

Strateški pristup simbiozi sporta i turizma

Visković, Maja

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:740970>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-07**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij

MAJA VISKOVIĆ

Strateški pristup simbiozi sporta i turizma – primjer rukometa na pijesku

A Strategic Approach to the Symbiosis of Sport and Tourism - An Example of Beach Handball

Diplomski rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij
Menadžment u turizmu

Strateški pristup simbiozi sporta i turizma – primjer rukometa na pijesku

A Strategic Approach to the Symbiosis of Sport and Tourism - An Example of Beach Handball B

Diplomski rad

| | | | |
|----------|----------------------------------|---------------|----------------------|
| Kolegij: | Strateški menadžment | Student: | Maja VISKOVIĆ |
| Mentor: | Prof. dr. sc. Marko PERIĆ | Matični broj: | 3868/18 |

Opatija, lipanj 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Maja Visković

(ime i prezime studenta)

ds3868

(matični broj studenta)

Strateški pristup simbiozi sporta i turizma – primjer rukometa na pijesku

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, _____ 2023._____

Potpis studenta

Sažetak

Turizam i sport su međuoavisni sektori, koji često ostvaruju sinergiju. Sport može imati značajan utjecaj na turizam, kao glavni segment dolaska turista u određenu destinaciju ili kao dodatni nositelj ponude. Turizam također može pružati podršku sportu kao promotor sportskih destinacija ili atrakcija, pomažući stvoriti prepoznatljivu sportsku ponudu. Cilj ovog rada je prikazati međuzavisnost sporta i turizma, prikazati strateški pristup planiranju i razvoju turizma, pobliže opisati rukomet na pijesku te njegovu ulogu kao nositelja ponude u sklopu sportskog turizma te prikazati organizaciju europskog prvenstva u rukometu na pijesku. Nastoji se prikazati može li organizacija rukometa na pijesku pridonijeti turizmu, privlači li gledatelje te s kojim izazovima se sve susreće prilikom organizacije takvog događaja.

Ključne riječi: sport, turizam, strateški pristup, rukomet na pijesku

Sadržaj

| | |
|---|-----------|
| UVOD | 1 |
| 1. POVEZANOST SPORTA I TURIZMA | 2 |
| 1.1. SPORT | 4 |
| 1.1.1 <i>Povijest sporta</i> | 5 |
| 1.1.2 <i>Uloga sporta u suvremenom društvu</i> | 6 |
| 1.2. TURIZAM | 7 |
| 1.3. SPORTSKI TURIZAM | 8 |
| 1.3.1 <i>Podjela sportskog turizma</i> | 10 |
| 1.3.2 <i>Ekonomski učinci</i> | 14 |
| 1.4. SPORTSKE MANIFESTACIJE I NJIHOVE ULOGE U TURIZMU | 15 |
| 2. STRATEŠKI PRISTUP PLANIRANJU I RAZVOJU TURIZMA | 18 |
| 2.1. OBILJEŽJA I RAZINE PLANIRANJA U TURIZMU | 18 |
| 2.2. ZADAĆA PLANIRANJA U TURIZMU | 20 |
| 2.2.1 <i>Opća načela planiranja</i> | 21 |
| 2.2.2 <i>Funkcije planiranja u turizmu</i> | 23 |
| 2.3. RAZVOJ TURISTIČKE DESTINACIJE | 23 |
| 2.4. FAZE STRATEŠKOG MENADŽMENTA | 25 |
| 3. RUKOMET NA PIJESKU | 28 |
| 3.1. POVIJEST RUKOMETA NA PIJESKU | 28 |
| 3.2. KROVNE INSTITUCIJE I ORGANIZACIJA | 29 |
| 3.3. PRAVILA IGRE | 30 |
| 3.4. RUKOMET NA PIJESKU U HRVATSKOJ | 31 |
| 4. STUDIJA SLUČAJA – EUROPSKO PRVENSTVO U RUKOMETU NA PIJESKU U HRVATSKOJ 2017 | 33 |
| 4.1. KONTEKSTUALNI OKVIR | 33 |
| 4.2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA | 35 |
| 4.3. REZULTATI | 36 |
| 4.4. PREPORUKE | 38 |
| ZAKLJUČAK | 40 |
| BIBLIOGRAFIJA | 42 |

Uvod

Turizam i sport imaju značajan utjecaj na društvo i cjelokupni razvoj gospodarstva. Turizam se neprestano razvija te se usporedno s time razvijaju i specifični oblici kao što je sportski turizam. Sportski turizam postaje gotovo najbrže rastuća grana među specifičnim oblicima turizma, što dokazuju razni sportski događaji koji se u sve većem broju odvijaju diljem svijeta.

Rukomet na pijesku je zabavna i atraktivna verzija dvoranskog rukometa kojim se ovaj sport htio približiti publici, povećati zainteresiranost za njime od samih igrača do gledatelja te omogućiti natjecateljsku sezonu tijekom ljetnih mjeseci uz spoj sporta, plaže i rekreacije. Ova filozofija pokazala se uspješnom jer je rukomet na pijesku zainteresirao čak i zemlje bez rukometne tradicije te je u konstantnom porastu.

Predmet istraživanja ovog rada je strateški pristup povezivanju turizma i sporta, u ovom slučaju rukometa na pijesku s primjerom Europskog prvenstva u rukometu na pijesku koje je 2017. godine održano u Hrvatskoj. U ovom diplomskom radu svrha i ciljevi istraživanja su sljedeći: saznati postoji li strategija kojom se Hrvatski rukometni savez vodi prilikom organizacije prvenstava u kojem je domaćin, koji su najveći izazovi prilikom organizacije, može li rukomet na pijesku generirati ekonomske učinke za grad u kojem se odvija natjecanje te postoji li zainteresiranost turista za posjećivanjem takvog oblika natjecanja.

U obradi teme diplomskog rada i provedenom istraživanju, korištene su sljedeće metode: prikupljanje relevantne literature, metoda deskripcije, metoda sinteze podataka te analize podataka iz literature koja je bila dostupna iz područja sportskog turizma i strateških pristupa turizmu te polustrukturiranog intervjua u kojemu su otvorena pitanja bila unaprijed formulirana, no tijekom samog intervjua su postavljena još neka dodatna pitanja zbog podataka do kojih se došlo tijekom istog.

Struktura diplomskog rada pod nazivom: Strateški pristup simbiozi sporta i turizma – primjer rukometa na pijesku podijeljena je na 4 poglavlja. U prvom poglavlju navest će se osnovne informacije o sportu, turizmu, njihovoj povezanosti te ulogama sportskih manifestacija kroz četiri poglavlja. U drugom poglavlju prelazi se na strateški pristup planiranju i razvoju turizma. U trećem poglavlju pobliže se opisuje rukomet na pijesku, prikazuje se kako je sport nastao, koja je njegova organizacijska struktura te se detaljno opisuju pravila igre kako bi se pobliže mogla shvatiti daljnja studija slučaja u četvrtom poglavlju.

1. Povezanost sporta i turizma

Sport i turizam su međusobno komplementarni i povezani. Sport kao aktivnost može biti profesionalna, amaterska ili slobodna, a uključuje znatnu količinu putovanja u različite destinacije i zemlje.

Nositelji turizma i sporta su uglavnom isti subjekti, iz čega se može zaključiti da je njihov dosadašnji razvoj obilježen jednakim ili vrlo sličnim uvjetima. Povezanost i međuzavisnost turizma i sporta prema Bartoluciu temelji se na:

- faktorima koji dovode do razvitka sporta
- funkcijama koje generiraju turizam i sport
- ekonomskim učincima¹

Isti faktori utječu na razvitak turizma i na razvitak sporta. Slobodno vrijeme je prvi uvjet koji je potreban za gore navedeno. Ako je prvi uvjet zadovoljen, idući faktor je dohodak stanovništva, a zatim slobodna sredstva. Razina dohotka i sudjelovanja u sportsko rekreacijskim sadržajima ima pozitivnu povezanost.² Neki od ostalih faktora su moda, navike i urbanizacija. Posrednički faktori su turoperatori, turističke agencije i turističke organizacije te smještajni kapaciteti i ugostiteljski sadržaji. Kod sportsko – rekreacijske ponude su faktori sportsko – rekreacijski objekti, programi i sportske atrakcije. Kod istraživanja odnosa turizma i sporta, polazišna točka treba biti slobodno vrijeme koje je prvi uvjet za daljnji razvoj.

Tablica 1. Faktori razvoja turizma i sporta u turizmu

| FAKTORI RAZVOJA TURIZMA | FAKTORI RAZVOJA SPORTA U TURIZMU |
|--|--|
| FAKTORI TURISTIČKE POTRAŽNJE | FAKTORI POTRAŽNJE SPORTA U TURIZMU |
| 1. Objektivni Slobodno vrijeme Dohodak stanovništva Urbanizacija Stanovništvo | 1. Objektivni Slobodno vrijeme Dohodak stanovništva Urbanizacija |

¹ Bartoluci, Škorić, Andrijašević, Menadžment sportskog turizma i njegovih srodnih oblika, 80

² Ibidem, 82

| | |
|---|--|
| 2. Subjektivni Moda Oponašanje Navike Prestiž Vjera Ljubav | 2. Subjektivni Moda Oponašanje Navike Prestiž |
| POSREDNIČKI FAKTORI | POSREDNIČKI FAKTORI |
| Turoperatori Turističke agencije Turističke organizacije | Turističko - sportske agencije Sportske organizacije |
| FAKTORI TURISTIČKE PONUDE | FAKTORI SPORTSKO – REKREACIJSKE PONUDE |
| 1. Faktori atraktivnosti turističke ponude Prirodni resursi Društveni resursi 2. Komunikacijski faktori Prijevozna sredstva Veze 3. Receptivni faktori Smještajni kapaciteti Ugostiteljski sadržaji Ostali sadržaji | Prirodni resursi Sportsko – rekreacijski objekti i sadržaji Sportsko – rekreacijski programi Sportske atrakcije |

Izvor: Bartoluci, Škorić, Andrijašević, Menadžment sportskog turizma i njegovih srodnih oblika, 81.

Nakon što je zadovoljeno slobodno vrijeme, potrebno je ispuniti sljedeći uvjet a to su slobodna sredstva. Povezanost između razine dohodaka i sudjelovanja u sportsko - rekreacijskim aktivnostima je pozitivna. Ovdje se još spominju urbanizacija te stanovništvo kod objektivnih faktora turističke potražnje.

Posrednički faktori su zapravo razne agencije koje se bave organizacijom putovanja, ali i sportske organizacije koje se obave organizacijom sportskih događaja.

Da bi se turistička ponuda mogla razvijati potrebno je razmišljati o faktorima atraktivnosti turističke ponude, komunikacijskim i receptivnim faktorima. Turista u destinaciju prvenstveno privlači atrakcija, koja je primarna turistička ponuda na temelju koje se razvijaju ostale turističke ponude kao što su ugostiteljski sadržaji, smještajni kapaciteti te sportsko – rekreativni sadržaji.

Postoje dvije skupine funkcija koje generiraju turizam i sport, društvena i ekonomska funkcija. Zdravstvena funkcija, kulturno – obrazovna, politička i socijalna funkcija te sportsko – rekreacijska spadaju pod društvene funkcije turizma i sporta. Ekonomske funkcije mogu biti zaposlenička, multiplikativna konverzijska i druge, a one se ostvaruju kroz dodatne ekonomske učinke.³

Gore navedeni pokazatelji ukazuju da je sport važan čimbenik za razvoj turizma, ali i generator dodatnih ekonomskih učinaka u turizmu. Svojom ponudom i potražnjom, sport i turizam su međuovisni te utječu jedan na drugoga. Ne postoji puno literature koja govori o povezanosti sporta i turizma te njihovoj specifičnoj vezi, no postoji sve veća svijest da su njihove značajke komplementarne. Sport i turizam potiču ljude na aktivnost, donose doživljaj novih iskustava te nose spektar obilježja koja predstavljaju moderno poimanje turista i putovanja što pridonosi vrijednostima turizma.

1.1. Sport

U Hrvatskoj je sport definiran Europskom sportskom poveljom Vijeća Europe. Ona ne predstavlja pravno obvezujući akt, već određene smjernice i preporuke te vodič za unapređenje sportskog sustava za države članice Vijeća Europe. Prema tome, definicija glasi: „Sport predstavljaju svi oblici fizičke aktivnosti koji, kroz neorganizirano ili organizirano sudjelovanje, ima(ju) za cilj izražavanje ili poboljšavanje fizičke spremnosti i mentalnog blagostanja, stvaranje društvenih odnosa ili postizanje rezultata na natjecanjima svih razina.“⁴

³ Ibidem, 85

⁴ Nedić, Škerbić, Definiranje sporta u hrvatskim i međunarodnim pravnim aktima: na sjecištu prava i filozofije, 157

U hrvatskom sustavu postoji distinkcija između sporta i sportske djelatnosti. Sport nije definiran zakonom o sportu niti postoje određene smjernice koje bi upućivale na to koje aktivnosti čine sport. S druge strane, sportska djelatnost je definirana Zakonom o sportu, a čine ju:

- sudjelovanje u sportskom natjecanju,
- pripreme (sportske),
- sportska poduka,
- zdravstveno umjereno tjelesno vježbanje
- organiziranje i vođenje sportskog natjecanja i
- posredovanje u sportu.⁵

U nazivu diplomskog rada nalazi se riječ sport, no intencija rada se temelji na simbiozi turizma i sportskih djelatnosti kao što je organizacija i vođenje sportskog natjecanja.

1.1.1 Povijest sporta

Početak sporta prvenstveno se zasniva na ljudskim aktivnostima koje su nastale u cilju ljudske egzistencije, kao što je lov, borba s prirodom i okolinom, ali i aktivnostima kao što su svečanosti, obredi i zabave. Drevni narodi Medijaca i Perzijanaca su imali osmišljeni tjelesni odgoj, a takav sustavni pristup tjelesnom odgoju mogu se vidjeti i kod drevnih naroda Babilonaca i Egipćana. Sport je u to vrijeme bio uvjetovan prirodnim oblicima kretanja, kao što su trčanje, bacanje, plivanje, skokovi, ali i složeniji oblici poput mačevanja, hrvanja itd.

Održavanje igara u Olimpiji sadrži prvi vjerodostojan zapis koji datira iz 776. p.n.e., iako se ne može potvrditi jesu li upravo te igre u antičkoj Grčkoj bile prve. Važno je napomenuti da je popularnost Igara značajno utjecala na kulturni, politički i ekonomski život ondašnjeg stanovništva, što možemo usporediti s današnjim značajem Olimpijskih igara na društvo.

Uloga tjelesnog vježbanja, odnosno sport, mijenjao je svoj pojavni oblik, cilj i svrhu, no kroz sve godine bitno je utjecao na sam razvoj društva i svijesti svih sudionika sportskih događaja, bili oni pasivni ili aktivni sudionici.

⁵ Zakon o sportu, čl. 3, st.2

1.1.2 Uloga sporta u suvremenom društvu

U suvremenom društvu se javlja sve veći interes za odmakom od vrhunskog sporta i istraživanjem različitih oblika sporta. Ovdje se misli na sve oblike tjelesne aktivnosti kao funkciji očuvanja zdravlja, zabave i fitnesa.

Sport je u suvremenom društvu sastavni dio svakodnevnog života velikog broja ljudi. Jedna je od temeljnih društvenih institucija, što mogu potvrditi Olimpijske igre, Svjetsko nogometno prvenstvo, teniski turnir Wimbledon i razna ostala natjecanja koja okupljaju veliki broj ljudi, neovisno spolu, dobi ili socijalnom statusu. Sport ne poznaje kulturne i društveno – gospodarske granice te snažno utječe na razvoj društva.

U Bijeloj knjizi iznosi se mišljenje Komisije europskih zajednica o važnosti sporta na društvenoj i političkoj razini te se za sport navodi sljedeće: „Sport je rastući društveni i ekonomski fenomen koji daje važan doprinos strateškim ciljevima solidarnosti i prosperiteta Europske unije.“⁶

U Deklaraciji 2030. Plana za održivi razvoj dodatno se potvrđuje uloga sporta u društvenom napretku: „Sport je važan faktor u omogućavanju održivog razvoja. Prepoznaje se sve veći doprinos sporta pri ostvarenju razvoja i mira u promicanju tolerancije i poštovanja i doprinosa pri osnaživanju žena i mladih ljudi, pojedinaca i zajednice te ostvarivanju ciljeva zdravstva, obrazovanja i socijalne uključenosti.“⁷

Istraživanjem Eurobarometra 2022. godine ispitanici svih 27 članica Europske unije i odgovori na „Glavnih pet razloga treniranja sporta ili bavljenja fizičkom aktivnosti“ su prikazani u grafikonu 1.

⁶ Bijela knjiga o sportu, str.2

⁷ Hrvatski zavod za javno zdravstvo, Međunarodni dan sporta za razvoj i mir

Grafikon 1.: Pet najvažnijih razloga bavljenja sportom ili fizičkom aktivnosti



Izvor: samostalna izrada autora prema Eurobarometer, 2022.

1.2. Turizam

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji turizam označava privremenu promjenu u čovjekovu životu, odnosno predavanje užitku unatoč svim neprilikama i ekscesima. Turizam je pravo koje je stečeno za sva buduća vremena te je integralni dio običaja sve više ljudi. Turizam je trend svuda.

Turizam oblikuje suvremeni društveni razvoj, a preduvjeti za turizam su financijska sredstva i slobodno vrijeme. Turizam je skup odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta. Česte definicije turizma su ekonomske, socio – kulturološke i nominalne, no u novije vrijeme su češće definicije koje turizam gledaju kao skup aktivnosti i komplementarnosti.

Glavni pokretači turizma jesu turisti, a motivi putovanja prema UNWTO klasifikaciji su sljedeći:

- odmor i rekreacija koji uključuju i praznike, sportski i kulturni turizam, posjet rodbini i prijateljima,
- poslovna i profesionalna putovanja kao što su sastanci, poticajna putovanja, konferencije i poslovni turizam (MICE),

- druge turističke svrhe kao što je studij u inozemstvu ili zdravstveni turizam i dr.⁸

Turizam se najjednostavnije može podijeliti na masovni i tematski, odnosno selektivni oblik turizma. Masovni turizam je progresivan, nekontroliran, obilježavaju ga velike grupe turista s fiksnim programom. Turisti, koji „provode“ masovni turizam, su često pasivni, usmjereni na unaprijed dogovoreni plan i program, ne traže nova iskustva i vrijednosti. Specifični oblici turizma su suprotnost od masovnog turizma pa je on optimiziran, kontroliran, dugoročan. Turisti koji odabiru selektivni oblik turizma su u manjim skupinama ili pojedinci, spontani, zahtjevni i aktivni, često spremni izdvojiti više za bolju uslugu ili doživljaj, žele učiti i biti uključeni u razne aktivnosti koje turistička destinacija nudi.

Masovni turizam je svoj vrhunac doživio 1980-ih godina 20. stoljeća, dok selektivni oblik turizma trenutno uzima zamah i ide prema svom vrhuncu.

1.3 Sportski turizam

Sportski turizam obuhvaća širok spektar aktivnosti i interesa te stoga ima različite definicije. Može se opisati kao putovanje tijekom odmora koje ima za cilj sudjelovanje u određenom sportu, posjet sportskim događajima ili atrakcijama vezanim uz sport. Turizam i sport su međusobno povezane društveno-ekonomske pojave, a često dijele iste subjekte koji su nositelji oba područja. Sportska aktivnost postaje sve popularniji oblik odmora, a sportski turizam obuhvaća razne aspekte sporta, uključujući profesionalnu, amatersku i pasivnu dimenziju koja uključuje turiste kao gledatelje sportskih događaja. Destinacije koje uključuju sportski turizam u svoje planove mogu ostvariti brojne koristi, kako posredne tako i neposredne. U suvremenom turizmu, sport sve više postaje glavni motiv putovanja u turističke destinacije, što pridonosi razvoju sportskog turizma.

Danas je sve veća sklonost turista prema sportskim aktivnostima tijekom njihovog odmora. Masovnost sudjelovanja u sportskim aktivnostima, zajedno s povećanom brigom za zdravlje i kondiciju, rezultirala je povećanom potražnjom za sportsko-rekreacijskim

⁸ Gržinić, J., (2019): „Uvod u turizam – povijest, razvoj, perspektive“, 21

aktivnostima tijekom godišnjeg odmora. Ova tendencija je potaknula razvoj novih trendova i izazvala veliko zanimanje za sportski turizam diljem svijeta.

Sportski turizam uključuje putovanja s ciljem sudjelovanja u sportskim aktivnostima ili pasivnog sudjelovanja u sportskim događajima. Pasivno sudjelovanje obuhvaća prisustvovanje sportskim događajima kao što su Olimpijske igre, teniska natjecanja poput Wimbledona i slično. Iako sportski turizam nije oduvijek bio toliko popularan, posljednjih desetljeća broj sudionika koji žele prisustvovati sportskim događajima bez aktivnog sudjelovanja se povećao. Danas ljudi češće putuju i putuju veće udaljenosti kako bi sudjelovali ili bili svjedoci svojih omiljenih sportskih događaja. Zbog toga nije iznenađujuće što je sportski turizam postao iznimno popularan u posljednjim godinama. Velik broj ljudi želi doživjeti sportske događaje iz prve ruke i sudjelovati u njihovoj atmosferi, što je dovelo do značajnog porasta popularnosti sportskog turizma.

Razni su autori kroz godine proučavali turizam i sport te su različito opisivali definiciju sportskog turizma. S obzirom na to da je spoj sporta, turizma i avanture relativno nedovoljno istražen područje u praksi, postoje različite definicije koje su se istaknule kao značajne. Evo nekih od najznačajnijih definicija:

- Standeven i De Knop (1999.) definiraju sportski turizam kao obuhvat svih oblika aktivne ili pasivne uključenosti u sport, bilo da se povremeno ili organizirano sudjeluje u sportu, s poslovnim ili nekomercijalnim svrhama, što uključuje putovanje iz mjesta rada ili boravka.⁹

Ova definicija naglašava da sportski turizam uključuje različite načine uključenosti u sport, bez obzira je li to sudjelovanje kao aktivni sportaš ili gledatelj. Također, ističe se da sportski turizam može imati i poslovne i nekomercijalne svrhe te da obuhvaća putovanje s mjesta rada ili boravka kako bi se uključili u sportske aktivnosti ili događaje.

- Gammon i Robinson (2003) ističu da sport i turizam predstavljaju fenomene koji se bave organizacijom i upravljanjem velikih sportskih događaja tzv. megadogađaja. Također, naglašava se da se sportski turizam bavi pružanjem sportskih i turističkih usluga usmjerenih prema potrošačima i sportskim turistima.¹⁰

Ova definicija ističe važnost upravljanja velikim sportskim događajima te spaja koncepte sporta i turizma kao ključnih elemenata u tom procesu. Također, naglašava se da

⁹ Standeven, J. i De Knop, P., Sport tourism destinations, 21

¹⁰ Sport and Tourism: A Conceptual Framework

je sportski turizam usmjeren prema pružanju specifičnih usluga koje zadovoljavaju potrebe i očekivanja potrošača i sportskih turista.

- Prema Bartoluci, Škorić i Andrijašević (2021.), sportski turizam se promatra s gledišta motivacije te obuhvaća putovanja i boravak turista u turističkim destinacijama u kojima su sportski motivi dominantni.¹¹

Ova definicija naglašava da je ključno razumijevanje motivacije turista koji se upućuju na sportski turizam. Sportski motivi predstavljaju glavni faktor koji potiče putovanja i boravak turista u određenoj turističkoj destinaciji. To znači da turisti biraju destinacije temeljem sportskih aktivnosti, događaja ili atrakcija koje su im zanimljive i privlačne. Važno je uzeti u obzir da ova definicija naglašava dominaciju sportskih motiva u turističkim destinacijama, što ukazuje na važnost sportskih elemenata i ponude kao ključnih faktora privlačnosti za sportske turiste.

1.3.1 Podjela sportskog turizma

U ovom radu koristit će se Bartolucijeva podjela sportskog turizma, prema kojoj se sportski turizam smatra selektivnom vrstom turizma. Takav oblik turizma temelji se na motivima zbog kojih ljudi putuju u određena turistička odredišta.¹²

U skladu s Bartolucijevom podjelom sportskog turizma, prepoznaje se nekoliko glavnih kategorija:

- Natjecateljski sportski turizam: Ova kategorija obuhvaća putovanja koja su usmjerena na sudjelovanje u sportskim natjecanjima. To uključuje sportske turnire, maratone, biciklističke utrke, triatlone i druge sportske događaje u kojima sudionici aktivno sudjeluju u natjecanju. Turisti putuju s ciljem postizanja sportskih rezultata i testiranja svojih vještina i sposobnosti.
- Zimski sportsko-rekreacijski turizam: Ova kategorija se odnosi na putovanja koja su usmjerena na zimske sportske aktivnosti. To uključuje skijanje, snowboarding, klizanje, sanjkanje i druge zimske sportske aktivnosti. Turisti se odlučuju za ove vrste putovanja kako bi iskusili zimske sportove i uživali u snježnom okruženju.

¹¹ Bartoluci, Škorić, Andrijašević, Menadžment sportskog turizma i njegovih srodnih oblika, 325

¹² Bartoluci, Menadžment u sportu i turizmu, 21

- Ljetni sportsko-rekreacijski turizam: Ova kategorija obuhvaća putovanja koja su usmjerena na ljetne sportske aktivnosti. To može uključivati sportove poput plivanja, jedrenja, surfanja, ronjenja, planinarenja, biciklizma i drugih aktivnosti koje se provode tijekom toplijih mjeseci. Turisti se upućuju na ova putovanja kako bi iskusili ljetne sportove i aktivnosti na odredištima koja nude prirodne ljepote i mogućnosti za rekreativne aktivnosti.

Razvoj turizma i sporta dovodi do povećanja privremenog boravka turista u turističkim destinacijama. Turisti dolaze s ciljem sudjelovanja u određenim sportskim aktivnostima ili prisustvovanja sportskim događajima. U ovom obliku turističkog kretanja, sport je glavni motiv putovanja. Ljudi putuju kako bi se aktivno uključili u sportske aktivnosti ili kako bi bili gledatelji sportskih natjecanja i doživjeli atmosferu događaja. Ovi sportski motivi potiču turiste da odaberu odredišta koja nude odgovarajuće sportske objekte, infrastrukturu i prirodne ljepote koje podržavaju njihove sportske interese i aktivnosti.

Novi trendovi u turističkoj potražnji za aktivnim odmorom imaju značajan utjecaj na razvoj sportskog turizma i oblikovanje njegovih različitih oblika. Zahvaljujući tim trendovima, turistička ponuda diljem svijeta se proširuje i neprestano prilagođava potrebama turista. Sportski turizam predstavlja specifičan segment turističke industrije koji se usredotočuje na dolazak i boravak turista u destinaciji zbog sportskih događaja i aktivnosti. Razvoj sportskog turizma rezultira stvaranjem raznovrsnih sportskih objekata, infrastrukture i događaja koji privlače turiste. Turističke destinacije se sve više trude pružiti različite mogućnosti za sportske aktivnosti, kao i organizirati sportske događaje kako bi privukle posjetitelje. Sport je postao važan motiv putovanja, a sportski turizam odgovara na tu potražnju pružajući turistima mogućnost da se bave omiljenim sportovima i dožive sportsku atmosferu na različitim destinacijama. Uzimajući u obzir rastuću potražnju za aktivnim odmorom, sportski turizam se pozicionira kao značajan segment turističke industrije koji se neprestano razvija i prilagođava potrebama i preferencijama turista.

U sportskom turizmu su se razvili različiti pojavnih oblici koji se razlikuju prema vrsti sportskih atrakcija koje turisti traže i doživljavaju. Neki od tih oblika su:¹³

- Aktivni sportski turizam: Ovdje turisti aktivno sudjeluju u sportskim aktivnostima tijekom svog boravka. Oni odabiru destinacije koje im omogućuju bavljenje određenim sportovima

¹³ Bartoluci, M., Škorić, S., Menadžment sportskog i nautičkog turizma. 110

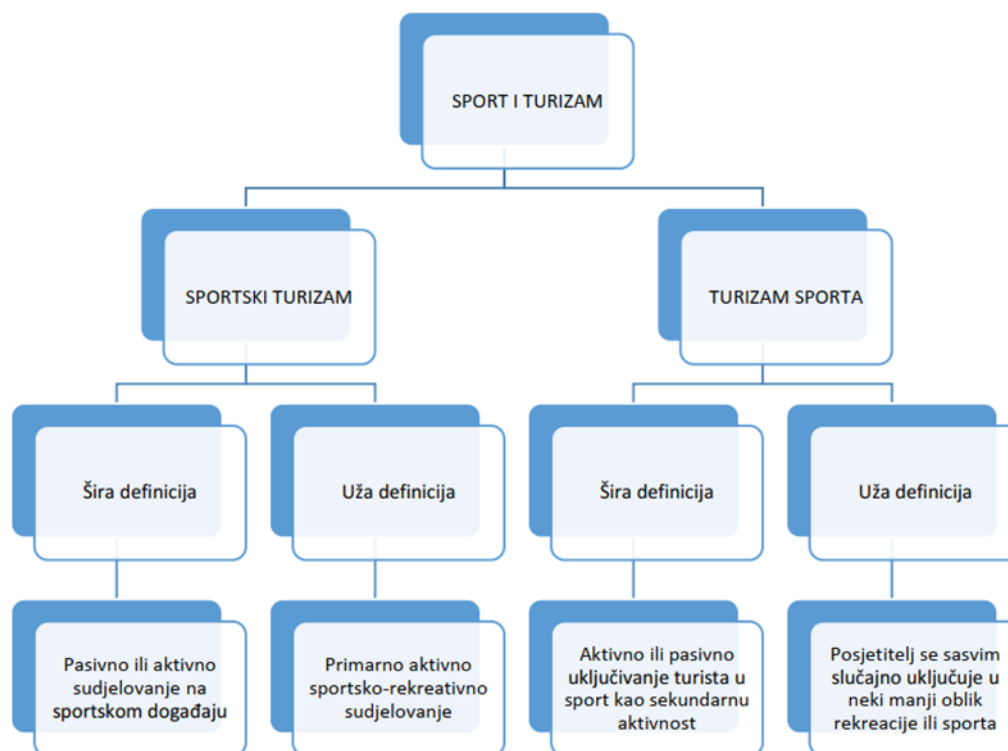
ili rekreacijom. Na primjer, turist može odabrati destinaciju koja ima dobro uređene biciklističke staze ili hotel s golf igralištem. Aktivnost koju turist odabere predstavlja primarni motiv za putovanje.

- Manifestacijski sportski turizam: Ovaj oblik sportskog turizma uključuje putovanje turista radi sudjelovanja u sportskim događajima ili prisustvovanja sportskim manifestacijama. Turist dolazi u destinaciju zbog velikih sportskih događaja kao što su europska prvenstva, ATP turniri, zimski ili ljetni olimpijski igre, Snježna kraljica ili slično. Cilj je doživjeti uzbuđenje i atmosferu sportskih natjecanja.
- Povijesni sportski turizam: Ovdje turisti posjećuju destinacije koje imaju povijesni i kulturni značaj u svijetu sporta. To može uključivati posjet muzejima sporta, sportskim terenima, stadionima ili kućama slavnih sportaša. Turisti se zanimaju za povijest sporta i žele naučiti više o sportskim legendama, povijesnim trenucima i razvoju sporta na određenom mjestu.

Svi ovi pojava oblici sportskog turizma pružaju turistima mogućnost da se aktivno uključe u sportske aktivnosti, dožive sportske događaje ili istraže povijest i kulturu sporta na određenim destinacijama. Raznolikost ovih oblika omogućuje turistima da pronađu svoje interese i preferencije u vezi s sportom te uživaju u jedinstvenim iskustvima tijekom putovanja.

Prema Gammonu i Robinsonu, sportski turizam se objašnjava kroz model koji se sastoji od dvije kategorije: sportskog turizma i turističkog sporta. U idućoj slici bit će prikazane kategorije sportskog turizma prema Gammonu i Robinsonu.

Slika 1. Kategorije sportskog turizma



Izvor: Gammon, S i Robinson, T. (1997.) Sport and Tourism: A conceptual Framework. Journal of Sport Tourism

Na slici 1. prikazan je glavni model koji razlikuje pojmove "Sportski turizam" i "Turistički sport", te njihovo zajedničko spajanje u obliku pojma "Sport i turizam". Pojam "Turistički sport" označava sport kao sekundarnu aktivnost na putovanju. Ovdje se sport smatra atrakcijom koju turist slučajno uključuje tijekom boravka u destinaciji, a koja mu nije bila svjesna prije dolaska. "Sportski turizam" definira oblik turizma u kojem turist može sudjelovati aktivno ili pasivno u sportskim aktivnostima, a upravo su te aktivnosti privukle turista da posjeti određenu destinaciju.

Gammon i Robinson također spominju nostalgичni sportski turizam koji uključuje posjete turista prostorima posvećenim slavljenju sportskih aktivnosti ili osoba.¹⁴ To mogu biti sportske dvorane, muzeji, obilasci poznatih sportskih objekata, obilazak sportskih staza, tematski odmori sa sportskim profesionalcima i slično. Ovaj oblik sportskog turizma pruža turistima priliku da se prisjete povijesti sporta i iskuse autentičnu sportsku atmosferu.

¹⁴ Gammon, S., Robinson, T. (2003) Sport and Tourism: A Conceptual Framework. Journal of Sport Tourism, 8 (1), 21–26

Prema Gibsonu, sportski turizam se može opisati kao putovanje koje privremeno odvodi pojedince izvan njihovih lokalnih zajednica s ciljem sudjelovanja u tjelesnim aktivnostima, promatranja sportskih događaja ili posjeta atrakcijama vezanim za fizičku aktivnost.¹⁵ Ovaj oblik turizma omogućuje turistima da iskoriste svoje slobodno vrijeme na raznolike načine, istražujući različite tjelesne aktivnosti i uživajući u sportskim sadržajima. Gibson navodi tri različita tipa ponašanja koja su povezana s sportskim turizmom: aktivno sudjelovanje, promatranje i posjet znamenitostima. Ovi tipovi ponašanja obuhvaćaju različite načine kako turisti mogu doživjeti sportski turizam. Aktivno sudjelovanje podrazumijeva uključivanje u sportske aktivnosti, gledanje se odnosi na praćenje sportskih događaja kao gledatelj, dok posjet znamenitostima uključuje obilazak i upoznavanje sportskih atrakcija.

1.3.2 Ekonomski učinci

Ekonomski učinci su jedan od temelja povezanosti sporta i turizma. Ekonomski učinci turizma mogu se prikazivati kroz nekoliko podjela kao što su fizički i financijski kriterij, izravni i neizravni ili pozitivni i negativni ekonomski učinci.

U ovom dijelu, ekonomski učinci sporta u turizmu bit će iskazani prema Bartolucijevoj podjeli.¹⁶ Prva podjela ekonomskih učinaka u sportu je na makroekonomske i mikroekonomske učinke. Makroekonomski su oni učinci sporta koji se odvijaju na nacionalnoj ili regionalnoj razini te se ostvaruju u okviru turističkih destinacija. Mikroekonomski se ostvaruju na razini sportskih ili turističkih organizacija u određenoj turističkoj destinaciji na temelju različitih sportskih proizvoda i usluga.

Sport u turizmu je generator dodatnih ekonomskih učinaka, a osim toga on stvara dodatno tržište za različite sportske proizvode i sportsku opremu, utječe na razvoj sportske infrastrukture, turističku organizaciju i ponudu sportskih poduzeća. U suvremenom turizmu, sport je važan kao sadržaj boravka turista, koji postaju aktivni sudionici različitih sportova.

Spomenuti ekonomski učinci vidljivi su kroz razne sportsko rekreacijske programe, kao što su:

- iznajmljivanje sportskih objekata,
- korištenje sportskih objekata,

¹⁵ Gibson, H., Sport Tourism: An Introduction to the Special Issue, Journal of Sport Management, 2003. 49

¹⁶ Bartoluci, Škorić, Andrijašević, Menadžment sportskog turizma i njegovih srodnih oblika, 90

- najam opreme,
- razne škole i tečajevi,
- pripreme sportaša,
- sportske igre, turniri, natjecanja,
- sportsko – zabavne atrakcije itd.

Slijede izravni i neizravni ekonomski učinci. Temeljna razlika je što se izravni odnose na direktnu potrošnju i prihode te se ostvaruju u turističkim ili sportskim poduzećima u turističkoj destinaciji. Neizravne ili posredne ekonomske učinke nije moguće uvijek financijski izraziti, a primjer su produženje turističke sezone, smanjenje sezonalnosti, motivacija turista za odabirom destinacije, povećanje potrošnje itd. Kao rezultat toga, dolazi do porasta broja zaposlenih u turističkoj destinaciji, što dovodi do povećanja poreznih prihoda i drugih gospodarskih aktivnosti.

Sportski turizam ima višestruke ekonomske učinke na turističku destinaciju, no oni najbitniji i najizraženiji su povećanje turističke potražnje, povećanje prihoda od turizma, razvoj sportske infrastrukture, potreba za novim radnim mjestima te poticanje na razvoj drugih sportskih i turističkih aktivnosti.

1.4 Sportske manifestacije i njihove uloge u turizmu

Sportske manifestacije su važan dio turističke ponude te imaju veliku ulogu u promociji destinacije, zaslužne su za povećanje turističkih prihoda te poboljšanje cjelokupnog doživljaja određene zemlje ili destinacije. Sportske manifestacije su događaji koji su organizirani prema unaprijed pripremljenom programu i imaju značajan utjecaj na turizam. Oni donose društvene i ekonomske koristi za destinaciju u kojoj se održavaju. Ove manifestacije privlače turiste i doprinose razvoju turizma u destinaciji. Kroz sportske manifestacije ostvaruju se razni turistički efekti, kao što su povećanje turističkog prometa, generiranje prihoda, promocija destinacije te stvaranje pozitivne slike i reputacije. Ova vrsta događaja ima važnu ulogu u razvoju turizma i pridonosi društvenom i ekonomskom prosperitetu destinacija.¹⁷ Mjesta koja

¹⁷ Bjeljac, Ž., (2006): „, Tourismological classification of sporting events” 39 – 45.

imaju bolji i vrijedniji turističko - geografski položaj, mjesta koja su atraktivnija i bolje opremljena (infrastrukturu, prihvatnim potencijalom, opremom, aktivnostima..) posjeduju bolje i povoljnije uvjete za organiziranje sportskih manifestacija. Sportske manifestacije definitivno doprinose razvoju infrastrukture, sportske i destinacijske. Osim toga, sportske manifestacije uvelike utječu na popularizaciju sporta. Primjer su Olimpijske igre, svjetska prvenstva u nogometu, Wimbledon itd.

Tijekom vremena, sportske manifestacije su postale sve više obogaćene kulturnim, zabavnim i rekreativnim sadržajima, što je rezultiralo većom posjećenošću istih. Velike svjetske kompanije prepoznaju njihov potencijal te se sve više uključuju u sponzorstvo i organizaciju sportskih natjecanja. Organizatori sportskih manifestacija imaju zadatak osigurati odgovarajući smještaj, hranu i transport za sportaše, prateće osoblje, novinare i posjetitelje koji mogu doći u destinaciju zbog samog sportskog događaja ili kao slučajni posjetitelji. U takvim organizacijama također je važno planirati i potrošnju turista izvan smještajnih objekata.

Sportske manifestacije moguće je podijeliti na:

- Sportsko –profesionalne,
- Sportsko – rekreativne,
- Kompleksne sportsko – turističke, i
- Sportsko – propagandne.

Prema značaju održavanja sportske manifestacije moguće je razvrstati na:

- lokalne,
- regionalne,
- nacionalne
- nacionalne sa međunarodnim učešćem,
- kontinentalne,
- globalne

Prema mjestu održavanja mogu se podijeliti na:

- manifestacije koje se održavaju stalno u istom mjestu;
- sportske manifestacije koje se svaki put održavaju u drugom mjestu,

- sportske manifestacije koje se istovremeno održavaju u nekoliko naselja ili država¹⁸

Neke od najvažnijih uloga sportskih manifestacija u turizmu su povećanje turističkih prihoda, promocija područja ili destinacije u kojoj se manifestacija održava, stvaranje novih radnih mjesta, izgradnja i ulaganje u infrastrukture te na kraju dugoročni utjecaj na destinaciju smislu stvaranja prepoznatljive turističke destinacije koja će privući nove turiste.

¹⁸ Ibidem

2. Strateški pristup planiranju i razvoju turizma

Strateški pristup planiranju i razvoju turizma je važan proces koji se provodi u cilju dugoročnog razvoja turizma u određenom području. Ovaj pristup uključuje analizu turističke ponude i potražnje, identifikaciju ključnih problema i izazova, definiranje ciljeva i strategija za rješavanje tih problema, te provedbu mjera za ostvarenje tih ciljeva. Planiranje turističkog razvoja može se provoditi na različitim razinama, a svaka od njih ima niz posebnosti.

2.1. Obilježja i razine planiranja u turizmu

Kada se planira razvoj neke turističke destinacije, poželjno je da se turizam planira integralno u konkretnoj destinaciji. To je često nemoguće, ali se iz tog razloga nastoji planski postupak provoditi tako da se razvoj sektora može lako integrirati u opći razvojni plan i politiku ili programske aktivnosti.

Kako je već i spomenuto, planiranje turističkog razvoja može se provesti na različitim razinama, a svaka od njih ima niz specifičnosti. Razine planiranja podijeljene su na: internacionalnu razinu planiranja, međuregionalnu i/ili međudržavnu razinu planiranja, nacionalnu razinu planiranja, regionalnu razinu planiranja i lokalnu razinu planiranja.

Na nacionalnoj razini, planiranje razvoja turizma ima za cilj ostvarenje širih nacionalnih razvojnih ciljeva, uključujući opće i turističke ciljeve. Nacionalni planovi razvoja mogu se izravno odnositi na turizam, poput nacionalnih turističkih razvojnih planova, master planova ili strateških marketinških razvojnih planova za turizam. Također, turizam može biti neizravno uključen u razne razvojne planove na nacionalnoj razini, kao što su opći razvojni planovi ili nacionalni planovi za razvoj infrastrukture. Svi ovi planovi imaju za cilj unaprijediti turizam kao ključni sektor gospodarstva i potaknuti njegov održivi razvoj na nacionalnoj razini.¹⁹

Turističko planiranje na razini države kao destinacije uključuje niz mjera turističke politike i fizičkog/prostornog planiranja. To obuhvaća identifikaciju glavnih turističkih atrakcija, označavanje turističkih razvojnih regija, planiranje međunarodne prometne mreže i

¹⁹ Pearce, D; Tourist Development, Longman Group, UK, 1989, str. 245

objekata te važnih infrastrukturnih objekata. Također se uzima u obzir ukupan broj, vrsta i kvaliteta objekata za smještaj i ostale turističke objekte i usluge. Planiranje uključuje definiranje glavnih turističkih ruta u zemlji i njihovih regionalnih veza, organizacijsku strukturu za turizam, planove i programe obrazovanja i osposobljavanja kadrova te analizu potencijalnih sociokulturnih, ekoloških i ekonomskih implikacija turističkog razvoja. Osim toga, planiranje na nacionalnoj razini uključuje identifikaciju tehnika implementacije, uključujući kratkoročne razvojne strategije i projekte. Cilj je osigurati usklađenost turističkog razvoja s nacionalnim ciljevima i maksimizirati pozitivne socioekonomske učinke, uzimajući u obzir i održivost i zaštitu prirodnog i kulturnog okoliša.

U Hrvatskoj je na nacionalnoj razini 1992. godine donesen Generalni ili Master plan razvoja turizma. Ovaj plan je imao za cilj definirati smjernice za razvoj turizma u zemlji. Nakon toga, 1998. godine izrađen je Strateški marketinški plan hrvatskog turizma. Ovaj plan je bio usmjeren na pozicioniranje hrvatskog turističkog proizvoda na međunarodnom turističkom tržištu i pružanje smjernica za njegov budući razvoj. Marketinški plan je uključivao strategije i akcije usmjerene na privlačenje ciljanih tržišta, promociju turističkih atrakcija i oblikovanje imidža Hrvatske kao turističke destinacije. Ministarstvo turizma 2003. godine donosi Strategiju razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine kojoj je cilj stvoriti kvalitetnu, suvremenu i inovativnu turističku ponudu koja će povećati konkurentnost hrvatskog turizma na tržištima potražnje i kapitalnih investicija i svrstati Hrvatsku u red vodećih turističkih zemalja na Mediteranu.²⁰ Sportski turizam se u ovoj strategiji ne spominje. Na zahtjev Ministarstva turizma, Institut za turizam 2012. godine izrađuje Glavni plan i strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske u kojem se donosi izvještaj projekcija gospodarskih učinaka te razvojni potencijali do 2015. i 2020. godine. U izvještaju se procjenjuje da u 2020. godini udio bruto dodane vrijednosti turizma u bruto dodanoj vrijednosti hrvatskog gospodarstva može biti i više 50% veći od udjela u 2011. godini.²¹ Hrvatski Sabor je 2013. godine donio Strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Ova strategija je temeljena na analizi relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju i identificira ograničenja i mogućnosti razvoja turizma u zemlji. Cilj strategije je usmjeriti turističku politiku prema ključnim čimbenicima uspjeha u razdoblju do 2020. godine.²² U okviru strategije, sportski turizam je prepoznat kao

²⁰ Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine, 3

²¹ Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, Institut za turizam, 2

²² Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Narodne novine, 2013.

rastuća kategorija proizvoda u turizmu. Međutim, strategija ističe da Hrvatska još uvijek nije u potpunosti iskoristila sve svoje komparativne prednosti za razvoj sportskog turizma. Stoga se naglašava potreba za razvojem konkurentnih sustava turističkih doživljaja, uključujući i sportski turizam. Ova strategija predstavlja smjernice za daljnji razvoj turizma u Hrvatskoj i ukazuje na važnost fokusiranja na sportski turizam kao segment s velikim potencijalom za rast i razvoj. Trenutno se provodi strategija pod nazivom "Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine" koja je rezultat suradnje predstavnika ključnih dionika hrvatskog turizma, ministarstava i drugih relevantnih institucija. U procesu izrade strategije, mnogi dionici su sudjelovali kroz tematske radionice, sastanke i intervjuje, a mišljenja su prikupljena i putem anketa u kojima su sudjelovali predstavnici lokalnih zajednica i građani. Na temelju ove strategije, planira se izrada Nacionalnog plana razvoja održivog turizma do 2027. godine, koji će detaljnije definirati prioritete i konkretne mjere za ostvarenje ciljeva strategije. Vizija Republike Hrvatske, u skladu s Nacionalnom razvojnom strategijom do 2030. godine, je da će Hrvatska u 2030. godini biti konkurentna, inovativna i sigurna zemlja s prepoznatljivim identitetom i kulturom. Također će biti zemlja s očuvanim resursima, kvalitetnim životnim uvjetima i jednakim prilikama za sve.²³ U strategiji se navodi poticanje sportskog turizma koristeći preduvjete pogodne klime i prateće infrastrukture, uključujući i zdravstvenu.

2.2 Zadaća planiranja u turizmu

Planiranje je važno za ostvarenje uspješnog razvoja turizma. Planiranje se općenito definira kao proces utvrđivanja odgovarajućih budućih aktivnosti u spektru više mogućnosti.²⁴

Postoje četiri osnovna svojstva procesa planiranja:

- planiranje je sastavni dio svake ljudske aktivnosti,
- planiranje se odnosi na budućnost
- planiranje se temelji na misaonom procesu
- planiranje potiskuje neizvjesnost tijekom i ishoda djelatnosti.²⁵

Turizam se oblikuje i razvija kroz različite pristupe planiranju, pri čemu planiranje može biti shvaćeno kao proces i metoda. Kao proces, planiranje u turizmu podrazumijeva

²³ Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Narodne novine, 2023.

²⁴ Vukonić, Keča, Turizam i razvoj, 2001, 197.

²⁵ Ibidem, 198.

svjesno postavljanje ciljeva i zadataka koji se žele postići u određenom vremenskom razdoblju u turističkom sektoru ili subjektu. S druge strane, planiranje se kao metoda odnosi na skup načina i metodologija kojima se identificiraju planirani sadržaji i prevladavaju poteškoće i neusklađenosti s trenutnim stanjem. U teoriji turizma, planiranje se objašnjava kao proces postavljanja globalnih ciljeva, što znači da se usredotočuje na sintetizirane rezultate i učinke turističke politike. Također, planiranje u turizmu uključuje postavljanje zadataka za pojedine nositelje i izvršitelje, kako bi se ostvarili planirani ciljevi i poboljšala učinkovitost turističke industrije.²⁶

Strateško planiranje odvija se u više faza, a to su:

- utvrđivanje vizije i sustava ciljeva,
- identificiranje i interakcija strategijskih poslovnih jedinica,
- analiza i procjena postojećih portfolia poslova,
- definiranje budućih aktivnosti,
- identificiranje novih prilika u okolini za ostvarenje razvoja²⁷

Radi daljnjeg razvoja, kod planiranja se moraju identificirati postojeći i potencijalni resursi kojima destinacija raspolaže. Nakon toga se određuju ciljevi planiranja, prikupljanje podataka te analiza i interpretacija, kreiranje alternativnih rješenja i scenarija, odabir odgovarajuće alternative te kreiranje konačnog plana. Na kraju dolazi implementacija i evaluacija plana kako bi se ostvarili postavljeni ciljevi.

2.2.1 Opća načela planiranja

Opća načela planiranja su smjernice i principi koji se primjenjuju u procesu planiranja. Neka od općih načela planiranja su:²⁸

- načelo optimalnosti,
- načelo sukladnosti,
- načelo realnosti,
- načelo konkretnosti,

²⁶

²⁷ Stipanović, *Koncepcija i strategija razvoja u turizmu – sustav i poslovna politika*, 2006, 55.

²⁸ Vukonić, Keča, *Turizam i razvoj*, 2001, 201

- načelo znanstvenosti,
- načelo potpunosti,
- načelo pravodobnosti,
- načelo vremenske određenosti,
- načelo ekonomičnosti,
- načelo demokratičnosti
- načelo integralnosti.

Načelo optimalnosti teži postizanju optimalnih rezultata, tj. maksimiziranju koristi uz minimalne troškove. Načelo sukladnosti nastoji sve planove uskladiti s misijom, vizijom i ciljevima organizacije. Kod načela realnosti planovi trebaju biti realistični i ostvarivi, a u obzir se trebaju uzeti dostupni resursi, vremenski okviri i ograničenja. Načelom konkurentnosti svi planovi trebaju biti dovoljno konkurentni i precizni, a ciljevi moraju biti jasno definirani i razumljivi zbog provedbe i praćenja napretka. Načelom znanstvenosti planiranje treba biti temeljeno na znanstvenim principima i objektivnim rezultatima. Načelo potpunosti obuhvaća sve važne aspekte i komponente koje su relevantne za postizanje ciljeva. Načelom pravodobnosti planovi trebaju biti izrađeni i provedeni dovoljno rano kako bi se omogućilo pripremanje, organizacija i provedba aktivnosti u skladu s postavljenim rokovima. Kod načela vremenske određenosti, planovi trebaju biti jasno vremenski definirani, čime se omogućuje praćenje napretka i usmjeravanje aktivnosti prema postavljenom rasporedu. Načelom ekonomičnosti planovi bi trebali biti usmjereni prema postizanju maksimalne učinkovitosti i optimalne uporabe raspoloživih resursa. Načelo demokratičnosti nastoji uključiti sve relevantne dionike u donošenje odluka. Posljednje spomenuto načelo je načelo integralnosti prema kojemu bi planiranje trebalo obuhvatiti sve relevantne dijelove organizacije ili aspekte problema koji se rješava. Planovi bi prema tome trebali povezati različite funkcije i sektore kako bi se osigurala koherentnost i usklađenost u postizanju ciljeva.

2.2.2 Funkcije planiranja u turizmu

Funkcije planiranja u turizmu obuhvaćaju različite aktivnosti i procese koji se primjenjuju u planiranju i upravljanju turističkim destinacijama, organizacijama ili projektima. Dolje navedene funkcije pomažu kod strukturiranja procesa planiranja, identificiranja ciljeva i strategija te provedbe konkretnih aktivnosti.

Funkcije planiranja u turizmu su sljedeće:

- postavljanje ciljeva i politika razvoja turizma (što se turizmom želi postići te na koji način),
- razvijanje održivog turizma – uspostava održivog upravljanja prirodnim i kulturnim resursima,
- integriranje turizma u sveukupne razvojne politike i uspostavljanje uskih veza između turizma i ostalih ekonomskih sektora,
- koordiniranje razvojem turizma u svim elementima (međusobni odnos svih turističkih atrakcija, aktivnosti, usluga i segmentiranih turističkih tržišta),
- ravnopravno distribuiranje turističkih koristi na zajednicu,
- stvaranje fizičke strukture koja određenoj lokaciji treba omogućiti turistički razvoj,
- utvrđivanje smjernica i standarda za izradu detaljnih planova kojima će se razviti specifični oblici turizma,
- koordinacija privatnim i javnim sektorom te uspostavljanje institucionalne osnove za upravljanje turizmom,
- kontinuirano praćenje i održavanje napretka turističkog razvoja.²⁹

2.3 Razvoj turističke destinacije

Turistička destinacija je izraz za cjelokupnu turističku ponudu na nekom određenom lokalitetu. Razvoj turističke destinacije predstavlja ključni aspekt u turizmu te ima za cilj poboljšati atraktivnost, konkurentnost i održivost određenog područja kako bi privuklo turiste i ostvarilo ekonomski i sociokulturni napredak. Kroz proces razvoja, destinacija stvara nove turističke proizvode, unaprjeđuje infrastrukturu i potiče lokalni razvoj. Razvoj turističke destinacije je

²⁹ Ibidem, 203.

kompleksan proces koji zahtijeva pažljivo planiranje, suradnju svih relevantnih dionika te strateško vođenje. U daljnjem razvoju turizma veći pomaci mogu se postići smišljenim upravljanjem cjelinom ponude turističke destinacije i posebno stalnim poboljšanjem njene strukture.³⁰ Prije svega, potrebno je provesti analizu postojećeg stanja destinacije kako bi se identificirale prednosti, nedostaci, mogućnosti i prijetnje. Na temelju toga, definiraju se razvojni ciljevi i strategije koje će destinaciju usmjeriti prema željenom razvoju. Jedan od ključnih aspekata u razvoju turističke destinacije je unaprjeđenje turističke infrastrukture. To uključuje izgradnju i poboljšanje smještajnih objekata, restorana, atrakcija, javnih prostora, prometne povezanosti i ostalih turističkih sadržaja. Kvalitetna i dobro osmišljena infrastruktura ključna je za privlačenje turista i pružanje kvalitetnog turističkog iskustva. Također, važno je promovirati destinaciju na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Uz pomoć marketinških strategija i promocije, destinacija može privući veći broj turista i povećati svoju prepoznatljivost. Korištenje suvremenih marketinških alata poput društvenih medija, internetskog oglašavanja i suradnje s turističkim agencijama i medijima može biti ključno za uspješno pozicioniranje destinacije na turističkom tržištu. Održivost je također važan aspekt u razvoju turističke destinacije. Destinacija treba voditi brigu o zaštiti okoliša, očuvanju prirodnih i kulturnih resursa te promicanju odgovornog turizma. Uključivanje lokalne zajednice, edukacija turista o očuvanju okoliša i podrška lokalnom gospodarstvu ključni su faktori za postizanje održivog razvoja destinacije.

Razvoj turističke destinacije nije proces koji se odvija samo na kratkoročnoj osnovi. Potrebno je kontinuirano praćenje, evaluacija i prilagodba strategija kako bi destinacija ostala konkurentna i relevantna na tržištu. Redovita istraživanja tržišta, analiza konkurencije i praćenje turističkih trendova pomažu destinaciji da se prilagodi promjenama i inovira svoje ponude. razvoj turističke destinacije je ključan za postizanje uspješnog turističkog sektora. Kroz pažljivo planiranje, suradnju dionika, unaprjeđenje infrastrukture, promociju, održivost i kontinuirano praćenje, destinacija može ostvariti svoj puni turistički potencijal.

³⁰ Žuvela, Optimizacija strukture turističke ponude, 205.

2.4 Faze strateškog menadžmenta

Strateški menadžment ima nekoliko temeljnih definicija pa se tako strateški menadžment može definirati kao set menadžerskih odluka i akcija kojima se determiniraju dugoročne performanse poduzeća³¹ ili kao kontinuirani, iterativni proces usmjeren na održanje organizacije kao cjeline primjereno oblikovanih za ostvarenje ciljeva poduzeća.³²

Prema Bubleu, postoji pet etapa strateškog menadžmenta, a to su: analiza okoline, postavljanje usmjerenja organizacije, formuliranje strategije, implementacija strategije te kontrola i evaluacija strategije.³³

Prva etapa naziva se analiza okoline, a obuhvaća monitoring, evaluiranje i diseminaciju informacija iz eksterne i interne okoline. Analizom okoline dobiva se uvid internu i eksternu okolinu, odnosno u sve snage i slabosti u internoj te prilike i prijetnje u eksternoj okolini. Eksterna okolina se može podijeliti na opću ili socijalnu, poslovnu ili okolinu zadatka te industrijsku okolinu. Opća ili socijalna okolina je onaj dio eksterne okoline koji je daleko od poduzeća. Postoji pet ključnih dimenzija opće ili socijalne okoline, a to su: prirodno-ekološka, znanstveno-tehnološka, ekonomska, političko-pravna i sociokulturna okolina.³⁴ Poslovnu okolinu čine sudionici koji su u neposrednoj blizini poduzeća te često poduzeća puno više pažnje obraćaju na nju nego na opću ili socijalnu okolinu. Jedna od uloga koju ima analiza okoline je funkcijski orijentirana uloga, koja je primjenjiva kod organizacije sportskog natjecanja. Glavna svrha funkcijski orijentirane analize okoline je unapređenje organizacijskih performansi pomoću osiguranja informacija okoline koje se odnose na efektive performanse specifičnih organizacijskih funkcija.³⁵ Što se tiče interne okoline, može ju se još nazvati i okolinom poduzeća jer je u potpunosti pod utjecajem istog. Glavna obilježja interne okoline su snage i slabosti koje s prilikama i prijetnjama iz eksterne okoline čine SWOT analizu.

Iduća faza je postavljanje misije, vizije i ciljeva. Vizija je slika željenog stanja organizacije u budućnosti, a misija objašnjava svrhu i razlog postojanja organizacije u sadašnjosti.³⁶ Na temelju misije i vizije organizacije/poduzeća, menadžeri postavljaju dugoročne ciljeve te određuju strategiju. Vizija se sastoji od dvije komponentne, a to su

³¹ Wheelen, L.T. i Hunger, J.D., 3

³² Pearce II, A.J., Robinson, Jr., B.R., 3

³³ Buble, Strateški menadžment, 2005., 9

³⁴ Ibidem 19

³⁵ Ibidem, 16

³⁶ Ibidem, 85

temeljna ideologija i vizionarska budućnost. Temeljna ideologija sastoji se od temeljnih vrijednosti i temeljne svrhe, a objašnjava zašto poduzeće postoji. Vizija mora biti kratka i općenita, ali i specifična. Misija definira svrhu poduzeća te je prema raznim mišljenjima ona i najvažniji element strateškog menadžmenta. Zadatak misije je svima objasniti svrhu postojanja organizacije ili poduzeća te posao kojim se ona bavi. Misija treba sadržavati osnovne vrijednosti i vjerovanja u organizaciji. Nakon što su utvrđene misija i vizija, trebaju se postaviti dugoročni ciljevi. Ciljevi trebaju usmjeriti menadžerske zadatke i akcije prema specifičnim rezultatima. Ciljevima se naglašavaju prioritete poduzeća i stimulira efikasniji rad. Neki od bitnijih ciljeva svakog poduzeća ili organizacije, kao što je u ovom slučaju Hrvatski rukometni savez prilikom organizacije turnira i natjecanja su: profitabilnost, konkurentski položaj, razvoj zaposlenika, dobri odnosi sa svim svojim zaposlenicima te odgovornost prema društvu.³⁷

Nakon određivanja vizije, misije i ciljeva slijedi formuliranje strategije. To je faza procesa strateškog menadžmenta koja se obrađuje putem strateške analize i strateškog izbora. Formuliranje strategije podrazumijeva određene aktivnosti, kao što su analiza, planiranje, razmatranje mogućnosti i izbora za ostvarivanje ciljeva. Razlikuju se tri razine formuliranja strategije: korporacijska, poslovna i funkcijska strategija. Kod korporacijske strategije je cjelokupno usmjerenje poduzeća prema rastu i upravljanju različitim poslovima i proizvodnim linijama, pojedinim poslovnim jedinicama i geografskom obuhvatu. Poslovna strategija odnosi se na unapređenje konkurentne pozicije usluge ili proizvoda u specifičnoj industriji ili tržišnom segmentu. Funkcijska strategija provodi korporacijsku i poslovnu strategiju u praksi.

Kada organizacija formulira strategiju koju želi provoditi, slijedi implementacija strategije. Da bi implementacija bila uspješna, potrebno je definirati ciljeve koji mogu biti podijeljeni na općenite, podupiruće ciljeve i ciljeve zadatka te ciljeve koji se nalaze na prijelazu između strukturiranja procesa s vrha prema dnu i početka strukturiranja procesa odozdo prema gore.³⁸ Nekoliko je vrsta strategija kod implementacije, a to su: strategija kontinuiteta, strategija rutinskih promjena, strategija ograničenih promjena, strategija radikalnih promjena i organizacijsko preusmjerenje. Strategija se može implementirati i kroz funkcijske strategije. To su kratkoročne aktivnosti koje svako funkcijsko poduzeće u poduzeću, a u ovom slučaju u organizaciji mora ostvarivati kako bi se implementirala korporacijska strategija.³⁹ Postoji pet

³⁷ Ibidem, 100

³⁸ Keeney, R.L., Value-Focused Thinking, 1992., 82.

³⁹ Buble, Strateški menadžment, 2005., 167

ključnih funkcijskih područja, a to su: istraživanje i razvoj, marketing, proizvodnja/operacije, ljudski resursi i financije.

Zadnja faza je strateška kontrola koja podrazumijeva organizacijsku kontrolu koja uključuje monitoring i evaluaciju procesa strateškog menadžmenta ne bi li se osiguralo njegovo funkcioniranje i unapređenje.⁴⁰

⁴⁰ Ibidem, 241.

3. Rukomet na pijesku

Rukomet na pijesku je timski sport u kojemu igraju dvije ekipe, jedna protiv druge. Igra je slična standardnom rukometu zbog načina igre i postizanja golova, no uvedeno je nekoliko pravila zbog kojih rukomet na pijesku postiže atraktivnost. Zbog pijeska na kojem se igra, igra je drugačije oblikovana te igrači često spektakularnim i krivudavim udarcima nastoje nadmudriti vratara te osvojiti duplo bodovani poen. Jedno od pravila je dvostruko bodovanje gola ako se izvede na kreativan način kao što su pirueta ili cepelin.

Rukomet na pijesku zauzima sve veću pažnju pa je tako 2018. godine debitirao na olimpijskoj pozornici na Ljetnim olimpijskim igrama mladih u Buenos Airesu.⁴¹ Tamo je zauzeo najveći broj natjecatelja i od tada je redovni sport koji se nalazi na Ljetnim olimpijskim igrama mladih. Svjetska rukometna federacija nastoji na uvrštavanju rukometa na pijesku u program Olimpijskih igara, no za Olimpijske igre u Parizu 2024. su odbijeni. Postoji mogućnost da bi rukomet na pijesku mogao biti „punopravni član olimpijske obitelji“ u Los Angelesu 2028. godine, no službena potvrda još ne postoji.

3.1. Povijest rukometa na pijesku

Povijest rukometa na pijesku može se pratiti od 1990. godine. Profesor Briani, predsjednik odjela za promociju Talijanskog nacionalnog olimpijskog komiteta, došao je na ideju da se drugi sportovi prenesu na pijesak, na temelju uspjeha odbojke na pijesku 1990-ih godina.

Napravljena su prva pravila za rukomet na pijesku, a slično odbojci na pijesku, veličina terena i broj igrača smanjen je u odnosu na isti sport koji se igra u dvorani. Ta ideja nije je ubrzo nestala, no dvije godine kasnije, organizirao je prvo natjecanje na otoku Ponza u Italiji koje se zasnovalo na pravilima osmišljenim dvije godine ranije. Iste godine, u Italiji je organiziran prvi savez za rukomet na pijesku pod imenom Comitato Organizzatore Handball Beach (COHB). Prvi internacionalni pokazni turnir organiziran je godinu kasnije s četiri ekipe. Turnir je bio popraćen od strane medija i televizije te je ovdje rukomet na pijesku bio prikazan široj javnosti.

Važno je spomenuti da je rukomet na pijesku 1994. godine prepoznat od Međunarodne rukometne federacije (IHF). Nakon toga su stvorena prva odobrena pravila od IHF-a, a nakon

⁴¹ www.olympics.com (preuzeto 21.5.2023.)

toga je slijedio prvi kongres od strane COHB-a na kojem su sudjelovali do tada svi zainteresirani za rukomet na pijesku. Nakon ovog kongresa rukomet na pijesku doživio je širenje i prepoznatljivost u cijelom svijetu. Godine 1995. u posebnu radnu skupinu za rukomet na pijesku uključuje se i Europska rukometna federacija (EHF) te doprinositi razvoju ovog sporta i donošenju novih pravila kako bi sport bio što atraktivniji i brži.⁴²

3.2. Krovne institucije i organizacija

Za razumijevanje svjetske organizacijske strukture rukometa na pijesku, korisno je razumjeti interakciju Međunarodnog olimpijskog odbora (MOO) s nacionalnim olimpijskim odborima (NOO) i nacionalnih federacija (NF).

MOO je najviše i jedino odlučujuće tijelo za Olimpijske igre. Njegovi zadaci uključuju obradu i reguliranje svih pitanja koja se odnose na Olimpijske igre. MOO priznaje različite Nacionalne olimpijske odbore, dodjeljuje Olimpijske igre, organizira Olimpijski kongres i postavlja pravila za Olimpijsku povelju. Nacionalne federacije su međunarodne nevladine organizacije priznate od Međunarodnog olimpijskog odbora. Njihova je odgovornost nadgledati bavljenje sportom; oni postavljaju pravila i tehničke zahtjeve kao i standarde natjecanja na nacionalnoj razini. Sportovi koje je Međunarodni olimpijski odbor priznao kao olimpijske sportove dio su Olimpijskih igara. Ovo priznanje nužno ne jamči uvrštavanje sporta u natjecateljski program Olimpijskih igara.⁴³

Nacionalne krovne organizacije (kao što su nacionalni rukometni savezi, profesionalne udruge za olimpijske i neolimpijske sportove) pridružene su nacionalnim olimpijskim odborima. Sportaši olimpijskih sportova svake četiri godine naizmjenično usklađuju svoje kontrole treninga s apsolutnim vrhuncem "Svjetskih olimpijskih igara", koje se također održavaju svake četiri godine.

Godine 2007. IHF je osnovao radnu skupinu za rukomet na pijesku, koja od tada upravlja svim temama vezanim uz rukomet na pijesku na međunarodnoj razini (uključujući razvoj pravila, organizaciju svjetskog prvenstva, natjecanja u rukometu na pijesku na Svjetskim igrama i Olimpijske igre mladih).⁴⁴

⁴² Fasold, Gehrler, Klatt, Beach Handball for Beginners, 2022, 10.

⁴³ Olympic Congresses, The Olympic Studies Centre, 1

⁴⁴ Fasold, Gehrler, Klatt, Beach Handball for Beginners, 2022, 18.

Nakon 2007. godine osnivaju se komisije za rukomet na pijesku u kontinentalnim i nacionalnim savezima (primjerice Komisija za rukomet na pijesku EHF-a 2008.) za rješavanje raznih pitanja vezanih uz sport. Osim daljnjeg razvoja sporta, komisije za rukomet na pijesku u Kontinentalnoj udruzi uglavnom se bave organizacijom kontinentalnih prvenstava. Primjer za to je European Beach Handball Tour (EBT) za klubove Europske rukometne federacije (EHF) u statusu neslužbenog klupskog prvenstva Europe. Uz provođenje državnih prvenstava u rukometu na pijesku, državne komisije za rukomet na pijesku prvenstveno se bave organizacijom nacionalnih reprezentacija.⁴⁵

Hrvatski rukometni savez se nametnuo kao ozbiljan konkurent za organizaciju budućih velikih natjecanja (EBT Masters, europsko prvenstvo, svjetsko prvenstvo) nakon uspješne organizacije tri EBT turnira u Zagrebu, Trogiru i Pagu.

Ukratko, može se reći da je rukomet na pijesku sada integriran u globalnu organizacijsku strukturu koja se temelji na strukturi vrhunskih sportskih saveza. Pravila i okvire postavljaju vrhovni odbori (IHF Beach Working group), a temelji razvoja sportaša i sporta dobrim su dijelom utemeljeni na regionalnoj razini.

3.3. Pravila igre

Rukomet na pijesku je ekipni sport koji se igra na pješčanom terenu veličine 27×12 metara. Dimenzije terena mjere se od vanjskog ruba terena granične crte. Podloga za igru mora biti sastavljena od poravnatog pijeska, bez kamenja, školjki i svega što može predstavljaju rizik od posjekotina ili ozljeda za igrače. Pijesak mora biti dubok najmanje 40 centimetara i sastavljen od finog i rahlo zbijenog zrna. Teren/igralište treba ići uzdužno u smjeru sjever-jug. Karakteristike terena za igru ne smiju se mijenjati tijekom igre tako da jedna momčad dobije prednost. Okolo terena treba postojati sigurnosna zona širine 3 metra. Teren je označen linijama te je podijeljen na dvije polovice zamišljenom središnjom linijom. To je ujedino i pozicija za početno sudačko bacanje. Prostor za zamjenu igrača u polju dugačak je oko 15 metara, a područja za zamjenu nalaze se sa svake strane igrališta izvan bočne linije. Igrači smiju u polje ući samo s ovog područja.

⁴⁵ Ibidem, 18.

Utakmica se sastoji od dva poluvremena tj. seta u trajanju od 10 minuta te poluvremena u trajanju 5 minuta. Vrijeme igre (izvođenje sudačkog bacanja i pokretanja sata) počinje sučevim zviždukom. Ako je rezultat izjednačen na kraju poluvremena, koristi se „Zlatni gol“, igra se nastavlja sučevim bacanjem, a pobjednik poluvremena osvaja jedan bod. Zlatni gol je pravilo kojim ekipa koja prva postigne gol, pobjeđuje. Ako ista ekipa ima veći broj golova u oba poluvremena pobjeđuje rezultatom 2-0. Ako obje ekipe osvoje po jedno poluvrijeme, rezultat je izjednačen. U tom slučaju koristi se pravilo „Shoot – out“. To je naizmjenično izvođenje udaraca prema suparničkom голу. Utakmica završava zvučnim signalom ili zviždukom suca.⁴⁶

Tijekom regularne igre, ako vratar postigne pogodak, to se računa kao dva boda, u usporedbi s normalnim golom kojeg postigne vanjski igrač koji se računa kao jedan bod. Kreativni ili spektakularni golovi, kao što su skokovi od 360 stupnjeva, dodjeljuju se s dva boda, kao i hvatanje i bacanje lopte u letu.

3.4 Rukomet na pijesku u Hrvatskoj

Hrvatska započinje vrlo kasno s rukometom na pijesku u usporedbi s drugim zemljama. Ona se na poziv Europske rukometne federacije (EHF), 2002. godine uključila u projekt „Beach handball“. S time je započela realizacija projekta koji je obuhvaćao organizaciju rada i izgradnju pjeskaških terena u Zagrebu. Iste godine se izgradilo prvo igralište za rukomet na pijesku uz zagrebačko jezero Jarun. Prvi promotivni turnir rukometa na pijesku održan je iste godine, točnije 4. svibnja. 2002. godine uz suradnju s RŠC Jarun, u organizaciji prof. Zlatka Belančića, a na turniru je sudjelovalo šest ekipa. Nakon toga u Zagrebu su odigravani turniri svakog vikenda, ali se započelo s turnirima i u Ivancu, Karlovcu i Crikvenici na improviziranim terenima. Upravo je prvi promotivni turnir na Jarunu postao najmasovniji turnir u svijetu, danas pod nazivom Jarun Kup koji je ove godine okupio 60 ekipa iz 17 zemalja.

Povjerenstvo za rukomet na pijesku formirano je u okviru HRS-a, a ono postaje nositelj svih aktivnosti rukometa na pijesku u Hrvatskoj. Rukomet na pijesku se 2003. godine prezentira na Sajmu sporta i nautike kao nova sportska igra u Hrvatskoj. U Zagrebu su 2003. godine u rukomet na pijesku uključene sve dobne kategorije, a odigrana su i dva prvenstva za

⁴⁶ IX. Rules of the Game, Beach Handball, International Handball Federation, 11

škole te prvenstvo Sveučilišta čime je rukomet na pijesku uvršten i u školski te sveučilišni sportski program. Jarunska liga je također osnovana 2003. godine, a trajala je dva mjeseca te je u njoj sudjelovalo 12 muških i 9 ženskih ekipa.

Danas se ligaška natjecanja u obliku turnira redovito održavaju svake godine, a najpoznatiji su Jarun Kup, Zaprešić Open, Novalja Open, Nin Open, Zagreb Open.

Kada je riječ o europskim i svjetskim natjecanjima, važno je istaknuti uspjehe muške i ženske reprezentacije koja je prikazana u niže navedenoj tablici.

Tablica 2. Rezultati Hrvatske reprezentacije rukometa na pijesku

| | ZLATO | SREBRO | BRONCA |
|-----------------|---|---|---|
| MUŠKARCI | SP Cadiz 2008 EP Larvik 2009 EP Umag 2011 EP Randers 2013 EP Lloret de Mar 2015 SP Budapest 2016 WG Birmingham 2022 | EP Pisano Adriatico 2007 SP Recife 2014 WG Wroclaw 2017 SP Kazan 2018 EP Varna 2022 | WG Duisburg 2005 WG Kaohsiung 2009 SP Muscat 2012 WG Cali 2013 EP Zagreb 2017 |
| ŽENE | EP Misano Adriatico 2007 SP Cadiz 2008 EP Umag 2011 | EP Alanya 2004 | EP Cuxhaven 2006 EP Larvik 2009 |

SP – svjetsko prvenstvo, EP – europsko prvenstvo, WG – svjetske igre

Uz zavidne rezultate seniorskih ekipa, izuzetne uspjehe postigle su i reprezentacije mladih u muškoj i ženskoj kategoriji. Hrvatska muška juniorska reprezentacija na pijesku osvojila je srebrnu medalju na Europskom prvenstvu u Lloret de Maru 2015. godine, a 2019. godine osvojila je zlatnu medalju na Europskom prvenstvu u Ulcinju. Na Svjetskom prvenstvu u Grčkoj 2022. godine juniori su također osvojili prvo mjesto. Na Olimpijskim igrama mladih, koje su održane u Buenos Airesu 2018. godine, hrvatske juniorske reprezentativke osvojile su drugo mjesto.

4. Studija slučaja – Europsko prvenstvo u rukometu na pijesku u Hrvatskoj 2017.

Europsko prvenstvo u rukometu na pijesku 2017. godine održalo se u Hrvatskoj, točnije u glavnom gradu Zagrebu. Europsko prvenstvo započelo je 20. lipnja, a trajalo je pet dana do 25. lipnja kada su se odigrale finalne utakmice. Od 16. do 18. lipnja održao se i juniorski dio natjecanja. Prvenstvo je održano u muškoj i ženskoj kategoriji.

Na prvenstvu je sudjelovalo 14 muških i 15 ženskih seniorskih reprezentacija. U juniorskoj konkurenciji koja obuhvaća igrače i igrice do 17 godina, nastupalo je 15 ekipa u muškoj i 12 ekipa u ženskoj konkurenciji. Sveukupno je oko 500 igrača i igrica sudjelovalo na europskom prvenstvu.

4.1 Kontekstualni okvir

Zagreb je najveći i glavni grad Republike Hrvatske sa 769 944 stanovnika prema popisu stanovništva iz 2021. godine.⁴⁷ Zagreb je jako važno gospodarsko, kulturno, prosvjetno i znanstveno središte te ima najveću koncentraciju stanovništva, čime ima i najveći gospodarski i društveni potencijal. U odnosu na ostale gradove u Hrvatskoj, Zagreb je snažan grad koji nudi razne mogućnosti svojim stanovnicima, no usporedivši ga s nekim ostalim europskim gradovima koji mu sličje, kao što su Beč i Budimpešta, Zagreb je još uvijek nedovoljno razvijen.

Predmetne 2017. godine kada je prvenstvo održano, grad Zagreb je brojao 16.069 postelja u privatnim smještajima te 7.253 postelja u hotelima.⁴⁸ U odnosu na 2017. godinu, prema zadnjem Turizmu u brojkama 2021., Zagreb broji 19.071 postelja u privatnim smještajima te 6.756 postelja u hotelima, čime se da zaključiti da je broj privatnih smještaja porastao, dok se broj postelja u hotelima smanjio.⁴⁹ Broj postelja u privatnim smještajima 2016. godine iznosio je 15.106, a u hotelima 7.087, čime se vidi porast broja postelja u 2017. godini u odnosu na 2016.⁵⁰ Što se tiče dolaska turista, 2017. godine grad Zagreb je posjetilo 1 286 000

⁴⁷ Grad Zagreb, Broj stanovnika, kućanstva i stanova, 2021.

⁴⁸ Turizam u brojkama 2017. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018. 17.

⁴⁹ Turizam u brojkama 2021. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2022. 16.

⁵⁰ Turizam u brojkama 2016. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2017. 17

turista⁵¹ što je više u odnosu na 2016. godinu s 1 152 600 dolazaka. Grad Zagreb je 2021. godine posjetilo samo 634 000 turista, što nije mjerodavno uzevši u obzir Covid-19 i mjere koje su bile na snazi. Grad Zagreb je 2017. godine ostvario 2 264 000 noćenja, a 2016. godine 2 016 100 noćenja. Prema navedenim podacima može se zaključiti da je 2017. godina bila turistički uspješnija u odnosu na 2016. godinu. Zagreb je također 2017. godine bio grad s najvećim turističkim prometom, što će se prikazati na sljedećoj tablici.

Tablica 3. Deset gradova i općina s najvećim turističkim prometom

| Grad/općina | Turisti (u 000) | | Indeks | Noćenja (u 000) | | Indeks |
|------------------|-----------------|---------|-------------|-----------------|---------|-------------|
| | 2016. | 2017. | 2017./2016. | 2016. | 2017. | 2017./2016. |
| Zagreb | 1.108,6 | 1.286,0 | 116,0 | 2.016,1 | 2.263,7 | 112,3 |
| Dubrovnik | 987,0 | 1.174,8 | 19,0 | 3.371,1 | 3.886,0 | 115,3 |
| Split | 583,0 | 720,3 | 123,6 | 1.717,4 | 2.127,3 | 123,9 |
| Rovinj | 561,0 | 625,6 | 111,5 | 3.329,7 | 3.689,5 | 110,8 |
| Poreč | 511,9 | 550,6 | 107,6 | 2.925,5 | 3.152,0 | 107,7 |
| Zadar | 421,1 | 524,5 | 124,6 | 1.550,5 | 1.832,7 | 118,2 |
| Umag | 408,2 | 456,3 | 111,8 | 1.960,8 | 2.343,1 | 119,5 |
| Opatija | 413,8 | 433,1 | 104,7 | 1.252,7 | 1.361,0 | 108,6 |
| Medulin | 365,5 | 387,5 | 106,0 | 2.410,4 | 2.555,7 | 106,0 |
| Pula | 330,9 | 381,5 | 115,3 | 1.606,6 | 1.878,2 | 116,9 |

Izvor: Turizam u brojkama 2017.

U tablici je vidljivo da Zagreb u obje spomenute godine ima najveći ostvareni turistički promet, a iza njega slijedi Dubrovnik koji je možda i najpoznatiji turistički grad u Hrvatskoj. U tablici se može vidjeti da je čak pet istarskih gradova na popisu gradova s najvećim turističkim prometom, a Zagreb je jedini kontinentalni grad na popisu.

Grad Zagreb već dugo privlači domaće i inozemne turiste svojom ponudom sportsko rekreacijskih sadržaja te ih time zadržava u destinaciji. Sam sportski turizam i njegov razvoj ovisi o razvoju sporta. Isto vrijedi i za natjecateljski sportski turizam, koji uvelike ovisi o ukupnom razvoju natjecateljskog sporta, u ovom slučaju rukometa na pijesku koji posljednjih

⁵¹ Turizam u brojkama 2017. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018, 30

desetak godina u Hrvatskoj doživljava veliki uspjeh kako u kvaliteti reprezentacija, tako i kvaliteti organizacije samih natjecanja od strane klubova. . Turisti su sve više orijentirani prema aktivnom odmoru, a sportski turizam je postao jedan od najučestalijih oblika posebnih oblika turizma.

Zagreb je kao domaćin Europskog prvenstva u rukometu na pijesku 2017. godine izabran iz nekoliko razloga prema riječima organizatora. Prvi je taj što je sportska infrastruktura već postojala te se nisu trebali graditi novi tereni, što se odmah povezuje i s manjim novčanim izdacima za izgradnju terena i ostale sportske infrastrukture. Osim toga, Zagreb ima odličnu prometnu povezanost sa svim dijelovima Europe te je bio najbolji izbor za održavanje natjecanja u ljetnim mjesecima kada su priobalni gradovi uglavnom prepuni turistima. Rekreativno – sportski centar Jarun se prostire na 240 hektara, a osim Velikog i Malog jezera, centar ima mnoštvo izgrađenih sportskih terena kao što su igrališta za nogomet, košarku, odbojku i rukomet na pijesku te boćanje.⁵² Zagreb se može pohvaliti s četiri terena za rukomet na pijesku, čime se zadovoljava jedno natjecanje ovakvog obima.

Europsko prvenstvo trajalo je pet dana, a u muškoj seniorskoj konkurenciji natjecali su se predstavnici sljedećih država: Španjolska, Mađarska, Rusija, Njemačka, Poljska, Danska, Nizozemska, Hrvatska, Ukrajina, Srbija, Norveška, Švedska, Švicarska i Francuska. Seniorke su bile podijeljene u tri grupe po pet reprezentacija: Mađarska, Nizozemska, Rusija, Njemačka, Danska, Norveška, Poljska, Ukrajina, Švedska, Francuska, Italija, Španjolska, Hrvatska, Švicarska i Grčka.⁵³ Ovo je bilo najveće europsko prvenstvo od kad se ono 2000. godine počelo održavati. Seniori su bili podijeljeni u dvije grupe po sedam ekipa, a seniorke u tri grupe po pet ekipa. U obje konkurencije, prve četiri ekipe su se kvalificirale za glavnu fazu natjecanja.

4.2 Metodologija istraživanja

Podaci i informacije za ovo istraživanje prikupljene su korištenjem primarnih i sekundarnih podataka. Što se tiče sekundarnih podataka, sve informacije nađene su na službenoj stranici Europske rukometne federacije i službenoj stranici Rukometa na pijesku u Hrvatskoj te Hrvatskog rukometnog saveza. Kod prikupljanja podataka sa službenih stranica, u cilju je bilo

⁵² Upravljanje sportskim objektima Zagreb

⁵³ The European Handball Federation, Beach Handball

saznati sve općenite podatke u prvenstvu, broj natjecatelja i pobjednike natjecanja. Kako bi se ova tema što više istražila, proveden je intervju s organizatorom Europskog prvenstva u rukometu na pijesku u Hrvatskoj 2017. godine te dvije igralice i članice Hrvatske reprezentacije u rukometu na pijesku. Pitanja iz intervjuja navedena su u prilogu 1 i prilogu 2. Svrha intervjuja bila je saznati što više podataka o prvenstvu iz viđenja organizatora, saznati glavne probleme prilikom organizacije takve vrste natjecanja, ali i njegovo viđenje budućnosti rukometa na pijesku kao natjecanja koje spaja sport i turizam. U razgovoru s reprezentativkama, cilj je bio saznati viđenje raznih natjecanja iz njihove perspektive, vidjeti pristupaju li turistički destinacijama u kojima se natječu te saznati koji atributi su im bitni u destinacijama koje posjećuju kao natjecateljice.

4.3 Rezultati

U razgovoru s Matijom Teurom, inženjerom građevine i diplomiranim ekonomistom smjera projektnog menadžmenta i zaposlenikom u tvrtci SEHA d.o.o., koja je u vlasništvu Hrvatskog rukometnog saveza, dobivene su određene informacije o samom prvenstvu, ali i rukometu na pijesku općenito. U njegovoj domeni je organizacija sportskih događaja u koje ulazi i rukomet na pijesku. Što se tiče samog Europskog prvenstva 2017. godine, bio je koordinator za provedbu natjecanja i koordinatora operativnih poslova koji uključuju koordinaciju smještaja, sudionika, koordinaciju prijevoza, uređenja terena te svih ostalih prostorija.

Organizacija Europskog prvenstva u Hrvatskoj 2017. bila je u domeni Hrvatskog rukometnog saveza. Zagreb je kao domaćin izabran iz nekoliko razloga. Suradnja između Hrvatskog rukometnog saveza i grada Zagreba vidljiva je kroz pomoć grada Zagreba u uređenju potrebne infrastrukture te segmentu organizacije smještaja. Iako je rukomet na pijesku natjecanje manjeg obima od dvoranskog rukometa, iziskuje ozbiljnu organizacijsku strukturu, veliki broj ljudi i gotovo sve funkcije koje sadrži organigram dvoranskog prvenstva. Potreban je nešto manji broj zaposlenih i uključenih u organizaciju zbog manjeg dana održavanja natjecanja, manjeg broja natjecatelja u odnosu na dvoranski rukomet te iz razloga što se sve utakmice odigravaju na istoj lokaciji, no i dalje treba pokriti dolaske svih ekipa, njihov smještaj, prijevoz i natjecanja.

Službene brojke o posjećenosti natjecanja ne postoje s obzirom na to da je ulaz na kompletno natjecanje bio besplatan, no organizatori navode kako je posjećenost sve dane prvenstva bila velika te da su zadovoljni odazivom gledatelja. Naravno, borbe za medalju su privukle najveći broj posjetitelja, pogotovo iz Španjolske budući da se nalazila u finalu.

Organizatori natjecanja smatraju da postoji mogućnost sinergije turizma i sporta. Prema njihovim riječima, sport je najveći promotor Hrvatske. Rukomet na pijesku i turniri privlače puno stranaca, a organizacija istih na atraktivnim lokacijama svakako može doprinijeti dodatnom razvoju tih mjesta i povećati broj turističkih dolazaka te obogatiti sadržaj koji se nudi.

U provedenom intervjuu s igračicama hrvatske rukometne reprezentacije rukometa na pijesku dobivene su određene informacije i viđenje organizacije turnira i natjecanja kroz oči natjecatelja. Važnost destinacije natjecanja ovisi o samoj vrsti natjecanja. Kada je riječ o europskim i svjetskim prvenstvima, destinacija je manje važna jer je u glavnom fokusu rezultat. No, upravo rukomet na pijesku karakteriziraju razni turniri kojima se skupljaju bodovi za sudjelovanje na finalnom turniru koji se održavaju na atraktivnim destinacijama koje privlače ekipe da se prijave i sudjeluju na njima. Lokacije odigravanja turnira na plažama, jezerima i moru privlače igrače, ali i gledatelje. Navedeno je kako je, ako se turnir odigrava na moru, izgled i ponuda plaže najbitniji segment uz samu temperaturu i vrijeme. Upravo se zbog toga turniri održavaju u ljetnim mjesecima. Hrana i smještaj ne igraju veliku ulogu u odabiru turnira kojima se skupljaju bodovi i sudjelovanja na njemu, ali veliku ulogu ima sadržaj koji destinacija nudi te događaji koji se odvijaju u vrijeme održavanja turnira. Kada je riječ o europskim i svjetskim prvenstvima, infrastruktura i smještaj su itekako važni. Poželjno je da je prehrana u hotelu prilagođena sportašima, da postoji prostor za rekreaciju i pripremu utakmica te da su sobe ugodne za odmor i oporavak. Na natjecanjima najviše razine, rezultat je imperativ, stoga sportaši očekuju da je sve prilagođeno njima i njihovim potrebama. Što se tiče razgledavanja i upoznavanja destinacije za vrijeme natjecanja, neovisno o kojoj razini natjecanja je riječ, koncept natjecanja napravljen je tako da se destinacija uvijek stigne obići. Natjecanja su organizirana na način da se odigrava samo jedna utakmica dnevno, a za vrijeme slobodnog vremena uglavnom je organiziran obilazak destinacije. Uglavnom se na natjecanja dolazi dan ranije ili se ostaje jedan dan duže kako bi se osim natjecateljskog dijela, sportašima pružila prilika i za turističkim obilaskom te upoznavanjem destinacije. Također, igračice

navode da nove destinacije privlače sve veći broj potencijalnih igrača i igračica koji se žele baviti rukometom na pijesku jer je putovanje jednako veliki motiv kao i samo natjecanje.

4.4 Preporuke

Rukomet na pijesku je relativno novi sport, koji se intenzivno razvija iz godine u godinu. Njegov glavni atribut je atraktivnost koja privlači sportaše, kao aktivne sudionike koje se može svrstati u natjecateljski sportski turizam prema podjeli sportskog turizma⁵⁴, ali i sve veći broj gledatelja i navijača kao pasivnih sudionika natjecanja. Sportski događaji privlače razne posjetitelje, što rezultira različitim implikacijama za destinaciju u kojoj se natjecanje odvija. Sportski događaji ostvaruju značajne koristi kako za destinaciju, tako i za cijelu zajednicu, grad, ali i državu⁵⁵. Najočitiiji utjecaj sportskog događaja vidljiv je na gospodarstvu i u turizmu. Ključni dionici u generiranju ekonomskih učinaka su posjetitelji koje treba privući, ali i investitori koji trebaju ući u određene poslovne pothvate. Postoji niz sinergijskih učinaka koji su neizostavni u održavanju sportskih događaja i razvoju turizma, kao što su povećane brojke u turizmu, rješavanje sezonskih fluktuacija, nova radna mjesta, povećano stvaranje prihoda i dr.⁵⁶

Neke od ideja za razvoj rukometa na pijesku u Hrvatskoj i njegov utjecaj na Hrvatsku kao turističku destinaciju su sljedeće:

- Organizacija natjecanja u predsezoni i sezoni – Ovdje se prvenstveno misli na travanj, svibanj, rujan i listopad. Pojedine lige dvoranskog rukometa završavaju već u travnju te postoji velika pauza do početka natjecanja u rukometu na pijesku, koja bi se smanjila ranijom organizacijom natjecanja. Naravno, to je za Hrvatsku prednost zbog smanjenja sezonalnosti, diverzifikacije turističke ponude i privlačenja sportskih entuzijasta, navijača, gledatelja i sportaša, ali i mogućnosti za profiliranjem određene destinacije kao destinacije sportskog turizma. S time dolazi i povećanje broja dolazaka, ali i produljenje dana boravka, što je spomenuto i od strane igračica zbog želje za obilaskom i razgledavanjem destinacije.

⁵⁴ Bartoluci, Menedžment u sportu i turizmu, 21

⁵⁵ Perić, Marko, "Estimating the Perceived Socio-Economic Impacts of Hosting Large-Scale Sport Tourism Events" 2018. 1.

⁵⁶ Ibidem

- Razvoj infrastrukture – Trenutno je sportska infrastruktura za rukomet na pijesku u nezavidnoj poziciji. U Zagrebu i okolici postoji dovoljan broj terena za rukomet na pijesku, a na cijelom priobalju tek nekoliko pa se iz tog razloga ne može ni očekivati razvoj ovog sporta pa ni organizacija natjecanja. Uzevši u obzir da se rukomet na pijesku igra na pješčanom terenu veličine 27×12 metara, a odbojka na pijesku na terenu dimenzija 16×8 metara, koji mora biti okružen slobodnom površinom od 7 metara dužine i 3 metra širine, dolazi se do veličine terena 23×11 metara. Time se da zaključiti da je uz male preinake moguće terene za odbojku na pijesku prenamijeniti ili napraviti terene na kojima bi se mogla izvoditi oba sporta.
- Strateški plan i strategija razvoja rukometa na pijesku u Hrvatskoj – Trenutno ne postoji pisani dokument s planom i strategijom razvoja. Prvi korak je analiza okoline te postavljanje usmjerenja organizacije. Potrebno je odrediti viziju, misiju i ciljeve. Nakon toga, moguće je formulirati strategiju i nakon toga ju implementirati. Ovdje je važna sinergija Hrvatskog rukometnog saveza i Ministarstva turizma i sporta u cilju razvoja Hrvatske kao sportske destinacije i prepoznatljive i atraktivne destinacije za rukomet na pijesku.
- Provedba istraživanja nakon završetka natjecanja – Osim ekonomskih učinaka koje je potrebno izmjeriti, kao što su broj dolazaka i noćenja i prihodi od turizma, za unapređenje i razvoj natjecanja u budućnosti potrebno je provesti i dodatna kvalitativna i kvantitativna istraživanja kako bi se dobila cjelovita slika zadovoljstva natjecatelja, gledatelja, ali i lokalnog stanovništva. Ona se mogu provesti kroz anketiranje dionika, kojim se najlakše mogu prikupiti kvantitativni podaci o zadovoljstvu, doživljaju sportskog događaja, organizaciji, infrastrukturi i dr. Osim anketa, moguće je provesti intervjue s ključnim dionicima kao što su organizatori natjecanja, sportaši i njihovi treneri, volonteri, lokalno stanovništvo ili čak sponzori natjecanja. Na temelju analize tih podataka potrebno je izraditi izvješće o rezultatima istraživanja koje bi trebalo pomoći u organizaciji idućih natjecanja.

Zaključak

Strateškim pristupom simbiozi sporta i turizma mogu se ostvariti višestruki učinci za Hrvatsku kao destinaciju koju trenutno karakterizira velika sezonalnost i nedovoljno inovativna ponuda. Zbog toga što su nositelji turizma i sporta uglavnom isti subjekti, njihov razvoj je obilježen gotovo jednakim uvjetima. Osim što je sport važan čimbenik razvoja turizma, on generira dodatne ekonomske učinke kao što su povećani prihodi, produljenje sezone, motivacija turista za odabirom destinacije itd.

Danas je interes za sportom sve veći pa tako raste i interes za rukometom na pijesku. Sport je postao sastavni dio svakodnevnog života ljudi, a to dokazuju velika sportska događanja koja okupljaju pozornost velikog broja ljudi. Sportski događaji imaju veliku ulogu za destinaciju, stvarajući ju prepoznatljivom. Ovdje je naravno potrebna opremljenost destinacije u obliku infrastrukture, smještajnih kapaciteta, aktivnosti i dr.

Kako bi se određena destinacija, u ovom slučaju Hrvatska, mogla dugoročno razvijati, potrebno je strateški pristupiti planiranju i razvoju turizma. U Hrvatskoj se sportski turizam spominje tek u Strategiji razvoja turizma Hrvatske do 2020. godine, u kojem je navedeno kako se još uvijek ne koriste sve prednosti koje Hrvatska ima za razvoj sportskog turizma. U aktualnoj Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine, sportski turizam se navodi na poticanje, ali uz korištenje preduvjeta pogodne klime i prateće infrastrukture.

U radu je detaljno opisan rukomet na pijesku, kako je nastao, njegova pravila te kako izgleda njegova organizacijska struktura koja je bitna za shvaćanje studije slučaja koja je provedena za Europsko prvenstvo u rukometu na pijesku u Hrvatskoj 2017. Zagreb je kao domaćin izabran iz nekoliko razloga, a najveći je postojeća infrastruktura koja iziskuje najveća ulaganja. Kroz intervju s organizatorom i reprezentativkama Hrvatske reprezentacije u rukometu na pijesku dobivene su određene informacije o samoj organizaciji natjecanja, ali i viđenju rukometa na pijesku kroz oči natjecatelja.

Neke od preporuka za razvoj rukometa na pijesku u Hrvatskoj dane su u svrhu razvoja sportskog turizma u Hrvatskoj, ali i pokušaja smanjenja sezonalnosti. Prvo je potrebno izgraditi novu ili prenamijeniti postojeću infrastrukturu jer u Hrvatskoj ne postoji dovoljno terena za organizaciju natjecanja, ako natjecanje ne održava u Zagrebu. Nakon toga, potreban je interes Hrvatskog rukometnog saveza i Ministarstva turizma i sporta za strateškim planom i

dokumentom kojim bi imali dugoročni plan razvoja gdje se Hrvatska želi pozicionirati i želi li uopće ići u smjeru razvoja sportskog turizma. Jedna od preporuka je i kvalitativno i kvantitativno istraživanje kojim se dobiva uvid u zadovoljstvo sudionika organiziranim natjecanjem. Istraživanja imaju veliku ulogu u daljnjim organizacijama natjecanja, ali i povratnim informacijama o zadovoljstvu svih dionika.

Kod simbioze sporta i turizma, najvažnija je suradnja svih dionika bez koje nije moguće razvijati ponudu. Rukomet na pijesku svojom atraktivnošću privlači sve veći broj natjecatelja i gledatelja, što bi Hrvatska mogla iskoristiti i nametnuti se kao prepoznatljiva destinacija s natjecanjima na atraktivnim lokacijama koje država ima. Sportski turizam je neprestano u porastu, stoga taj trend treba pratiti i raditi na ponudi ne samo za vrijeme glavne sezone, već i u pred i posezoni.

Bibliografija

Bartoluci, Mato. Menedžment u sportu i turizmu. Zagreb: Kineziološki fakultet; Ekonomski fakultet. 2004.

Bartolucci, Mato, Sanela Škorić, i Mirna Andrijašević. „Menadžment sportskog turizma i njegovih srodnih oblika“. Zagreb: Narodne novine d.d., 2021.

Bartoluci, M., Škorić, S. Menadžment sportskog i nautičkog turizma. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu. 2009

Bijela knjiga o sportu, EUR-Lex, 2007., <https://eur-lex.europa.eu/HR/legal-content/summary/white-paper-on-sport.html> (pristupljeno 22.3.2023.)

Bjeljac, Željko. „Tourismological classification of sporting events“. Journal of the Geographical Institute Jovan Cvijic SASA, Beograd. 2017. https://www.researchgate.net/publication/234102050_Teorijsko_metodoloske_osnove_manifestacionog_turizma_THEORETHICAL-METHODOLOGICAL_BASES_OF_EVENTTOURISM/related (pristupljeno 6.4.2023.)

Buble, Marin. Strateški menadžment. Zagreb, Sinergija-nakladništvo, 2005.

Eurobarometer, European Commission, 2022., Special Eurobarometer 525 <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2668> (pristupljeno 22.3.2023.)

Fasold, Frowin, Alexander Gehrer i Stefanie Klatt. „Beach Handball for Beginners: History, Organization, Rules and Gameplay“. Springer Nature, 2022.

Gammon, Sean, Tom Robinson. „Sport and Tourism: A Conceptual Framework“. Journal of Sport Tourism 8 (1), 2003, 21-26. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14775080306236> (pristupljeno 7.3.2023.)

Gibson, Heather, J. Sport Tourism: An Introduction to the Special Issue. Journal of Sport Management. 2003.

Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, Izvještaj 10. Projekcija gospodarskih učinaka, Institut za turizam, Zagreb, 2012. <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/Izvjestaj-10-121102-IZT.pdf> (pristupljeno 19.6.2023.)

Grad Zagreb, Broj stanovnika, kućanstva i stanova 2021., https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/statistika/2021/Popis2021_Prvi%20rezultati_Grad%20Zagreb.pdf (preuzeto 22.6.2023.)

Gržinić, Jasmina. UVOD U TURIZAM - povijest, razvoj, perspektive. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2019. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:904523>.

Hrvatski zavod za javno zdravstvo, Međunarodni dan sporta za razvoj i mir, 2018., <https://www.hzjz.hr/sluzba-promicanje-zdravlja/medunarodni-dan-sporta-za-razvoj-i-mir-6-travanj-2018/> (pristupljeno 22.3.2023.)

International Handball Federation, IX. Rules of the Game, b) Beach Handball, 2014. https://www.ihf.info/sites/default/files/2019-05/0_09%20-%20Rules%20of%20the%20Game%20%28Beach%20Handball%29_GB.pdf (pristupljeno 19.5.2023.)

International Olympic Committee, Beach Handball, <https://olympics.com/en/sports/beach-handball/> (pristupljeno 21.5.2023.)

Keeney, R.L., Value – Focused Thinking, Harvard University Press, Cambridge, Ma, 1992.

Nedić, Tomislav, Matija Mato Škerbić. "Definiranje sporta u hrvatskim i međunarodnim pravnim aktima - na razmeđu prava i filozofije." *Studia ethnologica Croatica* 32, br. 1 (2020): 155-181. <https://doi.org/10.17234/SEC.32.5>

Olympic Congresses, Factsheet, The Olympic Studies Centre, 2021. https://stillmed.olympics.com/media/Documents/International-Olympic-Committee/Factsheets/Olympic-Congresses.pdf?_ga=2.132771207.820405421.1683641229-754629712.1669900486 (pristupljeno 9.5.2023.)

Pearce, D., Tourist Development, Longman Group, UK 1989.

Pearce II, J.A., Robinson, Jr., R. B., Cases in Strategic Management, Irwin, Boston, 1988.

- Perić, Marko. 2018. "Estimating the Perceived Socio-Economic Impacts of Hosting Large-Scale Sport Tourism Events" *Social Sciences* 7, no. 10: 176. <https://doi.org/10.3390/socsci7100176> (pristupljeno 24.6.2023.)
- Standeven, J, DeKnopp,. Sport tourism. Champaign: Huan Kinetics. 1999.
- Stipanović, Christian. Konceptija i strategija razvoja u turizmu : sustav i poslovna politika. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2006. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:135563>
- Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine, Republika Hrvatska, Ministarstvo turizma, 2003. <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/Strategija%20hrvatskog%20turizma%20-%20finalna%20verzija.pdf> (pristupljeno 19.6.2023.)
- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Narodne novine, 2013., br. 1119 https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html (pristupljeno 19.6.2023.)
- Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Narodne novine, 2023., br. 123/17 https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_01_2_18.html (pristupljeno 19.6.2023.)
- Turizam u brojkama 2017. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Izdanje 2018., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (preuzeto 22.6.2023.)
- Turizam u brojkama 2021. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Izdanje 2022., https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-08/HTZ%20TUB%20HR_%202021.pdf (preuzeto 22.6.2023.)
- The European Handball Federation, Beach handball, Rewind: The 2017 EHF Beach Handball EURO, <https://www.eurohandball.com/en/news/en/rewind-the-2017-ehf-beach-handball-euro/> (pristupljeno 22.6.2023.)
- Upravljanje sportski objektima Zagreb, <https://www.sportskiobjekti.hr/default.aspx?id=8> (pristupljeno 22.6.2023.)
- Vukonić, Boris i Ksenija Keča. „Turizam i razvoj: Pojam, načela, postupci.“ Ekonomski fakultet, Zagreb, 2001.
- Zakon o sportu. Narodne novine, 2021., br. 2135 <https://narodne-novine.nn.hr/> (pristupljeno 13.3.2023.)

Žuvela, Ivo. "Optimalizacija strukture ponude turističke destinacije." *Tourism and hospitality management* 4, br. 1 (1998): 205-219. <https://doi.org/10.20867/thm.4.1.18> (pristupljeno 21.5.023.)

Wheelen, L.T., Hunger J.D., *Strategic Management, Third Edition*, Addison – Wesley Publishing Company, Reading, Massachusetts, 1998.

Popis ilustracija

Tablice

| | | |
|------------|--|----|
| Tablica 1. | Faktori razvoja turizma i sporta u turizmu | 2 |
| Tablica 2. | Rezultati Hrvatske reprezentacije rukometa na pijesku | 32 |
| Tablica 3. | Deset gradova i općina s najvećim turističkim prometom | 34 |

Grafikoni

| | | |
|-------------|---|---|
| Grafikon 1. | Pet najvažnijih razloga bavljenja sportom ili fizičkom aktivnosti | 7 |
|-------------|---|---|

Slike

| | | |
|----------|------------------------------|----|
| Slika 1. | Kategorije sportskog turizma | 13 |
|----------|------------------------------|----|

Prilozi

Prilog 1. Pitanja za intervju s organizatorom

1. Nešto kratko o Vama?
2. Opis posla koji obavljate u HRS- u?
3. Kada je HRS uvrstio rukomet na pijesku u sustav natjecanja i na koji način?
4. Koji su najveći izazovi s kojima se susrećete prilikom organizacije natjecanja?
5. Jeste li sudjelovali u organizaciji Europskog prvenstva u rukometu na pijesku 2017.godine? Ako da.. Kako, kada i na koji način?
6. Iz kojeg razloga se izabrao Zagreb kao domaćin Europskog prvenstva? Kakva je bila suradnja s gradom oko organizacije natjecanja?
7. Koliki obim ima organizacija natjecanja na europskoj razini?
8. Postoje li podaci o posjećenosti prvenstva 2017. godine? Bilježi li se uopće posjećenost? Jesu li se naplaćivala ulaznice za utakmice ili je ulaz bio slobodan?
9. Imate li podatke o broju ekipa i sudionika na europskom prvenstvu 2017. godine?
10. Razvija li se organizacija rukometa na pijesku u Hrvatskoj? Ima li interesa za domaćinstvom u nekim od narednih natjecanja?
11. Kako funkcionira organizacija turnira? Je li ona u nadležnosti HRS-a ili privatnih klubova?
12. Budući da je rukomet na pijesku atraktivan sport, a Hrvatska je pretežito turistička zemlja, mislite li da postoji mogućnost sinergije turizma i sporta, odnosno da je upravo rukomet na pijesku element koji bi produžio turističku sezonu i privlačio posjetitelje?

Prilog 2. Pitanja za intervju s igračicama

1. Koliko vam je važna destinacija u kojoj se održava natjecanje?
2. Koji atributi u destinaciji su vam važni? Lokacija, ponuda destinacije ili nešto drugo?
3. Je li vam važna sportska infrastruktura i infrastruktura objekta u kojem ste smješteni?

4. Stignete li razgledati destinaciju u kojoj imate natjecanje? Je li vam bitno upoznati destinaciju u kojoj se nalazite?
5. Kakvo je vaše viđenje posjećenosti natjecanja? Ima li velike razlike u posjećenosti između zemalja u kojima se igra?