

# Ekonomski i društveni učinci sporta

---

Šarlog, Željka

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:565591>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-30**



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**  
**Preddiplomski sveučilišni studij**

**ŽELJKA ŠARLOG**

**Ekonomski i društveni učinci sporta**

**Economic and Social Effects of Sport**

Završni rad

Zabok, 2023.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Preddiplomski sveučilišni studij**  
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu  
Studijski smjer: Menadžment u hotelijerstvu

**Ekonomski i društveni učinci sporta**  
**Economic and Social Effects of Sport**

Završni rad

|          |                                    |               |                      |
|----------|------------------------------------|---------------|----------------------|
| Kolegij: | <b>Menadžment sporta u turizmu</b> | Student:      | <b>Željka Šarlog</b> |
| Mentor:  | Prof. dr. sc. <b>Marko Perić</b>   | Matični broj: | <b>25016/19</b>      |

Zabok, lipanj 2023.



## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

**Željka Šarlog**

(ime i prezime studenta)

**25016/19**

(matični broj studenta)

Ekonomski i društveni učinci sporta

(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, \_\_\_\_\_

Šarlog Željka

Potpis studenta

## Sažetak

U suvremenom društvu sjedilački i neaktivan način života doveo je do brojnih negativnih posljedica u smislu ljudskog zdravlja i dobrobiti. Upravo takve okolnosti dovele su do sve većeg poticanja i naglašavanja važnosti fizičke aktivnosti, odnosno rekreativnog ili profesionalnog bavljenja sportom. Sport je tako postao vrlo značajan u društvenom i ekonomskom pogledu. Važnost sporta može se razmatrati u kontekstu njegovog utjecaja na fizičko, psihičko i emocionalno zdravlje čovjeka te na njegovo samopouzdanje i socijalizaciju. Sport je važan generator i novčanih sredstava, bez obzira radili li se o redovitim sportskim aktivnostima ili o organizaciji sportskih događanja. Uz sve navedeno, sport je prepoznat i na području turizma. Sportski turizam uvrštava se među najbrže rastuće specifične oblike turizma. Važnost sporta prepoznata je i na području sjeverne Dalmacije. Na navedenom području turisti mogu aktivno provoditi slobodno vrijeme (bicikliranje, planinarenje, sportovi na vodi i dr.). Međutim, sportska ponuda namijenjena turistima na ovom području nije dovoljno razvijena te se danas nudi više stihijski, nego u sklopu dobro osmišljenog turističkog proizvoda.

Ključne riječi: aktivan odmor, sport, sportski sadržaji, sportski turizam, srednja Dalmacija

# Sadržaj

## Uvod

|   |           |
|---|-----------|
|   | <b>1</b>  |
| <b>1. Teoretsko-metodološko definiranje sporta</b>                                    | <b>2</b>  |
| 1.1. DEFINICIJA SPORTA  | 2         |
| 1.2. PODJELA SPORTOVA   | 3         |
| 1.3. SPORTSKI DOGAĐAJI  | 6         |
| 1.4. FUNKCIJE SPORTA U DRUŠTVU  | 8         |
| <b>2. Ekonomski učinci sporta</b>   | <b>11</b> |
| 2.1. UTJECAJ NA ZAPOSLENOST   | 11        |
| 2.2. UTJECAJ NA BRUTO DOMAĆI PROIZVOD   | 13        |
| 2.3. SPORT I GOSPODARSKI RAST   | 14        |
| <b>3. Društveni učinci sporta</b>   | <b>16</b> |
| 3.1. UČINAK NA ZDRAVLJE   | 16        |
| 3.2. MENTALNI UČINCI  | 18        |
| 3.3. UTJECAJ NA SAMOPOUZDANJE   | 19        |
| <b>4. Poveznice sporta i turizma</b>  | <b>21</b> |
| 4.1. SPORTSKI TURIZAM   | 21        |
| 4.2. SPORTSKI SADRŽAJI U TURIZMU  | 23        |
| <b>5. Primjeri sportskih aktivnosti tijekom boravka turista u Sjevernoj Dalmaciji</b> | <b>26</b> |
| 5.1. BIKIKLIZAM   | 27        |
| 5.2. RONJENJE   | 29        |
| 5.3. RAFTING  | 32        |
| <b>Zaključak</b>  | <b>36</b> |
| <b>Bibliografija</b>  | <b>37</b> |
| <b>Popis slika</b>  | <b>41</b> |
| <b>Popis tablica</b>  | <b>42</b> |

## Uvod

Fizička aktivnost danas postaje sve veći prioritet što je posljedica suvremenog načina života koji je često vrlo neaktivan. Takve okolnosti dovode do potrebe za motiviranjem ljudi za sudjelovanje u fizičkim aktivnostima. Posljedično, danas je sve više ljudi svjesno važnosti fizičke aktivnosti u svakodnevnom životu. Sport postaje sastavni dio života ljudi već od najranije dobi. U sportske aktivnosti sve više se uključuju ljudi svih životnih dobi. Fizičke aktivnosti potiču se u sklopu rekreacije i profesionalnog bavljenja sportom. Upravo je sport prepoznat kao bitan čimbenik kvalitete suvremenog života jer nadomješćuje izostanak fizičkog kretanja, odnosno neaktivnosti u svakodnevici današnjih ljudi.

Uloga sporta u društvu, ali i u životu pojedinaca danas je vrlo velika. Sport nije samo individualna potreba, već je i značajan dio društvenog života. Također, sport je bitan generator prihoda što značida da ima važnu ulogu i u ekonomiji. Koliko je važna fizička aktivnost u suvremenom svijetu ukazuje i činjenica da se sport povezuje s brojnim područjima čovjekovog djelovanja i postojanja. U tom kontekstu nije izuzetak ni turizam. Sportski turizam danas se uvrštava među najbrže rastuće turističke sektore. Kao takav, može se razmatrati na području sportskih događanja, ali i na području rekreativnog bavljenja sportom u slobodno vrijeme.

U ovom radu istražuju se ekonomski i društveni učinci sporta. Cilj rada je prikazati ekonomske i društvene učinke sporta.

# 1. Teoretsko-metodološko definiranje sporta

U suvremenom društvu sport je vrlo značajna aktivnost, bilo da se radi na pojedinačnoj ili na općoj razini.

## 1.1. Definicija sporta

Sport se definira kao redovita tjelesna aktivnost u različite svrhe i koncept je koji je usmjeren na zadovoljenje podsvjesnih emocija čovjeka, kao što je integriranje skupa fizičkih, psihičkih i mentalnih napora, te druženje (Aydemir, 2014).

Postoje dva radikalno suprotna stava prema definiranju sporta:

1. definicija sporta je moguća i poželjna
2. definicija sporta nije niti moguća niti poželjna.

Prvi se odnosi na potragu za formalnom, iscrpnom definicijom (koja se sastoji od skupa potrebnih i dovoljnih uvjeta) i smatra sport zatvorenim pojmom. Naziva se i uskim pogledom na sport (Hsu, 2005., 46-48). Drugi negira postojanje takvih definicija sporta i smatra da je riječ o "otvorenom" konceptu. Naziva se i široki pogled na sport (Hsu, 2005., 48-49). Unatoč temeljnim razlikama između ova dva stava, postoje neke zajedničke točke. Oba stava se fokusiraju na postojanje "granica" sporta, a ne na homogenost ili heterogenost koncepta. Postoji prirodna tendencija da se pretpostavi da zatvoreni pogled daje prednost homogenom pogledu na sport (budući da postoji nešto zajedničko svim sportovima). S druge strane, u slučaju širokog pogleda na sport postoji prirodna tendencija da se pretpostavi da je on u suprotnosti s homogenom prirodom sporta budući da bi razotkrivanje takve homogenosti bilo istovjetno s otkrivanjem biti sporta, a time i odbacivanjem širokog pogleda na sport.

Osim navedenog pristupa definiranju sporta, sport se može definirati kao podskup igara, a svaka igra, da bi se računala kao sport, mora zadovoljiti četiri dodatna kriterija (Suits, 1988):



1. mora biti igra vještine,
2. mora biti igra fizičke vještine,
3. mora imati široko sljedbeništvo,
4. njezino sljedbeništvo ima određenu razinu stabilnosti.

Definicija obuhvaća najpopularnije vrste sportskih događaja: atletiku, igre s loptom, sve vrste utrka, borilačke sportove itd. Opisuje najopćenitije značajke tipičnih, paradigmatičkih vrsta sporta, koje ispunjavaju najveći dio programa najvažnijih sportskih festivala. Sport se definira kao aktivnost koja je natjecateljska, fizička i organizirana. Sport je aktivnost u slobodno vrijeme i općenito se ne smatra poslom, s izuzetkom profesionalnog sporta.

Primarna karakteristika sporta je da mora postojati natjecanje, bilo protiv protivnika ili protiv sebe. Da bi aktivnost bila natjecateljska, mora postojati mogućnost da jedan od sudionika bude proglašen pobjednikom. Bez natjecanja aktivnost je jednostavno razonoda. Osim što je natjecateljski, sport zahtijeva fizički napor. Tjelesni napor može varirati od ekstremnog, u slučaju maratonca, do laganog, u slučaju igrača golfa. Važno je da se koristi neka razina fizičke vještine. Da bi se neka aktivnost smatrala sportom, mora biti i organizirana. Jedan trkač koji prevađuje udaljenost maratona nije sport. Trkač je uključen u igru ili slobodnu aktivnost. Kada su drugi trkači prisutni, na određeni dan i u određeno vrijeme, i trkači se natječu tko će brže prijeći udaljenost, događaj se smatra sportom (Writer, 2020).

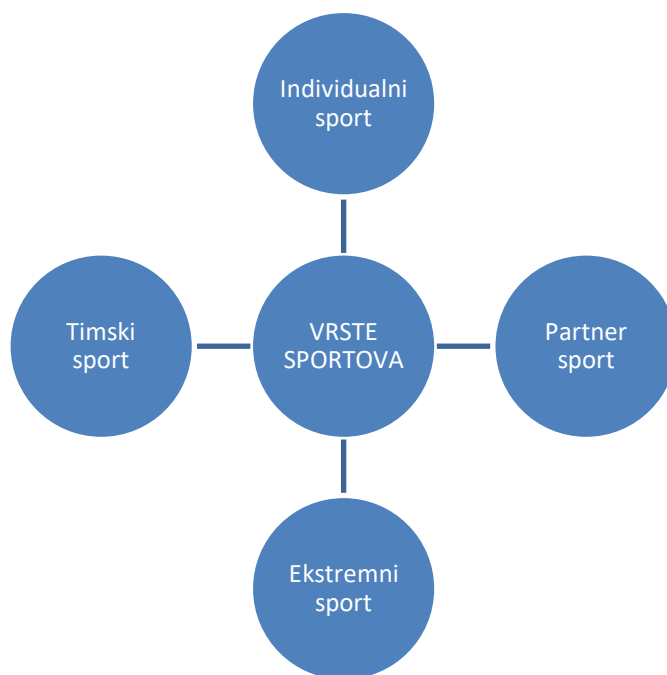
## **1.2. Podjela sportova**

Različite vrste sportskih kategorija su (Slika 1):

1. Individualni sportovi – to su sportovi u kojima se sudionik natječe sam što znači da nema pomoć suigrača ili partnera.
1. Partner sportovi – to su sportovi u kojima dvoje ili više ljudi djeluje kao partneri.

2. Timski sportovi – to su sportovi koji se igraju između suprotstavljenih strana, pri čemu igrači obično međusobno izravno i istovremeno komuniciraju kako bi postigli pobjedu.
3. Ekstremni sportovi – to su sportovi koji uključuju visoku razinu inherentne opasnosti.

**Slika 1. Kategorije sportova**



Izvor: Prema: Leadership and sport, What Are the Different Types of Sports?, <https://www.leadershipandsport.com/types-of-sports/>

Sportovi se mogu podijeliti i u sljedeće kategorije (Topend sports, n.d.):

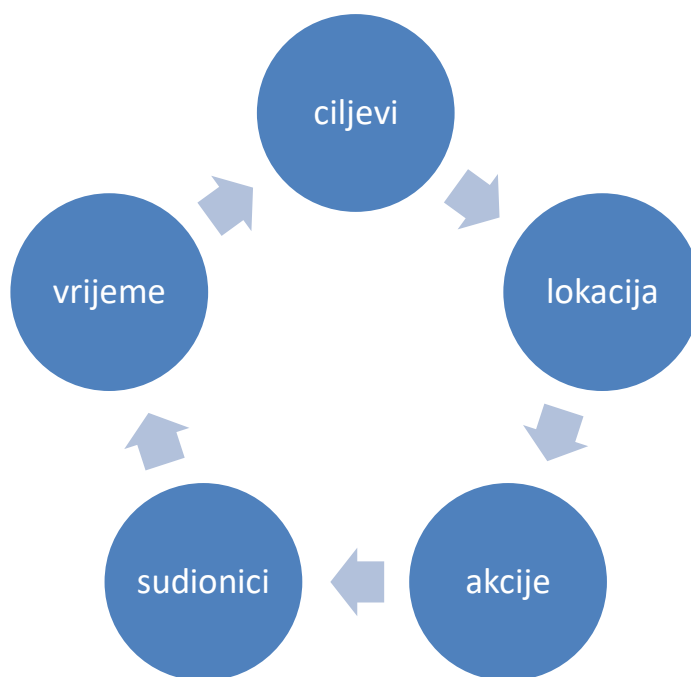
1. Nogometni sportovi - postoje brojni sportovi koji se nazivaju 'nogomet', poput američkog nogometa, asocijacijskog nogometa, ragbija i australijskih pravila, ali jednako tako i mnogo varijacija ovih vrsta nogometa, poput, nogometa na pijesku i dvoranskog nogometa, ragbija na dodir i nogometa s zastavom.
2. Avanturistički sportovi - rizični sportovi kao što su skokovi u vodu, skokovi s padobranom, sportsko penjanje.
3. Zračni sportovi - sportovi koji se izvode u zraku, poput, padobranstva, zračnih utrka i letenja balonom.

4. Kuglački sportovi - postoje brojne varijante kuglanja ili bacanja kugle za rušenje čunjeva ili približavanje meti, poput, kuglanja s 10 čunjeva i boćanja.
5. Sportovi na plaži - sportovi koji se igraju na pijesku kao na primjer odbojka na pijesku, surfanje i sl.
6. Biciklistički sportovi - sportovi koji uključuju bicikle.
7. Sportovi dizanja utega — to nije samo olimpijsko dizanje utega, postoje i mnogi drugi poput powerliftinga, dizanja girja i kamenja.
8. Golf sportovi - postoje mnoge varijacije tradicionalne igre golfa, kao i mnoge inspirirane tom igrom.
9. Sportovi za osobe s invaliditetom - svi paraolimpijski sportovi.
10. Sportovi na koturaljkama - postoji mnogo sportova koji se izvode na rolama i koturaljkama.
11. Sportovi s reketom - kao što su tenis, squash, badminton i stolni tenis.
12. Hokejski sportovi - kao što su hokej na travi, hokej na ledu i hokej na koturaljkama.
13. Veslački sportovi - sportovi na vodi u kojima se kreće pomoću vesla.
14. Sportovi tipa odbojke - sportovi poput odbojke koji uključuju udaranje predmeta naprijed - natrag preko mreže.
15. Konjički sportovi - kao što su polo, jahanje i konjske utrke.
16. Multi-sportovi - kao što su triatlon, biatlon i petoboj.
17. Hibridni sportovi - kombiniranje atributa dva ili više sportova za stvaranje novog sporta, kao što su polocrosse, korfbal i MMA.
18. Streljački sportovi - sportovi s različitim vrstama oružja.
19. Podvodni sportovi - sportovi kao što su ronjenje na dah i podvodni hokej.
20. Hrvачki sportovi - borilački sport između dva natjecatelja koji uključuje tehnike hrvanja.
21. Hodajući sportovi - sportovi koji uključuju hodanje sporijim tempom.
22. Borilačke vještine - kao što su olimpijski sportovi judo, taekwondo i karate te mnoštvo hrvачkih sportova.
23. Motociklistički sportovi - kao što su enduro, speedway i motocross.
24. Umni sportovi - uključuju e-igre i društvene igre poput šaha.

### 1.3. Sportski događaji

Sportski događaj je središnja komponenta sportske industrije jer je to spektakl, nepredvidiv, vedar i emotivan koji privlači pozornost mnogih navijača i gledatelja. Sportske događaje treba promatrati u dva aspekta - kao tržišne proizvode i kao alat za promicanje marki proizvoda ili usluga. Atributi sportskih događaja (Slika 2) su: ciljevi i koncept, mjesto, vrijeme, sudionici i akcije (Malygin, 2018). Pravilan rad s njima optimizira proces izgradnje natjecateljskog događaja, olakšava praćenje njegovog stanja i pravovremenu prilagodbu tržišnim promjenama.

Slika 2. Atributi sportskog događaja



Izvor: Prema: Malygin, A. (2018). Sports marketing. Moscow: Planet

Sportski događaji mogu se značajno razlikovati po svojoj namjeni. Svaki put je potrebno vrlo jasno definirati što se želi postići. Ciljevi i koncept budućeg događaja proizlaze iz misije njegovog organizatora (kluba, lige ili saveza), strateških prioriteta investitora, uspostavljenih tržišnih uvjeta, raspoloživosti resursa itd. Na primjer, organizatori festivala trčanja koriste stabilan trend - sve veću popularnost zdravog načina života među mladim stanovnicima gradova koji su spremni platiti i trening i sudjelovanje u natjecanjima. Svrha organizatora je stvoriti moderan i isplativ projekt koji će postati jedan od simbola grada. Ovaj koncept će se razlikovati od drugog - humanitarne utrke, namijenjene širokoj publici

građana ili od humanitarne utrke za bolesnu djecu. Također, definira funkcionalne prioritete budućeg događaja - hoće li to biti tržišni proizvod ili marketinški alat. Koncept komercijalnog događaja uključuje stvaranje proizvoda traženih na tržištu i njihovu prodaju kupcima radi zarade (Maligin, 2018).

Bilo koji događaj ima početak, kraj i trajanje. Navedene karakteristike trebale bi biti što prikladnije za sudionike. Na primjer, nacionalna prvenstva u igračkim sportovima odvijaju se nekoliko mjeseci, svjetska prvenstva mogu trajati nekoliko tjedana, faze kup turnira traju nekoliko dana ili nekoliko sati. Vrijeme i trajanje je vrlo važno kod sportskih događaja te je upravo ovo područje pomno planirano i u detalje razrađeno.

Prostorne karakteristike događaja važne su za njegov uspjeh, ali i za pravilno pozicioniranje. Pri razvijanju ovog atributa treba uzeti u obzir nekoliko ključnih aspekata. Izbor lokacije uvijek treba ojačati odabrani koncept nadolazećeg događaja. Dakle, ako se planira prezentacija za potencijalne partnere sportskog saveza, potrebno je pokazati respektabilnost, ozbiljnu spremnost na suradnju, za što se obično bira konferencijska dvorana hotela ili prestižnog poslovnog centra. Za obožavatelje su važniji prijevozna dostupnost događaja, promet, prisutnost metro stanica, autobusnih ruta i parkirališta (Lednev, 2016).

Geografski položaj je važan za marketing događaja. Organizatori se obično koriste ugledom zemlje, regije ili grada kada kreiraju i promoviraju svoje proizvode, dajući im jedinstvenost i privlačeći pozornost lokalne publike. Treba imati u vidu i današnju sliku jednog sportskog objekta i njegovu povijest. Ova vrsta "svetosti", primjerice, vezana je uz posjete slavni osoba, održavanje olimpijskih natjecanja na određenom mjestu, poznate konferencije ili smotre. U većini slučajeva prostori za događanja se iznajmljuju, ovisno o specifičnim potrebama tehničke opreme, procijenjenom broju sudionika i sl. (Maligin, 2018).

Svaki sportski događaj je proces interakcije između sportaša u obliku natjecanja ili demonstracije njihovih vještina. Međutim, krug sudionika suvremenih događaja mnogo je širi. Oni bi trebali uključivati sve koji pripremaju i vode događaj, osiguravaju njegovo održavanje, nalaze se na mjestu događaja tijekom događaja, pružaju podršku sportašima itd. Ovisno o vrsti događaja, sastav pojedinih sudionika može biti različit, ali se svi mogu podijeliti u sljedeće skupine (Lednev 2016):

1. organizatori (vlasnici, izvođači)

2. izravni sudionici (ekipe, klubovi, sportaši, treneri, suci, govornici, voditelji, izlagači itd.)
3. dodatni sudionici (navijači, showmeni, umjetnici itd.)
4. pratioci (medicinsko i tehničko osoblje, volonteri)
5. kupci (gledatelji, slušatelji, posjetitelji, VIP itd.)
6. partneri i sponzori
7. emitiranje
8. novinari.

Identificiranje tko bi trebao sudjelovati u događaju važna je strateška odluka koja utječe na njegovu kvalitetu i pozicioniranje. Osim kvalitativnih karakteristika sudionika, potrebna je i njihova kvantitativna procjena, budući da će o tome, primjerice, ovisiti odabir mjesta održavanja događaja (Lednev, 2016).

Aktivnosti tijekom događaja procesnu bit događaja. Što će točno predstavnici svake od grupa sudionika učiniti na zadanom mjestu i u zadano vrijeme kako bi postigli postavljene ciljeve. Posebno značajan aspekt je organizacija interakcije svih grupa sudionika u okviru cjelokupnog programa. Sudionici u različitim kategorijama imaju različite uloge u događaju, ali svi oni trebaju biti informirani o svojim akcijama putem uputa, navigacije, podsjetnika, bilješke o programu, mobilne aplikacije, biltena, multimedija stadiona, volontera, redara i sl. Posebna se pozornost tijekom masovnih događanja pridaje sigurnosnim pitanjima i upravljanju protokom ljudi (Malygin, 2018).

## **1.4. Funkcije sporta u društvu**

Iako se sport u prošlosti temeljio na načelima tjelesne sposobnosti, natjecanja i izazova rekorda, konceptualiziran je i kao alat obrazovanja u prvim engleskim javnim školama. Nadovezujući se na ideju da je sport element zajedničke aktivnosti s potencijalom samoformiranja grupa i grupnih identiteta, on je počeo posredovati u društvenim pravilima i ideji poštovanja prema drugim članovima grupe. Kasnije se sport koristio na sličan način za disciplinska pitanja industrijskih radnika i za socijalizaciju postkolonijalnih društava u

Indiji i Africi. Stoga se sport općenito može promatrati kao sredstvo za prevladavanje prepreka unutar nacionalnih društava (Giulianotti i Robertson, 2009).

Sport je važan društveni fenomen na svim razinama suvremenog društva koji ima velik utjecaj na ključna područja društvenog života: utječe na nacionalne odnose, poslovni život, društveni status, modne forme, etičke vrijednosti, stil života ljudi i dr. (Nicholson, 2008). Fenomen sporta ima moćnu socijalizacijsku snagu. Sport kao društveni fenomen karakterizira specifična kulturna i opće kulturna funkcija. To, prije svega, uključuje funkcije kao što su razvoj tjelesnih sposobnosti, zadovoljenje društvenih i prirodnih potreba u motoričkoj aktivnosti i optimizacija tjelesnog stanja i zdravlja, tjelesni razvoj, poboljšava tjelesnu građu, pomaže u prevenciji i smanjenju velikog broja bolesti.

Sport, kao jedno od najvažnijih sredstava jačanja zdravlja čovjeka, tjelesnog razvoja i usavršavanja, također, ima značajan pozitivan utjecaj na njegov duhovni svijet, njegov stav, emocije, moralna načela, estetski ukus, promičući skladan razvoj ličnosti. Suvremeni sport, također, je važan u razvoju kontakata među ljudima, ne samo unutar jedne zemlje, već i međunarodno, igrajući značajnu ulogu u produbljivanju međusobnog razumijevanja među narodima, pomaže u stvaranju klime povjerenja i mira. Dakle, sport je usko povezan s mentalnom, moralnom, estetskom, komunikacijskom i drugim sferama kulture, u tom smislu je sastavni dio društvenog života ljudi. To se odnosi na specifične kulturne i opće kulturne funkcije sporta, ali i sociokulturne funkcije.

Uloga sporta je:

- Društvena (humanistička):
  - zdravstvena – očuvanje i poboljšanje zdravlja ljudi,
  - odgojno-obrazovna – učenje i savladavanje određenih sportskih vještina (od kojih neke mogu imati implikacije i u stvarnom životu); stvaranje (životnih) navika,
  - socijalna – socijalizacija ljudi; upoznavanje, druženje, stvaranje prijateljstava, bračnih zajednica i dr.,
  - politička – jačanje nacionalne svijesti; međunarodna promocija zemalja; sredstvo za prevladavanje političkih razmirica
- Ekonomska:
  - potrošnja različitih sportskih dobara.

Potrebno je spomenuti natjecateljsku funkciju, koja izražava sociokulturnu prirodu sporta. Uključuje nekoliko kritičnih aspekata sporta, kako kreativnu aktivnost sportaša i formiranje potrebnih voljnih kvaliteta, tako i razmjenu sportskih rezultata iskustva i postignuća, kao i druge čimbenike. Naime, društveni fenomen natjecanja karakterizira sport kao oblik intenzivne društvene aktivnosti. Kao početni oblik sportskih odnosa, svaki meč za osobu je borba, koja zahtijeva naglašeni limit snage i sposobnosti. Potraga za granicom ljudskih mogućnosti uvijek šalje sportaša na put kontinuiranog razvoja i napretka tjelesne i duhovne snage. Različiti sportski događaji poput utakmica i natjecanja ilustriraju i uspoređuju različita sportska postignuća i rezultate, pokazuju rad sportaša na sustavnom treningu i samousavršavanju. Drugim riječima, očito je da je bez poznavanja i uvažavanja društvenih i kulturnih procesa u suvremenom društvu nemoguće osigurati sudjelovanje sportaša ili sportskih ekipa.

Druga važna funkcija sporta je komunikacijska funkcija koja doprinosi obogaćivanju osobnosti u komunikacijskom procesu. Aspekt komunikacije u sportu nalazi se u onim odnosima u koje sportaš dolazi iz društva i njegovih institucija, s trenerima, drugim sportašima i ljubiteljima sporta. Komunikativna funkcija uključuje i aspekte prestiža povezane sa željom za samopotvrđivanjem i priznanjem, pomaže odgoju djece i tinejdžera, kao prirodno sredstvo izolacije mladih od štetnog utjecaja ulice. Iskustvo jasno pokazuje da je sport jedno od najučinkovitijih sredstava preodgoja, pružajući mogućnosti za realizaciju energije, inicijative, kreativnosti i tjelesnih sposobnosti, za vođenje i natjecanje na zdrav način.

Suvremeni sport, također, je mikrokozmos suvremenog društva pa su stoga najvažniji problemi suvremenog sporta slični osnovnim problemima suvremenog društva, kao što su spolna, etnička i rasna diskriminacija, kriminal i obmana, kontrola nasilja, uporaba droga, kockanje, alkoholizam, zaštita okoliša, društveni, politički i međunarodni odnosi itd. Također, sport može biti kohezivna snaga u društvu koja aktivno podržava društveni poredak i njegove vrijednosti, kao i strukturu moći unutar koje djeluje. Navedeno uključuje činjenicu da se sport može koristiti kao instrument vlasti, lako se može koristiti za provedbu ciljeva društvene moći (Coalter, 2008).



## **2. Ekonomski učinci sporta**

Ekonomski učinak sportskih događaja može se definirati kao neto promjena u gospodarstvu koja proizlazi iz sportskog događaja. Promjena je uzrokovana aktivnostima koje uključuju nabavu, rad, razvoj i korištenje sportskih objekata i usluga. One zauzvrat stvaraju potrošnju posjetitelja, javnu potrošnju, mogućnosti zapošljavanja i porezne prihode. Konkretno, ekonomski učinci izdataka sastoje se od izravnih, neizravnih i induciranih učinaka. Izravni učinci su kupnje potrebne za zadovoljenje povećane potražnje posjetitelja za robama i uslugama. Neizravni učinci su efekt dodatnih krugova ponovnog kruženja početnih gledateljskih novaca. Inducirani učinci su povećanje zaposlenosti i prihoda kućanstva koji proizlaze iz ekonomske aktivnosti potaknute izravnim i neizravnim učincima (Howard i Crompton, 1995).

### **2.1. Utjecaj na zaposlenost**

U 2019. godini 1,37 milijuna ljudi bilo je angažirano u području sporta u EU-27. Što se tiče spolne ravnoteže, muškarci (54%) su nadmašili žene, što je u skladu s onom zabilježenom u ukupnoj zaposlenosti. Udio mladih u dobi od 15 do 29 godina iznosio je 35 % – dvostruko više od udjela u ukupnoj zaposlenosti dok je dobna skupina od 30 do 64 godine iznosila 63%. U EU-27 broj zaposlenih u sportu porastao je za gotovo 200.000 više u usporedbi s 2014., što je jednako ukupnom povećanju od 17% (Europa.eu, 2021).

Pandemija COVID-19 naštetila je zapošljavanju u sportskoj industriji. Europski opservatorij za sport i zapošljavanje (EOSE) analizirao je podatke o zapošljavanju u sportu u EU-28 za prva dva tromjesečja 2020. godine. U prva dva kvartala 2020. godine ukupna zaposlenost u sportu u EU-28 pala je za 3,3%. Na kraju drugog tromjesečja 2020. godine bilo je 9,6% manje žena i 17% manje mladih sportskih djelatnika, nego na kraju 2019. godini. Žene i mlada sportska radna snaga bila je mnogo teže pogođena COVID-19 u prvoj polovici 2020. godine. Tijekom pandemije mnoge su sportske organizacije prestale

zapošljavati novo osoblje. Drugi su otpuštali zaposlenike ili ih zapošljavali na pola radnog vremena ili bez plaće, što je sve naštetilo imovinskoj situaciji zaposlenika (EOSE, 2021).

U 2021. godini u sportskom sektoru u EU bilo je zaposleno 1,37 milijuna ljudi, što predstavlja 0,7% ukupne zaposlenosti. Na razini EU-a, broj ljudi koji rade u sportu u EU-u oporavio se nakon pada tijekom vrhunca pandemije COVID-19 (1,37 milijuna zaposlenika u 2019., 1,31 u 2020.). Zemlje EU-a s najvećim udjelom ljudi koji rade u području sporta bile su Švedska (1,4% ukupne zaposlenosti), Finska (1,3%), Španjolska i Francuska (obje 1,1%). Dok su najniži udjeli ljudi koji rade u području sporta zabilježeni u Rumunjskoj (0,2% ukupne zaposlenosti), Malti (0,3%) te Bugarskoj, Slovačkoj i Poljskoj (sve 0,4%) (Eurostat, 2022).

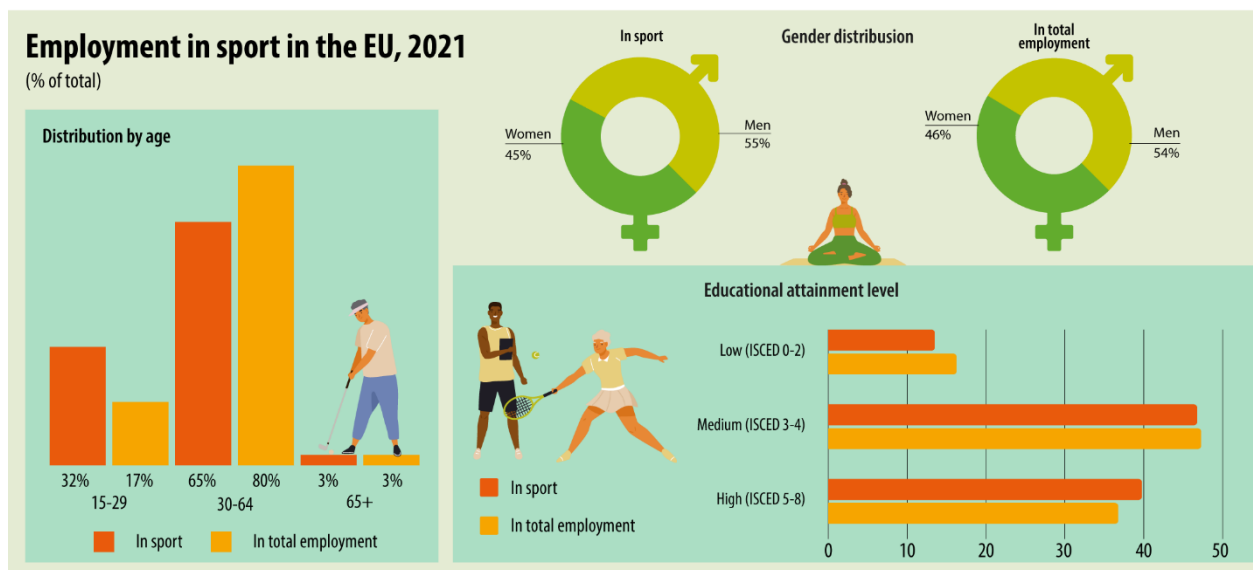
**Slika 3. Udio zaposlenih u sportu u ukupnoj zaposlenosti u državama Europske unije**



Izvor: Eurostat (2022) Employment in sport in the EU, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20220923-1>

U sportskom sektoru muškarci su bili zastupljeniji od žena (55% muškaraca i 45% žena), što je rezultiralo malo većim rodnim jazom od onog koji je primijećen za ukupnu zaposlenost (54% odnosno 46%).

Slika 4. Spolna struktura zaposlenih u sportu

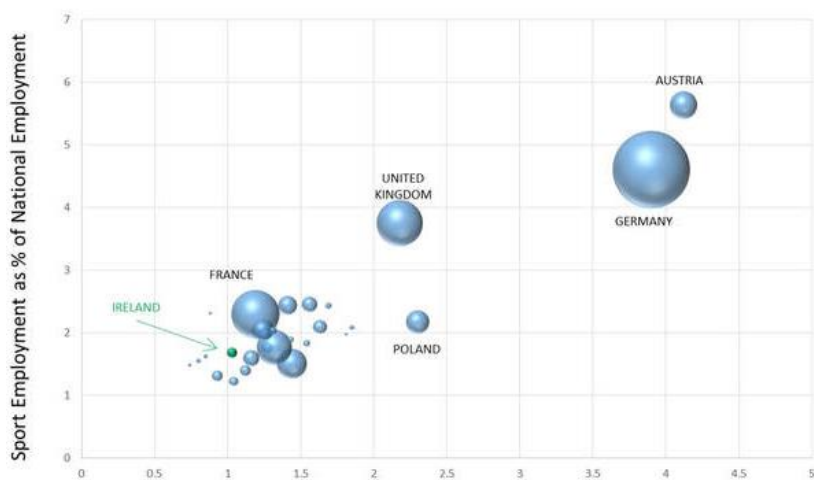


Izvor: Eurostat (2022) Employment in sport in the EU, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20220923-1>

## 2.2. Utjecaj na bruto domaći proizvod

Na razini cijele Europske unije sport čini 2,12% BDP-a. Pojedinačne zemlje se razlikuju i prikazane na ovom području što se može vidjeti na Slici 5.

Slika 5. Udio sporta u BDP-u EU-a  
Economic Impact of Sport in the EU, Sport Satellite Accounts



Izvor: Sports Economics, The Economics of Sport, <https://www.sportseconomics.org/sports-economics/economic-impact-of-sport-in-the-eu>

Sport je radno intenzivan. To objašnjava zašto je doprinos zapošljavanju veći od doprinosa BDP-u za EU u cjelini i za svaku zemlju osim Poljske. Ekonomski utjecaj sporta najveći je u Austriji gdje zimski sportovi imaju značajnu ulogu. Sport pridonosi 5,63% zaposlenosti u Austriji i 4,12% njenom BDP-u. Ekonomski utjecaj sporta u Irskoj manji je, nego u većini zemalja (1,68% zaposlenosti; 1,03% BDP-a). Relativno mala veličina zelenog mjehurića ilustrira relativno malu veličinu irskog gospodarstva.

Studija o ekonomskom učinku sporta putem sportskih satelitskih računa objavljena je 2018. i temelji se na podacima iz 2012. Također se temelji na satelitskim računima (situacija u kojoj se sportske komponente izdvajaju iz klasifikacija koje se koriste u redovnom Sustavu nacionalnih računa). Studija objašnjava doprinos ovih sektora ukupnom utjecaju sporta. Najveći doprinos dolazi iz obrazovnog sektora. Sportske usluge su drugi najveći doprinositelj. Ovi relativni doprinosi su obrnuti u slučaju Irske (Sports Economics, n.d.).

Tijekom 2021. i unatoč usporavanju izazvanom COVID-19, veličina globalnog sportskog tržišta narasla je na 440,77 milijardi USD. U Europskoj uniji sport doprinosi nešto više od 2% BDP-u (2,12%) i odgovoran je za gotovo 0,7% zaposlenosti. U kontekstu, otprilike svaki 47. euro i svaki 37. zaposlenik u EU vezan je isključivo za sport (Mission 2030 Capacity Building, 2022).

### **2.3. Sport i gospodarski rast**

Održivi i uključivi gospodarski rast preduvjet je za održivi razvoj, koji može doprinijeti poboljšanju sredstava za život diljem svijeta. Gospodarski rast može dovesti do novih i boljih mogućnosti zapošljavanja i pružiti veću ekonomsku sigurnost za sve. Štoviše, brzi rast, osobito među najmanje razvijenim i drugim zemljama u razvoju, može im pomoći da smanje jaz u plaćama u odnosu na razvijene zemlje, čime se smanjuju očigledne nejednakosti između bogatih i siromašnih.

Sport je pokretačka snaga gospodarstva. Globalni rast sportske industrije i njezin odnos s drugim organizacijama stvara nova radna mjesta. Sport i sportska događanja vrlo su popularni među ljudima u svijetu i iz tog razloga organiziranje sportskih događanja aktivira

mnoge nesportske organizacije na nacionalnoj ili globalnoj razini. Hoteli, putničke agencije, vodeni, kopneni i zračni promet, centri za odmor i zabavu, zdravstveni centri i sportske organizacije uključeni su u organizaciju sportskih događaja.

Organiziranje međunarodnih sportskih događaja kao što su Olimpijske igre, Svjetsko prvenstvo u nogometu ili Super Bowl razlog je značajnog gospodarskog razvoja u zemljama. Održavanje sportskih događaja moglo bi osigurati priljev stranog kapitala, stvoriti nova radna mjesta i potaknuti ljude da potroše novac (Yehia, 2018). Održavanje sportskih događaja promiče sportski turizam, globalnu medijsku komunikaciju, nacionalni i globalni marketing, zdravstvene usluge koje, zauzvrat, stvaraju nova radna mjesta na nacionalnoj razini i međunarodno. Ako te aktivnosti usvoje održive i uključive mjere, mogu doprinijeti gospodarskom, društvenom i ekološkom razvoju (Sport Encommun, 2020).

### **3. Društveni učinci sporta**

U današnje vrijeme sport postupno sve više utječe na ljudski život i postaje sve važniji u društvu. Ljudi se danas bave sportom poradi osobnog razvoja, kao i poradi fizičke i mentalne sposobnosti. Identificiran je velik učinak sporta na druženje i jačanje društvenih veza između pojedinaca u društvu. Štoviše, to je najučinkovitiji oblik aktivnosti koji omogućuje ljudima da se psihološki pripreme za život i s tog aspekta pridonosi psihosocijalnoj i osobnoj ravnoteži (Ghildiyal, 2015). Mogućnosti aktivne rekreacije nude gospodarske i društvene koristi koje uključuju lokalni gospodarski razvoj i poboljšano fizičko, mentalno i socijalno zdravlje (Chen, 2012).

Sport djeluje na socijalizaciju čovjeka, ali i na jačanje zajedništva u nekom društvu. Potiče snažne emocije i zajedništvo. Dovodi do ponosa kada se postižu dobro sportski rezultati te stvara prepoznatljivost pojedinaca i grupa. Posljedično, sport ima važnu ulogu kako na individualnoj tako i na regionalnoj i nacionalnoj razini. Iz navedenog razloga, danas se sportu ne pridaje pažnja samo kao tjelesnoj aktivnosti i individualnoj zabavi, već je sport bitan dio svakog društva, društvenih odnosa i prepoznatljivosti nacija

#### **3.1. Učinak na zdravlje**

Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) definira zdravlje kao stanje potpunog fizičkog, mentalnog i socijalnog blagostanja, a ne samo odsutnost bolesti ili slabosti. Tjelesna aktivnost može se odvijati spontano (slobodno vrijeme/posao/prijevoz) ili organizirano i dijeliti prema namjeni. Tjelesno vježbanje je usmjereno prvenstveno na poboljšanje zdravlja i tjelesne sposobnosti. Tjelesni trening prvenstveno je usmjeren na povećanje maksimalne fizičke sposobnosti i izvedbe pojedinca. Tjelesna neaktivnost opisuje se kao odsutnost kretanja tijela, kada je potrošnja energije približna razini mirovanja. Ljudi koji ne ispunjavaju preporuke za tjelesnu aktivnost smatraju se tjelesno neaktivnima i ponekad ih se naziva "sjedecima".

Sport se može organizirati prema dobi, spolu, razini ambicija, težini ili drugim skupinama. Sport, također, može biti spontan i definiran kao podskup vježbi koje se izvode pojedinačno ili kao dio tima, gdje sudionici imaju definiran cilj. Dnevne preporuke za tjelesnu aktivnost mogu se ispuniti kratkom tjelovježbom visokog intenziteta i ostatkom tjelesne neaktivnosti ostatak dana, čime se stvara "polarizacija" tjelesne aktivnosti: visoka doza svjesnog tjelesnog treninga, unatoč niskoj potrošnji energije u normalnom životu zbog velike količine sjedilačkog vremena. Polarizacija tjelesne aktivnosti može dovesti do povećanog rizika od lošeg zdravlja unatoč ispunjavanju preporuka za tjelesnu aktivnost. Tijekom većeg dijela našeg života potrošnja energije veća je u normalnom svakodnevnom životu, nego u sportu, tjelesnom treningu i tjelovježbi, s iznimkom djece i starijih osoba, kod kojih je planirana tjelesna aktivnost važnija.

Redovito sudjelovanje u tjelesnoj aktivnosti je imperativ za dobro zdravlje. Aktivni ljudi imaju koristi od viših razina kondicije povezane sa zdravljem i imaju manji rizik od razvoja mnogih različitih zdravstvenih stanja koja onesposobljavaju od neaktivnih ljudi. Opće je poznato da zdravstvene dobrobiti sudjelovanja u tjelesnoj aktivnosti nisu ograničene na fizičko zdravlje, već uključuju i mentalne komponente (Janssen, 2007).

Opsežna istraživanja rezultirala su jasnim preporukama o razini tjelesne aktivnosti koja je potrebna za postizanje zdravstvenih koristi. Postoje posebne zdravstvene preporuke za djecu i adolescente koje se razlikuju od onih za odrasle. Redovito održavanje ove razine aktivnosti kod ljudi može rezultirati povećanjem tjelesne spremnosti, smanjenjem tjelesne masnoće, smanjenjem rizika od kardiovaskularnih i metaboličkih bolesti, poboljšanim zdravljem kostiju i smanjenjem simptoma depresije i anksioznosti. Iako su priznate mnoge različite zdravstvene dobrobiti sudjelovanja u tjelesnoj aktivnosti, velika većina istraživanja usredotočena je na dobrobiti sudjelovanja u tjelesnoj aktivnosti za fizičko zdravlje, dok je manje istraživanja usmjereno na aspekte mentalnog i socijalnog zdravlja. Iako se dobrobiti za mentalno zdravlje spominju u novijim smjernicama, do danas nedovoljni dokazi isključuju zaključke o minimalnim ili optimalnim vrstama ili količinama tjelesne aktivnosti za mentalno zdravlje (Janssen, 2007).

Ljudska biologija zahtijeva određenu količinu tjelesne aktivnosti za održavanje dobrog zdravlja i dobrobiti. Biološka prilagodba na život s manje tjelesne aktivnosti trajala bi mnogo generacija. Ljudi koji danas žive imaju više-manje iste potrebe za tjelesnom aktivnošću kao prije 40.000 godina. Za prosječnog muškarca tjelesne težine od 70 kg to

odgovara oko 2 km hodanja dnevno uz svakodnevnu tjelesnu aktivnost. Za većinu ljudi dnevna tjelesna aktivnost se smanjuje. Nažalost, prosječni dnevni unos energije raste više od dnevne proizvodnje energije, stvarajući energetska višak. To je jedan od razloga sve većeg broja ljudi s prekomjernom tjelesnom težinom i snažan doprinos mnogim zdravstvenim problemima. Više sjedilačkog načina života (nedostizanje preporučene razine tjelesne aktivnosti), u kombinaciji s povećanim unosom energije, narušava fizičke i mentalne sposobnosti te povećava rizik od bolesti (Agudelo i sur., 2014). Upravo današnji stil života dovodi do brojnih zdravstvenih problema na globalnoj razini i posljedično utječe na razvoj različitih programa usmjerenih prema poticanju ljudi na fizičku aktivnost.

### **3.2. Mentalni učinci**

Ljudi koji se bave sportom općenito imaju bolje zdravlje od onih koji se ne bave sportom jer su fizički i psihički spremni za izazove sporta, sposobnosti koje se u mnogim slučajevima mogu prenijeti u druge dijelove života. Osim što tjelesna aktivnost utječe na fizičko zdravlje ljudi i njihovo funkcioniranje, ona ima pozitivan utjecaj i na mentalno zdravlje.

Mentalno zdravlje smatra se psihološkim i emocionalnim blagostanjem osobe. Ono se ogleda u pozitivnom funkcioniranju u životu temeljenom na interakciji društvenih i bioloških čimbenika (Chow i Choi, 2019). Svjetska zdravstvena organizacija definirala je mentalno zdravlje kao stanje blagostanja u kojem pojedinac ostvaruje svoje sposobnosti, može se nositi s normalnim životnim stresovima, može raditi produktivno i plodonosno i može dati doprinos svom zajednici (Chow i Choi, 2019). Međutim, studija koju su proveli Pascoe i sur. (2020) istaknuo je da se očekuje da će mentalni poremećaji postati vodeći razlog za nastanak invaliditeta među mladima u razvijenim zemljama. Stoga je promicanje mentalnog zdravlja i prevencija mentalnih poremećaja najvažniji.

Tjelesna aktivnost i sport imaju veliku ulogu u poboljšanju mentalnog zdravlja pojedinca u svim fazama života. Tjelesna aktivnost može biti spontan (slobodno vrijeme, posao ili prijevoz) ili organiziran (tjelesno vježbanje). Glavna svrha tjelesnog vježbanja je poboljšanje zdravlja i tjelesne sposobnosti pojedinca. Bio-psihosocijalni (BPS) model



potvrđuje da su tjelesna aktivnost i tjelovježba među najboljim strategijama suočavanja s problemima mentalnog zdravlja. Tjelesni trening je koncentriran na povećanje maksimalne izvedbe i kapaciteta. S druge strane, tjelesna neaktivnost je sjedilačko ponašanje u kojem izostaje kretanje tijela. Tjelesna neaktivnost dovodi do povećanog rizika od lošeg zdravlja, što može utjecati na dobrobit pojedinca (Malm i sur., 2019).

Mentalna bolest je globalni problem koji pogađa milijune ljudi diljem svijeta. Glavobolja, stres, nesаница, umor i tjeskoba mjere su mentalnog lošeg zdravlja. Izraz "loše zdravlje" predstavlja skup nekoliko problema i simptoma mentalnog zdravlja s različitim razinama ozbiljnosti. Studije su uspoređivale očekivane zdravstvene koristi od redovite tjelesne aktivnosti za poboljšanje mentalnog zdravlja s drugim tretmanima, na primjer, lijekovima. Najnovije studije pokazuju da tjelesna aktivnost i vježbanje koje se koriste kao primarna ili sekundarna metoda obrade imaju značajne pozitivne učinke u prevenciji ili ublažavanju simptoma depresije te imaju antidepresivni učinak kod osoba s neurološkim bolestima. Trening i vježbanje poboljšavaju kvalitetu života i suočavanje sa stresom te jačaju samopoštovanje i socijalne vještine. Također, smanjuju anksioznost kod ljudi kojima je dijagnosticirana bolest povezana s anksioznošću ili stresom, poboljšavaju učenje vokabulara, pamćenje i kreativno razmišljanje (Carroll i sur., 2010).

Glavne svrhe sporta su promicanje tjelesne aktivnosti i poboljšanje motoričkih vještina za zdravlje i izvedbu te psihosocijalni razvoj. Sudionici, također, dobivaju priliku biti dijelom zajednice, razviti nove društvene krugove i stvoriti društvene norme i stavove. Pokazalo se da kod zdravih pojedinaca i pacijenata s mentalnim bolestima sudjelovanje u sportu daje pojedincima osjećaj smisla, identiteta i pripadnosti (Soundy i sur., 2015).

### **3.3 Utjecaj na samopouzdanje**

Bavljenje sportom može pomoći djeci da razviju poštovanje prema vlastitom tijelu, kao i poštovanje prema drugima. Također, doprinosi pozitivnom razvoju uma i tijela što dovodi do većeg samopouzdanja i samopoštovanja. Adolescencija je prijelazno razdoblje koje može biti izazovno za dječake i djevojčice i kao rezultat toga mogu patiti od niskog samopoštovanja; osobito u pogledu fizičkog izgleda, sportske sposobnosti i akademske

kompetencije. Tjelesno samopouzdanje posebno je pod velikim utjecajem tijekom adolescencije, kada se tijelo ubrzano mijenjaju fizički i hormonalno. Sudjelovanje u sportu može prevenirati niske razine samopoštovanja (Talbot, 2001).

Mnoga istraživanja povezuju prakticiranje fizičke aktivnosti sa samopoimanjem. Meta-analize potvrdile su ove pozitivne odnose u intervencijama temeljenim na programu fizičke aktivnosti usmjerene na poboljšanje samopoimanja (Liu i sur., 2015). Prema višedimenzionalnoj i hijerarhijskoj konceptualizaciji samopoimanja (Shavelson i sur., 1976), mogući učinak tjelesne aktivnosti na samopoimanje posredovan je jednom od njegovih domena, fizičkim samopoimanjem. Pod utjecajem ove teorije, Sonstroem i sur. (1994) predložili su model vježbanja i samopoštovanja (EXSEM) kako bi objasnili kako fizička aktivnost utječe na samopoštovanje. Prema ovom modelu, sudjelovanje u tjelesnim aktivnostima povećava osjećaj samoučinkovitosti, poboljšava percepciju sportske kompetencije i tjelesnog prihvaćanja te povećava opće samopoštovanje.

Predodžba o tijelu (BI) jedan je od najutjecajnijih čimbenika koji utječu na psihičko blagostanje, a koji određuje konfiguraciju samopoimanja, osobito tijekom adolescencije. Brojne studije usredotočile su se na ideju da zadovoljstvo tijelom pozitivno utječe na samopoimanje, budući da osjećaj ugone u vlastitom tijelu stvara opće pozitivne osjećaje (Fernández-Bustos i sur., 2015).

Bez obzira bave li se ljudi profesionalno ili rekreativno sportom, sport doprinosi pozitivnoj slici o vlastitom tijelu, vlastitom umu i vlastitim sposobnostima. Iz navedenog razloga danas je jedan od načina na koji ljudi jačaju samopouzdanje te posljedično pozitivno djeluju na vlastitu tjelesnu, mentalnu i kognitivnu dobrobit.

### **3. Poveznice sporta i turizma**

Turizam je jedan od najvažnijih svjetskih gospodarskih sektora. Omogućuje ljudima da iskuse različita kulturna i prirodna bogatstva svijeta i približava ljude jedne drugima. Prema UNWTO-u, turizam je jedan od najvećih i najbrže rastućih gospodarskih sektora u svijetu dok je sport jedan od najvećih svjetskih društvenih fenomena. Kao profesionalna ili slobodna aktivnost, sport često uključuje putovanja na druga mjesta, igranje i natjecanje na raznim odredištima. Nadalje, veliki sportski događaji, poput, Olimpijskih igara i raznih svjetskih prvenstava, postali su snažna turistička atrakcija. Sportski turizam čini veliki dio turističke industrije. Uključuje ne samo sudjelovanje i posjećivanje sportskih događaja, već i osobne rekreativne aktivnosti (Sport and devorg 2022).

#### **4.1. Sportski turizam**

Prema Gibsonovoj definiciji (1998), sportski turizam je putovanje zasnovano na slobodnom vremenu koje vodi pojedince privremeno izvan njihovih matičnih zajednica da sudjeluju i/ili gledaju fizičke aktivnosti ili da obožavaju atrakcije povezane s fizičkim aktivnostima. Ljudi su rođeni da putuju kako bi ispunili svoje motivacijske potrebe, a sport može biti jedan od razloga dok je turizam jedan od načina da se zadovolje te slobodne aktivnosti (npr. obiteljsko putovanje ili posjećivanje sportskih događaja).

U teoriji, to je prirodno generirani društveni fenomen da se zadovolji ljudska fizička i psihička želja kroz putovanje. Svaka domena (tj. sport i turizam) jedna je od najznačajnijih područja koja utječu na čovjekov život iz mnogih perspektiva, kao što su društvena, ekonomska, politička i mnoge druge. Zauhar (2004) ističe da su se dodirne točke između sporta i turizma jako povećale – uzajamne koristi za oba su prilično uočljive, a odnosi vrlo kompatibilni. Zapravo, izraz 'sportski turizam' formiran je kako bi se bolje razumjelo korištenje sporta kao turističkog pothvata (Hemmonsbej i Tichaawa, 2019).

Sportski turizam je značajan element u svjetskom turizmu i postao je vrlo konkurentna niša poslovanja. Kako interes i sudjelovanje u sportu raste unutar industrije slobodnog vremena, želja ljudi da putuju radi natjecanja ili gledanja, također, je u porastu. Milijuni turista tijekom putovanja zainteresirani su za sport i rekreaciju bez obzira na to je li sport glavni cilj putovanja ili ne. Sportski turizam, dvodimenzionalna ekonomska i društvena aktivnost, nalazi se na raskrižju sektora turizma i sporta. Danas međuodnosi između aktivnog života i aktivnog putovanja imaju snažan ekonomski i društveni utjecaj na društva na globalnoj razini, igrajući istodobno ključnu ulogu u održivosti područja. Trostruki osnovni okvir ekonomskih, društvenih/kulturnih i okolišnih utjecaja sportskog turizma povezan je s održivim destinacijama (Hemmonsby i Tichaawa, 2019).

Sportski turizam, budući da je kulturno iskustvo tjelesne aktivnosti i njezino mjesto, povezan je s dvodimenzionalnim konceptom. Tjelesna aktivnost ovisi o planiranju i pružanju sadržaja dok je doživljaj mjesta povezan s pristupom odredištu i lokaciji događaja, smještajem i kvalitetom mjesta. S obzirom na ovaj složeni i višedimenzionalni karakter sportskog turizma kao i njegov procijenjeni veliki doprinos održivom razvoju destinacije (povezano s mogućnostima stvaranja prihoda i očuvanjem okoliša), sportski turizam je prepoznat kao polje interesa od strane akademskog i gospodarskog sektora (tj. organizatora događanja i pružatelja usluga sportskog turizma) (Hemmonsby i Tichaawa, 2019).

Različiti međusobno povezani elementi tvore sportski turizam. Definirana su četiri kriterija za opisivanje sportskog turizma, pri čemu su svi elementi izravno povezani s ciljevima održivog razvoja (Hemmonsby i Tichaawa, 2019):

1. Putovanje: odnosi se na putovanje, izvan mjesta stanovanja, do turističkog odredišta, koje je (putovanje) dio turističkog iskustva na koje može utjecati prelazak na održivije načine prijevoza (tj. duga dionica putovanja željeznicom ima znatno niže emisije goriva od drugih načina, a putovanja unutar područja pješaćenjem i vožnjom bicikla na sličan su način održivija).
2. Smještaj: uključuje smještaj, najmanje jedan dan, na odredištu domaćina. Prednosti usvajanja praksi održivog upravljanja u smještaju izgledaju obećavajuće u hotelskom sektoru. Međutim, postoji snažna potreba za ulaganjem u vrijeme i resurse.

3. Čimbenici motivacije: uključuje unutarnje i/ili vanjske motivacije (pokretače) za aktivno uključivanje pojedinaca u sportski proizvod, pri čemu su motivacija i svijest o zelenom i održivom turizmu visoko povezani aspekti.
4. Priroda sportskog proizvoda: opisuje stvaranje sportskih proizvoda u koje potrošač može biti uključen. U postizanju ciljeva održivosti, pruženi sportski proizvodi trebali bi biti povezani s, između ostalog, dobrobitima aktivnog života na osobnoj razini i, s ekološkog gledišta, porukama.

Kontekst sportskog turizma sastoji se od ljudskih iskustava koja su usmjerena na skup usluga tijekom putovanja do određenih destinacija za sudjelovanje u sportskom proizvodu. Putovanje ima profesionalnu (posao povezan sa sportom, npr. profesionalni timovi i igrači) ili rekreativnu (npr. trail trkači na otvorenim malim sportskim događajima) svrhu. Stoga sektor sportskog turizma podrazumijeva sve oblike aktivnog i pasivnog uključivanja u sportske aktivnosti, u kojima se sudjeluje povremeno ili organizirano iz nekomercijalnih ili poslovnih/komercijalnih razloga koji zahtijevaju putovanje izvan mjesta stanovanja (Standeven i Knop, 1998).

## **4.2. Sportski sadržaji u turizmu**

Aktivna rekreacija odnosi se na strukturiranu individualnu ili timsku aktivnost koja zahtijeva korištenje posebnih objekata, tečajeva, terena ili opreme. Ona može zajednicama pružiti priliku za sudjelovanje u individualnim sportovima poput golfa i skijanja te timskim sportovima poput nogometa i bejzbola.

Obilježja rekreacije su (Chen, 2012):

- Rekreacija se događa tijekom slobodnog vremena
- Rekreacija je različita onoliko koliko su različiti i ljudi - izuzetno je široka i raznolika
- Rekreacija je aktivnost - to je neka vrsta radnje koja se razlikuje od odmora
- Rekreacija mora biti dobrovoljna - ne može se narediti, nametnuti ili prisiliti
- Rekreacija nema jedan oblik - nudi niz izbora s brojnim mogućnostima

- Rekreativna je fleksibilna - može biti organizirana i neorganizirana, može se realizirati u grupi ili samostalno
- Rekreativna uključuje stav, motiv i poticaj pojedinca
- Rekreativna se može dogoditi ili ne dogoditi - određena aktivnost može biti rekreativna za pojedinca u jednom trenutku, ali ne i u drugom trenutku
- Rekreativna je neophodna kako bi pojedinac imao uravnotežen rast.

U suvremenom turizmu vrlo važnu ulogu imaju sportski sadržaji. Oni su jedan od ključnih segmenata turizma jer se upravo kroz sportske sadržaje zadovoljavaju potrebe suvremenih turista, a koje se odnose na aktivno provođenje slobodnog vremena. Sportski sadržaji u turizmu mogu se razmatrati kao čimbenik konkurentnosti destinacije budući da su vrsta i kvaliteta sportskih sadržaja bitni prilikom odabira turističke destinacije od strane turista.

Osim što su sportski sadržaji važni samim turistima, oni imaju važnu ulogu i u gospodarskom smislu. Naime, oni mogu utjecati na rast prihoda u turističkoj destinaciji i kao takvi mogu generirati nova radna mjesta. Navedeno prepoznaju suvremene turističke destinacije što potvrđuje činjenica da sve više turističkih destinacija u svoju ponudu uključuje različite vrste sportskih sadržaja namijenjene pojedincima ili grupama (Chen, 2012).

Sportski sadržaji u turističkim destinacijama mogu se realizirati u otvorenom ili zatvorenom prostoru. Osim navedenog, oni mogu biti individualno potaknuti ili organizirani od strane institucija koje djeluju u turističkoj destinaciji. Bez obzira na način na koji se realiziraju sportski sadržaji u turističkoj destinaciji, bitno je da oni budu dobro ukomponirani u prostor te da se iskoristi njihov maksimalni potencijal (Chen, 2012).

Zimski sportski sadržaji u turizmu mogu se realizirati u ruralnom i urbanom području. U ruralnom području uključuju aktivnosti poput skijanja, boba, skijaškog trčanja i sankanja (sportske aktivnosti na snijegu). Zimski sportski sadržaji u urbanom turizmu uključuju aktivnosti na otvorenom, primjerice, klizanje i aktivnosti u zatvorenom prostoru, primjerice, plivanje (Albayrak i Caber, 2018). Ljetni sportski sadržaji u turizmu najčešće se odvijaju na otvorenom te uključuju aktivnosti, poput, bicikliranja, plivanja, ronjenja, planinarenja, tenisa, rukometa, trčanja i sl. U turističkim destinacijama dostupni resursi često određuju i mogućnosti realizacije tih sadržaja.

Sportski sadržaji u turizmu mogu se razmatrati i u kontekstu odvijaju li se na otvorenom ili u zatvorenom prostoru. Pojedine sportske aktivnosti mogu se odvijati samo na otvorenom (skijanje, ronjenje, planinarenje, bicikliranje i dr.) dok se druge mogu odvijati i na otvorenom i u zatvorenom prostoru (plivanje, trčanje, odbojka, rukomet, nogomet i dr.). Sportske aktivnosti u turizmu mogu se razmatrati i na području njihove organiziranosti. One mogu biti individualno organizirane ili organizirane od određenog turističkog dionika u destinaciji.

## **5. Primjeri sportskih aktivnosti tijekom boravka turista u Sjevernoj Dalmaciji**

Turisti su sve iskusniji i zahtjevniji te traže širok spektar doživljaja. Žele proširiti svoje horizonte ili se osjećati obogaćenima bavljenjem novim i specifičnim sportskim aktivnostima. Stoga sport u suvremenom turizmu nema samo perceptivnu ulogu, već je i važan sadržaj boravka, a često i glavni motiv putovanja u određenu turističku destinaciju (Perić, 2010).

Turistima se tijekom boravka u sjevernoj Dalmaciji omogućuje aktivno provođenje slobodnog vremena. Sportske aktivnosti namijenjene turistima u sjevernoj Dalmaciji najviše su vezane uz aktivnosti na otvorenom. Među sportskim aktivnostima na otvorenom koje su turistima na raspolaganju u sjevernoj Dalmaciji su: biciklizam, plivanje, ronjenje, jedrenje, penjanje, škraping, rafting, kanuing, windsurfing, lov, jahanje i dr.

Sportske aktivnosti koje su turistima na raspolaganju u sjevernoj Dalmaciji imaju ekonomske i društvene učinke. Ekonomski učinci sportskih aktivnosti u sjevernoj Dalmaciji namijenjenih turistima očituju se kroz zaradu u sklopu tih aktivnosti (iznajmljivanje prostora, terena, opreme, instrukcije i sl), ali i kroz zapošljavanje lokalnog stanovništva na području realizacije sportskih aktivnosti namijenjenih turizmu. Posljedično, ekonomski učinci sportskih aktivnosti u turizmu utječu i na platežnu moć lokalnog stanovništva, privlačnost destinacija za življenje i sl.

Društveni učinci sportskih aktivnosti u turizmu u sjevernoj Dalmaciji mogu se vidjeti na području podizanja svijesti o važnosti sporta, poboljšanju zdravlja ljudi, poticanju lokalnog stanovništva na bavljenje sportom kao i na realizaciji socijalnih odnosa između lokalnog stanovništva i turista.

Ekonomski i društveni učinci sportskih aktivnosti u turizmu značajni su za sjevernu Dalmaciju jer oni direktno i indirektno utječu na samu destinaciju te na lokalno stanovništvo i kvalitetu njihovog života.



## 5.1. Biciklizam

Na području sjeverne Dalmacije, odnosno u Zadarskoj županiji nalazi se 46 brdskih biciklističkih staza (MTB), 21 cestovnih biciklističkih staza (ROAD) i 20 rekreativnih i obiteljskih (TREKKING & FAMILY) biciklističkih ruta. Brdske biciklističke ture namijenjene su turistima koji traže uzbuđenje i izazov vezan uz izvan cestovnu vožnju. Cestovne biciklističke staze namijenjene su naprednijim biciklistima koji su spremni za duže vožnje cestom i savladavanje uspona. Rekreativne i obiteljske biciklističke staze namijenjene su turistima motiviranim razgledavanjem okolice biciklom ili onima koji odlaze na kraći rekreativni izlet (Croatia.hr, n.d.).

Na području Šibensko-kninske županije nalazi se više od 2450 kilometara uređenih biciklističkih staza. Riječ je o dobro uređenim biciklističkim stazama. Turistima su na raspolaganju srednje teške i lagane staze, makadam ili cestovna podloga (Dalmacija Šibenik, n.d.). Na području Šibensko-kninske županije nalazi se pet biciklističkih zona koje su označene sa jedinstvenom brojčanom oznakom od 1 do 499. Zone su (Bikezone, 2022):

- Šibenik, Brodarica, Grebaštica, Zlarin, Žirje, Bilice (oznake 1 – 99)
- Primošten, Rogoznica (oznake 101 – 199)
- Vodice, Tribunj, Pirovac, Tisno, Betina, Jezera, Murter, Skradin (201 – 299)
- Drniš (301 – 399)
- Knin (401 – 499).

Regija Split ima cikloturistički brend Bike Dalmatia. Regija je podijeljena na šest zona: Splitska rivijera sa Splitom, Omišem i otokom Šoltom, Makarska rivijera, otoci Brač, Hvar i Vis te Dalmatinska zagora s Dugopoljem, Sinjom, Vrlikom i Triljem, koje promotivno prate biciklističke karte s mnogo zanimljivih ruta.

Ako se krene iz zaleđa do atrakcija okolice grada Vrlike, tri su različita moguća cilja: jezero Peruča, Golo Brdo i vrela rijeke Cetine. Iz Dugopolja cestovna ruta 401 vodi do spilje Vranjače i ruta 402 Rera Dugopolje, Na području Cetinskog polja značajna biciklistička ruta je oko rijeke Cetine. Ruta 451 kružno povezuje gradove Sinj i Trilj. Iz Trilja na Cetinu može se kružnom rutom 502 do rječice Grab, slikovite pritoke Cetine (Croatia.hr, n.d.).

Slika 6. Najpopularnije biciklističke staze u Dalmaciji



Izvor: Cikloturizam u Dalmaciji, <https://www.hgk.hr/documents/2-cikloturizam-u-dalmaciji585a3619480c5.pdf>

Svake godine u ljetnim mjesecima bilježi se povećanje turističkih dolazaka na obali, dok se u pred i sezonskom razdoblju dolasci smanjuju. Međutim, postoji potreba za produljenje sezone te stvaranje novih resursa i ponude koja bi motivirala posjetitelje za dolazak u destinaciju izvan sezone. Nužno je ulagati i u turističke aktivnosti i proširenje ponude u unutrašnjosti sjeverne Dalmacije kako bi se i sama unutrašnjost mogla istaknuti i razviti. U kombinaciji ljetnog obalnog turizma i kvalitetne ponude u unutrašnjosti sjeverne Dalmacije mogla bi se postići dobra kombinacija cjelokupnog turizma. To je dobar početak za ulaganje u specifične oblike turizma, najviše za one oblike u avanturističkom turizmu. Cikloturizam na ovom području je vrlo popularan. Cikloturistom se može smatrati gost koji po svojim karakteristikama dohvaća sve bitne elemente cjelogodišnjeg turizma. Cikloturizam dovodi posjetitelje koji su vrlo fleksibilni, odnosno one koji putuju biciklima, ali i ostalim prijevoznim sredstvima te im navedeno omogućuje da posjećuju krajeve koji su poprilično udaljeni od smještaja. Vozeći do odredišta cikloturisti uživaju u prirodnom okruženju i konzumiraju lokalnu ponudu. Cikloturizam je vrlo popularan u razdobljima

izvan sezone, dok je u sezonskom razdoblju slabije popularan zbog ljetnih vrućina, gužva i sl. Upravo bi ovaj potencijal bolje trebala iskoristiti sjeverna Dalmacija te bi u tom kontekstu trebala napraviti strategiju razvoja biciklističkog turizma. U tom kontekstu na ovom području trebalo bi raditi na razvoju infrastrukture i turističkih sadržaja koji mogu zadovoljiti cikloturiste (Dalmatia Šibenik, 2018).

## **5.2. Ronjenje**

Jadran nudi niz atraktivnosti za ljubitelje ronjenja. Tajnost Jadranskog podmorja broji okvirno tri tisuće davno nestalih brodova koji danas ostavljaju pozitivne dojmove kod svih ronionaca. Mjesto svih potonulih brodova nije poznat, što se želi postići sa ronilačkim turizmom da se dodatno istražuje podmorje Jadrana kako bi se saznalo mjesto gdje su potonuli turistički “dragulji” smješteni. Potonuli brodovi izazvali su pravu turističku, odnosno ronilačku avanturu za sve posjetitelje koji se odluče zaviriti u dubine Jadrana. Davnih dana Jadran je bio plovni put od antičke Grčke do Italije, preko svih njihovih kolinija. Danas je to rezultat turističkih posebnosti koje su pridonjele ronilačkom turizmu. Osim toga, ratovi i pomorske bitke prošlih stoljeća rezultat su brojnih tajna koje se nalaze na dnu Jadranskog mora.

Turistički resursi kojima raspolaže podmorje nisu dovoljno iskorišteni jer se zapravo radi o eksponatima, odnosno ronilačkim centrima. Svaki od navedenih eksponata imaju svoju teoriju, okolnosti i sl. Posjetitelje poprilično zanimaju takve priče. Veliki postotak ronilaca (otprilike 90%) želi zaviriti u neku od olupina pod Jadranskim morem. Treba naglasiti da ovaj turistički potencijal još uvijek nije dovoljno iskorišten. To ukazuje na potrebu stvaranja svijesti o tome da se jadransko pomorsko blago treba čuvati kako bi se ostavilo novim generacijama (Mikačić, 2017).

Francesca da Rimini nalazi se uz sjevernu obalu otoka Kaprije. Na maksimalnim dubinama od 50 metara, transporter streljiva, koji je potopljen kod sjevernog vrha otoka Kaprije tijekom Drugog svjetskog rata, posebno je popularan među tehnološkim ronioncima. 22. ožujka 1944. torpeda iz britanskih zrakoplova pogodila su Francescu da Rimini. Nijemci

su koristili čelični teretnjak, koji su talijanske oružane snage ranije koristile za prijevoz teškog streljiva. Olupina, duga četrdesetak metara, u izvrsnom je stanju, granate spremjene u kutije podsjetnik su na posljednju misiju ratnog broda. Desetljećima nakon uništenja Francesce da Rimini, paluba i trup prepuni su veličanstvenih zlatnih spužvi. Ogromna jegulja, koja je također lojalna svom položaju, smjestila se na umjetnom grebenu, s kojim će se ljubitelji podvodnih sportova vrlo vjerojatno susresti tijekom ronjenja. (Mikačić, 2017).

**Slika 7. Francesca da Rimini**



Izvor: Radi (n.d.) Francesca da Rimini, <https://www.padi.com/dive-site/croatia/francesca-da-rimini/>

U blizini Primoštena nalazi se potonuli brod Mirano koji je za njemačke mornarice prevezio ugljen. Talijanski brod Mirano potonuo je 1943.godine. Podaci govore da je postojala saveznička vojska koja je kod otoka Grbavca napala brod vatrom, koji se zapalio i potonuo. Određeni dijelovi olupine izvađeni su ubrzo nakon završetka rata zbog ometanja plovnog puta. Ostaci broda nalaze se na dubini od 25 metara te je zbog toga iznimno prigodan za ljubitelje ronilačkog turizma. (Mikačić, 2017).

1938. godine potonuo je teretni brod uz rt Stupišće nedaleko od Komiže. Razlog potonuća bilo je nevrijeme koje je zahvatilo nesretan brod na Jadranu. Brod Vassilios T smjestio se na dubini od 25 do 50 metara. Jednostavno je dostupan većini ronilaca. Ima i brodski dimnjak te su ostali dijelovi u vrlo dobrom stanju. Unutrašnjost broda je sigurna za ronioce te pruža nezaboravne doživljaje za sve koji zavire u samu srž potonulog broda. Sve je obraslo sa žutim i narančastim spužvama (Mikačić, 2017).

**Slika 8. Vasilios T**



Izvor: Jutarnji.hr (2006) Grčka olupina kod Visa ispušta naftu, <https://www.jutarnji.hr/naslovnica/grcka-olupina-kod-visa-ispusta-naftu-3344306>

Jedan od najatraktivnijih olupina u Jadranu svakako je talijanski teretni parobrod Teti koji je izgubio bitku sa nevremenom 1930. godine. Prije potonuća samog broda, posadu broda spasili su komički ribari. Smješten je na 10 do 35 metara dubine na sjeveru otoka Mali barjak. Atraktivan je zbog uspravnog položaja u kojem je na karmi još uvijek kormilo, obraslo u travu, što privlači brojne ronioce, ali i podmorske fotografe.

Brod Brioni potonuo je uz jugoistočnu obalu Visa. Zbog izgubljene orijentacije, brod je izgubio kontrolu i udario u kamenitu obalu otočića Ravnik. Nalazi se na dubini od 50 do 60 metara te je omogućen samo onim ronjocima koji su obučeni za najdublja ronjenja. Brod Brioni je gotovo u cijelosti dobro očuvan. (Mikačić, 2017).

Američka zrakoplov B17G nalazi se na južnoj strani otoka Visa. Riječ je o jednoj od najpopularnijih olupina u Jadranu. Ovaj dobro sačuvani borbeni zrakoplov američkog ratnog zrakoplovstva oboren je 1944. godine. Nalazi se na dubini od 72 metra te je u poprilično dobrom stanju. Prilikom bombardiranja Maribora zadobio je velika oštećenja zbog kojih je morao prisilno sletjeti. Zbog iznimne dubine na kojoj se nalazi, uron je moguć samo za one ronjence koji su educirani i obučeni za ronjenje plinskim mješavinama. (Mikačić, 2017).

**Slika 9. Boeing B17G**



Izvor: Alfadivingteam, Olupina Boeing B-17 G, Vis (Vis, Croatia), <https://www.alfadivingteam.com/lokacije/HR/olupina-boeing-b-17-g-vis>

### **5.3. Rafting**

Rijeka Cetina danas dobiva sve veći značaj i u turističkom smislu. To znači da postaje sve važniji resurs u turističkoj ponudi srednje Dalmacije. Popularnost ove rijeke može se razmatrati i u kontekstu raftinga. Kako bi se stekla jasnija slika o vrijednosti rijeke Cetine, u nastavku je prikazana SWOT analiza rijeke Cetine.

**Tablica 1. SWOT analiza rijeke Cetine**

| SNAGE  | SLABOSTI   |
|--|--|
| Bogatstvo prirodnih resursa  | Nedovoljno zaštićena prirodna i kulturna baština                         |
| Bogatstvo kulturne baštine   | Neodgovarajući sustav upravljanja destinacijom                           |
| Očuvana priroda  | Nedostatna educiranost pružatelja usluga                                 |
| Povoljni klimatski uvjeti  | Nerazvijenost proizvoda za tržišta posebnih oblika turizma               |
| Povoljne geografske karakteristike   | Nedovoljno razvijeme marketinške aktivnosti                              |
| Prometna povezanost  | Iseljavanje mladih iz ruralnih područja                                  |
|  | Nedostatno znanje o vlastitim potencijalima                              |
|  | Negativni demografski trendovi   |
| PRILIKE  | PRIJETNJE  |
| Razvoj posebnih oblika turizma   | Stanje na svjetskom turističkom tržištu                                  |
| Razvoj novih turističkih proizvoda usmjerenih prema ciljanim skupinama uz fokus na autentičnost, nova iskustva i izbjegavanje masovnosti | Konkurentske zemlje  |
| Korištenje obnovljivih izvora energije   | Promotivne kampanje zadržavanja gostiju u zemljama njihovog prebivališta |
| Mogućnost produljenja sezone kroz nove turističke proizvode  | Ekološko onečišćenje   |
| Novi turistički trendovi – putovanja vezana uz posebne preferencije i aktivnosti   |  |
| Potrebe, očekivanja i navike novog turista   |  |

Izvor: Radić Lakoš, T. i Arbutina, A.(2017)Turistička valorizacija rijeke Cetine, Zbornik radova Veleučilišta u Šimbeniku, 3-4, str 47-56.

Cetina najpoznatija je rijeka za realizaciju raftinga u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Kanjon Cetine može se pohvaliti jednom od atraktivnih atrakcija u srednjoj Dalmaciji. Proteže se od ušća rijeke Cetine u Omišu do Tisnih stina, oko osam kilometara uzvodno. Okružena je brojnim prirodnim blagodatima kao što su bujne šume, vinogradi, maslina te raznovrsno povrće. Riječ je o području posebno prirodne vrijednosti zbog svojih geomorfoloških i hidroloških osobina. Područje Cetine bogato je biljnim i životinjskim svijetom.

Osim prirodnih blagodatima kojima raspolaže, tu su brojne povjesno-kulturne atrakcije kao na primjer tvrđava Fortica sa koje je moguće vidjeti cijeli grad Omiš, kanjon i otoke.

Rijeka Cetina dobro je mjesto za rafting i kanjonig. Posjetiteljima nudi atraktivan prirodni doživljaj koji omogućuje spoj prirodnih ljepota i avanturističkog adrenalina.

**Slika 10. Rafting na Cetini**



Izvor: Sunce, Budi prirodan, budi aktivan, <https://sunce-st.org/wp-content/uploads/2021/01/Aktivni-turizam-HR.pdf>

Cijelo područje toka Cetine može se razviti u turističku destinaciju koja može biti poprilično autentična jer može prezentirati vlastitu sredinu polazeći od društvene, kulturne, umjetničke, vjerske i folklorne tradicije, odnosno, uz prirodnu vrijednost, može turistima dočarati način života i vrijednosti kraja u kojem se nalazi. Lokalna zajednica trebala bi sama identificirati čimbenike koji rafting turizam mogu podići na višu razinu (Radić Lakoš i Arbutina, 2017).

U nastavku je na primjeru prikazano kako se poslovni turizam može povezati sa aktivnostima na rijeci Cetini koje posjetitelje mogu ostaviti u iznenađujuće pozitivnom doživljaju te iskustvo koje su ostvarili na svojem poslovnom putovanju. Iskustvo koje steknu nose zauvijek sa sobom, uz nadu da će uskoro moći doživjeti isto. Trendovi boravka u destinaciji pružaju nezaboravan doživljaj u kombinaciji spuštanja niz brzace, upijanje i uživanje u kristalno zelenoj rijeci kao i u gastronomskoj ponudi. Ovaj aranžman je oblikovan zaiskusne putnike i avanturiste koji osim uživanja u prirodnim ljepotama žele doživjeti pustolovinu, izazov i uzbuđenje. Rijeka Cetina jedno je od ljepših mjesta u Republici



Hrvatskoj koje nudi mogućnost raftinga. Navedeno se može realizirati pod vodstvom educirane i stručne osobe.

Gastronomski doživljaj i hrana pripremljena na tradicionalan način mogu se prezentirati u restoranu Radmanove mlinice. Program aktivnosti za aranžman mogao bi obuhvatiti:

- Dolazak u Omiš i odlazak na izlet pod nazivom Tragovima omiških gusara.
- Organizirani rafting na rijeci Cetini – osvajanje riječnih brzaca i novo uzbuđenje.
- Posjet Kaštil Slanicu, smještenom u samom srcu kanjona rijeke Cetine. Riječ je o mjestu koje svoju tradiciju i gastronomsku ponudu bazira na jedima iz Cetine, mora i omiške stine.

## Zaključak

Sport je sastavni dio velikog broja ljudi. Danas se naglašava pozitivno djelovanje sporta na brojna područja kod čovjeka (fizičko, psihičko, emocionalno, socijalno, odgojno i dr.). Bavljenje sportom može podići kvalitetu života, bilo da se radi o osobnoj dobrobiti ili ostvarivanju socijalnih odnosa. U tom smislu sport je prepoznat kao bitan generator dobrobiti pojedinca.

Pozitivni učinci sporta mogu se razmatrati i na ekonomskom području. Sport može osigurati financijska sredstva kroz brojne aktivnosti vezane uz sport što posljedično može jačati nacionalnu ekonomiju. Uz navedenog, aktivnosti vezane uz sport dovode i do rasta zaposlenosti na području gdje se one realiziraju.

Turizam i sport su međusobno povezani i komplementarni. Sport – kao profesionalna, amaterska ili slobodna aktivnost – uključuje znatnu količinu putovanja radi igranja i natjecanja u različitim destinacijama i zemljama. Veliki sportski događaji, kao što su Olimpijske igre, prvenstva u nogometu i ragbiju, sami su po sebi postali snažne turističke atrakcije – dajući vrlo pozitivan doprinos turističkoj slici odredišta domaćina.

Sportski turizam jedan je od najbrže rastućih sektora u turizmu. Sve više turista zainteresirano je za sportske aktivnosti tijekom putovanja bez obzira je li sport glavni cilj putovanja ili ne. Sportski događaji različitih vrsta i veličina privlače turiste jer sudionici ili gledatelji, a destinacije im pokušavaju dodati lokalne okuse kako bi se istaknule i pružile autentična lokalna iskustva. Mega sportski događaji poput Olimpijskih igara i Svjetskog kupa mogu biti katalizator razvoja turizma ako se uspješno iskoriste u smislu brendiranja destinacije, razvoja infrastrukture i drugih gospodarskih i društvenih koristi.

Međutim, osim u smislu sportskih događanja, turizam i sport mogu se razmatrati i na području dostupnih sportskih sadržaja u određenoj turističkoj destinaciji. Današnje turističke destinacije upravo nastoje svoju dodatnu vrijednost ostvariti kroz sportske sadržaje, odnosno kroz aktivan turizam. U tome nije izuzetak ni sjeverna Dalmacija. Međutim, kada je riječ o aktivnom odmoru u sjevernoj Dalmaciji, treba naglasiti da potencijal još uvijek nije dovoljno iskorišten i implementiran u turističku ponudu.

## Bibliografija

1. Agudelo L.Z., Femenia T., Orhan F., Porsmyr-Palmertz M., Goiny M., Martinez-Redondo V., Correia J.C., Izadi M., Bhat M., Schuppe-Koistinen I., et al. Skeletal muscle PGC-1 $\alpha$  modulates kynurenine metabolism and mediates resilience to stress-induced depression. *Cell*. 2014; 159:33–45.
2. Albayrak, T. i Caber, M. (2018) A motivation-based segmentation of holiday tourists participating in white-water rafting, *Journal of Destination Management and Marketing*, 9 (2018), pp. 64-69.
3. Alfadivingteam, Olupina Boeing B-17 G, Vis (Vis, Croatia), <https://www.alfadivingteam.com/lokacije/HR/olupina-boeing-b-17-g-vis>
4. Aydemir, I., 2014. Evaluation of school sports activities carried out by the general directorate of sports, bolu sample. Abant Izzet Baysal University, Institute of Social Science, Department of Physical Education and Sports, Master Thesis, Bolu.
5. Bikezone (2022) Biciklističke staze regija Dalmacija – Šibenik, <https://bikezone.com.hr/2022/07/07/biciklisticke-staze-regija-dalmacija-sibenik/>
6. Carroll D.D., Blanck H.M., Serdula M.K., Brown D.R. Obesity, physical activity, and depressive symptoms in a cohort of adults aged 51 to 61. *J. Aging Health*. 2010; 22:384–398.
7. Chen, Q. Comparison of the influencing factors of leisure sports activities of urban residents. *J. Jilin Inst. Phys. Educ.* 2012, 28, 44–46
8. Chow, S. K. Y., and Choi, E. K. Y. (2019). Assessing the mental health, physical activity levels, and resilience of today's junior college students in self-financing institutions. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 16:3210.
9. Cikloturizam u Dalmaciji, <https://www.hgk.hr/documents/2-cikloturizam-u-dalmaciji585a3619480c5.pdf>
10. Coalter, F. (2008). *A wider social role for sport: Who's keeping the score?* London: Routledge.
11. Croatia.hr (n.d.) Regija Dalmacija – Split, <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/biciklizam/regija-dalmacija-split>
12. Croatia.hr (n.d.) Regija Dalmacija – Zadar, <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/biciklizam/regija-dalmacija-zadar>
13. Dalmacija Šibenik (n.d.) Nadahnjujuće biciklističke staze, <https://www.dalmatiasibenik.hr/hr/dozivi/aktivni-odmor/biciklizam/>

14. Dalmatija Šibenik (2018) Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-kninske županije 2018.-2020.,  
[https://www.dalmatiasibenik.hr/media/3222/operativni\\_plan\\_cikloturizma\\_szk.pdf](https://www.dalmatiasibenik.hr/media/3222/operativni_plan_cikloturizma_szk.pdf)
15. EOSE (2021) European Observatoire of Sport and Employment (EOSE) Impact of COVID-19 on employment impact of COVID-19 on employment in sport debated at EU workshop,  
<https://eose.org/2020/12/impact-of-COVID-19-on-employment-in-sports-debated-at-eu-workshop/>
16. Europa.eu (2021) Eurostat Employment in sports,  
[https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Employment\\_in\\_sports](https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Employment_in_sports)
17. Eurostat (2022) Employment in sport in the EU, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20220923-1>
18. Fernández-Bustos, J. G., Gonzalez-Marti, I., Contreras Jordan, O. R., and Papatomas, A. (2016). Understanding the relationship between physical activity and physical self-perception in adolescent females: the role of body image. *Int. J. Sport Psychol.* 47, 373–379.
19. Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1, 45-76.
20. Ghildiyal, R., 2015. Role of sports in the development of an individual and role of psychology in sports. *Mens Sana Monographs*, 13(1): 165-170.
21. Giulianotti, R. i Robertson, R. (2009) *Globalization and Football: A Critical Sociology*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
22. Hemmonsbey, J.D.; Tichaawa, T.M. Strategic planning of sport tourism events on destination brands: Examining the role of home-grown sport. *Geo J. Tour. Geosites* 2019, 26, 794–807
23. Howard, D. R. i Crompton, J. L. (1995). *Financing sport*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc.
24. Hsu, L. (2005). Revisiting the Concept of Sport, *Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol. 1, No. 2, 45-54.
25. Janssen I: Physical activity guidelines for children and youth. *Appl Physiol Nutr Metab.* 2007, 32: S109-S121. 10.1139/H07-109.
26. Leadership and sport, What Are the Different Types of Sports?,  
<https://www.leadershipandsport.com/types-of-sports/>
27. Lednev V. (2016). *Sports industry: understand the concepts and terms // SM: All about sportsmanagement and marketing*. Issue 1. M.: Synergy.

28. Liu, M., Wu, L., and Ming, Q. (2015). How does physical activity intervention improve self-esteem and self-concept in children and adolescents? Evidence from a meta-analysis. *PLoS One* 10: e0134804.
29. Malm, C., Jakobsson, J., and Isaksson, A. (2019). Physical activity and sports—real health benefits: a review with insight into the public health of Sweden. *Sports* 7:127.
30. Malygin A. (2018). *Sports marketing*. Moscow: Planet
31. Mikačić, R. (2017) Predstavljamo TOP 10 lokacija za ronjenje u Dalmaciji, <https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/zadar/regional/predstavljamo-top-10-lokacija-za-ronjenje-u-dalmaciji-480255>
32. Mission 2030 Capacity Building (2022) Economic Impact Resources, <https://mission2030capacitybuilding.com/educational-modules/economic-impact-resources/>
33. Nicholson, M. (2008) *Sport and social capital*, UK: Butterworth-Heinemann
34. Pascoe, M., Bailey, A. P., Craike, M., Carter, T., Patten, R., Stepto, N., et al. (2020). Physical activity and exercise in youth mental health promotion: a scoping review. *BMJ Open Sport Exerc. Med.* 6: e000677.
35. Perić, M. (2010) Sports tourism and system of experiences, *Tourism and hospitality management*, 16(2), str. 197-206.
36. Radi (n.d.) Francesca da Rimini, <https://www.padi.com/dive-site/croatia/francesca-da-rimini/>
37. Radić Lakoš, T. i Arbutina, A. (2017) Turistička valorizacija rijeke Cetine, *Zbornik radova Veleučilišta u Šimbeniku*, 3-4, str. 47-56.
38. Shavelson, R. J., Hubner, J. J., and Stanton, G. C. (1976). Self-concept: validation of construct interpretations. *Rev. Educ. Res.* 46, 407–441.
39. Sonstroem, R. J., Harlow, L. L., and Josephs, L. (1994). Exercise and self-esteem: validity of model expansion and exercise associations. *J. Sport Exerc. Psychol.* 16, 29–42.
40. Soundy A., Freeman P., Stubbs B., Probst M., Roskell C., Vancampfort D. The Psychosocial Consequences of Sports Participation for Individuals with Severe Mental Illness: A Metasynthesis Review. *Adv. Psychiatry.* 2015; 2015:8.
41. Sport and devorg (2022) How does sport contribute to tourism? <https://www.sportanddev.org/latest/news/how-does-sport-contribute-tourism>
42. Sport Encommun (2020) Sport en commun Decent work and economic growth, <https://www.sportencommun.org/en/impacts/decent-work-and-economic-growth/>
43. Sports Economics, The Economics of Sport, <https://www.sportseconomics.org/sports-economics/economic-impact-of-sport-in-the-eu>

44. Standeven, J.; Knop, P.D. Sport Tourism; Human Kinetics Publishers: Champaign, IL, USA, 1998.
45. Suits, B. (1988). The Elements of Sport, In W. J. Morgan & K. V. Meier (Eds.), *Philosophic Inquiry in Sport*, Champaign, Illinois: Human Kinetics, 17-27.
46. Sunce, Budi prirodan, budi aktivan, <https://sunce-st.org/wp-content/uploads/2021/01/Aktivni-turizam-HR.pdf>
47. Talbot, M. (2001). The case for physical education. In G. Doll-Tepper & D. Scoretz (Eds.), *World summit on physical education*. Berlin, Germany: ICSSPE, 39-50.
48. Topend sport (n.d.) Sport categories, <https://www.topendsports.com/sport/categories.htm>
49. Zauhar, J. (2004). Historical perspectives of sports tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 9(1), 5-101.
50. Writer, S. (2020) What Are the Main Characteristics of Sports? <https://www.reference.com/world-view/main-characteristics-sports-b007b055c5119>
51. Yehia Y. (2018) The costs and benefits of hosting international sports events. <https://globaledge.msu.edu/blog/post/55572/the-costs-and-benefits-of-hosting-intern>

## Popis slika

|  |    |
|--|----|
| Slika 1. Kategorije sportova .....   | 4  |
| Slika 2. Atributi sportskog događaja .....   | 6  |
| Slika 3. Udio zaposlenih u sportu u ukupnoj zaposlenosti u državama Europske unije ..... | 12 |
| Slika 4. Spolna struktura zaposlenih u sportu .....                                      | 13 |
| Slika 5. Udio sporta u BDP-u EU-a .....  | 13 |
| Slika 6. Najpopularnije biciklističke staze u Dalmaciji .....                            | 28 |
| Slika 7. Francesca da Rimini .....   | 30 |
| Slika 8. Vassilios T .....   | 31 |
| Slika 9. Boeing B17G .....   | 32 |
| Slika 10. Rafting na Cetini .....  | 34 |

## **Popis tablica**

|   |    |
|---|----|
| Tablica 1. SWOT analiza rijeke Cetine ..... | 33 |
|---|----|