

Ekonomski učinci sportskih događaja na lokalnu zajednicu

Šandor, Rene

Undergraduate thesis / Završni 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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:091604>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-28**



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
Sveučilišni prijediplomski studij

RENE ŠANDOR

Ekonomski učinci sportskih događaja na lokalnu zajednicu

Economic effects of sporting events on local community

Završni rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni prijediplomski studij
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu
Studijski smjer: Menadžment u hotelijerstvu

Ekonomski učinci sportskih događaja na lokalnu zajednicu

Economic effects of sporting events on local community

Završni rad

Kolegij:	Mikroekonomija	Student:	Rene Šandor
Mentor:	izv. prof. dr. sc. Daniel DRAGIČEVIĆ	Matični broj:	24399/18

Opatija, rujan 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 ZAVRŠNOG RADA

RENE ŠANDOR

(ime i prezime studenta)

24399

(matični broj studenta)

Ekonomski učinci sportskih događaja na lokalnu zajednicu

(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 završnog 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 završnim 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 završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 11.09.2023.

Šandor

Potpis studenta

Sažetak

U radu se posebno govori o Svjetskom prvenstvu u rukometu 2009., koje je održano u Hrvatskoj, jer istražuje ekonomske učinke održavanja međunarodnih sportskih događaja na lokalne zajednice. Studija istražuje kako ti događaji mogu potaknuti turizam, razvoj infrastrukture i gospodarski rast u destinaciji koja je domaćin.

Sjajan primjer brojnih prednosti, ali inedostataka, koje je stekla zemlja domaćin je Svjetsko rukometno prvenstvo u Hrvatskoj 2009. godine. Događaj je doveo do znatnog priljeva turista, povećavši trgovinu za obližnje objekte, uključujući hotele i restorane. Natjecanje je također potaknulo ulaganja u sportske objekte i infrastrukturne nadogradnje, stvarajući dugotrajan utjecaj na to područje.

Studija također ispituje učinke na tržište rada, ističući povećanje prilika za privremeno zapošljavanje vezano uz planiranje događaja, sigurnost i ugostiteljske usluge. Iako su bili prolazni, ti su poslovi pomogli mještanima da steknu posao, prihode i vještine.

Istraživanje završava naglašavanjem pozitivnih ekonomskih učinaka sportskih događaja, poput Svjetskog rukometnog prvenstva 2009. u Hrvatskoj. Naglašava kako ove prilike mogu potaknuti gospodarski rast, poboljšati infrastrukturu, povećati turizam i stvoriti nova radna mjesta. Razumijevanje ovih učinaka može pomoći budućim gradovima i državama domaćinima da donesu informirane odluke u vezi s ponudama za događaje i ulaganjima, potencijalno od koristi i sportskim i lokalnim zajednicama.

Ključne riječi: Sportski događaji; učinci; lokalna zajednica; turizam

Sadržaj

Uvod	1
1. Sport i njegov povijesni razvoj	3
2. Pojmovno određenje sporta i sportskih događaja	8
2.1. ORGANIZACIJA SPORTSKIH DOGAĐAJA	13
2.2. VRSTA I TIPOVI DOGAĐAJA	15
3. Sportski turizam	20
4. Učinci sportskih događaja	25
4.1. EKONOMSKI UČINCI SPORTSKIH DOGAĐAJA	25
4.1. DRUŠTVENI I KULTURNI ČIMBENICI SPORTSKIH DOGAĐANJA	30
4.2. UČINCI NA OKOLIŠ	32
5. Analiza učinaka Svjetkoga rukometnog prvenstva u Republici Hrvatskoj 2009. na turizam lokalne zajednice	35
5.1. TURIZAM U VRIJEME PRVENSTVA	39
Zaključak	45
Reference	47

Uvod

Sport je postao globalni fenomen i jedan od motivatora turista za putovanjem. Sportski događaji su stoga postali vrlo profitabilni i njihova organizacija interesira sve više destinacija. Bilo da su to Olimpijske igre ili obična nogometna utakmica, sportski događaji privlače ljude u destinaciju koja im inače možda ne bi bila zanimljiva. Takvi događaji, zbog ekstenzivnog medijskog praćenja, služe kao odlična prilika za destinaciju da ojača svoj imidž i pokaže se u najboljem svjetlu za neke buduće potencijalne turiste.

Učinak koji sportski događaji imaju na zajednicu bit će obuhvaćen ovim radom. Cilj ovog rada je prikazati učinke sportskih događaja na destinacije i njihovo stanovništvo. Svrha ovog rada je istraživanjem pokazati kakve pozitivne i loše učinke imaju skromni sportski događaji na sociokulturne, ekonomske i okolišne uvjete u destinaciji.

Prilikom izrade rade korištene su znanstveno-istraživačke metode. Metode koje su korištene su metoda analize, induktivno-deduktivna metoda, povijesna metoda, metoda klasifikacije, komparativna metoda i statistička metoda. Induktivno-deduktivna metoda služi za utvrđivanje novih spoznaja i objašnjavanje spoznaja koja su već utvrđene. Povijesnom metodom analizirani su podaci o povijesnom razvoju sporta. Metoda klasifikacije poslužila je pri podijeli sportskih događaja.

Rad se sastoji od pet poglavlja, uvoda i zaključka. U uvodu definirani su predmet, svrha i ciljevi istraživanja, navedene su znanstvene metode korištene u radu te ukratko opisana kompozicija rada. **Sport i njegov povijesni razvoj** naslov je prvoga poglavlja. U njemu istaknuto je kako se sport mijenjao kroz povijest, kako je prerasao iz sporedne aktivnosti u globalni fenomen i kako se razvijao na teritoriju Republike Hrvatske. Drugo poglavlje naslova **Pojmovno određenje sporta i sportskih događaja** definira što je to sport i sportski događaji, te govori o organizaciji samih događaja i vrstama događaja. **Sportski turizam** treće je poglavlje u ovom radu i govori o povezanosti sporta i turizma te njegovim prednostima i nedostacima. Poglavlje **Učinci sportskih događaja** objašnjava koje su vrste učinaka sportskih događaja i kroz koje pojave ih se može promatrati. **Analiza**

učinaka Svjetskoga rukometnog prvenstva u Republici Hrvatskoj 2009. na turizam lokalne zajednice naslov je posljednjeg poglavlja. U njemu se na konkretnom primjeru proučava kako jedan veliki događaj utječe na lokalnu zajednicu i ostvaruje li ona benefite od tog događaja. U **Zaključku** sumirano je provedeno istraživanje i iznešene su zaključci o utjecaju događaja na lokalnu zajednicu.

1. Sport i njegov povijesni razvoj

Sport je tisućljećima temeljni aspekt ljudskog društva. To je univerzalni jezik koji nadilazi granice, kulture i vrijeme. Povijest sporta je intrigantna priča o ljudskoj kreativnosti, agilnosti i želji za individualnim i grupnim uspjehom, od prapovijesnih natjecanja do suvremenih spektakala. Promatrajući evoluciju sporta uz njegovo početno podrijetlo i glavne prekretnice u modernom vremenu, može se reći kako je povijest sporta zanimljivo i fascinantno putovanje kroz vrijeme koje ima vrlo značajnu ulogu prilikom oblikovanja različitih društva.

Porijeklo sporta može se pronaći u drevnim kulturama kada je tjelesna sposobnost bila cijenjena i poželjna. Prve Olimpijske igre održane su na planini Olimp 776. godine prije Krista od strane starih Grka, koji su bili poznati po svojoj ljubavi prema sportu i tjelovježbi. Svrha ovih natjecanja bila je promicanje prijateljstva između gradova-država, pružajući priliku sportašima da pokažu svoju snagu, agilnost i izdržljivost.

Sportski događaji također su bili popularni kod Rimljana, iako na drugačiji način. Često su organizirali bitke između uvježbanih ratnika ili protiv divljih životinja u svojim gladijatorskim natjecanjima, koja su bila osebujna mješavina atleticizma i spektakla. Ove su aktivnosti bile su spoj između fizičke sposobnosti i užitka, prikazujući različite načine kojima sport utječe na društvene vrijednosti.

Sportovi su se promijenili tijekom srednjeg vijeka, a turniri i viteške igre postali su popularni. Osim što su pokazali svoje junaštvo, vitezovi i plemići sudjelovali su u tim natjecanjima kako bi obranili viteške ideale. Vitezovi su koristili turnire, sa svojim lažnim bitkama i dvobojima, kao platformu za isticanje svoje hrabrosti i moći dok su slijedili kodeks časti.

Humanizam naglašavao vrijednost višestranog pojedinca, stoga renesansa je donijela oživljavanje interesa za fizičkom aktivnošću. Plemstvo se počelo sve više zanimati za

sportove kao što su tenis, mačevanje i streljaštvo. Ove aktivnosti nisu bile samo primjer kompetentnosti, već i sofisticiranog načina života.

Stvaranjem uređenih i kodificiranih pravila za brojne igre, 19. stoljeće predstavlja prekretnicu u povijesti sporta. Ideja amaterizma dobila je na snazi, podupirući stajalište da se sportom treba baviti radi osobnog razvoja, a ne radi novčane koristi. Prve moderne Olimpijske igre, koje su održane u Ateni 1896. godine, vratile su izvorni duh Igara i poslužile su kao simbol svjetske solidarnosti putem atletskog natjecanja (Pop Christina, 2013, 728-734)

Ali kako je 20. stoljeće krenulo, granica između amaterskih i profesionalnih sportaša počela se gubiti. Profesionalne lige u sportovima poput baseballa, nogometa i košarke porasle su u popularnosti zbog iskušenja slave i nagrada. Ova je promjena utjecala na to kako su sportaši trenirali i koliko su dobro radili, transformirajući sport iz rekreacijskih aktivnosti u unosna zanimanja.

Sport je uvijek bio odraz društvenih, političkih i kulturnih trendova koji su bili popularni u to vrijeme. Sport je bio oruđe diplomacije i propagande u 20. stoljeću. Korištenje sporta za širenje političkih poruka na svjetskoj razini demonstrirala je "ping-pong diplomacija" između SAD-a i Kine 1970-ih i bojkot Olimpijskih igara tijekom Hladnog rata.

Osim toga, sport je zaslužan za uklanjanje rodni i rasni prepreka. Kada se Jackie Robinson 1947. godine pridružio Major League Baseballu, okončana je rasna segregacija u profesionalnom sportu, a on je postao simbol jednakosti i napretka.(Powell, 2002, 56-71) Slično kao što su Billie Jean King i Martina Navratilova dovele u pitanje konvencionalne standarde i redefinirale što znači biti sportašica, njihovi su napori pomogli utrti put za ravnopravnost spolova u sportu.

Digitalna revolucija dvadeset i prvog stoljeća promijenila je način na koji se sport gleda i doživljava. Instant replay, virtualna stvarnost i sportska analitika samo su neka od poboljšanja koja je donio tehnološki napredak koji je poboljšao performanse na terenu i

iskustvo gledatelja. Sportaši sada mogu izravno komunicirati s navijačima i prelaziti geografske barijere zahvaljujući kanalima društvenih medija koji su ih uzdigli u status svjetskih slavni osoba.

Dovođenjem natjecanja u virtualni svijet, esport, relativno mlada pojava, preoblikovao je ideju sporta. Profesionalni sportaši sudjeluju na organiziranim turnirima, koji privlače pozamašnu publiku i skupa sponzorstva. Pojava esporta služi kao podsjetnik na to koliko se sportovi stalno mijenjaju i koliko se dobro mogu prilagoditi promjenjivim trendovima i ukusima.

Sport nema premca u svojoj sposobnosti da okupi pojedince iz različitih sredina u jednom zajedničkom cilju. Međunarodni sportski događaji poput Olimpijskih igara i Svjetskog prvenstva u nogometu potiču osjećaj globalnog prijateljstva koji nadilazi političke i kulturne barijere. Revnost i intenzitet koji su gledatelji pokazali tijekom ovih događaja demonstriraju snažnu emocionalnu i ujedinjujuću prirodu sporta.

Sport također služi kao izvor inspiracije. Pojedinci su motivirani da slijede svoje ciljeve i svladavaju prepreke. Priča Jesseja Owensa, koj je osvojio četiri zlatne medalje na Olimpijskim igrama u Berlinu 1936. unatoč rasnim predrasudama, spomenik je otpornosti ljudskog duha.

Niti atletizma, kompetitivnosti, zabave i društvenog razvoja utkani su kroz povijest sporta. Sport je nadišao vrijeme i kulturu, ostavljajući trajan pečat na ljudsku civilizaciju u svemu, od arena antičke Grčke do veličanstvenih stadiona modernog razdoblja. Jedan aspekt sporta u digitalnoj eri koji se nije promijenio je duh natjecanja i težnja za savršenstvom, što je sama definicija sportskog duha.

Što se tiče povijesnog razvoja sporta, hrvatski sport ima dugu i bogatu povijest. U Osijeku je 1784. godine osnovan sportski klub pod nazivom "Građansko streljačko društvo" (Kričkić, 2010, 55) To je prvi sportski klub u Hrvatskoj stoga ta godina se smatra početkom sporta u Hrvatskoj. Drugi dio 19. stoljeća i početak 20. stoljeća bilježi sve veći interes za sport u široj javnosti. Najveći procvat hrvatski sport doživljava nakon Drugog

svjetskog rata. Sportaši se sve više počinju natjecati i postižu izvrsne rezultate. Hrvatski sportaši debitirali su 1992. godine na 16. Zimskim olimpijskim igrama u Albertvilleu i 25. Olimpijskim igrama u Barceloni (Horvat, 2017, 7)

Franjo Bučar bio je značajan pojedinac za hrvatski sport. Bio je poznat po svojoj posvećenosti atletici. Pokrenuo je mnoge sportske organizacije. Utemeljio je 1909. Hrvatski športski savez, a od 1914. do 1920. bio je njegov član. Bio je predsjednik 1919. godine. Osnovao je Jugoslavenski olimpijski odbor, čiji je predsjednik bio od 1919. do 1927. godine. Od 1919. do 1946. godine bio je član Međunarodnog olimpijskog odbora (Horvat, 2017, 7). Smatra se da je prvi razvio nastavni plan i program za nastavu gimnastike u školama. Bio je vođa Hrvatskog sokolskog pokreta. Dobitnik je brojnih priznanja i priznanja za svoj trud i doprinos sportu.

U Zagrebu je 10. rujna 1991. godine osnovan Hrvatski olimpijski odbor. To je najveća nacionalna nevladina sportska organizacija. Njegova je dužnost unapređivati, čuvati i podupirati hrvatski olimpijski pokret u skladu s Olimpijskom poveljom Međunarodnog olimpijskog odbora. Postoji 80 nacionalnih sportskih saveza koji čine HOO, od kojih je 39 povezanih s olimpijskim sportovima, a 41 s neolimpijskim sportovima. Međunarodni olimpijski savez 17. siječnja 1992. godine privremeno je priznao Hrvatski olimpijski savez. Puno priznanje dobiveno je 24. rujna 1993. godine (URL: <https://www.hoo.hr/09.09.2023.>) Hrvatski olimpijski odbor svake godine 17. siječnja na svečanosti Velikog dana hrvatskog športa dodjeljuje nagrade za postignuća u sportu. Nagrade koje se dodjeljuje su: Nagrada Hrvatskog olimpijskog odbora Matija Ljubek, Trofej Međunarodnog olimpijskog odbora, nagrada Dražen Petrović, izbor najuspješnijih sportaša Hrvatskog olimpijskog odbora i posebna priznanja Hrvatskog olimpijskog odbora.

Hrvatska trenutno postepeno razvija svoje sportske destinacije. Hrvatska je nacija bogata prirodnim ljepotama koje podupiru razvoj sportskih aktivnosti, ali taj je resurs nedovoljno iskorišten. „Nacionalni program sporta 2014. – 2022.“ definira ih kao temeljna načela i smjernice razvoja hrvatskog sporta (Nacionalni program sporta 2014.-2022. , str, 5). Veće ulaganje u razvoj sportske infrastrukture, potpora programa lokalnog sporta,

stvaranje uvjeta za postizanje zapaženih uspjeha na velikim natjecanjima i drugi ciljevi neki su od glavnih ciljeva programa.

2. Pojmovno određenje sporta i sportskih događaja

Definicija sporta nije jednostavna te postoji mnogo različitih definicija. Također, definicije se razlikuju ovisno o tematici kojoj pripada. Sport ne mora biti nužno pojam vezan sam uz sebe, već se može govoriti o sportu uz brojne ostale pojmove poput zdravlja, psihologije, medicine, odgoja i sličnih pojmova.

Sport je vrlo omiljena aktivnost raširena po cijelome svijetu koja obuhvaća fizičku, odnosno tjelesnu aktivnost pri kojoj najčešće prevladava natjecateljsko raspoloženje i duh. Postao je dio suvremene kulture, zbog velikog poticanja razvoja vještina putem raznih natjecanja, borbi te igra (URL: <https://www.enciklopedija.hr/> 09.09.2023.).

Prema Magnane-u (1964) sport je "slobodna aktivnost čiji je dominantan fizički napor, sudjelovanje u igri i radu, prakticira se natjecateljski, s posebnim propisima i institucijama, a vjerojatno će se pretvoriti u profesionalnu aktivnost".

Jednostavna i sažeta definicija sporta bi trebala ukazati osnovnu namjenu, odnosno tjelesnu aktivnost kojom se osjetno pospješuju fiziološke karakteristike pojedinca (Brkljačić,2007).

Osoba se može baviti sportom rekreacijski, amaterski ili profesionalno, dok je glavna podjela sportova na samostalne (pojedinačne) i ekipne (skupne).

Rekreativni sportovi su oni koji se igraju radi uživanja, zabave ili održavanja forme. Rekreativni sportaši obično se ne natječu na visokoj razini i nisu profesionalci. Cilj im je uživati u sportovima kao što su tenis, biciklizam, plivanje i trčanje kako bi poboljšali svoje fizičko i mentalno blagostanje.

Amaterski se sportom bave ljudi koji su više posvećeni određenom sportu, ali nisu profesionalci. Iako treniraju i natječu se na višoj razini od rekreativaca, te im to često nije

primarni posao. Sportaši amateri mogu se natjecati u lokalnim ligama, natjecanjima i turnirima i postići rezultate vrijedne pažnje, ali ne mogu značajno živjeti od svog sudjelovanja u sportu.

Ljudi koji se bave sportom te im je to primarni posao i izvor novca se smatraju profesionalnim sportašima. Obično sudjeluju u sportskim natjecanjima na najvišim razinama, kao što su Olimpijske igre, svjetska prvenstva ili profesionalne lige. Kako bi postigli što bolje rezultate, profesionalni sportaši ulažu puno vremena u svoje pripreme, putovanja i održavanje svog fizičkog i psihičkog zdravlja.

Sportaši koji sudjeluju u pojedinačnim sportovima to čine bez pomoći suigrača ili tima. Primjeri su sportovi poput tenisa, golfa, plivanja i gimnastike. Rezultati u ovim sportovima uglavnom su posljedica individualnog talenta i truda.

Da bi postigli cilj, sportaši koji se bave timskim sportovima moraju surađivati. Među primjerima su nogomet, košarka, ragbi, hokej i odbojka. U ovim sportovima uspjeh najviše ovisi o suradnji, strategiji i koordinaciji.

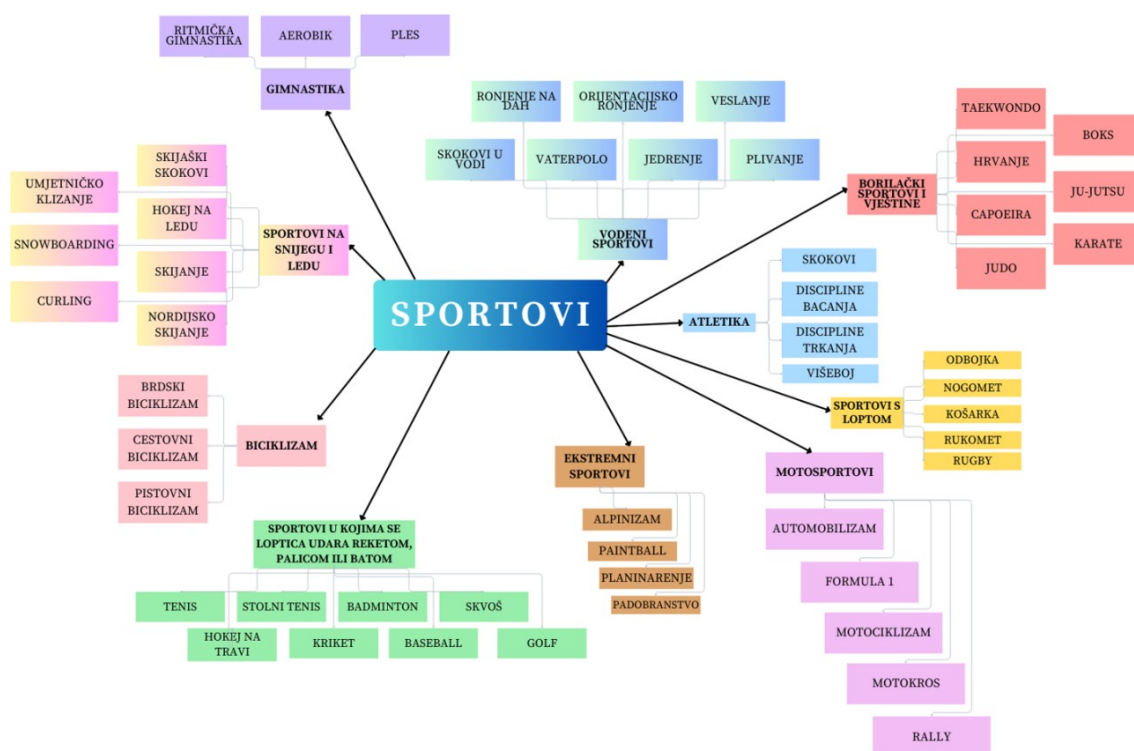
Bez obzira na količinu angažmana ili sport, bavljenje sportom pruža brojne prednosti, uključujući bolje zdravlje, tjelesnu spremnost, razvoj društvenih vještina te osjećaj zadovoljstva i uspjeha. Svatko može izabrati odgovarajući sportski put na temelju svojih interesa, ciljeva i mogućnosti.

Postoje različite vrste sportskih događaja, a neki od njih uključuju:

- Individualni sportovi: To su sportovi gdje se natjecatelji bore sami protiv sebe ili protiv vremena. Primjeri uključuju trčanje, plivanje, gimnastiku i golf.
- Timski sportovi: Ovdje natjecatelji djeluju kao dio tima i surađuju kako bi postigli cilj. Primjeri uključuju nogomet, košarku, ragbi, hokej i odbojku.

- Borilački sportovi: Ovi sportovi uključuju fizički kontakt između natjecatelja, a cilj je pobijediti protivnika. Primjeri uključuju boks, MMA (mješovite borilačke vještine), judo, karate i taekwondo.
- Igre loptom: Ovo su sportovi koji uključuju loptu kao središnji element igre. Primjeri uključuju nogomet, košarku, tenis, bejzbol, ragbi i kriket.
- Atletika: Atletika obuhvaća različite discipline kao što su trčanje, skakanje, bacanje i višeboj. Primjeri uključuju sprint, skok u dalj, bacanje kugle, maraton i desetboj.
- Ekstremni sportovi: Ovi sportovi uključuju visoki rizik i izazovne situacije te često zahtijevaju iznimnu vještinu i hrabrost. Primjeri uključuju surfanje, planinarenje, paraglajding, skateboarding i BMX.
- Zimski sportovi: Ovi sportovi se obično prakticiraju na snijegu ili ledu, uključujući skijanje, snowboarding, klizanje i biatlon.
- Vodeni sportovi: Ovo uključuje sportove koji se odvijaju u vodi, kao što su plivanje, ronjenje, jedrenje, veslanje i vaterpolo.
- Motorsportovi: Ovi sportovi uključuju natjecanja s motorima, kao što su Formula 1, MotoGP, rally i utrke off-road vozila.

Ovo su samo neki primjeri, a postoji mnogo više različitih sportova i varijacija diljem svijeta. Svaki sport ima svoje specifične pravila, opremu i metode natjecanja.



Slika 1. Vrste sportova

Izvor: (izradio autor prema vlastitom nahođenju)

Sportski događaji imaju važnu ulogu u promicanju sportskog duha, poticanju tjelesne aktivnosti i povezivanju ljudi iz različitih dijelova svijeta. Također doprinose lokalnoj i globalnoj ekonomiji putem turizma, prodaje ulaznica, sponzorstava i drugih financijskih tokova.

Svaki događaj sam po sebi predstavlja određeni značaj. Najjednostavnija opća definicija govori kako je događaj privremeno okupljanje ljudi s razlogom (Bladen, et al. 2012). Može biti predstavljen u različitim vremenskim okvirima, oblicima i veličinama te biti povezan s raznim okolnostima. Također, vrlo je bitno naglasiti da je svaki događaj najčešće povezan s određenim ciljevima te predstavljati različite utjecaje na ljude i njihovu okolinu.

U uskoj povezanosti s događajem, bitno je objasniti i definirati poseban događaj. Vrlo je teško jednoliko i općenito definirati takav tip događaja, zbog ostalih okolnosti koje utječu na samu definiciju. Poseban događaj je okupljanje ljudi, koje obično traje od

nekoliko sati do nekoliko dana, a osmišljeno je da slavi, poštuje, prodaje, podučava ili promatra ljudske napore (Matthwes, 2007).

Poseban događaj jedinstveni trenutak u vremenu koji se slavi ceremonijom i ritualom kako bi se zadovoljile specifične potrebe (Goldblatt, 2002).

Postoje određeni čimbenici koji događaj čine posebnijim (Getz, 2009):

- Jedinstvenost
- Mnogobrojnost ciljeva
- Zadovoljavanje i ispunjavanje osnovnih potreba
- Kvaliteta
- Tradicija
- Autentičnost
- Poseban duh događaja
- Fleksibilnost
- Gostoprimstvo
- Tematiziranje
- Simbolika
- Opipljivost
- Financijska dostupnost
- Pogodnost

Prema Pivcu, T. i Stamenkoviću, I. (2012, 19), postoje specifične određene varijacije posebnih događaja koje naglašavaju razlike u programima i organizaciji tijekom organizacije i provođenja. Jedna od varijacija takvih događaja, upravo je sportski događaj.

Sportski događaji omiljeni su događaji zaljubljenicima u sportu. Zapravo, riječ je o aktivnostima koje mogu uključivati razna sportska natjecanja, utakmice, turnire ili ostale zabavne oblike sportskih aktivnosti. Osim sportaša, unutar događaja uključen je i ogroman broj gledatelja kojima je glavni razlog pružiti podršku sportašima te uživati u sportskim susretima. Naravno, u cijelom događaju uključeno je mnoštvo drugih sudionika u obliku volontera, voditelja, stručnih suradnika i slično. Planiranje, organizacija i provođenje takvih događaja nije nimalo lagana te je u svakom trenutku prisutna određena doza izazova i rizika. Vrlo često su takvi događaji medijski popraćeni u velikim količinama, jer je danas sport jedna od glavnih tema u cijelome svijetu. Svaki događaj, time i sportski događaj ima određene gospodarske, društvene te ekonomske aspekte o čemu će se više govoriti u sljedećem poglavlju.

2.1. Organizacija sportskih događaja

Svaki događaj, pa tako i sportski potrebno je na vrijeme početi planirati kako bi se olakšala cjelokupna organizacija te potom izvedba događaja. Samo planiranje događaja zahtjeva mnogo uloženog truda i vremena te je potrebno provođenje raznih zahtjeva, analiza te procjena što će rezultirati krajnji uspješan i zadovoljavajući cilj. Samim time, sve navedeno opravdava tvrdnju da je sportski događaj valjan koliko i njegovo planiranje (Smith, Stewart, 1999). Svako planiranje događaja potrebno je podijeliti na dva dijela, strateško planiranje te operativno planiranje.

Potrebno je napraviti izvedbeni plan koji će nastati kao ishod korištenja strateškog planiranja. Strateški plan omogućuje postavljanje strategija, smjernica te ciljeve. Izvedbeni i strateški plan su vrlo usko povezani zbog toga što izvedbeni plan opisuje načine kako će se strateški plan pretvoriti u „događaj“, odnosno kako će se izvesti. Postoje četiri glavna faktora koji utječu na strateški plan (Chadwick, 2004):

- Vizija i misija
- Ciljevi

-SWOT analiza

-Odabir odgovarajuće strategije

Za svaki događaj je potrebno „prikazati“ sliku budućnosti koja se želi postići kreiranjem i realizacijom sportskog događaja. Također, potrebno je definirati jasne važnosti i razloge definiranja događaja te kako oni mogu utjecati na krajnji cilj. Svaki cilj treba biti jasno, detaljno i precizno definiran u skladu s ostalim ciljevima unutar događaja. Jedna od glavnih čimbenika je SWOT analiza kojom služi za analizu i procjenu snage(S, eng. strengths), slabosti(W, eng. weaknesses), prilika(O, eng. opportunities) te prijetnji(T, eng. threats). SWOT analiza je jedna od najzastupljenijih analiza širom svijeta te se koristi za razumijevanje potreba, identificiranje mogućih prijetnji i rizika vanjskog okruženja, konkurencije. Neophodno je odabrati odgovarajuće strategije na temelju prethodnih čimbenika, zbog toga što određuju način postizanja misije, odnosno ciljeva. Postoje dodatni određeni elementi koji igraju ulogu važnosti prilikom odabira strategije poput marketinga, operativnog osoblja, financija, partnerstva, rizika te održivosti i daljnjeg razvoja.

Operativni plan je usmjeren na detaljnost plana trenutne provedbe događaja s kratkoročnim ciljevima. Glavna razlika između operativnog i strateškog plana je vremensko razdoblje. Postavlja temelje za ostvarivanje ciljeva unutar strateškog okvira tako što će osigurati koordinirane i dobro organizirane aktivnosti (Mandić, 2006, 26). Ključni elementi su: identifikacija specifičnih aktivnosti, postavljanje jasnih vremenskih okvira, dodjeljivanje odgovornosti i detaljan popis potrebnih resursa. Stabilnost će osigurati sigurna uspostavljena veza s financijama. Učinkovita komunikacija, sigurnost, logistika i promocija također su ključni. Praćenje napretka ostaje važno. Operativni plan djeluje kao poveznica između strategije i provedbe, unaprjeđujući uspjeh događaja kroz temeljito planiranje.

2.2. Vrsta i tipovi događaja

Postoji mnogo različitih podjela sportskih događaja u cijelome svijetu. Najjednostavnija je podjela događaja prema veličini(Funk Daniel C,2008):

- Mega sportski događaji
- Hallmark događaji
- Veliki događaji
- Lokalni događaji

Kao što i sama riječ govori, mega sportski događaji predstavljaju najveći oblik sportskih natjecanja na svjetskoj razini. Takvi događaji prikupljaju prvoklasne sportaše iz različitih sportova i zemalja te time privlače pažnju čitavog svijeta. Također, popraćeni su ogromnom medijskom pažnjom u čitavom svijetu. Najveći dva događaja su: Olimpijske igre i FIFA svjetsko prvenstvo u nogometu. Događaji traže ogromne infrastrukturne pripreme te višemilijunske budžete. Razlog tome je potreba za financiranjem izgradnje stadiona, sportskih objekata te hotelskog smještaja. Također, potrebno je podmiriti tehničke, logističke i organizacijske potrebe u koje je uključeno nekoliko tisuća ljudi.

Hallmark događaji su tradicionalni događaji koji direktno utječu na kulturu i društvo određene regije ili zemlje. U početku su takvi događaji bili isključivo vezani za sport, ali s vremenom su postali tradicija te dio kulture što može služiti kao jačanje turizma određenoj regiji. Tako je najstariji teniski Grand Slam turnir, Wimbledon postao britanska elegantska sportska tradicija. Budžeti ovise o opsegu i reputaciji samog događaja. Wimbledon ima vrlo visok budžet s obzirom na svoju eleganciju i ekskluzivnu atmosferu. Organizacija obično uključuje stotine ljudi, uključujući tehničko osoblje, umjetnike, volontere i koordinate događaja.

Veliki događaji poznati i značajni su na nacionalnoj te međunarodnoj razini. Jedan od glavnih primjera je UEFA Europsko prvenstvo u nogometu. Okuplja i privlači pažnju

mnogih stručnjaka, sportaša, gledatelja i onih vrlo važnih, sponzora. Medijski je vrlo privlačan te najčešće poznat i izvan teritorija održavanja događaja. Također, potreban je visok budžet za pokrivanje svih troškova. Posebice, ukoliko je riječ o događaju poput UEFA prvenstva gdje je potrebno financiranje stadiona, medija, marketinga te cijelog osoblja. Organizacija uključuje nekoliko stotina ljudi, poput organizatora, voditelja, volontera, sigurnosnih radnika te raznih ostalih zanimanja.

Lokalni sportski događaji su najbitniji dio sportske kulturne zajednice. Odvijaju se na manjim razinama, ali zbog toga imaju veliki i snažan utjecaj na lokalno stanovništvo kojeg potiču na što aktivnije sudjelovanje. Odlična su prilika za sve dobne prilike koji se bave slobodnom tjelesnom aktivnošću te imaju želju za razvijanjem sportskih vještina. S obzirom da je riječ o lokalnim skupinama stanovništva, potiče se na građenje bogatijih socijalnih osobina. Ovakav tip događaja najčešće uključuje turnire, utrke i natjecanja na razini gradova ili regija. Promiče se stvaranje zdravijeg načina života te se potiče i neaktivno tjelesno stanovništvo da postanu barem dijelom aktivni u sportskom svijetu. Najčešće je riječ o najmanjim budžetima u odnosu na gore navedene događaje te se budžeti koriste za organizaciju događaja, terena, sportske opreme te promociju događaja. Organizacija uključuje lokalne sportske udruge, volontere, gradsku upravu i organizatore događaja. Broj ljudi uključenih u organizaciju može varirati ovisno o veličini događaja, ali obično se radi o desecima ili stotinama ljudi.

Tablica 1. Primjer tipologije sportskih natjecanja

VRSTA MANIFESTACIJE	EKONOMSKI ZNAČAJ	LOKALNO REGIONALNO DRŽAVNO MEĐUNARODNO	MEDIJSKA ZASTUPLJENOST	TURISTIČKI POTENCIJAL	JEDAN ILI VIŠE DOGAĐAJA
A1- OLIMPIJSKE IGRE	VELIKI	MEĐUNARODNO	VELIKA	VISOK	VIŠE
B1- FA CUP finale	SREDNJE VELIKI	DRŽAVNO	VELIKA	SREDNJE VISOK	JEDAN
C1- DRŽAVNO ATLETSKO PRVENSTVO	NIZAK	DRŽAVNO	SREDNJA	NIZAK	VIŠE
D1- REGIONALNO PLIVAČKO PRVENSTVO	NIZAK	REGIONALNO	NISKA	NIZAK	VIŠE

Izvor: (Gammon , 2020)

Getz (2007) pruža klasifikaciju sportskih manifestacija temeljem različitih karakteristika, koja dalje razvrstava sportske događaje prema:

- profesionalne i amaterske;
- lokalne, regionalne, državne i međunarodne;
- razne sportske igre;
- jednokratnu utakmicu, prvenstvo i prijateljsku utakmicu

Profesionalni sportski događaji su događaji u kojima sudjeluju plaćeni profesionalni, vrhunski sportaši ili njihovi timovi. Riječ je najčešće o velikim događajima u kojoj je sport na vrlo visokoj profesionalnoj razini definiran. Najčešće postoje velike financijske nagrade. Primjeri uključuju profesionalne lige poput NBA, NFL, Premier lige i slično.

Amaterski sportski događaji su različita natjecanja sportaša koji nisu plaćeni za svoju izvedbu. To mogu biti lokalni turniri, amaterske lige ili studentska natjecanja. Najčešće je fokus stavljen na sudjelovanju, sportskom duhu te socijalnom životu.

Također, navedene su četiri teritorijalne podjele sportskog događaja. Lokalni sportski događaj se održava na lokalnoj razini, odnosno u okvirima jednog grada ili manjeg, užeg područja. Regionalni sportski događaj uključuje sudionike s područja veće regije, primjerice jedne županije u Hrvatskoj. Državni sportski događaji uključuju natjecanja na kojima pristupaju sportaši iz čitave države, odnosno iz više regija. Također, postoje i međunarodni sportski događaji koji okupljaju sportaše iz nekoliko različitih država. Primjer međunarodnog sportskog događaja su Olimpijske igre.

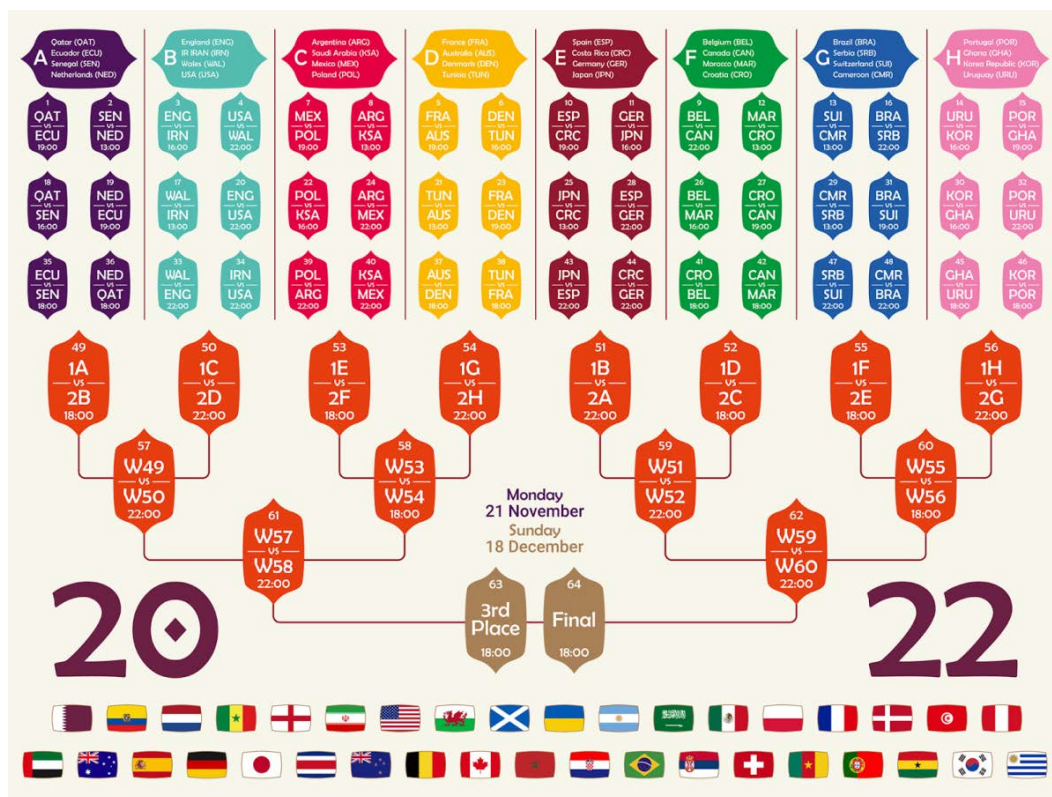


Slika 2. Događaji prema veličini
Izvor: (Stipanović, 2020)

Razne sportske igre odnos se na raznovrsnost sportova koji se prakticiraju na sportskim događanjima. Sportski događaji mogu uključivati različite vrste igara kao što su nogomet, košarka, tenis, atletika, plivanje, hokej, golf i mnogi drugi. Svaki sport ima svoja pravila, dinamiku te način izvedbe.

Postoji nekoliko različitih vrsta utakmica. Jednokratna utakmica je sportski događaj u kojem se odigrava samo jedna utakmica, a pobjednik se određuje na temelju rezultata te utakmice. Prvenstvo je dugotrajniji događaj u kojem se održava nekoliko, čak i deseci utakmica tijekom određenog vremenskog razdoblja. Sudionici se natječu u seriji utakmica kako bi se kasnije proglasio ukupni pobjednik. Pobjednici serija utakmica ulaze u osmine finala te potom pobjednici osmine finala ulaze u četvrtine finala. Istim principom se prolazi sve do glavnih finala. Prijateljske utakmice su manje formalne utakmice koje se igraju

izvan natjecateljskog okvira. One su često korisne za pripremu timova prije ozbiljnih natjecanja i za promoviranje prijateljstva između natjecateljskih ekipa.



Slika 3. Primjer ždrijeba natjecanja
Izvor: (<https://svjetsko.hr/>)

3. Sportski turizam

Sportski turizam može se definirati kao turizam u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u određenoj turističkoj destinaciji (Bartoluci, 2012.). Ova vrsta turizma zamišljena je tako da zadovolji potrebe ljudi za rekreacijom, aktivnošću, odmorom i zabavom. Kako bi se održalo zdravlje ljudi, na ove aktivnosti utječe stvaranje navike aktivnog produktivnog korištenja slobodnog vremena. Ciljevi putovanja i smještaja povezani sa sportom vrlo su česti u ovoj vrsti turizma, kao i turistička odredišta i središta vezana uz sport.

Općenito, veliki razvoj sporta zabilježen je tijekom 20. i 21. stoljeća. Povećanjem demografskog profila sudionika u sportu, otvorile su se razne nove mogućnosti u sportu. Glavne promjene proizlaze iz uključenosti različitih dobnih skupina, spolova, etničkih grupa, socioekonomskih pozadina i fizičkih sposobnosti u sportskim aktivnostima. Takav prateći trend ima širok raspon pozitivnih utjecaja na sport, kulturu, društvo i pojedince. Naravno, takvim načinom se promiču sveobuhvatnih raznih demografskih skupinama i raznolikost. Pruža se mogućnost sudjelovanja u sportskim aktivnostima svim osobama, bez obzira na njihove karakteristike. Dodatno, stvara se poseban osjećaj pripadnosti te jednakosti i uključenosti za sve osobe unutar društva. Vrlo je bitno napomenuti kako cjelokupni sport promiče zdravijem načinu života i povećanjem bavljenja sportskim, tjelesnim aktivnostima. Sudjelovanje u sportu pomaže u razvoju osobnosti, karakternih vrlina i socijalnih vještina. Pomaže u prevenciji stvaranja predrasuda i stvara tolerantnije društvo. Sportski turizam čine dvije velike komponente. Prva uključuje turiste koji se rekreacijski upuštaju u sportske aktivnosti za vrijeme trajanja putovanja ili odmora, dok se druga veže uz sportske događaje, gdje turist može sudjelovati kao natjecatelj ili gledatelj. Turističke destinacije fokusirane na sportski turizam suočavaju se s problemom vremenskih uvjeta koji dovode do sezonalnog karaktera poslovanja. Primjerice, skijaške destinacije svoje poslovanje su usredotočile na zimske mjesec kada su temperature niže i više je snježnih padalina, a nautička središta vezana su pretežito uz toplije mjesec u godini, pogodna za plovidbu, odnosno u slučaju jedrenja za vjetrovitije mjesec. Upravo je

za to sve zaslužan sportski turizam, koji se fokusira na putovanja i aktivnosti vezane za sport i rekreaciju. Prema definiciji Hudsona iz 2003. (citirano u Čavlek, Bartoluci i sur., 2007, 11) "sportski turizam podrazumijeva putovanje za vrijeme odmora s ciljem bavljenja sportom, putovanje u destinacije kako bi se promatrao sportski događaj te putovanje s ciljem posjeta sportskim atrakcijama." Prema Bartoluciju (2003, 71) sportski turizam definiramo kao "turizam u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u turističkom odredištu". Ovaj oblik turizma privlači ljude koji su strastveni prema sportu, rekreaciji, avanturama i fizičkim aktivnostima. Osobe koji se upuštaju u sportski turizam obično žele iskusiti različite sportske događaje, sudjelovati u sportskim aktivnostima ili promatrati profesionalne sportske mečeve i natjecanja. Jedan od najbrže rastućih sektora turizma je sportski turizam. Bez obzira na to je li sport primarni razlog putovanja ili ne, sve je veći broj turista zainteresiran za sudjelovanje u sportskim aktivnostima za vrijeme svog putovanja. Sportski događaji svih veličina i vrsta privlače turiste kao sudionike ili gledatelje, a turističke destinacije rade na tome da se razlikuju i ponude istinska lokalna iskustva uključivanjem lokalnih karakteristika. Ako se veliki sportski događaji dobro iskoriste u smislu brendiranja destinacije, razvoja infrastrukture i drugih gospodarskih i društvenih potencijala, oni mogu poslužiti kao katalizator za rast turizma. Primjeri takvih događaja su Olimpijske igre i svjetska prvenstva.

Sport i turizam su dvije međusobno isprepletene i povezane djelatnosti jer su nositelji u pravilu isti subjekti (Otočan, prema Geić, 2011). Uzajamni odnos sporta i turizma temelji se na aspektima koji utječu na njihov razvoj, funkcije koje proizvode, kao i ekonomske učinke. Drugim riječima, sportske aktivnosti, posebice sportska rekreacija i putovanja, ubrajaju se u tzv. sekundarne potrebe koje čovjek ispunjava tek nakon zadovoljenja svojih primarnih potreba, poput onih za hranom, smještajem i sl. Stoga je vidljivo da te aktivnosti spadaju u drugu ekonomsku kategoriju jer ovise o dostupnosti novca i slobodnog vremena. Aktivnosti u slobodno vrijeme definirane su kao one koje su "tipizirane potrošnjom i individualnom bavljenjem u privatne svrhe". Stoga se ljudi u slobodno vrijeme bave raznim aktivnostima kao što su sport (sportsko-rekreativni), turizam i sl. kako bi zadovoljili neke svoje potrebe. Te su aktivnosti za njih potpuno jedinstvene i prilagođene upravo njihovim potrebama jer ih ljudi biraju prema vlastitim preferencijama i željama.

Postoji više načina na koje se sport i turizam međusobno podupiru u svom rastu. Kada to inače ne bi bilo moguće, turistički sektor može pomoći u razvoju lokalnih sportskih objekata ili pružiti zajednicama priliku da to učine. Sport također ima pozitivan utjecaj na turizam jer se mnogi sportski događaji održavaju tijekom praznika, godišnjih doba itd. Slijedi da će veća suradnja biti vrlo poželjna za oba sektora kako bi se iskoristila njihova komplementarna snaga. Sport se nalazi među vodećim industrijama diljem svijeta, a njegov je proizvod proizvod globalnog karaktera. Prema provedenoj studiji iz 2004. godine procijenjeno je da sport u svom najširem smislu generira dodatnu vrijednost od 407 milijardi eura, što čini oko 3,7 % BDP-a EU-a i zapošljava 15 milijuna ljudi ili 5,4 % radne snage EU-a (European Council, 2007, 11), što dovoljno govori o njihovoj važnosti. Osim toga, mnoge su nacije koristile organiziranje velikih sportskih događaja, koji zahtijevaju značajne troškove, kao jedan od alata u većem planu pozicioniranja nacije na globalnom tržištu. Na primjer, Kina je iskoristila Olimpijske igre 2008. kao dio većeg plana otvaranja svoje ekonomije međunarodnoj trgovini, dok je Grčka doživjela teške financijske probleme nakon domaćinstva Olimpijskih igara 2004. u Ateni zbog neuspjeha planirane ekonomske i političke strategije. Sport se stoga u tom svjetlu može promatrati kao produžena gospodarska i politička ruka kao oblik selektivnog turizma.

Postoji nekoliko glavnih faktora koji utječu na pojavu sportskih aktivnosti u turizmu (Bartoluci, Škorić, 2009):

- Povećanje sportsko-rekreacijskih potreba
- Povećanje fonda slobodnog vremena
- Povećanje dohotka stanovništva

Kako društvo napreduje, raste svijest o važnosti tjelesne aktivnosti i rekreacije za očuvanje zdravlja i dobrobiti. Ljudi postaju sve svjesniji potrebe za tjelesnom aktivnošću kako bi se izborili protiv sve prisutnijih problema vezanih za sjedilački način života i zdravstvene probleme poput pretilosti, srčanih bolesti i dijabetesa. To potiče povećani interes za sportskim aktivnostima, uključujući i one koje se mogu prakticirati tijekom putovanja.

Razvoj tehnologije, automatizacije i promjene u radnim uvjetima doveli su do povećanja slobodnog vremena koje ljudi imaju na raspolaganju. Smanjenje radnog vremena, fleksibilniji rasporedi i bolji ravnoteža između posla i privatnog života omogućili su ljudima da više vremena posvete rekreaciji i hobijima. Putovanja postaju prilika da se iskoristi slobodno vrijeme za bavljenje sportskim aktivnostima koje inače ne bi bilo moguće prakticirati zbog ograničenog vremena.

Sportski turizam obično koristi gradovima domaćinima jer privlači veliki broj posjetitelja, što uvelike potiče gradsko gospodarstvo. Lokalne tvrtke (kao što su hoteli, restorani itd.) također imaju koristi, kao i tvrtke koje nisu povezane s turizmom. Osim toga, sportski turizam podiže profil gradova domaćina, što zauzvrat privlači nove tvrtke iz sportske industrije, kao i druge poslove (kao što su kafići i restorani). Širenje ovih poduzeća doprinosi mogućnosti lokalnog stanovništva da pronađe posao, što je ključna komponenta u urbanoj obnovi.

Povećanje dohotka stanovništva omogućava ljudima veću financijsku sposobnost za sudjelovanje u različitim aktivnostima, uključujući sportske. Kako se životni standard povećava, ljudi postaju skloniji ulaganju u vlastitu dobrobit i zabavu, uključujući sportske aktivnosti. Putovanja omogućavaju ljudima da se uključe u sportske aktivnosti na različitim lokacijama, često uzbudljivijim i raznolikijim od njihove svakodnevne rutine.

Ovi faktori zajedno stvaraju poticajan okvir za rast sportskog turizma. Ljudi traže nove načine za zadovoljavanje svojih tjelesnih, rekreativnih i zabavnih potreba, a putovanja pružaju idealan kontekst za to. Industrija turizma i sportskih aktivnosti su se uskladile kako bi ponudile raznolike mogućnosti koje odgovaraju različitim skupinama ljudi, bilo da se radi o opuštenim rekreacijskim aktivnostima, ekstremnim sportovima ili sportskim događanjima.

Iako postoji mnogo prednosti sportskog turizma, također je bitno napomenuti da ima i mnogo nedostataka. Negativni učinci sportskog turizma uključuju stvari kao što su degradacija, zapošljavanje stranaca umjesto domaćih i lokalnih radnika te nepoštivanje kulturnih običaja (kao nepokrivanje ramena na Bliskom istoku). Osim toga, sportski

turizam ima štetne učinke na gradove domaćine, uključujući gentrifikaciju, gužvu, huliganizam, nasilje i ometanje svakodnevnog života lokalnog stanovništva.

Sportski turizam može obuhvaćati razne aktivnosti, kao što su (Ciampicacigli i Maresca, 2004):

1. Gledanje sportskih događaja: Ljudi putuju kako bi prisustvovali profesionalnim sportskim natjecanjima, kao što su Olimpijske igre, Svjetska prvenstva, Europska prvenstva i druge velike sportske manifestacije
2. Aktivno sudjelovanje u sportovima: Putnici se uključuju u sportske aktivnosti kao što su skijanje, planinarenje, ronjenje, surfanje, golf, biciklizam i drugi rekreativni sportovi na destinacijama koje pružaju odgovarajuće uvjete.
3. Sportski kampovi i treninzi: Ljudi putuju na sportske kampove i treninge kako bi unaprijedili svoje sportske vještine i znanje uz stručno vodstvo.
4. Sportski odmori: Ovo uključuje boravak na destinacijama koje su poznate po određenim sportovima ili aktivnostima, kao što su skijališta, surferske plaže ili planinarske staze.
5. Avanturistički sportovi: Aktivnosti poput planinarenja, raftinga, bungee jumpinga i sličnih ekstremnih sportova privlače ljude koji traže uzbuđenje i adrenalin.
6. Sportske ture i putovanja: Putničke agencije organiziraju ture koje uključuju posjet sportskim stadionima, muzejima sportske povijesti i drugim relevantnim lokacijama.
7. Zdravstveni i wellness aspekti: Sportski turizam također može biti povezan sa zdravstvenim i wellness aspektima, gdje ljudi putuju kako bi se opustili, vježbali i poboljšali svoje fizičko zdravlje.

Ovaj oblik turizma ima potencijal donijeti ekonomske koristi destinacijama koje nude različite sportske aktivnosti i atrakcije. Također, promovira zdrav način života i aktivni odmor. Važno je naglasiti da sportski turizam zahtijeva dobru infrastrukturu, sigurnosne mjere i kvalitetne usluge kako bi putnici mogli sigurno i udobno uživati u svojim sportskim aktivnostima na odabranim destinacijama.

4. Učinci sportskih događaja

Sport i sportski događaji značajno utječu na okolinu u kojoj se održavaju. Destinacija u kojoj se održava sportski događaj pod velikim je utjecajem sporta i turizma. Učinci događaja su učinci koje stvaraju događaji i oni utječu na kvalitetu života lokalnog stanovništva i prouzrokuju određene reakcije lokalnog stanovništva (Fredline i Falkner, 2002). Sportski događaji imaju i dobre i štetne utjecaje. Prevladavaju pozitivni učinci, no neizbježno će biti i negativnih. Organizatori i suorganizatori sportskih događaja nastoje negativne učinke otkloniti, minimizirati ili u potpunosti izbjeći.

Najveći utjecaj sportski događaji imaju na ekonomiju. Pod ekonomskim učincima smatra se doprinos sportskih događaja bruto društvenom proizvodu, zaposlenosti i doprinos turizmu (Dodouras, James, 2004). Ekološki i sociokulturni manje su proučavani i rjeđe raspravljani utjecaji. Najveći sportski događaji imaju najveće učinke na gospodarstvo, društvo i okoliš. Mali sportski događaji ne mogu imati značajnije učinke na lokalno gospodarstvo i zajednicu sami za sebe. Lokalno stanovništvo je ono na koje takvi događaji najviše utječu.

Različiti utjecaji sportskih događaja mogu se promatrati na dvije razine (Preuss, 2000):

- Razina subjekta, odnosno sudionika nekog događaja (utjecaj na organizacijski odbor, grad domaćin i njegovo stanovništvo, državu te same sportaše)
- Razina aspekta djelovanja (javljaju se različiti kulturni, politički, ekološki, psihološki, tehnološki, turistički aspekti utjecaja određenog događaja)

4.1. Ekonomski učinci sportskih događaja

Sportska događanja imaju značajan utjecaj na ekonomiju i društvo te predstavljaju važan segment suvremenog društva. Osim što pružaju zabavu i radost gledateljima, sportski događaji imaju dublje ekonomske implikacije koje se protežu na različite sektore i dovode do pozitivnih promjena, ali i izazovnih situacija. Kako bi se maksimizirale koristi, ključno je pažljivo planiranje, transparentnost i ravnoteža između kratkoročnih i dugoročnih ciljeva. Sportski događaj omogućuje destinaciji u kojoj se održava da oblikuje vlastiti imidž (Ntloko, Swart, 2008).

Najvažniji utjecaj koji bilo koji događaj ostvaruje je onaj ekonomski, odnosno utjecaj na gospodarstvo i turizam, dok se još razlikuju utjecaj na okoliš, politički utjecaj i socijalni i kulturni utjecaj. Jedan od ključnih ekonomskih učinaka sportskih događanja je poticaj prema turizmu. Primjerice, ukoliko je riječ o velikom sportskom događaju poput Olimpijskih igara, tada postoji veliki broj ljudi iz čitavog svijeta koji žele prisustvovati događaju. Dodatna prednost je što se svaki put takvi događaji održavaju u drugoj državi, odnosno mjestu. Uz sudjelovanje na velikim sportskim natjecanjima, posjetitelji žele razgledati grad te njegovu okolicu. Time se povećava potražnja za hotelskim smještajem, restoranima, trgovinama suvenirima te javnim prijevozom. Također, dodatni doprinos lokalnoj ekonomiji su mnoštvo drugih atrakcija i aktivnosti koje destinacija domaćin nudi.

Organizacija sportskih događanja potiče infrastrukturne investicije. Gradovi koji se natječu za pravo domaćinstva često ulažu u izgradnju ili obnovu stadiona, sportskih dvorana, prometne mreže i drugih objekata. Takvi projekti su najčešće vrlo skupi, ali mogu poboljšati kvalitetu života građana i povećati privlačnost grada za buduće investicije. Vrlo dobro je napomenuti kako uvijek postoji određena opasnost o velikom opterećenju „javnih“ financija što može dovesti do ogromnih i dugoročnih ekonomskih posljedica, koje uključuju krizu, inflaciju i slično.

Sportska događanja također imaju značajan utjecaj na marketing i sponzorstva. Brendovi se često natječu za priliku da budu povezani s popularnim sportskim događajima

i sportašima kako bi povećali svoju vidljivost i prepoznatljivost. Time se dovodi do značajnog financijskog poticaja za organizatore događanja, a istovremeno omogućava razvoj i rast tvrtki koje sudjeluju u marketinškim kampanjama.

Utjecaj sportskih događaja na lokalno gospodarstvo vidljiv je kroz povećanje potrošnje i zapošljavanja. Restorani, trgovine, hoteli i drugi sektori usluga doživljavaju povećanje potražnje tijekom vremena održavanja događanja. Ovo povećanje potražnje često rezultira i većim brojem sezonskih poslova, što može biti posebno korisno za radnike s nižim kvalifikacijama.

Kada je riječ o ekonomskim učincima sportskih događanja, objektivno treba pogledati na prednosti te moguće opasnosti te izazove. Najbitniji, najčešće najrigorozniji čimbenik je trošak cjelokupne organizacija sportskog događaja koji zna biti vrlo visok te je moguće da su troškovi višestruko povećani od predviđenih. Vrlo je bitno cjelokupnu financijsku konstrukciju proračuna troškova pogledati nekoliko puta te obratiti pažnju na svaku stavku zasebno.

Također, potrebno je objektivno sagledati jesu li zaista novi infrastrukturni projekti dugoročno održivi. Razlog tome je što dvorane i stadioni izrađeni prema potrebama sportskog događaja zahtijevaju kontinuirano održavanje. Također, bitno je usuglasiti ima li grad, domaćin događaja, kasniju korist infrastrukturnog projekta (npr. Sport, kulturna događanja ili slično). Prošlost je pokazala kako većina destinacija ima veliki problem s financijskom održivošću velikih objekata i objekata namijenjenih manje popularnim sportovima.

Tablica 2. Klasifikacija ekonomskih čimbenika sporta i turizma

FIZIČKI UČINCI	Broj noćenja, broj smještajnih kapaciteta, broj turista, iskorištenost prijevoznih sredstava i drugo – izračunavaju se brojanjem fizičkih jedinica
FINANCIJSKI UČINCI	Označavaju novčane vrijednosti, kao što je vrijednost BDPa, potrošnja turista, prihodi od boravišne pristojbe, kretanje cijena ugostiteljskih usluga, kretanje cijena putničkih agencija i drugo
IZRAVNI EKONOMSKI UČINCI	Izravna turistička potrošnja podrazumijeva potrošnju u destinaciji, npr. u ugostiteljstvu, transportu, trgovini i drugo
NEIZRAVNI EKONOMSKI UČINCI	Rast cijena nekretnina u turističkim područjima; gradnja stambenih objekata i drugo
POZITIVNI EKONOMSKI UČINCI	Rast BDP-a, rast prihoda, rast dohotka, rast zaposlenosti, rast životnog standarda i drugo
NEGATIVNI EKONOMSKI UČINCI	Sezonalnost, rast cijena i troškova, ekološke štete, zagađenja

Izvor: (Bartoluci, 2013, st.49.)

Turizam i sport imaju istovremeno i koristan i štetan utjecaj na gospodarstvo. Jedno bez drugog ne bi mogli funkcionirati zajedno u istoj mjeri i proizvesti toliki ekonomski učinak. Oni se međusobno nadopunjuju. Tijekom održavanja održavanja sportskih događaja destinacija bilježi povećanu turističku aktivnost. Takva aktivnost može privući nove investitore koji u ovome vide priliku za uvjetno rečeno brzu zaradu, ali i potaknuti potrošnju na mjestima koji nisu u direktnoj vezi s sportskim događajem poput trgovina i ugostiteljskih objekata. Destinacije često događaje koriste kao priliku za poboljšavanje svog imidža među ciljanim tržišnim segmentima u svrhu ostvarivanja dugoročnih turističkih ciljeva nakon održavanja samog događaja.

Tablica 3. Ekonomske koristi i troškovi Olimpijskih igara

	EKONOMSKE KORISTI	TRŠKOVI
PRIJE OLIMPIJSKIH IGARA	Turizam Građevinske aktivnosti	Pripremni operativni troškovi Ulaganje u investicije Izgubljene koristi od projekata koji su izabrali drugu lokaciju zbog Olimpijskih igara
ZA VRIJEME IGARA	Turizam Stadioni i infrastruktura Olimpijski poslovi Prihodi ostvareni od karata, TV prava, sponzorstva i dr.	Operativni troškovi povezani s Olimpijskim igrama Onečišćenost Izgubljene koristi od projekata koji su izabrali drugu lokaciju zbog Olimpijskih igara, ali i izgubljeni turistički promet zbog onih koji su zbog velike gužve i sl. izbjegli mjesto održavanja Olimpijskih igara
NAKON IGARA	Turizam, međunarodni ugled Stadioni i infrastruktura Urbana obnova Ljudski kapital	Održavanje stadiona i infrastrukture Izgubljene koristi od projekata koji su izabrali drugu lokaciju zbog Olimpijskih igara

Izvor: (Bartoluci, 2013)

U ovom konkretnom slučaju, jasno je da će domaćinstvo Olimpijskih igara biti od koristi turističkom području dovođenjem više posjetitelja. Povećanjem broja posjetitelja povećavaju se prihodi države i pune joj se bankovni računi. Olimpijske igre utječu na rast radnih mjesta. Od prihoda od prodanih ulaznica, sponzora, TV prava i drugih izvora zarađuju organizatori, suorganizatori i država. Sportski objekti se grade ili obnavljaju na mjestu održavanja igara i ostavljaju na korištenje za buduća događanja. U grad su privučeni brojni domaći i strani investitori koji svojim ulaganjima doprinose kvaliteti života mještana. Modernizacija u gradu mame nove stanovnike. Olimpijske igre služe kao temelj za brend grada. Kad bi sve teklo po planu i ne bi bilo nepravilnosti tijekom Olimpijskih igara, grad u kojem su se one održavale dobio bi međunarodno priznanje. Međutim, takvi značajni sportski događaji često imaju nedostatke. Takvi veliki sportski događaji zahtijevaju znatne financijske obveze za organizaciju. Sportske objekte koji su kasnije izgrađeni treba obnoviti jer su zastarjeli. Često dolazi do otkazivanja drugih projekti koji su se planirali provesti u mjestu održavanja Olimpijskih igara zbog gužvi i

projekata koji se rade u korist Olimpijskih igara, te gubitka stalnih klijenata kojima takvi veliki sportski događaji narušavaju ravnotežu i mir poslovanja.

4.1. Društveni i kulturni čimbenici sportskih događanja

Osim ekonomskih čimbenika, sportska događanja imaju vrlo veliki utjecaj na kulturu i društvo. Time postoje društveni i kulturni čimbenici sportskih događanja. Osim privlačenja pažnje brojnih gledatelja, sportski događaji služe za promicanje zdravog načina života, međunarodne kulturne razmjene, nacionalnog ponosa i identiteta te promoviranjem etičkih vrijednosti. Sportska događanja oblikuju društvo i kulturu na dubok i značajan način. Sportski događaji posjeduju ogromnu mogućnost i sposobnost za formiranje identiteta, poticanje osjećaja zajedništva te kreiranje okvira za razmjenu ideja i vrijednosti. Sport je univerzalni jezik. U najboljem slučaju može okupiti ljude, bez obzira na njihovo porijeklo, porijeklo, vjerska uvjerenja ili ekonomski status. (Kofi Annan, 2015)

Događanja najveći utjecaj imaju na lokalnu zajednicu. Jedan od najvažnijih elemenata u planiranju sportskog događaja u destinaciji je lokalna zajednica. Stanovnici su pojedinci koji iz nekog razloga borave na području gdje će se događaj održati i oni su o tome najupućeniji. Jedna od pozitivnijih posljedica odgađanja je buđenje lokalpatriotizma među stanovnicima destinacije i njene okolice te moguće stvaranje tradicije. Grade se različiti zabavni sadržaji za sve uzraste. O društvenim problemima s kojima se suočava lokalno stanovništvo na mjestu održavanja sportskog događaja cijeli svijet može saznati uz pomoć medija koji prate sportske događaje.

Većina sportskih događanja promovira zdrav život te aktivniji tjelesni razvoj. Profesionalni sportaši koji nastupaju na takvim događanjima postaju uzor i inspiracija tisućama ljudi kako bi se aktivnije bavili sportskim aktivnostima. Sport je način na koji djeca i adolescenti mogu poboljšati fizičke vještine, kao i poboljšati svoj psihosocijalni razvoj (Brown, Calfas & Taylor, Rowland; 1990). Najveća je učestalost kod djece i mladih. Time se potiče smanjenje problema povezanih s neaktivnošću i pretilošću te poboljšava ukupni zdravstveni status društva.

Tablica 4. Podjela manifestacija prema ostvarenim učincima

Učinci manifestacija	Pozitivni	Negativni
Društveni i kulturni	razmjena iskustva kreiranje osjećaja zadovoljstva i ponosa lokalne zajednice planiranje i realizacija novih ideja rast lokalne zajednice obnova tradicije	manipulacija lokalnom zajednicom gubitak gostoljubivosti društvena nejednakost otuđenje lokalne zajednice
Politički	poboljšanje ugleda društvena kohezija promocija investicija razvoj administrativnih vještina urbana transformacija i obnova	rizik od neuspjeha manifestacije gubitak vlasničke kontrole lokalne zajednice legitimnost ideologija

Izvor: (Allen, 2006, st. 38)

Kroz sportske događaje također dolazi do kulturne razmjene i integracije. Budući da takvi događaji privlače sudionike i gledatelje iz različitih dijelova svijeta, otvara se prilika za međunarodnu kulturnu razmjenu i interakciju. Ljudi se susreću s raznolikim običajima, jezicima i tradicijama, što pridonosi suživotu različitih kultura. Sportska događanja promiču otvorenost prema drugim kulturama i potiču razumijevanje različitosti, što na kraju doprinosi integraciji i smanjenju predrasuda.

Bitno je naglasiti kako postoji ogromna sposobnost izgradnje nacionalnog ponosa i identiteta. Često je rezultat uspjeha ekipe domaćina sportskog događaja, upravo snažan osjećaj zajedništva među građanima. Ljudi se povezuju putem sportskih uspjeha i osjećaju pripadnost svojoj naciji kroz podršku svojim sportašima. Ovi trenuci stvaraju osjećaj ponosa i jačaju osjećaj pripadnosti naciji.

Sportski događaji također imaju ulogu u promicanju vrijednosti pravilne igre i sportskog duha. Kroz natjecanje se promoviraju važne etičke vrijednosti kao što su poštenje, sportski duh i poštovanje prema suparnicima i ostalim igračima. Poticanjem etičkog ponašanja i međusobnog poštovanja, takav način se prenosi i na svakodnevni život

Sportska događanja pomažu u povezivanju različitih generacija. S obzirom na raznolikost publike koja sudjeluje i prati događaje, stariji građani prisjećaju se prošlih sportskih uspjeha i dijele svoje priče, dok mlađi dobivaju priliku upoznati povijest i

tradiciju sporta. Ovo povezivanje generacija pridonosi izgradnji mostova između različitih dobnih skupina. Također, mladima pruža mogućnost realizacije vlastitih manjih sportskih događaja prema pričama starijih skupina, uvažavajući mogućnost i njihovog sudjelovanja u takvim događanjima.

Također, sportska događanja često potiču važne društvene rasprave. Ona mogu postati platforma za izražavanje stavova o pitanjima jednakosti spolova, pravima LGBT+ osoba i drugim socijalnim pitanjima. Sportaši i sportski događaji često postaju glas za promjene u društvu, potičući osvještavanje i aktivizam u određenim područjima.

Sportski događaji također imaju i negativan utjecaj na društvo i kulturu. Veliki sportski događaji koji privlače puno gledatelja i sudionika, ugrožavaju način života lokalne zajednice i imaju negativan utjecaj. Preobilje posjetitelja može naštetiti osjećaju lokalnog stanovništva za kulturni identitet.

Često se dogodi za vrijeme trajanja velikih događaja destinacija bilježi veće stope kriminala poput krađa, prevara i narušavanja javnog reda i mira. Povećan broj ljudi u destinaciji otežava svakodnevni život. Promet, ali i ugostiteljski objekti, zdravstveni sustav, policija i trgovina su pod velikim opterećenjem te stoga neke svakodnevne radnje iziskuju puno više vremena nego inače. Zbog miješanja raznih kultura i naroda na velikim događajima može doći do sukoba između neprijateljskih naroda ili netrepljivosti zbog različitih socijalnih normi.

4.2. Učinci na okoliš

Okoliš na mjestu gdje se održava sportski događaj može biti zagađen kao rezultat događaja. Na sportskim događajima okupljaju se velike mase ljudi. Razine buke i zagađenja mogu porasti kao rezultat ovog značajnog broja posjetitelja (Ntloko, Swart, 2008.). Onečišćenje utječe na zrak, vodu i tlo. Korištenje pesticida dovodi do zagađenja tla i zraka. Onečišćenje i pretjerana glasnoća destruktivni su za biljni i životinjski svijet. Resursi se troše previše. Resursi koji nisu obnovljivi se troše, uključujući metale, gorivo i druge (Dodouras, James, 2004.). Voda, drvo i papir samo su neki od prirodnih resursa koji se koriste. Dolazi do masovnog uništavanja zelenih površina i gubitak staništa za nekoliko

vrsta tijekom razvoja sportskih objekata i drugih popratnih objekata, kao što su restorani, kafići, hoteli i stanovi. Prijevoz sportaša na sportske aktivnosti ili gledatelja na sportske događaje troši energiju i zagađuje zrak. Korištenjem javnog prijevoza i smanjenjem izgaranja opasnih plinova iz vozila i autobusa moglo bi se smanjiti prometna gužva na cestovnoj mreži (Collins, Jones, Munday, 2009). Svi ovi opasni plinovi mogu proizvesti stakleničke plinove i oštetiti ozonski omotač propada. Veliki sportski događaji imaju lošiji utjecaj na okoliš od onih manjih. Veliki sportski događaji zahtijevaju izgradnju sportskih objekata, a nerijetko investitori privučeni željom za povećanjem profita otvaraju ugostiteljske objekte na mjestu održavanja sportskog događaja. Tom izgradnjom uništava se vegetacija, staništa brojnih životinja i šume, te se uništavaju brojne prirodne ljepote i atraktivnosti (Dodouras, James, 2004).

Samim time može biti manje mogućnosti za razvoj nekih drugih specifičnih oblika turizma, što bi moglo imati negativne učinke na gospodarstvo grada u kojem se sportski događaj održava. Veliki gradovi su možda imali parkove i šetnice na kojima su se izgradili ti objekti, što može smetati lokalnom stanovništvu. Zemljište na kojem se grade sportski objekti i drugi prateći objekti postaje krhko i ograničeno (Dodouras, James, 2004.). Veliki atletski događaji često stvaraju značajnu količinu onečišćenja. Ljudi često bacaju potporne rekvizite na tlo, a ne u kante za smeće.

Na primjer, 27. Olimpijske igre, održane u Sydneyu, bile su prve Olimpijske igre na kojima je svaki dio natjecanja bio planiran imajući na umu okoliš. Neki od napredaka u očuvanju okoliša u to vrijeme uključivali su zatvaranje privatnih parkirališta i dostupnost besplatnih vlakova i autobusa koji su bili organizirani posebno za Olimpijske igre za prijevoz posjetitelja do mjesta održavanja. Sydney SuperDome, gdje su se igrale košarkaške utakmice, tada je bio mjesto najvećeg solarnog sustava. U olimpijskom selu također su izgrađeni kombinirani solarni paneli na krovovima 665 domova. Autohtono drveće i grmlje zasađeno je oko mjesta održavanja Olimpijskih igara kako bi se pomoglo u očuvanju vode. Na Ljetnim olimpijskim igrama u Londonu 2012. bilo je još više velikih inicijativa vezanih uz okoliš. 62% smeća bilo je reciklirano ili iskorišteno. Željeznicom se koristilo 86% posjetitelja Olimpijskih igara. U odnosu na 2011. godinu bilo je 29% više biciklista. Nogometni timovi u Premiershipu u Velikoj Britaniji rade na smanjenju

njihovog utjecaja na okoliš. Jedan je klub unaprijedio svoju rasvjetu, čime je uštedio 42% na troškovima energije. Za male sportske događaje je poznato da nisu značajni zagađivači okoliša, za razliku od velikih sportskih događaja. Male sportske aktivnosti privlače mali broj gledatelja. Staništa brojnih biljaka i životinja budu očuvana jer se ne grade veliki sportski objekti. Za razliku od velikih sportskih događaja, manje je onečišćenja zraka i vode (Ntloko, Swart, 2008). Manji sportski događaji više su "svjesni" okoliša.

5. Analiza učinaka Svjetkoga rukometnog prvenstva u Republici Hrvatskoj 2009. na turizam lokalne zajednice

Hrvatska rukometna reprezentacija je najdekoriranija reprezentacija u državi koja kontinuirano kroz tri desetljeća osvaja medalje na velikim natjecanjima. Prvi značajniji uspjeh ostvaruje na Olimpijskim igrama u Atlanti 1996. godine gdje osvaja zlatnu medalju. To je ujedno i prva zlatna medalja za Hrvatsku na Olimpijskim igrama. Svoj najbolji period doživljava 2003. i 2004. godine kada prvo kao autsajder osvaja Svjetsko prvenstvo, a zatim iduće godine bez poraza osvaja zlatnu medalju na Olimpijskim igrama u Ateni. Sveukupno Hrvatska rukometna reprezentacija osvojila je 3 olimpijske medalje, 5 sa svjetskih prvenstava i 6 sa europskih.

Svake dvije godine održavaju se svjetska prvenstva u rukometu za muškarce. U Hrvatskoj je održano 21. veliko natjecanje u povijesti rukometa. Hrvatska, Češka, Grčka i Rumunjska bile su potencijalni domaćini. Hrvatska nije imala izgrađenu niti jednu dvoranu kada je predavala ponudu, ali IHF često bira zemlje čije su reprezentacije favoriti za osvajanje odličija. Hrvatska je domaćinstvo osigurala zahvaljujući potpori kandidature Vlade Republike Hrvatske i uspjehu rukometne reprezentacije. Prvenstvo se održavalo u Zagrebu, Splitu, Osijeku, Varaždinu, Zadru, Poreču i Puli. Samo je Pula imala izgrađenu dvoranu Dom sportova Mate Parlov koja je bila obnovljena u svrhu prvenstva, dok su se u ostalim gradovima morale izgraditi nove dvorane. Za potrebe održavanja prvenstva izgradile su se dvorane: Arena Zagreb, Spaladium Arena, Dvorana Gradski Vrt, Športska dvorana Varaždin, Dvorana Krešimira Ćosića, Športska dvorana Žatika. Prvenstvo se igralo od 16. siječnja do 1. veljače 2009. godine. Na prvenstvu su se natjecale 24 reprezentacije, koje su bile podijeljene u 4 skupine. Ukupno se odigralo 110 utakmica. Prvenstvo je osvojila Francuska u finalu igranom u rasprodanoj Areni Zagreb kada su pobijedili Hrvatsku rezultatom 24:19. Najbolji igrač prvenstva bio je Igor Vori, najbolji strijelac Kiril Lazarov, a najbolji golman Thierry Omeyer.

Pamti se pozitivne energije koja je ispunila dvorane i cijelu naciju. Kafići i trgovi većih gradova bili su prepuni za vrijeme utakmica hrvatske reprezentacije. Hrvatska se ujedinila i navijala za reprezentaciju u pohodu na novu medalju. Dodatno, dvorane u Splitu i Zagrebu bile su prepune, a hrvatska rukometna reprezentacija uz pomoć publike napredovala dalje kroz prvenstvo. “Kauboji” su bili glavne zvijezde gdje god su se pojavili. Bilo je brojnih prilika u kojima su se igrači okupljali s navijačima kako bi se slikali, davali autograme i dijelili dresove. Nije bilo kraja u narodu gdje se nije pričalo o rukometu. Rukometaše je bodrila cijela Hrvatska.

„Svjetsko prvenstvo 2009. bilo je jedno od najbolje organiziranih ikada. Bili bismo jako sretni kada bismo ponovno mogli u Hrvatskoj organizirati takvo natjecanje.“ – dr. Hassan Moustafa, predsjednik IHF-a.

Pozitivni učinci vežu se uz:

- Dugoročne investicije
- Turizam
- Prihodi Hrvatskog rukometnog saveza
- Entuzijazam i volonterstvo
- Ekonomske beneficije privatnog sektora
- Podizanje ugleda gradovima i državi

Negativni učinci vežu se uz:

- Troškove izgradnje dvorana i uporabu dvorana
- Mogućnost ostavljanja lošeg dojma
- Troškove cjelokupne organizacije

„Ekonomika troškova izgradnje, održavanja i korištenja sportskih objekata ovisi o nekoliko čimbenika, a to su: polivalentnost i višenamjenska funkcija sportskih objekata, lokacija, rješenje problema infrastrukture, uvjeti i način izgradnje i opremanja sportskih objekata, uvjeti i način korištenja sportskih objekata i sl.“ (Bartoluci, 2003.)

Pod polivalentnošću i multifunkcionalnošću podrazumijeva se sklonost da objekt ima više namjena, odnosno da ne bude primarno građen za sportska događanja. Time se povećava i ekonomska isplativost. Bilo bi izvrsno odabrati mjesto koje je pristupačno i zadovoljava sve uvjete. Važnost pristupnih cesta, parkinga i drugih infrastrukturnih zahtjeva za sportsko mjesto se mora posebno naglasiti. Propisi koji vrijede za tu lokaciju i zahtjevnost zahvata koji se izvodi diktiraju uvjete i način izgradnje i opremanja sportskih objekata, a način korištenja treba prilagoditi korisnicima objekta. Otvorila se mogućnost organiziranja manjih utakmica zahvaljujući izgradnji novih dvorana u urbanim sredinama. Kao rezultat toga, Košarkaški klub Zadar svoje domaće utakmice igra u dvorani na Višnjiku, Rukometni klub Zagreb europska natjecanja igra u Areni, a košarkaške i rukometne ekipe natječu se u potpuno novim dvoranama diljem zemlje. Država je u vrijeme recesije krenula u megalomanske projekte izgradnje dodatnih dvorana. Tada se u javnosti nije puno govorilo o novcu jer su ljudi bili uzbuđeni činjenicom da će ugostiti svjetsko prvenstvo i novim dvoranama, a nisu razmišljali koliko će ih novi objekti koštati. Za financiranje velikih sportskih priredbi primjenjuju se tri modela financiranja: model državnog (etatistički model) financiranja, model financiranja u sprezi s privrednim korporacijama i mješoviti model financiranja.

Socijalističke nacije koristile su etatistički pristup financiranju. U pravilu država, čiji je primarni cilj predstavljanje države svijetu, osigurava sva sredstva za sportske događaje. Danas je, barem za velike sportske događaje, takav mehanizam financiranja gotovo izumro.

Razvijene kapitalističke nacije poput SAD-a poznate su po modelu financiranja sporta koji uključuje velike poslovne korporacije. U ovoj paradigmi marketing služi kao temeljni alat za premošćivanje interesa gospodarskih organizacija i sportskih organizacija s interesima organizatora sportskih događaja. Prednost ovog modela je u tome što uloženi novac mora služiti u dvije svrhe: omogućiti izvođenje određenog sportskog programa i korporativne ciljeve (Džeba, Serdarušić, 1995.:61).

Najčešće korištena vrsta financiranja sporta je mješoviti pristup. Kombinira prva dva pristupa, kombinirajući nešto državnog financiranja s doprinosima privatnog sektora.

Slična strategija korištena je za financiranje Olimpijskih igara, Mediteranskih igara i drugih sportskih događaja.

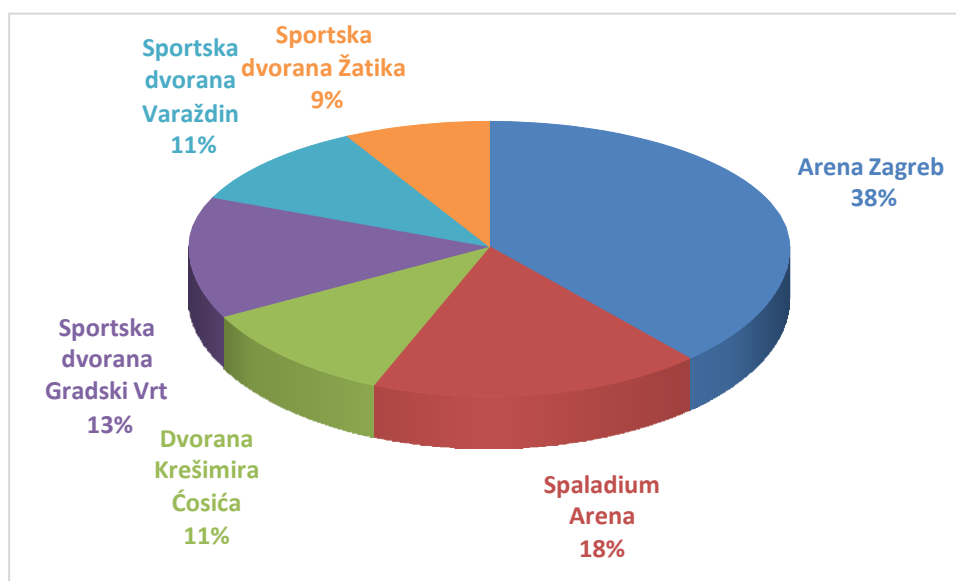
Veliki sportski događaji sada se uglavnom financiraju kombinacijom javnih i privatnih izvora, pri čemu potonji prevladavaju. Modeli financiranja sporta razlikuju se od nacije do nacije; ne postoji univerzalni pristup. To vrijedi i za izgradnju dvorana za Svjetsko prvenstvo.

Tablica 5. Troškovi izgradnje i stanje otplate

Dvorana	Cijena izgradnje	Otplatnici dvorane	Udio otplate zakupnika u%	Godišnja otplata	Otplaćeno do 2017.
Arena Zagreb	85,6 milijuna	Grad Zagreb Vlada RH	50 - 50	7,2 milijuna	57,6 milijuna
Spaladium arena	40 milijuna	Grad Split Vlada RH	50 - 50	4,9 milijuna	14,7 milijuna
Dvorana Krešimira Čosića	24,5 milijuna	Gradd Zadar Vlada RH	70 - 30	/	13,2 milijuna
Sportska dvorana Gradski vrt	29,4 milijuna	Grad Osijek Vlada RH	5 - 95	/	/
Sportka dvorana Varaždin	23,3 milijuna	Grad Varaždin Vlada RH	50 - 50	4,6 milijuna	36,8 milijuna
Sportska dvorana Žatika	20,3 milijuna	Grad Poreč	100	0,25 milijuna	2 milijuna

Izvor: (Čular i Grbić, 2017, st. 13)

Uspoređujući troškove izgradnje navedenih dvorana, iz tablice je vidljivo da je Spaladium Arena imala najveće izdatke za izgradnju te da je do sada vraćen iznos ispod očekivanog. Visoki troškovi održavanja i upravljanja Sportskom dvoranom Varaždin uvjetovali su da se do početka 2017. isplati veći iznos od troška izgradnje. Kada pogledamo udio otplate, vidimo da su ponegdje udjeli otplate neravnomjerno raspoređeni između države i grada, kao u Osijeku, gdje Vlada Republike Hrvatske sudjeluje do 95%, a u Poreču, gdje grad sam snosi 100% troškova.



Grafikon 1. Udio dvorana u sveukupnom trošku
Izvor: (Čular i Grbić, 2017, st. 14)

Sveukupna izgradnja dvorana iznosila je 223,1 milijun EUR. Kroz grafikon (Grafikon 1.) može se vidjeti koliki su udjeli svake dvorane od ukupnog troška.

5.1. Turizam u vrijeme prvenstva

Svaki veliki događaj, bilo da se radi o glazbi, sportu ili kulturi, privlači turiste. Tijekom manifestacije bilježi se porast potražnje za smještajem i broja posjetitelja. Kao rezultat toga, Svjetsko prvenstvo pružilo je fantastičnu priliku za privlačenje turista izvan sezone. Posebno se to odnosilo na posjetitelje koji ne dolaze često u Hrvatsku i nisu među češćim posjetiteljima za vrijeme trajanja sezone. Ovdje se misli na posjetitelje iz zemalja kao što su Južna Koreja, Argentina, Kuba itd. Osim što troše novac koji država i gradovi inkasiraju, turisti također pomažu pri promidžbi Hrvatske. Hrvatski rukometni savez, Ministarstvo turizma i Ministarstvo vanjskih poslova organizirali su turističku i sportsku promociju Hrvatske u 13 gradova, među kojima su Oslo, Stockholm, Bukurešt itd., kako bi privukli što više turista.

Veliki sportski događaji potiču interes turista da posjete zemlju domaćina i njihovu namjeru da to učine. U ovome slučaju rukomet je glavni razlog dolaska, ali mnogi putuju u zemlju domaćina i iz drugih razloga. U takvim okolnostima ljudi iskorištavaju priliku za

kupovinu ili putovanje kako bi naučili više o znamenitostima i kulturi drugih gradova. Troše novac u restoranima, benzinskim postajama, hotelima i drugim poslovnim objektima. Od SP-a profitiraju privatnici i mali obrtnici, što je jedna od njegovih dobrih strana. Privatne tvrtke bave se svim tim poslovima, od projektiranja i izgradnje dvorana do hotelskih i zrakoplovnih rezervacija do pružanja smještaja i cateringa putnicima. Unatoč činjenici da je otvoreno mnogo novih radnih mjesta, većina njih nije za stalno. Razvoj Arene Zagreb najbolja je ilustracija. Na gradilištu je svaki dan bilo otprilike 800 ljudi i isto toliko u radionicama.

Puno je tvrtki izravno ili neizravno imalo koristi od Svjetskog nogometnog prvenstva. Općenito, postoje tri glavne kategorije novca potrošenog kao rezultat posebnog događaja: izravna potrošnja, poput kupnje piva na sportskom događaju, neizravna potrošnja, poput nabave piva preko posrednika ili treće strane i inducirana potrošnja– npr. organizatori događaja zapošljavaju osobu koja će pivo posluživati.

Prvenstvo je u potpunosti osiguravala zaštitarska tvrtka Bilić-Erić, catering za sve dvorane prvenstva obavljao je restoran Lido, a Kamensko je sašilo službena odijela koja su nosili akteri uključeni u svečanost i organizaciju. Rezervacije hotelskog smještaja vodila je tvrtka Ban tours. Hoteli, restorani i maloprodajni objekti svi su imali koristi, kao što je navedeno. Osim toga, tu su i brojni turisti, mobilne tvrtke, putničke agencije i drugi poduzetnici koji su profitirali od prvenstva. Također Croatia Airlines je zabilježila povećanje broja letova na liniji Zagreb-Split za koje je nudila posebne cijene tijekom natjecanja. U mobilnoj tvrtki Tele2, jednom od sponzora HRS-a, porasla je prodaja modela mobitela sa sadržajem vezanim uz rukomet. Tvrtka Bavaria točila je pivo u šatorima diljem zemlje u kojima su se održavala sportska događanja, pa su tako i oni ostvarili prihod.

Svaka nacija, pa tako i Hrvatska, ozbiljno shvaća organizaciju Svjetskog prvenstva. Prvenstvo 2009. bilo je najveći sportski događaj koji je Hrvatska organizirala od osamostaljenja, specifično, najveći od Univerzijade 1987. godine u Zagrebu. Sveukupni cilj HRS-A i države bio je predstaviti Hrvatsku na što bolji način, što je bilo ključno s obzirom na tekuće pregovore o ulasku u EU. U tome su ukupno bili uspješni. Hrvatska je postavila čvrste temelje za stjecanje većeg broja domaćinstava. Porastao je broj značajnih

natjecanja u zemlji. Bazen Sava u Zagrebu bio je domaćin Europskog prvenstva u vaterpolu 2010. godine. Razočaravajuće je što se nije ostvario plan Hrvatskog vaterpolskog saveza da turnir bude organiziran u Areni Zagreb. Instaliranje bazena u takvom prostoru bio bi poseban i jedinstven slučaj. Godine 2012. Spaladium Arena i Arena Zagreb, dvije najveće hrvatske dvorane, bile su domaćini Europskog prvenstva u futsalu za muškarce. U 2015. godini jedna od skupina Eurobasketa održala se u Hrvatskoj, točnije u Zagrebu. Budući da je košarka popularna u cijelom svijetu, organizacija ovog natjecanja je značajnija od ostalih. S obzirom da tijekom prvenstva nema klupskih događaja (NBA, NCAA), veliki dio publike u Sjevernoj Americi prati europska prvenstva. Hrvatska je 2018. godine organizirala Europsko prvenstvo u rukometu za muškarce, a prvenstvo je bilo igrano u četiri grada, Zagrebu, Splitu, Varaždinu i Poreču. Organizacija tog natjecanja je bila puno jeftinija zbog već postojeće infrastrukture i iskustva u organiziranju natjecanja sličnih veličina i značaja. Kao primjer možemo koristiti Španjolskoj koja je organizirala Svjetsko rukometno prvenstvo 2013. godine. Trošak organizacije iznosio je samo 8 milijuna eura, što čini oko jedne desetine troška konstrukcije Arene Zagreb. To je zato što su sve dvorane završili prije podnošenja prijave za turnir. Sva ova natjecanja privukla su ili će privlačiti turiste. Dodatno su pridonijeli globalnoj promociji Hrvatske. Mora se naglasiti važnost infrastrukture i modernizacije nastale 2009. godine za ugled, identitet i imidž Hrvatske kada govorimo o položaju gradova i nacije u cjelini. Ovakvi sportski događaji odlična su prilika za promociju Hrvatske. "Da ne bi bilo zabune, naš ugled je pristojan, ali samo u usporedbi sa susjedima. U široj slici nismo ni tako strašni, ali nedvojbeno puno gori od naših stvarnih mogućnosti. (Skoko, 2016.) Svjetsko Prvenstvo u Hrvatskoj je prema podacima IHF-a bila najgledanija rukometna smotra u povijesti. Prema njihovim podacima, 293 milijuna ljudi gledalo je SP diljem svijeta, a svatko od njih vidio je slike hrvatskih gradova i naučio o Hrvatskoj (<https://archive.ihf.info/> 09.09.2023.). Takav oblik promocije ključan je za razvoj hrvatskog turizma. Promocija povećava svijest o Hrvatskoj kao odredištu putovanja u regijama svijeta u kojima se često ne šalju reklamni materijali ili ne provode kampanje za privlačenje turista.

Izgrađeni su veliki prostori, a time i promovirana Hrvatska i veći gradovi. Konkretno, „Velika dvorana“ Doma sportova, kapaciteta oko 10.000 ljudi, prije izgradnje Arene Zagreb bila je najveći prostor za izvedbe u Zagrebu. Bila je to i najveća dvorana u

Hrvatskoj do tada. Dva najveća hrvatska grada, Split i Zagreb, postali su zanimljivi svjetskim glazbenim zvijezdama . U Hrvatskoj su već ranije održani koncerti velikih imena, uključujući nastupe američkog rock benda Bon Jovi, irskog rock benda U2 te rock glazbenika Rogera Watersa na Poljudu. Ali sada kada su izgrađene prekrasne arene, glazbenici nisu ograničeni vremenom ili godišnjim dobom. Dodatno, akustika i sam doživljaj poboljšani su izvedbom u unutarnjem prostoru jer je tamo jednostavnije uspostaviti pozitivan ambijent. Zagreb je od 2009. godine ugostio brojne svjetske zvijezde koje su do posljednjeg mjesta nastupile u Areni: američka kantautorica Beyonce 2013. Justin Bieber 2016. i nizozemski DJ Armin Van Buuren 2017. godine.

Može se tvrditi da se planiranjem važnih natjecanja, ulaganjem u infrastrukturu, pozitivnim predstavljanjem Hrvatske i gradova domaćina, Hrvatska stavlja na kartu značajnih međunarodnih događanja, a takav marketing nam može biti od velike koristi.

Iznimno je teško, ako ne i nemoguće, cijelu organizaciju provesti besprijekorno, odnosno bez ikakvih problema tijekom organiziranja velikih događanja. Različite organizacijski segmenti, poput sporta, medija itd., mogu imati problema. Iako tijekom Svjetskog rukometnog prvenstva u Hrvatskoj nije bilo većih skandala i problema, a čuli smo kako su mnogi visoki rukometni dužnosnici hvalili taj događaj, ipak se dogodilo nekoliko neugodnih stvari.

Prije prvenstva, odnosno "iza očiju" šire javnosti, dogodio se prvi incident vrijedan spomena. Dizalica koja je nosila letvu u trenutku njezina rušenja, koje se dogodilo tijekom izgradnje Arene Zagreb pola godine prije početka natjecanja, prevrнула se na drugu, manju dizalicu. Najznačajnija vijest je da nije bilo ljudskih žrtava, unatoč velikoj materijalnoj šteti i dugotrajnoj obustavi aktivnosti. No dvoje djelatnika zadobilo je lakše ozljede. Radnik koji je upravljao dizalicom je uspio iskočiti iz iste i spasiti se. Nema sumnje da se nakon takvih slučajeva zaposlenici nisu osjećali ugodno kada bi dolazili na posao.

Iako je gore navedeni problem izvan ljudske kontrole, sljedeći incidenti su možda mogli biti spriječeni. Naime, radi se o aktivnostima koje su se dogodile tijekom natjecanja, a koje su pratili regionalni mediji.

Tablica 6. Broj turističkih dolazaka i noćenja u gradovima domaćinima u siječnju za 2008., 2009. i 2010.

	Broj turističkih dolazaka			Broj noćenja		
	2008.	2009.	2010.	2008.	2009.	2010.
Zagreb	35590	35310	29172	67282	68740	51460
Split	4241	4575	2952	6673	8897	5958
Osijek	2584	2699	2069	4472	7043	5023
Zadar	4590	4866	3227	12006	17084	8855
Varaždin	1339	1254	648	3553	4070	2433
Poreč	3597	2817	1246	11332	14286	5831
Pula	3163	2750	2368	8220	7598	5644

Izvor: (<https://dzs.gov.hr/>)

Ako se promatraju brojevi turističkih dolazaka može se primjetiti kako su neki Zagreb, Varaždin, Pula i Poreč zapravo zabilježili pad dolazaka u godini održavanja prvenstva. Split, Osijek i Zadar bilježe mali povećanje u broju dolazaka. Možda bitniji podatak je onaj o broju noćenja gdje su svi gradovi domaćini zabilježili do tada rekordne brojeve. Iz tih podataka vidimo da su se posjetitelji u destinacijama zadržavali duže. Za neke destinacije, primjerice Varaždin, potrebno je pogledati brojeve na razini županije jer sam grad nema dovoljno razvijenu infrastrukturu za prijem turista poput primjerice Zadra ili Poreča. Gosti koji su dolazili gledati utakmice u Varaždin su vrlo vjerojatno odsjedali u drugim mjestima u županiji, a moguće i u susjednoj Međimurskoj ili čak i nešto udaljenijem gradu Zagrebu. Primjetan je veliki pad u 2010. godini. Svi gradovi tada bilježe puno manje i dolazaka i noćenja.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku broj turističkih dolazaka za siječanj 2008. godine iznosio je 134.061, 2009. godine taj broj je bio nešto manji te je iznosio 130.835, a 2010. godine je zabilježen ponovni pad i tada je zabilježeno 107.108 turističkih dolazaka. Na prvi pogled čini se kako je 2009. godina podbacila, ali sam broj turističkih dolazaka ne predstavlja cijelu sliku. Bitno je promatrati i broj noćenja jer nam on govori koliko su se turisti dugo zadržali. 2008. godine broj noćenja u siječnju iznosio je 347.460, a iduće godine taj broj je porastao za 3.92% i iznosio je 361.097. Iz toga se može zaključiti kako je prvenstvo ipak imalo pozitivan utjecaj na turistički promet jer su turisti produžili

svoj boravak, a samim time i potrošnju u Hrvatskoj. To je još jasnije kada se pogledaju podaci iz 2010. godine jer te godine broj noćenja u siječnju je pao na 303.264. Detaljnija analiza dolazaka i noćenja za promatrano razdoblje samo potvrđuje već iznete zaključke. Taj trend najevidentniji je u županijama kontinentalne Hrvatske.

Kako bi organizacija i sam događaj protekli što bolje, sportska udruga mora permanentno angažirati dio svojih ljudskih i materijalnih kapaciteta. Dio troškova, poput smještaja natjecatelja, sudaca i službenih osoba, također moraju pokriti sami organizatori. No država i gradovi snose najveći financijski teret. Prvo što pada na pamet kada se govori o financijama prvenstva je cijena i izgradnja dvorana. Sada ćemo nabrojati ostale brojne stavke na koje je utrošen novac tijekom prvenstva. Ugovor o suorganizaciji 21. Svjetskog rukometnog prvenstva za muškarce 2009. u Hrvatskoj. potpisao je svaki od gradova domaćina. U zamjenu za svoje ulaganje stekli su nekoliko prava koja se prvenstveno odnose na razvoj grada. U njemu su obavezali na razne poslove i dužnosti. Kao suorganizatori, gradovi su stoga bili dužni održavati čistoću objekata i okolnog prostora, pripremati dvorane i rezervirati termine za odigravanje natjecanja i treninga. Dodatno, morali su reklamirati natjecanje, platiti naknade pojedincima uključenim u organizaciju u gradu suorganizatoru te jamčiti spremnost i dostupnost vozila hitne pomoći i vatrogasaca tijekom utakmica. Prema ugovoru, suorganizatori su imali mogućnost reklamirati grad u videu koji je emitiran prije TV prijenosa utakmica, pravo reklamiranja od strane službenih komentatora tijekom utakmica, pravo na povećanje poreznih i dr. prihoda (kao što su boravišne pristojbe).

Upravo opisani "nevidljivi" troškovi su od najveće koristi za gradove jer u usporedbi s dvoranama nisu ni približno tako visoki, a izuzetno su važni za promociju i turizam. Najveći izdaci gradova bili su financiranje saveza i sudjelovanje u izgradnji novih dvorana koje im ostaju u nasljeđe.

Zaključak

Zaključno, ekonomski učinci sportskih događaja na lokalne zajednice višestruki su i dinamični. Ovaj istraživački rad pružio je opsežan pregled različitih načina na koje organiziranje takvih događaja može utjecati na gospodarski krajolik destinacije. Kroz sagledane primjere, postalo je očito da se utjecaji protežu daleko izvan granica sportskih dvorana i stadiona ostavljajući trajne posljedice na lokalno gospodarstvo.

Jedan od ključnih nalaza ovog istraživanja je da sportski događaji imaju potencijal za stvaranje značajnih tokova prihoda za lokalnu zajednicu. Bilo putem prodaje ulaznica, sponzorskih ugovora ili prodaje robe, ovi događaji mogu ubrizgati značajne svote novca u lokalno gospodarstvo. Primjeri obrađeni u ovom radu, kao Svjetsko prvenstvo u rukometu 2009. u Hrvatskoj, naglašavaju kako povećanje turističkih posjeta i veća potrošnja tijekom tih događaja mogu potpomognuti lokalna poduzeća i potaknuti ugostiteljski sektor.

Nadalje, razvoj sportske infrastrukture i objekata ključan je aspekt održavanja takvih događaja. Izgradnja i obnova stadiona, dvorana i pripadajuće infrastrukture ne samo da pružaju neposredne mogućnosti zapošljavanja, već i postavljaju temelje za budući razvoj sporta i turizma. Kao što se vidi u razmotrenim primjerima, ova ulaganja često dovode do dugoročnog učinka koje koristi zajednici domaćinu, s poboljšanim sadržajima kako za sportske entuzijaste, tako i za stanovnike.

Štoviše, privremena zaposlenja stvorena sportskim događajima, uključujući organizaciju događaja, sigurnost i ugostiteljske usluge, lokalnim stanovnicima pružaju prilike za prihod i razvoj vještina. Ovo može biti posebno vrijedno u regijama s visokim stopama nezaposlenosti ili ograničenim izgledima za posao. Međutim, važno je napomenuti da održivost ovih prilika za posao može varirati, a zajednice domaćini bi trebale planirati prijelaz u zapošljavanje nakon događaja.

Iako su ekonomske koristi od sportskih događaja značajne, ključno je priznati da dolaze s izazovima i potencijalnim nedostacima. To uključuje potrebu za pažljivim financijskim

planiranjem, upravljanje troškovima vezanim uz događaje i rješavanje društvenih i ekoloških problema. Uspostavljanje ravnoteže između ekonomskih nagrada i ublažavanja potencijalnih negativnih posljedica ključno je za dugoročni uspjeh.

Zaključno, ovaj istraživački rad naglašava da se ekonomski učinci sportskih događaja na lokalne zajednice protežu daleko izvan terena za igru. Studije slučaja i primjeri istaknuti u cijelom dokumentu pokazuju da organiziranje takvih događaja može dovesti do povećanja prihoda, razvoja infrastrukture i prilika za zapošljavanje. Međutim, ključno je da zajednice domaćini pristupe ovim događajima s pažljivim planiranjem, održivim strategijama i predanošću maksimiziranju koristi uz smanjenje mogućih nedostataka. Na taj način mogu iskoristiti transformativnu moć sportskih događaja kako bi stvorili dugotrajan pozitivan učinak na njihova lokalna gospodarstva.

Reference

- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I., 2010. *Festival and Special Event Management, 5th edition*. s.l.:Wiley.
- Bartoluci, M. & Čavlek N., 2007. *Turizam i sport - razvojni aspekti*. Zagreb: Školska knjiga.
- Bartoluci, M. & Škorić, S., 2007. *Menadžment u sportu*. s.l.:Odjel za izobrazbu trenera Društvenog veleučilišta u Zagrebu, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Bartoluci, M. & Škorić, S., n.d. *nastavni materijali*. s.l.:an.
- Bjelajac, S., 2006. *Sport i društvo*. Split: Fakultet prirodoslovno-matematičkih znanosti.
- Cerović, Z., 2008. *Animacija u turizmu*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci.
- Čavlek, N., 1997. *Osnove poslovanja ostalih djelatnosti u turizmu*. Zagreb: Ekonomski fakultet u Zagrebu, Sveučilište u Zagrebu.
- D., F. C., 2008. *Consumer Behaviour in Sport and Events: Marketing Action*. s.l.:an.
- Dulčić, A. & Petrić, L., 2001. *Upravljanje razvojem turizma*. Zagreb: Mate.
- Geić, S., 2014. *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Split: Sveučilište u Splitu.
- Gillet, B., 1970. *Povijest Sporta*. Zagreb: Matica Hrvatska.
- Gračan, D., n.d. *nastavni materijali*. s.l.:an.
- Masterman, G., 2009. *Strategic Sports Event Management: Olympic Edition*. s.l.:Elsevier Ltd..
- Mataja, Ž., 2003. *Život za sport i od sporta*. Zagreb: NZ Matice hrvatske.
- Matthews, D., 2007. *Special Event Production: The Process*. s.l.:Routledge.
- Novak, I., 2006. *Sportski marketing i industrija sporta*. Zagreb: Maling d.o.o..
- Perić, M., n.d. *nastavni materijali*. s.l.:an.

- Preuss, H., 2004. *The economics of staging the Olympics. A comparison of the Games*. Cheltenham, UK: Edward Elga.
- Shrader, C. B., Mulford, C. L. & Blackburn, V. L., 1989. Strategic and Operational Planning, Uncertainty, and Performance in Small Firms. *Journal of Small Business Management*, Listopad.
- Taks, M., Misener, L., Chalip, L. & Green, B., n.d. *Leveraging sport events for participation*. s.l.:an.
- Vukonić, . B. & Čavlek, N., 2001. *Rječnik turizma*. Zagreb: Masmedia.

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1: Primjer tipologije sportskih natjecanja	15
Tablica 2: Klasifikacija ekonomskih čimbenika sporta i turizma.....	24
Tablica 3: Ekonomske koristi i troškovi Olimpijskih igara	25
Tablica 4: Podjela učinaka prema Allenu	27
Tablica 5: Troškovi izgradnje i stanje otplate.....	34
Tablica 6: Broj turističkih dolazaka i noćenja u gradovima domaćinima	43

Grafikoni

Grafikon 1: Udio dvorana u sveukupnom trošku.....	35
---	----

Slike

Slika 1: Vrste sportova.....	9
Slika 2: Događaji prema veličini	16
Slika 3: Primjer ždrijeba natjecanja	17