12. lipnja 1975., a tijekom 2016. posjetilo ga je više od 5,5 milijuna posjetitelja. Europa-Park je u rujnu 2017. nagrađen Zlatnom ulaznicom američkog časopisa Amusement Today i proglašen najboljim zabavnim parkom svijeta za tu godinu (News.de). Tri godine ranije s pariškim je Disneylandom podijelio naslov

najboljeg europskog zabavnog parka. Park je podijeljen na 18 tematskih cjelina nazvanih po jednoj od europskih država, a sadrži i 5 hotela, kamp te kinodvoranu (Europapark.de). Nekoliko njegovih tobogana i atrakcija prvi su te vrste u Njemačkoj. Daljnje proširenje Rulantice, Svalgurok, realizirano je 2021., dok je 2020. rekonstruirana višemilijunska mračna vožnja Pirates of Batavia (Blooloo.com).

4.3. PortAventura World

PortAventura je tematski park i odmaralište na jugu Barcelone u Španjolskoj u Salouu, Tarragoni, na Costa Doradi. Privlači oko 4 milijuna posjetitelja godišnje što ga čini najposjećenijim tematskim parkom u Španjolskoj, a isto je tako šesti najposjećeniji tematski park u Europi. Naselje uključuje i Costa Caribe Aquatic Park te četiri hotela. Najveće je ljetovalište na jugu Europe uz dvije zračne luke udaljenje 30 minuta vožnje, uključujući zračnu luku Reus. Postoji željeznička stanica za PortAventuru koja povezuje Barcelonu i Salou. Park, koji se nalazi na jugu Barcelone, ima pet tematskih područja utemeljenih na povijesnim civilizacijama (Mediteran, Daleki zapad, Meksiko, Kina i Polinezija) te jedno tematsko područje utemeljeno na Ulici Sesame koje je otvoreno za sezonu parka od 2011. (European Best Destinations, 2022.).

Vožnje svjetske klase, tema, smještaj, more nadohvat ruke i natprosječna doza sunca čine PortAventuru, vodeće španjolsko odmaralište tematskih parkova, glavnim privlačnim mjestom za obitelji iz cijele Europe. Obiteljska zemlja SésamoAventura zabavlja mnoge mlade goste. Jedina stvar koja je nedostajala do sezone 2019. bila je mračna vožnja. Posjećenost u 2019. dosegla je 3,75 milijuna. Uz Ferrari Land i vodeni park Caribe smatra se da tri parka unutar šireg PortAventura svijeta privlače više od 5 milijuna posjetitelja godišnje, čemu pridonosi više od 2000 soba i šest hotela u odmaralištu. Britanske, njemačke i ruske obitelji među najvećim su skupinama koje ovdje borave (Blooloo.com).

4.4. Gardaland

Gardaland je zabavni park koji se nalazi u sjeveroistočnoj Italiji. Otvoren je 19. srpnja 1975. te uključuje "Gardaland", "Gardaland Sea-Life" i "Gardaland Hotel". Nalazi se uz jezero Garda. Cijeli kompleks prostire se na površini od 445.000 m², dok je jedini

tematski park površine 200.000 m². Unutar parka nalaze se mehaničke atrakcije i tematski bunar. Svake godine posjeti ga gotovo 3 milijuna ljudi (European Best Destinations, 2022). To ga čini dvostruko popularnijim od drugog najprometnijeg talijanskog zabavnog parka Mirabilandia i stavlja ga na 8. mjesto na popisu najboljih tematskih parkova u Europi.

Na području Gardalanda posjetitelji mogu uživati u osam tobogana, tri vodene vožnje, tri mračne vožnje i nekoliko obiteljskih atrakcija naglašenih tema. Među njima su Peppa Pig Land i Kung Fu Panda Academy. Također ljubitelji Gardalanda mogu uživati u tematskom području posvećenom njegovoj prijateljskoj maskoti, zmaju Prezzemolu, koji je star koliko i sam park. Park je razvio svoju ponudu odmarališta tijekom proteklog desetljeća izgradnjom dvaju tematskih hotela (sada ukupno tri) i akvarija Sea Life. Godine 2022. u parku je otvorena prva mračna vožnja na temu Jumanjija (Blooloop.com).

4.5. Tivoli Garden

Vrtovi Tivoli (ili jednostavno Tivoli) poznati su zabavni park i vrtovi u Kopenhagenu, glavnom gradu Danske. Park je otvoren 15. kolovoza 1843. i drugi je najstariji zabavni park na svijetu nakon Dyrehavsbakkena u obližnjem Klampenborgu. S 4,033 milijuna posjetitelja, Tivoli je drugi najpopularniji sezonski tematski park na svijetu, najposjećeniji tematski park u Skandinaviji i četvrti najposjećeniji u Europi, samo iza Disneylanda u Parizu, Europa-Parka Rusta i Eftelinga (European Best Destinations, 2022). Vrtovi Tivoli inspirirali su Walta Disneya tijekom njegovog istraživanja industrije zabave prije Disneylanda, a atrakcija i dalje oduševljava stanovnike i posjetitelje Kopenhagena nakon više od 175 godina.

Unutar ove danske ustanove posjetitelji mogu uživati u složeno uređenom nizu zabave, rekreacije i gostoprimstva. Budući da nema izlaz na more, u Tivoliju postoji mnogo zračnih vožnji. Među njima su Star Flyer, Vertigo, Fata Morgana i Golden Tower. Park je također poznat po svojim restoranima i koncertnom programu. Park i njegove atrakcije lijepo su dizajnirani. Vrtovi Tivoli preuzimaju napomene iz Art Decoa, tradicionalne istočnjačke arhitekture i utjecaja bliže domu. Vožnje, atrakcije i vrtovi

privukli su 4,58 milijuna posjeta u 2019. Ta brojka predstavlja pad od 5,5 posto u odnosu na 2018. (Blooloop.com).

4.6. Legoland Billund Danska

Legoland Billund bio je prvi Legoland park na svijetu koji je smješten u blizini sjedišta Lego grupe i još uvijek je moćan nakon više od 50 godina. Njegova sposobnost da privuče gotovo dva milijuna gostiju godišnje (1,95 milijuna u 2019.) u grad s nešto više od 6500 stanovnika dokaz je moći poznate kockice. Na svom debiju 1968. Legoland se sastojao od vožnje vlakom koji je kružio oko sela Lego modela. Nazvan Miniland, potonji je sada ključna komponenta svih devet Legoland parkova i 27 Legoland Discoveryja centara diljem svijeta. Uz to se može pohvaliti pojedinim jedinstvenim značajkama kao što su Legoredo Town i Polar Town te, od 2021., prvim europskim Lego Movie Worldom. Otvaranjem Lego Housea 2018. globalni status Billunda kao centra Lego turizma sve je veći iz godine u godinu, a smatra se da će posjećenost biti još veća u budućim razdobljima (Blooloop.com).

4.7. Wiener Prater

Wiener Prater veliki je javni park u Drugom bečkom okrugu (Leopoldstadt). Kada ljudi govore o Wiener Parteru, često misle na "Wurstelprater". Takozvani "Wurstelprater" najstariji je zabavni park na svijetu, dok se Wiener Prater sastoji od više cjelina, a to su Hauptallee (glavna aleja), Krieau i Praterstadium (Ernst Happel Stadium). Prater se prvi put spominje u dokumentu 1162. za vrijeme vladavine cara Friedricha I. Godine 1766. car Josef II. darovao je to područje Bečanima te je otada Prater bio dostupan svima. Nakon toga nastale su kuglane, kina, kafići i vrtuljci (European Best Destinations, 2022).

4.8. Usporedna obilježja zabavnih parkova na europskoj razini

Zabavni parkovi na europskoj razini imaju nešto manje posjetitelja u odnosu na velike zabavne parkove na globalnoj razini. Isto tako, površinski su nešto manje, no ono što ih povezuje jest niz atrakcija i usluga koje nude. U tablici 2. navode se ukupna obilježja zabavnih parkova u Europi.

Tablica 2. Zabavni parkovi na Europskoj razini

Zabavni park	Karakteristike
<i>Disneyland Pariz</i>	Jedan od najvažnijih tematskih parkova u Europi, uvedene rekreacijske aktivnosti
<i>Europa Park</i>	Najveći tematski park u Njemačkoj i najpopularniji u Europi, 5,5 milijuna posjetitelja godišnje, podijeljen na 18 tematskih cjelina
<i>PortAventura World</i>	Tematski park i odmaralište na jugu Barcelone, 4 milijuna posjetitelja godišnje, podijeljen u 5 tematskih područja
<i>Gardaland</i>	Zabavni park u sjeveroistočnoj Italiji unutar kojeg se nalaze mehaničke atrakcije i tematski bunar, 3 milijuna posjetitelja godišnje
<i>Tivoli Garden</i>	Zabavni park i vrtovi u Kopenhagenu, drugi najstariji park u svijetu, 4 milijuna posjetitelja godišnje
<i>Legoland Billund</i>	Prvi Legoland park smješten u blizini sjedišta Lego grupe, 2 milijuna posjetitelja godišnje
<i>Wiener Prater</i>	Veliki javni park u Bečkom okrugu, najstariji park na svijetu

Izvor: izrada autorice prema javno dostupnim podacima tvrtki

U tablici 2. vidljiv je popis niza zabavnih parkova koji su smješteni na europskom teritoriju. Što se tiče broja posjetitelja, vidljivo je kako je broj posjetitelja dosta manji u odnosu na velike globalne zabavne parkove, no ovi parkovi nude pregršt atrakcija, vodenog svijeta, parkova i zanimljivosti. Kako na globalnoj razini tako i na europskoj, Disneyland drži prvo mjesto s obzirom na površinu i broj posjetitelja. Međutim svaka veća europska država može se pohvaliti barem jednim zabavnim parkom koji bi bilo zanimljivo posjetiti te u kojemu bi uživala i djeca i odrasli.

5. ZABAVNI PARKOVI U HRVATSKOJ

Stvaranjem zabavnog parka u pojedinom području porastao je doprinos razvoju tog područja tj. turizma. Samo područje zabavnog parka postaje u jednu ruku poznat kao centar zabave. Zabavni parkovi u Republici Hrvatskoj obiluju atraktivnim prostorima, stvarajući ujedno povoljne uvjete za poslovanje, razvoj teritorija i privlačenje turista.

5.1. Aquapark Istralandia

Aquapark Istralandia prekrasan je vodeni svijet koji se prostire na preko 81.000 m², a nalazi se samo 5 km od morske obale, na izravnom izlazu s autoceste Novigrad-Nova Vas i glavnoj cesti između autoceste i grada Novigrada. Istralandia nudi obilje opuštanja i uzbuđenja uz zajamčenu dozu adrenalina na 20 različitih tobogana s preko 1,6 km tubusa: visoki i strmi za one hrabre, tobogani s gumenim čamcima i tube-tobogani najnovije tehnologije. Ovaj zabavni park ima najveći bazen s valovima u ovom dijelu Europe. Aquapark Istralandia namijenjen je obiteljima s djecom svih uzrasta, a dozu adrenalina i zabavu mogu pronaći na dječjem tornju. U listopadu 2014. Aquapark je u Rimu osvojio posebnu nagradu za poduzetnički projekt godine u kategoriji novih vodenih parkova, poznatu kao "Oscar parkova zabave". Kirmes&Park Revue dvije je godine zaredom nagradio aquapark Istralandiu na najprestižnijem europskom sajmu atrakcija (EAS 2015 i EAS 2016) u kategoriji najboljih aquaparkova u Europi među 300 aquaparkova, a Njemačka još jednom prestižnom nagradom naziva "Najbolji vodeni parkovi u Europi".

5.2. Aquapark Aquacolors Poreč

Aquapark Aquacolors jedan je od najvećih vodenih parkova u jugoistočnoj Europi smješten nedaleko od Poreča koji je s radom počeo u svibnju 2015. Površina na kojoj se nalazi prostire se na 95 000 m², a na njoj se mogu pronaći valni bazen, lijena rijeka, niz atrakcija s petnaest velikih tobogana, zabavni sadržaji za manje uzraste te zone za opuštanje. SCP Distributors LLC 2019. nagradio je aquapark Aquacolors kao najbolji europski projekt (Aquacolors.eu). Što se tiče radnog vremena, aquapark je otvoren od svibnja do kraja rujna, dok se cijena ulaznica formira sukladno razdoblju dolaska u aquapark. Tijekom lipnja i rujna ulaznica je povoljnija, dok za vrijeme srpnja i kolovoza

ima višu cijenu. Novina u Aquacolorsu jest novi Crocodile bay koji ima hidromasažnu klupu te nove tobogane za djecu.

U sklopu niza atrakcija i bazena Aquacolors ima i ponudu pića i hrane. Suncobrani, ležaljke i parking besplatni su za korisnike aquaparka. Atrakcije koje aquacolors pruža jesu: Magicone, Windigo, Family Rafting Slide, Looping rockets, Spheres, Turbolance, Multisurf, Freefall, Uphill navigator, Space boat, Black hole te Body slide. Sadržaji za djecu uključuju Tornado, Twister i dječje igralište. Bazeni koje Aquacolors sadrži jesu bazen s valovima, Lazy river, Crocodile cave bar, Crocodile bay, Kids crocodile pool te dječji bazen. U samom parku zaposleni su i spasioци koji vrše nadzor nad posjetiteljima, a naročito paze na sigurnost najmlađih.

5.3. Dinopark Funtana

Dinopark Funtana tematski je park koji se nalazi na obali Istre u području između Poreča i Vrsara, a otvoren je od 2009. Ovaj park poznat je po dinosaurima u stvarnoj veličini, raznim vlakovima, zalogajnicama te različitim programima. Prekrasan krajolik ispunjen stjenovitom klisurom i raskošnim šumama skriva ovaj park koji sadrži uzbudljive atrakcije, pokretne dinosaure, adrenalinske vožnje kao i nastupe uživo. Ako su posjetitelji zainteresirani za show programe uživo, Dinopark će im pružiti niz programa u areni "Dino Dome" koji izvode animacije za sve posjetitelje. Od preostalih atrakcija u Dinopark Funtani mogu se iskoristiti vožnje u piratskom brodu Tortuga, Dragon Coasteru, Twister Flyu, Safari busu te Flintstone rideu. Uz razne uzbudljive vožnje ponudu povećavaju i aktivnosti vezane za lov na čudovišta, jahanje dinosaura, streličarstvo, mini zoo, poni ekspres, trampoline i niz igrališta. Isto tako pruža se i mogućnost ulaska u takozvani prapovijesni svijet „Gondwana“ i „Pangea“ koji sadrži više od 80 dinosaura. Nezaboravno iskustvo pruža 80 vjernih replika prvobitnih divova koji su milijunima godina dominirali zemljom, a izražajno su integrirani u tajanstveni krajolik (Dinopark.hr).

5.4. Aquapark Dalmatia

Aquapark Dalmatia prvi je dalmatinski vodeni park u Republici Hrvatskoj koji je smješten u obiteljskom dijelu Amadria Parka u Šibeniku. U svojem sadržaju obuhvaća niz tobogana, prskalica, slapova i mlaznica, a neke od najpopularnijih atrakcija su "lijena rijeka", velika bačva i dječja zona. Prostire se na površini preko osam tisuća četvornih metara gdje odrasli i djeca mogu uživati u brojnim atrakcijama. Kapacitet Aquaparka Dalmacija obuhvaća 1.000 posjetitelja o kojima brinu profesionalni spasioci. Najviša točka u Aquaparku, koja se nalazi na visini od 13,5 metara, svakih nekoliko minuta na lijenoj rijeci izlijeva vodu na posjetitelje parka. Dječji svijet sastoji se od dječje zone i nove bajkovite špilje dizajnirane u živim bojama. Ulaznica za Aquapark nudi avanturu u vodi, ležaljke, suncobrane, tuševe i garderobu. Snack bar Splash nudi hranu i piće, uključujući i domaći sladoled (Aquapark Dalmatia.com).

5.5. Fun park Biograd

Fun Park Biograd tematski je zabavni park smješten u Zadarskoj županiji, odnosno udaljen 2 kilometra od Biograda na Moru. S radom je započeo 2017. te obuhvaća površinu od 45.000 m². Podijeljen je na tematske cjeline koje se odnose na Svemir, Gusarski grad ili Divlji zapad. Od 2019. uvedena je još jedna zabavna atrakcija naziva Atlantis, pri čemu se vagonom može popeti na visinu od 20 metara. Nakon toga spušta se velikom brzinom u vodu tako da popraska posjetitelje i goste koji se voze u vagonu. Uz navedene atrakcije Fun park Biograd nudi i atrakcije poput ferris wheela, rollercoastera, spinning coastera i drugih raznih dječjih i obiteljskih atrakcija. Zabavu u parku provode animatori, mađioničari, žongleri, cirkusanti te razni performer. Hit atrakcija Fun parka Biograd svakako je XD Dark Ride odnosno avanturističko i virtualno putovanje bespućima računalne stimulacije. Ugostiteljski objekti u parku omogućit će svim posjetiteljima veliku ponudu hrane i pića, a isto tako otvorena je i suvenirnica. Za potrebe organiziranja proslava, vjenčanja, teambuildinga ili rođendana mogu se po narudžbi sklopiti dogovori u samom Fun parku (Funparkbiograd.com).

5.6. Usporedna obilježja zabavnih parkova u Republici Hrvatskoj

Zabavni parkovi u Republici Hrvatskoj podosta su manji u odnosu na globalne i europske zabavne parkove s nešto manjim brojem posjetitelja. Najpoznatiji zabavni parkovi u Republici Hrvatskoj usporedno su prikazani u nastavku rada.

Tablica 3. Zabavni parkovi u Republici Hrvatskoj

Zabavni park	Karakteristike
<i>Aquapark Istralandia</i>	Prostire se na preko 81.000m ² , 20 različitih tobogana i najveći bazen s valovima
<i>Aquapark Aquacolors Poreč</i>	Jedan od najvećih vodenih parkova u jugoistočnoj Europi, 15 velikih tobogana, stekao titulu najboljeg europskog projekta, površina 95.000 m ²
<i>Dinopark Funtana</i>	Park poznat po dinosaurima prirodne veličine, više od 80 vrsta dinosaura
<i>Aquapark Dalmatia</i>	Dalmatinski vodeni park na površini od 8.000 m ² , kapacitet je 1.000 posjetitelja, najpopularnija atrakcija jest "lijena rijeka"
<i>Fun park Biograd</i>	Tematske cjeline Svemira, Gusarskog grada i Divljeg zapada; mogućnost iznajmljivanja parka za razne organizacije proslava

Izvor: izrada autorice prema javno dostupnim podacima tvrtki

Tablica 3. prikazuje zabavne parkove na području Republike Hrvatske. Međutim jednostavno je primijetiti kako se zabavni parkovi nalaze na obali odnosno na području Istre i Dalmacije te se isti baziraju na vodenoj tematici. Zabavni parkovi u Republici Hrvatskoj imaju manji broj posjetitelja od prethodno opisanih parkova, no čine veselje i zabavu posjetiteljima iz okolnih mjesta koji žele upotpuniti slobodno vrijeme izletom izvan mjesta boravka. Otvaranjem zabavnih parkova u pojedinom području raste i zainteresiranost turista koji dolaskom na more sa svojom obitelji posjete zabavni *aquapark* ili pak *fun park*. Mogućnosti razvoja vrlo su široke s obzirom na slabiju iskorištenost kontinentalnog prostora zemlje.

6. ANALIZA UTJECAJA OKRUŽENJA

6.1. Konkurentnost i upravljanje

Zabavni parkovi se orijentiraju na atrakcije koje razvijaju kao svoj atrakcijski miks. Upravljanje atrakcijama temelji se na razvoju destinacija u suradnji s lokalnim zajednicama te novim i stalnim posjetiteljima. Samim time, kako bi privukli brojne turiste, menadžeri i istraživači nude sve veću raznolikost atrakcija. Temeljem analize parkova različitog regionalnog obuhvata uočena je veća orijentacija razvoju atrakcija koje razvijaju interakciju s djecom i odraslima. Da bi se uspješno moglo upravljati atrakcijama, potrebno je zadovoljiti čimbenike poput brige o okolišu (npr. higijena i čistoća), iskustva (npr. problem pretrpanosti), lokacije i/ili prijevoza (npr. jednostavan pristup), cijene, namjene (npr. fotografiranje), ciljne skupine i prikladnosti (npr. s djecom ili bez djece) te vremena. Upravitelji atrakcija vode računa o tome kako putem društvenih medija uputiti buduće posjetitelje u park te zadovoljiti potrebe i želje posjetitelja. Industrijom atrakcija upravitelji nastoje poboljšati tako što su fokusirani na kvalitetu usluge te time privlače više posjetitelja u budućim razdobljima.

Sve veća konkurencija trenutno vrši pritisak na ostale upravitelje atrakcijama jer svaki zabavni park nastoji iz dana u dan poboljšati usluge i kvalitetu te povećati konkurentnost novim atrakcijama. Uzmemo li kao primjer Hong Kong Disneyland i Ocean Park, natjecanje je sve veće pa njihovi menadžeri uvijek traže različite načine da se razlikuju tematski, dekoracijama te kvalitetom usluga kako bi bili što konkurentniji. Ovaj rad pokazuje kako neki čimbenici, primjerice fizičko okruženje atrakcije, jesu važni za posjet, no isto tako omjer cijene i kvalitete te razne inovacije uvjetuju ponovni dolazak. Stoga bi menadžeri atrakcija trebali voditi računa o čimbenicima na koje posjetitelji obraćaju pozornost jer to u suprotnom može rezultirati gubitkom reputacije povezane s kvalitetom ponude.

Kako bi menadžeri dobili povratne reakcije, valja iskoristiti društvene mreže kao alternativni medij za okupljanje potrošača te odgovarati na moguća pitanja online recenzijama.

6.2. Korisničke usluge

Povećanjem kvalitete usluga povećava se i broj posjetitelja, a prihvaćanjem različitih online platformi uvidjelo bi se što zanima posjetitelje odnosno što bi oni voljeli znati prije odlaska na pojedinu atrakciju. Nakon što se online recenzijama prikupe podatci, korisnici objavljuju svoja osobna iskustva na internetskim platformama na kojima budući posjetitelji mogu pregledati komentare i označiti ih korisnima. Sukladno tome, upravljanje atrakcijama moguće je i uz platforme koje mogu pokazati što sve zanima buduće posjetitelje. Pregledom web stranica parkova za potrebe ovog istraživanja uočeno je da menadžeri zabavnih parkova na taj način istražuju zadovoljstvo posjetitelja parkom, ugostiteljstvom, okolišem, cijenom i ostalim čimbenicima.

Kako se međunarodni turizam povećava, konkurencija u industriji atrakcija biva sve veća, stoga je ključno da se upravitelji atrakcija usredotoče na pojedino turističko tržište (ciljne skupine) te istraže specifičnosti zahtjeva potencijalnih posjetitelja. Upraviteljima atrakcija i menadžerima glavni je cilj ispitati područja interesa u provođenju slobodnog vremena, odnosno identificirati specifična obilježja potražnje.

6.3. Održivost atrakcija

Učinkovito održivim upravljanjem atrakcijama moguće je postići praćenje potrošnje energije, količine vode (npr. za vodene parkove) i otpada te ostalih preostalih troškova. Provedba energije mora biti u sustavu štednje, dok sustavi i programi upravljanja vodom i otpadom dovode do uštede troškova te pri tome pomažu u očuvanju okoliša. Korištenje alternativnih goriva za prijevoz na atrakcijama, planovi upravljanja biološkom raznolikošću i edukacija o održivoj ekološkoj praksi također mogu pomoći pri uštedi troškova. Sukladno tome, da bi se uspješno upravljalo atrakcijama za posjetitelje, moraju se usvojiti razni industrijski državni planovi, zakonodavstvo i smjernice koje su potrebne za održivo upravljanje atrakcijom te koje su svim zabavnim parkovima propisane raznim odlukama. Dakle uspješno upravljanje atrakcijama uključuje energiju, vodu, otpad, recikliranje, transport, bioraznolikost, edukaciju, praćenje utjecaja na atrakciju, društveno i kulturno održivo upravljanje te ekonomski održivo upravljanje atraktivnošću. Naime uz upravljanje tehničkim stvarima postoji i

propisano upravljanje učinkom posjetitelja (interakcija, razvoj kulturnih kompetencija). Tu se mogu navesti i drugi čimbenici koji bi trebali biti predmetom nekih budućih istraživanja, primjerice kodeksi ponašanja, zaštita područja te praćenje utjecaja posjetitelja i nosivosti. Sukladno tome, razni zabavni parkovi kao i upravljanje atrakcijama iziskuju veliki opseg poslova i brige kako bi posjetitelji bili zadovoljni uslugama, kako bi sve atrakcije zadovoljile njihova očekivanja i kako bi se posjetitelji opet vratili u pojedini zabavni park.

7. ZAKLJUČAK

Postoje različite vrste atrakcija za posjetitelje diljem Hrvatske, Europe ili svijeta. Zabavni parkovi imaju važnu ulogu u privlačenju turista jer se turistička destinacija smatra geografskom cjelinom koja ima sve bitne komponente za privlačenje turista.

Zabavni su parkovi oni parkovi koji sadrže niz aktivnosti odnosno niz atrakcija poput vožnji, raznih igara, zabavnih sajmova, karnevala, izložbi, predstava, šoping područja, odmarališta i ostalo. Iz godine u godinu zabavni parkovi sve su popularniji. Zabavni i tematski parkovi namijenjeni su različitim dobnim skupinama djece i odraslih jer veći dio njih nudi ponešto za svaku dobnu. Iz tog ih razloga mogu posjećivati svi uzrasti. Sukladno navedenim globalnim zabavnim parkovima, najveći i najpoznatiji parkovi pripadaju Walt Disney World Resortu koji ujedno broji najveći broj posjetitelja i tematskih parkova diljem svijeta. Najpoznatiji zabavni parkovi u Europi imaju nešto manje posjetitelja, no i dalje su vrlo poznati i posjećeni. Zabavni parkovi u Republici Hrvatskoj u pravilu su smješteni na obali, odnosno u Istri i Dalmaciji, a čine ih uglavnom vodeni parkovi.

Svaki od navedenih zabavnih parkova ističe se jedinstvenim dizajnom i oblikom te nizom raznih sadržaja za ljubitelje adrenalinskih vožnji. Oblik, dizajn i sadržaj atrakcija koriste se kao „osnovno oružje“ u odnosu na konkurentske zabavne parkove koji također žele privući pozornost javnosti. Budući da atrakcije mogu biti središnja točka pojedinog odredišta, važno je da se njima održivo upravlja. Nadalje, uspjeh tematskih i zabavnih parkova može se pripisati sljedećem: osiguravanju sigurnosti i udobnosti posjetitelja, originalnosti i jasnoći teme, razvoju u skladu s tržišnim promjenama, stalnom tehničkom ažuriranju i dobroj prometnoj povezanosti.

Industrija tematskih parkova danas se nastavlja razvijati, što pridonosi kvaliteti odmora, razvoju teritorija i visokom stupnju konkurentnosti. Turizam destinacije kroz atrakcijsku osnovu može značajno pokrenuti gospodarstvo i osigurati sigurna radna mjesta, i direktnim i indirektnim spektrom utjecaja.

LITERATURA

Knjige:

1. Inskeep, E. (1991.) *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, Van Nostrand Reinhold, New York.
2. Križman Pavlović, D. (2008.) *Marketing turističke destinacije*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam „ Dr. Mijo Mirković“. Zagreb: Mikrorad d.o.o.
3. Kušen, E. (2002), *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb.
4. Lew, A. (2000.) *Attraction*, In Encyclopedia of Tourism, J. Jafari, Routledge, London.
5. Magaš, D. (2000.) *Razvoj hrvatskog turizma*, Konceptija dugoročnog razvoja, Rijeka.
6. Magaš, D., Vodeb K., Zadel Z. (2018.) *Menadžment turističke organizacije i destinacije*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka.
7. Mazilu, M (2010.) *Responsibilities in Management of Tourist Destinations*, Management & Marketing, Craiova.
8. Mijatović, M (2021.) *Tematski parkovi u Republici Hrvatskoj*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula.
9. Petrić L. (2011.) *Upravljanje turističkom destinacijom*, Split,
10. Richards B. (1997.) *Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja*, Potecon, Zagreb.
11. Swarbrooke, J. (2002.) *The development and management of visitor attractions*, 2nd edition, Burlington.

Znanstveni radovi:

1. Basarangil, I (2018). Investigation of Tourism General Environment of Disneyland Paris Theme Park: A Qualitative Research, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Vol.6, No.3., str. 316. – 333.
2. Brown, K., G., Cawe, J., (2010.) Island tourism: Marketing culture and heritage- Editorial introduction to the special issue, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 4, No. 2, str. 87. – 95.
3. *Global Amusement Park Market Report 2022-2026*.

4. Levochkina N. A. (2018.) Theme Parks and Their Contribution to the Development of Territories, IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science, *IOP Publishing*.
5. Kušen, E. (2001.) Turizam i prostor: Klasifikacija turističkih atrakcija, *Prostor*, Vol.21., No.1., str. 1-12.
6. Vrtiprah, V., (2006.) Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude, *Ekon. misao praksa*, Vol. 15. No. 2., str. 279-296.

Internet izvori:

1. Aquacolors.eu, https://www.aquacolors.eu/hr/?gclid=CjwKCAjwu5yYBhAjEiwAKXk_eKqzEMCInVVW_R7iMUzNg9_RmtJYTsc8VboauEnZD8i2fHda6doepHoCI5oQAvD_BwE (15. svibnja 2022.)
2. Aquapark Dalmatia.com, <https://aquapark-dalmatia.com/hr/o-nama/> (15. svibnja 2022.)
3. Bloolooop.com, <https://bloolooop.com/theme-park/in-depth/top-theme-parks-europe/> (10. svibnja 2022.)
4. Britannica.com - SeaWorld, <https://www.britannica.com/topic/SeaWorld> (9. svibnja 2022.)
5. European Best Destinations.com, <https://www.europeanbestdestinations.com/top/best-amusement-parks-in-europe/> (10. svibnja 2022.)
6. EuropaPark.de, <https://www.europapark.de/de> (10. svibnja 2022.)
7. Family Travel (2018.) *The 6 biggest theme parks in the world*, <https://www.familytravel.com.au/the-6-biggest-theme-parks-in-the-world/> (8. svibnja 2022.)
8. Funparkbiograd.com, <https://www.funparkbiograd.com/> (15. svibnja 2022.)
9. Global Brands Magazine (2020.) *Top 10 Biggest Theme Parks In The World.*, <https://www.globalbrandsmagazine.com/top-10-biggest-theme-parks-in-the-world/> (11. svibnja 2022.)
10. Inside the Magic (2020.) *Which is the Biggest Disney Park? Here's What Sets Each Disney Resort Apart!*, <https://insidethemagic.net/2020/05/disney-parks-by-size-ky1/> (8. svibnja 2022.)

11. Levine, A., (2019.), *What is the Difference Between a Theme Park and an Amusement Park?* <https://www.tripsavvy.com/theme-vs-amusement-parks-3225648> (9. svibnja 2022.)
12. News.de, <https://www.news.de/vermishtes/855288586/europa-park-investiert-mehr-als-60-millionen-euro/1/> (8. svibnja 2022.)
13. SnowShue – Cedar Point,
<https://f.hubspotusercontent40.net/hubfs/9484043/Cedar-Point-Amusement-Park.pdf> (8. svibnja 2022.)
14. VisitOrlando.com, <https://www.visitorlando.com/media/> (8. svibnja 2022.)

POPIS TABLICA

Tablica 1. Zabavni parkovi na globalnoj razini	20
Tablica 2. Zabavni parkovi na europskoj razini.....	26
Tablica 3. Zabavni parkovi u Republici Hrvatskoj.....	30

SAŽETAK

Zabavni parkovi postali su važan barometar potrošnje te su isto tako posebno važni za ekonomiju. S jedne strane kupci traže zabavu s obitelji, dok s druge strane vlasnici parkova i područja na kojima se park nalazi teže ostvariti što veću posjećenost. Posjećenost zabavnim parkovima raste iz godine u godinu. Samim time parkovi sami uvode neke nove atrakcije kako bi što više zainteresirali javnost. Pritom je ključno planirati izgradnju atrakcija i odabrati ciljano tržište koje je najpogodnije za djecu i obitelj. Isto tako postoji stručni kadar koji upravlja tim objektima i atrakcijama. Naime, uz upravljanje tehničkim stvarima, postoji i propisano upravljanje učinkom posjetitelja. Tu se mogu navesti kodeksi ponašanja, zaštita područja te praćenje utjecaja posjetitelja i nosivosti. Uz atrakcije koje se u parku mogu iskoristiti, parkovi uključuju i ugostiteljske objekte kako bi posjetiteljima pružili i usluge noćenja te mogućnosti konzumacije hrane i pića.

Ključne riječi: zabavni parkovi, međunarodne atrakcije, upravljanje, posjetitelji, utjecaji

SUMMARY

Amusement parks have become an important barometer of consumption that is particularly crucial to the economy. On the one hand, customers are looking for fun with their family, while on the other hand, the owners of the parks and the areas where the park is located strive to achieve the highest possible attendance. Attendance at amusement parks is growing year by year. As a result, the parks themselves introduce some new attractions in order to interest the public as much as possible. Amusement parks are based on sophisticated planning of the construction of attractions, targeting the market that is most suitable for children and families. Likewise, the management of attractions is in charge of professional staff who manage these facilities and attractions. Namely, in addition to the management of technical matters, there is also a prescribed management of visitor performance. Codes of conduct, protection of the area, monitoring of visitor impact and capacity can be specified there. In addition to the attractions that can be used in the park, the parks also include catering facilities to provide visitors with overnight services and the possibility of consuming food and drinks.

Keywords: amusement parks, international attractions, management, influences