

Karakteristike natjecateljskog sportskog turizma na primjeru lacrosse

Dvorski, Paola

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:191:874318>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-16**



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

PAOLA DVORSKI

**Karakteristike natjecateljskog sportskog turizma na primjeru
lacrosse**

**Characteristics of competitive sports tourism on the example of
lacrosse**

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 turizmu

**Karakteristike natjecateljskog sportskog turizma na primjeru
lacrosse**

**Characteristics of competitive sports tourism on the example of
lacrosse**

Završni rad

Kolegij: [Menadžment sporta u turizmu]

Student:

[Paola Dvorski]

Mentor: [Prof. dr. sc. Marko Perić]

Matični broj:

[0116166376]

Zabok, rujan 2024.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Paola Dvorski

0116166376

(ime i prezime studenta)

(matični broj studenta)

Karakteristike natjecateljskog sportskog turizma na primjeru lacrosse

(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, rujan 2024.

Potpis studenta

SAŽETAK

Sport i rekreacija su danas postali snažno povezani činitelji sportskog turizma te su kao takvi faktor izbora putovanja sportskih turista u sportski promoviranu destinaciju. Ovaj rad istražuje karakteristike natjecateljskog sportskog turizma s posebnim naglaskom na lacrosse kao primjer sporta koji značajno doprinosi razvoju turizma. Natjecateljski sportski turizam predstavlja važan segment turističke industrije, kombinirajući sportske događaje i turističke aktivnosti te stvarajući ekonomske, društvene i kulturne koristi za destinacije. U uvodnom dijelu rada definiran je sportski turizam te su prikazane njegove vrste i povijesni razvoj. Poseban naglasak stavljen je na natjecateljski sportski turizam, razmatrajući njegove specifičnosti i povijesne aspekte. Lacrosse, kao jedan od najstarijih timskih sportova s bogatom tradicijom, poslužio je kao studija slučaja za istraživanje utjecaja natjecateljskog sportskog turizma. Analizirani su povijest i pravila lacrossea te globalna popularnost i razvoj sporta. Posebno poglavlje posvećeno je utjecaju lacrossea na turističke destinacije, uključujući ekonomske, društvene i kulturne aspekte. Analizom međunarodnih turnira i natjecanja, prikazano je kako lacrosse doprinosi lokalnoj ekonomiji, promovira destinacije i potiče interakciju između lokalnog stanovništva i posjetitelja. U posljednja dva poglavlja razmatra se povijest i razvoj lacrossea u Hrvatskoj, aktivnosti i postignuća hrvatskih lacrosse timova, te analiziraju rezultati empirijskog istraživanja o njihovom doprinosu sportskom turizmu. Zaključak rada sumira glavne nalaze, naglašava važnost daljnjeg istraživanja i razvoja sportskog turizma kroz natjecateljske sportove poput lacrossea te daje preporuke za buduće aktivnosti i istraživanja.

Ključne riječi: *sportski turizam, natjecateljski sport, lacrosse, ekonomski utjecaj*

SADRŽAJ

<i>UVOD</i>	1
<i>1. UVOD U SPORTSKI TURIZAM</i>	3
<i>1.1. POVIJEST I RAZVOJ SPORTSKOG TURIZMA</i>	3
<i>1.2. VRSTE SPORTSKOG TURIZMA</i>	5
<i>1.3. NATJECATELJSKI SPORTSKI TURIZAM</i>	6
<i>2. LACROSSE KAO SPORT</i>	8
<i>2.1. POVIJEST LACROSSEA</i>	10
<i>2.2. PRAVILA I SPECIFIČNOSTI IGRANJA</i>	11
<i>2.3. GLOBALNA POPULARNOST</i>	11
<i>3. UTJECAJ LACROSSEA NA TURISTIČKE DESTINACIJE</i>	13
<i>3.1. EKONOMSKI UTJECAJ LACROSSE DOGAĐAJA</i>	13
<i>3.2. PROMOCIJA DESTINACIJE KROZ LACROSSE</i>	15
<i>3.3. PRIMJER TURISTIČKE DESTINACIJE KOJA TURIZAM ZASNIVA NA LACROSSU</i>	16
<i>4. LACROSSE U HRVATSKOJ</i>	18
<i>4.1. HRVATSKI LACROSSE TIMOVI I USPJESI</i>	18
<i>4.2. IZAZOVI, PRILIKE I BUDUĆNOST</i>	19
<i>5. PRAKTIČNI PRIMJER ANALIZA I DISKUSIJA</i>	23
<i>5.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA</i>	23
<i>5.2. REZULTATI ISTRAŽIVANJA</i>	24
<i>5.3. RASPRAVA O REZULTATIMA ISTRAŽIVANJA</i>	41
<i>ZAKLJUČAK</i>	43
<i>LITERATURA</i>	45
<i>POPIS GRAFIKONA</i>	46
<i>POPIS SLIKA</i>	46

UVOD

Sportski turizam predstavlja značajan i rastući segment turističke industrije, spajajući strast prema sportu s željom za putovanjima i novim iskustvima. U okviru ovog dinamičnog područja, natjecateljski sportski turizam zauzima posebno mjesto, privlačeći ne samo sportaše već i navijače, organizatore i medije. Ovaj rad fokusira se na specifičan aspekt natjecateljskog sportskog turizma, uzimajući lacrosse kao primjer sporta koji, iako manje globalno rasprostranjen od nekih tradicionalnih sportova, pokazuje značajan potencijal za razvoj turističke ponude. Ova vrsta turizma ima značajan utjecaj na destinacije, pružajući ekonomske beneficije kroz povećanu potrošnju na smještaj, ugostiteljstvo, prijevoz i ostale turističke usluge. Jedan od sportova koji sve više dobiva na popularnosti u kontekstu natjecateljskog sportskog turizma je lacrosse. Lacrosse je timski sport koji potječe od autohtonih naroda Sjeverne Amerike, a danas je rasprostranjen diljem svijeta. Organizacija velikih lacrosse turnira i natjecanja privlači brojne sudionike i gledatelje, stvarajući značajanturistički promet.

Predmet ovog završnog rada je istraživanje i analiza karakteristika natjecateljskog sportskog turizma na primjeru lacrossea. Lacrosse je dinamičan i sve popularniji sport koji privlači značajnu pažnju sportaša i ljubitelja sporta širom svijeta. U ovom radu će se istražiti kako sportaši planiraju svoja putovanja na natjecanja, koje su njihove preferencije u vezi s putovanjem i smještajem, te kakav je njihov doživljaj destinacija u kojima se natjecanja održavaju.

Lacrosse, sport bogat tradicijom i dinamikom, u posljednjih nekoliko desetljeća doživljava globalni rast popularnosti. Međutim, njegov utjecaj na sportski turizam i šire ekonomske aspekte destinacija koje organiziraju lacrosse turnire još uvijek nije dovoljno istražen. Stoga, ovaj rad ima za cilj istražiti i analizirati karakteristike natjecateljskog sportskog turizma na primjeru lacrosse-a, s posebnim naglaskom na specifičnosti lacrosse turnira kao turističkih događaja, ekonomski utjecaj lacrosse natjecanja na lokalne zajednice, profil i potrebe lacrosse turista-sportaša po pitanju putovanja, smještaja i turističkih aktivnosti, identifikacija ključnih karakteristika natjecateljskog sportskog turizma na primjeru lacrossea, analiziranje utjecaja natjecateljskog sportskog turizma na turističke destinacije te pružanje preporuke za unapređenje organizacije lacrosse natjecanja i turističke ponude destinacija.

Svrha rada je razumjeti kako natjecateljski sportski turizam može uvelike pridonijeti ekonomiji, infrastrukturi, te socijalnom i kulturnom životu turističkih destinacija te kako poboljšati iskustvo sportaša i drugih sudionika.

Struktura rada podijeljena je na šest međusobno povezanih cjelina. U uvodu je objašnjena problematika teme, prikazan je cilj i svrha istraživanja te znanstvene metode. U drugom dijelu prikazan je sportski turizam, njegove vrste, povijest te natjecateljski turizam. U trećem dijelu prikazan je konceptualni okvir lacrossea kao sporta, povijest te globalna popularnost. U četvrtom dijelu prikazan je utjecaj lacrossea na turizam, ekonomski utjecaj te promocija destinacije kroz sport. U petom dijelu prikazan je Lacrosse u Hrvatskoj, opis njegove specifičnosti, ponude, klubovi, njihovi uspjesi te izazovi i prilike. U šestom dijelu analiziran je praktični primjer i njegovi rezultati. U zaključku su date završne misli autorice o obrađenoj temi.

Za potrebe ovog rada korištena je kombinacija kvalitativnih i kvantitativnih istraživačkih metoda. Primarna metoda prikupljanja podataka bila je anketa među sudionicima lacrosse natjecanja, koja je uključivala pitanja o njihovim demografskim karakteristikama, iskustvu u sportu, navikama putovanja, te preferencijama u vezi smještaja i turističkih aktivnosti. Anketni upitnik je distribuiran online i prikupljeni su podaci od reprezentativnog uzorka sudionika.

1. UVOD U SPORTSKI TURIZAM

Sportski turizam je specifičan oblik turizma koji se odnosi na putovanja motivirana sudjelovanjem u sportskim aktivnostima ili prisustvovanjem sportskim događajima. Ovaj tip turizma uključuje širok raspon aktivnosti i može se podijeliti u nekoliko glavnih kategorija: aktivni sportski turizam, pasivni sportski turizam, naučni i održivi sportski turizam. (Bartoluci, Škorić, 2009.)

Može se reći kako je sportski turizam i specijalizirana grana turizma koja kombinira sportske aktivnosti i turistička putovanja. Turisti putuju izvan mjesta stalnog boravka radi sudjelovanja u sportovima kao što su skijanje, golf, trčanje, biciklizam, plivanje, ili prisustvovanja sportskim događajima kao što su nogometne utakmice, košarkaški turniri, maratoni i olimpijske igre. Može uključivati posjete sportskim školama, kampovima i akademijama, te edukativnim ustanovama povezanim sa sportom. „Sportski turisti“ su osobe koje se bave sportom iz rekreativnih razloga, gledatelji i putnici. (UNWTO, 2003.)

Sportski turizam je dinamičan i rastući segment turističke industrije koji kombinira strast za sportom s ljubavlju prema putovanjima. Bez obzira na to da li turisti putuju kako bi sudjelovali u sportu ili kako bi uživali u gledanju sportskih događaja, sportski turizam nudi brojne mogućnosti za osobni rast, rekreaciju i ekonomski razvoj destinacija.

1.1. POVIJEST I RAZVOJ SPORTSKOG TURIZMA

Povijest i razvoj sportskog turizma zanimljiv su i dinamičan proces koji obuhvaća nekoliko ključnih faza i prekretnica. Njegova povijest započinje već u Antičkoj Grčkoj i Rimu s Olimpijskim igrama 776. pr. Kr. kada je zabilježeni prvi sportski događaj koji je privlačio gledatelje iz različitih dijelova Grčke. Igre su održavane svakih četiri godine u Olimpiji, a gledatelji su putovali kako bi sudjelovali u svečanostima i sportskim natjecanjima. Zatim rimske gladijatorske igre održavane u velikim amfiteatrima poput Koloseuma. Ove igre privlačile su gledatelje iz cijelog Rimskog Carstva. U srednjem vijeku održavane su viteške igre i turniri koji su privlačili sudionike i gledatelje iz udaljenih krajeva.

U doba renesanse organizirani su sportovi kao što su mačevanje i jahanje postaju popularni među plemstvom. Industrijskom revolucijom u 18. i 19. stoljeću razvoj željezničkog prijevoza

omogućio je lakše putovanje na sportske događaje, što je značajno povećalo mobilnost gledatelja. (Barber, R. & Barker, J., 2015.)

Osnivanjem sportskih klubova započelo je formiranje sportskih klubova i liga, posebno u Velikoj Britaniji, doprinio je porastu interesa za sport. Prve moderne Olimpijske igre održane su u Ateni 1896. godine, ove igre označile su početak modernog olimpijskog pokreta i globalizaciju sporta. U 20. stoljeću dolazi do porasta broja međunarodnih sportskih natjecanja, uključujući Svjetska prvenstva, Wimbledon i Tour de France. (Bartoluci, Škorić, 2009.)

Razvojem auto industrije dolazi do povećanja broja automobilskih utrka i putovanja na takve događaje. Uz porast ekonomskog blagostanja nakon Drugog svjetskog rata, sve više ljudi može priuštiti putovanja na sportske događaje. Emitiranje sportskih događaja uživo popularizira sportske događaje i potiče ljude da putuju kako bi ih vidjeli uživo. Počinju se razvijati turističke agencije specijalizirane za sportski turizam, nudeći aranžmane za putovanja na velika sportska natjecanja.

U 21. stoljeću sport postaje globalni fenomen, a veliki sportski događaji poput Olimpijskih igara i Svjetskog nogometnog prvenstva privlače gledatelje iz cijelog svijeta. Razvoj interneta i društvenih mreža omogućava lakšu promociju sportskih događaja i organizaciju putovanja. U sadašnje vrijeme javlja se sve veća svijest o održivosti koja dovodi do razvoja ekološki prihvatljivih sportskih aktivnosti i aranžmana. Korištenje tehnologija poput virtualne stvarnosti i aplikacija za putovanja olakšava planiranje i sudjelovanje u sportskom turizmu. Sportski turizam se razvijao kroz povijest u skladu s društvenim, tehnološkim i ekonomskim promjenama. (Miller et al., 2001.)

Od antičkih vremena do današnjih dana, sportski događaji nastavljaju privlačiti turiste širom svijeta, nudeći im jedinstvena iskustva i doprinosi ekonomskom razvoju destinacija. Razvoj transporta, medija i tehnologije igra ključnu ulogu u širenju i popularizaciji sportskog turizma, dok suvremeni trendovi naglašavaju važnost održivosti i ekološke odgovornosti

1.2. VRSTE SPORTSKOG TURIZMA

Sportski turizam obuhvaća različite vrste aktivnosti i motivacije, a može se klasificirati na nekoliko glavnih. Aktivni sportski turizam uključuje turiste koji putuju kako bi aktivno sudjelovali u sportskim aktivnostima. Primjer aktivnog sportskog turizma su planinarenje i trekking odnosno posjete planinskim područjima radi hodanja i istraživanja prirode, biciklizam odnosno turističke ture na biciklima, često kroz slikovite krajolike ili planinske staze. Skijanje i snowboarding, putovanja u skijaške centre i planinske destinacije radi zimskih sportova, golf odnosno posjete golf terenima i igranje golfa u različitim dijelovima svijeta. Vodeni sportovi: surfanje, ronjenje, jedrenje i kajakarenje na popularnim vodnim destinacijama te trčanje maratona odnosno putovanja radi sudjelovanja u maratonima i drugim trkačkim natjecanjima. (Gibson, 1998.)

S druge strane je pasivni sportski turizam. Ova vrsta sportskog turizma uključuje turiste koji putuju kako bi prisustvovali sportskim događajima kao gledatelji. Primjeri uključuju gledanje velikih sportskih događaja, prisustvovanje događajima poput Olimpijskih igara, Svjetskog prvenstva u nogometu, Formule 1, teniskih turnira poput Wimbledonu i drugih velikih natjecanja. Podrška timovima i sportašima, putovanja kako bi se podržali omiljeni timovi ili sportaši na natjecanjima. Sportski festivali i priredbe, prisustvovanje specijaliziranim sportskim festivalima, sajmovima i priredbama. Ova vrsta turizma fokusirana je na edukaciju i istraživanje sporta. Obuhvaća posjete muzejima posvećenim sportu i sportskim legendama, putovanja radi sudjelovanja na stručnim konferencijama, seminarima i radionicama o sportskim temama. Također uključuje sudjelovanje u sportskim kampovima, školama i akademijama radi poboljšanja vještina i učenja novih sportova. (Radicchi, 2013.)

Održivi sportski turizam naglašava ekološki prihvatljive sportske aktivnosti koje podržavaju očuvanje prirode i lokalnih kultura. Održivi turizam uključuje eko-turizam te sudjelovanje u sportovima na otvorenom poput kajakarenja, planinarenja ili biciklizma u zaštićenim prirodnim područjima. (Čep, 2020; Čep i Krajinović, 2021) Volonterski sportski turizam-putovanja radi sudjelovanja u sportskim aktivnostima koje imaju pozitivan utjecaj na lokalne zajednice i okoliš, poput izgradnje sportskih objekata ili organizacije sportskih događaja za "lokalce". Rekreativni sportski turizam je vrsta sportskog turizma uključuje putovanja radi opuštanja i zabave kroz sportske aktivnosti. Uključuje ljetovališta i sportske resorte u kojima je moguć posjet resortima koji nude razne sportske aktivnosti poput tenisa, plivanja, joga i fitnessa. Sportska krstarenja koja uključuju sportske aktivnosti i programe na brodu, kao što su

trčanje, fitnes i vodeni sportovi. Tematski sportski parkovi koji podrazumijevaju posjete parkovima koji nude sportske atrakcije i aktivnosti za cijelu obitelj.

Sportski turizam je raznolik i obuhvaća mnoge različite aktivnosti koje privlače turiste različitih interesa i preferencija. Bez obzira na to da li se radi o aktivnom sudjelovanju u sportu, prisustvovanju sportskim događajima, edukaciji o sportu ili održivim i rekreativnim sportskim aktivnostima, sportski turizam pruža bogate i raznovrsne mogućnosti za putovanja i iskustva turista.

1.3. NATJECATELJSKI SPORTSKI TURIZAM

Natjecateljski sportski turizam specifičan je oblik sportskog turizma koji uključuje sva „putovanja motivirana sudjelovanjem u sportskim natjecanjima, od domaćih do međunarodnih“. (Bartoluci, M., 2003:71). Jedan je od najstarijih motiva putovanja. Ovaj oblik turizma ima značajan utjecaj na globalnoj razini, a može se okarakterizirati nekoliko aspekata. Sudjelovanje u natjecanjima koja mogu biti amaterska gdje sportaši putuju na lokalna, regionalna, nacionalna i međunarodna natjecanja u raznim sportovima kao što su atletika, plivanje, gimnastika, timski sportovi i mnogi drugi. Sudjelovanje u profesionalnim natjecanjima gdje sportaši sudjeluju u natjecanjima visokog profila, uključujući lige, turnire i prvenstva u sportovima poput nogometa, košarke, tenisa, golfa, motosporta i drugih.

Još jedan aspekt s kojega ga možemo promatrati je organizacija događaja kao što su velika natjecanja poput Olimpijskih igara i svjetskih prvenstava te specijalizirana natjecanja kao što su maratoni, triatloni, biciklističke utrke, e-sport natjecanja i druge sportske discipline. Važni aspekti su još i logistika putovanja, ekonomski utjecaj na destinaciju, kultura i društveni aspekt. Primjeri natjecateljskog sportskog turizma su Olimpijske igre koje okupljaju tisuće sportaša iz cijelog svijeta, koji se natječu u širokom spektru sportova. Igre privlače milijune gledatelja i turiste iz cijelog svijeta, maratoni i utrke od kojih su najpoznatiji Bostonski maraton, Londonski

maraton, New York City maraton³. Svjetska prvenstva i kontinentalna natjecanja poput FIFA Svjetsko prvenstvo, UEFA Europsko prvenstvo. Ovi nogometni turniri privlače veliki broj gledatelja i navijača, potičući međunarodna putovanja i turističku potrošnju.

Natjecateljski sportski turizam igra ključnu ulogu u globalnoj turističkoj i sportskoj industriji. Omogućava sportašima da se natječu na međunarodnoj razini, pruža ekonomske i društvene koristi destinacijama domaćinima, te obogaćuje kulturnu razmjenu i međunarodnu suradnju. Razvoj infrastrukture, povećanje ekonomske aktivnosti i poticanje zdravog načina života samo su neke od pozitivnih posljedica ovog oblika turizma.

2. LACROSSE KAO SPORT

Lacrosse je timski sport koji se igra s palicom s mrežom (lakros palica) i malom gumenom lopticom. Cilj igre je postići više golova od protivničkog tima ubacujući lopticu u protivnički gol koristeći lakros palicu. Postoji nekoliko varijacija lacrossea, uključujući poljski lacrosse (field lacrosse), dvoranski lacrosse (box lacrosse) i ženski lacrosse, svaka sa svojim specifičnostima i pravilima. Lacrosse se igra na otvorenom ili u zatvorenim dvoranama, ovisno o varijaciji igre. Igrači nose zaštitnu opremu koja može uključivati kacige, rukavice, štitnike za ramena, laktove i koljena, posebno u muškoj verziji igre.



Slika 1: Razlike muške i ženske opreme

Muška oprema je puno složenija i obuhvaća više štitnika i zaštite zbog grublje igre, dok se u ženskoj igri ne koristi kaciga već zaštitne naočale.

PLAYER



Helmet: All helmets must be CSA approved for ice hockey or NOCSAE approved. The helmet must have a chin strap which must be properly secured on both sides and cannot be altered from the manufactured form.

Facemask: Cannot allow the head of the stick or ball to make contact with the face. The mask must be CSA approved for ice hockey or NOCSAE approved and must be approved for helmet model that is mounted on.

Mouth Guard: Mandatory.

Shoulder Pads: One piece pad made of flexible, high density impact foam pad with poly-plastic shoulder caps. When properly fitted offers protection for upper body and shoulders.

Arm & Elbow Guards: Light weight hard plastic or high density impact foam that offers protection for the whole arm, while allowing full range of motion of the arm at the elbow.

Lacrosse Gloves: High density impact foam and leather or nylon offer protection and flexibility. New contour cuff systems allow full range of motion at the wrist for maximum protection and mobility. Gloves cannot be altered from the original manufacturer's design (ie palms cannot be cut out).

Lacrosse Stick: Plastic head with aluminum, carbon graphite or titanium enhanced alloy shafts of various shapes and textures. The stick cannot be strung to with-hold the ball from play. Only one stop allowed.

Lacrosse Stick Width:

Standard stick width specifications are 4.5" to 8" inside measurement at the widest point.

Lacrosse Stick Length:

- Pee Wee and under (12 years and under) — 34" to 46"
- Bantam and up (13 years +) — 40" to 46"
- Federation of International Lacrosse (FIL) — 40" to 46"

Rib & Back Pads: A one piece light weight plastic and high density impact foam pad which offers protection for the rib and back area.

Lacrosse Shoes: Suitable indoor shoes. Durable synthetic leather upper that won't wear out. Responsive flat rubber outsole that is built for play on flat surfaces such as astro turf, concrete & other hard surfaces. This outsole was created specifically for the Box Game.

Athletic Support & Cup.

Slika 2: Specifikacija muške opreme

Oprema se sastoji od kacige s ugrađenom maskom za lice, zaštite za usta, štitnika na ramenima, rukama i laktovima, rebrima i leđima, lacrosse palica koja dužinom varira ovisno o godina igrača, tenisica.



Slika 3: Igračica lacrossa u opremi

2.1. POVIJEST LACROSSEA

Lacrosse je izvorno igrao među autohtonim narodima Sjeverne Amerike, posebno među Irokezima, Huronima i drugim plemenima. Igra je imala kulturni i religijski značaj. Izvorni naziv za igru među Irokezima je "dehuntshigwa'es," što znači "onaj koji udara okrugli predmet." Francuski misionari u 17. stoljeću nazvali su igru "la crosse" zbog sličnosti palice s biskupskom križom. Tijekom 19. stoljeća, Europljani su počeli igrati lacrosse, a sport se proširio iz Kanade u Sjedinjene Američke Države i dalje. Kanadski nacionalni sport postao je 1859. godine, a prva službena pravila igre objavljena su 1867. godine. Međunarodna federacija lacrossa (World Lacrosse) osnovana je kako bi upravljala sportom na globalnoj razini. Najpoznatiji, ujedno i u jednom periodu zaštitno lice lacrossa bio je Paul Rabil. Trenutni je predsjednik Premier lacrosse lige. Profesionalno se bavio lacrossom od 2008. do 2022. godine. (HOO)



Slika 4: Paul Rabil u momčadi Boston Cannons

2.2. PRAVILA I SPECIFIČNOSTI IGRANJA

Timovi se sastoje od 10 igrača u poljskom lacrosseu (3 napadača, 3 vezna igrača, 3 obrambena igrača i golman) i 6 igrača u dvoranskom lacrosseu. Poljski lacrosse se igra na terenu veličine nogometnog igrališta, dok se dvoranski lacrosse igra na manjem, zatvorenom terenu. Poljski lacrosse utakmice obično traju 60 minuta, podijeljene u četiri četvrtine po 15 minuta. Dvoranski lacrosse utakmice obično traju 60 minuta, podijeljene u tri trećine po 20 minuta. Lopta je mala i gumena, dok je palica (lakros palica) duga s mrežom na kraju za hvatanje i bacanje lopte.

Cilj igre je postići gol ubacujući loptu u protivnički gol, koji je visok 1,83 metra i širok 1,83 metra. Kontakt je dopušten, ali postoje pravila koja reguliraju sigurno igranje, uključujući zabrane opasnih udaraca i blokada. Ženski lacrosse ima drugačija pravila koja ograničavaju kontakt, a oprema je manje zaštitna.

2.3. GLOBALNA POPULARNOST

Lacrosse je najpopularniji u Kanadi i Sjedinjenim Američkim Državama, gdje se igra na razini srednjih škola, sveučilišta i profesionalnih liga.

Širi se globalno, s federacijama i natjecanjima u Europi, Australiji, Aziji i Južnoj Americi. Međunarodna federacija lacrossa organizira svjetska prvenstva za muškarce i žene, kao i za

mlade, koja privlače timove iz cijelog svijeta. Lacrosse je bio olimpijski sport na igrama 1904. i 1908., a postoje napori za njegov povratak na Olimpijske igre. Rastuća popularnost sporta podupire se povećanim medijskim praćenjem, prijenosima utakmica i prisutnošću na društvenim mrežama. Lacrosse je dinamičan i uzbudljiv sport koji nastavlja rasti u popularnosti širom svijeta, privlačeći sve veći broj sportaša i navijača.

Lacrosse, iako tradicionalno najpopularniji u Sjevernoj Americi, bilježi značajan porast popularnosti diljem svijeta. Popularnost lacrossea može se detaljnije pregledati kroz dijelove svijeta. U Sjevernoj Americi lacrosse je najrazvijeniji, s profesionalnim ligama kao što su Major League Lacrosse (MLL) i Premier Lacrosse League (PLL). Postoje i snažni sveučilišni programi, posebno u NCAA ligi, gdje je sport vrlo popularan među studentima.

U Kanadi postoji duga tradicija lacrossea, s box lacrosseom kao popularnom varijantom. Nacionalna Lacrosse Liga (NLL) privlači veliku pozornost, a Kanada redovito sudjeluje i postiže uspjehe na međunarodnim natjecanjima. U Europi lacrosse je relativno popularan, ponajviše među školama i sveučilištima. Njemačka ima rastuću lacrosse zajednicu s nacionalnom ligom i aktivnim sudjelovanjem na europskim natjecanjima. Češka je domaćin prestižnog turnira, „Aleš Hřebeský Memorial“, koji privlači timove iz cijelog svijeta. Japan je vodeća zemlja za lacrosse u Aziji, s velikim brojem igrača na sveučilištima i nacionalnim ligama. Kina ulaže u razvoj lacrossea s ciljem povećanja broja igrača i sudjelovanja na međunarodnim natjecanjima. Južna Afrika vodi razvoj lacrossea na kontinentu, s nekoliko klubova i sudjelovanjem na međunarodnim turnirima.

Kako bi razvoj sporta bio moguć te se promovirala njegova popularnost javile su se međunarodne inicijative odnosno World Lacrosse- krovna organizacija koja promovira sport na globalnoj razini, organizira svjetska prvenstva i radi na uključivanju lacrossea u Olimpijske igre. Coaching Clinics i Edukacija- programi za trenere i edukacijski seminari pomažu u razvoju vještina i širenju sporta u novim zemljama. Međunarodna natjecanja- svjetska prvenstva, europska prvenstva i regionalni turniri igraju ključnu ulogu u povećanju popularnosti i kvalitete lacrossea širom svijeta. (World Lacrosse)

Globalna popularnost lacrossea raste zahvaljujući naporima nacionalnih i međunarodnih organizacija, sve većem broju natjecanja i povećanju broja igrača u različitim dijelovima svijeta. Sport se razvija i u zemljama gdje je do nedavno bio malo poznat, čime se širi njegov doseg i utjecaj na međunarodnoj sceni.

3. UTJECAJ LACROSSEA NA TURISTIČKE DESTINACIJE

Lacrosse je dinamičan i uzbudljiv sport koji nastavlja rasti u popularnosti širom svijeta, privlačeći sve veći broj sportaša i navijača. Pregled ekonomskog utjecaja lacrosse natjecanja na lokalne zajednice, pokrivajući direktne i indirektne učinke, dugoročne koristi, izazove u mjerenju utjecaja pruža mogućnost postavljanja strategija za maksimiziranje ekonomskih koristi.

3.1. EKONOMSKI UTJECAJ LACROSSE DOGAĐAJA

“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;277)

Lacrosse, jedan od najbrže rastućih sportova u svijetu, ne donosi samo uzbuđenje i natjecateljski duh, već i značajne ekonomske koristi destinacijama koje ga prihvataju i promoviraju. Organizacija lacrosse turnira i događanja može imati dubok i trajan utjecaj na lokalno gospodarstvo, stimulirajući razne sektore i potičući dugoročni razvoj.

Kada gradovi ili regije postanu domaćini velikih lacrosse događanja, kao što su nacionalna prvenstva ili međunarodni turniri, dolazi do priljeva posjetitelja, uključujući igrače, trenere, obitelji i obožavatelje. Ovi posjetitelji ne troše novac samo na ulaznice za utakmice, već i na smještaj, prehranu, prijevoz i razne druge usluge. Hoteli, restorani, trgovine i turističke atrakcije bilježe povećan promet, što direktno doprinosi lokalnom gospodarstvu. Na primjer, hotelijeri mogu očekivati visoke stope popunjenosti soba, dok restorani mogu vidjeti porast rezervacija i prometa tijekom trajanja turnira.

Osim neposrednog ekonomskog učinka, lacrosse događanja mogu imati i dugoročne koristi. Povećana vidljivost destinacije kroz medijsku pokrivenost može privući buduće turiste, koji su inspirirani posjetiti mjesto koje su vidjeli u prijenosima utakmica ili kroz društvene medije. Također, uspješno održavanje velikih sportskih događaja može poboljšati reputaciju destinacije kao pouzdanog i atraktivnog mjesta za organizaciju drugih događanja, sportskih i nesportskih.

Ovo može dovesti do daljnjih investicija i razvojnih projekata, kao što su poboljšanja sportske infrastrukture ili proširenje smještajnih kapaciteta.

Lokalne vlasti i poduzetnici često prepoznaju ove potencijale i aktivno sudjeluju u pripremama i organizaciji lacrosse događanja. Investiranje u sportske objekte, marketinške kampanje i logističku podršku može se pokazati kao isplativa strategija za dugoročni rast i prosperitet. Povećana aktivnost može generirati nova radna mjesta, kako privremena, tijekom događanja, tako i stalna, u sektorima koji podržavaju sportski turizam.

Štoviše, lacrosse može doprinijeti socijalnoj koheziji i ponosu zajednice. Lokalno stanovništvo može uživati u vrhunskim sportskim događanjima, dok lokalni mladi sportaši mogu biti inspirirani i motivirani baviti se sportom. Ovo može dovesti do poboljšanja zdravlja i dobrobiti zajednice, što ima dodatne ekonomske i socijalne koristi.

Lacrosse donosi značajne ekonomske koristi destinacijama koje ga prihvaćaju. Odneposrednog povećanja prihoda kroz turističku potrošnju do dugoročnog poboljšanja imidža i infrastrukture, ovaj sport može biti moćan alat za ekonomski razvoj. Organizacija lacrosse događanja predstavlja priliku za lokalne zajednice da se pozicioniraju kao atraktivne destinacije, potičući rast i prosperitet kroz sport. Javlja se potencijal za privlačenje drugih sportskih događanja, a novac potrošen tijekom turnira cirkulira kroz lokalnu ekonomiju.

Studije slučaja provedene na temu ekonomskog utjecaja određenih lacrosse događaja su World Lacrosse Championship 2018 u Netanyi, Izrael u kojoj je procijenjeni ekonomski učinak iznosio nekoliko milijuna dolara te je zabilježeno povećanje popunjenosti hotela za 20-30% tijekom turnira i NCAA Lacrosse Championships u raznim gradovima SAD-a u kojoj je dokazano da godišnji ekonomski učinak često premašuje 10 milijuna dolara.

Izazovi na koje se nailazi pri mjerenju ekonomskog utjecaja su potreba za preciznim prikupljanjem podataka o potrošnji, razlikovanje potrošnje vezane za turnir od uobičajene turističke potrošnje te procjena dugoročnih koristi naspram kratkoročnih troškova. (The times of Israel, Israel lacrosse, World lacrosse)

3.2. PROMOCIJA DESTINACIJE KROZ LACROSSE

Promocija destinacije kroz lacrosse događanja predstavlja strateški pristup koji može značajno povećati vidljivost i atraktivnost mjesta na globalnoj sceni. Ovaj proces uključuje pažljivo planiranje i koordinaciju između organizatora događanja, lokalnih vlasti i turističkih organizacija, kako bi se iskoristile sve mogućnosti koje lacrosse može ponuditi.

Kada destinacija postane domaćin velikog lacrosse turnira ili natjecanja, medijska pokrivenost igra ključnu ulogu u promociji. Utakmice se često prenose uživo na televiziji i putem internetskih platformi, dosežući milijune gledatelja širom svijeta. Tijekom prijenosa, komentatori i reklame često ističu značajke destinacije, poput kulturnih znamenitosti, prirodnih ljepota i lokalne gastronomije. Ova vrsta izloženosti može privući pažnju potencijalnih turista koji traže nova i uzbudljiva mjesta za posjetiti.

Društveni mediji također igraju značajnu ulogu u promociji destinacije kroz lacrosse. Organizatori događanja, igrači i posjetitelji često dijele svoje iskustvo putem platformi kao što su Instagram, Twitter i Facebook. Fotografije i videozapisi s događaja, zajedno s pozitivnim komentarima i recenzijama, mogu brzo proširiti svijest o destinaciji među širokom publikom. Upotreba hashtagova povezanih s lacrosse događanjem i destinacijom može dodatno povećati doseg i angažman.

Lokalne turističke organizacije i vlasti često koriste lacrosse događanja kao priliku za marketinške kampanje. One mogu uključivati promotivne materijale, posebne turističke ponude i pakete, kao i suradnju s turističkim agencijama. Na primjer, posjetitelji turnira mogu dobiti posebne popuste na smještaj, ulaznice za lokalne atrakcije ili organizirane ture koje im omogućuju da bolje upoznaju destinaciju. Ove inicijative potiču posjetitelje da ostanu duže i istraže područje izvan sportskog događanja.

Pored medijske pokrivenosti i društvenih medija, događaji se često koriste i za izravnu interakciju s potencijalnim turistima. Na primjer, turistički štandovi i informativni centri mogu

biti postavljeni na lokaciji događanja, pružajući informacije o turističkim mogućnostima, lokalnoj kulturi i aktivnostima. Također, organizacija dodatnih događanja poput kulturnih manifestacija, sajмова hrane i izložbi može dodatno obogatiti iskustvo posjetitelja, čime se stvara pozitivan dojam o destinaciji.

Suradnja s lacrosse organizacijama i udrugama može dodatno unaprijediti promociju destinacije. Sponzorstva i partnerstva s poznatim lacrosse timovima ili igračima mogu privući dodatnu pažnju i stvoriti osjećaj prestiža. Također, uključivanje lokalne zajednice kroz volonterske programe i angažman lokalnih poduzeća može stvoriti osjećaj zajedništva i ponosa, što se pozitivno odražava na imidž destinacije.

U konačnici, promocija destinacije kroz lacrosse nije samo o privlačenju posjetitelja za vrijeme događanja, već o stvaranju trajnog pozitivnog dojma i poticanju ponovnih posjeta. Pažljivo isplanirane marketinške strategije, iskorištavanje medijske pokrivenosti i aktivno angažiranje zajednice zajedno doprinose uspjehu destinacije kao poželjne turističke lokacije. Lacrosse tako postaje više od sporta; postaje alat za ekonomski razvoj i globalnu promociju destinacije.

Promocija destinacije kroz lacrosse događaje i natjecanja može biti izuzetno učinkovita strategija za privlačenje turista i jačanje lokalne ekonomije.

3.3. PRIMJER TURISTIČKE DESTINACIJE KOJA TURIZAM ZASNIVA NA LACROSSU

Primjer destinacije koja temelji svoj turizam na lacrosseu je grad Lake Placid u saveznoj državi New York, SAD. Lake Placid je poznat kao domaćin brojnih lacrosse turnira i kampova, što ga čini popularnim odredištem za ljubitelje ovog sporta. Svake godine privlači tisuće igrača, trenera i obožavatelja lacrossea kroz događaje poput Lake Placid Summit Lacrosse Classic, jednog od najprestižnijih amaterskih lacrosse turnira u Sjedinjenim Američkim Državama. Ovaj turnir okuplja timove iz cijelog svijeta, uključujući igrače svih dobnih skupina i razina vještina, što pridonosi širenju popularnosti sporta i privlačenju velikog broja posjetitelja u grad.

Tijekom trajanja turnira, hoteli, restorani i trgovine u Lake Placidu bilježe značajan porast prometa. Posjetitelji uživaju u lokalnoj gastronomiji, obilaze turističke atrakcije poput Olimpijskog muzeja i sudjeluju u raznim rekreativnim aktivnostima, što dodatno doprinosi lokalnoj ekonomiji.

Destinacija također nudi brojne lacrosse kampove i klinike tijekom ljetnih mjeseci. Ovi programi privlače mlade sportaše i njihove obitelji, koji često borave u gradu tijekom cijelog trajanja kampova. To dodatno povećava potrošnju na smještaj, prehranu i slobodne aktivnosti, stvarajući pozitivan ekonomski učinak na zajednicu. Uz lacrosse, Lake Placid je poznat i po svojoj prirodnoj ljepoti i mogućnostima za vanjske aktivnosti poput planinarenja, biciklizma i vodenih sportova. Kombinacija sportskih događanja i prirodnih atrakcija čini Lake Placid atraktivnim odredištem za turiste tijekom cijele godine. Odličan je primjer jer kroz organizaciju visokoprofilnih lacrosse događanja i razvoj infrastrukture za sportaše i posjetitelje, Lake Placid je uspješno integrirao lacrosse u svoju turističku ponudu, stvarajući time održiv model sportskog turizma koji koristi lokalnoj zajednici i pridonosi dugoročnom razvoju destinacije.



Slika 5: Početna stranica Lake Placid susreta

4. LACROSSE U HRVATSKOJ

Hrvatski lacrosse timovi bilježe značajan napredak i uspjehe unatoč tome što je sport relativno nov u zemlji. Lacrosse je u Hrvatskoj počeo privlačiti pažnju početkom 2000-ih godina, a od tada su entuzijasti i sportaši radili na popularizaciji i razvoju ovog dinamičnog sporta.

4.1. HRVATSKI LACROSSE TIMOVI I USPJESI

Jedan od prvih klubova osnovanih u Hrvatskoj bio je Zagreb Bulldogs, koji je ubrzo postao središte lacrosse aktivnosti u glavnom gradu. Klub je privukao brojne mlade sportaše i entuzijaste koji su se željeli okušati u ovom brzom i uzbudljivom sportu. Zahvaljujući naporima trenera i igrača, Zagreb Bulldogs su brzo napredovali i počeli sudjelovati na međunarodnim turnirima.

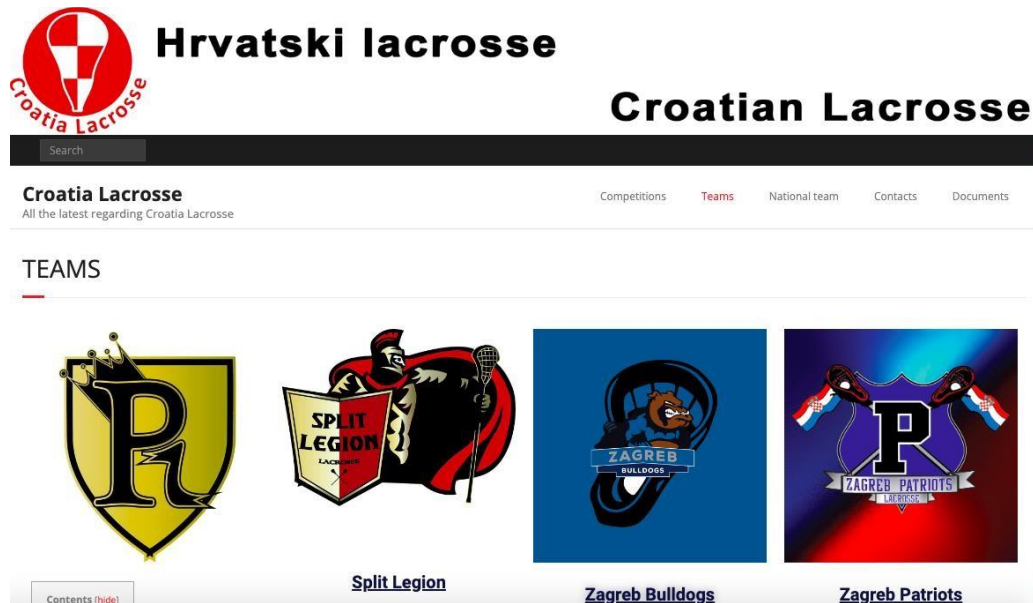
Još jedan važan klub u hrvatskoj lacrosse sceni je Split Legionaries. Ovaj klub, sa sjedištem u Dalmaciji, također je privukao veliki broj igrača i ljubitelja sporta. Split Legionaries su poznati po svojoj strasti i predanosti sportu, te su često domaćini različitih turnira i događanja koje promoviraju lacrosse u regiji. Valja spomenuti i varaždinski lacrosse klub Varaždin Royals koje je fokusiran na razvoj mladih igrača i popularizaciju lacrossea u regiji.

Hrvatski lacrosse savez, osnovan kako bi koordinirao aktivnosti klubova i promicao sport na nacionalnoj razini, igra ključnu ulogu u organizaciji i razvoju lacrossea u Hrvatskoj. Savez organizira nacionalna prvenstva i radi na uključivanju hrvatskih timova u međunarodna natjecanja, pružajući tako priliku igračima da steknu iskustvo i razviju svoje vještine.

Jedan od najznačajnijih uspjeha hrvatskih lacrosse timova je sudjelovanje na Europskom prvenstvu. Hrvatska je prvi put sudjelovala na ovom natjecanju 2012. godine, a od tada redovito šalje svoje predstavnike. Iako se natječu protiv iskusnijih i jačih timova iz Europe, hrvatski lacrosse igrači pokazuju veliki napredak i borbenost, što je dovelo do sve boljih rezultata i prepoznatljivosti na međunarodnoj sceni. (Croatia lacrosse)

Osim natjecateljskih uspjeha, hrvatski lacrosse timovi također su aktivni u promociji sporta među mladima. Organiziraju se školski programi, radionice i kampovi kako bi se djeca i mladi upoznali s lacrosseom i potaknuli na bavljenje sportom. Ovi napori imaju za cilj stvoriti novu generaciju igrača i osigurati budućnost lacrossea u Hrvatskoj.

Ukratko, hrvatski lacrosse timovi i uspjesi odražavaju entuzijazam i predanost sportu. Kroz naporan rad, međunarodna natjecanja i promociju među mladima, lacrosse u Hrvatskoj bilježi stalan rast i razvoj, postajući sve popularniji i prepoznatljiviji sport u zemlji.



Slika 6: Hrvatski lacrosse timovi

4.2. IZAZOVI, PRILIKE I BUDUĆNOST

Lacrosse, kao sport koji brzo raste i privlači sve veći broj igrača i obožavatelja, suočava se s brojnim izazovima koji mogu utjecati na njegov daljnji razvoj i popularizaciju. Iako ima bogatu povijest i kulturne korijene, posebno među sjevernoameričkim indijanskim plemenima, lacrosse se i dalje bori za veće priznanje i širu bazu sudionika širom svijeta.

Jedan od najvećih izazova s kojim se lacrosse suočava jest nedostatak svijesti i prepoznatljivosti. U mnogim dijelovima svijeta, ovaj sport još uvijek nije dovoljno poznat, a javnost često nije upoznata s njegovim pravilima, dinamikom i vrijednostima. Ova situacija zahtijeva intenzivne marketinške napore i edukacijske kampanje kako bi se povećala svijest o lacrosseu i privuklo više igrača, gledatelja i sponzora.

Financiranje predstavlja još jedan značajan izazov za lacrosse. Kao relativno manje razvijen sport, lacrosse klubovi i savezi često se suočavaju s ograničenim budžetima. Ovaj nedostatak financijskih resursa može utjecati na kvalitetu treninga, infrastrukture i mogućnosti za sudjelovanje na međunarodnim natjecanjima. Mnogi klubovi ovise o dobrovoljnim priložima, sponzorstvima i entuzijazmu zajednice, što može biti neodrživo na duže staze. Potreban je strateški pristup za privlačenje sponzora i investitora koji prepoznaju potencijal lacrossea kao sporta s velikom budućnošću.

Nedostatak infrastrukture i opreme također predstavlja izazov za razvoj lacrossea. U mnogim zemljama nedostaju specijalizirani tereni, oprema i trening centri potrebni za kvalitetno bavljenje ovim sportom. Osim toga, cijena opreme, uključujući palice, zaštitnu opremu i golove, može biti visoka, što može obeshrabriti nove igrače i njihove obitelji. Stoga, osiguravanje pristupačne opreme i ulaganje u infrastrukturu ključni su za rast sporta.

Obrazovanje i obuka trenera još su jedan važan izazov. Lacrosse zahtijeva specifične vještine i znanja koja nisu uvijek široko dostupna. Razvoj kvalitetnih trenerskih programa i edukacija trenera može pomoći u podizanju razine igre i sigurnosti igrača. Također, kontinuirano usavršavanje trenera osigurava da sportaši imaju pristup najnovijim tehnikama i strategijama.

Kulturološki i društveni izazovi također igraju ulogu u razvoju lacrossea. U nekim sredinama, lacrosse se može percipirati kao sport koji nije dovoljno atraktivan ili relevantan u usporedbi s popularnijim sportovima poput nogometa, košarke ili tenisa. Prevladavanje ovih percepcija zahtijeva promjene u društvenom stavu i povećanje vidljivosti sporta kroz medije, školske programe i javne događaje.

Unatoč ovim izazovima, lacrosse ima izniman potencijal za rast. S pravim pristupom i podrškom, ovaj sport može prevladati prepreke i postati još popularniji. Ulaganje u promociju, infrastrukturu, obrazovanje i financiranje ključni su koraci koji mogu pomoći lacrosseu da zauzme svoje zasluženno mjesto na globalnoj sportskoj sceni. Sportaši, treneri, navijači i zajednice zajedno mogu raditi na tome da lacrosse postane dostupan, prepoznatljiv i uspješan sport za buduće generacije.

Naravno ističu se i određene prilike. Lacrosse, kao jedan od najbrže rastućih sportova na svijetu, nudi brojne prilike za razvoj i širenje, kako na lokalnoj, tako i na globalnoj razini. Ovaj

dinamični sport, bogate povijesti i kulturnog značaja, privlači sve veći broj igrača, trenera i obožavatelja, pružajući raznolike mogućnosti za unaprjeđenje sportskog, društvenog i ekonomskog segmenta.

Jedna od ključnih prilika za lacrosse jest njegov potencijal za privlačenje mladih. Lacrosse je sport koji razvija fizičke vještine, timski duh i strateško razmišljanje, što ga čini izuzetno privlačnim za mlađe generacije. Uvođenjem lacrossea u školske programe i sportske aktivnosti za djecu i mlade, može se stvoriti solidna baza igrača i entuzijasta koji će nastaviti širiti popularnost sporta. Edukacija trenera i učitelja o osnovama lacrossea te osiguravanje pristupačne opreme mogu dodatno potaknuti interes i sudjelovanje mladih.

Lacrosse također pruža značajne mogućnosti za unaprjeđenje ženskog sporta. Iako je tradicionalno više popularan među muškarcima, ženski lacrosse bilježi sve veći rast i interes. Promocija ženskog lacrossea kroz lige, turnire i medijsku pokrivenost može pomoći u osnaživanju žena u sportu i poticanju ravnopravnosti. Organiziranje posebnih kampova, radionica i natjecanja za djevojčice i žene može dodatno povećati broj sudionica i ljubitelja ženskog lacrossea.

Na međunarodnoj razini, lacrosse ima priliku postati globalno prepoznat sport. Uključivanje lacrossea u velike sportske manifestacije, poput Svjetskih igara ili čak Olimpijskih igara, može značajno povećati vidljivost i privući globalnu publiku. Suradnja između međunarodnih lacrosse organizacija, poput Svjetske lacrosse federacije, i nacionalnih saveza ključna je za koordinaciju i promociju sporta na različitim kontinentima. Organizacija međunarodnih turnira i prijateljskih utakmica može pomoći u stvaranju globalne mreže igrača i obožavatelja.

Ekonomske prilike koje lacrosse donosi također su značajne. Organizacija lacrosse događanja može privući turiste i generirati prihode za lokalne zajednice. Hoteli, restorani, trgovine i turističke atrakcije mogu imati koristi od povećanog broja posjetitelja tijekom turnira i natjecanja. Osim toga, lacrosse nudi prilike za sponzore i investitore koji prepoznaju potencijal sporta za promicanje svojih brendova i proizvoda. Sponzorski ugovori, reklame i prodaja sportske opreme mogu postati značajni izvori prihoda za klubove i saveze.

Razvoj tehnologije također donosi nove prilike za lacrosse. Digitalne platforme, društveni mediji i prijenosi uživo omogućuju veću dostupnost i interakciju s publikom. Kreiranje online sadržaja, poput trening videa, intervjua s igračima i analize utakmica, može privući nove

obožavatelje i pružiti dodatnu vrijednost postojećima. Tehnologija također može pomoći u poboljšanju treninga i strategija kroz analitiku podataka i virtualne simulacije.

U konačnici, lacrosse kao sport ima ogromne mogućnosti za rast i razvoj. Kroz ulaganje u mlade, promicanje ženskog lacrossea, internacionalizaciju sporta, ekonomske inicijative i tehnološke inovacije, lacrosse može postati globalno prepoznat i cijenjen sport. S pravim pristupom i podrškom, lacrosse će nastaviti privlačiti nove generacije igrača i obožavatelja, osiguravajući svijetlu budućnost za ovaj dinamični i uzbudljivi sport.

Lacrosse, iako suočen s brojnim izazovima, ima ogromne prilike za rast i razvoj. Kroz strategijsko planiranje, ulaganja u infrastrukturu i obrazovanje, te korištenje suvremenih tehnologija i marketinških pristupa, lacrosse može postići veću globalnu prepoznatljivost i popularnost. Održivi razvoj i društvena odgovornost također mogu igrati ključnu ulogu u jačanju pozicije lacrossea kao važnog i utjecajnog sporta na globalnoj sceni.

Ključna strategija za budućnost hrvatskog lacrossea je daljnji razvoj mladih igrača, edukacija trenera i promocija sporta kroz škole i lokalne zajednice. Organiziranje međunarodnih turnira u Hrvatskoj može dodatno doprinijeti popularizaciji sporta i privući nove igrače. Povećana podrška od strane sportskih saveza i lokalnih vlasti može pomoći u osiguravanju bolje infrastrukture i resursa za trening i natjecanja. Hrvatski lacrosse je još uvijek u fazi razvoja, ali pokazuje obećavajući potencijal s obzirom na rastući interes i entuzijizam među igračima i zajednicom. U narednim godinama, s više resursa i podrške, hrvatski lacrosse timovi mogu očekivati daljnji napredak i bolje rezultate na međunarodnoj sceni.

5. PRAKTIČNI PRIMJER ANALIZA I DISKUSIJA

U ovom dijelu rada iznose se rezultati istraživanja provedenog među članovima lacrosse zajednice u Hrvatskoj o njihovim navikama vezanima uz sport, sportska putovanja i ponašanje tijekom putovanja.

5.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Anketa, kao kvantitativna metoda istraživanja, omogućava prikupljanje podataka od velikog broja ispitanika, što rezultira širokim spektrom informacija koje se mogu koristiti za donošenje odluka i unapređenje poslovanja, a u ovom slučaju ponude turističke destinacije. Ispitanicima je dana anketa koja se sastoji od 21 pitanja kroz koja su ispitane navike Lacrosse igrača u smislu provođenja vremena u destinaciji, sportskih navika i najbitnijih segmenata tokom putovanja na sportskih natjecanja.

Istraživanje je provedeno u svibnju 2024. godine na uzorku zagrebačke momčadi Zagreb Bulldogs. Na pitanja su odgovarali članovi muške i ženske momčadi, njih 20 igrača. Anketu su ispunjavali online putem Google obrasca. Prikupljeni odgovori analizirani su po broju i postotku putem tablica i grafikona. Anketa se sastojala od pitanja gdje je bilo ponuđeno više odgovora

Anketa sadrži sljedeća pitanja:

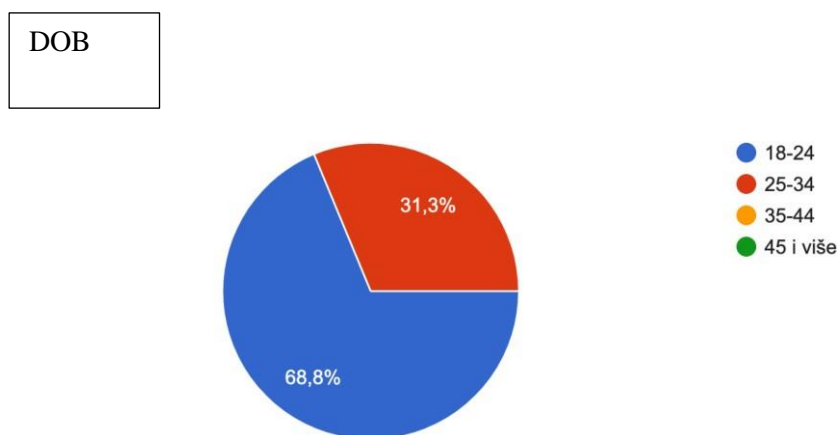
1. Dob? - starosna grupa ispitanika
2. Spol? - spol ispitanika
3. Koliko dugo trenirate lacrosse? - trajanje treniranja lacrossea
4. Koliko puta godišnje putujete na lacrosse natjecanja? - učestalost putovanja na sportska natjecanja
5. Koji je najčešći način prijevoza koji koristite za dolazak na natjecanja? - način prijevoza
6. Koliko unaprijed planirate svoja putovanja? - vrijeme planiranja putovanja
7. Gdje najčešće odsjedate tijekom natjecanja? - mjesto boravka tokom natjecanja
8. Koliko vremena dnevno provodite trenirajući tijekom natjecanja? - trajanje dnevnog treninga
9. Koliko vremena dnevno provodite istraživajući destinaciju? - sudjelovanje

uturističkim aktivnostima destinacije

10. Koje aktivnosti najčešće radite u slobodno vrijeme tijekom natjecanja?
11. Kako se pripremate za utakmice tijekom natjecanja?
12. Koliko je važna prehrana za vašu izvedbu?
13. Koju vrstu prehrane birate tijekom natjecanja u destinaciji?
14. Koliko prosječno trošite na smještaj?
15. Koliko prosječno trošite na prehranu dnevno?
16. Koliko prosječno trošite na ostale aktivnosti? - razgledavanje, shopping, suveniri...
17. Kako ocjenjujete organizaciju prijevoza i smještaja?
18. Koliko vam je važno druženje sa suigračima iz različitih timova tijekom boravka?
19. Koliko uspijete doživjeti destinaciju prilikom putovanja na natjecanja?
20. Razvijate li naklonost prema destinaciji tako da biste ju preporučili ili se i sami vratili.
21. Koliko vam je važna kvaliteta smještaja?

5.2. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Analiza dobne strukture ispitanika u ovoj anketi, pokazuje jasnu dominaciju mlađih ispitanika. Naime, većina sudionika, njih 68,8%, pripada dobnoj skupini od 18 do 24 godine. Ova grupa predstavlja dominantnu demografsku skupinu unutar momčadi, što upućuje na to da je momčad relativno mlada. Preostali ispitanici, koji čine 31,3%, imaju starost od 31 godine ili više.

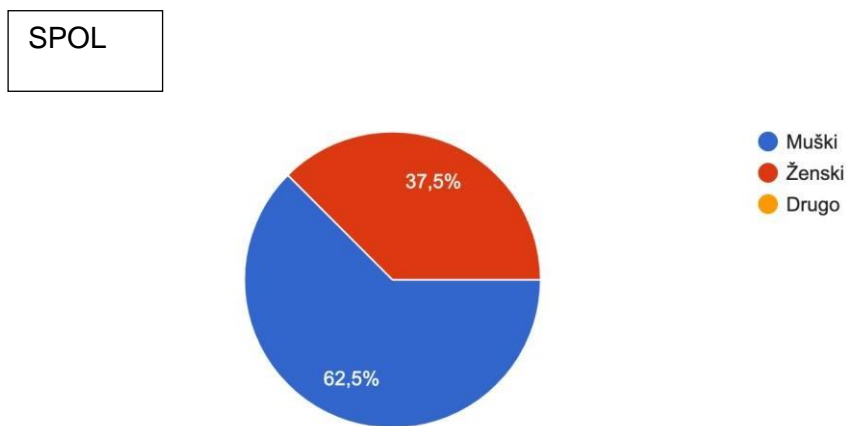


Grafikon 1: Dob ispitanika

Ova razlika u dobnoj strukturi može utjecati na različite aspekte momčadskih dinamika, kao što su stavovi, motivacija i fizičke performanse. Mlađa dobna skupina može donijeti više energije i inovativnosti, dok stariji članovi vjerojatno unose iskustvo i stabilnost.

Kao što je ranije spomenuto, anketu su ispunjavali članovi obje momčadi (muške i ženske), putem Google obrasca. Dobiveni podaci omogućuju dublji uvid u demografski sastav momčadi te se mogu koristiti kao temelj za daljnje analize u vezi sa sportskim performansama i timskom kohezijom.

Ovi rezultati, predstavljeni kroz grafičke prikaze i tablice, jasno ukazuju na mladu dobnu strukturu većine sudionika, što je važno imati na umu prilikom daljnjih istraživanja momčadskih karakteristika.

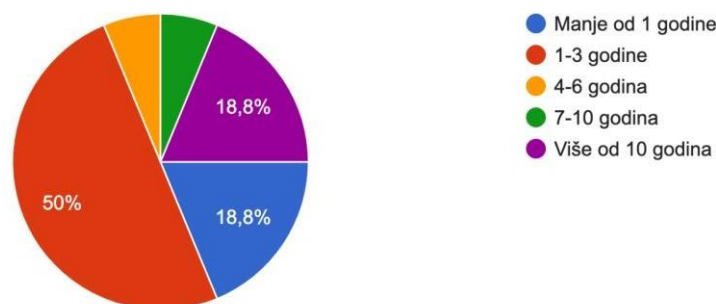


Grafikon 2: Spol igrača

Analiza distribucije spola ispitanika u anketi otkriva da većinu sudionika čine muškarci, njih 62,5%. Preostalih 37,5% ispitanika su žene. Ovaj podatak odražava sastav momčadi, gdje je veći broj muških članova u odnosu na ženske.

Ovaj omjer može ukazivati na različite aspekte unutar dinamike tima, poput uloge spola u participaciji, vođenju i timskoj suradnji. Dok su muškarci dominantnija skupina, značajan postotak ženskih članova (37,5%) pokazuje da momčad Zagreb Bulldogs ima solidnu razinu rodne ravnopravnosti, što može biti važno za timsku koheziju i suradnju.

KOLIKO DUGO IGRATE LACROSSE?



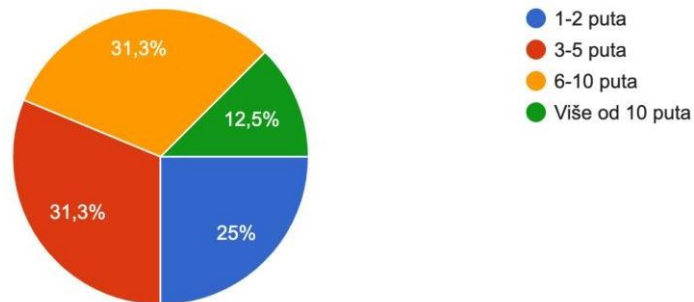
Grafikon 3: Duljina treniranja

Analiza odgovora na pitanje o iskustvu igranja lacrossea pokazuje različite razine iskustva među sudionicima. Najveći postotak ispitanika, njih 50%, igra lacrosse između 1 i 3 godine, što ukazuje na to da je polovina tima relativno nova u sportu, ali s dovoljno iskustva da se može smatrati srednje iskusnom grupom.

S druge strane, 18,8% ispitanika igra lacrosse manje od jedne godine, što pokazuje da tim ima i članove s vrlo malo iskustva, vjerojatno novopridošle igrače. Istovremeno, 18,8% ispitanika ima preko 10 godina iskustva, što ukazuje na prisutnost veterana u timu, koji svojom dugogodišnjom praksom mogu unijeti stabilnost i mentorstvo za mlađe i manjeiskusne igrače.

Preostali odgovori, koji su podjednako podijeljeni, odnose se na ispitanike s iskustvom od 4 do 6 godina te od 7 do 10 godina, čime se dodatno potvrđuje raznolika struktura tima u pogledu iskustva. Ova raznolikost može biti prednost za momčad, jer kombinacija svježine i energije novijih igrača s iskustvom veterana može doprinijeti timskoj snazi i koheziji.

KOLIKO PUTA GODIŠNJE PUTUJETE NA NATJECANJE?



Grafikon 4: Učestalost putovanja na natjecanja

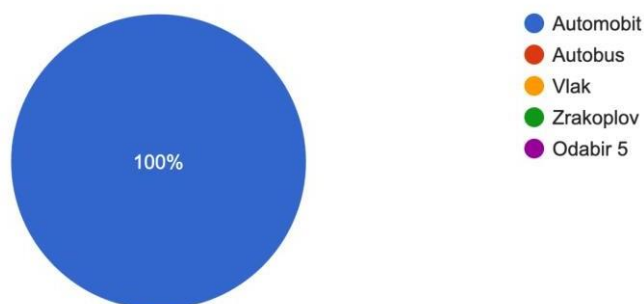
Analiza učestalosti putovanja na natjecanja, pokazuje da se većina ispitanika natječe više puta godišnje, s izraženom raznolikošću u broju putovanja.

Najveći broj sudionika, njih 31,3%, putuje na natjecanja između 3 i 5 puta godišnje, dok jednak postotak, također 31,3%, putuje između 6 i 10 puta. Ovi rezultati ukazuju na to da je natjecateljski raspored većine članova prilično intenzivan, s relativno čestim sudjelovanjem na turnirima ili natjecanjima.

S druge strane, 25% ispitanika putuje rjeđe, samo 1 do 2 puta godišnje, što može uključivati članove s manjom aktivnošću ili one koji sudjeluju u manje natjecanja. Najmanji postotak, 12,5% ispitanika, putuje više od 10 puta godišnje, što upućuje na visokointenzivnu natjecateljsku aktivnost kod nekih članova, vjerojatno iskusnijih i najaktivnijih igrača.

Ova raznolikost u učestalosti putovanja može biti odraz različitih uloga u timu, osobnih obveza ili stupnja angažmana pojedinih članova. Prikupljeni podaci jasno prikazuju ovu dinamiku, a rezultati su analizirani i predstavljeni putem postotaka kako bi se dobio bolji uvid u učestalost natjecanja unutar momčadi.

KOJI JE NAJČEŠĆI PRIJEVOZ KOJI KORISTITE?



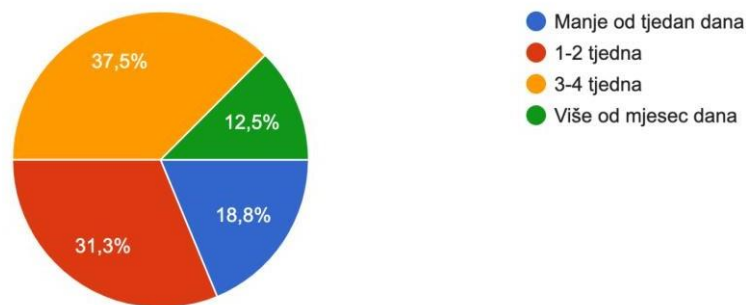
Grafikon 5: Prijevoz

Analiza odgovora na pitanje o najčešće korištenom prijevozu za odlazak na natjecanja, pokazuje jasnu preferenciju – svi ispitanici (100%) koriste automobil kao glavno sredstvo prijevoza.

Ovaj rezultat ukazuje na to da je automobil najpraktičnija i najpristupačnija opcija za članove momčadi, vjerojatno zbog fleksibilnosti koju pruža u odnosu na druge oblike prijevoza. Mogući razlozi uključuju potrebu za lakim pristupom udaljenim lokacijama natjecanja, prilagodbu rasporedu i mogućnost zajedničkih putovanja s članovima tima, što može dodatno jačati timsku povezanost. Također, činjenica da svi sudionici koriste automobil može ukazivati na to da su destinacije do kojih putuju uglavnom dostupne automobilom i da ne zahtijevaju druge oblike prijevoza, poput javnog prijevoza ili zrakoplova.

Ovaj podatak daje dodatni uvid u organizaciju i logistiku momčadi tijekom putovanja na natjecanja.

KOLIKO UNAPRIJED PLANIRATE PUTOVANJA NA NATJECANJA?



Grafikon 6: Planiranje putovanja

Prema podacima iz ankete analiza planiranja putovanja na natjecanja otkriva različite pristupe organizaciji putovanja, ovisno o vremenskom razdoblju unaprijed.

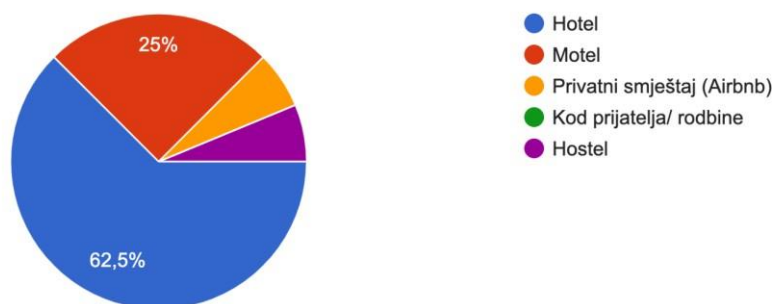
Najveći broj ispitanika, njih 37,5%, planira putovanja 3 do 4 tjedna unaprijed. Ova skupina pokazuje umjerenu razinu organizacije, ostavljajući dovoljno vremena za pripreme. Odmah iza njih, 31,3% ispitanika planira putovanja s nešto kraćim rokom, 1 do 2 tjedna unaprijed, što upućuje na nešto užurbaniji pristup, ali i dalje s dovoljno vremena za potrebne pripreme.

Manji dio ispitanika, njih 18,8%, planira putovanja u vrlo kratkom roku, manje od tjedan dana prije natjecanja. Ova grupa vjerojatno pokazuje spontani pristup ili sudjeluje u natjecanjima koja nisu zahtjevna u pogledu logistike.

Najmanji postotak, 12,5% ispitanika, planira putovanja više od mjesec dana unaprijed. Ovi ispitanici pokazuju visok stupanj organizacije, što je možda potrebno za veća natjecanja ili putovanja na udaljenije destinacije.

Ova raznolikost u vremenskom planiranju može ovisiti o različitim faktorima, poput udaljenosti natjecanja, osobnih obveza ili zahtjeva tima. Rezultati pružaju uvid u dinamiku organizacije unutar momčadi i razinu pripreme za natjecanja.

GDJE NAJČEŠĆE ODSJEDATE
TIJEKOM NATJECANJA?



Grafikon 7: Smještaj u destinaciji

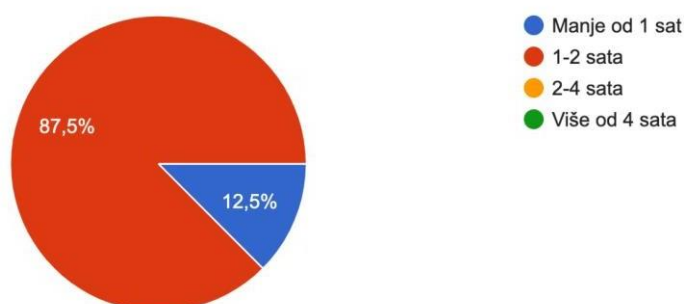
Prema podacima iz ankete analiza izbora smještaja tijekom natjecanja pokazuje da većina ispitanika, njih 62,5%, najčešće odsjeda u hotelima. Ovaj izbor vjerojatno je povezan s razinom udobnosti, dostupnim uslugama i pogodnostima koje hoteli nude, što je pogodno za natjecatelje koji traže optimalne uvjete za odmor i pripremu.

Motel kao opcija smještaja odabran je od strane 25% ispitanika, što ukazuje na to da neki članovi tima preferiraju pristupačniju opciju s osnovnim uslugama, vjerojatno zbog kraćih boravaka ili blizine natjecateljskih lokacija.

Preostali ispitanici, koji su podjednako odabrali privatni smještaj poput Airbnb-a i hostele, predstavljaju manjinski dio sudionika. Ovi izbori sugeriraju fleksibilnost i sklonost neformalnijim, pristupačnijim ili grupnim smještajnim opcijama, koje mogu biti pogodne za mlađe članove ili one s nižim budžetom.

Ova raznolikost u izboru smještaja ukazuje na različite preferencije unutar momčadi, koje mogu ovisiti o budžetu, lokaciji natjecanja i osobnim preferencijama vezanim za udobnost i praktičnost.

KOLIKO VREMENA DNEVNO PROVODITE TRENIRAJUĆI?



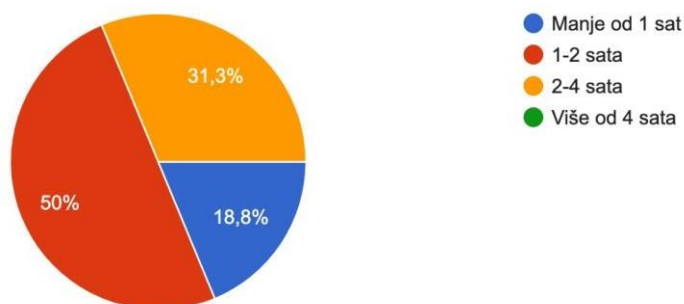
Grafikon 8: Vrijeme treniranja

Prema anketi, analiza vremena provedenog u dnevnom treningu pokazuje da velika većina ispitanika, njih 87,5%, trenira između 1 i 2 sata dnevno. Ovaj podatak ukazuje na to da većina članova posvećuje značajnu količinu vremena treninzima, što je tipično za sportaše koji balansiraju intenzitet treninga s potrebom za oporavkom i pripremom za natjecanja.

Manji postotak ispitanika, 12,5%, trenira manje od jednog sata dnevno, što može biti rezultat osobnih obveza, različitih razina angažmana ili prilagođenih programa treninga za određene članove tima.

Ovi rezultati jasno ukazuju na visoku razinu angažmana većine članova momčadi u treninzima, dok manji dio momčadi održava kraće treninge, možda zbog specifičnih uloga u timu ili fizičkih potreba. Timska disciplina i kontinuitet treninga ključni su za pripreme i natjecateljske performanse, a ovi podaci pružaju uvid u dinamiku treniranja unutar momčadi.

KOLIKO VREMENA POSVEĆUJETE RAZGLEDAVANJU?



Grafikon 9: Vrijeme istraživanja destinacije

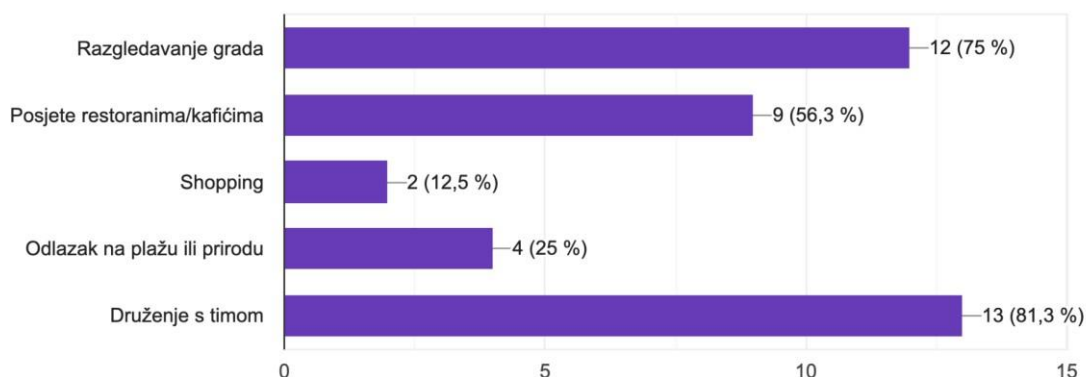
Prema anketi, analiza vremena posvećenog razgledavanju tijekom natjecanja pokazuje da polovica ispitanika (50%) posvećuje 1 do 2 sata dnevno razgledavanju. To sugerira da većina članova nastoji iskoristiti slobodno vrijeme tijekom natjecanja za kratko istraživanje destinacija, balansirajući između treninga i opuštanja.

Značajan broj ispitanika, njih 31,3%, posvećuje 2 do 4 sata razgledavanju, što upućuje na to da su neki članovi zainteresirani za dublje istraživanje grada ili regije u kojoj borave tijekom natjecanja, što može pridonijeti njihovoj opuštenosti i boljem timskom duhu.

Manji postotak, 18,8%, provodi manje od sat vremena na razgledavanju, što može ukazivati na fokusiraniji pristup natjecanjima, manjak slobodnog vremena ili manju želju za istraživanjem okolnih destinacija.

Ova raznolikost u količini vremena posvećenog razgledavanju pokazuje različite interese i pristupe slobodnom vremenu među članovima momčadi.

KOJE AKTIVNOSTI NAJČEŠĆE RADITE U SLOBODNO VRIJEME?



Grafikon 10: Aktivnosti tijekom slobodnog vremena

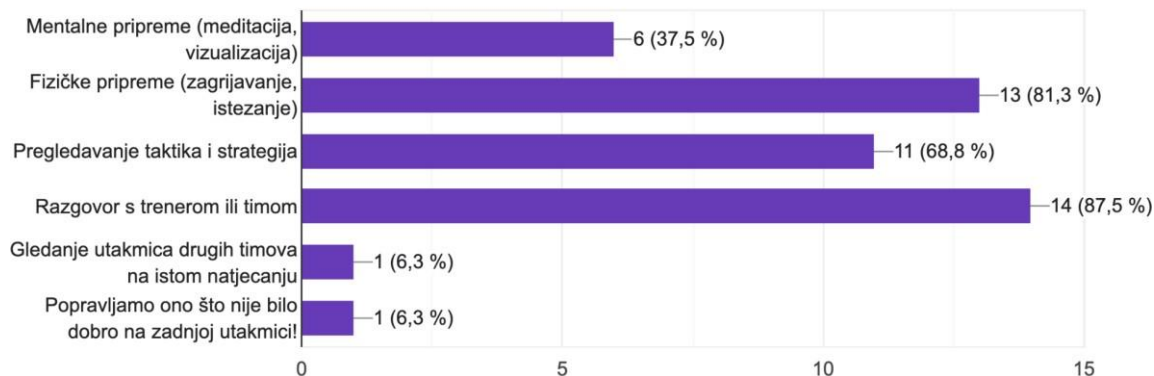
Analiza aktivnosti u slobodno vrijeme, pokazuje da se većina sudionika odlučuje za društvene i opuštajuće aktivnosti između natjecanja. Najčešća aktivnost je druženje s timom, koje prakticira 81,3% ispitanika, što ukazuje na jak timski duh i potrebu za zajedničkim provođenjem vremena izvan sportskih obveza.

Razgledavanje grada također je popularna aktivnost, kojom se bavi 75% ispitanika, što sugerira da većina članova voli istraživati destinacije u kojima se nalaze tijekom natjecanja. Osim razgledavanja, 56,3% ispitanika preferira posjete restoranima i kafićima, što ukazuje na interes za lokalnu gastronomiju i opuštanje u ugodnom okruženju.

Odlazak na plažu ili u prirodu biraju 25% ispitanika, što ukazuje na manji, ali značajan dio tima koji traži opuštanje u prirodnom okruženju. Shopping je najmanje popularna aktivnost, s 12,5% ispitanika koji se odlučuju za kupovinu u slobodno vrijeme.

Ovi podaci pokazuju da se većina aktivnosti fokusira na druženje i istraživanje, što doprinosi opuštanju i izgradnji timske kohezije.

KAKO SE PRIPREMATE ZA NATJECANJE U DESTINACIJI?



Grafikon 11: Pripreme za utakmicu

Prema podacima iz ankete, analiza priprema za natjecanja u destinaciji otkriva različite pristupe i strategije koje članovi tima koriste kako bi se što bolje pripremili.

Najčešće korištena metoda pripreme je razgovor s trenerom i timom, što prakticira 87,5% ispitanika. Ova aktivnost omogućava članovima tima da se usklade, razmotre planove i strategije te ojačaju timsku koheziju prije natjecanja.

Fizičke pripreme su također ključne za većinu članova, s 81,3% ispitanika koji se posvećuju ovom aspektu pripreme. Ovo naglašava važnost održavanja tjelesne spremnosti i kondicije za uspjeh na natjecanju.

Pregledavanje taktika i strategije slijedi s 68,8% ispitanika, što ukazuje na to da su članovi tima usmjereni na analizu i prilagodbu taktika kako bi se maksimalno pripremili za konkurenciju.

Mentalna priprema je važna za 37,5% ispitanika, koji se fokusiraju na psihološke aspekte priprema, što može pomoći u izgradnji samopouzdanja i koncentracije.

S druge strane, manji postotak ispitanika, 6,3%, gleda utakmice drugih timova na istom natjecanju, dok isti postotak prati i popravak onoga što nije bilo dobro na zadnjoj utakmici. Ove aktivnosti mogu biti specifične za određene članove tima i mogu se primjenjivati u zavisnosti od individualnih potreba i strategija.

Ovi rezultati pružaju uvid u raznolike metode pripreme koje članovi momčadi koriste kako bi se optimalno pripremili za natjecanja, pokrivajući fizičke, mentalne i strateške aspekte priprema.

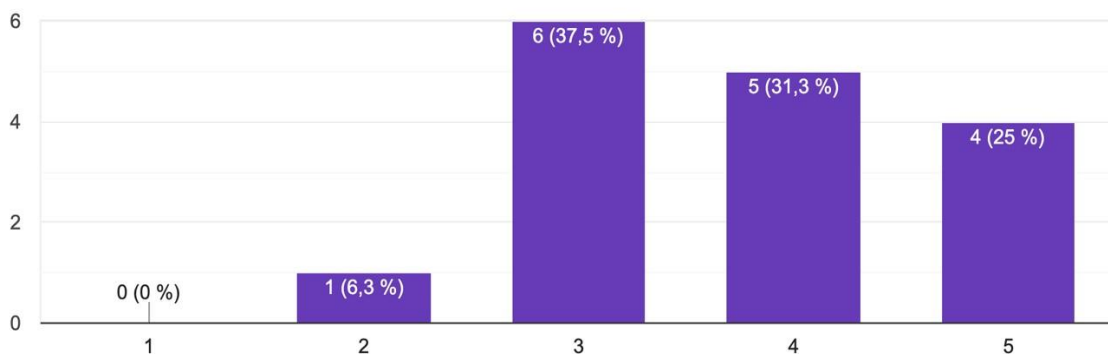
KOJU VRSTU PREHRANE BIRATE?



Grafikon 12: Odabir prehrane

Prema podacima iz ankete provedene među članovima momčadi Zagreb Bulldogs u svibnju 2024. godine, analiza vrsta prehrane koju članovi koriste otkriva sljedeće. Najveći postotak ispitanika, njih 37,5%, koristi restoransku hranu, što pruža praktičnost i raznolikost, omogućujući članovima tima da uživaju u različitim jelima koja mogu biti prilagođena njihovim prehrambenim potrebama i ukusima. Zdravi snackovi su preferirani od strane 31,3% ispitanika, što odražava svijest o važnosti uravnotežene prehrane i zdravih izbora među članovima tima, čime se podržava održavanje energije i koncentracije tijekom natjecanja. Brza hrana i domaći obroci koriste po 12,5% ispitanika; brza hrana može biti izbor zbog svoje dostupnosti i praktičnosti, dok domaći obroci pružaju udobnost i poznate okuse, ali su manje zastupljeni među članovima tima. Ostali odgovori odnose se na pekarske proizvode, uključuju razne kruhove, peciva i slične proizvode. Ovi podaci ukazuju na raznolike prehrambene preference među članovima momčadi, što može ovisiti o njihovim osobnim preferencijama, prehrambenim potrebama i dostupnosti hrane tijekom natjecanja.

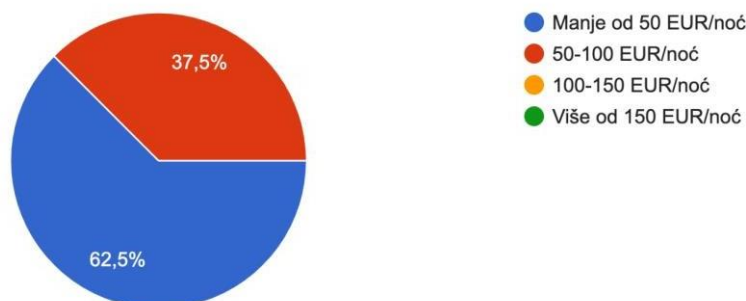
KAKO OCJENJUJETE ORGANIZACIJU NATJECANJA U SMISLU SMJEŠTAJA I PRIJEVOZA?



Grafikon 13: Ocjenjivanje organizacije

Prema podacima iz ankete, ocjene organizacije natjecanja u smislu prijevoza i smještaja pokazuju sljedeće. Samo 6,3% ispitanika ocjenjuje organizaciju s ocjenom 2, što ukazuje na nisku razinu zadovoljstva s organizacijom. Veći postotak, njih 37,5%, daje ocjenu 3, što predstavlja umjereno zadovoljstvo, ali i prostor za poboljšanje. Ocjena 4, koju je dodijelilo 31,3% ispitanika, sugerira da većina članova smatra organizaciju dobrom, ali s mogućim područjima za unapređenje. Najveći postotak, 25%, ocjenjuje organizaciju s ocjenom 5, što pokazuje visoko zadovoljstvo s prijevozom i smještajem. Ove ocjene reflektiraju općenito pozitivno, ali i kritičko mišljenje članova tima o organizaciji, s naglaskom na potrebu za daljnjim poboljšanjima.

KOLIKO PROSJEČNO TROŠITE NA SMJEŠTAJ?



Grafikon 14: Potrošnja na smještaj

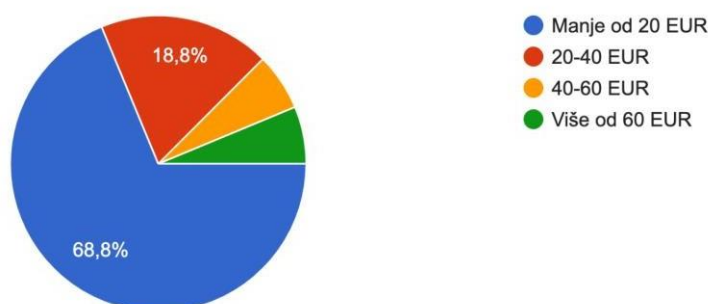
Prema podacima iz ankete, prosječni trošak na smještaj pokazuje sljedeće. Veći dio ispitanika, njih 62,5%, troši manje od 50 eura po noći za smještaj. Ova opcija je najčešće izabrana, što može ukazivati na preferenciju za povoljnije opcije ili ograničenja budžeta. Drugi dio, 37,5% ispitanika, troši između 50 i 100 eura po noći. Ovaj postotak ukazuje na sklonost nešto skupljim, ali i udobnijim ili kvalitetnijim opcijama smještaja. Ovi podaci pružaju uvid u različite proračunske kategorije za smještaj među članovima momčadi i njihovu sklonost prema različitim razinama udobnosti i cijene.



Grafikon 15: Potrošnja na hranu i piće

Prema podacima iz ankete, trošak na hranu i piće dnevno raspodijeljen je na sljedeći način. Četvrtina ispitanika (25%) troši manje od 20 eura dnevno, što sugerira da biraju povoljnije opcije prehrane i pića. Preostalih 75% ispitanika troši između 20 i 40 eura dnevno, što može ukazivati na veću potrošnju za kvalitetniju hranu, pića ili dodatne obroke tijekom dana. Ovi podaci odražavaju različite pristupe troškovima na hranu i piće, ovisno o osobnim preferencijama i budžetu.

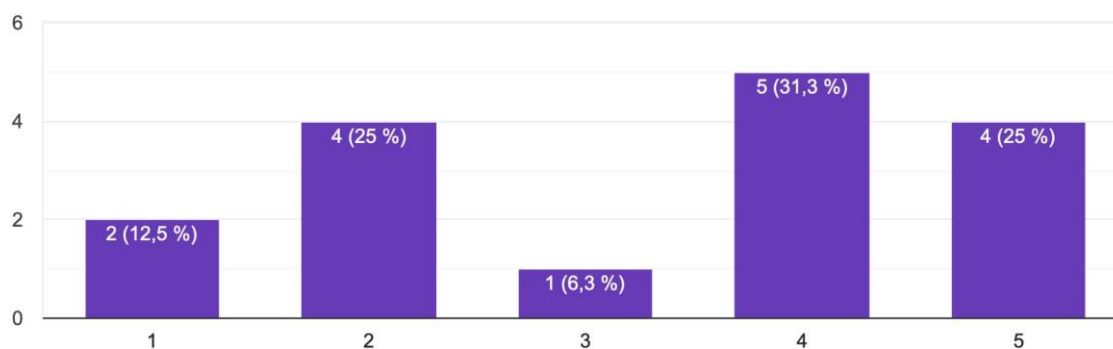
KOLIKO PROSJEČNO TROŠITE NA RAZGLEDAVANJE?



Grafikon 16: Potrošnja na aktivnosti

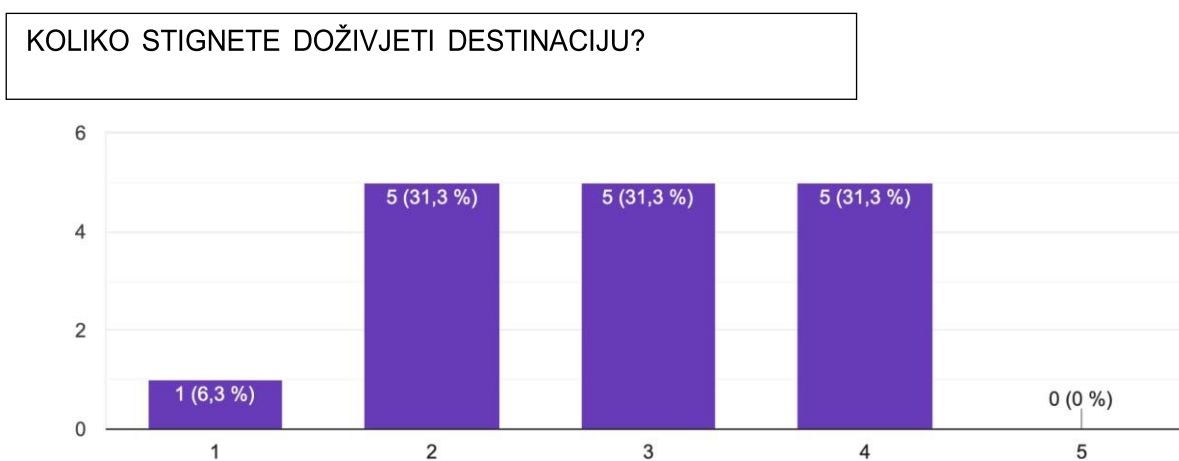
Prema podacima iz ankete, trošak na razgledavanje raspodijeljen je na sljedeći način. Veći dio ispitanika, njih 68,8%, troši manje od 20 eura dnevno na razgledavanje, što ukazuje na to da većina članova tima preferira povoljnije aktivnosti ili ograničava troškove za istraživanje destinacija. Osamnaest i pol posto (18,8%) ispitanika troši između 20 i 40 eura, što sugerira da neki članovi tima izdvajaju nešto više za aktivnosti i atrakcije tijekom boravka. Troškovi u rasponu od 40 do 60 eura, te više od 60 eura, dobili su podjednaki broj glasova, što pokazuje da manji postotak ispitanika ulaže veće iznose u razgledavanje, što može uključivati skuplje ture, ulaznice ili druge specijalne aktivnosti. Ovi podaci odražavaju raznolike pristupe troškovima vezanim uz razgledavanje i istraživanje destinacija među članovima momčadi.

KOLIKO VAM JE VAŽNA MOGUĆNOST DRUŽENJA S DRUGIM IGRAČIMA?



Grafikon 17: Važnost druženja

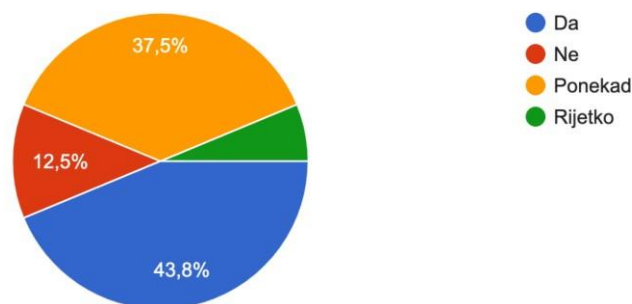
Prema podacima iz ankete, važnost mogućnosti druženja s drugim igračima ocijenjena je na sljedeći način. 12,5% ispitanika ocjenjuje ovu mogućnost s ocjenom 1, što ukazuje na vrlo nisku važnost za njih. 25% ispitanika daje ocjenu 2, što pokazuje da su za njih niža važnost druženja s drugim igračima, ali ne potpuno nevažna. 6,3% ispitanika ocjenjuje mogućnost druženja s ocjenom 3, što sugerira umjereno značenje, ali ne presudnu važnost. 31,3% ispitanika ocjenjuje druženje s ocjenom 4, što označava visoku važnost, ali ne najvišu. Najveći postotak, 25%, ocjenjuje mogućnost druženja s ocjenom 5, što pokazuje da za njih druženje s drugim igračima ima izuzetno visok značaj. Ovi rezultati pokazuju da većina članova tima prepoznaje važnost druženja s drugim igračima, iako s različitim stupnjevima važnosti.



Grafikon 18: Doživljaj destinacije

Prema podacima iz ankete, percepcija koliko su članovi tima uspjeli doživjeti destinaciju ocijenjena je na sljedeći način. Samo 6,3% ispitanika ocjenjuje ovu mogućnost s ocjenom 1, što ukazuje na vrlo nisku razinu iskustva ili zadovoljenja destinacijom. 31,3% ispitanika daje ocjenu 2, što sugerira da su doživljaji destinacije bili neadekvatni za njih. Isto toliko, 31,3% ispitanika, ocjenjuje s ocjenom 3, što pokazuje umjereno iskustvo s destinacijom. Drugi 31,3% daje ocjenu 4, što označava visoko zadovoljstvo s doživljajem destinacije, ali ne maksimalno. Nema ispitanika koji ocjenjuju doživljaj destinacije s ocjenom 5, što znači da nitko nije bio potpuno oduševljen ili zadovoljan s iskustvom destinacije. Ovi rezultati ukazuju na raznolike razine zadovoljstva i iskustva članova tima s destinacijama koje posjećuju.

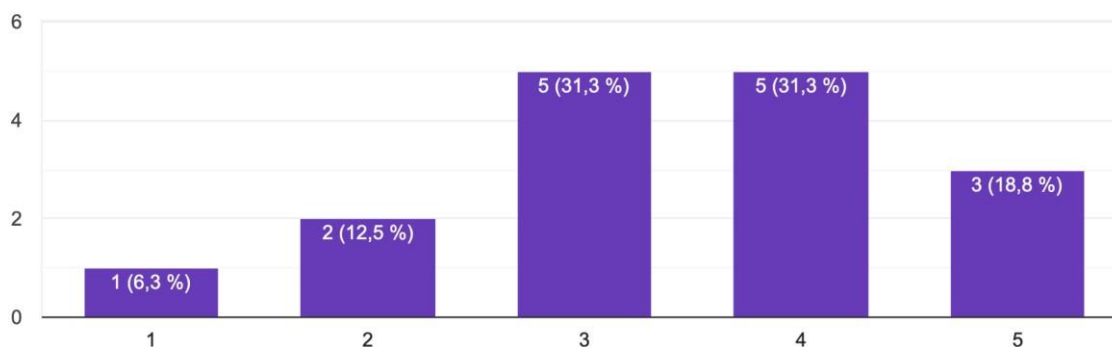
RAZVIJETE LI NAKLONOST PREMA DESTINACIJI TAKO DA BISTE SE SAMI VRATILI ILI JU PREPORUČILI?



Grafikon 19: Naklonost prema destinaciji

Prema podacima iz ankete, stavovi prema mogućoj naklonosti prema destinaciji i želji za ponovnim posjetom ili preporukom su sljedeći. 43,8% ispitanika odgovorilo je da bi razvilo naklonost prema destinaciji i razmislilo o povratku ili preporuci, što ukazuje na pozitivno iskustvo i interes za povratak ili dijeljenje preporuka s drugima. 12,5% ispitanika izjavilo je da ne bi razvilo takvu naklonost, što može značiti da destinacija nije zadovoljila njihove očekivanja ili preferencije. 37,5% ispitanika je reklo da ponekad razvijaju naklonost prema destinaciji, što sugerira da njihova odluka o povratku ili preporuci ovisi o specifičnim okolnostima ili iskustvima. Ostatak odgovora, koji nije specificiran u postocima, odnosi se na rijetku naklonost prema destinaciji, što može ukazivati na sporadična ili neodređena iskustva. Ovi rezultati pružaju uvid u raznolike stavove članova tima prema destinacijama koje posjećuju i njihovu sklonost prema ponovnim posjetima ili preporukama.

KOLIKO VAM JE VAŽNA KVALITETA SMJEŠTAJA?



Grafikon 20: Važnost kvalitete smještaja

Prema podacima iz ankete, važnost kvalitete smještaja ocijenjena je na sljedeći način. Samo 6,3% ispitanika ocjenjuje kvalitetu smještaja s ocjenom 1, što ukazuje na vrlo nisku važnost. 12,5% ispitanika daje ocjenu 2, što pokazuje da je kvaliteta smještaja relativno nevažna za njih. 31,3% ispitanika ocjenjuje s ocjenom 3, što sugerira umjerenu važnost kvalitete smještaja. Isto toliko, 31,3% ispitanika daje ocjenu 4, što označava visoku važnost kvalitete smještaja. Najveći postotak, 18,8%, ocjenjuje kvalitetu smještaja s ocjenom 5, što pokazuje da za njih kvaliteta smještaja ima izuzetno visok značaj. Ovi rezultati odražavaju raznolike stavove članova tima o važnosti kvalitete smještaja i njenu ulogu u njihovom ukupnom iskustvu.

5.3. RASPRAVA O REZULTATIMA ISTRAŽIVANJA

Iz prikupljenih podataka ankete, ako pogledamo demografski profil ispitanika, možemo zaključiti da su većina ispitanika mladi ljudi, starosti između 18 i 24 godine s značajnom zastupljenošću oba spola. Time se da zaključiti da lacrosse privlači mlađu populaciju koja je aktivna te zainteresirana za sportske i turističke avanture.

Ispitanici su različitog iskustva igranja od godinu dana do deset i više. rezultat sugerira kako je prost privlačan početnicima i dovoljno dinamičan da zadrži igrače još dugi niz godina. Većina igrača bavi se lacrosse-om između 1-3 godine što ponovno ukazuje na privlačnost među mladima koji i najviše izražavaju želju za putovanjima.

Većina igrača putuje na sportska natjecanja 1 do 2 puta godišnje, dok manji broj putuje čak 6 do 10 puta. Natjecanja su veliki dio njihovog sportskog života samim time i putovanje u te destinacije. Na putovanja dominantno odlaze automobilima što im pruža fleksibilnost i praktičnost, kako samoga puta tako i olakšanu mogućnost obilaska turističke zajednice u kojoj se nalaze. Putovanja se planiraju najčešće 1 do 4 tjedna unaprijed.

Tijekom natjecanja borave u hotelima, što ukazuje na potrebu za udobnošću iako treba izdvojiti više novaca nego za ostale vrste smještaja. Bitan faktor privlačnosti hotela je blizina natjecateljskih lokacija.

Vrijeme treniranja kreće se između 1 i 3 sata dnevno što pokazuje ozbiljnost i posvećenost te sugerira turističkoj destinaciji kako bez adekvatnog mjesta za treniranje neće biti privlačna sportskim turistima.

Prilikom slobodnog vremena igrači istražuju destinaciju te uživaju u lokalnim atrakcijama. Destinacije koje organiziraju natjecanja mogu ovo iskoristiti za promociju svojih turističkih ponuda. Ispitanicima su važni različiti aspekti ponude, uključujući lokalnu kuhinju, slobodno vrijeme, kulturnu ponudu, rekreativne i wellness sadržaje. Ta informacija upućuje na potrebu za sveobuhvatnim iskustvom koje nadilazi samo sportske i natjecateljske aktivnosti u destinaciji.

Većina ispitanika nakon provedenog vremena u destinaciji se želi vratiti ili preporučiti istu što ukazuje na to da ako destinacija pruži kvalitetan doživljaj sportskog turizma, natjecatelji uživaju i ostale atrakcije.

Kvaliteta smještaja je velik faktor zadovoljstva turista pogotovo sportaša te igra veliku ulogu u njihovim danjim performansama.

ZAKLJUČAK

U ovom završnom radu istražili smo kompleksan odnos između sportskog turizma, s posebnim naglaskom na natjecateljski sportski turizam, te specifičnog sporta kao što je lacrosse. Analiza ankete i pregled literature dovelo je do ključnih zaključaka koji ističu potencijal i izazove promoviranja destinacija kroz sportske događaje i natjecanja, posebno u kontekstu lacrossa.

Natjecateljski sportski turizam pokazao se kao moćan alat za ekonomski razvoj i promociju turističkih destinacija. Veliki sportski događaji, poput međunarodnih lacrosse turnira, mogu privući tisuće sudionika i gledatelja, što rezultira povećanjem turističkog prometa i prihoda za lokalne zajednice. Osim ekonomskih koristi, ovakvi događaji potiču razvoj infrastrukture i podižu međunarodni profil destinacija.

Lacrosse, iako još uvijek relativno nepoznat sport na globalnoj razini, posjeduje značajan potencijal za rast i širenje. Organizacija lacrosse događaja može pomoći destinacijama da se pozicioniraju kao inovativne i dinamične turističke lokacije. Uvođenje lacrossa u školske programe, razvoj trenerskih klinika i promocija putem društvenih medija ključni su koraci za povećanje prepoznatljivosti ovog sporta.

Iako se lacrosse suočava s izazovima kao što su ograničena globalna prepoznatljivost i potreba za financijskim ulaganjima u infrastrukturu, postoje brojne prilike za njegov razvoj. Rast popularnosti u Europi i Aziji, povećana medijska prisutnost i digitalna promocija mogu značajno doprinijeti širenju sporta. Partnerstva s lokalnim poduzećima i sponzorima također mogu osigurati potrebna sredstva za organizaciju kvalitetnih događaja.

Destinacije bi trebale razviti dugoročne strategije za privlačenje i organizaciju sportskih događaja, uključujući lacrosse turnire. Uključivanje lacrossa u lokalne sportske i obrazovne programe može stvoriti osnovu za dugoročni rast sporta. Primjena održivih praksi u organizaciji sportskih događaja može privući ekološki osviještene turiste i sponzore. Korištenje digitalnih platformi i društvenih mreža za globalnu promociju lacrossa i povezanih turističkih destinacija.

Iz prikupljenih podataka istraživanja može se zaključiti da lacrosse privlači mlađu populaciju, osobito osobe u dobi od 18 do 24 godine, s ravnomjernom zastupljenošću oba spola. Igra je atraktivna kako za početnike, tako i za dugogodišnje igrače, što sugerira da je dovoljno dinamična i zanimljiva za održavanje dugoročnog interesa. Natjecanja su ključni dio njihovog sportskog života, zbog čega često putuju, najčešće automobilima, što im omogućava

fleksibilnost i jednostavniji obilazak turističkih destinacija. Putovanja na natjecanja uglavnom se planiraju nekoliko tjedana unaprijed, a većina igrača preferira smještaj u hotelima zbog udobnosti i blizine natjecateljskih lokacija, iako to iziskuje veće troškove. Treninzi se provode svakodnevno u trajanju od 1 do 3 sata, što ukazuje na ozbiljnost i posvećenost igrača te na potrebu za adekvatnim sportskim objektima u destinaciji koje žele privući sportske turiste. Osim sportskih aktivnosti, igrači u slobodno vrijeme istražuju destinaciju i uživaju u lokalnim atrakcijama, uključujući gastronomsku, kulturnu i rekreativnu ponudu. Destinacije koje uspješno organiziraju sportska natjecanja mogu dodatno unaprijediti svoju turističku ponudu i privući turiste kroz cjelokupno iskustvo koje uključuje više od samog sporta. Na kraju, kvaliteta smještaja i cjelokupno iskustvo u destinaciji imaju ključnu ulogu u zadovoljstvu sportaša, što rezultira željom za ponovnih dolaskom ili preporukom destinacije drugim poznicima, obitelji, prijateljima i putnicima.

Lacrosse kao sport i natjecateljski sportski turizam zajedno nude širok spektar mogućnosti za promociju destinacija. Kroz pažljivo planiranje, strateške investicije i aktivnu promociju, destinacije mogu iskoristiti ovaj potencijal za postizanje ekonomskog rasta i međunarodne prepoznatljivosti. Uz odgovarajuću podršku i koordinaciju, lacrosse može postati ključni faktor u razvoju natjecateljskog sportskog turizma i unapređenju turističkih destinacija širom svijeta.

LITERATURA

1. Barber, R. & Barker, J. (2015) *The Tournaments of the Middle Ages*. The Boydell Press
2. Bartoluci, M. (2013.): Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva - Turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu. Zagreb: Školska knjiga d.d.
3. Bartoluci, M. et. al. (2007) Turizam i sport-razvojni aspekti, Zagreb, ŠK
4. Bartoluci, M. i Škorić, S. (2009) Menadžment sportskog i nautičkog turizma, Karlovac: Veleučilište u Karlovcu.
5. Bartoluci, M., Škorić, S. i Starešinić, Z. (2016). Ponuda sportskog turizma u Hrvatskoj. Poslovna izvrsnost. Vol. 10 No. 2, str. 9-25, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/251847>
6. Čep D. (2020) Mogućnosti održivog razvoja sportskog turizma na prostoru kontinentalne Hrvatske. Diplomski rad. Zagreb: Ekonomski fakultet u Zagrebu.
7. Čep, D. i Krajinović V. (2021.) Održivi sportski turizam kao potencijal razvoja kontinentalne Hrvatske, Ekonomska misao i praksa 30 (2), 439-456.
8. Geić S. (2011) Menadžment selektivnih oblika turizma, Split, Sveučilište u Splitu
9. Gibson, H.J. (1998) Active sport tourism: who participates? *Leisure Studies* 17 (2), 155-170.
10. Hrvatski olimpijski odbor: <https://www.hoo.hr/page/573/1>
11. Israel Lacrosse: <https://lacrosse.co.il/>
12. Miller, T., McKay, J., Lawrence, G. i Rowe, D. (2001). *Globalization and Sport: Playing the World*.
13. Radicchi, E. (2013.): *Tourism and Sport: Strategic Synergies to Enhance the Sustainable Development of a Local Context*. Physical culture and sport, Studies and research 44, Vol. LVII, DOI: 10.2478/pcssr-2013-0007, Florence: University of Florence, Italy
14. Summit lacrosse ventures, Lake placid homepage
15. Škorić, S. (2008). Sportski turizam i njegovi učinci na turističke destinacije – primjer Istra. Vol. 20 No. 1, str. 67-92, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/76249>
16. Times od Israel: <https://www.timesofisrael.com/search/?q=lacrosse&submit=Search>
17. Tourism teacher: <https://tourismteacher.com/sports-tourism/>
18. UNWTO: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284406647>
19. World lacrosse <https://worldlacrosse.sport/the-game/origin-history/>

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Dob ispitanika.....	24
Grafikon 2: Spol igrača.....	25
Grafikon 3: Duljina treniranja.....	26
Grafikon 4: Učestalost putovanja na natjecanja.....	27
Grafikon 5: Prijevoz.....	28
Grafikon 6: Planiranje putovanja.....	29
Grafikon 7: Smještaj u destinaciji.....	30
Grafikon 8: Vrijeme treniranja.....	31
Grafikon 9: Vrijeme istraživanja destinacije.....	32
Grafikon 10: Aktivnosti tijekom slobodnog vremena.....	33
Grafikon 11: Pripreme za utakmicu.....	34
Grafikon 12: Odabir prehrane.....	35
Grafikon 13: Ocjenjivanje organizacije.....	36
Grafikon 14: Potrošnja na smještaj.....	36
Grafikon 15: Potrošnja na hranu i piće.....	37
Grafikon 16: Potrošnja na aktivnosti.....	38
Grafikon 17: Važnost druženja.....	38
Grafikon 18: Doživljaj destinacije.....	39
Grafikon 19: Naklonost prema destinaciji.....	40
Grafikon 20: Važnost kvalitete smještaja.....	40

POPIS SLIKA

Slika 1: Razlike muške i ženske opreme.....	8
Slika 2: Specifikacija muške opreme.....	9
Slika 3: Igračica lacrossa u opremi.....	10
Slika 4: Paul Rabil u momčadi Boston Cannons.....	11
Slika 5: Početna stranica Lake Placid susreta.....	17
Slika 6: Hrvatski lacrosse timovi.....	19