Sportski turizam

Marinović, Dorotea

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:643091

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

DOROTEA MARINOVIĆ

SPORTSKI TURIZAM

Završni rad

Pula, rujan 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

DOROTEA MARINOVIĆ

SPORTSKI TURIZAM

Završni rad

JMBAG: 0303066316, redovita studentica
Studijski smjer: Turizam

Predmet: Ekonomija doživljaja

Znanstveno područje: Društvene znanosti
Znanstveno polje: Ekonomija
Znanstvena grana: Turizam
Mentor: izv. prof. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, rujan 2020.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana_____, kandidat za prvostupnika ekonomije, smjera_____, ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega 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 kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

_____

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, _____, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „_____" 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 kopira 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, _____ (datum)

Potpis
_____

SADRŽAJ

1. UVOD 1
2. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA 3
2.1. Pojmovne odrednice i konceptualni okvir 3
2.2. Oblici selektivnog turizma 4
2.3.Odgovorno i održivo razvojno određenje 9
3. SPORTSKI TURIZAM – KONCEPTUALNI OKVIR 13
3.1. Pojmovni okvir sportskog turizma 13
3.2. Povijesni razvoj sporta i sportskog turizma 16
3.3. Pojavni oblici sportskog turizma 17
4. SPORTSKI TURIZAM U SVIJETU 20
4.1. Značaj svjetskih manifestacija u sportu 20
4.2. Olimpijske igre 21
4.3. ATP Turnir 23
4.4. Svjetska nogometna prvenstva 25
5. SPORTSKI TURIZAM U HRVATSKOJ 27
5.1. Specifičnost razvoja sportskog turizma u Hrvatskoj 27
5.2. Ponuda sportskog turizma u Hrvatskoj 30
5.3. Budućnost sportskog turizma u Hrvatskoj 34
6. ZAKLJUČAK 36
LITERATURA 38
SAŽETAK 40
SUMMARY 41
POPIS SLIKA 42
POPIS TABLICA 43

1. UVOD

U suvremeno doba globalnih promjena na turističkom tržištu koje je pod svakodnevnim utjecajem razvoja novih inovacija, tehnologija, ali i marketinških prilika razvoja destinacija, turizam više nema status globalnog fenomena kao nekad, sa ponudom jedinstvenog proizvoda sunca i mora. Turizam je danas postao usko specijalizirana gospodarska djelatnost, razvijajući svoje selektivne oblike sukladno speifičnim i personaliziranim zahtjevima turista te dobivajući tako na važnosti na svim emitivnim i receptivnim tržištima. Spotski turizam omogućuje iskustvo koje turist doživljava životnim trenucima svakodnevnog života destinacije koja posjećuje, aktivno i osobno sudjelujući u aktivnostima koje se odvijaju, istražujući tradicije, običaje i običaje mjesta kako bi s jedne strane posjetitelju omogućio da bude sposobni uživati (vizualno i materijalno) u autentičnom, jedinstvenom i osobnom iskustvu; s druge strane, izravno utječe na vitalnost destinacije i ponovno otkrivanje njezinih korijena od strane lokalnog stanovništva. Imajući to na umu, segment sportskog turizma već godinama raste.

Sport i rekreacija su danas postali snažno povezani činitelji sportskog turizma te su kao takvi metoda izbora putovanja sportskih turista u sportski promoviranu destinaciju. Međuovisnošću turizma i sporta kreiran je sukcesivan odnos istih te je time nastao specifičan turistički oblik – sportski turizam. U smislu optimalnog iskorištenja potreba svojih resursa neke destinacije za razvoj sportskog turizma, ista mora jako dobro poznavati svoje mogućnosti i sportsku ponudu, međutim, potrebno je uvijek izvršiti analizu i budućih potražnja za sportom da bi destinacija svojim naporima se istaknula i opstala na turističkom tržištu kao sportska destinacija.

Cilj istraživanja u ovome radu je prikazati sportski turizam u teoriji te na praktičnim primjerima u svijetu i Hrvatskoj kao važan selektivni oblik i komponentu generiranja velikih turističkih prihoda. Svrha je rada ukazati na važnost egzistencije, opstanka i budućih perspektiva sportskog turizma te njegova značaja u ukupnom turizmu jer se isti u suvremeno doba sve više razvija, zajedno sa potrebama i sviješću turista o važnosti sporta u rekreativnim aktivnostima.

Struktura rada podijeljena je na šest međusobno povezanih cjelina. U uvodu je data uvodna riječ problematike teme, prikazan je cilj i svrha istraživanja te

znanstvene metode. U drugom dijelu prikazani su selektivni oblici turizma sa pojmovnim odrednicama, oblicima te održivim određenjem. U trećem dijelu prikazan je konceptualni okvir sportskog turizma, koji uključuje pojmovni okvir, povijesni razvoj te pojavne oblike sportskog turizma. U četvrtom dijelu prikazan je sportski turizam u svijetu sa obradom svjetski značajnih sportskih manifestacija, kao što su ATP turnir, Olimpijske igre i svjetska nogometna prvenstva. U petom dijelu prikazan je sportski turizam u Hrvatskoj, opis njegove specifičnosti, ponude sportskog turizma u Hrvatskoj te razvojne perspektive u budućnosti. U zaključku su date završne misli autorice o obrađenoj temi.

U radu su, u različitim kombinacijama, korištene sljedeće znanstveno – istraživačke metode: metoda deskripcije, povijesna metoda, metoda generalizacija, metoda komparacije, metoda kompilacije, metoda apstrakcije, induktivna i deduktivna metoda te metoda analize i sinteze.

2. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA

Kao protuteža pojmu masovni turizam javili su se specifični oblici turizma nazvani selektivni oblici turizma kao pojam. Ako je masovni turizam koncept razvoja turizma u kojemu turist kao pojedinac nije prepoznat, u tzv. selektivnom turizmu pojedinac je prepoznat. Prilikom definiranja pojma selektivnog turizma javlja se isti problem kao i kod definiranja pojma turizma, postoje brojni pokušaji definiranja tog pojma. Selektivnim turizmom označavaju se oni oblici turističkog kretanja u kojima sudjeluju turisti motivirani nekim posebnim interesima. Razvoj različitih oblika turizma u turističkim destinacijama omogućuje njihovu uspješnost u konkurentnom okruženju. Mnoge destinacije razvijaju selektivni turizam kao novi oblik koji će obogatiti turističku ponudu i privući nove potencijalne turiste.

Selektivni turizam kao pojava je vrlo važan za turističku djelatnost, a da bi se njegov fenomen lakše razumio, potrebno je ukazati na razloge koji su uopće potaknuli turističke djelatnike i institucije da ulože napore na razvoj ovog suvremenog oblika turizma. U prošlosti se uvijek razvijao masovni turizam i nije bilo naglaska na individualnosti, ali sa sve većom demografskom ekspanzijom, razvojem društva i inovacija nastala je potreba za selektivnim turizmom.

Prema autoru Jadrešiću selektivni turizam je: „sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma utemeljen na selekciji programa, odgovornom ponašanju svih sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja, kvalitetnoj razini usluge, izvornom identitetu i humanitetu usluge, uz poželjan i zakonomjeran te uravnotežen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području“ (Jadrešić, 2001.). U tom smilsu Jadrešić naglašava definiciju selektivnog turizma kao temeljnu determinantu suvremenog turizma gdje isti klasifikacijom na selektivne oblike dobiva na progresivnom značaju, individulanosti i specifičnosti za svaki oblik.

2.1. Pojmovne odrednice i konceptualni okvir

Turisti danas sve više napuštaju motive putovanja kao što su sunce i more, te razvijaju nove motive kao što su zdravlje, vjera, ljubav prema kulturi, prirodnim ljepotama i slično. Osim toga, oni danas žele provesti svoj godišnji odmor u aktivnom odmoru. Da bi turizam bio održiv on mora biti ekonomski održiv ali i ekološki održiv,

tj. turistička destinacija mora usporedno sa težnjom za sve većim stopama rasta održavati i kvalitetu svojih prirodnih, društvenih, kulturnih i prostornih resursa (Luković, 2012.).

Danas se selektivni oblici turizma vežu uglavnom za bogatstvo prirodnih resursa i kulturne baštine, odnosno onoga što je stvorila priroda, ali i čovjek u prošlosti, a danas služi kao spomenik kulture nekadašnje ljudske djelatnosti. Svaki selektivni oblik turizma zahtijeva postojanje specifičnih resursa kojima se nastoje zadovoljiti ciljevi tih selektivnih oblika. Kod njih je važno i primijeniti dobar organizacijski i marketinški pristup, širok opseg turističke infrastrukture te prisutnost educiranih turističkih djelatnika koji mogu turistima ponuditi kvalitetnu turističku uslugu.

Rast i razvoj selektivnih oblika turizma odražava neprestano rastuću raznolikost interesa za odmorom, relaksacijom i novim doživljajima u postmodernom društvu. Turistička djelatnost sve više poprima identitet industrije koja se bavi iskustvima, pri čemu turisti žele platiti organizatorima i pružateljima usluga u turizmu da im pomognu da nađu optimalno iskustvo u nekom ograničenom vremenskom periodu. Sve veća potražnja za proizvodima specijalnih interesa vrši pritisak na proširenje destinacija i broja tržišnih niša u sklopu ovog proizvoda. Pojavljivanjem novih destinacija kao posljedica proširenja Europske Unije, nove zemlje se analiziraju kroz prizmu interesantnih destinacija sa bogatom ponudom proizvoda posebnih interesa, koji su sve više u ponudi velikih agenata i turoperatora. Turisti sa posebnim interesima (Afinity groups) sve više postaju značajan segment na turističkom tržištu. Afinitetni aranžmani su usmjereni na zadovoljenje nekih posebnih interesa, dok su turističke potrebe u drugom planu (Genov, 2008.).

2.2. Oblici selektivnog turizma

Kod selektivnih oblika turizma naglasak je na očuvanom prirodnom okruženju, autentičnoj atmosferi destinacije, lokalnoj kulturnoj baštini i izostanku neprivlačne urbanizacije kao što je to slučaj kod masovnog turizma. Selektivni turizam je i svojevrsni povratak korijenima, odnosno počecima turizma. Selektivni turizam se još naziva odgovornim turizmom, individualnim turizmom, turizmom posebnih oblika i jedan naziv koji je dosta cesto korišten, alternativnim turizmom. Kad se kaže alternativan turizam onda se misli na sve ono drugačije što ovakva vrsta turizma

donosi u odnosu na masovni turizam. Alternativnost tog vida turizma se očituje u više stvari. Turisti zainteresirani za ovakav oblik putovanja su uglavnom individualni putnici ili putuju u manjim i srednjim grupama (8 – 15 ljudi) koji žele osjetiti novo iskustvo i žele za vrijeme svoga boravka u destinaciji biti u doticaju sa autohtonim stanovništvom i njihovim običajima. Pružatelji usluge u alternativnom turizmu su uglavnom privatnici, vlasnici malih i srednjih obiteljskih hotela, koji turistima pružaju mogućnost da sami prema sebi kreiraju svoj doživljaj i da na taj način stvore jedinstveno iskustvo. Autor Luković navodi da je kod selektivnog turizma turist postavljen u fokus istraživanja, oblikovanja ponude i turističkih proizvoda i u tako profiliranom turizmu turist postaje osnovni subjekt prepoznat po imenu i prezimenu (Luković, 2008.).

Sukladno klasifikaciji Strateškog marketing plana turizma Republike Hrvatske od 2010.-2014. godine selektivni oblici turizma podijeljeni su u dvije skupine (Strateški marketing plan turizma RH, 2014.):

Tablica 1. Posebne vrste turizma

Blage (soft) aktivnosti	**Grube (hard)aktivnosti**
kampiranje	kanu, kajak
pješačenje (hiking)	proučavanje kanjona (canyoing)
biciklizam	proučavanje pećina (caving)
riječne ekspedicije	planinski biciklizam
aktivnosti vezane uz prirodu	cross country skijanje
jahanje	planinarenje, penjanje
ribolov	paraglajding
lov	rafting
	slobodno penjanje (free climbing)
	safari

Izvor: Strateški plan turizma Republike Hrvatske 2010.-2014., http://iztzg.hr/UserFiles/Pdf/strategija/Izvjestaj-9-Marketing-koncepcija-turistickog-razvoja.pdf, pristupljeno 31.08.2020.

Dvije osnovne podjele selektivnih oblika turizma uključuju podjele na blage i grube aktivnosti. Tako se u blage aktivnosti ubraja kampiranje, pješačenjem biciklizam, riječni turizam, aktivnosti u prirodi, jahanje, lov i ribolov. Grube aktivnosti uključuju uporabu kanua, proučavanje kanjona i pećina, planinski biciklizam, cross

country skijanje te planinarenje i penjanje, paraglajding, rafting, slobodno penjanje te safari razgledavanje. Ove dvije skupine se uvelike razlikuju, prvenstveno zbog toga što blage aktivnosti uključuju sigurnost, postojanost, intenzitet i aktivnosti koje su namijenjene turistima koji su skloni sigurnim turističkim aktivnostima. Za razliku od njih, grube aktivnosti uključuju sklonost riziku i ponekad čak znaju biti opasne po život, a turisti skloni tim aktivnostima su avanturisti kojima je strah od nepoznatog nepoznata pojava i koji su skloni riskirati da bi doživjeli turističko uzbuđenje. Današnji turisti imaju specifičan životni standard kojeg turistički subjekti trebaju uzeti u obzir prilikom formiranja ponude za ciljano tržište. Danas su turisti voljni uložiti više novca za željenu uslugu, no ujedno racionalnije i promišljeno raspolažu svojim slobodnim vremenom. Stoga sudionici turističkog tržišta trebaju uložiti napore u istraživanje tržišta, kao i preferencija turista, da bi mogli znati koje vrste selektivnih oblika turizma im ponuditi.

Sukladno svemu navedenome, može se zaključiti da je selektivni turizam danas poželjna osnova za razvoj ukupne turističke djelatnosti jer je on orijentiran na individualnost, a svaki turist se osjeća posebnim kada zna da se njemu posvećuje posebna pažnja. Stoga danas turisti i biraju različite selektivne oblike turizma, sukladno svojim preferencijama, jer na taj način zadovoljavaju svoje individualne motive i ispunjavaju svoje posebne turističke želje i zahtjeve.

Da bi se lakše razumjelo selektivni turizam kao pojavu potrebno je pogledati u prošlost i uočiti razloge koji su uopće doveli do potrebe za razvijanjem takvog oblika turizma. 50-ih godina prošlog stoljeća počelo se događati omasovljenje turizma. Poraslo je vlasništvo nad osobnim automobilima, sve veći broj domaćinstava je imalo veće dohotke, povećao se broj slobodnih dana u godini i zbog svih tih faktora turizam prestaje biti aktivnost rezervirana za povlaštene članove društva i polako prerasta u masovnu pojavu.

Sedamdesete godine obilježile su negativne posljedice masovnog turizma. Svojim omasovljenjem došlo je do devastacije prirodnih ljepota i kulturne baštine, a suvremene destinacije su se sve više razvijale, što nije pogodovalo razvoju turizma. Zato se nametnula potreba da se preispitaju osnovne postavke turizma te da se razviju osnove koje će se odnositi na razvoj selektivnog turizma. Destinacije su počele ulagati napore u razvoj svoje turističke infrastrukture sa ciljem da postanu konkurentne na međunarodnom turističkom tržištu – to je još jedna od odrednica selektivnog turizma koja je u drugi plan gurnula masovni turizam. Konkurentnost

destinacija je pridonijela tome da se sve veći broj posjetitelja počeo uključivati u turizam kao gospodarsku djelatnost, ali i kao u ispunjenje svojih želja i motiva za putovanjima. To je dovelo do činjenice da su se destinacije počele međusobno natjecati, počele su kreirati svoj identitet i imidž s ciljem da zauzmu što bolju poziciju na tržištu.

Destinacije su počele raditi na podizanju kvalitete svojih usluga i na poboljšanju svoje turističke infrastrukture, nisu više imale za cilj samo stvaranje profita, već su nastojale turistima pružiti nezaboravno iskustvo svoga mjesta, ali i povećati interes mogućih investitora koje su nastojale privući da ulažu svoja sredstva upravo u tu destinaciju.

Sve ovo je dovelo do razvijanja selektivnih oblika turizma jer oni nude novi pristup razvijanju turizma. Takav novi selektivni turizam je zasnovan na konceptu održivog razvoja, koncept kapaciteta nosivosti prostora i odgovorne razmjene za sve sudionike u procesu. Da bi turizam bio održiv on mora biti ekonomski održiv ali i ekološki održiv, tj. turistička destinacija mora usporedno sa težnjom za sve većim stopama rasta održavati i kvalitetu svojih prirodnih, društvenih, kulturnih i prostornih resursa (Luković, 2008.).

U konačnici, danas su turisti mnogo obrazovaniji i informiraniji nego ranije, te im je omogućena veća dostupnost informacija putem medija, posebice putem interneta, pa su sukladno tome porasla njihova očekivanja i promijenili su se motivi putovanja. Više oni nemaju samo za cilj putovati u što veći broj destinacija, već su se njihovi motivi specijalizirali, želje su postale različite, neki vole vjeru, neki posao, neki more i sunce, neki kulturu, stoga su se i razvili selektivni oblici turizma koji su omogućili individualno ispunjavanje njihovih želja.

Pojam selektivnog turizma počinje se koristiti ranih sedamdesetih godina za označavanje oblika turističkih kretanja kojima osnovni pokretač nije sunce i more, već različiti drugi motivi koji se koji su se prepoznavali kao turistički ciljevi. Autor Alfier navodi da su selektivni oblici turizma oni koji „svojim sadržajem i s obzirom na mjesto gdje se odvijaju i vrijeme kada se odvijaju mogu najbolje zadovoljiti dominantne motive u sferi turističke potražnje: želju za ponovnim povratkom u izvornu prirodu“ (Alfier, 1990.). Precizniji je i autor Jadrešić, koji naglašava da je svim selektivnim oblicima turizma svojstveno da su oni orijentirani na zadovoljenje posebnih paketa

usluga, točnije, onih usluga koje su vezane za izvanpasionsku potrošnju. Unutar tih segmenata on naglašava usluge vezane za zabavu, sport, rekreaciju, kulturu, turističke atrakcije, manifestacije i festivale.

Za razvoj turizma, pa i njegovih selektivnih oblika u nekoj destinaciji prostor je temeljni resurs (Bartoluci, 2013.). Naime, prostor je i najvažnija atrakcija koja dobiva upotrebnu i tržišnu vrijednost putem različitih oblika turizma. Osim prostornih resursa selektivni oblici turizma grade se i na posebno pripremljenim resursima (Ksner, 2011.). Selektivni oblici turizma vežu se pretežno za prirodne resurse ili za antropogene resurse koje je stvorio čovjek, a neki od njih koriste se i jednima i drugima. Za svaki oblik selektivnog turizma osobito je važno to da zahtijeva specifične resurse i različit organizacijski i marketinški pristup, različite sadržaje te posebno stručne zaposlenike za pružanje specifičnih oblika usluga. Temeljna obilježja selektivnih oblika turizma su (Kesner, 2011.):

- Selektivni oblici turizma organizirani su na individualnoj osnovi kao neovisne i homogene aktivnosti manjih skupina
- Selektivni oblici turizma osiguravaju dugoročan lokalno kontrolirani i uređen razvoj cilj kojeg je optimalan razvoj
- Selektivni oblici turizma mogu donijeti veće prihode svim subjektima, zaposliti više lokalnog stanovništva i potaknuti obiteljsko poduzetništvo te smanjiti sezonski utjecaj
- Investicije u atrakcije, objekte i sadržaje manje su od ulaganja u masovnom turizmu
- Smještajni kapaciteti su manji, građeni su u autohtonom stilu
- Selektivni oblici turizma obuhvaćaju putovanja radi upoznavanja lokalne kulture i očuvanja autentičnih vrijednosti

Polazeći od toga da je složen sustav gospodarskih i drugih aktivnosti, turizam djeluje putem brojnih vrsta i posebnih oblika koji se razvijaju na globalnom tržištu. Svaka receptivna turistička zemlja ima svoje specifične turističke resurse iz kojih proizlaze i različite vrste selektivnih oblika turizma. U Hrvatskoj se nude različiti oblici selektivnih turizma koji su razvijeni i u ponudi u konkurentskim zemljama Sredozemlja. Pa tako je u Hrvatskoj dominantan odmorišni (kupališni) ljetni turizam koji proizlazi iz glavnog prirodnog resursa, a to je more sa svim klimatskim i drugim

pogodnostima. Osim mora Hrvatska u nekim destinacijama ima i brojne druge prirodne i antropogene resurse: rijeke, jezera, planine, toplice, gradove, što omogućuje razvoj brojnih vrsta i specifičnih oblika turizma (Bartoluci, 2013.). Hrvatska je stoga bogata zemlja prirodnih ljepota gdje je turizam glavna okosnica njezina razvoja te joj kao takav može biti temelj za razvoj dominantne gospodarske aktivnosti turizma u njezinu ukupnom gospodarskom razvoju.

2.3.Odgovorno i održivo razvojno određenje

Pojavom svijesti o iscrpnosti prirodnih resursa počelo se sve više razmišljati o tome kamo razvoj vodi i treba li nam uopće takav razvoj kakvog prakticira najveći broj zemalja. Potkraj 1980-ih godina počelo sve više govoriti o tzv. «sustainable development» ili „održivom razvoju“ kao odgovoru na novonastalu krizu.
Održivi razvoj je promjena strukture globalne proizvodnje i potrošnje koji ne remete ekosustave. Za razliku od štetnog gospodarskog rasta i društvenog razvoja za okoliš, kakvi postoje od industrijske revolucije do danas, ovakav rast i razvoj usklađeni su s ekosustavima u kojima se odvijaju zato su dugoročno održivi. Tri su osnovna načela održivog razvoja, a temelje se na ekološkoj održivosti, sociokulturnoj održivosti te ekonomskoj održivosti (Dulčić i Petrić, 2001.).

Globalni razvoj značajan je po tome što je 1990. održana konferencija »Globe 90» u Vancouveru gdje je prvi put sačinjen globalni koncept održivog razvoja. Posebna studija turističkog sektora nastala u sklopu tog dokumenta sadržavala je sedam osnovnih načela koja se mogu smatrati temeljnim načelima održivog razvoja turizma (Dulčić i Petrić, 2001.):

- Ograničiti ljudski utjecaj na zemlji (globalno) i u regiji (lokalno) na razinu koja je u okvirima nosivih kapaciteta; u slučaju turizma to znači da broj posjetitelja (turista) kao i njihova potrošnja ne smiju prelaziti granice podnošljivosti (nosive kapacitete) lokalnih ekosustava, odnosno njihovu sposobnost da bez većih šteta podnesu izvjestan broj turista i sve aktivnosti vezane uz turizam izravno i neizravno.
- Zadržati biološko bogatstvo u regiji; to se načelo sastoji u konzerviranju prirodnih raznolikosti i procesa koji omogućuju zemlji, vodi, zraku i uopće

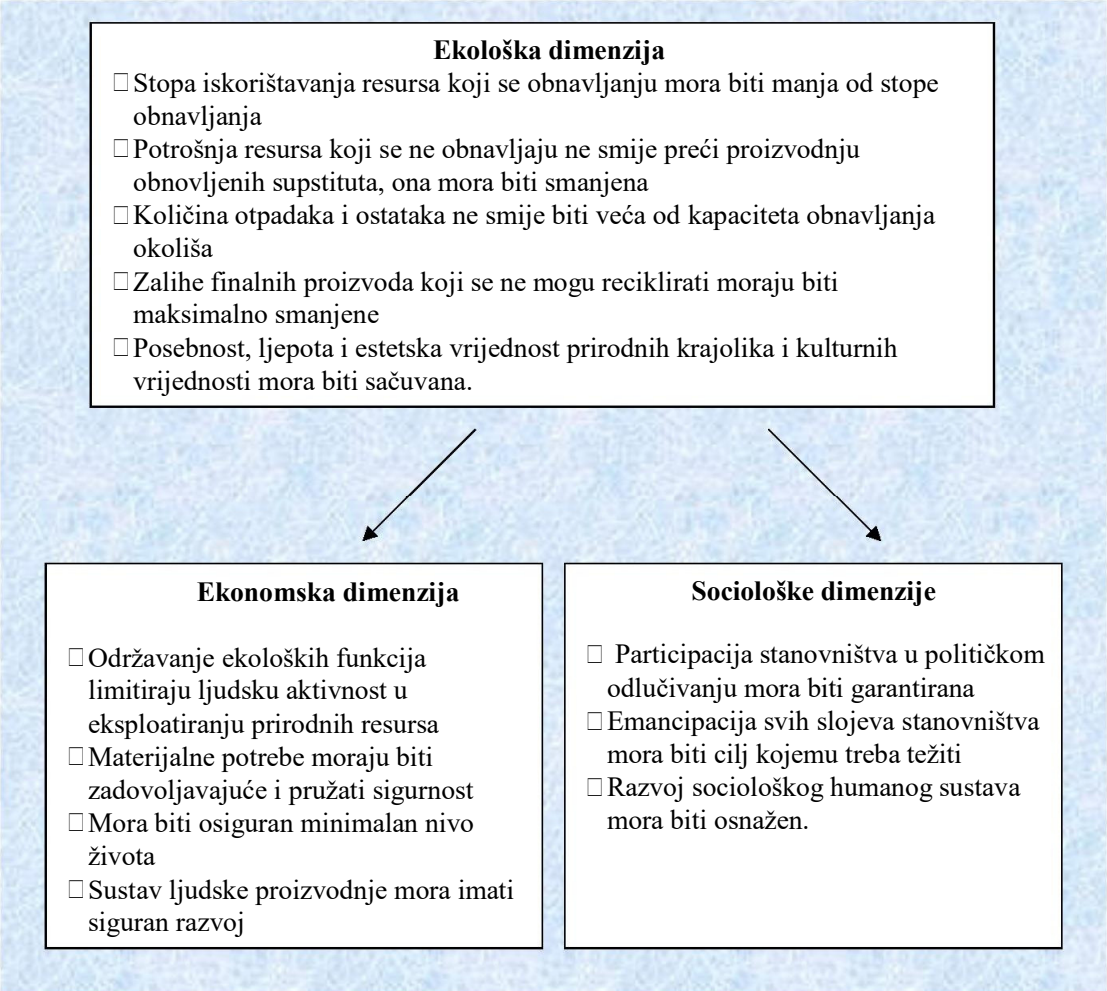
životu da budu produktivni, odnosno da se prilagode broju turista, a da se pri tome mogu nesmetano obnavljati.

- Minimizirati iskorištavanje i upotrebu raznih nerazgradivih materijala kao što su plastika, kemikalije i sl. treba u turizmu svesti na razumnu mjeru i to prvenstveno koristeći se njihovim prirodnim zamjenama ako i gdje god je to moguće, odnosno provodeći recikliranje ako je njihova zamjena prirodnim materijalima nemoguća.
- Promovirati dugoročni ekonomski razvoj koji povećava koristi iz dane količine resursa i zadržava prirodno bogatstvo; turizam je u mogućnosti da zadržava (štiti) prirodno bogatstvo na velik broj načina na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, i to na sljedeće načine: a) promoviranjem tehnologija koje racionalnije koriste energiju, kao npr. sustavi za proizvodnju solarne energije, b) uvođenjem tzv. zelenih poreza, odnosno iznosa ukalkuliranog u cijene turističkih aranžmana koji će biti izdvojen isključivo za zaštitu prirodnih resursa, c) uvođenjem instrumenata zakonske kontrole kojima će se subjekti turističke privrede primorati da plaćaju kazne za svako oštećenje prirodnih resursa, d) organiziranjem takve turističke ponude koja će promovirati najrazličitije vidove iskorištavanja prirodnog i kulturnog naslijeđa područja, a da pri tome ne zahtijeva velike intervencije u prostoru (ekoturizam).
- Osiguravanje pravedne raspodjele troškova i koristi od upotrebe resursa i uvođenje tzv. environmental menagementa, tj. upravljanja prirodnim okružjem; budući da je turizam aktivnost u kojoj su uključeni i privatnici i javni sektor, ali i razne neprofitne (društvene) organizacije, mora se voditi računa o tome kako na najracionalniji način gospodariti prirodnim resursima u službi turizma, a da pri tome svi budu uključeni u proces i da ravnopravno snose troškove, ali i dijele koristi od turističkog razvoja.
- Osiguravanje efikasne participacije društva i interesnih skupina u odlukama koje se odnose na njih; to je načelo u uskoj svezi s prethodnim i zalaže se za ravnopravno sudjelovanje svih aktera u odlukama koje se odnose na provođenje koncepta održivog razvoja turizma.
- Promoviranje vrijednosti koje potiču ostale da prihvate načela održivosti; svaki subjekt unutar turističkog sektora mora pridonositi promoviranju turizma na

načelima održivosti, odnosno treba eliminirati svaku aktivnost koja ne podržava ta načela.

Održivi razvoj sve je aktualnija tema istraživanja. Na njega se gleda kao na nužnost i možda jedini način očuvanja i razvoja vrijednosti okoliša u kojem živimo i djelujemo. Koncept održivog razvoja često se poistovjećuje sa brigom o okolišu te se samim time svodi na ekološku održivost, ne uvažavajući pritom preostala načela održivog razvoja. Ekološka održivost jamči usklađenost razvoja s očuvanjem i održanjem osnovnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i bioloških resursa. Društvena održivost jamči usklađenost razvoja s očuvanjem kulture i sustava vrijednosti ljudi na koje taj razvoj utječe te trajno održanje i isticanje identiteta lokalne zajednice. Ekonomska održivost se zasniva na ekonomski učinkovitom razvoju i upravljanju resursima na način da se resursima mogu koristiti sadašnje i buduće generacije. Tehnološka održivost zahtjeva razvoj i primjenu tehnologije koja uz ekonomske učinke uvažava ekološku održivost (Brčić Stipčević et. al., 2005.).

Shema 1. Koncept održivog razvoja



Izvor: Avelini-Holjevac, I.: Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, Opatija, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2002., str.526.

Održivi razvoj turizma, zasnovan na ekološkim principima, javlja se kao suvremena faza razvoja turizma i odgovor na neodrživost masovnog turizma. Održivi razvoj turizma udovoljava potrebama turista i domicilnog stanovništva uz istovremeno očuvanje resursa za budući razvitak. Načela održivog turizma definirala je World Tourism Organization (UNWTO) 1988. godine. Smatra se kako je za održivi turizam ključno upravljanje svim resursima na način da se mogu zadovoljiti ekonomske, socijalne i estetske potrebe, uz istodobno očuvanje zaštićenih resursa prirodne, kulturne ili izgrađene baštine.

Implementacije smjernica održivog razvoja u Republici Hrvatskoj moguće su u ruralnom području Hrvatske razvojem ruralnog turizma, koji za cilj ima gospodarsku obnovu hrvatskog sela na načelima održivog razvoja. Ruralnim područjima pripada

92% kopnenog dijela Hrvatske, na kojima živi oko 40% ukupnog stanovništva. (Brčić Stipčević et. al., 2005.)

Konflikti u okolišu izazvani turističkim razvojem vidljivi su na različite načine i gotovo svugdje gdje se turizam razvija. Potrebno je višestruko balansirati i tražiti optimum u procesu razvoja između ekoloških potreba i potreba zaštite prirodnih resursa s jedne, te stvaranja što kvalitetnijih uvjeta za život čovjeka, s druge strane. Ekološki aspekt razvoja turizma traži očuvanje prirodnih resursa i tolerantno ponašanje prema njima u nastojanju da se sačuvaju.

3. SPORTSKI TURIZAM – KONCEPTUALNI OKVIR

Sportski turizam odnosi se na putovanja koja uključuju promatranje ili sudjelovanje turista u sportskom događaju , dok se odmaraju od uobičajenog okruženja. Sportski turizam je brzo rastući sektor globalne turističke industrije i njegov promet iznosi 7,68 milijardi USD.

Povećavanje aktivnosti sportskog turizma omogućava produženje tradicionalne turističke sezone, privlačenje novih protoka posjetitelja,stvaranje povoljne slike neke destinacije, visoka potrošnja sportskih tursta i duže vrijeme boravkau odnosu na ostale kategorije, preporuka putovanja svojoj mreži poznanstava.

Sport i turizam danas na suvremenim turističkim tržištima odlikuje simbioza ovih dvaju segenata. Na taj način je omogućeno sportskom turizmu da postane jedan posve novi, specifičan oblik koji obogaćuje i proširuje ponudu turističkih destinacija. Sportski turizam na taj način kreira suvremenu sadašnjost u čijem je razvoju konceptualiirana marketinška funkcijapostao je dio sadašnjosti, a u njegovom razvoju i budućnosti neizostavna je marketinška funkcija. U prilog toj tvrdnji govori tema rada – Sportski turizam kao marketinški element pozicioniranja Hrvatske kao turističke destinacije.

Sportski turizam je veliki posao. Svima je poznato da sportski turizam uključuje sportsku aktivnost, to je prilično očito, ali postoji mnogo više od sporta koji je uključen u globalnu industriju više milijuna dolara. Stoga će u ovom poglavlju biti riječi o pojmovnim okvirima sportskog turizma, povijesnom razvoju istoga te njegovim pojavnim oblicima.

3.1. Pojmovni okvir sportskog turizma

Sportski turizam podrazumijeva putovanja u vlastite sportske svrhe, kao što je tečaj obuke nastavnika joge, natjecanje u badmintonu ili učenje surfanja. Sportski turizam uključuje prisustvovanje sportskim događajima poput utrke Formule 1 ili nogometnoj utakmici Premiershipa. Iako sportski turizam nije uvijek bio izuzetno popularan, tijekom posljednjeg desetljeća broj ljudi koji prisustvuju izvan sportskih događaja drastično se povećao. Ljudi sada putuju daleko i široko samo da bi prisustvovali svojim omiljenim događajima, pa nije ni čudo što je potaknulo nagli skok popularnosti.

Sportski turizam relativno je nov pojam, iako ga postoji već duže vrijeme. Postoje mnoge akademske studije koje se udubljuju u pojam sportskog turizma, posebno sportskog turizma koji uključuje velike sportske događaje, poput Svjetskog nogometnog kupa ili Olimpijskih igara. Neki znanstvenici i dionici u sportskom turizmu pokušali su definirati pojam sportski turizam. Tako je Stainton (2020) objedinila nekoliko definicija sportskog turizma:

- Prema Neirottiju (2003) sportski turizam može se opisati kao turizam koji uključuje putovanje izvan svog osnovnog prebivališta radi sudjelovanja u sportskim aktivnostima, rekreacije ili natjecanja, putovanja za promatranje sporta na najnižim ili elitnim nivoima i putovanja, primjerice, u posjet sportskoj atrakciji poput muzeja sporta.
- Weed i Bull (2004) pružaju konceptualizaciju fenomena sportskog turizma kao društveni, ekonomski i kulturni fenomen koji proizlazi iz jedinstvene interakcije aktivnosti, ljudi i mjesta.
- Gammon i Robinson (2003) navode da su sport i turizam fenomeni koji se bave upravljanjem mega događajima; također se bavi pružanjem sportskih i turističkih usluga vezanih uz potrošače i sportske turiste.

U određivanju pojma sportskog turizma ne postoji jedinstvena definicija. Iz različitih shvaćanja i pretpostavaka proizašle su brojne definicije autora, no sigurno je da motiv sporta nikada nije izgubio na važnosti.

Slika 1. Prikaz turističke biciklijade



Izvor: Crnarika (2020): Sportski turizam, dostupno na http://crnarika.com/sportski-turizam/, pristupljeno 31.08.2020.

Sportski turizam može se definirati kao turizam u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u određenoj turističkoj destinaciji (Bartoluci, 2012.). Setska turistička organizacija UNWTO također je precizirala definiciju sportskog turizma i prikazala ga kao aktivnost sportaša, osoba koje se sportom bave iz rekreativnih razloga, gledatelja i putnika, koje poduzimaju u mjestima izvan njihovog uobičajenog mjesta boravka u razdoblju ne duljem od godine dana, radi sudjelovanja u sportu, praćenju sporta i ostalog odmora motiviranog sportskim razlozima (Bartoluci i Škorić, 2012.).

Ovaj oblik turizma orijentiran je na čovjekovu potrebu za kretanjem, igrom, aktivnim odmorom i zabavom. Takvim aktivnostima se utječe, putem stvaranja navike aktivnog i svrsishodnog provođenja slobodnog vremena, na očuvanje zdravlja ljudi. U ovom obliku turizma prevladavaju sportski motivi za putovanje i boravak u određenim turističkim mjestima i centrima.

Iako ostoji brojnost definicija sportskog turizma i njezinih inačica koje navode brojni autori u znanstvenoj literaturi, sve se one uvijek svode na isto preciziranje, gdje

se sportski turzam s tog aspekta promatra dvostrano. S jedne strane, kao oblik turizma u kojem prevladavaju sportski motivi za putovanje i boravak u određenim turističkim mjestima (različita sportska događanja i natjecanja), a sa druge strane, radi se o obliku turizma u kojem prevladavaju sportsko - rekreacijski sadržaji koji su glavni motiv za privlačenje turista u neku turističku destinaciju radi provođenja aktivnog načina odmora.

Danas je raširenost i razvijenost sportskih događanja i natjecanja vrlo važna u suvremenom društvu. Njime se omogućuje pristup, kako sudjelovanju, tako i promatranju brojnih sportskih aktivnosti, a temeljni je cilj turističko segmenta ovog oblika privlačenje većeg broja tursta u određenu destinaciju da bi se ona dalje turistički razvjala. S obzirom na sve veći značaj sportskog turizma, definirati i poznavati karakteristike tržišta sportskih turista postaje imperativom ne samo za menadžment u sportskom turizmu već i na razini destinacije, naročito ukoliko je destinacija definirala sportski turizam kao razvojnu strategiju.

3.2. Povijesni razvoj sporta i sportskog turizma

Čovjek se oduvijek bavio sportskim aktivnostima te je na taj način osiguravao svoj opstanak. Nekad je borba za život i opstanak održavala njegove fizičke vještine, koje je isti snažno razvijao. Kako je vrijeme protjecalo, sportske aktivnosti se više nisu svodile na borbu za preživljavanje, već su se stečene fizičke vještine počele primjenjivati na igri i zabavi pomoću različitih rekvizita.

Tada se kod ljudi počinje razvijati osjećaj zadovoljstva pri obavljanju fizičkih aktivnosti u smislu igara, a iste su primjenjivali naročito tokom određenih svečanosti i zanimljivoh prigoda. Tako se razvio današnji sport, gdje je turizam kasnije uključen u okosnicu njegova razvoja.

Kolijevka suvremenog sporta je Grčka, koja je prva uvela sport kao značajnu igru i natjecanja te vrste tjelovježbi kakvu danass pozajemo. U Grčkoj su se koristili fizičkim i sportskim aktivnostima koje su kasnije primjenjivali u ratovima, gdje su profesionalne vojske sportaša svojim aktivnostima pridonijele pobjedama jer su isti bili uvježbani od brojnih vojnih trenera.

Suvremeni sportski turizam dobio je na značaju sa začetkom Olimpijskih igara 1896. godine. Na istima, koje su utemeljili Grci još od davnina, su prvi sudjelovali svi Grci, a kako su se te igre kasnije odvijale, počeli su sudjelovati i drugi narodi. U tom smislu su priliko organizacije Olimpijskih igara započela turistička putovanja u destinacije gdje su se iste odvijale, a u svrhu održavanja sporta, slave i dobivanja nagrada na natjecanjima.

Zahvaljujući organizacijskim okvirima, sport je postao neizostavan čimbenik društva. Ozbiljne promjene u 19. i početkom 20. stoljeća uzrokovane industrijskom revolucijom, drastično su utjecale na ljudsko društvo. Putovanja ljudi sa motivom sporta uvijek su bila društveni, ekonomski i kulturni fenomen, a kontinuiranim razvojem i privlačenjem sve većeg broja ljudi u tu domenu izraženija je turistička komponenta sporta na kojoj se razvija sportski turizam.

Stoga povijesno proučavanje sportskog turizma potencijalno nudi velike mogućnosti za istraživanje, budući da se nalazi u poveznici tri sve značajnija akademska područja studija, a ipak je samo po sebi „fenomen“. Početni pokušaji znanstvenika iz domene sportskog turizma da pruže povijesni pregled sportskog turizma bili su preambiciozni, preuranjeni i problematični. Sadržaj povijesti bio je uglavnom opisan, nedostajalo mu je povijesne analize i bio je pretjerano oslonjen na neke dijelove o enciklopedijama i prejednostavnim pregledima. Sportski turizam nije samo moderan fenomen, gdje se turizam ističe u drevnom svijetu i sugerira da je u srednjovjekovnom i ranom modernom razdoblju sportski turizam bio prilično ograničen, prije nego što su u industrijskom dobu nastale sve veće veze između sporta i turizma, i zatim se polako proširio na sportske događaje, treninge, avanture, atrakcije, odmarališta, ture, pa čak i sportska krstarenja koja su sada uobičajena u SAD-u.

3.3. Pojavni oblici sportskog turizma

Sportski turizam razvio je svoje pojavne oblike zahvaljujući novim trendovima u turističkoj potražnji za aktivnim odmorom. Tako se svjetska turistička ponuda posljednjih desetljeća u smislu ponude sportskih atrakcija i događanja proširila te se ista danas razvija prema motivima i potrebama turista. Sportski turizam se stoga

javlja kao specifičan oblik turističke ponude, koji objedinjuje samo spotsko zbivanje u destinaciji, ali i dolazak i provod turista u destinaciji u sportske svrhe i razvija se sukladno željama i potrebama turista. Sve je izraženiji sportski turizam kao poseban oblik ponude u turizmu.

Sportski turizam razvio je svoje pojavne oblike prema vrsti sportkih atrakcija, gdje isti objedinjuje sljedeću podjelu na pojavne oblike turizma (Barotluci i Škorić, 2009.):

- aktivni sportski turizam predstavlja boravak turista u određenim mjestima koji traže uključenost u razne sportske aktivnosti, a ne samo pasivno provođenje odmora. Često je upravo ponuda sportskih sadržaja jedan od primarnih motiva za dolazak turista u neku određenu turističku destinaciju (turizam u hotelima s golf igralištem, boravak na moru u mjestima pogodnim za surfanje, jedrenje ili biciklizam).
- manifestacijski sportski turizam predstavlja oblik sportskog turizma u kojem je dolazak turista vezan uz golema sportska događanja (Europsko rukometno prvenstvo, Snježna kraljica, atletika, biciklistička utrke Tour of Croatia, teniski turnir Croatia Open). Učinci oprimjerenih događanja prikazani su u daljnjem tijeku rada.
- povijesni sportski turizam predstavlja oblik u kojem turisti u okviru svojeg odmora imaju motiv posjetiti kuće slavnih, muzeje sporta, sportske objekte (Dom sportova Dražen Petrović, Hrvatski športski muzej).

Osim ove podjele, sportski turizam se može javiti u obliku natjecateljskog, te zimskog i ljetnog sportskog turizma. Natjecateljski sportski turizam sličan je prethodno navedenom manifestacijskom obliku sportskog turizma. Naime, podrazumijeva sva putovanja radi sudjelovanja u određenim sportskim natjecanjima, od domaćih do međunarodnih. Putovanja su postala pristupačnija. Velik broj ljudi putuje na sportske događaje koji izazivaju poseban osjećaj biti prisutan. Sudionici ovog oblika sportskog turizma su sportaši, treneri, pomoćno osoblje, gledatelji i mediji. Zimski sportski turizam predstavlja aktivnosti koje se prvenstveno provode u planinskim zimskim centrima, ali i na moru te u ruralnom prostoru. Znači, uglavnom uključuje turiste kojima su zimske aktivnosti jedan od primarnih motiva dolaska u našu zemlju. Najrašireniji oblik sportskog turizma je ljetni sportski turizam. Radi se o

obliku sportskog turizma u kojem se sportaši i rekreativci te turisti na odmoru aktivno bave raznim sportsko - rekreacijskim aktivnostima vezanim uz mjesto odmora.

Ova podjela pojavnih oblika spotskog turizma raščlanjena je sukladno potrebama turista, kao i značaju aktivnosti u primjeni sportskog turizma. Sukladno aktivnostima u sportskom turizmu, one mogu biti aktivne i pasivne, ali imaju širok značaj i za turiste i za destinaciju jer samim dolaskom se kreira brend destinacije kao segmenta sportskog turizma, a primjenom aktivnog odmora u sportu još se više naglašava važnost spotskog turizma u određenim destinacijama.

4. SPORTSKI TURIZAM U SVIJETU

Sportski događaj u svijetu je dio sportskog turizma koji ima značaj od svjetske važnosti. Sportski događaji mogu biti bilo koje veličine i značaja, no ipak su to glavni sportski događaji koji dobivaju najviše gravitacije. Značajni događaji, poput Olimpijskih igara ili Svjetskog nogometnog prvenstva, važni su centri za sportski događaj i dovode milijune turista na odredište domaćina. Manji događaji, poput Henleyjeve regate u Ujedinjenom Kraljevstvu ili nacionalnog teniskog natjecanja, također se pojašnjavaju kao turistički sportski događaji.

Kako raste sportska popularnost, tako i raste brojnost turista koji putuju s ciljem aktivnog ili pasivnog sudjelovanja u nekom sportu, a samim time raste i ponuda, odnosno broj destinacija koje nude sportski proizvod.

Danas sportski događaji u svijetu zbog iznimne atraktivnosti nose određen image, međutim koncept imagea sportskog događaja na kraju se može odnositi samo na destinaciju u kojoj se odvija sportsko natjecanje. Ovdje se velik naglasak stavlja primarno na megadogađanja od svjetskog značaja i poznatosti. Isti generiraju promociju destinacija na svjetskoj razini te zahtijevaju velika infrastrukturna ulaganja u toj destinaciji da bi se sportski događaj odvio. Sportski događaji koje nazivamo mega događajima, kao što su Olimpijske igre, Super Bowl i Fifa Svjetski kup, kod sportskih turista, mogu izazvati specifične slike povezane sa svakim od događaja.

U ovom poglavlju će biti riječi o implementaciji sportskog turizma u svijetu te primjeri uspješnih sportskih manifestacija i destinacija koje su za sportskim turizmom psoegnule u svrhu kreiranja diferencijacije svog turističkog proizvoda.

4.1. Značaj svjetskih manifestacija u sportu

Svjetske sportske manifestacije koje se održavaju u određenim destinacijama nose niz gospodarskih i turističkih prednosti za iste. Primarno stvaraju atraktivan i

prepoznatljiv imidž destinacije kao destinacije sporta, povećavaju lokalni BDP u vrijeme održavanja manifestacije, generiraju veću osobnu potrošnju, povećava se broj smještajnih turističkih kapaciteta te rastu svi pokazatelji turističkog prometa.

Sportske manifestacija na taj način privlače turiste te destinaciji stvaraju sportski imidž i brend, a turisti postaju pasivna promatračka publika. Najznačajnije svjetske sportske manifestacije, kao što su Olimpijske igre, ATP Turnir i Wimbledon te svjetska nogometna prvenstva su prilika brojnim turistima svijeta da posjete destinacije gdje se iste odvijaju. Osim ciljnog dolaska na sportsku manifestaciju, turistima je ujedno paralelno pruža i prilia za upoznavanjem same destinacije, njezinih atrakcija i lokalnog stanovništva. Dakle, sportske manifestacija tako imaju višestruki značaj za razvoj turizma u određenim destinacijama, jer se turističkim dolascima ne ostavruju samo ciljevi gledanja sporta, već se isti turisti zadržavaju neko vrijeme u destinaciji, a slobodno vrijeme koriste u turističke svrhe. Sportska manifestacija je ovdje glavni motiv i cilj dolaska turista, međutim, destinacija nudi i popratne mogućnosti turističkog provoda, gdje turisti isto koriste da bi aktivno proveli svoj odmor. Na taj način sportske manifestacije indirektno utječu na atraktivnost i progresiju rasta određenih destinacija, dajući im na važnosti ne samo kao sportskih odredišta, već i destinacija koje su posjetili i iz kojih će ponijeti i druga sjećanja i doživljaje osim sportskih.

4.2. Olimpijske igre

Olimpijske igre nastale su svojim začetkom u Grčkoj, a nekad su se odvijale na slavu boga Zeusa. U suvremeno doba predstavljaju međunarodna natjecanja u mnogobrojnim sportovima koje se vremenski odvijaju svake četiri godine, s podjelom na zimske i ljetne igre koje se odvijaju svake dvije godine (Hrvatska enciklopedija, 2019.). Ove igre imaju temeljni simbol od pet povezanih raznobojnih krugova na bijeloj podlozi kao metaforu napoveznicu pet kontinenata, a njima službeno upravlja Međunarodni olimpijski odbor. Kada se bira destinacija koja će biti domaćin Olimpijskim igrama, može se javiti onaj koji je dobio odobrenje nacionalnog olimpijskog odbora i koji treba pružiti jamstvo da će poštivati uvjete propisane od strane MOO – a za gradove kandidate.

Danas se na ovim igrama pojavljuju brojni sportaši, a iste prijavljuju nacionalni odbori. Međutim, kod pojedinačnih natjecanja mogu se prijaviti najviše tri individualna natjecatelja. Kada se igre organiziraju, na njima mora biti evidentirano i implementirano najmanje 75 sportova.

Slika 2. Prikaz Olimpijskih igara u Rio de Janeiru 2016. godine



Izvor: Hrvatski olimpijski odbor (2016): Sve hrvatske medalje, dostupno na https://www.hoo.hr/hr/natjecanja/olimpijske-igre/olimpijske-igre/oi-rio-2016/4440-oi-rio-sve-hrvatske-medalje-20-kolovoza, pristupljeno 31.08.2020.

Ove igre predstavljaju slavno međunarodno sportsko natjecanje koje u vrijeme njihova odvijanja posjete milijuni pasivne publike da bi promatrali ovo međunarodno natjecanje. Sama organizacija tih igara u gradu domaćinu predstavlja taj grad kao sportsku destinaciju koja će posjetom turista Olimpijskim igrama doprinijeti eksponencijalnom rastu tursitčkih pokazatelja i prihoda zbog ove manifestacije, ali će i unaprijediti imidž destinacije domaćina igara kao osvnove njezine konkurentnosti.

Ove igre imaju snažan značaj za svjetski turizam. Njima se prvenstveno vrši promocija nacionalnog identiteta mnogih zemalja, ali i igrača pojedinačno. Osim toga, unapređuje se turizam destinacije u kojoj se odvija sportska manifestacija, te se ista brendira kao destinacija sportskog turizma, za što su potrebne velike infrastrukturne i marketinške investicije. Prosječan trošak Olimpijskih igara procjenjuje se prosječno za vrijeme svakog održavanja na 6,6 milijardi dolara, a prihodi koje one ostvaruju destinaciji su prosječno 15 milijardi dolara, iz kojih je podataka razvidno da oni ovim

destinacijama ostvaruju snažnu ekonomsku u turističku korist. Osim toga, igre za vrijeme svakog održavanja dobivaju međunarodne univerzalne pohvale u međiunarodnim medijima i dobivaju status turističkog benchmarkinga.

Olimpijske igre u gradu domaćinu predstavljaju izvrsnu prigodu kako on može kao destinacija maksimizirati svoj turistički potencijal i izlaganja na turističkom tržištu kao sportska destinacija koja vrši samopromociju provedbom ove veličanstvene sportske manifestacije. Na taj način Olimpijske igre unapređuju turističku ponudu grada domaćina i utječu na produžavanje turističke sezone te daju destinacijama značaj sportskih destinacija, koje turisti s radošću posjećuju. Stoga Olimpijske igre kao turistički proizvod su kreirane na tradicionalnim vrijednostima i uvijek se odvijaju na isti način u svim gradovima doprinoseći konkurentnosti i privlačnosti destinacije gdje se odvijaju.

4.3. ATP Turnir

ATP Turnir predstavlja sportski događaj gdje je tenis kao sport u središtu zbivanja, a obuhvaća Grand Slam, ATP World Tour Masters 1000, ATP World Tour 500 seriju, ATP World Tour 250 seriju te ATP Challenger Tour. Ovi teniski turniri su na svjetskom glasu kao poznate sportske manifestacije luksuznog i vrhunskog sporta koji privlače ciljane turiste kao pasivnu publiku visoke platežne moći koji dolaze gledati ove turnire.

Slika 3. ATP turnir u Umagu



Izvor: Coloursofistria.com (2020): Plava laguna Croatia Open Umag, dostupno na https://www.coloursofistria.com/hr/sport/tenis/atp-studena-croatia-open-umag, pristupljeno 31.08.2020.

Ovaj sportski teniski turnir koji se održava diljem svijeta promovira destinacije u kojima se odvija, a te destinacije su statično određene, odnosno ovaj turnir se kao kompleksan zbroj pojedinačnih komponenti održava svake godine u istim, statičnim destinacijama i one se ne mijenjaju kao gradovi domaćini. Na taj način turisti unaprijed znaju vrijeme i mjesto održavanja, a ciljani motiv posjete tim destinacijama je provedba slobodnog vremena u gledanju svjetski važnog teniskog natjecanja u statusu pasivne publike, gdje isti ujedno ostvaruju i svrhu sportskog turističkog putovanja, doprinoseći tim destinscijama na način da eksponencijalno uvećavaju sve turističke pokazatelje potaknute događanjem ove sportske manifestacije.

4.4. Svjetska nogometna prvenstva

Svjetska nogometna prvenstva, u organizaciji FIFA – e kao krovne nogometne svjetske organizacije, su najznačajnija i najjača svjetska sportka natjecanja koja zemljama organizatorima u vrijeme događanja donose turističke prihode izrađene u milijardama dolara te donose i ekonomske i turističke koristi, istovremeno generirajući tim sportskim destinacijama eksponencijalne turističke profite, kao i unapređenje turističkog ioidža, konkurentnosti destinacije na turističkom tržištu i kreiranje njihova vizualnog identiteta kao sporstkih destinacija koje privlače mnoge turiste motivirane sportskim dolascima.

Slika 4. Prikaz publike na svjetskom nogometnom prvenstvu u Rusiji 2018. godine



Izvor: Medimurje.hr (2018): Svjetsko prvenstvo u Rusiji: Hrvatska danas protiv Argentine! Navijamo za VATRENE!, dostupno na https://medjimurje.hr/sport/nogomet/svjetsko-prvenstvo-u-rusiji-hrvatska-danas-protiv-argentine-navijamo-za-vatrene-35104/, pristupljeno 31.08.2020.

Nogomet je tako postao najgledanija i najposjećenija sportska manifestacija gdje god se u svijetu događa, a turisti masovno odlaze na takva događanja kao pasivna publika i doprinose razvoju sportskog turizma ovom manifestacijom, dajući joj najsnažniji sportski turistički značaj. Na taj način nogomet doprinosi razvoju destinacija gdje se prvenstva održavaju, ali i promociji destinacija onih zemalja koji

na nogometnim prvenstvima dosežu vrhunske uspjehe. Ova prvenstva privlače veliku zanimaciju svjetske javnosti za zbivanja i događaje na njima, stvarajući dodatne turističke promotivne atraktivnosti zemalja u kojima se odvijaju, kao i zemalja koje postižu izvanredne uspjehe u nogometu. Na taj način svjetsko nogometno prvenstvo postaje ambasador sportskog turizma koji ostvaruje snažne promotivne turističke efekte privljačeći brojne turiste iz mnogih zemalja i doprinoseći stvaranju sportskih destinacija koje postaju kao takve vizualno definirane kao sportske i ciljana su odredišta putovanja sportskih turista. Stoga nogometna prvenstva privlače interes ljudi svih dobnih skupina, jačajući njihov nacionani identitet, ali i turistički potencijal zemalja gdje se prvenstva odvijaju, kao i zemalja koja na istima postižu najsnažnije uspjehe.

5. SPORTSKI TURIZAM U HRVATSKOJ

Sportski turizam današnjice je indikator razvoja mnogih razvijenih zemalja jer doprinosi progresivnom razvoju istih kao turističkih destinacija, a osim toga, utječe pozitivno i na njihov gospodarski rast. Trend takvih kretanja utjecaja sportskog turizma prisutan je i u Hrvatskoj, iako u manjoj mjeri nego u razvijenim zemljama.

Hrvatska je kao destinacija turistička zemlja i ima dugu tradiciju turizma, međutim, osnova njezina turističkog proizvoda je ljetnikovski turizam, gdje selektivni oblik sportskog turizma dolazi do manjeg izražaja. Međutim, Hrvatska je tokom posljednjih desetljeća pokazala velike uspjehe u sportu na međunarodnim natjecanjima te se kao takva može smatrati sportskom nacijom. Zemlja ima mnogo poznatih sportaša koji su postigli zavidne uspjehe na svjetskim sportskim natjecanjima. Stoga je naša zemlja razvila brend i imidž kao destinacija iz koje dolaze mnoge poznate sportske ličnosti, pa ju kao takvi mnogi turisti povezuju sa značajnim odredištem sportskog turizma. U ovom poglavlju će stoga biti riječi o specifičnosti razvoja i ponudi sportskog turizma u Hrvatskoj, kao i o budućim perspektivama istoga.

5.1. Specifičnost razvoja sportskog turizma u Hrvatskoj

U Hrvatskoj se javlja velika međuovisnost turizma i sporta kao dvije važne gospodarske djelatnosti za zemlju. Generiranje prihoda od ove dvije djelatnosti događa se putem organizacije različitih sportskih događaja specifičnih za Hrvatsku koji na taj način privlače velik broj turista. Mnoge sportske manifestacije u Hrvatskoj na taj način postaju vrlo progresivan impuls u razvoju hrvatskog turizma jer privlače mnogobrojne u Hrvatsku kao destinaciju i na taj način vrše njezinu promociju, ali i budući dolazak turista koji su uvidjeli snagu i značaj sporta u Hrvatskoj. Organiziranje velikih sportskih natjecanja, poput europskih i svjetskih prvenstava, olimpijada i slično predstavlja, prije svega, afirmaciju u organizacijskom pogledu, a ujedno i prvorazredan promocijski faktor turizma neke zemlje (Bartoluci, Čavlek, 1998).

Hrvatska ima brojnost bogatstva prirodnih resursa koji zemlji omogućuju razvoj sportskog turizma kao selektivnog oblika. Upravo zahvaljujući brojnim raznolikim i prirodno lijepim područjma, Hrvatska ima potencijal koji iskorištava u smislu izgradnje spotske infrastrukture, kao i time pozicije sportske destinacije. Zemlja ima bogatstvo planina, rijeka, jezera, mora, razvijene obale s otocima i povoljna klimatska obilježja koja karakteriziraju zemlju kao privlačnu destinaciju u smislu razvoja sportskog turizma. Osim toga, Hrvatska posjeduje brojnu turističku infrastrukturu, poput različitih turitičkih ruta, staza, brojnosti smještaja te ugostiteljske ponude te niza natjecanja i drugih atraktivnosti u smislu sporta. Bogata kulturna i povijesna baština zemlje također pridonosi razvoju sportskog turizma.

Hrvatska javnost snažno je zainteresirana za sport svoje zemlje jer je svijesna da u našoj zemlji postoje brojne poznate i uspješne sportske ličnosti. Isti su tokom godina postigli snažne međunarodne sportske uspjehe i time učinili Hrvatsku poznatom u svijetu sporta, jer kao malu zemlju, za nju je teško čuti i doživjeti je na turistički svojstven način kako bi trebalo. Brojni hrvatski sportaši su do sada osvojili mnoga značajna svjetska i međunarodna odličja, sudjelovali su na brojnim svjetskim sportskim natjecanjima te su na taj način, osvajanjem zavidnih mjesta pobudili interes javnosti za našu zemlju.

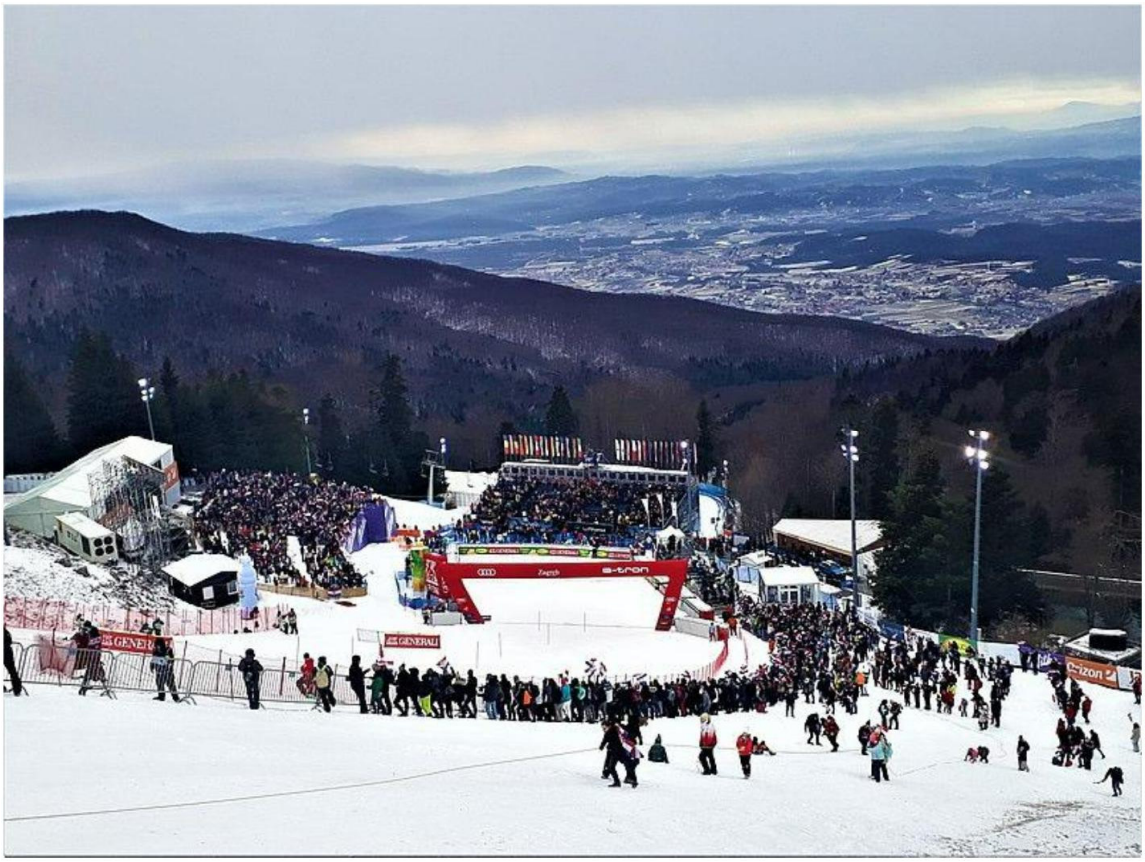
Najučinkovitiji primjeri promocije hrvatskog sportskog turizma su nogometna prvensta u Francuskoj 1998. godine te 2018. godine u Rusiji, gdje su hrvatski nogometaši osvojili treće i drugo mjesto na tadašnjim svjetskim prvenstvima. U Fancuskoj je to postalo prvo svjetsko prvenstvo za Hrvatsku gdje je ona sa svojom zlatnom generacijom po prvi put postigla tako zavidan uspjeh. S obzirom da su isti osvojili brončanu medalju, turisti su se počeli interesirati za Hrvatsku kao destinaciju, pa je do tada nepoznata mala zemlja, postala poznata kod 70% svjetskog stanovništva koji do tada nisu ni čuli za nju. Drugo svjetsko prvenstvo u Rusiji doprinijelo je daljnjem snažnom razvoju interesa za Hrvatsku kao destinaciju sportskog turizma, gdje naša zemlja i danas održava takav status na međunarodnim turističkim tržištima.

Hrvatska ima brojne poznate sportske ličnosti koje su i danas sinonim svjetskog sportskog uspjeha. Od istih valja spomenuti tenisača Gorana Ivaniševića, pokojnog Dražena Petrovića, nogometaša Davora Šukera i košarkaša Tonija Kukoča, koji su danas i u Hrvatskoj i u svijetu, iako već veterani hrvatskog sporta, nadaleko poznati kao primjer uspješnih sportskih ličnosti u svijetu.

U Hrvatskoj je vrlo važno napomenuti i ponudu Tour of Croatia, koje predstavlja međunarodno biciklističko natjecanje, a odvija se upravo u Hrvatskoj. Radi se o biciklističkoj utrci koju posjećuju brojni svjetski biciklisti i kao takvi odašilju značajnu sportsku razglednicu na šest kontinenata u 177 zemalja svijeta. Osim sportskog natjecanja, ovo natjecanje je počelo brendirati Hrvatsku i označavati je kao specifičan turistički sportski proizvod, čime se u Hrvatskoj stvara temelj za razvoj cikloturizma.

U svijetu je također poznata manifestacija skijaškog natjecanja na Sljemenu, koje je primarno zaslužno za snažnu promociju i turističku ponudu Zagreba jer je hrvatski glavni grad jedini koji u svijetu ima utrku takvog tipa i Svjetskog kupa. Ovdje je bitno spomenuti i manifestaciju Snježne kraljice koja se kao skijaško natjecanje održava svake godine, ima veliku posjećenost i odličnu gledanost putem medija, a istoj često nazoče značajne osobe iz političkog i javnog života Hrvatske.

Slika 4. Snježna kraljica - slalomska utrka



Izvor: Skijanje.hr (2015): Snježna kraljica: Staza potpuno spremna, dostupno na https://www.skijanje.hr/natjecanja/skijanje/clanak/snjezna-kraljica--staza-potpuno-spremna-foto?id=25663, pristupljeno 01.09.2020.

U Hrvatskoj tako sport i zabava progresivno generiraju pozitivne ekonomske učinke za hrvatski turizam. Zemlja ima značajnu osnovu sportsko – rekreacijskih programa koje predstavljaju podlogu i izazov poduzetnicima te isti često ulažu u razvoj sportskog turizma u Hrvatskoj (Bartoluci i Škorić, 2009).

Hrvatska kontinuirano prati tendove u svijetu koje nameće sportski turizam te im se značajno prilagođava. To joj omogućuje privlačenje brojnih turista koji imaju za cilj i težnju prema sportskim sadržajima te na taj način aktivno provode svoj odmor. Navedeni učinci u Hrvatskoj proširuju kvalitetu hrvatske turističke ponude, potiču zapošljavanje u turizmu, unapređuju hrvatsku turističku ponudu te utječu na produljavanje turističke sezone. U Hrvatskoj je motivacija za sportom i razdoblja održavanja manifestacija često prisutna u doba pred i post sezone, pa se na taj način utječe na produžavanje same sezone u hrvatskom turizmu, s naglaskom na sport.

Važan ekonomski učinak turizma u Hrvatskoj je i promocija zemlje kao sportske destinacije jer velik broj hrvatskih sportaša i danas sudjeluje na mnogobrojnim međunarodnim natjecanjima. To utječe na formiranje slike Hrvatske kao sportske destinacije u očima svjetske javnosti i velikog rasta interesa za Hrvatsku kao destinaciju sporta, osim kao za zemlju koja je poznata po ponudi turističkog proizvoda „sunca i mora“.

5.2. Ponuda sportskog turizma u Hrvatskoj

U Hrvatskoj se ponuda sportskog turizma kategrizira prema nekoliko razvijenih hrvatskih turističih regija. Od obale do unutrašnjosti, Hrvatska obiluje brojnošću ponude sportskih sadržaja u sklopu turističkih usluga pa to čini značajan obuhvat njezine turističke ponude, gdje se u sklopu iste nude atraktivni turistički sadržaji.

Obalna regija Hrvatske označava Jadran te je isti glavni pokretač sportskog turizma u Hrvatskoj. Hrvatski Jadran ima snažne i povoljne klimatske uvjete te bogate prirodne resurse koji predstavljaju značajan potencijal za razvoj sportskog turizma. Ovdje se putem ponude aktivnog odmora privlače brojni turisti te se isti potiču na implementaciju sportskih aktivnosti. Iako su sunce i more još uvijek dominantan turistički proizvod, na ovom području brzo se razvija i cijeli niz međunarodno konkurentnih sustava turističkih doživljaja više od sunca i mora kao što je sportski

turizam. U tom smislu su u turističkim kompleksima izgrađeni brojni sportski sadržaji i infrastruktura kao što su sportski tereni za nogomet, tenis, košarku, odbojku, mini-golf, atletiku i sl. U velikom se broju hotela nalaze dobro opremljeni fitness centri, zatvoreni ili otvoreni bazeni, saune te dvorane za masažu, a sve u skladu s potrebama modernih turista za sve aktivnijim vrstama odmora. Osim toga, sportski turizam obalne regije Hrvatske se razvija u smjeru ponude velikog izbora vodenih sportova kao što su: skijanje na vodi, ronjenje u kristalno čistim vodama Jadranskog mora, windsurfing, rafting, climbing, vožnje kajacima i kanuima, padobranstvo i sl., a koje turisti odabiru prema svojim sklonostima.

Regija gorske Hrvatske također ima bogatstvo prirodnih potencijala za razvoj sportskog turizma, poput brojnih planina, rijeka i jezera na kojima su se razvili brojni oblici sportskog turizma. Gorska Hrvatska je turistima privlačna zbog svojih bogatih prirodnih sadržaja te iz razloga jer ovdje nema gradskih gužvi, prisutan je svjež zrak te su prisutne mogućnosti korištenja turističkih usluga planinarenja i brdskog biciklizma. Tako je gorska Hratska kao destinacija svjetskog turizma u svijetu promovirana kao Zeleno srce Hrvatske, Pluća Hrvatske ili Mala Švicarska. Ovdje je prisutno i bogatstvo rijeka, čime se iskoristio znalajan potencijal za razvoj sportskog turizma – raftinga, kao i sportskog lova i ribolova.

U gorskoj Hrvatskoj se često sportski turizam primjenjuje ljeti i zimi, iako se zimi rjeđe primjenjuje zbog niskih temperatura. Zbog nedostatnog generiranja turističkog prometa u ovoj regiji te prisutne depopulacije, hravtske turstičke institucije slabije investiraju u sportsku infrastrukturu ovog područja. Međutim, regija ima velike osnove za razvoj planinarenja i brdskog biciklizma, čemu je i pristupila te na taj način privlači brojne turiste koji su zainteresirani za ove sportske događaje. Osobito je značajna Gorska biciklistička transverzala koja povezuje sve gradove i općine Gorskog kotara, njihove prirodne, kulturne i povijesne atrakcije i omogućuje turistima planiranje višednevnog aktivnog odmora.

Slika 5. Rafting na rijeci Kupi



Izvor: Croatia Open Land (2020): Rafting na Kupi, dostupno nahttps://croatia-open-land.com/tours/rafting-na-kupi/, pristupljeno 01.09.2020.

Područje kontinentalne Hrvatske je dosta zanemareno po pitanju sportskog turizma, međutim, isti se sve češće okreću pokretanju ovog selektivnog oblike zbog iskazanog interesa turista za posjetom ovim dijelovima Hrvatske. Takvi turisti imaju drugačije interese osim samo boravka na moru u Hrvatskoj, iako je još uvijek razvoj kontinentalnog dijela Hrvatske slab u turističkom smislu, pa samim time i nema nekog potencijala za razvoj sportskog turizma. U kontinentalnoj Hrvatskoj postoje brojni neiskorišteni potencijali za razvoj sportskog turizma, a osnova njihova iskorištavanja je potreba za investicijama u koje hrvatska ne ulaže jer ne vidi profitabilnost turističkog povrata kapitala. Toga se kontinentalna Hrvatska sve više okreće izvorima iz EU fondova, gdje pritom valja poticati razvoj onih proizvoda i onih područja koja

zbog značajki resursno - atrakcijske osnove ili tradicije u turističkom privređivanju, imaju najveće šanse za uspjeh već u kratkom roku.

Hrvatski sportski turizam zahtijeva snažne strategije razvija i promocije da bi mogao slijediti trendove razvijenih zemalja u ponudi sportskog turizma. U tu svrhu je potrebno izraditi SWOT analizu hrvatskog sportskog turizma koja može predstavljati značajan marketinški instrument pomoću kojeg Hrvatska može uvidjeti svoje snage, slabosti te prilike i prijetnje u razvoju sportskog turizma.

Tablica 2. SWOT analiza sportskog turizma u Hrvatskoj

PREDNOSTI	**NEDOSTACI**
Prirodni potencijali obalnog i kontinentalnog područja Hrvatske za razvoj sportskog turizma u pojavnim oblicima jedrenja, windsurfinga, brdskog bisiklizma i raftinga Sportske manifestacije Hrvatske poput ATP turnira u Umagu Novoizgrađena sportska infrastruktura u hrvatskim gradovima u obliku velikih sportskih dvorana, rekreacijskih centara, stadiona i ostale sportske infrastrukture Izgrađeni sportski tereni za nogomet, tenis, odbojku, golf i druge sportove uz hotelske komplekse koji pružju gostima sportsku razonodu i koritenje sportskih sadržaja	Nedovoljna ulaganja financijskih sredstava hrvatskih čelnika u sportsku infrastrukturu kao potencijal napretka sportskog turizma Nedovoljno razvijene strategije i aktivnosti promocije sportskog turizma u Hrvatskoj Nedovoljno razvijen marketing i staretgije razvoja sportskog turizma Slaba ponuda sportskih sadržaja u Hrvatskoj, kao i značajnijih sportskih manifestacija, kojih bi trebalo biti više

PRILIKE	PRIJETNJE
• Ustrajnost na produženju turističke sezone tokom cijele godine i redukcija sezonalnog karaktera turizma • Kontinuirano širenje sportskih aktivnosti i sportske ponude na obalnom i kontinentalnom dijelu Hrvatske • Eksponencijalni porast broja turista koji posjećuju Hrvatsku, između kojih se ističu oni potaknuti sportskim motivima	• Pojava migranata i potencijalnog terorizma, kao i postojanje kriminaliteta koji mogu ugrožavati sportski turizam • Ekološki problemi koji zagađuju okoliš turističkom konzumacijom sportskih turističkih proizvoda • Ilegalne gradnje sportskih terena

Izvor: izrada autorice

Sportski turizam Hrvatske je još uvijek slabo razvijen i kao takvome mu trebaju brojni poticaji i snažne financijske investicije u infrastrukturu koja ima potencijal, ali ne i mogućnost razvoja. Budući da Hrvatska obiluje brojnim prirodnim karakteristikama i resursima koji su pogodni za razvoj spotskog turizma, u tom smjeru treba razvijati startegije razvoja i napretka sportskog turizma.

5.3. Budućnost sportskog turizma u Hrvatskoj

Budući da Hrvatska ima snažne komparativne prednosti u smislu razvoja sportskog turizma, budućnost razvoja ovog selektvnog oblika u Hrvatskoj ima značajne perspektive. S ciljem unapređenja sportskog turizma Hrvatska je 213. godine donijela Strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, koja je obuhvatila i sportski turizam. Prema tadašnjem aktualnom stanju, sportski turizam je bio nezamjetan i ova Strategija je uvelike doprinijela njegovu razvoju posljednjih sedam godina.

Međutim, razvoj sportskog turizma u Hrvatskoj je prema drugim selektivnim obilicima još uvijek nezamjetan i nije toliko interesantan hrvatskim turističkim institucijama za mogućnost investicija u isti s cilje njegiva napretka. U sportski turizam Hrvatske tako danas više ulaže privatni sektor u smislu izgradnje sportskih sadržaja u sklopu turističke ponude na mjestima koje nudi.

Potencijal Hrvatske kao u svijetu prepoznate zemlje koja ima značajne sportske ličnosti može pridonijeti njezinu razvoju kao sportske destinacije. Da bi neko područje optimalno iskoristilo sve svoje resurse, u ovom slučaju resurse za razvoj sportskog turizma, mora poznavati svoju ponudu, ali i spoznati karakteristike buduće turističke potražnje kako bi svoje napore usmjerila prema pravom tržišnom segmentu na odgovarajući način.

Iako je hrvatski sportski turizam još u povojima u usporedbi s razvijenim zemljama, on ima velik razvojni potencijal i osnovu progresivnog razvoja u budućnosti. Istome nedostaje poticaja, i financijskih i suvremenih infrastruturnih, da bi postao značajan potencijal i ambasador hravtskog turizma. Stoga je potrebno ulagati u razvoj sportskog turizma u Hrvatskoj da bi naša zemlja dobila na značaju i kao destinacija ovog perspektvnog selektivnog oblika.

6. ZAKLJUČAK

Pojavni oblici modernog turizma su vezani za zadovoljavanje turističkih potreba koji kreiraju suvremenu turističku potražnju. Turizam je danas postao glavna i neizostavna djelatnost koja generira najveći dio prihoda te doprinosi uvelike gospodarskom rastu zemalja svjeta.

Sport je oduvijek bio značajna fizička aktivnost kojoj su ljudi pribjegavali u svrhu rekreacije, zabave i očuvanja zdravlja. Nekad korišten u vojne i obrambene svrhe te egzistencijalne potrebe, sport je s vremenm prepoznat kao značajan segment zabave i aktivne relaksacije, pa je kao takav počeo biti primjenjivan i u turističke svrhe.

Sportski turizam je danas selektivni oblik turizma koji svoje temelje gradi na prirodnim potencijalima i resursima zemlje, sportskoj infrastrukturi, ali i značaju svojih sportskih ličnosit i njihovim uspjesima u svijetu. Brojne zemlje grade i investiraju u sportsku infrastrukturu te su poznate po svojim sportskim manifestacijama diljem svijeta pa kao takve privlače brojne turiste. Grčka kao kolijevka Olimpijskih igara, Španjolska kao destinacija toreadora, Wimbledon kao destinacija tenisa, sve su to zemlje koje su u svijetu poznate po ovim sportskim manifestacijama te na taj način privlače brojne turiste.

Sportskom turizmu, kao najmlađem selektivnom obliku, nedostaje promocije, investicija i marketinških aktivnosti da bi isti postao ravnopravan sa drugim selektivnim oblicima. Razvoj sprotskog turizma i održavanje njegovih manifestacija doprinosi produžavanju turističke sezone, posebice tamo gdje je turizam neke zemlje obilježen sezonskim karakterom.

U svijetu ne posotoji jedinstven model razvoja sportskog turizma te svaka zemlja, sukaldno svojim mogućnostima i sportskoj ponudi, razvija svoje strategije razvoja. Primarno je uključivanje sporta u turizam gdje se automatski dobiva sinergijski efekt dvaju djelatnosti te se širi turističko tržšte, ali i kreira novo koje nudi sportsku opremu i proizvode. Objedinjavanjem turizma i sporta postiže se snažnija turistička potražnja za istim, ali i obogaćuje turistička ponuda neke zemlje. Međutim,

razvoj sportsko-rekreacijskog turizma, ali i svakog drugog specifičnog oblika turizma, potrebno je uskladiti s ukupnim razvojnim planovima turizma određenog područja respektirajući pritom i komparativne prednosti nekog područja i ocjenu ekonomske vrijednosti njegova razvoja.

Hrvatska je mala zemlja koja ima razvijen aktivni sportski turizam, ali je isti još uvijek nedovoljno prepoznat kao selektivni oblik koji bi inozemni turisti odabrali kao motiv svog dolaska u Hrvatsku. Razloge treba tražiti u nedostatku primjerenih sportskih objekata i kvalitetnom osoblju koje bi organiziralo i privuklo veći broj sportskih natjecanja i događanja u Hrvatsku, a time i veći broj sportskih turista. Stoga je u Hrvatskoj glavni pokretač sportskog turizma onaj u obalnom dijelu na Jadranu jer isti ima najviše potenciajla te motiva za dolazak turista u Hrvatsku. Prepreka razvoju sportskog turizma u Hrvatskoj je u koncentraciji na obalno i priobalno područje dok izostaju učinci ove vrste turizma u gorskom i kontinentalnom dijelu Hrvatske.

Kao specifičan oblik tuističke ponude, sportski turizam ipak danas doprinosi i stvara konkurentnu poziciju zemlje na turističkom tržištu. Sportski turzam ujedno stvara i pozitivne ekonomske učinke koji danas doprinose snažnijem razvoju turizma.

LITERATURA

Knjige:

1. Alfier, D. (1990): Izbor radova, Institut za turizam, Zagreb.
2. Bartoluci, M. (2012): Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb.
3. Bartoluci, M. i Škorić, S. (2009) Menadžment sportskog i nautičkog turizma, Karlovac: Veleučilište u Karlovcu.
4. Bartoluci, M., Čavlek, N. (1998) Turizam i sport, Fakultet za fizičku kulturu, Sveučilišta u Zagrebu, Ekonomski fakultet sveučilišta u Zagrebu, Zagrebački velesajam.
5. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D.,Kesar, O. i suradnici (2011): Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb.
6. Dulčić, A., Petrić, L. (2001): Upravljanje razvojem turizma, Mate, Zagreb.
7. Genov G. (2008): Turizam posebnih interesa – selektivni oblici turizma, priručnik, Beograd: Cugura print, 2008.
8. Jadrešić, V. (2001): Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni, Školska knjiga, Zagreb.
9. Kesar, O. (2011): Specifični oblici turizma, Ekonomski fakultet, Zagreb.

Znanstveni članci:

1. Andrijašević, M., Širić V., (2016.): Sportska rekreacija u razvitku hrvatskog društva, 25. ljetna škola kineziologa Republike Hrvatske, Poreč, str. 52. dostupno na https://www.hrks.hr/skole/25_ljetna_skola/51-Andrijasevic.pdf, pristupljeno 20.06.2019.
2. Bartoluci, M. (1995): Razvitak sportsko-rekreacijskog turizma u Hrvatskoj, Acta Turistica, Vol. 7, No. 2, str. 137-156.

3. Bartoluci, M., Škorić, S., Starešinić, Z., (2016): Sports tourism offer in Croatia, Poslovna izvrsnost, Vol. 10, No. 2, str. 9-25
4. Petrović, M. et. al. (2017): Sportski turizam kao komponenta razvoja održivog poduzetništva, Obrazovanje za poduzetništvo, Vol. 7, No. 1, str. 81 - 89

Internet izvori:

1. Crnarika (2020): Sportski turizam, dostupno na http://crnarika.com/sportski-turizam/, pristupljeno 31.08.2020.
2. Hrvatski olimpijski odbor (2016): Sve hrvatske medalje, dostupno na https://www.hoo.hr/hr/natjecanja/olimpijske-igre/olimpijske-igre/oi-rio-2016/4440-oi-rio-sve-hrvatske-medalje-20-kolovoza, pristupljeno 31.08.2020.
3. Medimurje.hr (2018): Svjetsko prvenstvo u Rusiji: Hrvatska danas protiv Argentine! Navijamo za VATRENE!, dostupno na https://medjimurje.hr/sport/nogomet/svjetsko-prvenstvo-u-rusiji-hrvatska-danas-protiv-argentine-navijamo-za-vatrene-35104/, pristupljeno 31.08.2020.
4. Stainton, H. (2020): Sports tourism explained: what, why and where, dostupno na https://tourismteacher.com/sports-tourism/, pristupljeno 31.08.2020.

SAŽETAK

Sport i rekreacija su danas postali snažno povezani činitelji sportskog turizma te su kao takvi metoda izbora putovanja sportskih turista u sportski promoviranu destinaciju. Međuovisnošću turizma i sporta kreiran je sukcesivan odnos istih te je time nastao specifičan turistički oblik – sportski turizam. U smislu optimalnog iskorištenja potreba svojih resursa neke destinacije za razvoj sportskog turizma, ista mora jako dobro poznavati svoje mogućnosti i sportsku ponudu, međutim, potrebno je uvijek izvršiti analizu i budućih potražnja za sportom da bi destinacija svojim naporima se istakula i opstala na turističkom tržištu kao sportska destinacija.

Cilj istraživanja u ovome radu je prikazati sportski turizam u teoriji te na praktičnim primjerima u svijetu i Hrvatskoj kao važan selektivni oblik i komponentu generiranja velikih turističkih prihoda. Svrha je rada ukazati na važnost egzistencije, opstanka i budućih perspektiva sportskog turizma te njegova značaja u ukupnom turizmu jer se isti u suvremeno doba sve više razvija, zajedno sa potrebama i sviješću turista o važnosti sporta u rekreativnim aktivnostima.

Ključne riječi: sport, turizam, rekreacija, Hrvatska, odmor

SUMMARY

Sport and recreation today have become strongly connected factors of sports tourism which are as such a way of choosing the travel of sports tourists to a sports promoted destination. The interdependence of tourism and sports has created a successive relationship between them and according to that a specific tourist form was created - sports tourism. In terms of optimal use of the needs of its resources of a destination for the development of sports tourism, destination must know very well its capabilities and sports offer, however, it is always necessary to analyze the future demand for sports in order for the destination to stand out and survive in the tourism market. sports destination.

The aim of the research in this paper is to present sports tourism in theory and on practical examples in the world and in Croatia as an important selective form and component of generating large tourist revenues. The purpose of this paper is to point out the importance of existence, survival and future prospects of sports tourism and its importance in overall tourism because it is increasingly evolving in modern times, along with the needs and awareness of tourists about the importance of sports in recreational activities.

Keywords: sport, tourism, recreation, Croatia, vacation

POPIS SLIKA

Naziv	Broj stranice
Slika 1. Prikaz turističke biciklijade	19
Slika 2. Prikaz Olimpijskih igara u Rio de Janeiru 2016. godine	26
Slika 3. ATP turnir u Umagu	28
Slika 4. Prikaz publike na svjetskom nogometnom prvenstvu u Rusiji 2018. godine	29
Slika 5. Rafting na rijeci Kupi	35

POPIS TABLICA

Naziv	Broj stranice
Tablica 1. Posebne vrste turizma	9
Tablica 2. SWOT analiza sportskog turizma u Hrvatskoj	36