

Razvoj i mogućnosti sportskog turizma u Republici Hrvatskoj

Dujaković, Marko

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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:191:101416>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-27**



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

MARKO DUJAKOVIĆ

Razvoj i mogućnosti sportskog turizma u Republici Hrvatskoj
Development and possibilities of sports tourism in the Republic of
Croatia

Završni rad

Zabok, 2023.

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

Razvoj i mogućnosti sportskog turizma u Republici Hrvatskoj

**Development and possibilities of sports tourism in the Republic of
Croatia**

Završni rad

Kolegij:

Uvod u turizam

Student:

Marko DUJAKOVIĆ

Mentor:

Prof. dr. sc. **Romina ALKIER**

Matični broj:

ps24516/18

Zabok, travanj 2024.



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

Marko Dujaković

(ime i prezime studenta)

ps24516/18

(matični broj studenta)

Razvoj i mogućnosti sportskog turizma u Republici Hrvatskoj

(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 Zaboku, travanj 2024.

Potpis studenta

Sažetak

Sportski turizam je grana turizma koja se fokusira na putovanja i aktivnosti povezane sa sportom. Konceptualnim shvaćanjem njegovog povijesnog razvoja, raznovrsnih oblika, pozitivnih i negativnih utjecaja na društvo, ekonomiju i okoliš, ekonomskih i neekonomskih učinaka te njegovog daljnjeg razvoja i perspektiva u budućnosti utvrđeno je da je jedan od najbrže rastućih selektivnih oblika turizma. Njegova polivalentnost, široki spektar aktivnosti koje pruža, popratni sadržaji uz te aktivnosti te uključenost u suvremene društvene tokove ga čine globalno poželjnom gospodarskom granom od strane turističke destinacije, lokalnog stanovništva te turista. Ciljanom, planiranom i svrhovitom implementacijom sportskog turizma u gospodarski sektor Republike Hrvatske, stvaraju se preduvjeti za uspješan razvoj ove grane turizma te postizanja postavljenih ekonomskih i neekonomskih ciljeva današnjeg društva. Jednako tako, utjecaj sportskog turizma važan je segment promicanja kulture brige o zdravlju i zdravog načina života što je u današnje vrijeme presudan čimbenik zbog kojeg je važno nastaviti unaprjeđivati proizvode i usluge sportskog turizma kao zalag zdravijeg stila života.

Ključne riječi: sportski turizam, razvoj, učinak, budućnost

Sadržaj

1.	Uvod	1
1.1.	Predmet, cilj i svrha rada	1
1.2.	Metode istraživanja	2
1.3.	Struktura rada	2
2.	Sportski turizam u Republici Hrvatskoj	3
2.1.	Povijesni razvoj sportskog turizma Republike Hrvatske	3
2.2.	Oblici sportskog turizma	6
2.3.	Suvremeni sportski turizam	9
2.4.	Pozitivne i negativne strane sportskog turizma	12
2.5.	Hrvatske svjetske igre	16
3.	Učinci sportskog turizma	18
3.1.	Ekonomski učinci	18
3.2.	Neekonomski učinci	20
4.	Budućnost sportskog turizma u Republici Hrvatskoj	24
4.1.	Perspektiva sportskog turizma	24
4.2.	Preporuke daljnjeg razvoja	26
	Zaključak	29
	Bibliografija	30

1. Uvod

Početak rada sadržan je u uvodnom poglavlju koje je podijeljeno u tri cjeline:

- Predmet, cilj i svrha rada
- Metode istraživanja
- Struktura rada

1.1. Predmet, cilj i svrha rada

Predmet rada je sportski turizam u Republici Hrvatskoj, njegov dosadašnji razvoj i njegove mogućnosti u skladu sa trenutnim razvojem i projekcijama za budućnost. Sportski turizam predstavlja bitan segment turizma kojim se kombiniraju sportske aktivnosti s turističkim iskustvom, pružajući posjetiteljima destinacije mogućnosti za rekreaciju, avanturu, participaciju u sportskim događajima i otkrivanje destinacije. Ovaj oblik turizma privlači ljude koji žele kombinirati svoju ljubav prema sportu s putovanjem i istraživanjem novih destinacija. Kao takav nudi raznolike mogućnosti za aktivni odmor i rekreaciju te pruža iskustva koja zadovoljavaju kako rekreativne tako i profesionalne sportaše.

Cilj rada je prikazati važnost sportskog turizma na turistički sektor Republike Hrvatske i njegov potencijal u budućnosti.

Svrha je rada definirati sportski turizam, diskutirati o njegovim pozitivnim i negativnim stranama, objasniti njegove oblike, razvoj kroz povijest, učinke na gospodarstvo, destinaciju te lokalno stanovništvo.

1.2. Metode istraživanja

Metoda istraživanja ovoga rada obuhvaća pregled postojeće literature, znanstvenih radova, statističkih podataka te internetskih izvora informacija o sportskom turizmu u Republici Hrvatskoj. Razumijevanje problematike, saznanje novih informacija te analiza podataka koji su mi bili dostupni doprinijeli su dubljem razumijevanju sporta, turizma, njihove korelacije te njihovog značaja za Republiku Hrvatsku.

1.3. Struktura rada

Struktura rada organizirana je s ciljem pružanja uvida čitatelju u ključne teme sportskog turizma u Republici Hrvatskoj počevši od jednostavnijih ka složenijima. Nakon uvodnog poglavlja, u kojem je predstavljen predmet cilj i svrha rada, metode istraživanja te struktura rada slijedi drugo poglavlje gdje je predmet razmatranja sportski turizam, njegov povijesni razvoj u Republici Hrvatskoj, oblici prema kojima je definiran, suvremeni trendovi te pozitivne i negativne strane istog. Nastavno, u trećem poglavlju istražuju se ekonomski i neekonomski učinci sportskog turizma. Ova analiza pruža uvid u utjecaj sportskog turizma na gospodarstvo i društvo. Slijedi poglavlje kojem je cilj predstaviti perspektivu sportskog turizma uz prijedloge za daljnji razvoj i unapređenje. Na kraju, zaključkom su sažete sve ključne informacije i činjenice koje ističu važnost sportskog turizma u globalnom smislu kao i u kontekstu Republike Hrvatske.

2. Sportski turizam u Republici Hrvatskoj

Sportski turizam je grana turizma koja se fokusira na putovanja i aktivnosti povezane sa sportom. On kao takav uključuje različite vrste aktivnosti kao što su rekreativni sportovi, avanturistički sportovi, gledanje sportskih događaja kao gledatelj, participiranje u tim istim događajima te sudjelovanje u sportskim kampovima, trening kampovima ili sportskim putovanjima. Cilj ovog poglavlja je obraditi njegov razvoj kroz povijest, opisati njegove oblike, proučiti ga u suvremenom kontekstu te sukobiti njegove pozitivne i negativne strane kroz sljedeće podteme:

- Povijesni razvoj sportskog turizma Republike Hrvatske
- Oblici sportskog turizma
- Suvremeni sportski turizam
- Pozitivne i negativne strane sportskog turizma

2.1. Povijesni razvoj sportskog turizma Republike Hrvatske

Turizam predstavlja kompleksnu pojavu društveno-ekonomskog karaktera koja ima značajan utjecaj na gospodarski razvoj te razvoj društva u mnogim zemljama. U slučajevima poput Hrvatske, koja je, gledajući u gospodarskom smislu, primarno turistička destinacija, turizam je jedna od ključnih gospodarskih grana. On nije samo generator ekonomskih učinaka, već nosi sa sobom različite društvene funkcije, uključujući zdravstvene, sportsko-rekreacijske, kulturne, obrazovne, socijalne i političke aspekte. One ne pridonose isključivo turizmu, nego i utječu na opći razvoj društva. (Bartoluci 1995)

Sportsko-rekreacijski sadržaji i programi predstavljaju bitan čimbenik kvalitete turističke ponude, pružajući posjetiteljima raznolike mogućnosti za aktivno provođenje slobodnog vremena. Ti sadržaji su također razvijeni u turističkoj ponudi Republike Hrvatske. Uz bogatu prirodnu ljepotu i raznolike sportske aktivnosti, Republika Hrvatska privlači turiste koji žele

uživati u aktivnom odmoru, bilo da se radi o vodenim sportovima, planinarenju, tenisu, biciklizmu ili nečemu drugom. (Bartoluci 1995)

Posjetiti ili sudjelovati u sportu kao turist ima dugu povijest, posebno kada je riječ o turizmu vezanom uz velike sportske događaje. Možemo pomisliti na grčke Olimpijske igre, gladijatorske borbe u rimsko doba, srednjovjekovna i renesansna viteška nadmetanja, konjske utrke iz osamnaestog stoljeća te privlačnost međugradskih, nacionalnih i međunarodnih ekipnih i individualnih sportskih natjecanja od kasnog devetnaestog stoljeća nadalje. Stoga, povijesno proučavanje sportskog turizma nudi velike istraživačke mogućnosti, budući da se nalazi na raskrižju tri važne akademske discipline; povijesti, sporta i turizma. (Huggins 2013)

Početni pokušaji znanstvenika unutar domene sportskog turizma da pruže povijesni pregled bili su preambiciozni, prerani i problematični. Povijesni sadržaj uglavnom je bio opisni, nedostajala je povijesna analiza i uvelike se oslanjalo u nekim dijelovima na enciklopedije i pojednostavne sažetke. Isticalo se da sportski turizam nije samo moderni fenomen, naglašavajući turizam u drevnom svijetu, manjak istog u srednjem vijeku i ranom modernom razdoblju, prije nego što su se počele razvijati veze između sporta i turizma u industrijsko doba, te se polako proširile na sportske događaje, treninge, avanture, atrakcije, ljetovališta i ture. (Huggins 2013)

Prvi primitivni oblici sportskog turizma zabilježeni u povijesti se definiraju kao odlasci sportskih turista na Olimp. Srednjovjekovni turniri i viteška nadmetanja, koji su potekli iz Francuske i brzo se proširili po Europi, imali su sportski aspekt te privlačili natjecatelje koji su proputovali velike udaljenosti da bi bili prisutni. Ti turniri su također privlačili veliku količinu gledatelja. Mogli bismo zaključiti da se njima označio početak kulture slavnih sportaša. (Huggins 2013)

Entuzijazam za sport bio je široko rasprostranjen čak i u šesnaestom stoljeću u dvorovima Francuske, Engleske, Španjolske, Italije, Njemačke i drugdje, a sportska događanja na otvorenom privlačila su gledatelje, iako su društvene strukture moći, bogatstvo, bračni status i dob oblikovali kulturu sporta. Do osamnaestog stoljeća, sportovi poput lova, lova na zečeve, konjskih utrka, kriketa i borbi pijetlova privlačili su putujuću publiku i natjecatelje. (Huggins 2013)

Istraživanja sportskog turizma u prvoj polovici dvadesetog stoljeća su bila ograničena. Velika pažnja bila je usmjerena na ljetovališta. Nacisti su odvajali iznimna sredstva u razvoj

sportskog turizma, što se očitovalo u pokušaju izgradnje Hitlerovog ogromnog ljetovališta na moru na Otoku Rügen kako bi promicao ideju "snage kroz radost". Nakon Drugog svjetskog rata, lakše i jeftinije putovanje zrakoplovom imalo je utjecaj na eksponencijalni razvoj elitnog sportskog turizma. (Huggins 2013)

U Baškoj na otoku Krku i Crikvenici, 1966., izgrađeni su prvi objekti namijenjeni sportsko-rekreacijskoj ponudi u turizmu za goste. Razmjenom iskustava, domaći i strani stručnjaci dolaze do pozitivnih rezultata u svrhu unaprjeđenja ponude turističkog aranžmana. Posljedično, u Puli i u Makarskoj su otvoreni novi eksperimentalni centri za sportski turizam koji su nudili razne aktivnosti poput boćanja, odbojke i streljaštva s odgovarajućom infrastrukturom. Ankete provedene među turistima pokazale su pozitivan dojam o ponuđenim sadržajima. Kasnije, krajem 1968. godine, izgrađeno je devet novih centara za sportski turizam diljem Hrvatske, što je doprinijelo podizanju kvalitete turističke ponude gradova poput Pule, Omiša, Umaga, Bola na Braču, Rovinja te Lopara i Raba. U 1969. godini, zbog obogaćenja turističke ponude, Šibenik i Poreč su se također odlučili usmjeriti svoju ponudu na sportski turizam. U istoj godini, održano je drugo Savjetovanje na temu "Turizam i sportska rekreacija" u Opatiji, što je imalo velikog utjecaja na osvještavanje važnosti sportskog turizma. (Bartoluci i Čavlek 1998.)

Od 1970. do 1990. godine, interes hotelijera za sportskim turizmom raste, a Katedra za sportsku rekreaciju Fakulteta za fizičku kulturu izrađuje više od 50 razvojnih studija za potrebe turizma na obali. U istom razdoblju, provode se istraživanja o utjecaju programiranih aktivnih odmora na zdravlje djelatnika u Daruvarskim toplicama i Lipiku. Lječilišta diljem zemlje počinju pružati medicinske usluge orijentirane prema sportu s programima namijenjenima zdravim osobama i onima s poteškoćama u razvoju.

Hotelski centri na Jadranu također počinju ulagati u objekte za sportsku rekreaciju poput kuglanja, mini golfa, teniskih terena i drugih aktivnosti. U to doba, brojna istraživanja pokazuju porast broja gostiju koji se bave sportskim aktivnostima, što potvrđuje napredak Hrvatske u usavršavanju i unaprjeđenju usluga sportske rekreacije. (Bartoluci i Čavlek 1998.)

2.2. Oblici sportskog turizma

U svrhu shvaćanja raznih oblika sportskog turizma potrebno je prvotno objasniti njegovu podjelu. Velik broj znanstvenih radova je proučavao problematiku podjele sportskog turizma stoga nemamo jedinstvenu. Zbog različitih percepcija povezanosti sporta i turizma, sudjelovanju u istima te njihovim utjecajima na ekonomiju, kulturu i druge aspekte društva viđenja se mogu razlikovati.

Prema Gibson H. (2006) sportski turizam se može podijeliti u tri osnovne kategorije:

- Aktivni sportski turizam – putovanje sa svrhom sudjelovanja u sportskoj aktivnosti
- Događajni sportski turizam – putovanje u svrhu prisustvovanja sportskom događaju isključivo kao gledatelj
- Nostalgичni sportski turizam – putovanje u svrhu posjete sportskim muzejima, sportskim stadionima i krstarenja s glavnim motivom sportske tematike

Nadalje, Pigeassou C. (2004) ističe kako je bitno razlikovati sport za vrijeme odmora u odnosu na sportski turizam. Bavljenje sportom tokom odmora je bilo koja aktivnost kojom se turist može baviti u vrijeme trajanja njegovog odmora dok kod sportskog turizma jedini razlog prvotnog pokretanja turističke aktivnosti stvara želja turista za doživljavanjem sportske kulture na određen način. Putovanje je isključivo alat pomoću kojega ostvarujemo glavni motiv, a to je sport. Spojem destinacije i sporta izvlačimo 4 glavna motiva turista te pomoću njih sportski turizam dijelimo na:

- Događajni sportski turizam – motiv sudjelovanja
- Akcijski sportski turizam – motiv vježbanja
- Kulturološki sportski turizam – motiv znanja
- Posljedični sportski turizam – motiv sudjelovanja

Odlika suvremenog turizma je povećana zainteresiranost turista prema novim segmentima turizma, poboljšanjima u ponudi te prema selektivnim oblicima turizma. Sport i pripadajuće aktivnosti se mogu podijeliti na različite načine.

Kurtzman J. (2006) dijeli sportski turizam na pet oblika:

- Sportski događaji – Olimpijske igre, specifična prvenstva, utrke, sportski festivali
- Sportske atrakcije – sportski muzeji, sportske konferencije, stadioni, sportski tematski parkovi
- Sportske ture – biciklizam, planinarenje, avanturističke ture, ronjenje, safari
- Sportski resorti – golf tereni, skijališta, fitness resorti, kampirališta
- Sportska krstarenja – jedrenje, ronilačka krstarenja, kajak, veslanje

Sportski događaji obuhvaćaju širok spektar aktivnosti, od lokalnih sportskih natjecanja kao domaće nogometne lige pa sve do globalnih manifestacija poput Olimpijskih igara. Oni nikako nisu samo natjecanje među elitnim sportašima. Osim što pružaju zabavu i svečanost, sportski događaji također služe kao izložbeni prozori za različite zajednice i regije. Predstavljaju društvene i medijske prilike koje okupljaju veliki broj ljudi i aktivnosti oko sportskih natjecanja. Organizacija istih pruža poslovne prilike za sponzore i medijske kuće. Svi ovi aspekti trebaju biti uzeti u obzir kako bi se sportski događaji uspješno upravljali i organizirali. Raznolikost sportskih događaja ogleda se u nekolicini parametara pomoću kojih ih se može kategorizirati:

- Veličina – Ovisi o broju sudionika, broju lokacija na kojima se događaj odvija, budžetu predviđenom na organizaciju događaja te količini gledatelja kao i televizijskih ili internetskih gledatelja
- Prostorna obilježja – Mogu se odvijati na otvorenim ili u zatvorenim prostorima te privatnim ili javnim stadionima. Zbog mogućnosti odvijanja događaja na više lokacija u isto vrijeme, više prostora može biti zauzeto.
- Vremenska obilježja – Uključuju trajanje, učestalost događaja te raspored natjecanja. Događaji se mogu ponavljati na istom ili različitim mjestima i mogu biti jednokratni te tako zahtijevaju posebne ponude za organizaciju.
- Sportska obilježja – Može obuhvatiti jedan ili više sportova te zadovoljiti različite potrebe kao što su lokalna natjecanja ili elitna natjecanja i masovni sportski događaji. Pod ovu kategoriju ubrajamo i popularnost sportova koja varira širom spektra, od popularnog nogometa do manje poznatih sportova.

- Financijski cilj: Organizacija događaja može težiti društvenom i kulturološkom napretku i ostvarivanju profita putem privlačenja gledatelja i sponzora. Jedno ne isključuje drugo
- Reputacija: Mjeri se količinom utjecaja događaja, koji može biti lokalni, regionalni, nacionalni ili međunarodni. Reputacija događaja odražava se kroz broj sudionika, gledatelja, sponzora i medijsku pokrivenost. (Chappelet i Parent 2015)

Sport predstavlja jedinstven oblik kulturne turističke atrakcije. Prema Leiperu (1990) turistička atrakcija je sustav koji se sastoji od tri elementa; ljudskog, centralnog i informacijskog. Iz perspektive sporta, ljudski element uključuje putnike čija su putovanja potaknuta sportom ili koji su uključeni u sport dok putuju. Takva vrsta putnika uključuje elitne sportaše i njihov tim, gledatelje, službene osobe, medije i druge. Slično tome, rekreativni sportaši koji se bave svojim sportskim interesima izvan svog mjesta boravišta također predstavljaju udio ljudskog elementa. Informacijski element uključuje informacije o bilo kojem fenomenu koji je jedan od ključnih dijelova turističke atrakcije. U slučaju sportskih atrakcija, takve oznake obuhvaćaju sve vidove oglašavanja koji potiču putovanja kako bi se prisustvovalo sportskim događajima, posjetilo određene destinacije koje pružaju ponudu sportskog turizma ili posjetilo informativne sportske atrakcije poput muzeja, konferencija i panela. Konačno, centralni element atrakcije je sama destinacija gdje se turističko iskustvo stvara i konzumira, stoga nju nazivamo centralnom točkom turizma. Centralni element uključuje bilo koju karakteristiku destinacije koju putnik planira posjetiti. U slučaju sportskog turizma postavljamo pitanje ,koje karakteristike određene destinacije predstavljaju aspekt sportskog turizma u njoj. (Hinch i Higham 2005)

Turističkom turom se smatra određeno putovanje koje turoperateri ili turističke agencije pružaju zainteresiranim turistima. Ona se odnosi na skupinu elemenata koji uključuju prijevoz, kretanje, hranu i piće, smještaj, atrakcije destinacije te kupovinu. (WTO, 2008) Sportske ture se definiraju kao skupina gore navedenih komponenti organizirana za sportske turiste kojima je cilj sportski doživljaj određene destinacije. One se najčešće odnose na aktivnosti koje su usko povezane sa prirodnim atrakcijama određene destinacije. Uključuju sportske seminare, avanturističke ture, biciklističke ture, istraživačke ture, planinarske ture i pješačke ture. U suvremenom sportskom turizmu su iznimno poželjan oblik sportsko

turističke ponude zbog mogućnosti sudjelovanja u sportskoj aktivnosti bez elementa profesionalizma. (Gharibzadeh, Safania, Naghshbandi i Farahani 2023)

Hoteli i odmarališta izgradnjom potrebne sportske infrastrukture privlače profitabilni segment tržišta tako što se posvećuju sportskim entuzijastima i profesionalnim sportašima. Istraživanjem potražnje tržišta stvaraju cjelokupni proizvod potreban sportskim turistima i profesionalnim sportskim momčadima. S obzirom na rastući trend potražnje cjelokupnog sportskog aranžmana sa odgovarajućom infrastrukturom za profesionalne sportaše, hoteli i odmarališta integracijom tog proizvoda nude uslugu koja je u današnje vrijeme globalizacijom sporta nužna rastućem trendu bavljenja profesionalnim sportom. (Allen 2019)

Sportski turizam kao selektivan oblik turizma, svojom adaptacijom na široki spektar usluga, proširio se i na kruzere. Osiguravanjem potrebnih uvjeta, kruzери se prilagođavaju i opremaju sadržajima i opremom za razne sportske i rekreacijske aktivnosti. Nude usluge u vidu bazena, teniskih terena, golf terena, staze za trčanje, fitness centara i teretane. Osim toga, za goste se organiziraju turniri u kartaškim igrama, šahu i drugim aktivnostima. Istovremeno, za vrijeme obitavanja u lukama određenih destinacija, rekreacijske aktivnosti sa kruzera tematski se kombiniraju sa turističkom ponudom destinacije u kojoj je pristanište. Na primjeru golf kruzera, brodovi pristaju u luke iz kojih turisti imaju organizirani prijevoz na golf terene, dok se u slučaju ronilačkih kruzera organiziraju izleti pod vodom. Uzimajući u obzir činjenicu da se u posljednjem desetljeću bilježi promjena u modelu odmora u društvu od pasivnog prema aktivnom, kruzer koji i dalje pruža odmor, ali sa organiziranim fakultativnim sportskim atrakcijama sigurno postaje primamljiv odabir mnogim turistima. (Kizielewicz 2013)

2.3. Suvremeni sportski turizam

Inovacija je aktivnost koja je drukčija od postojećih i ima pozitivnu ulogu u svrhu unapređenja konkurentnosti. Ona je instrument kojim se odgovara na izazove suvremenih trendova koji konstantno pružaju promjenu. Cilj inovacije jest stvaranje alternativnog

sadržaja čija je svrha zadovoljavanje potreba turista. Ona podrazumijeva stvaranje ideja koje se plasiraju na tržište.

Potreba za stvaranjem nečeg inovativnog raste sa preferencijama turista za konzumiranje selektivnih oblika turizma. Destinacije osmišljavaju inovativnu ponudu te putem nje grade imidž i potiču turiste na konzumaciju turističkog paketa. (Gržinić 2014)

Cilj razvoja turizma određene destinacije bi trebao biti proširenje postojeće ponude u period izvan standardne turističke sezone. Kako bi se taj cilj ostvario iznimno je bitno turističku ponudu proširiti inovacijama. Kao jedan od najbitnijih selektivnih oblika, sportski turizam pruža iznimnu korist destinacijama koje nastoje uvrstiti adekvatnu ponudu kroz planove razvoja. Poboljšanjem suradnje privatnog i javnog sektora kao i reguliranjem zakonodavnih okvira u smjeru poticanja domaćih i stranih investicija stvara se pozitivno okruženje za implementaciju sportskog turizma. (Knezović, Petrović i Todorović 2017)

S kontinuiranim razvojem sportskog turizma, infrastruktura destinacije se mora u korelaciji razvijati. Različiti sportski objekti, vanjski sportski sadržaji i pripadajuće usluge postupno se nadograđuju, pružajući turistima bolje sportsko iskustvo i turističko okruženje. Kako bi potrebe turista bile zadovoljene, destinacije sportskog turizma obično moraju sadržavati (Guan i Zhang 2024):

- sportske objekte;
- vanjske sportske sadržaje;
- smještajne objekte;
- ugostiteljske objekte;
- prijevoznu infrastrukturu

Posljednjih nekoliko godina, ogroman rast bilježi zdravstveni turizam kao grana sportskog turizma. Naglasak stavlja na vježbanje tijela kroz participaciju u sportskim i fitness aktivnostima čime turist aktivno poboljšava svoju kvalitetu života. Učestalo propagiranje zdravog životnog stila te poboljšavanjem standarda života, sve veći broj turista se okreće konzumiranju sadržaja u sklopu zdravstvenog turizma. (Guan i Zhang 2024)

Jedan od suvremenih trendova u sportskom turizmu je također i integracija sportskog turizma i obrazovanja. Njome se poboljšava kvaliteta obrazovanja, obogaćuje iskustvo učenja studenata i potiče razvoj sportskog turizma stvarajući nove društvene vrijednosti. Sportski turizam može potaknuti raznolikost u razvoju obrazovanja. Osobe koje se educiraju,

imaju različite interese i specijalizacije, a tradicionalni modeli obrazovanja kakve poznajemo često ne uspijevaju zadovoljiti individualne potrebe u obrazovanju. Sportski turizam polazniku pruža raznovrsnije opcije te im omogućuje otkrivanje i razvoj svog potencijala. (Guan i Zhang 2024)

U posljednjih 20 godina, zajedno s tehnološkim napretkom, posebno u području razvoja softverske indukcije i interneta, razvio se još jedan oblik sporta. RIječ je o video igrama koje su u kompetitivnom okruženju imenovane eSports. Jedan od vodećih globalnih trendova u sportskoj industriji je zasigurno cijela industrija koja ga okružuje. Sve više disciplina znanosti pokazuje interes za akademsko proučavanje ove pojave te se nastoji prilagoditi i sudjelovati u eSports industriji uvodeći ju u kulturu našeg svakodnevnog života. Prisutnost eSports industrije nije ograničena na čistu digitalnu formu. Mnogi eSports događaji organiziraju se diljem svijeta, uključujući profesionalne sportaše i timove iz cijelog svijeta te sponzore koji ih podržavaju, odvijajući se u velikim tradicionalnim sportskim objektima gdje gledatelji promatraju ove događaje ili tako što ih prate online povećavajući ukupni broj simpatizera od nekoliko tisuća do nekoliko milijuna. (Guan i Zhang 2024)

Hamari i Sjöblom (2017) definiraju eSports kao vrstu sportske aktivnosti čija primarna atrakcija proizlazi iz elektroničkih sustava. Aktivnost kojom se bave sportaši i njihove momčadi se zbivaju putem poveznice čovjek – kompjuter.

eSports industrija se može okarakterizirati sa četiri najbitnija obilježja (Parshakov I Zavertiaeva 2015):

- Troškovi ulaganja u eSports su osjetno manji u odnosu na tradicionalne ekipne sportove zbog manjeg troška organizacije prisustvovanja natjecanju u sportskim dvoranama, manje ulaganja sredstava u igrače te mogućnosti igrača za igranje više igara na profesionalnom nivou što se ne može reći za tradicionalne sportove
- eSports je relativno nova grana sporta te kao takva nema veliku količinu profesionalnih ustanova za treniranje igrača
- Dva tipa turnira se mogu organizirati za većinu video igara; online ili offline
- Nagrade i dobivena sredstva se najčešće vrednuju po zaslugama igrača

eSports, kao moderna forma sporta, može pružiti turističkoj industriji nove proizvode koji doprinose održivosti u kontekstu novog oblika sportskog turizma. Osim održivosti, eSports događanja osiguravaju značajan ekonomski prosperitet, niske troškove i minimalne

daljnja ulaganja od početnih. S obzirom na događajni karakter eSports-a i digitalnu transformaciju događaja koja se pojavila tijekom izbijanja pandemije Covid-19, čini se da se generira zanimljiva kombinacija koja se odnosi na digitalne sportske događaje koji vode prema novom obliku turizma koji se može razviti putem eSports-a i može predstavljati oblik turizma koji može postojati i u kriznim situacijama.

2.4. Pozitivne i negativne strane sportskog turizma

Sportski turizam nosi sa sobom niz beneficija za turiste svih dobnih skupina, bez obzira na njihovu društvenu pozadinu. Prema Kapur (2018) glavne pozitivne strane sportskog turizma su:

- Razvoj sportskog turizma - Sport predstavlja investiciju u turističku industriju i vodi ka efikasnom ekonomskom razvoju. Pokretač je ekonomskog rasta kroz osiguravanje različitih vrsta smještajnih objekata, hotela, restorana i trgovina. U gradovima ili regijama gdje se organiziraju sportski događaji stremi se ka unapređivanju različitih segmenata turističke ponude koji mogu pridonijeti olakšavanju posjeta pojedinaca.
- Doživljaj - Sportski turizam stvara nova iskustva među pojedincima i razvija pozitivnu sliku za zajednicu. Pojedinci koji imaju snažan interes za određeni sport i žele ga naučiti obično planiraju sportski turizam. Sportski turizam omogućava im da gledaju ili sudjeluju u sportu i time obogaćuju svoje iskustvo. Također mogu identificirati nedostatke i nepravilnosti te ih unaprijediti. Sudjelovanjem u sportskim događajima na kontinuiranoj osnovi, poboljšavaju svoje iskustvo. Konzumiranjem cjelokupnog sadržaja stječe se stručnost i kompetencija tijekom vremena.
- Razvoj turističkog proizvoda - Sportski turizam potiče razvijanje novih paketa proizvoda te prenamjenu turističke destinacije. Pojam proizvod označuje sport kojem se posvećuje odgovarajuća pažnja. Osobe koje se bave planiranjem sportskog turizma primarno radi promatranja događaja stječu profesionalnu obuku kako bi razvili vještine i sposobnosti. Osim toga, kada dođe do razvoja proizvoda, mogu se

najbolje iskoristiti sposobnosti koje su dostupne u zajednici, posebno znanje, vještine, motivacija i entuzijazam.

- Odnosi u zajednici - Sportski turizam razvija odnose u zajednici. Kada su pojedinci posvećeni određenom sportu, bilo kao profesionalni sportaši ili sudionici u različitim natjecanjima i događajima, razvijaju odnose u zajednici. Na taj način, osobe proširuju svoje komunikacijske sposobnosti, razvijajući veze i odnose s drugim ljudima. U to uključujemo organizatore, sportaše i druge uključene u organizaciju sportskih manifestacija
- Stvaranje prilika za mlade i zabavu - Sportski turizam smatra jednim od glavnih izvora zabave u turističkom sektoru. Sportaši koji sudjeluju u događajima moraju biti usredotočeni i posjedovati osobine marljivosti, snalažljivosti i poštovanja. Također imaju priliku unaprijediti svoj ugled i pružiti zabavu. Posljedično, osobe koje uglavnom promatraju sportske događaje osjećaju se zabavljeno. Kada se organiziraju natjecanja između dvije momčadi, obično gledatelji imaju omiljenu momčad, prema nacionalnosti ili drugim čimbenicima, stoga ih za događaj veže motiv privrženosti.
- Privlačenje posjetitelja visokog prinosa - Privlačenje posjetitelja sa visokom platežnom moći je česta pojava na sportskim manifestacijama. Turisti, bilo radi sudjelovanja ili promatranja sportskih događanja često ponovno dolaze u istu destinaciju. Upoznati su s mjestom i svaki put kada su planirali posjet, njihov glavni cilj bio je ili promatranje ili sudjelovanje u sportskom događaju. Stoga je jedna od koristi organizacije sportskih događaja to što posjetitelji ponovno planiraju svoje posjete gradu. Na taj način, grad privlači posjetitelje visokog prinosa.
- Stvaranje konstruktivne slike destinacije – Učestalo ponašanje turista je stvaranje pozitivne slike o turističkom odredištu. Kada turisti učestalo posjećuju određenu destinaciju radi sudjelovanja u sportskim aktivnostima tada stvaraju konstruktivnu sliku za destinaciju. Ukoliko destinacija nema dovoljno dobro razvijenu infrastrukturu ili je prenaseljena, posjetitelj ima tendenciju ne obraćati pažnju na ta područja, prvenstveno zbog svog cilja koji je bavljenje sportskom aktivnosti te prema tome formiraju svoju sliku destinacije.
- Infrastruktura - Razvoj nove infrastrukture ključan je dio poboljšanja sportskog turizma. Infrastruktura je sveobuhvatan pojam koji uključuje javne usluge, komunikacijska sredstva, javni prijevoz, opskrbu prirodnim resursima,

telekomunikacije, radio, emitiranje, prometnu mrežu te općenito organizaciju. Kada se sportski događaj organizira u gradu, tada je od vitalne važnosti osigurati da su sva područja u dobro razvijenom stanju. Kada infrastrukturni objekti budu dobro razvijeni te s vremenom održavani turist će moći prakticirati sportski turizam ispunjen zadovoljstvom.

- Komunikacija - Komunikacija se smatra ključnim aspektom u organizaciji sportskih događaja. Sportski događaj ima svoga određenog komentatora čija je uloga prenijeti potrebne informacije javnosti. Time posjetitelj poboljšava svoje razumijevanje trenutne situacije, sporta, trenutnog rezultata i drugih relevantnih stvari. Iznimno velik broj ljudi sport prati preko televizije ili radija te u današnje doba kada je tehnologija na vrhuncu, komunikacija se smatra iznimno bitnom.
- Rast sportskog turizma - Razvoj infrastrukture, komunikacije te posjedovanje interesa i entuzijazma s strane pojedinaca dovodi do povećanja stope sportskog turizma. Turisti koji se odlučuju za sportski turizam u određenoj destinaciji, također se mogu uključiti u druge aktivnosti tokom slobodnog vremena. Stoga, na taj način, mogu istovremeno planirati sportski turizam i turizam slobodnog vremena. Sportski turizam ima korelaciju sa mnogim ostalim granama gospodarstva te u njegovom rastu vidimo istovremeni rast i na drugim gospodarskim poljima.

Iako sportski turizam donosi brojne koristi cjelokupnom društvu također može imati određene izazove i negativne posljedice.

Teorijska zakonitost kojom se opisuje da je klica negativne funkcije upravo pojava pozitivne funkcije se na najbolji način očitava u turizmu pa tako i u sportskom. Sve negativne strane sportskog turizma proizlaze iz pojave pozitivnih. (Jadrešić V., 1999)

Negativne strane sportskog turizma se mogu očitovati u 3 sfere:

- sociokulturološka
- prostornoekološka
- ekonomsko-organizacijska

Jedan od ključnih sociokulturoloških problema je komercijalizacija kulture. Sportski turizam kroz marketing i oglašavanje često promiče stereotipne slike i iskrivljene predodžbe o određenim kulturama radi privlačenja turista, što dovodi do gubitka autentičnosti i izvornosti tih kultura. To sve utječe na društvenu strukturu i demografske trendove određišta.

Masovni priljev turista u svrhu bavljenja sportskim aktivnostima ili prisustvovanju sportskim događajima može dovesti do prenaseljenosti, povećanja cijena nekretnina i pritiska na lokalno stanovništvo te destinacije. To može rezultirati izrazito narušenom kvalitetom života domaćeg stanovništva, gubitkom tradicionalnih zanimanja te promjenama u socijalnoj dinamici zajednice. Posljedično vidimo utjecaj sportskog turizma na društvene vrijednosti i običaje. Tradicionalni običaji i rituali postaju komercijalizirani čime se pretvaraju u događaje za masovnu turističku potrošnju, umjesto autentičnih izraza lokalne kulture. (Jadrešić 1999)

Masovni oblici turizma, u koje se ubraja i sportski turizam, često imaju negativan utjecaj na okoliš te radnu i životnu sredinu odredišta. Intenzivna turistička aktivnost može rezultirati prekomjernom gužvom, zagađenjem okoliša te degradacijom prirodnih i infrastrukturnih elemenata odredišta. Turistički razvoj često dovodi do demografskih promjena u odredištima u što se ubraja dolazak neautohtonog stanovništva tijekom sezone. Takve oscilacije broja stanovnika i turista izazivaju povećani pritisak na prostor, što rezultira raznim oblicima destrukcije, uključujući devastaciju prostora, ilegalno iskorištavanje prirodnih resursa te privatizaciju prirodnih i infrastrukturnih elemenata. Takvo okruženje dovodi do negativnih ekoloških posljedica, uključujući zagađenje zraka, vode, tla i ostalih prirodnih resursa. Intenzivna turistička aktivnost pridonosi dramatičnom povećanju ukupnog zagađenja, često dosežući i do 50 posto ukupnog zagađenja na određenim lokacijama. Sve navedeno manifestira se kroz različite oblike agresivnog i destruktivnog djelovanja na kopno, zrak i vode što ugrožava ekološku ravnotežu i kvalitetu životne sredine. (Jadrešić 1999)

Mnoštvo pozitivnih ekonomsko-organizacijskih utjecaja sportskog turizma na destinaciju i njeno lokalno stanovništvo sa sobom vuče i negativne efekte koje indirektno izaziva. Potreba destinacije za povećanjem njenih prijemnih kapaciteta te unaprjeđenje infrastrukture često dovodi do neplanske izgradnje te urbanizacije destinacija koje nužno nisu bile predviđene za takav ubrzani razvoj. Takvim postupcima izaziva se narušavanje autohtonosti urbanih i ruralnih sredina te preferiranje masovnom izgradnjom novih smještajnih kapaciteta zbog sve potrebnije inovacije, valorizacije i revitalizacije trenutne materijalne osnove izaziva nesklad u razvoju ostatka destinacije. Također, sa velikim protokom turista, sportskih manifestacija te sportskih turista indirektno destinacija privlači mogući politički ili neki drugi oblik terorizma, povećava opasnost za druge elementarne nepogode, prouzročuje buku, galamu, privlači turiste koji moguće konzumiraju opojna sredstva, moguće tučnjave te

nehigijenski uvjeti života. Smanjenje kvalitete turističkih i ugostiteljskih usluga, rast špekulacija i sezonskog zapošljavanja također su prisutni fenomeni koje razvoj sportskog turizma može izazvati. Turizam može stvoriti iluziju o bogatstvu domaćeg stanovništva te indirektno potaknuti nezakonite aktivnosti koje spadaju u domenu sive ekonomije. Sportski turizam zasigurno potiče razvoj na mnogo područja i generira devizna sredstva, no istovremeno može usporiti razvoj drugih sektora poput poljoprivrede, prometa i trgovine. Sporiji razvoj drugih grana proizlazi iz različitih interesa i potreba emitivnih i receptivnih područja što zna rezultirati problemima u organizaciji i suradnji različitih sektora. (Jadrešić 1999)

2.5. Hrvatske svjetske igre

U organizaciji Hrvatskog svjetskog kongresa, a pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma i sporta i Središnjeg državnog ureda za Hrvate izvan Republike Hrvatske u Zagrebu su održane pete Hrvatske svjetske igre. One su amatersko sportsko natjecanje na kojem sudjeluju Hrvati i njihovi potomci iz cijeloga svijeta, predstavljajući državu u kojoj žive. Hrvatske svjetske igre su do sada održane 5 puta (2006. i 2010. u Zadru te 2014., 2017. i 2023. u Zagrebu). Svaki put su okupile oko 2000 sudionika (od toga oko 750 sportaša). Pete igre su trebale biti održane 2020. godine, međutim zbog epidemije koronavirusa odgađane su tri godine zaredom te su napokon održane 2023. godine. Jubilarne pete igre održane su u Zagrebu od 24. do 29. srpnja 2023. godine, okupile su oko 900 sudionika, sportaša i goste/sudionike iz 26 država svijeta: Kanada, Paragvaj, Crna Gora, Peru, Bolivija, Čile, Rumunjska, Francuska, SAD, Argentina, Hrvatska, Slovačka, Australija, Indija, Slovenija, Austrija, Irska, Srbija, Bosna i Hercegovina, Italija, Španjolska, Norveška, Švedska, Njemačka, Švicarska.

Cilj ovog projekta je povezivanje Hrvata diljem svijeta, promicanje sportskih aktivnosti, očuvanje zajedništva te predstavljanje hrvatske kulture i baštine u sklopu pripadajućeg programa i pratećih aktivnosti. Posebni cilj ovog susreta je povezivanje domovinske i iseljene Hrvatske, poticanje mladih na uključivanje u aktivnosti hrvatskih zajednica,

upoznavanje prilika u domovini Hrvatskoj te poticanje hrvatskog iseljeničtva i njihovih potomaka na povratak u Republiku Hrvatsku i buduća gospodarska ulaganja. Radi se o amatersko sportskom natjecanju, a projekt neslužbeno nosi ime „Crolimpijada“ i opisuje se kao „Olimpijske igre s hrvatskim predznakom“. Igre okupljaju oko 2000 sudionika (od toga oko 1000 sportaša). Igre su ne samo manifestacija sportskog duha već događaj koji ujedinjuje matičnu domovinu, hrvatsko iseljeničtvo, hrvatsku nacionalnu manjinu i Hrvate iz Bosne i Hercegovine. Sudionici ovog velikog projekta i njihovi roditelji koji dolaze u pratnji, porijeklom su iz svih županija Republike Hrvatske i Bosne i Hercegovine. Imaju veliki emotivni osjećaj povezanosti s rodnim krajem te nakon završetka igara većinom ostaju u posjetu domovini. Igre se održavaju svake tri godine (s iznimkom u vremenu pandemije koronavirusa kada se nisu održavale). Slijedeće Igre planirane su za 2026. godinu. Natjecatelji se mogu natjecati u raznim sportovima: atletika, stolni tenis, odbojka, nogomet m/ž, taekwondo, judo, plivanje, odbojka na pijesku, golf, badminton, boćanje, košarka, karate, tenis, rukomet. Hrvatske svjetske igre posebne su i po velikom odazivu volontera, studentskih i udruga mladih iz Republike Hrvatske, koji su, kao svojevrsni domaćini, svojim sunarodnjacima iz zemalja širom svijeta nastojali boravak u domovini predaka učiniti nezaboravnim. (Ministarstvo financija 2022; Hrvatski svjetski kongres 2023)

3. Učinci sportskog turizma

Učinci sportskog turizma oblikuju pejzaž destinacija i imaju značajan utjecaj na ekonomiju, društvo i okoliš. Sportski turizam nije samo izvor rekreacije i zabave, već faktor u razvoju imidža destinacije i lokalne zajednice. Cilj ovog poglavlja je objasniti doseg učinaka sportskog turizma na lokalno stanovništvo, destinaciju te samog turista kroz dvije podteme:

- Ekonomski učinci
- Neekonomski učinci

3.1. Ekonomski učinci

Turizam ima značajan utjecaj na ekonomske tokove i razvoj različitih regija diljem svijeta. Razumijevanje ekonomskih aspekata turizma ključno je za analizu njegove uloge u gospodarskom rastu, stvaranju radnih mjesta, povećanju dohotka, promicanju održivog razvoja te njegovu vezu sa sportom.

Sportski turizam nosi sa sobom niz ekonomskih koristi koje imaju značajan utjecaj na lokalnu ekonomiju i životni standard stanovništva. Doprinosi povećanju dohotka lokalnog stanovništva putem sudjelovanja u sportsko - turističkoj ponudi. Ovime se ne podrazumijeva samo direktno zapošljavanje u tim sektorima poput smještajnih objekata, restorana, sportskih klubova i transporta, već i indirektno beneficije za lokalne dobavljače roba i usluga. Većim dolaskom turista, javni prihodi rastu zbog naplaćenih poreza i pristojbi. Ti prihodi se nakon naplate mogu koristiti kao ulaganja u sportsku infrastrukturu, obrazovanje, zdravstvo i ostale javne usluge što posljedično povećava kvalitetu života lokalnog stanovništva. Povećanjem obujma sportskog turizma direktno dolazi i do otvaranja novih radnih mjesta te smanjenju nezaposlenosti u destinacijama koje su ovisne o turističkoj industriji. Svi pozitivni aspekti navedeni stvaraju kompetentnu turističku destinaciju sa orijentacijom na sportski turizam, a ona potiče povećane investicije i rast poduzetništva. Razvoj turističke infrastrukture, kao i potražnja za različitim turističkim uslugama i proizvodima, potiče lokalno poduzetništvo i

stvara nove poslovne prilike, čime se podržava ekonomski razvoj zajednice. Rast bruto domaćeg proizvoda (BDP) i opći gospodarski razvoj često su rezultat prosperitetnog turističkog sektora. Sportski turizam može biti ključna komponenta ekonomske diversifikacije i održivog razvoja, pružajući stabilne izvore prihoda i podržavajući raznolikost ekonomije. (Marzuki 2011)

Završetkom Drugog svjetskog rata, sport, kao prilika za građenje profesionalne karijere, je doživio izniman napredak. Ulaganjem u infrastrukturu i lokalne sportske zajednice, broj profesionalnih sportaša je krenuo eksponencijalno rasti. Ovaj procvat automatski je potaknuo izgradnju sve većeg broja sportskih objekata, a institucionalizacija sporta omogućila je kompletnu organizaciju sportskog procesa. Sve ove promjene su dovele do povećanja gledanosti sportskih događaja i veće zanimanje za bavljenje istim. Zahvaljujući toj eksponiranosti, sport je postao zabava koja privlači sudionike i promatrače. Sportski događaji postali su epicentri okupljanja za mnoštvo ljudi, nudeći proizvod ne samo od sportskih aktivnosti već i raznolike dodatne sadržaje poput sportskih dobara, informacija, zdravstvenih usluga i osobnog zadovoljstva. Sportski turizam sastoji se od mnogih elemenata koji zajedno čine cjeloviti doživljaj za posjetitelje, te je ključno osigurati najbolje moguće uvjete za poticanje zadovoljstva i faktor ponovnog prisustvovanja istom. Sport prestaje biti samo društvena potreba, već postaje definiran kao način života koji donosi ekonomske koristi lokalnoj zajednici i biranoj destinaciji. Izuzev poticanja razvoja destinacije, sportski turizam pridonosi integriranju stanovništva destinacije, ulaganju većih sredstava u infrastrukturu, obogaćuje turističku ponudu, povećava potrošnju na tom prostoru i pruža druge ekonomske beneficije. (Marzuki 2011)

S obzirom na vrstu prikupljanja turističkih prihoda ekonomski učinci se dijele na:

- Izravne ili direktne učinke koji su mjerljivi i nastaju neposredno realizacijom sportske usluge i ostvaruju se kroz dobit na temelju prodaje usluga u sportskom i rekreacijskom sektoru
- Posredne ekonomske učinke koje stvaraju gosti čiji motiv putovanja je sport i sportska aktivnost, a prikazuju se kroz pokazatelje značajne za destinaciju: poboljšavanje kvalitete turističke ponude, porast zapošljavanja na lokalnoj razini, produženje sezone („predsezona“ i „posezona“) ili inovativnost i atraktivnost turističkih sportskih aktivnosti te jačanje imidža destinacije (Geić 2011 i Rabić 2013).

“Sport u turizmu omogućuje stvaranje dodatnih ekonomskih učinaka u turističkim organizacijama ili u poduzećima koja pružaju različite sportsko rekreacijske usluge. U takve usluge spadaju iznajmljivanje sportski objekata i sportske opreme, organizacija škola i tečajeva za učenje različitih sportova, pripreme sportaša, velike sportske manifestacije i natjecanja te sportsko-zabavne atrakcije. Izravni ekonomski učinci nastaju kao rezultat prodaje sportsko-rekreacijskih usluga u turističkim ili sportskim organizacijama.”(Geić 2011)

WSDE (2011.), globalni poslovni forum je prema istraživanju procijenio da 14% ukupnog globalnog prometa nastalog turizmom pripada sektoru sportskog turizma te da generira 600 milijardi dolara što ga čini najbržom rastućom granom turizma.

Uzlazni trend sportskog turizma potvrđuju i istraživanja Europske komisije iz 2010. godine u kojima se pokazalo da je 73% državljana Europske Unije putovalo barem jedanput iz poslovnih ili privatnih razloga, a od toga 36% njih je za glavni motiv istaknulo odlazak na put radi rekreacije i odmora. Odlaskom na turističko putovanje gost je željan nastaviti baviti se sportskom aktivnošću koju preferira u svom domicilnoj zemlji. Eksponencijalan rast sportskog turizma uvjetuje ekonomski rast. (Vujić 2016).

3.2. Neekonomski učinci

Sportski turizam, u današnjem globaliziranom svijetu ne potiče samo ekonomski razvoj već stvara i kompleksne sociokulturne dinamike. Susret turista, djelatnika, lokalnog stanovništva u određenoj turističkoj destinaciji dovodi do susretanja različitih kultura te njihovoj međusobnoj interakciji. Neekonomski utjecaj turizma se postavlja kao iznimno važna tema koja istražuje kako turistička aktivnost oblikuje kulturne i društvene obrasce u destinacijama te utječe na lokalno stanovništvo i njihovu kvalitetu života.

Neekonomski utjecaji turizma, kako su objasnili Pičuljan, Težak i Šergo (2018) obuhvaćaju promjene u sustavima vrijednosti, individualnom ponašanju, obiteljskim odnosima, kolektivnim stilovima života, sigurnosnim razinama, moralnom ponašanju, kreativnim izrazima, tradicionalnim ceremonijama i društvenim organizacijama.

Ap i Crompton (1993) dodatno razlikuju ove utjecaje u dvije kategorije:

- Utjecaji vezani uz destinaciju, koji se odnose na interakciju između lokalnog stanovništva i turista.
- Utjecaji vezani uz razvoj infrastrukture i percepciju utjecaja na lokalne resurse. Ovi utjecaji obuhvaćaju pritisak na lokalne resurse i objekte, razlike između lokalne i uvozne radne snage, promjene u jeziku i kulturi te promjene u životnim stilovima lokalnog stanovništva.

Neekonomski utjecaji sportskog turizma se manifestiraju kroz susret različitih kultura unutar procesa sudjelovanja u sportskoj aktivnosti ili prisustvovanja istoj, uključujući lokalno stanovništvo, turiste i osoblje. Fokus se najčešće stavlja na utjecaj koji sportski turizam ima na lokalno stanovništvo destinacije. Utjecaji na lokalno stanovništvo, promatranu destinaciju, ali i naravno na turiste mogu biti pozitivni i negativni.

Pozitivni neekonomski učinci turizma obuhvaćaju raznolike promjene koje doprinose razvoju lokalnih zajednica i njihovoj kulturnoj baštini. Sportski turizam pruža značajnu priliku za stvaranje novih radnih mjesta čime se smanjuje nezaposlenost u destinacijama koje su često suočene s lošijom ekonomskom situacijom. Osim toga, turistička aktivnost može rezultirati revitalizacijom siromašnih ili nedovoljno razvijenih područja. Kroz ulaganja u infrastrukturu sportskog turizma i promociju destinacija, sportski turizam može potaknuti gospodarski rast i pomoći u oživljavanju područja koja su prije bila na više načina zapostavljena te stvoriti okruženje u kojem destinacija i lokalno stanovništvo ovise o sebi. Jedan od ključnih aspekata pozitivnih neekonomskih učinaka sportskog turizma je oživljavanje lokalne umjetnosti, obrta i tradicije. Turistička potražnja za autentičnim sportskim iskustvima potiče lokalne umjetnike i obrtnike da njeguju svoje tradicionalne vještine i proizvode te pronađu način kako ih usmjeriti ka sportu, čime se čuva kulturna baština i stvara dodana vrijednost za lokalnu zajednicu. Autentični proizvodi i iskustva stvaraju uspomenu u očima turista i faktor želje ponovnog povratka. Kroz organizaciju kulturnih aktivnosti poput sportskih izložbi seminara te kulturnih događanja, sportski turizam doprinosi obogaćivanju društvenog i kulturnog života lokalnog stanovništva. Ovi događaji ne samo da promoviraju kulturnu raznolikost i međukulturalno razumijevanje, već također jačaju osjećaj pripadnosti i identiteta među lokalnom zajednicom. Turizam također može imati pozitivan utjecaj na obnovu lokalne arhitektonske baštine. Kroz restauraciju i

očuvanje povijesnih zgrada i spomenika, destinacije mogu oživjeti svoju prošlost i privući turiste koji cijene kulturnu autentičnost i povijesnu vrijednost. Često starije građevine određene destinacije budu centar ulaganja zbog ideje organiziranja sportskih događanja u istima te tako sredstva za restauraciju budu usmjerena prema određenim lokalitetima koji inače ne bi bili restaurirani. Još jedna pozitivna stvar sportskog turizma u neekonomskom smislu je mogućnost promicanja očuvanja područja iznimne ljepote kroz programe zaštite okoliša i održivog razvoja. Sportski turisti potiču na svjesnost o važnosti očuvanja prirodnih resursa i ljepote destinacija te pridonose financiranju projekata zaštite okoliša i održivog turizma. Velik broj sportova kao osnovu za njihovo izvođenje zahtjeva očuvanu prirodu kao biciklizam, planinarenje, ronjenje i mnogi drugi. (Mason 2003)

Negativni neekonomski učinci sportskog turizma predstavljaju izazove koji proizlaze iz intenzivne turističke aktivnosti i njenog utjecaja na lokalno stanovništvo i kulturu. Jedan od glavnih problema je prekomjerna potražnja za sadržajem sportskog turizma na odredištima što može rezultirati prenatrpanošću, smanjenjem kvalitete okoliša i povećanim pritiskom na energetske resurse i infrastrukturu. Smanjenje tradicionalnih zanimanja i djelatnosti predstavlja još jedan negativan aspekt turizma. S porastom sportsko - turističke industrije, sve više lokalnog stanovništva preusmjerava svoje aktivnosti prema sportskom turizmu, što može dovesti do gubitka tradicionalnih zanimanja i vještina te smanjenja raznolikosti zanimanja lokalnog stanovništva. Nadalje, poteškoće u suživotu između lokalnog stanovništva i turista često proizlaze iz kulturnih razlika, jezičnih barijera i neslaganja u pogledu ponašanja i očekivanja. Takva vrsta sukoba može rezultirati tenzijama, konfliktima i smanjenjem kvalitete života za lokalno stanovništvo. Povezano na razlike među turistima i lokalnom stanovništvu postoji i pojava koja se naziva demonstracijski efekt. Njime se opisuje situacija u kojoj promatranje turista potiče promjene u ponašanju lokalnih stanovnika. Lokalno stanovništvo često može težiti za promjenom svojih životnih stilova i navika kako bi slijedili primjere turista. Ova pojava je najčešće prouzročena boljim materijalnim mogućnostima koje vide kod posjetitelja. Također, iseljavanje iz ruralnih područja zbog privlačnosti turistički razvijenih područja predstavlja ozbiljan problem u mnogim destinacijama. Mlado, radno sposobno stanovništvo često napušta svoje mjesto rođenja u potrazi za poslovima u turizmu ili srodnim industrijama, što dovodi do demografskog starenja i gubitka kulturne autentičnosti u ruralnih područja. Komercijalizacija lokalne kulture može rezultirati gubitkom autentičnosti i identiteta.

Tradicionalni običaji, festivali i umjetnički izričaji mogu biti preoblikovani ili prilagođeni turistima koji prakticiraju sportski turizam, često na štetu autentičnih kulturnih vrijednosti i naslijeđa lokalne zajednice. Sportske aktivnosti i događanja u određenoj destinaciji mogu neposredno izazvati velik broj negativnih neekonomskih utjecaja kojih organizatori trebaju biti svjesni i adekvatno probati smanjiti utjecaj istih. (Mason 2003)

4. Budućnost sportskog turizma u Republici Hrvatskoj

Budućnost sportskog turizma predstavlja izrazit broj mogućnosti i izazova u svijetu putovanja i rekreacije. S napretkom tehnologije, sportski turizam postaje sve privlačniji kako turistima tako i destinacijama. Cilj ovog poglavlja je analizirati koje su perspektive sportskog turizma u Republici Hrvatskoj i svijetu te u kojem smjeru bi se sportski turizam trebao razvijati kroz dvije podteme:

- Perspektiva sportskog turizma
- Preporuke daljnjeg razvoja

4.1. Perspektiva sportskog turizma

Održivi razvoj je koncept koji se spominje u svim granama gospodarstva kada se priča o budućnosti te je također i jedna od bitnijih perspektiva sportskog turizma. Značenje tog koncepta nije globalno jednako. Poslovna strana više zagovara razvoj dok ekološki osviješteni pojedinci više zagovaraju održivost. Kao rezultat dolazimo do toga da ova dva pojma često izgledaju kontradiktorno iako to ne bi trebao biti slučaj. (Higham i Hinch 2018)

Održivi razvoj se definira kao razvoj koji prepoznaje potrebe sadašnjeg stanja bez da ugrožava mogućnost budućih generacija da zadovolje svoje buduće potrebe. (WCED 1987)

Zdrava ekonomska i politička sfera sportskog turizma trebala bi idealno podržavati i obogatiti društveno-kulturnu dimenziju zajednice. Također, istaknuta je važnost njezine uloge u očuvanju prirodnih resursa, koja često igra ključnu ulogu u različitim oblicima sportskog turizma. Međutim, nigdje nije zajamčeno da će interakcija između turizma i sporta uvijek biti pozitivna. Kako bi se postigli pozitivni rezultati, ključno je da pojedinci zaduženi upravljanjem sportskim turizmom budu svjesni utjecaja svojih odluka na sve aspekte zajednice i okoliša, te da pristupe razvoju s integriranim i konstruktivnim pristupom. (Higham i Hinch 2018)

Industrija sportskog turizma ima ne samo ekonomske interese, već i moralnu obvezu da ostvari cilj održivosti. Na mikro razini, održivi razvoj ima izravan utjecaj na povrat ulaganja sportskih turističkih poduzeća i zajednica u kojima ona djeluju. Na makro razini, održivi razvoj ima globalne implikacije u složenoj mreži društvenih, ekonomskih i okolišnih područja. Prirodna tendencija stručnjaka je usmjerena prema ekonomskim ciljevima, ali ako se okolišni i društveno-kulturni resursi promatraju kao oblik kapitala sa kojima osiguravamo budućnost destinacije, postoji snažan poslovni argument za održive prakse. Izvan poslovnog opravdanja, postoji i moralna odgovornost za promicanje održivog razvoja kako na mikro tako i na makro razini. Globalna važnost održivog turizma ponajviše je istaknuta je 2017. godine kada su ju Ujedinjeni Narodi (UN) proglasili Međunarodnom godinom održivog turizma za razvoj. (Higham i Hinch 2018)

Nadalje, uspješna perspektiva sportskog turizma se očituje u dobrom pristupu planiranja proizvoda sportskog turizma. Planiranje je način upravljanja promjenama. S obzirom na to da sportski turizam djeluje u dinamičnom okruženju i da njegovi procesi ne vode nužno ka održivim rezultatima, potrebno je neka vrsta intervencije u procesu razvoja kako bi se potaknula održivost. U osnovi, planiranje je proces ljudske misli i akcije temeljen na toj misli. Bavi se anticipiranjem i reguliranjem promjena u sustavu kako bi se promovirao uredan razvoj te kako bi se povećale društvene, ekonomske i prirodne koristi razvojnog procesa. Temelji se na pretpostavci da čak i djelomično razumijevanje dinamike sportskog turizma i svijeta u kojem postoji pruža osnovu za utjecaj na promjene. Pokretanjem ovakvog procesa razvojni djelatnici sportskog turizma svjesno ne samo da djeluju u vlastitom najboljem interesu, već pridonose održivosti društvenih, kulturnih, ekonomskih i prirodnih sustava u kojima djeluju. Osnovni proces planiranja je konzistentan u širokom rasponu disciplina. Temelji se na procjeni trenutnog stanja, vjerojatnim promjenama koje će se dogoditi u okruženju u kojem se plan provodi, odlukama o željenom krajnjem stanju, formulaciji neke vrste akcijskog plana, njegovoj provedbi, praćenju, procjeni i prilagodbi prema potrebi. Smatra se da je 'procesno orijentirano' planiranje važnije od 'ciljno orijentiranog' planiranja jer održivi razvoj nije krajnji cilj, već idealno stanje. Iz tog se stajališta prava korist nalazi u procesu učenja dionika u sportskom turizmu. Osobe zadužene za planiranje moraju se baviti dinamičnim pitanjima koja zahtijevaju kontinuirano rješavanje umjesto jednokratne pažnje problemu. (Higham i Hinch 2018)

4.2. Preporuke daljnjeg razvoja

Daljnji razvoj sportskog turizma uvelike ovisi o rješavanju tri problema koji se ističu kao moguće prijetnje uspješnom i održivom razvoju sportskog turizma. Ta tri problema su:

- komodifikacija / autentičnost / autentifikacija
- globalizacija
- fragmentacija organizacije

Jedno od najzagonetnijih pitanja razvoja sportskog turizma odnosi se na proces komodifikacije i njegove povezanosti sa autentičnošću. Ovo pitanje proizlazi iz uvjerenja da je potraga za autentičnošću jedna od glavnih pokretačkih sila turista te da sport predstavlja dinamičnu i sveprisutniju turističku atrakciju.

Komodifikacija je proces prema kojem stvari i aktivnosti počinju dobivati vrijednost u kontekstu trgovine, čime postaju roba i usluge. Takvi razvijeni sustavi razmjene u kojima se razmjena vrijednosti stvari i aktivnosti izražava u obliku cijena tvore tržište. (Cohen 1988)

Kritičari komodifikacije sporta sugeriraju da šira komercijalizacija sporta putem medija te interesa velikih sponzora imaju štetan učinak. Idealizirani model sporta, zajedno s njegovim tradicionalnim značajem i demokracijom vještina uništava se te sport postaje samo još jedna roba kojom se masovno trguje. (Stewart 1987)

Autentičnost je usko povezana s komodifikacijom. Dok su vlada i turisti smatrali autentičnost problematičnom, lokalno stanovništvo komodifikaciju svoje kulture osnažujućom. U kontekstu turizma, autentičnost se tradicionalno promatrala u vezi s objektom interesa, izvornicima ili stvarima ili aktivnostima koje su turisti došli vidjeti. Paralela s sportom očituje se u popularnoj kritici svakog odstupanja od tradicije sporta, najčešće povezano s promjenama pravila. Vjeruje se da nije moguće procijeniti autentičnost objekta. Usprkos takvoj kritici, težnja za objektivnom autentičnošću postupno je opadala pred fleksibilnijim tumačenjima autentičnosti gdje se cijeni da rijetko postoji apsolutna autentičnost, već da se često njen omjer pronalazi na spektru. To se naziva konstruktivna autentičnost. Umjesto vođenja turista u "pozadinu" odredišta da dožive istinsku kulturu destinacije, turistički operatori koriste površinski pristup gdje se kultura odredišta predstavlja na kontrolirani način putem muzeja, centara baštine, kulturnih događanja i drugih sličnih foruma. (Higham i Hinch 2018)

Autentifikacija je proces kojim se uloga, proizvod, lokacija, predmet ili događaj potvrđuje kao originalno i vjerodostojno. U svijetu turizma ovaj koncept karakterizira se kao "hladna" i "vruća" autentifikacija. Hladna autentifikacija vođena je stručnjacima koji dolaze do zaključka da je predmet, lokacija, događaj, običaj, uloga ili osoba autentični na temelju znanstvenih spoznaja. Vruća autentifikacija je proces samoosnaživanja u kojem se svetost, uzvišenost ili autentičnost lokacija, predmeta ili događaja stalno održava, potvrđuje i pojačava javnom praksom, a ne određenim izjavama kako je slučaj kod hladne. (Higham i Hinch 2018)

Pojam "globalizacija" može izazvati različite reakcije, kao što je pozitivan odgovor na koncept "globalnog sela", ali i strastveni prosvjedi protiv ekonomskih nepravdi. Globalizacija je proces koji vodi ka osnaživanju veza izvan nacionalnih granica. Sport se sve više koristi kao način pozicioniranja odredišta u ovom globalnom svijetu. Više nije moguće da zajednice funkcioniraju izolirano od drugih dijelova svijeta. Lokalna kultura je pod prijetnjom zamjene stranom kulturom, što dovodi do gubitka raznolikosti i stvaranja jedinstvene globalne kulture. Lokalne zajednice primaju globalne slike, proizvode i usluge, ali ih interpretiraju na svoj način. U ovoj dvosmjernoj vezi, lokalne grupe igraju ključnu ulogu u manifestaciji globalnih trendova na njihovom području. Procesi globalizacije ovdje se promatraju kao dugoročni procesi koji su se nejednako događali u svim područjima planeta. (Higham i Hinch 2018)

Najbitniji aspekt iz perspektive sportskog turizma je pitanje vodi li globalizacija prema homogenizaciji sportske kulture ili će lokalni otpor zadržati ili čak potaknuti veće razlike među mjestima. To je posebno važno jer u svijetu u kojem postoji sve veća sličnost između mnogih mjesta, zapravo postoji malo potrebe za putovanjem. Homogenizacija se smatra značajnom zabrinutošću u turizmu, ali je isto tako postavljena i u kontekstu sporta. U kontekstu sportskog turizma, ako bi sportska kultura evoluirala u homogenu globalnu kulturu, mnogo postojećeg poticaja za putovanje zbog sporta bi se izgubilo. Heterogenizacija zato odbacuje utjecaj globalnih tehnologija i proizvoda u korist naglašavanja jedinstvenosti lokaliteta. Prva kategorija sugerira da postajemo sličniji i krećemo se prema jednoličnoj globalnoj kulturi. Potonja ističe kulturološke razlike i moć pojedinih kultura. Razvoj globalnog sporta može se razumjeti na istim osnovama. Krajem dvadesetog stoljeća svjedočimo globalizaciji sportova i sve većoj diverzifikaciji sportskih kultura. (Higham i Hinch 2018)

Artikulirati ciljeve i implementirati uspješne strategije u takvom složenom okruženju je iznimno zahtjevno. Stoga organizacijska fragmentacija predstavlja problem velikog proja destinacija. Širok spektar interesa prisutan unutar sportskog turizma predstavlja značajne izazove unatoč mogućem zajedničkom tlu koje može postojati. Preduvjet za rješavanje ovih problema nije samo prepoznavanje postojećih i potencijalnih mrežnih struktura, već i istinska volja i sposobnost uključenih stručnjaka da surađuju u ostvarivanju svojih zajedničkih interesa. Ovaj ishod najvjerojatnije će se dogoditi kada svaki sektor uključen u sportski turizam jasno shvati sinergiju koju može ostvariti putem partnerstva i kako ta sinergija doprinosi svakom dijelu sportskog turizma. Potreba za partnerstvima u turizmu i sportu porasla je tijekom posljednjih 30 godina, pogotovo zbog smanjena resursa vlade prema sportu i turizmu koja su tradicionalno bila većeg udjela. Partnerstvo je posebno važno u kontekstu sportskog turizma s obzirom na brojne uključene dionike. Osim raznolikosti dionika koji mogu biti uključeni, dinamika promjena moći među njima tijekom razvoja proizvoda sportskog turizma dodatno komplicira ova partnerstva. Shvaćanjem ova tri potencijalna problema te sprječavanjem istih u nastanku, pruža sportskom turizmu dobar temelj za nastavak njegovog razvoja. (Higham i Hinch 2018)

Zaključak

Sportski turizam, kao selektivni oblik turizma, je jedan od najvažnijih oblika turizma današnjice. Sjedilački način života, digitalizacija svijeta i izoliranje pojedinaca dovodi do narušavanja kvalitete života. Nužna je edukacija stanovništva o blagodatima koje donosi sport i aktivan način života. Sve navedeno je dobra osnova za ulaganje značajno većih sredstava u daljnji razvoj sportskog turizma. Pozitivne strane sportskog turizma prema lokalnom stanovništvu, destinaciji i turistu nadjačavaju negativne. Uz organiziranost, pravilno planiranje, pametno korištenje prirodnih resursa te obrazovane kadrove sportski turizam prednjači kao odlična prilika dodatnog razvoja turističke ponude, kako u svijetu, tako i u Republici Hrvatskoj koja svojom bogatom povijesti sporta, prirodnim bogatstvima i već kvalitetnom ponudom sportskog turizma ima odlične temelje za povećanje investicija u ovaj turistički sektor. Područja razvoja sportskog turizma na koja bi se Republika Hrvatska trebala najviše fokusirati su sportski događaji, izgradnja novih sportskih kompleksa te sportski sadržaj u prirodi poput biciklizma i planinarenja. Naš geografski položaj te prirodna bogatstva mogu se najbolje ukomponirati u takvu ponudu sportskog turizma stoga bismo ka takvoj trebali stremiti ne obzirajući se previše na ostale dijelove ponude sportskog turizma. Ciljanim poboljšanjima u određenim nišama sportskog turizma, čitavi turizam Republike Hrvatske će prosperirati.

Bibliografija

- Bartoluci, Mato. 1995. Razvitak sportsko rekreacijskog turizma u Hrvatskoj. Acta Turistica.
- Huggins, Mike. 2013. Sport, tourism and history: current historiography and future prospects. Charlotte Mason Library. University of Cumbria. Ambleside, Cumbria. UK.
- Bartoluci, Mato i Čavlek, Nevenka. 1998. Turizam i sport.
- Chappelet, Jean Loup i Parent, Milena. 2015. Routledge Handbook of Sports Event Management.
- Hinch, Thomas i Higham, James. 2005. European Sport Management Quarterly.
- Leiper Neil, 1990. Tourist attraction systems. Annals of Tourism Research.
- WTO. 2008. International Recommendations for Tourism Statistics, Chapter 3.
- Gharibzadeh, Mahdi, Safania, Ali Mohammad, Naghshbandi, Seyed, Salahedin i Farahani, Abolfazl. 2023. Providing a model for the development of sports tours in the tourism industry.
- Allen, Ryan. 2019. Unlocking the Potential of Sports in Hotels and Resorts.
- Kizielewicz, Joana. 2013. Theme cruises, as a trend in marine tourism.
- Gržinić, Jasmina. 2014. Međunarodni turizam.
- Guan, Zheng i Zhang, Lifang. 2024. The Study for the Analysis of the Development trend of sports tourism.
- Hamari, Juho i Sjöblom, Max. 2017. What is eSports and why do people watch it?.
- Parshakov, Petr i Zavertiaeva, Marina. 2015. Success in eSports: Does Country Matter?.
- Nikas, Ioannis i Poulaki Ioulia. 2020. eSports Tourism: Sports Tourism in a Modern Tourism Environment, Culture and Tourism in a Smart, Globalized, and Sustainable World.
- Radhika, Kapur. 2018. The Significance of Sports Tourism.
- Jadrešić, Vlatko. 1999. Proturječja i negativne pojavnosti u turizmu, Tour. hosp. manag. God. 5.

Marzuki, Azizan. 2011. World Applied Sciences Journal 12 (Special Issue of Tourism & Hospitality).

World Sport Destination Expo. 2011. Your \$600 Billion Sport Tourism Opportunity.

Fox, Renata. 1998. Hospitality management education and quality tourism.

Pičuljan, Marija, Težak Damijanić, Ana i Šergo, Zdravko. 2018. Ekonomska misao i praksa, Vol. 27 No. 2.

Ap, J. i Crompton, John. 1993. Residents' Strategies for Responding to Tourism Impacts, Journal of Travel Re-search.

Mason, Peter. 2003. Tourism Impacts, Planning and Management. Butterworth Heinemann. London.

The World Commission on Environment and Development. 1987

Cohen, Erik. 1988. Authenticity and the commoditization of tourism. Annals of Tourism Research 15.

Stewart, John. 1987. The commodification of sport. International Review for the Sociology of Sport 22.

Hinch, Thomas i Higham, James. 2018. Aspects of Tourism, Sport Tourism Development.

Ministarstvo financija. <https://mfin.gov.hr/>

Hrvatski svjetski kongres. <https://hsk.hr/>.