

*Mato Bartoluci
Sanela Škorić
Matea Šindilj*

Prethodno znanstveno priopćenje

MODELI ORGANIZACIJE I KVALITETA SPORTSKO- -REKRACIJSKOG TURIZMA U ISTRI

„Svakog jutra u Africi se budi gazela. Zna da mora trčati brže od najbržeg lava, u protivnom će stradati. Svakog jutra budi se i lav. On zna da mora trčati brže od najbrže gazele, ukoliko ne želi umrijeti od gladi. Nije važno jeste li lav ili gazela....

KADA SUNCE IZAĐE POČNITE TRČATI“

Maurice Greene – američki atletičar, 1974.

1. UVOD

Turizam i sport međuzavisne su društveno-ekonomske pojave. Sport i sportska natjecanja u suvremenom turizmu nemaju samo ulogu promatranja, nego su oni ujedno važan sadržaj boravka u turističkoj destinaciji u kojem turisti postaju aktivni sudionici različitih sportova: sportova na vodi, tenisa, golfa, skijanja, jahanja i sportskih igara (odbojke, nogometa i rukometa na pijesku), izletničkih tura i dr. Tako je sport u suvremenom turizmu postao novi **sadržaj** boravka, a često i **glavni motiv** za putovanje u određenu turističku destinaciju. Na turističkom tržištu sve se češće susreće pojam „**sportski orijentirana putovanja**“ (UNWTO i IOC, 2001) koja igraju vrlo važnu ulogu u nekim turističkim zemljama poput Njemačke iz koje u Hrvatsku dolazi najveći broj turista (18% inozemnih turista, (Bartoluci 2013:57)). Bliskost i srodnost turizma, sporta i sportske rekreacije ogleda se u njihovoj polifunkcionalnosti. Sportska rekreacija i turizam, prema svojim učincima vrše niz funkcija u suvremenom društvu (Bartoluci, 1997:68). Iz sportsko-rekreacijske funkcije u suvremenom turizmu razvija se novi oblik turizma – **sportski turizam**. Prema preporukama UNWTO-a (2003) **sportski se turizam može definirati** kao aktivnost sportaša, osoba koje se sportom bave iz rekreativnih razloga, gledatelja i putnika, koje poduzimaju u mjestima izvan njihovog uobičajenog mjesta boravka u razdoblju ne duljem od godine dana, radi sudjelovanja u sportu, praćenju sporta i ostalog odmora motiviranog sportskim i poslovnim razlozima. „Sportski turisti“ su sportaši, osobe koje se sportom bave iz rekreativnih razloga, gledatelji i putnici.

U Hrvatskoj se pod pojmom sportski turizam podrazumijeva poseban oblik turizma u kojem prevladavaju sportski motivi za putovanje i boravak u određenim

turističkim mjestima i centrima. (Vukonić i Čavlek, 2001:365). Na temelju toga **sportski turizam** može se definirati kao **turizam u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u određenoj turističkoj destinaciji** (Bartoluci, 2004:21). Pod samim pojmom **sportsko-rekreacijskog turizma** podrazumijevamo oblik turizma koji je usmjeren na **zadovoljavanje čovjekovih potreba za kretanjem, igrom, aktivnim odmorom i zabavom**, čime se utječe, putem stvaranja navike aktivnog i svrsishodnog provođenja slobodnog vremena, na očuvanje zdravlja ljudi (Relac i Bartoluci, 1987:30).

2. ORGANIZACIJSKI OBLICI SPORTSKO-REKREACIJSKOG TURIZMA

U Hrvatskoj se sportsko-rekreacijskim turizam pojavljuje u obliku natjecateljskog sportskog turizma, zimskog te ljetnog sportsko-rekreacijskog turizma.

Natjecateljski sportski turizam podrazumijeva sva **putovanja radi sudjelovanja u određenim sportskim natjecanjima**, od domaćih do međunarodnih (Bartoluci, 2003:71). Velik broj ljudi putuje na sportske događaje koji izazivaju poseban osjećaj „biti prisutan“. Sudionici ovog oblika sportskog turizma su sportaši, treneri, pomoćno osoblje te gledatelji sportskih događaja, a posebno mediji. **Zimski sportsko-rekreacijski turizam** predstavlja aktivnosti koje se prvenstveno provode u planinskim zimskim centrima, ali i na moru te u ruralnom prostoru. Najčešće aktivnosti su na snijegu i ledu: skijanje, skijaško trčanje, klizanje, igre, planinarenje, šetnje i dr. Sudionici **ljetnog sportsko-rekreacijskog turizma** su sportaši i rekreativci koji se žele baviti određenim sportsko-rekreacijskim aktivnostima na svom odmoru. Ovaj oblik sportsko-rekreacijskog turizma provodi se **na odmoru u destinacijama kroz sportsko-rekreacijske aktivnosti**: plivanje, jedrenje, veslanje, ronjenje, a u planinskim predjelima planinarenje, hodanje i slične aktivnosti.

U sportsko-rekreacijskim centrima sport i rekreacija generiraju određene ekonomske učinke u turizmu koji se mogu klasificirati kao izravni i posredni ekonomski učinci (Bartoluci, 2004:22). Oni nastaju kao rezultat pružanja različitih sportsko-rekreacijskih usluga poput natjecanja, turnira sportskih igara, sportsko-rekreacijskih programa vježbanja, aktivnosti na vodi i sl. U suvremenom turizmu jedan od primarnih **motiva dolaska** u određenu **turističku destinaciju** mogu biti **sportsko-rekreacijski sadržaji** kojima destinacija privlači turiste koji možda inače ne bi došli u tu destinaciju (primjerice odlazak na skijanje, jedrenje, sportska natjecanja i sl). Ako pak, u destinaciju nisu došli isključivo iz sportskih razloga, prisutnost sportsko-rekreacijske ponude utječe na raznolikost turističke ponude te turisti mogu birati između niza ponuđenih sadržaja (sportskih, kulturnih, zabavnih itd). Tako se povećava i kvaliteta ukupne turističke ponude jer se ona sastoji od niza različitih sadržaja. Smatra se da je **motiv sporta** i rekreacije zastupljeniji u

vrijeme **predsezone i posezone** te stoga prisutnost ove ponude u turističkoj destinaciji utječe na produženje turističke sezone i pomaže u ublažavanju sezonskoga karaktera turizma. Sportsko-rekreacijske objekte i sadržaje potrebno je uključiti u planove razvoja turizma nekog područja, osobito zbog znatnog utjecaja ovog oblika ponude na ublažavanje sezonskoga karaktera turizma, ali i unapređenja turističke ponude. Razvoj sportskog turizma u Istri zasniva se upravno na takvim mogućnostima.

3. SPORTSKO-REKREACIJSKI TURIZAM U ISTRI

Najveće mogućnosti za razvoj sportskog turizma u Hrvatskoj pruža tzv. **ljetni sportsko-rekreacijski turizam** i to posebno na moru. To je zbog činjenice da Hrvatska najveći turistički promet ostvaruje upravo u ljetnim mjesecima na moru. S obzirom na brojnost vrsta, raznolikost i razinu organizacije sporta u turizmu, vrlo je složena struktura i uloga menadžmenta, pri čemu se najčešće razlikuju tri modela menadžmenta.

U **turističkim poduzećima** koja pružaju sportsko-rekreacijske usluge turistima, uz hotelski menadžment, vodeću ulogu imaju **sportski menadžeri i učitelji određenih vrsta sportova**: tenisa, golfa, jahanja, sportova na vodi, sportskih igara, skijanja i sl. Stoga sportski menadžeri čine dio ukupnog menadžmenta poduzeća. U **sportsko-turističkim centrima**, koji organiziraju različite turnire i natjecanja u popularnim sportovima u turizmu, kao što su tenis, golf, košarka, odbojka, jedrenje i dr., vodeću ulogu imaju **sportski menadžeri i učitelji sportskih aktivnosti** (npr. ATP Umag, Istarska rivijera u Poreču sl.). Sportsko-rekreacijski centri najčešće su organizirani u obliku trgovačkog društva (d.o.o; obrt i sl), a vode ih sportski menadžeri. Za **organizaciju velikih sportskih priredbi** i natjecanja (europska i svjetska prvenstva, univerzijade, pa sve do olimpijskih igara), vodeću ulogu imaju specifični profili sportskih menadžera, ali i menadžera raznih drugih struka (npr. Univerzijada u Zagrebu, Mediteranske ljetne igre u Splitu i sl). Oni djeluju kao posebno osnovane organizacije za pripremu i realizaciju određene priredbe.

4. OCJENA KVALITETE SPORTSKO-REKREACIJSKE PONUDE U ISTRI

Da bismo dobili obuhvatnu sliku tržišta sportsko-rekreacijskog turizma u Istri, nužno je razmotriti i tržište sportsko-rekreacijskog turizma, odnosno ponudu i potražnju za ovakvim uslugama. Sastavni dio turističke ponude čini i sportsko-rekreacijska ponuda koja, kao i turistička ponuda, mora biti prilagođena zahtjevima i željama korisnika, ali i njihovim mogućnostima te kineziološki pozitivno usmjerenim aktivnostima na zdravlje sudionika (Vukonić, Čavlek, 2001: 364). Pod sportsko-rekreacijskom ponudom u turizmu podrazumijevamo sportske objekte, ali i razne programe usmjerene na pojedine skupine korisnika. Kako bi se prikazala sveobuhvatna

slika stanja sportsko-rekreacijske ponude u turizmu Istre bilo je nužno provesti istraživanje tzv. *desk research* na temelju prikupljenih brošura u kojima se prikazuju općenite informacije o Istri i njezinoj ponudi. Korišteni su podaci „Istra sport“ te leci specijalizirani za pojedine sportsko-rekreacijske usluge u turizmu Istre koje je izradila Turistička zajednica Istarske županije, ali i brošura o pojedinim mjestima u Istri u kojima se daje prikaz ponude tog mjesta. U uzorku istraživanja obuhvaćeni su najrazvijeniji sportsko-rekreacijski centri u Umagu, Poreču i Rovinju.

5. SPORTSKO REKRACIJSKI OBJEKTI I SADRŽAJI

Sportsko-rekreacijski objekti predstavljaju građevine namijenjene za tjelesno vježbanje, treninge, natjecanja te sportsku rekreaciju građana (Vukonić, Čavlek, 2001: 365). Osim izgrađenih sportskih objekata (primjerice, dvorana, stadiona, bazena i sl) u objekte ove vrste ubrajamo i druge prirodne i uređene površine poput skijališta, igrališta za golf i sl. U turizmu su ovi objekti namijenjeni za provođenje sportskih aktivnosti i sportske rekreacije turista, ali se isto tako koriste i za sportsku rekreaciju domicilnog stanovništva te natjecanja vrhunskih sportaša. Prema brošuri „Istra - sport“ u 21 turističkoj zajednici Istre nalazi se oko 50 sportskih i sportsko-rekreacijskih centara i sportskih dvorana te 10 teniskih centara i klubova. U tim i brojnim drugim sportskim objektima nalaze se sadržaji odnosno tereni prikazani u tablici 1.

Tablica 1. Sportski i sportsko-rekreacijski objekti na području Istre

	SADRŽAJI	BROJ TERENA
1.	Teniski tereni	400
2.	Stolovi za stolni tenis	309
3.	Boćarski tereni	78
4.	Tereni za nogomet	49
5.	Igrališta za mini golf	48
6.	Tereni za košarku	29
7.	Tereni za odbojku na pijesku	26
8.	Tereni za mali nogomet	20
9.	Tereni za odbojku	19
10.	Tereni za rukomet	19
11.	Polivalentni stadioni i igrališta	16
12.	Otvoreni bazeni	8
13.	Zatvoreni bazeni	7
14.	Bazeni s morskom vodom - natkriveni	6
15.	Bazeni s morskom vodom - otkriveni	7
16.	Fitnes centri	10

Izvor: Izračun autora prema podacima iznesenim u brošuri „Istra-sport“ 2008. g.

U tablici se nalaze objekti koji su zabilježeni u brošuri Istra-sport i podaci nisu potpuni, odnosno ne obuhvaćaju sve objekte u svim hotelima i sportsko-rekreacijskim centrima.

Iz tablice 1 možemo vidjeti kako u sportsko-rekreacijskoj ponudi Istre po broj terena prvo mjesto zauzimaju **teniski tereni**, a zatim ponuda stolnog tenisa. Udio grada Umaga u ponudi teniskih terena s obzirom na njegov „teniski imidž“ (ATP turnir) iznosi oko 60 tenis terena ili oko 15%, dok se više terena nalazi samo u Poreču i to oko 70, odnosno 17,5%.

Poreč i Umag dva su grada koja se ističu po ponudi sportsko-rekreacijskih objekata. U Istri se nalazi nekoliko *wellness* centara i to u hotelima Diamant u Poreču, Sol Umag u Umagu te Sol Koralj u Umagu. Ponuda *wellness* centra u hotelima raznovrsna je i obuhvaća ponudu saune, finske kupelji, turske kupelji, *whirpoola*, fitnesa i dr.

Za istraživanje turističke potražnje korišten je instrumentarij anketa odnosno provedeno je primarno istraživanje **metodom anketnih upitnika** koji su bili prevedeni na tri jezika (pored hrvatskog ankete su bile na engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku). S obzirom da smatramo kako je uloga sporta i rekreacije izraženija u predsezoni nego u sezoni istraživanje je provedeno u dva dijela i to u predsezoni i sezoni, točnije u travnju i kolovozu.

Tablica 2. Motivi dolaska u Istru

MOTIVI	Ukupno u %	Travanj u %	Kolovoz u %
Odmor i relaksacija	79,06	78,13	79,26
Ljepota prirode i krajolika	50,41	64,06	47,49
Zabava i novi doživljaji	32,78	28,13	33,78
Sportski i sportsko-rekreacijski sadržaji	34,71	39,06	33,78
Kulturni sadržaji	14,05	10,94	14,72
Zdravstveni sadržaji,	4,96	6,25	4,68
Blizina destinacije	21,76	23,44	21,4
Posao	3,86	6,25	3,34
Drugo	6,34	7,81	6,02

Izvor: Prema istraživanju autora 2008. g.

Najzastupljeniji motiv u sva tri promatrana slučaja je motiv **odmor i relaksacija**. Ovaj je motiv iznadprosječno zastupljen kod Nijemaca i to s 86%. Razlika između prvog i drugog po redu zastupljenog motiva, a to je **ljepota prirode i krajolika** manje je izražena u travnju (14,07%) nego u kolovozu (31,77%), a i u ukupnom prosjeku

(26,65%). Ljepota prirode i krajolika motiv je koji je iznadprosječno zastupljen samo kod Talijana (64%). Kod Nijemaca je ovaj motiv zastupljen u skladu s prosjekom (49%), dok je za Austrijance (43%) i Slovence (38%) manje važan. **Motiv sporta i sportske rekreacije** nalazi se na vrlo dobrom trećem mjestu i odabralo ga je 34,71% ispitanika. Motiv „sportskih i sportsko-rekreacijskih sadržaja“ u travnju je zastupljen iznad, a u kolovozu ispod prosjeka. Naime 39,1% ispitanika u travnju odabralo je upravo ovaj motiv kao jedan od primarnih za dolazak u Istru što u odnosu na prosjek od 34,7% čini više dok je isto u kolovozu učinilo 33,8% ispitanika. Drugim riječima ovaj je motiv zastupljeniji u predsezoni za razliku od glavne sezone.

Najzastupljenija aktivnost je **kupanje** za što se odlučilo 75% ispitanika, zatim 47,4% **aktivnosti u prirodi** (šetnje, hodanje, jogging, trekking i pješačenje). Aktivnosti **tenisa** i ostalih **aktivnosti u i na moru** (ronjenje, jedrenje, surfanje, veslanje) zastupljene su s 29%, a slijede biciklizam, sportske igre, vježbanje u bazenu, fitness, *wellness* te stolni tenis i ribolov. Ostale aktivnosti (jahanje, planinarenje i slobodno penjanje, rafting i kajak-kanu, golf, speleologija, lov i drugo) zastupljene su s manje od 5%.

Tablica 3. Zadovoljstvo pojedinim segmentima sportsko-rekreacijske ponude

SEGMENTI PONUDE	Ukupno	Travanj	Kolovoz
Raznovrsnost sportsko-rekreacijskih sadržaja	4,03	4,03	4,03
Kvaliteta pruženih usluga sporta i rekreacije	3,98	3,86	4,01
Cijena pruženih usluga sporta i rekreacije	3,65	3,48	3,69
Ponuda sadržaja sporta i rekreacije u usporedbi s destinacijom koju su ispitanici posjetili prije Istre	3,77	3,73	3,78
„Value for money“ ponuđenih usluga sporta i rekreacije	3,76	3,63	3,76

Izvor: Izračun autora

Ispitanici su najzadovoljniji s raznovrsnošću sportsko-rekreacijskih sadržaja te je taj segment dobio prosječnu ocjenu 4,03 odnosno ocjenu „Zadovoljan“. Ostale su ocjene niže od 4 i kreću se između 3,65 što je najniža ocjena i odnosi se na segment cijena sportsko-rekreacijskih usluga i 3,98 što je ocjena za kvalitetu pruženih usluga sporta i rekreacije.

6. ZAKLJUČAK

Na temelju provedenog istraživanja moguće je zaključiti da je Istra kao prepoznatljiva destinacija sportsko-rekreacijskog turizma dostigla visoku razinu kvalitete i konkurentnosti na međunarodnom turističkom tržištu. To potvrđuju

rezultati ovog, a i nekih drugih istraživanja (IPTPO, 2008. g). Međutim još uvijek ima prostora za unapređenje sportsko rekreacijske ponude.

Moguće je zaključiti kako bi postojeću sportsko-rekreacijsku ponudu trebalo razvijati prema planovima budućeg razvoja hrvatskog turizma u turističkim destinacijama (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske 2013. g). Iako određena istraživanja (Tomas ljetu 2010:129) pokazuju preferencije turista prema određenim vrstama sportsko-rekreacijskih sadržaja i usluga, ipak bi u turističkoj destinaciji Istra trebalo istražiti koje i kakve sportove turisti žele, osobito kada se radi o „skupim sportovima“ tipa golfa, jahanja, sportova na vodi i sl. Dosadašnja iskustva u Hrvatskoj posebno u Istri kao i u drugim razvijenim receptivnim turističkim zemljama pokazala su da **ulaganje u razvoj sportskog turizma pridonosi unapređenju ukupne kvalitete turizma**. Osim toga, istraživanja pokazuju da takve investicije mogu biti profitabilne posebno kod nekih sportskih sadržaja i programa. Ekonomska osnova sportsko-rekreacijskih programa može biti nov izazov poduzetnicima za razvoj sportskog turizma u Hrvatskoj (Bartoluci i Škorić, 2009:156). Zapošljavanje sportskih stručnjaka za obavljanje ovakve vrste djelatnosti od izuzetne je važnosti za sportsko-rekreacijsku, ali i turističku ponudu u cijelosti, jer su upravo oni obučeni za kreiranje i provođenje sportsko-rekreacijskih programa.

7. LITERATURA

1. Bartoluci, M. (2003) Ekonomika i menadžment sporta. Informator: Zagreb, 2. prošireno izdanje
2. Bartoluci, M. (2013) Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga.
3. Bartoluci, M. i sur. (2004) Menadžment u sportu i turizmu. Zagreb: Kineziološki fakultet i Ekonomski fakultet Zagreb.
4. Bartoluci, M., Škorić, S. (2009) Menadžment u sportu. Zagreb: Kineziološki fakultet
5. Info-materijal (2010.) „Plava Laguna Sport“, Poreč; „Istraturist“, Umag, „Maistra“, Rovinj.
6. Relac, M., Bartoluci, M. (1987) Turizam i sportska rekreacija. Zagreb: Informator.
7. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. g. (2013) Zagreb: Institut za turizam.
8. Studija Instituta za poljoprivredu i turizam Poreč (2008) „Zadovoljstvo turista ponudom animacije u Poreču“.
9. TOMAS-Ljeto 2010. g. Institut za turizam. Zagreb.
10. UNWTO (2003) Tourism Market Trends – World Overview and Tourism Topics, edition 2003, Madrid.
11. Vukonić, B., Čavlek, N. (ur.) (2001) Rječnik turizma. Zagreb: Masmmedia.