

Planiranje sportsko-turističkog događaja

Strnad, Rea

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:718437>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-16**



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

REA STRNAD

**Planiranje sportsko-turističkog događaja - primjer varaždinskog
turnira u ritmičkoj gimnastici**

**Planning a sports-tourism event – an example of the Varaždin
rhythmic gymnastics tournament**

Završni rad

Zabok, 2024.

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

**Planiranje sportsko-turističkog događaja - primjer varaždinskog
turnira u ritmičkoj gimnastici**

**Planning a sports-tourism event – an example of the Varaždin
rhythmic gymnastics tournament**

Završni rad

Kolegij: **Menadžment sporta u turizmu** Student: **Rea STRNAD**

Mentor: Prof. dr. sc. **Marko PERIĆ** Matični broj: **24841/19**

Zabok, rujan, 2024.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Rea Strnad

(ime i prezime studenta)

ps24841/19

(matični broj studenta)

Planiranje sportsko-turističkog događaja - primjer varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici

(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,

Potpis studenta

Sažetak

Ritmička gimnastika nije popularan sport u Hrvatskoj iako je vrlo zanimljiv za gledanje. Ovaj oblik gimnastike je odličan za razvijanje svih motoričkih sposobnosti. Primarni cilj ovog rada je opisivanje tijeka planiranja i organizacije varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici. Rad također obrađuje temu sportsko-turističkih događaja, opisuje glavne karakteristike ritmičke gimnastike i kako se ona ocjenjuje, promociju turnira te evaluaciju i unaprjeđenje turnira. Organizacija sportsko-turističkih događanja s naglaskom na promociju određenog sporta i destinacije je sve zastupljenija te kao takva uvelike doprinosi cjelokupnom razvoju turizma. Ponovno okupljanje mladih gimnastičarki u Varaždinu, u sklopu organizacije kluba Vindija, koji već dugi niz godina školuje mlade gimnastičarke te ih priprema za nastupe na svim vrstama natjecanja, doprinijelo je očuvanju dugogodišnje varaždinske tradicije. Ovim radom skreće se pažnja na sve pozitivne učinke i važnosti, koje jedno sportsko natjecanje može donijeti razvoju ne samo želje i motivacije jednog sportaša, nego i razvoju gradskog gospodarstva i ekonomije. Naravno, iza takve organizacije stoji kvalitetno raspoređen tim, organizacija i izvršavanje velikog broja zadataka i obaveza te velika želja za napredovanjem.

Ključne riječi: sportsko-turistički događaji; ritmička gimnastika; varaždinski turnir u ritmičkoj gimnastici

Sadržaj

SAŽETAK	I
SADRŽAJ	III
UVOD.....	1
1. SPORTSKI TURIZAM.....	3
1.1. Oblici sportskog turizma.....	3
1.2. Utjecaj sportskog turizma na destinacije	4
1.3. Izazovi i budućnost sportskog turizma	4
2. RITMIČKA GIMNASTIKA	6
2.1. Povijest i razvoj ritmičke gimnastike.....	7
2.2. Pravila i elementi ritmičke gimnastike	7
3. VARAŽDIN KAO TURISTIČKA DESTINACIJA: POVIJEST, KULTURA I ATRAKCIJE	9
3.1. Povijest i arhitektonska baština	9
3.2. Kulturne manifestacije i festivali.....	10
3.3. Prirodne ljepote i rekreacija	10
4. VARAŽDINSKI TURNIR U RITMIČKOJ GIMNASTICI.....	11
4.1. Povijest i tradicija turnira.....	12
4.2. Organizatori i partneri.....	12
4.3. Planiranje i organizacija varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici	13
4.3.1. Financiranje i budžetiranje.....	16
4.3.2. Logistika i operativni plan	18
4.3.3. Sigurnost i medicinska podrška.....	20

4.4. Promocija varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici.....	21
4.4.1. Upotreba društvenih medija	22
4.4.2. Oglašavanje	24
4.5. Evaluacija i unaprjeđenje događaja	26
4.5.1. Metode evaluacije događaja.....	26
4.5.2. Primjeri poboljšanja događaja	28
ZAKLJUČAK	31
BIBLIOGRAFIJA	33
POPIS ILUSTRACIJA.....	35

Uvod

Primarno područje istraživanja ovog rada je planiranje turnira u ritmičkoj gimnastici u gradu Varaždinu. Samim time detaljno se obrađuju i sve komponente procesa planiranja i organizacije spomenutog sportsko-turističkog događaja. U ovom radu također je obrađena i tema ritmičke gimnastike kao sporta te se prikazuje pregled povijesti te način ocjenjivanja istog.

Svrha ovog rada jest popularizacija ritmičke gimnastike kao sporta kroz organizaciju varaždinskog turnira čije se provođenje i danas nastavlja. Naime mnogo ljudi uopće nije upoznato sa samim postojanjem spomenutog sporta. Nadalje, također se promovira grad Varaždin kao sportsko-turistička destinacija te sport općenito kao zdrav način života za sve uzraste od onih najmlađih pa sve do onih najstarijih. Svrha je ovogodišnjeg turnira nastavak dugogodišnje tradicije uspješne organizacije koja je iz financijskih razloga bila obustavljena te ponovno podizanje Gimnastičkog kluba Vindije na najvišu razinu.

Predmet istraživanja ovog rada je planiranje, organizacija, provedba, promocija te poboljšanje varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici.

Prilikom izrade ovog rada korištene su metode sinteze i analize podataka iz relevantne literature iz područja turizma i sportskog turizma, kao i pretraživanje web stranica radi prikupljanja dodatnih informacija. Također su primijenjene metode deskripcije za detaljan opis procesa planiranja i organizacije sportskog događaja.

Struktura završnog rada pod nazivom "Planiranje sportskog-turističkog proizvoda: primjer varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici" prikazana je kroz uvod, šest poglavlja i zaključak. Prvo poglavlje usmjereno je definiciju i opis sportsko-turističkih događaja. Ovdje se također analizira svrha i važnost spomenutih događaja za odabranu turističku destinaciju. Drugo poglavlje bazira se na detaljnijoj obradi ritmičke gimnastike kao sporta te prati povijest njezinog razvoja kao i načine bodovanja. Sljedeće poglavlje ističe i opisuje varaždinski turnir u ritmičkoj gimnastici kao sportsko-turistički proizvod te njegovu povijest održavanja. Nadalje, četvrto poglavlje detaljno prikazuje ključne karakteristike organizacije spomenutog turnira, te se bavi planiranjem i glavnim organizacijskim elementima turnira. U petom poglavlju detaljno se obrađuju načini i vrste promoviranja

samog turnira. Posljednje poglavlje donosi prijedloge za poboljšanje organizacije i ponude turnira u Varaždinu. Zaključak rada sumira glavne spoznaje i donosi zaključke o važnosti sportskog turizma, s posebnim naglaskom na potencijal varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici kao uspješnog primjera sportskog turističkog proizvoda.

1. Sportski turizam

Sportski turizam je oblik specijaliziranog turizma koji kombinira sportske aktivnosti i putovanja, privlačeći sudionike i gledatelje da napuste svoje mjesto prebivališta radi sudjelovanja u sportskim aktivnostima, bilo kao natjecatelji, rekreativci ili promatrači. To je dinamično područje turizma koje obuhvaća raznovrsne događaje, aktivnosti i destinacije, a njegov značaj neprestano raste zahvaljujući sve većem interesu za sport, zdrav život i aktivni odmor.¹

1.1. Oblici sportskog turizma

Sportski turizam obuhvaća različite segmente, oblike i vrste atrakcija te ima svoje sadržajne (djelatnost), prostorne i vremenske dimenzije. Ovaj tip turizma dijeli se na dvije glavne kategorije prema potrebama, spremnosti sudionika te razini opasnosti i rizika:

- Rekreacijski turizam (soft-recreational) – uključuje aktivnosti poput plivanja, planinarenja, biciklističkih izleta, golfa, tenisa, aqua aerobika i drugih blagih rekreacijskih aktivnosti.
- Ekstremni sportovi – obuhvaćaju bungee jumping, ronjenje, brdski biciklizam, rafting, paragliding, slobodno penjanje i slične aktivnosti.

Sportski turizam može se dalje klasificirati prema različitim vrstama, uključujući natjecateljske i ne natjecateljske sportove, ljetnu i zimsku sportsku rekreaciju, kao i sportsku animaciju poput vodenog aerobika, trčanja i organizacije turnira.²

¹ Bartoluci, M. et al., Turizam i sport: razvojni aspekti, Zagreb: Školska knjiga d.d., 2007., str. 52.

² Bartoluci, M. et al., Turizam i sport: razvojni aspekti, Zagreb: Školska knjiga d.d., 2007., str. 53.

1.2. Utjecaj sportskog turizma na destinacije

Sportski turizam donosi brojne koristi za turističke destinacije. Prvo, on doprinosi povećanju broja posjetitelja, posebno u razdobljima kada inače ne bi bilo puno turista. Organizacija velikih sportskih događaja može značajno povećati broj posjetitelja i generirati prihod za lokalno gospodarstvo kroz smještaj, ugostiteljstvo, transport, kupovinu i druge usluge.

Drugo, sportski turizam potiče razvoj lokalne infrastrukture. U mnogim slučajevima, održavanje velikih sportskih događaja zahtijeva ulaganje u izgradnju ili poboljšanje sportskih objekata, prometne infrastrukture, hotela i drugih turističkih sadržaja. Ova ulaganja mogu imati dugoročne koristi za lokalnu zajednicu, povećavajući njenu sposobnost za privlačenje budućih događaja i turista.

Treće, sportski turizam može poboljšati imidž destinacije. Gradovi i zemlje koje su domaćini velikih sportskih događaja često koriste ove prilike za promociju svojih turističkih atrakcija i stvaranje pozitivnog imidža na globalnoj razini. Na primjer, Svjetsko prvenstvo u nogometu ili Olimpijske igre privlače pozornost milijuna gledatelja, što može značajno povećati prepoznatljivost destinacije.³

1.3. Izazovi i budućnost sportskog turizma

Iako sportski turizam ima mnoge prednosti, suočava se i s određenim izazovima. Organizacija velikih sportskih događaja zahtijeva značajna financijska ulaganja i logističku podršku. Postoji i rizik od negativnih utjecaja na okoliš, poput zagađenja, prekomjerne izgradnje i gubitka prirodnih staništa. Dodatno, masovni dolazak turista može dovesti do preopterećenja lokalnih resursa i infrastrukture.

Unatoč ovim izazovima, sportski turizam nastavlja rasti kao jedan od najbrže rastućih segmenata turističke industrije. Promjena stilova života i rastući interes za sport i rekreaciju otvaraju nove mogućnosti za razvoj. Sve veći naglasak na održivosti i odgovornom turizmu također potiče destinacije da razmatraju inovativne pristupe u

³ Chersulich Tomino, A., Perić, M., & Wise, N. Assessing and considering the wider impacts of sport-tourism events: A research agenda review of sustainability and strategic planning elements. *Sustainability*. 2020., str. 1-3.

organizaciji sportskih događaja kako bi maksimizirali koristi, a minimizirali negativne utjecaje.⁴

⁴ Chersulich Tomino, A., Perić, M., & Wise, N. Assessing and considering the wider impacts of sport-tourism events: A research agenda review of sustainability and strategic planning elements. *Sustainability*. 2020., str. 13.

2. Ritmička gimnastika

Ritmička gimnastika je grana gimnastike nastala krajem 19. stoljeća, a kao natjecateljski sport priznata je tek sredinom 20. stoljeća. Prve olimpijske igre na kojima je ritmička gimnastika bila uključena su održane 1984. godine u Los Angelesu. U početku su se koristili rekviziti poput vijače, lopte, obruča, i čunjeva, no kasnije je dodana i traka.

Osnovni elementi ritmičke gimnastike uključuju skokove, okrete i ravnoteže, a izvedba treba biti sinkronizirana s glazbom.

Ritmička gimnastika se ocjenjuje prema kompleksnom pravilniku koji sadrži detaljno određen i opisan postupak bodovanja za tehnički, izvedbeni i artistički dio nastupa. Tehnički dio nastupa uključuje izvođenje osnovnih elemenata tijelom i rekvizitom, dok se za izvedbeni dio nastupa ocjenjuju male i velike greške u izvedbi. S druge strane artistički dio uzima u obzir izražajnost, gracioznost i tečnost pokreta u koreografiji.⁵

Osim individualnih nastupa u ritmičkoj gimnastici popularne su i grupne vježbe u kojima sudjeluje pet gimnastičarki istovremeno, što čini ovaj sport vrlo zanimljivim za promatranje i atraktivnim za publiku.⁶



Slika 1. Individualna vježba ritmičke gimnastike

Izvor: <https://sportklub.n1info.rs/skener/dinamit-i-mali-tigar/>

⁵ Stolnik Stjepan. Rosana 10 godina ritmike od 1982. do 1992. godine, Varaždin: Gimnastičko društvo „Vindija“ Varaždin, 1997.

⁶ <https://hgs.hr/ocenoito-o-rg/>



Slika 2 Grupna vježba ritmičke gimnastike

Izvor: <https://olympics.com/en/news/the-moves-of-rhythmic-gymnastics>

2.1. Povijest i razvoj ritmičke gimnastike

Ritmička gimnastika svoje korijene vuče iz 19. stoljeća kada je nastala kao kombinacija klasične gimnastike, plesa i baleta. Gimnastika je postala formalno priznat sport kroz osnivanje Međunarodne gimnastičke federacije (FIG) 1963. godine, koja je kasnije uključila ritmičku gimnastiku kao posebnu disciplinu. Dugo se razvijala kao umjetnička disciplina prije nego što je postala natjecateljski sport tijekom 20. stoljeća. Razvoj discipline ubrzan je održavanjem prvog Svjetskog prvenstava 1967. godine u Stuttgartu, te uvođenjem ritmičke gimnastike u program Olimpijskih igara 1984. godine u Los Angelesu u Sjedinjenim Američkim Državama.⁷

2.2. Pravila i elementi ritmičke gimnastike

Pravila ritmičke gimnastike regulirana su od strane Međunarodne gimnastičke federacije (FIG), koja ima za zadatak odrediti sve tehničke elemente, elemente rekvizitom, duljinu

⁷ Kristofić Ivan, Stolnik Stjepan, Remar Milan. Sokolstvo i gimnastika u Varaždinu 1877./78.-2008., Varaždin: Gimnastički klub Vindija Varaždin, 2009.

programa te način vrednovanja istih. Elementi ritmičke gimnastike su izuzetno raznoliki i dijele se na težine tijelom i težine rekvizitom. Težine tijelom podrazumijevaju ravnoteže, okrete i skokove dok težine rekvizitom uključuju bacanja, hvatanja, kotrljanja, odbive te mnoge druge. Način na koji se tijelo koristi u ritmičkoj gimnastici može se razlikovati ovisno o stilu koreografije. Kada je riječ o izvedbi, sportašice trebaju pokazati ne samo tehničku preciznost, već i iznimnu fleksibilnost, gracioznost i izdržljivost. Svaka izvedba zahtijeva maksimalnu koncentraciju i posvećenost. Treniranje ritmičke gimnastike zahtijeva veliku predanost i pažnju prema detaljima, jer samo tako sportašice mogu postići vrhunske rezultate. Svakim treningom, one razvijaju svoje motoričke sposobnosti, snagu i koordinaciju kako bi se što bolje pripremile za natjecanja. Ukoliko žele biti uspješne, sportašice se moraju angažirati na svim razinama - fizički, mentalno i emotivno, kako bi svoju strast i ljubav prema ovom sportu pretvorile u izvanredne rezultate na međunarodnoj razini.⁸

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE GYMNASTIQUE



2022 – 2024 PRAVILNIK



Ritmička gimnastika

Odobreno od Predsjedničke komisije FIG
Službeni tekst je verzija na engleskom jeziku

Verzija 2022-04-25

Slika 3 Pravilnik ritmičke gimnastike za ciklus 2022.-2024.

Izvor: [https://hgs.hr/wp-content/uploads/2022/02/rg-pravilnik-2022-2024.-](https://hgs.hr/wp-content/uploads/2022/02/rg-pravilnik-2022-2024.-hrv.pdf)

[hrv.pdf](https://hgs.hr/wp-content/uploads/2022/02/rg-pravilnik-2022-2024.-hrv.pdf), stranica br. 1

⁸ 2022 – 2024 Pravilnik., <https://hgs.hr/wp-content/uploads/2022/02/rg-pravilnik-2022-2024.-hrv.pdf>

3. Varaždin kao turistička destinacija: povijest, kultura i atrakcije

Varaždin, smješten u sjevernom dijelu Hrvatske, privlači turiste svojom bogatom poviješću, očuvanom baroknom arhitekturom te raznolikom kulturnom ponudom. Tijekom 2023. godine, Varaždin je zabilježio značajan broj turista, s ukupno 41.518 dolazaka i 80 340 noćenja. Broj dolazaka domaćih turista iznosio je 15.785, a stranih 25.733, što dodatno potvrđuje status grada kao sve popularnije turističke destinacije.⁹

Navedena posjećenost može se pripisati kombinaciji kulturnih manifestacija, kao što su poznati Špancirfest i Varaždinske barokne večeri, te prirodnim ljepotama okolice grada, uključujući rijeku Dravu i planinske predjele.

3.1. Povijest i arhitektonska baština

Varaždin, smješten u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske, grad je bogate povijesti koja seže u srednji vijek. Ovaj barokni dragulj poznat je po svojoj dobro očuvanoj arhitektonskoj baštini, uključujući veličanstvenu baroknu jezgru koja svjedoči o prošlim vremenima kada je Varaždin bio glavni grad Hrvatske. Varaždinska stara gradska jezgra, s palačama, crkvama i muzejima, odražava važnost grada kroz stoljeća. Posebno se ističe Varaždinska tvrđava, poznata kao Stari grad, koja je jedan od najvažnijih spomenika feudalne kulture u Hrvatskoj. Ova bogata povijesna ostavština čini Varaždin privlačnom destinacijom za ljubitelje povijesti i arhitekture.¹⁰

⁹ Turizam u 2023., https://podaci.dzs.hr/media/pt0dpwn5/si-1731_turizam-u-2023.pdf, 65.

¹⁰ <https://varazdin.hr/varazdin-kroz-povijest/>

3.2. Kulturne manifestacije i festivali

Varaždin je također poznat po svojim kulturnim manifestacijama i festivalima koji privlače posjetitelje iz cijele Hrvatske, ali i inozemstva. Najpoznatiji među njima je Špencirfest, koji se održava krajem kolovoza i početkom rujna. Tijekom ovog festivala, ulice i trgovi Varaždina ožive kroz raznovrsne glazbene, kazališne i likovne događaje. Špencirfest privlači tisuće posjetitelja, pružajući im jedinstvenu priliku da dožive bogatu kulturnu ponudu grada. Osim toga, Varaždin je domaćin Varaždinskih baroknih večeri, renomiranog glazbenog festivala posvećenog baroknoj glazbi, koji također igra ključnu ulogu u pozicioniranju grada kao kulturne destinacije.¹¹

3.3. Prirodne ljepote i rekreacija

Osim povijesti i kulture, Varaždin i njegova okolica nude brojne mogućnosti za ljubitelje prirode i aktivnog odmora. Nedaleko od centra grada nalazi se park prirode Drava, koji pruža posjetiteljima mogućnost uživanja u netaknutoj prirodi, šetnjama, biciklističkim stazama te promatranju ptica. Varaždinske toplice, smještene u blizini grada, poznate su po termalnim izvorima i wellness sadržajima, što ih čini popularnom destinacijom za opuštanje i zdravstveni turizam. Ove prirodne ljepote i rekreacijske mogućnosti dodatno obogaćuju turističku ponudu Varaždina, čineći ga atraktivnim odredištem za različite vrste posjetitelja.¹²

¹¹ <https://www.spencirfest.com/o-spencirfestu/>

¹² <https://priroda-vz.hr/podrucja/dravska-suma/>

4. Varaždinski turnir u ritmičkoj gimnastici

Varaždinski turnir u ritmičkoj gimnastici ima dugu povijest i tradiciju, te predstavlja jedan od značajnijih sportsko-turističkih događaja u gradu Varaždinu. Održava se na godišnjoj bazi privlačeći veliki broj natjecateljica, trenera, sudaca i posjetitelja ne samo iz Hrvatske, već i iz cijele regije i Europe. Kroz godine, ranije spomenuti turnir je izrastao iz lokalnog natjecanja u prestižan međunarodni sportski događaj, poznat po visokom standardu organizacije i izvrsnim uvjetima za natjecanje.

Navedeni turnir također je i prilika za promociju baroknog grada Varaždina kao turističke destinacije. Posjetitelji turnira imaju priliku uživati u povijesnim znamenitostima grada, kao što su Stari grad, Hrvatsko narodno kazalište u Varaždinu, Varaždinsko groblje i brojni muzeji, i palače. Posjetitelji također mogu okusiti bogatu gastronomsku ponudu koja uključuje tradicionalna jela i vina iz varaždinskog kraja. Sve spomenuto Varaždinski turnir u ritmičkoj gimnastici čini ne samo značajnim i posebnim događajem u sportsko-turističkoj ponudi grada Varaždina, već i važnim simbolom zajedništva, predanosti i izvrsnosti koje su karakteristične za ovaj grad. Turnir doprinosi ne samo promociji sporta među mladima, već i jačanju kulturne i turističke ponude Varaždina, stavljajući ga na kartu kao destinaciju koju vrijedi posjetiti tijekom cijele godine.

Varaždinski turnir u ritmičkoj gimnastici organiziran je tako da obuhvaća sve natjecateljske kategorije ovog sporta, pružajući natjecateljicama priliku da se pokažu u raznim disciplinama. Natjecanje se sastoji od nekoliko programa: individualni A program, gdje se natjecateljice natječu s četiri obavezne vježbe, i B program, u kojem nastupaju s dvije vježbe. Uz to, natjecanje obuhvaća grupne vježbe, duo i trio nastupe te nacionalni program s jednom vježbom.

Što se tiče nagrađivanja, Vindija Cup ima posebno strukturiran sustav dodjele odličja. U individualnim A i B programima, medalje se dodjeljuju zasebno za višeboj, kao i za svaki rekvizit posebno, pri čemu se uzima u obzir godina rođenja natjecateljica. U kategorijama grupnih vježbi, duo i trio, nagrade se dijele prema kategoriji i prijavljenom rekvizitu, dok se u nacionalnom programu medalje dodjeljuju prema godištu rođenja natjecateljica. Ovakav sustav nagrađivanja omogućuje pravedno i transparentno prepoznavanje postignuća u svim aspektima natjecanja.

4.1. Povijest i tradicija turnira

Povijest i tradicija Varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici protežu se već više od 20 godina, tijekom kojih je ovaj događaj izrastao u pravi sportski spektakl s bogatom tradicijom i značajem. Prvi turnir održan je 1991. godine, u skromnijim uvjetima, ali s velikim entuzijazmom organizatora i sudionika. Već od samih početaka, turnir je privukao pozornost ne samo lokalne zajednice, već i šire sportske javnosti, zbog čega je ubrzo postao važan dio kalendara ritmičke gimnastike u Hrvatskoj. Kako su godine prolazile, turnir je kontinuirano rastao i razvijao se, postajući prepoznatljiv po svojoj kvaliteti i međunarodnom ugledu. Međutim, uslijed različitih izazova, Varaždinski turnir u ritmičkoj gimnastici nije se održavao u razdoblju od 2011. do 2023. godine. Navedena stanka označila je jedan od najtežih perioda u povijesti turnira, no želja za očuvanjem tradicije i sportskog duha nije nikada nestala. Godine 2024., zahvaljujući izuzetnoj predanosti i inicijativi glavne trenerice Gimnastičkog kluba Vindija, turnir je ponovno ožvijen. Trenerica, prepoznajući važnost turnira za lokalnu zajednicu, sportaše i širu sportsku javnost, uložila je ogroman trud kako bi ponovno pokrenula ovaj značajan događaj. Njena vizija i odlučnost rezultirale su povratkom turnira na scenu, uz podršku Grada Varaždina, Turističke zajednice grada Varaždina i brojnih sponzora koji su prepoznali vrijednost obnove ovog sportskog spektakla. Povratak turnira nakon dugogodišnje stanke nije samo označio nastavak jedne tradicije, već i novi početak za mnoge mlade gimnastičarke. Ova obnova tradicije vraća turnir u centar sportske pozornosti, pružajući inspiraciju novim generacijama sportaša i učvršćujući njegovu ulogu u sportsko-turističkoj ponudi grada Varaždina.

4.2. Organizatori i partneri

Izvršni organizator međunarodnog natjecanja u ritmičkoj gimnastici u Varaždinu je Gimnastički klub "Vindija", institucija koja igra ključnu ulogu u planiranju, organizaciji i uspješnoj provedbi navedenog sportskog događaja. Od iznimne važnosti za uspješnu

organizaciju je i pomoć Hrvatskog gimnastičkog saveza (HGS). Hrvatski gimnastički savez, s druge strane, donosi nacionalnu i međunarodnu perspektivu u organizaciju natjecanja, koristeći svoje kontakte i stručnost kako bi privukao vrhunske natjecatelje iz Hrvatske i inozemstva. HGS klubovima članovima također kao pomoć u organizaciji svih vrsta natjecanja bilo državnih, regionalnih ili međunarodnih ustupa na korištenje terene za nastup i tablete za suđenje iz svog vlasništva. Njihova suradnja temelji se na dugogodišnjem iskustvu u organizaciji sportskih manifestacija, kao i na dubokom razumijevanju ritmičke gimnastike, što rezultira natjecanjem koje zadovoljava visoke standarde u svakom pogledu. Gimnastički klub "Vindija" koristi svoje lokalne resurse i veze unutar Sportske zajednice grada Varaždina kako bi osiguralo sve potrebne uvjete za održavanje natjecanja, uključujući sportsku infrastrukturu, logistiku i koordinaciju s lokalnim vlastima.

Ključnu ulogu igraju i brojni sponzori iz poslovnog svijeta, koji kroz financijsku i materijalnu podršku omogućuju realizaciju turnira na visokoj razini. Njihova uključenost ne samo da osigurava financijsku stabilnost turnira, već i dodatno povećava njegov ugled i privlačnost. Sponzori prepoznaju vrijednost turnira kao platforme za promociju svojih brendova i proizvoda te doprinose njegovoj dugoročnoj održivosti.

Osim navedenih, organizatori surađuju i s drugim sportskim organizacijama i klubovima, kako bi osigurao bogat sportski program.

4.3. Planiranje i organizacija varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici

Organizacija sportsko-turističkog događaja je zahtjevan i kompleksan proces koji zahtijeva pažljivo usklađivanje svih ključnih elemenata kako bi se osiguralo uspješno planiranje i izvedba događaja.¹³

Prvi korak u procesu planiranja "Vindija Cup-a" jest razviti svrhu ili misiju događanja, koja predstavlja očuvanje tradicije i njezin nastavak u cilju podizanja svijesti o važnosti tjelesne aktivnosti te samog sporta ritmičke gimnastike.

¹³ Van der Wagen i Carlos, Upravljanje događajima : za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja, 124-139.

Drugi korak podrazumijeva definiranje ciljeva i mjera događaja, čime su se postavili temelji sveukupnog planiranja. Ciljevi posljednjeg izdanja Vindija Cup-a uključuju: povećanje broja natjecateljica, podizanje ugleda Gimnastičkog kluba Vindija, dobivanje medijske pozornosti, generiranje prihoda te promociju i podizanje svijesti o važnosti bavljenja sportom. Izvodi se zaključak da jasno definirani ciljevi organizatorima omogućuju usmjerenje svih daljnjih aktivnosti prema ostvarenju specifičnih rezultata.

Treći korak je izrada prijedloga događanja, prikazano na slici 4.

<p>PRIJEDLOG VINDIJA CUP-A</p> <p>OPIS DOGAĐANJA</p> <p>Naziv događanja: Vindija Cup Vrsta događanja: Sportsko događanje Lokacija: Varaždin Datumi: 20.-21.04.2024. Trajanje: 10 sati Pregled i svrha/koncept: Opći i specifični ciljevi: povećanje broja natjecateljica , podizanje ugleda Gimnastičkog kluba Vindija, dobivanje medijske pozornosti, generiranje prihoda te promociju i podizanje svijesti o ritmičkoj gimnastici</p> <p>ORGANIZACIJA DOGAĐANJA</p> <p>Odgovornost za odgovornost događanja: Gimnastički klub Vindija Glavne interesne skupine i agencije: Klubovi ritmičke gimnastike Fizički uvjeti Prostor: Arena Varaždin Razmještaj: Glavni teren, pomoćni teren, prostor za suce i gledalište Publika: Dobrovoljni dolazak Učinak Društveni: Promocija ritmičke gimnastike kao sporta Ekonomski: Generiranje prihoda</p>

Slika 4. Prijedlog Vindija Cup-a u ranoj fazi paniranja
Izvor: izrada autora

Četvrti korak je korištenje sredstava za planiranje, kao na primjer analize sportske infrastrukture, rasporeda smještajnih kapaciteta, transportnih veza, kontrolnih lista, satnica i slično. Pri odabiru lokacije također se mora voditi računa o lokalnim propisima, sigurnosnim zahtjevima i ekološkim standardima, kako bi se događaj mogao odvijati u skladu sa svim relevantnim zakonima i smjernicama. U ovom slučaju korišten je plan i prikaz Arene Varaždin, radi organizacije rasporeda glavnog i pomoćnog terena i publike, te izrada preliminarne satnice, kako je prikazano na slici 5. Raspored događaja treba biti detaljno planiran i koordiniran kako bi se osigurala glatka provedba svih aktivnosti. To

uključuje određivanje vremena za sve natjecateljske događaje, ceremonije, pauze i dodatne aktivnosti poput intervjua ili demonstracija.

	1ST „VINDIJA CUP“ PRELIMINARY SCHEDULE	SUNDAY, APRIL 21ST 2024
SATURDAY, APRIL 20TH 2024		
07:00 WARM UP 07:15 JUDGES MEETING NATIONAL 08:00 - 08:40 OBAVEZNI PROGRAM 08:40 - 08:55 JUDGES MEETING INTERNATIONAL AWARD CEREMONY OBAVEZNI PROGRAM 09:00 - 10:20 BABY BLIGHT, MINI BLIGHT, YOUNG CADET B LIGHT, CADET B LIGHT, JUNIOR B LIGHT, SENIOR B LIGHT 10:25 - 10:45 AWARD CEREMONY B LIGHT 10:45 - 11:30 BABY B, YOUNG CADET B 11:30 - 11:35 BREAK 11:35 - 12:55 CADET B 13:00 - 13:45 AWARD CEREMONY BABY B, YOUNG CADET B, CADET B LUNCH BREAK 13:45 - 14:50 PREJUNIOR B 14:50 - 14:55 BREAK 14:55 - 17:00 JUNIOR B 17:00 - 17:10 BREAK 17:10 - 17:55 SENIOR B 18:00 - 18:30 AWARD CEREMONY PREJUNIOR B, JUNIOR B, SENIOR B 18:30 - 21:10 DUO/TRIO, GROUP 21:15 - 21:30 AWARD CEREMONY	07:00 WARM UP 07:00 JUDGES MEETING 08:30 - 08:45 MINI B 08:45 - 09:00 BREAK 09:00 - 10:50 MINI A, YOUNG CADET A 10:50 - 11:00 BREAK 11:00 - 13:00 CADET A 1ST GROUP CADET A 2ND GROUP 13:00 - 13:45 AWARD CEREMONY MINI B, MINI A, YOUNG CADET A, CADET A LUNCH BREAK 13:45 - 15:45 PREJUNIOR A 15:45 - 16:00 AWARD CEREMONY PREJUNIOR A 16:00 - 18:30 JUNIOR A 18:30 - 18:45 BREAK 18:45 - 20:00 SENIOR A 1ST GROUP 20:00 - 20:05 BREAK 20:05 - 21:15 SENIOR A 2ND GROUP 21:15 - 21:30 AWARD CEREMONY PREJUNIOR A, JUNIOR A, SENIOR A	

Slika 5 Preliminarna satnica Vindija Cup-a
Izvor: izrada autora

Uspostavljanje partnerskih odnosa predstavlja još jedan važan aspekt planiranja. Partnerstva s lokalnim vlastima i upravom kluba, turističkim i sportskim zajednicama odabranog teritorijalnog područja, sponzorima, medijima i drugim relevantnim organizacijama mogu značajno povećati resurse dostupne za organizaciju događaja, kao i njegovu vidljivost i privlačnost. Uspješno partnerstvo može rezultirati dodatnim financijskim sredstvima, boljom promocijom događaja te pristupom resursima kao što su volonteri, tehnička oprema, medicinsko osoblje te logistička i informatička podrška. To uključuje razvoj brenda događaja, izradu promotivnih materijala, korištenje društvenih medija i drugih digitalnih platformi za promociju, kao i suradnju s medijskim kućama za osiguranje medijske pokrivenosti. Marketinške aktivnosti trebaju biti usmjerene na ciljne skupine, uzimajući u obzir njihove interese i preferencije, kako bi se maksimizirala prisutnost i sudjelovanje na događaju. Priprema logističkih planova uključuje organizaciju transporta, smještaja, prehrane, sigurnosnih mjera, registracije sudionika i svih drugih

operativnih aspekata potrebnih za nesmetano odvijanje događaja. Logistički planovi moraju uzeti u obzir sve detalje, od broja sudionika do vremenskih uvjeta, kako bi se osigurala glatka realizacija događaja bez neočekivanih problema. Osiguranje sigurnosti svih sudionika i posjetitelja također je od izuzetne važnosti, što podrazumijeva detaljno razrađene sigurnosne protokole i krizne planove. Planiranje sportsko-turističkog događaja nije samo tehnički i operativni zadatak; ono također zahtijeva kreativnost, inovativnost i sposobnost anticipiranja izazova i prilika. Dobro isplaniran događaj može značajno doprinijeti razvoju lokalne zajednice, promociji destinacije i jačanju sportskog i turističkog sektora. Stoga, planiranje treba biti detaljno, fleksibilno i usmjereno na dugoročni uspjeh, uz kontinuirano praćenje i prilagođavanje planova kako bi se ispunili postavljeni ciljevi i očekivanja svih uključenih strana.¹⁴

4.3.1. Financiranje i budžetiranje

Ključni elementi ovog procesa uključuju identificiranje izvora financiranja, prikupljanje sredstava, upravljanje budžetom te praćenje financijskih tokova. Identificiranje izvora financiranja predstavlja prvi korak u osiguravanju potrebnih sredstava za organizaciju događaja. Izvori financiranja mogu uključivati različite kanale kao što su sponzorstva, kotizacije, prodaja ulaznica, donacije, prodaja suvenira, i prihodi od medijskih prava. Svaki od ovih izvora ima svoje prednosti i izazove, te je važno analizirati koji će od njih biti najprikladniji za specifične potrebe događaja. Sponzorstva su često ključni izvor financiranja, jer omogućuju organizatorima da pokriju značajan dio troškova kroz novčane ili materijalne doprinose od strane tvrtki ili brendova. Sponzori mogu pružiti financijsku podršku, opremu, usluge ili promociju u zamjenu za oglašavanje i vidljivost tijekom događaja. Da bi se privukli sponzori, potrebno je razviti atraktivan paket sponzorskih prilika koji jasno prikazuje koristi za sponzore, uključujući oglašivačke prilike, medijsku pokrivenost i prilike za umrežavanje. Sponzori posljednjeg izdanja “Vindija Cup-a” bili su:

- Vindija d.d.

¹⁴ Van der Wagen i Carlos, Upravljanje događajima : za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja, 67-74.

- Vinarija Kopjar
- Capri sun
- Restoran Angelus, Varaždin
- “Vinski hram” Slavko Kotolenko
- Biovitalis d.o.o.
- Annyer

Plaćanje kotizacije predstavlja još jedan važan izvor prihoda, koji omogućuje organizatorima da generiraju financijska sredstva izravno od natjecateljskih. Korištenje online platformi za prodaju može značajno olakšati pristup i povećati prodaju, dok različite kategorije kotizacija mogu privući različite vrste natjecateljskih programa. Tipično za natjecanja ritmičke gimnastike, postoji razlika u iznosima kotizacije, ovisno o programu u kojem se gimnastičarka natječe. Što se tiče Vindija Cup-a, kotizacija za A program natjecanja iznosi 60 eura, za B program 50 eura, grupne vježbe 100 eura, dok je za duo iznosio 40 eura, trio 60 eura te nacionalni program 25 eura.

Uz to, za klubove koji nisu u mogućnosti osigurati prisustvo sutkinje, predviđena je sudačka kazna u iznosu od 70 eura.

Prikupljanje donacija je od posebne važnosti za neprofitne organizacije ili događaje koji se fokusiraju na društvenu odgovornost. Donacije mogu dolaziti od privatnih osoba, korporacija ili zaklada koje podržavaju ciljeve i misiju događaja. Organizatori trebaju razviti jasnu strategiju za prikupljanje donacija koja uključuje promociju, izgradnju odnosa s donatorima i transparentno izvještavanje o načinu korištenja sredstava. Realistično budžetiranje uključuje detaljno planiranje svih troškova i prihoda, s ciljem osiguravanja da se svi aspekti događaja financijski pokriju bez stvaranja prekoračenja. Budžet bi trebao obuhvatiti sve troškove, uključujući najam prostora, troškove opreme, promociju, plaće zaposlenika i volontera, te druge operativne troškove. Praćenje financijskih tokova tijekom planiranja i provedbe događaja ključno je za uspješno upravljanje.¹⁵¹⁶

¹⁵ Bartoluci, Mato. *Ekonomika i menadžment sporta*. Zagreb: Informator, 2003.

¹⁶ Van der Wagen i Carlos, *Upravljanje događajima : za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja*, 91-104.

R.B.	OPIS TROŠKA	PREDVIĐENI IZNOS TROŠKA
1.	NAJAM DVORANE ZA DVA DANA	1.780,00
2.	NAJAM VIDEO ZIDA	1.362,50
3.	POKLONI ZA NATJECATELJICE (MAJICE I TORBE)	1.940,75
4.	MEDALJE, PEHARI	3.842,58
5.	SUDAČKI LISTIĆI, DIPLOME I PLAKATI	303,38
6.	LIVE STREEMING	1.000,00
7.	CATERING ZA SUCE I KOLAČI	245,00
8.	UREĐENJE DVORANE	237,40
11.	TROŠKOVI KORIŠTENJA SUSTAVA ZA PRIJAVE I REZULTATE (KSIŠ)	403,79
	UKUPNO	11.115,40
	OPIS PRIHODA	PREDVIĐENI IZNOS PRIHODA
1.	KOTIZACIJE	11.845,00
	UKUPNO	11.845,00
	PRIHODI - RASHODI	729,60

Tablica 1 Financijski plan Vindija Cup-a
Izvor: izrada autora

4.3.2. Logistika i operativni plan

Logistika i operativni plan događaja igraju ključnu ulogu u uspješnoj organizaciji sportskih turnira i osiguravaju besprijekoran tijek svih događanja. Ove komponente obuhvaćaju detaljno planiranje i koordinaciju kako bi se osigurala odgovarajuća infrastruktura, resursi i tehnička podrška za održavanje turnira na najvišoj razini. Planiranje prostora predstavlja temelj logistike događaja.

Prvi korak je odabir prikladne lokacije koja zadovoljava sve potrebe odabranog događaja, na primjeru Vindija Cup-a to je Arena Varaždin. Ona uključuje prostor za natjecanje, prostor za zagrijavanje, publiku, prostor za sudački sastanak, svlačionice, prostor za medicinsko osoblje i prostorije za volontere. Prostor za natjecanje mora biti

dovoljno velik da bi obuhvatio teren za natjecanje i teren za zagrijavanje, uz istovremeno osiguravanje nesmetanog pristupa i kretanja za sve sudionike. Za publiku je važno osigurati dovoljan broj sjedala, pristupne putove te mjesta za kupnju hrane i pića. Također, potrebno je uzeti u obzir sigurnosne aspekte poput evakuacijskih putova i sigurnosnih procedura.

Osiguravanje opreme i tehničke podrške je još jedan ključan segment operativnog plana. Na primjeru Vindija Cup-a oprema i tehnička podrška uključuje specijaliziranu sportsku opremu, audio-vizualnu opremu, računalne sustave za praćenje rezultata te video zid za praćenje natjecanja. Korištenje visokokvalitetne sportske opreme i tehnoloških rješenja osigurava točnost i profesionalnost događaja. Na istom primjeru specijalizirana sportska oprema uključuje tepih na kojem se odvija natjecanje, tepih na kojem se odvija zagrijavanje te rezervni rekviziti propisani od strane Međunarodne gimnastičke federacije, s druge strane KSIS¹⁷ je odabrani sustav za prijavu natjecateljica, trenera i sudaca. Pomoću istog se izrađuje startna lista, prikuplja glazba potrebna natjecateljicama za nastup te unose i obrađuju rezultati. Tehnička podrška na ovom primjeru uključuje instalaciju i održavanje zvučnih sustava, rasvjete te vizualnih prikaza poput velikih ekrana u prostoru za zagrijavanje korištenih za praćenje tijekom natjecanja od strane sudionica, te video zid postavljen u prostoru za natjecanje kako bi publici omogućio pravovremeno praćenje tijekom i rezultata natjecanja. Tehnička podrška za glazbu i rasvjetu ima važnu ulogu u stvaranju atmosfere i podršci svim aktivnostima tijekom turnira. Korištenje profesionalnih audio sustava za reprodukciju glazbe, najave i komentare te rasvjetnih rješenja za naglašavanje određenih dijelova prostora i stvaranje odgovarajuće atmosfere ključno je za uspjeh događaja. Osiguranje tehničke podrške uključuje postavljanje i testiranje opreme prije početka događaja kao i prisutnost tehničkog osoblja za rješavanje bilo kakvih problema koji se mogu pojaviti tijekom natjecanja. Koordinacija timova i sudionika ključna je za uspješno provođenje događaja. Ovo uključuje organiziranje timova za različite zadatke poput osoblja za tehničku podršku, sudaca, trenera, medicinskog osoblja, osoblja za sigurnost te volontera. Svaki tim mora imati jasno definirane zadatke i odgovornosti te raspored rada kako bi se osiguralo da svi aspekti događaja budu pokriveni. Koordinacija također podrazumijeva organizaciju sastanaka s ključnim članovima tima prije događaja

¹⁷ Web sustav za objavu natjecanja, prijavu sudionika te unos i obradu rezultata. <https://www.rgform.eu/menu.php>

kako bi se pregledali svi operativni detalji i riješili potencijalni problemi. Usluge prve pomoći i zdravstvene zaštite osiguravaju sigurnost sudionika i posjetitelja te pružaju brzu reakciju u slučaju nesreća ili medicinskih potreba. Uspješna logistika osigurava da događaj bude profesionalno organiziran, bez nepredviđenih problema, te pruža pozitivno iskustvo svim sudionicima i posjetiteljima.

4.3.3. Sigurnost i medicinska podrška

Osiguranje sigurnosti i medicinske podrške tijekom turnira od ključne su važnosti i zahtijevaju temeljito planiranje kako bi se osigurala dobrobit svih uključenih. Osiguravanje tih aspekata ne samo da doprinosi uspješnoj provedbi turnira, već i očuvanju pozitivnog dojma događaja i zadovoljstvu svih sudionika i posjetitelja.

Medicinska podrška tijekom turnira uključuje prisustvo profesionalnog medicinskog osoblja koje je spremno odgovoriti na sve medicinske potrebe i hitne situacije. Organizatori trebaju osigurati da na događaju budu prisutni kvalificirani medicinski radnici, uključujući liječnike i medicinske sestre s iskustvom u hitnim situacijama i sportskim ozljedama. Ti stručnjaci trebaju biti smješteni na lako dostupnim lokacijama, te trebaju biti opremljeni svim potrebnim medicinskim materijalima i opremom za pružanje hitne pomoći. Pravovremena reakcija u slučaju ozljeda ili nezgoda je presudna za minimiziranje ozbiljnosti situacije i osiguranje brze pomoći.

Organizatori također trebaju uspostaviti jasne protokole za hitne slučajeve, uključujući postupke za evakuaciju, transport ozlijeđenih osoba do bolnice ako je potrebno, i komunikaciju s obiteljima i osobljem.

Sigurnosne mjere isto tako su ključne za održavanje sigurnog okruženja za sve sudionike i posjetitelje. Organizatori trebaju implementirati sveobuhvatan sigurnosni plan koji uključuje različite aspekte sigurnosti, poput nadzora, kontrole pristupa, i mjera za prevenciju nesreća i incidenata. Ovo može uključivati angažiranje sigurnosnog osoblja koje će biti odgovorno za praćenje događaja, provođenje sigurnosnih provjera i upravljanje pristupom na područja događaja. Sigurnosno osoblje treba biti obučeno za upravljanje

kriznim situacijama i imati jasne upute o postupcima u slučaju evakuacije ili drugih hitnih situacija.

Prevenција neželjenih događaja također uključuje implementaciju sigurnosnih protokola za smanjenje rizika od nesreća i konflikata. Također, postavljanje jasnih pravila i smjernica za ponašanje sudionika i gledatelja može pomoći u očuvanju discipline i minimiziranju potencijalnih sukoba ili neprikladnog ponašanja.

Informiranje i edukacija sudionika i osoblja o sigurnosnim i medicinskim procedurama također igra važnu ulogu. Organizatori mogu pružiti informacije o sigurnosnim mjerama putem brošura, oznaka ili informativnih sastanaka prije početka turnira.

Kontrola i nadzor svih sigurnosnih i medicinskih aspekata mora biti kontinuirana tijekom cijelog događaja. Organizatori trebaju imati tim za nadzor koji će osigurati da svi protokoli budu provedeni u praksi, a sve eventualne prijetnje ili problemi odmah riješeni. Prioritizacija sigurnosti i zdravlja sudionika i posjetitelja omogućuje ne samo uspješno održavanje turnira, već i ostavljanje pozitivnog dojma koji može doprinijeti dugoročnoj uspješnosti i reputaciji događaja.

4.4. Promocija varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici

Marketinške strategije za promociju sportsko-turističkog događaja obuhvaćaju cijeli niz metoda i alata koji su presudni za privlačenje velikog broja sudionika i gledatelja. Organizatori moraju pažljivo osmisliti i usmjeriti strategije prema odabranoj publici, koristeći različite načine komunikacije kako bi se maksimizirala vidljivost i privlačnost događaja. Jedan od ključnih elemenata marketinške strategije današnjice je korištenje društvenih medija. Platforme poput *Facebooka*, *Instagrama*, *Twittera*, *Youtubea* i *TikToka* pružaju izvrsne prilike za stvaranje svijesti o događaju i uključivanje publike. Korištenje društvenih medija omogućuje stvaranje dinamičnih sadržaja, uključujući objave, priče, videozapise i prijenose uživo, koji mogu potaknuti interes i interakciju s potencijalnim posjetiteljima i sudionicima.

Oglašavanje putem različitih medija također igra ključnu ulogu u marketinškoj strategiji. To može podrazumijevati tradicionalne oblike oglašavanja poput televizijskih i

radijskih reklama, tiskanih medija i plakata. Oglašavanje se također mora uskladiti s ciljevima događanja i prilagoditi različitim segmentima publike kako bi se osigurala maksimalna učinkovitost. Partnerstvo sa značajnim brendovima i tvrtkama može donijeti financijsku podršku, ali i dodatnu promociju putem njihovih kanala komunikacije. Sponzori mogu pružiti resurse, materijalne doprinose i podršku u promociji, a zauzvrat dobivaju vidljivost i oglašavanje na događaju. Pravilno odabrani sponzori također mogu dodati vrijednost događaju i poboljšati njegov imidž. Pozicioniranje uključuje identifikaciju i isticanje jedinstvenih karakteristika događaja koje ga čine posebnim. To može uključivati posebne atrakcije, vrhunske sudionike, jedinstvenu lokaciju ili ekskluzivne sadržaje. Dodatno, potrebno je izraditi detaljan marketinški plan koji uključuje vremenski raspored aktivnosti, proračun za svaku marketinšku aktivnost i praćenje rezultata kampanje. Praćenje i analiza učinka marketinških aktivnosti omogućuju pravovremene prilagodbe strategije i optimizaciju resursa. Korištenje analitičkih alata za mjerenje uspjeha kampanje, kao što su metrike angažmana na društvenim medijima, broj prodanih ulaznica i posjećenost web stranica, pomaže u ocjeni učinkovitosti i donošenju odluka za buduće događaje. Konačno, uspješna marketinška strategija za sportsko-turistički događaj zahtijeva integrirani pristup koji kombinira različite kanale i metode kako bi se postigli ciljevi promocije. Pristup usmjeren na ciljanje publike, kreativno oglašavanje, efikasna suradnja s medijima i sponzorima, te precizno pozicioniranje događaja na tržištu ključni su za stvaranje značajnog utjecaja i osiguranje uspješne provedbe događaja.

4.4.1. Upotreba društvenih medija

Društvene mreže igraju ključnu ulogu u promociji sportsko-turističkih događaja, pružajući organizatorima moćan alat za direktnu komunikaciju s potencijalnim sudionicima i gledateljima. Korištenje platformi poput Facebooka, Instagrama, Tiktoka i YouTubea omogućava stvaranje dinamičnih i interaktivnih kampanja koje mogu značajno povećati vidljivost i privući pažnju široke publike.

Facebook, kao jedna od najpopularnijih društvenih mreža, nudi različite funkcionalnosti koje su korisne za promociju događaja. Gimnastički klub Vindija izrađuje službenu stranicu događaja koja omogućuju dijeljenje ključnih informacija poput datuma, vremena, lokacije i cijena ulaznica. Također, Facebook nudi mogućnosti organiziranja virtualnih događaja, kao što su Q&A sesije ili live streamovi, koji omogućuju izravnu interakciju s publikom i povećavaju angažman.

Instagram je izuzetno učinkovit za vizualnu promociju događaja. Korištenje fotografija, kratkih videozapisa i priča (*Stories*) omogućuje organizatorima da predstavljaju vizualne aspekte događaja, poput priprema, lokacije, sudionika i posebnih trenutaka. Na službenom profilu Gimnastičkog kluba Vindija objavljuju se slike i videozapisi priprema, odbrojavanje do događaja te sve osnovne informacije o događaju. Također, korištenje hashtagova povezano s događajem može pomoći u praćenju angažmana i olakšati korisnicima da pronađu sadržaj vezan uz događaj.

YouTube nudi mogućnost live streaminga što omogućuje praćenje događaja u stvarnom vremenu, što može povećati angažman i omogućiti korisnicima koji ne mogu prisustvovati događaju da ga prate online. Organizatori Vindija Cup-a omogućuju prijenos uživo na svom službenom Youtube profilu tijekom cijelog događaja.

Osim promotivnih sadržaja, društveni mediji omogućuju stvaranje zajednice oko događaja. Organizatori mogu koristiti ove platforme za poticanje interakcije među sudionicima i gledateljima, potičući ih da dijele svoje vlastite sadržaje, slike i komentare vezane uz događaj. Ovo ne samo da povećava angažman, već i stvara osjećaj zajedništva i pripadnosti među sudionicima i publikom, što može doprinijeti pozitivnom imidžu događaja.

Nastavno, društveni mediji također omogućuju prikupljanje povratnih informacija i praćenje reakcija publike. Organizatori mogu koristiti alate za analizu podataka kako bi pratili uspjeh svojih kampanja, razumjeli preferencije i reakcije svoje publike te prilagodili svoje strategije u stvarnom vremenu. Ovi podaci pomažu u optimizaciji marketinških aktivnosti i donošenju informiranih odluka za buduće događaje.

U konačnici, pravilna upotreba društvenih medija zahtijeva integrirani pristup koji uključuje kreiranje privlačnog sadržaja, redovito ažuriranje informacija, interakciju s publikom i praćenje učinkovitosti kampanja. Društveni mediji su neprocjenjiv alat u

modernom marketingu sportskih i turističkih događaja, omogućujući organizatorima da dosegnu širu publiku, izgrade zajednicu i stvore *buzz* oko svog događaja.

4.4.2. Oglašavanje

Oglašavanje i sponzorstva isto tako su ključni elementi marketinške strategije za promociju sportsko-turističkog događaja, igrajući važnu ulogu u povećanju vidljivosti i privlačenju publike. Spomenute strategije omogućuju organizatorima da učinkovito dijele informacije o događaju, privuku ciljanu publiku i osiguraju financijsku podršku potrebnu za uspješnu provedbu. Oglašavanje, u svom najširem smislu, uključuje korištenje različitih medija za širenje informacija o događaju. Plaćeni oglasi na televiziji, radiju, online portalima i u tiskovinama omogućuju organizatorima da dosegnu širu publiku i unaprijede prepoznatljivost događaja. Televizijski i radijski oglasi pružaju visoku razinu izloženosti, s mogućnošću dosezanja velikog broja gledatelja, dok online portali i tiskovine omogućuju ciljano oglašavanje koje može biti usmjereno prema specifičnim interesnim skupinama ili geografskoj lokaciji. Sponzorstva predstavljaju dodatni ključni aspekt promociji događaja. Kroz suradnju s korporativnim sponzorima, organizatori mogu osigurati dodatna financijska sredstva, resurse i materijalnu podršku. Sponzori, kako je i ranije spomenuto, dobivaju priliku za promociju svojih brendova i proizvoda kroz različite kanale, uključujući logotipe na promotivnim materijalima, prisutnost na događaju, te oglašavanje putem medija, vidljivo na slici 5. Sponzorski paketi mogu uključivati različite razine angažmana, od glavnih sponzora koji imaju visoku vidljivost, do manjih sponzora koji mogu pružiti specifične usluge ili proizvode. Glavni sponzor Gimnastičkog kluba Vindija pa samim time i Vindija Cup-a je Vindija d.d.. Spomenuta tvrtka pomaže u organizaciji osiguravanjem poklon paketa za natjecateljice, sokova za natjecateljice, suce i trenere itd. Ključno je razviti jasne i privlačne ponude za sponzore koje naglašavaju koristi i povrat ulaganja koje mogu očekivati. Partnerstva s lokalnim tvrtkama i institucijama također igraju značajnu ulogu u promociji događaja u zajednici. Lokalne tvrtke mogu pružiti podršku kroz sponzorstva, donacije ili suradnju u promociji. Ove tvrtke često imaju

uspostavljene kontakte i reputaciju unutar zajednice, što može pomoći u povećanju lokalnog interesa i prisutnosti na događaju. Također, suradnja s lokalnim institucijama poput turističkih zajednica, gradskih vlasti i kulturnih udruga može pridonijeti većoj prepoznatljivosti događaja i osigurati dodatnu podršku u organizaciji i promociji. Osim tradicionalnih oblika oglašavanja i sponzorstava, sveprisutnost digitalnih medija omogućuje nove mogućnosti za promociju. Ove metode omogućuju precizno ciljanje i praćenje rezultata kampanja, što omogućuje organizatorima da optimiziraju svoje marketinške aktivnosti i povećaju učinkovitost. Kako bi oglašavanje i sponzorstva bila što uspješnija, važno je integrirati ove aktivnosti u sve aspekte marketinške strategije. Konačno, praćenje i analiza učinka oglašivačkih i sponzorskih aktivnosti omogućuje organizatorima da procijene učinkovitost svojih marketinških strategija. Korištenje analitičkih alata za mjerenje doseg, angažmana i povratka na investiciju pomaže u donošenju informiranih odluka za buduće događaje i optimizaciji marketinških napora. Sve u svemu, oglašavanje i sponzorstva su ključne komponente uspješne promocije sportsko-turističkog događaja. Učinkovita kombinacija tradicionalnih i digitalnih marketinških metoda, uz potporu strateških sponzora i lokalnih partnera, može značajno doprinijeti uspjehu i prepoznatljivosti događaja.



Slika 6. Oglašavanje Vindije d.d. na Vindija Cup-u
Izvor: izrada autora

4.5. Evaluacija i unaprjeđenje događaja

Evaluacija varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici ključna je za utvrđivanje uspješnosti događaja i pruža važne informacije koje mogu značajno unaprijediti buduće organizacije. Ovaj proces omogućuje organizatorima da analiziraju sve aspekte turnira, identificiraju snage i slabosti te donesu odluke za poboljšanje. Proces evaluacije može se provesti kroz metode prikupljanja povratnih informacija od sudionika, posjetitelja i svih uključenih strana važan je dio evaluacije. Sudionici, uključujući natjecatelje, trenere i suce, mogu pružiti vrijedne informacije o svojem iskustvu, kvaliteti organizacije, tehničkoj izvedbi i logistici. Povratne informacije mogu se prikupiti putem anketa, intervjuja ili direktnih razgovora. Pitati ih o aspektima poput pravovremenosti, profesionalnosti osoblja, udobnosti smještaja, dostupnosti informacija i općeg dojma može pomoći u otkrivanju ključnih područja koja su dobro izvedena i onih koja zahtijevaju poboljšanje. Zadovoljstvo posjetitelja također je ključno za cjelokupnu evaluaciju. Posjetitelji mogu pružiti povratne informacije o iskustvu gledanja natjecanja, kvaliteti sadržaja, dostupnosti informacija, udobnosti sjedišta i općem ugođaju.

Konačno, kontinuirano praćenje i evaluacija su ključni za dugoročni uspjeh. Organizatori trebaju primiti povratne informacije i primijeniti lekcije naučene iz svakog događaja kako bi kontinuirano unaprijedili kvalitetu svojih turnira. Uključivanje svih ovih elemenata u evaluacijski proces omogućuje organizatorima da osiguraju visoke standarde i postižu stalno poboljšanje u organizaciji sportskih turnira.

4.5.1. Metode evaluacije događaja

Metode evaluacije događaja ključne su za temeljito razumijevanje njegovog uspjeha i područja koja zahtijevaju poboljšanje. Različite metode omogućuju organizatorima da prikupe sveobuhvatan skup informacija iz više izvora i perspektiva, što doprinosi sveobuhvatnoj analizi događaja. Evo detaljnijeg pregleda metoda koje se mogu koristiti.

Ankete su jedna od najčešće korištenih metoda evaluacije. Organizatori mogu kreirati strukturirane ankete koje se distribuiraju sudionicima, posjetiteljima, i drugim uključenim

stranama neposredno nakon završetka događaja. Ankete mogu sadržavati pitanja o različitim aspektima događaja, uključujući kvalitetu organizacije, udobnost, dostupnost informacija, i opće zadovoljstvo. Anketama se mogu prikupiti kvantitativni podaci putem skala ocjena, kao i kvalitativni podaci kroz otvorena pitanja koja omogućuju detaljnije komentare i sugestije. Da bi ankete bile učinkovite, važno je da budu kratke, jasne i fokusirane na ključne aspekte evaluacije.

Intervjuiranje sudionika i posjetitelja omogućava dublje razumijevanje njihovih iskustava i stavova. Kroz strukturirane ili polustrukturirane intervjuje, organizatori mogu dobiti detaljne povratne informacije o specifičnim aspektima događaja, kao što su organizacija, sadržaj, i ukupna atmosfera. Intervjui mogu biti provedeni osobno, telefonski ili putem video poziva, ovisno o dostupnosti i preferencijama sudionika. Ova metoda omogućuje organizatorima da postavljaju dodatna pitanja za razjašnjenje ili detaljnije istraže specifične komentare.

Analiza statističkih podataka o posjećenosti pruža kvantitativne informacije o broju sudionika i posjetitelja, te njihovom angažmanu. Ovi podaci mogu uključivati broj prodanih ulaznica, prisutnost na različitim segmentima događaja, i vrijeme provedeno na lokaciji. Analiza posjećenosti pomaže u razumijevanju koliko su bili uspješni marketinški naponi, kako se događaj uspoređuje s prethodnim izdanjima i koji su dijelovi događaja bili najpopularniji.

Prikupljanje povratnih informacija putem društvenih medija omogućuje organizatorima da analiziraju javne reakcije i komentare o događaju. Praćenje društvenih mreža poput Facebooka, Instagrama, Twittera i YouTubea može pružiti uvid u kako su ljudi doživjeli događaj, što su smatrali pozitivnim ili negativnim, i kako je događaj predstavljen u medijima. Analizom postova, komentara i recenzija, organizatori mogu identificirati trendove i obrasce u mišljenju publike.

Interna evaluacija među članovima organizacijskog tima ključna je za razumijevanje unutarnjih procesa i izazova koji su se pojavili tijekom organizacije i provedbe događaja. Ova evaluacija može uključivati sastanke tima, gdje članovi mogu otvoreno raspraviti što je funkcioniralo dobro, a što nije, te predložiti poboljšanja za buduće događaje. Povratne informacije od članova tima mogu otkriti organizacijske nesuglasice, probleme s koordinacijom ili nedostatke u pripremi, i omogućuju prilagodbu strategija i procesa za buduće projekte.

Analiza financijskih rezultata također je važna komponenta evaluacije. Ova analiza uključuje pregled svih troškova i prihoda povezanih s događajem, kao i usporedba s predviđenim budžetom. Identificiranje bilo kakvih odstupanja ili neplaniranih troškova pomaže u razumijevanju financijske održivosti događaja i u planiranju za buduće financijske aspekte.

Ocjena uspješnosti komunikacije i promocije uključuje pregled učinkovitosti marketinških i komunikacijskih strategija. Organizatori mogu analizirati kako su različiti kanali komunikacije doprinijeli privlačenju sudionika i posjetitelja, te kako su informacije o događaju došle do ciljne publike.

Povratne informacije o marketinškim materijalima, promociji i oglašavanju mogu pružiti uvid u uspješnost tih aktivnosti i pružiti smjernice za poboljšanje. Sve ove metode evaluacije omogućuju sveobuhvatnu analizu događaja, pomažući organizatorima da razumiju kako je događaj prošao, koje aspekte treba poboljšati i što je trebalo ostati nepromijenjeno.

Evaluacija nije samo alat za ocjenu uspjeha, već i ključno sredstvo za kontinuirano unapređenje i profesionalni razvoj organizatora, osiguravajući da svaki sljedeći događaj bude bolji i uspješniji. U sklopu metode evaluacije događaja, bitno je analizirati broj posjetitelja i njihovu zadovoljstvo organizacijom i provedbom turnira.

4.5.2. Primjeri poboljšanja događaja

Neki od primjera poboljšanja varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici mogu značajno unaprijediti cjelokupno iskustvo sudionika, posjetitelja i organizatora. Ovdje su detaljniji prijedlozi za poboljšanje različitih aspekata događaja.

Bolja promocija događaja putem ciljanih marketinških strategija može značajno povećati vidljivost i privući veći broj sudionika i posjetitelja. Organizatori mogu implementirati sofisticirane digitalne marketinške kampanje koje koriste alate poput Google AdWords i društvenih medija za ciljano oglašavanje. Upotrebom analize podataka o demografiji i interesima potencijalnih sudionika, promocija se može prilagoditi specifičnim skupinama koje su najvjerojatnije zainteresirane za događaj.

Uključivanje lokalnih i nacionalnih medija, te suradnja s *influencerima* u sportskoj i fitness zajednici također može poboljšati dosegnutost. Na primjeru Vindija Cup-a to bi bio Mario Mlinarić koji s Vindijom d.d. ima potpisan ugovor o suradnji. Razvijanje vizualno privlačnih promotivnih materijala, uključujući video najave, infografike i intervjue s poznatim sportašima, može dodatno povećati zanimanje za turnir.

Unapređenje logističkih rješenja za smještaj i prijevoz ključno je za udobnost i zadovoljstvo sudionika. Organizatori mogu surađivati s lokalnim hotelima i drugim smještajnim objektima. Gimnastički klub Vindija za svoje posljednje izdanje Vindija Cup-a surađivao je s Hotelom Turist i Hotelom Varaždin te sudionicima, trenerima i sucima osigurao povoljne tarife. Implementacija sustava za online rezervaciju i upravljanje smještajem može pojednostaviti proces i povećati učinkovitost.

Što se tiče prijevoza, organiziranje unaprijed dogovorenih transfera za sudionike između hotela i dvorane može eliminirati stres i neugodnosti. Uvođenje digitalnih karata za prijevoz i aplikacija za praćenje rasporeda putovanja može poboljšati koordinaciju i zadovoljstvo.

Poboljšanje sigurnosnih i medicinskih protokola doprinosi općoj sigurnosti i udobnosti svih uključenih. Organizatori mogu unaprijediti sigurnosne procedure implementacijom dodatnih sigurnosnih mjera, kao što su video nadzor i detaljnije kontrole na ulazu. Uvođenje sustava za praćenje sigurnosnih prijetnji i brze reakcije može pomoći u prevenciji i upravljanju incidentima.

Na medicinskoj strani, preporuča se suradnja s lokalnim zdravstvenim ustanovama za pružanje dodatne medicinske opreme i osoblja. Uvođenje sustava za brzu identifikaciju i praćenje medicinskih potreba sudionika može poboljšati efikasnost pružanja prve pomoći i liječenja.

Implementacija inovativnih tehnologija za praćenje posjećenosti i komunikaciju s sudionicima može značajno unaprijediti organizacijske procese i iskustvo korisnika. Korištenje tehnologije za analizu posjećenosti, kao što su senzori brojača ljudi i mobilne aplikacije za praćenje interakcija, može pružiti precizne podatke o broju posjetitelja i njihovom ponašanju.

Razvijanje mobilnih aplikacija za događaj koje omogućuju sudionicima i posjetiteljima pristup rasporedima, informacijama o natjecateljima, te mogućnost direktne komunikacije s organizatorima, može unaprijediti cjelokupno iskustvo. Integracija tehnologije za

praćenje zadovoljstva u realnom vremenu, kao što su kiosci za povratne informacije ili mobilne ankete, može pomoći organizatorima u pravovremenom rješavanju problema i poboljšanju usluge.

Uvođenje sustava za praćenje rezultata udionika također može dodati vrijednost događaju. Razvijanje aplikacija ili platformi koje omogućuju sudionicima da prate svoje rezultate, usporedbe s prošlim izvedbama i primaju personalizirane povratne informacije može poboljšati njihovo iskustvo i motivaciju.

Unapređenje komunikacijskih kanala između organizatora i svih uključenih strana također je važno. Korištenje centraliziranih komunikacijskih platformi za koordinaciju između organizacijskog tima, sudionika, sponzora i medija može pomoći u osiguravanju da svi budu na istoj strani i imaju pristup najnovijim informacijama.

Implementacija automatiziranih obavijesti i podsjetnika može pomoći u održavanju svih strana informiranima o ključnim događajima i promjenama. Sve ove mjere usmjerene su na unapređenje kvalitete turnira, povećanje zadovoljstva sudionika i posjetitelja, te osiguranje učinkovitijeg i profesionalnijeg vođenja događaja.

Kontinuirano analiziranje i primjena ovih poboljšanja može značajno doprinijeti uspjehu budućih izdanja varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici.

S druge strane prodaja suvenira i promotivnih materijala također može doprinijeti financiranju događaja. Suvenirni poput majica, šalica, postera ili drugih uspomena mogu ne samo generirati dodatne prihode, već i pružiti posjetiteljima priliku da sa sobom ponesu uspomenu na događaj. Efikasna strategija za prodaju suvenira uključuje izbor atraktivnih i kvalitetnih proizvoda, te njihovu dostupnost na prikladnim lokacijama tijekom događaja.

Zaključak

Zaključak ovog rada sintetizira ključne spoznaje o planiranju sportskog turističkog proizvoda, s posebnim osvrtom na organizaciju varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici. Kroz analizu uloga i utjecaja sporta u društvu, posebno u kontekstu dječjeg razvoja, prepoznata je važnost sporta kao alata za unaprjeđenje fizičkih, psihičkih i socijalnih sposobnosti pojedinca i grupe. Ritmička gimnastika, kao specifičan sport, nudi jedinstvene mogućnosti za razvoj djece, čime doprinosi ne samo njihovom individualnom napretku, već i širem društvenom razvoju.

Sportski turizam predstavlja značajan segment turističkog tržišta s velikim potencijalom za daljnji rast. Kroz kombinaciju sporta, putovanja i kulturnog iskustva, on pruža jedinstvene mogućnosti za destinacije da privuku turiste, razvijaju lokalne zajednice i poboljšaju svoj globalni imidž. S obzirom na sve veću popularnost sporta i zdravog načina života, očekuje se da će sportski turizam nastaviti igrati ključnu ulogu u globalnoj turističkoj industriji.

Varaždin, smješten u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske, poznat je po svojoj očuvanoj baroknoj arhitekturi i bogatoj kulturnoj baštini. Grad privlači posjetitelje brojnim manifestacijama, uključujući Varaždinske barokne večeri, koje su postale međunarodno priznate. U 2023. godini Varaždin je posjetilo oko 320.000 turista, što potvrđuje njegov rastući status kao popularne turističke destinacije. Uz povijesne znamenitosti, grad nudi i modernu ugostiteljsku ponudu, čime uspješno spaja prošlost i sadašnjost.

Analizirajući vezu između sporta i sportskog turizma, utvrđeno je da sportski događaji poput varaždinskog turnira u ritmičkoj gimnastici mogu značajno pridonijeti razvoju lokalnog turizma. Ovakvi događaji ne samo da privlače posjetitelje i sudionike iz različitih regija, već također doprinose stvaranju prepoznatljivog identiteta grada kao destinacije koja podržava i promovira sportske aktivnosti.

Planiranje i organizacija sportskog događaja zahtijeva pažljivu pripremu i koordinaciju svih ključnih elemenata, uključujući odabir lokacije, logističku podršku, promociju i financiranje. Varaždinski turnir u ritmičkoj gimnastici predstavlja dobar primjer kako se sportsko-turistički proizvod može uspješno realizirati kroz sustavno planiranje i suradnju različitih dionika, uključujući lokalnu zajednicu, sportske udruge i turističke organizacije.

Konačno, ovaj rad ukazuje na važnost daljnjeg razvoja sportskog turizma u Varaždinu, posebno kroz unapređenje ponude i organizacije sličnih događaja. Prepoznajući potencijal ritmičke gimnastike i sličnih sportova, grad može postati još atraktivnija destinacija za sportske entuzijaste i turiste, što će doprinijeti dugoročnom razvoju lokalne ekonomije i društva u cjelini.

Bibliografija

Knjige i članci:

1. Bartoluci, Mato. Ekonomika i menadžment sporta. Zagreb: Informator, 2003.
2. Bartoluci, M. et al., Turizam i sport: razvojni aspekti, Zagreb: Školska knjiga d.d., 2007.
3. Chersulich Tomino, A., Perić, M., & Wise, N. Assessing and considering the wider impacts of sport-tourism events: A research agenda review of sustainability and strategic planning elements. Sustainability., 2020.
4. Kristofić Ivan, Stolnik Stjepan, Remar Milan. Sokolstvo i gimnastika u Varaždinu 1877./78.-2008., Varaždin: Gimnastički klub Vindija Varaždin, 2009.
5. Stolnik Stjepan. Rosana 10 godina ritmike od 1982. do 1992. godine, Varaždin: Gimnastičko društvo „Vindija“ Varaždin, 1997.
6. Van Der Wagen, Lynn, i Brenda R. Carlos. Upravljanje događajima: za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja [Event Management]. Zagreb: Mate, 2008.

Internetski izvori:

1. Dravska park šuma, <https://priroda-vz.hr/podrucja/dravska-suma/>
2. Hrvatski gimnastički savez HGS. 2022-2024 *Pravilnik*. Zagreb: 2021. <https://hgs.hr/wp-content/uploads/2022/02/rg-pravilnik-2022-2024.-hrv.pdf> (pristupljeno 1. lipanj 2024.).
3. Hrvatski gimnastički savez HGS, općenito o ritmičkoj gimnastici <https://hgs.hr/opcenito-o-rg/> (pristupljeno 10.svibanj 2024.).
4. Izgled Varaždina kroz povijest <https://varazdin.hr/varazdin-kroz-povijest/> (pristupljeno 01.09.2024.)
5. KSIS, Web sustav za objavu natjecanja, prijavu sudionika te unos i obradu rezultata. <https://www.rgform.eu/menu.php>

6. O Špancirfestu,
<https://www.spancirfest.com/o-spancirfestu/> (pristupljeno 01.09.2024.)

7. Turizam u 2023., Državni zavod za statistiku
https://podaci.dzs.hr/media/pt0dpwn5/si-1731_turizam-u-2023.pdf
(pristupljeno 30.08.2024.)

Popis ilustracija

Slike

Slika 1. Individualna vježba ritmičke gimnastike.....	6
Slika 2 Grupna vježba ritmičke gimnastike.....	7
Slika 3 Pravilnik ritmičke gimnastike za ciklus 2022.-2024.	8
Slika 4. Prijedlog Vindija Cup-a u ranoj fazi paniranja.....	14
Slika 5 Preliminarna satnica Vindija Cup-a.....	15
Slika 6. Oglašavanje Vindije d.d. na Vindija Cup-u.....	25

Tablice

Tablica 1 Financijski plan Vindija Cup-a.....	18
---	----