

Rukomet u sportskom turizmu

Davidović, Marija-Magdalena

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:629161>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

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



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository -
Polytechnic of Međimurje Undergraduate and
Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

Marija-Magdalena Davidović

RUKOMET U SPORTSKOM TURIZMU

ZAVRŠNI RAD

Čakovec, rujan 2023.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

PRIJEDIPLOMSKI STURČNI STUDIJ
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

Marija-Magdalena Davidović

RUKOMET U SPORTSKOM TURIZMU

HANDBALL IN SPORTS TOURISM

ZAVRŠNI RAD

Mentorica

Doc. dr. sc. Nevenka Breslauer, prof. v. š.

Čakovec, rujan 2023.

Čakovec, 20. veljače 2023.

ZAVRŠNI ZADATAK br. 2022-MTS-R-77

Pristupnik: **Marija-Magdalena Davidović (0313025307)**
Studij: Redoviti preddiplomski stručni studij Menadžment turizma i sporta
Smjer: Menadžment sporta

Zadatak: **Rukomet u sportskom turizmu**

Opis zadatka:

U radu će se ponajprije opisati rukomet kao sportska igra uz osnovna pravila i sustave natjecanja. Potom osvrt na povijesni razvoj ovoga sporta u svijetu i Hrvatskoj. Analizirat će se najznačajnija rukometna događanja u Hrvatskoj te njihov utjecaj na sportski turizam destinacije u kojoj se sportsko događanje u rukometu održalo. Objasniti će se i opisati varijante rukometa: mini rukomet, rukomet na pijesku kao dodatni sadržaji u sportskom i rekreacijskom turizmu te spomenuti najznačajniji rukometaši i rukometašice u proteklih trideset godina..

Rok za predaju rada: 20. rujna 2023.

Mentor:

Predsjednik povjerenstva za
završni ispit:



doc. dr. sc. Nevenka Breslauer

ZAHVALA

Za izradu ovog završnog rada zahvalila bih se mentorici, doc. dr. sc. Nevenki Breslauer, koja je pratila tijek izrade rada i pomogla mi s iskusnim savjetima kroz svoja predavanja putem kojih sam mnogo toga naučila. Veliko hvala i svim profesorima i predavačima MEV-a koji su mi nesebično prenijeli svoje znanje.

Marija-Magdalena Davidović

SAŽETAK

Rukomet u sportskom turizmu produbljuje našu spoznaju o složenoj i dinamičnoj svezi rukometa i turizma, osvjetljavajući nam kako ta interakcija oblikuje i obogaćuje destinacije te ujedno stvara novo poimanje sportskog putovanja. Analizirajući ulogu rukometa u sportskom turizmu, rad će prikazati društveno-ekonomske koristi koje rukomet, kao oblik sportskog turizma, donosi sa sobom. Naglasak je stavljen na Svjetsko prvenstvo u rukometu, održano 2009. godini u Hrvatskoj, te na rukometne kampove kao specifičan oblik sportskog turizma koji okuplja mlade igrače, trenere i entuzijaste iz različitih dijelova svijeta. Kroz treninge, radionice i susrete s profesionalcima, kampovi pomažu mladim sportašima u razvijanju rukometnih vještina te potiču međunarodno razumijevanje i kulturnu razmjenu. Sportaši uče o sportu, različitim kulturama, običajima i načinima razmišljanja. Marketinške kampanje ističu priče igrača, uzbuđenje tijekom natjecanja te prvenstva postaju sportskim priredbama u obliku globalnih manifestacija, koje privlače navijače i stvaraju spektakularno iskustvo. Sportski događaji utiru put k emocionalnoj povezanosti, a emocionalna povezanost stvara uspomene koje će gledatelji ponijeti sa sobom. Rukometne dvorane dio su sportskog turizma, u kojima se odigravaju utakmice, treninzi, a ujedno i pruža prostor za interaktivne sadržaje, zabavne zone za navijače i raznovrsne aktivnosti. Rukomet u sportskom turizmu više je od obične igre jer povezuje ljude i kulture te ima dodatni ekonomski, kulturni i društveni utjecaj.

Ključne riječi: rukomet, turizam, sportski turizam, sport, turisti

SADRŽAJ

SAŽETAK

1. UVOD	7
2. OSNOVNE ZNAČAJKE RUKOMETA	8
2.1. VARIJANTE RUKOMETA	9
Rukomet na pijesku	9
Mini rukomet	10
3. SPORTSKI TURIZAM	12
Definicije sportskog turizma	13
4. RUKOMET U SPORTSKOM TURIZMU	15
4.1. Svjetsko rukometno prvenstvo 2009.	16
4.1.1. Arena Varaždin	16
4.1.2. Opis projekta	17
4.2. Arena Varaždin nakon Svjetskog prvenstva	19
4.2.1. Benefiti održavanja svjetskog prvenstva u rukometu	20
4.2.2. Inovativne marketinške tehnike prilikom održavanja velikih sportskih natjecanja	21
4.2.3 Doprinos ekonomiji	22
4.2.4. Promocija turističkih resursa	23
5. RUKOMETNI KAMPOVI U HRVATSKOJ	24
5.1. Rukometni kamp Rijeka	25
5.2. Rukometni kamp Opatija	26
5.3. Rukometni kamp Poreč	27
6. ANALIZA POTREBNIH ULAGANJA U SPORTSKU INFRASTRUKTURU	28
6.1. Utvrđivanje interesa poduzetnika za ulaganja u sportsku infrastrukturu	28
6.2. Utvrđivanje elemenata za poticanje ulaganja u sportsku infrastrukturu	29
6.3. Privlačenje kupaca i potrošača	29
7. ZAKLJUČAK	32
8. LITERATURA	34

Popis slika

1. UVOD

Sportski turizam oblik je turizma koji se fokusira na aktivnosti vezane uz sport, bilo da se radi o gledanju sportskih događaja, sudjelovanju u sportskim aktivnostima ili obavljanju aktivnosti u prirodi. Sportski turizam, kao dio specifičnih oblika turizma, postao je ključnom industrijom u mnogim zemljama, istodobno doprinoseći ekonomskom rastu, promičući zdrav način života i podižući svijesti o određenim sportskim disciplinama.

Rukomet je sport koji se igra u cijelom svijetu, no negdje je više popularan, a negdje manje. Cilj igre vrlo je jednostavan, postići što više, a primiti što manje golova. Za razliku od ostalih sportova, rukomet obuhvaća sve oblike kretanja: trčanje, padanje, bacanje, kotrljanje i skakanje. Povijest rukometa seže još u Antiku, a igra koja je prva sličila rukometu pojavila se u Njemačkoj u 19. stoljeću te se odvijala na otvorenom. Kasnije je razvijen dvoranski rukomet, koji se igrao na manjem terenu sa sedmero igrača po ekipi.

Rukomet se ističe kao jedan od najpopularnijih sportova u mnogim zemljama diljem Europe. S brzim tempom igre, rukomet privlači velik broj navijača i sudionika. Utakmice na visokoj razini rukometa često privlače tisuće ljudi koji putuju kako bi gledali omiljene timove i igrače u akciji.

Kombinacija rukometa i sportskog turizma donosi brojne koristi. Sportskim turizmom promovira se zdrav način života te se potiče ljude na tjelesnu aktivnost i sudjelovanje u sportskim natjecanjima. Sportski turizam pomaže u promicanju određenih područja i destinacija, potičući turiste koji su zainteresirani za rukomet na dolaženje na određene turističke destinacije. Dolazak turista ima pozitivan utjecaj na lokalnu ekonomiju, na popunjavanje hotelskih kapaciteta te na povećanje potražnje za ugostiteljskim uslugama. Dolaskom turista povećava se i potražnja za lokalnim proizvodima, što otvara mogućnost zarade lokalnom stanovništvu. Sve navedeno zajedno vodi povećanju državnog prihoda.

Cilj je rada istražiti ulogu rukometa kao sportske aktivnosti u kontekstu sportskog turizma te analizirati njegov doprinos razvoju turističkih destinacija i promociji sportskog turizma. Radom se također nastoje identificirati moguće strategije i pristupi koji mogu unaprijediti integraciju rukometa u sportski turizam radi ostvarivanja održivih i uspješnih turističkih iskustava.

2. OSNOVNE ZNAČAJKE RUKOMETA

Rukomet je jedna od najpopularnijih igara s loptom diljem svijeta. Ova igra ima jasan cilj, a to je postići što više golova i istovremeno primiti što manje golova. Gol se postiže bacanjem lopte rukom u gol, što je konačni rezultat kvalitetne izvedbe ekipe u obrani i napadu. Druga osnovna karakteristika ovog sporta je ta da uključuje većinu prirodnih oblika kretanja, poput trčanja, skakanja, padanja, kotrljanja i bacanja. Svi ovi oblici jednako se primjenjuju i u napadu i u obrani. Treća karakteristika je kineziološka raznolikost. „Rukomet spada u kategoriju polistrukturalnih sportskih aktivnosti u kojima su jednako zastupljeni ciklički i aciklički oblici kretanja“ (Rogulj i Foretić, 2007:11).

Ova značajka zapravo ističe koliko je rukomet kompleksan sport, s raznovrsnim i jasno razlučivim radnjama i aktivnostima. Isti igrač često izvodi acikličke elemente, uključujući bacanje, skakanje i druge radnje koje prekidaju cikličke pokrete igrača određene različitim načinima, ritmom i intenzitetom izvođenja. Četvrta osnovna značajka navodi da je rukomet okarakteriziran situacijskim sučeljavanjem suprotstavljenih ekipa. Taj kontakt nastaje kada napadačka ekipa pokušava postići gol koristeći koordinirane napore i dogovorene tehnike igre, dok obrambena ekipa radi upravo suprotno i zajedno djeluje kako bi spriječila napadačku ekipu u tome. Rukomet se dijeli na dvije glavne kategorije, na napad i obranu, te dvije različite grupe tehničko-taktičkih elementa. Igra angažira sve sustave za kretanje, potičući razvoj svih mišićnih skupina i ostvarujući cjeloviti utjecaj na antropološki status igrača. Peta karakteristika rukometa je ta da omogućuje svestrano i potpuno unapređenje motoričkih sposobnosti igrača. Šesta osnovna značajka obuhvaća zahtjevnost postizanja rezultata, koja, za razliku od drugih sportova, u rukometu ovisi o različitim čimbenicima, kao što su tehničke vještine, taktičko razumijevanje, fizička sposobnost i morfološke karakteristike. Uz sve navedeno, ključne su još organizacijske sposobnosti i situacijska suradnja. Iako je svaki igrač individua za sebe, igrači moraju međusobno surađivati i dogovarati se kako bi postigli pogodak. Njihova suradnja vidljiva je kroz niz uspješnih ili neuspješnih poteza koje izvode tijekom igre u različitim situacijama na terenu. Osma osnovna značajka obuhvaća individualnost i kreativnost, a govori o tome da, osim sposobnosti svakog igrača da aktivno sudjeluje u suradnji i timskom radu, svaki igrač također može razvijati sebe i djelovati samostalno na terenu za dobrobit cijele ekipe. Rukomet potiče originalnost i motoričku kreativnost svih igrača. Posljednje su dvije karakteristike privlačnosti i maksimalistički pristup. Maksimalistički pristup odnosi se na organizaciju same igre, što znači da igrači uvijek moraju biti svjesni toga gdje se nalazi svaki

igrač i koje strukture kretanja moraju izvesti kako bi pobijedili. U „Školi rukometa“, autori Rogulj i Foretić tvrde da je međusobna nadopunjenost dinamike, brzine, maksimalnog angažmana, visokog intenziteta i agresivnog suočavanja s kreativnošću te kombinacijama obogaćenim raznolikim individualnim motoričkim izražajima ono što čini rukomet tako privlačnim (Rogulj i Foretić, 2007:11).

Slika 1 Logo Hrvatskog rukometnog saveza



Izvor: <https://hrs.hr/> (14.07.2023.)

2.1. VARIJANTE RUKOMETA

Rukomet je dinamičan i popularan sport koji se igra se u cijelom svijetu. Tradicionalni rukomet, sa svojim brzim tempom i intenzivnim akcijama, ostaje temeljem ovog sporta, no rukomet se također razvio u različite varijante koje privlače raznolike skupine igrača i ljubitelja sporta. Posebno se ističu dvije varijante, a to su rukomet na pijesku i mini rukomet.

Rukomet na pijesku

Rukomet na pijesku predstavlja iznimno privlačan dodatni sadržaj u sportskom i rekreacijskom turizmu, s nizom različitih prednosti koje obogaćuju iskustvo posjetitelja. Prvenstveno, organizacija rukometnih turnira na pijesku i sportskih priredbi privlači brojne sudionike i gledatelje. Takvi događaji postaju pravim turističkim atrakcijama, potičući posjetitelje na odabir određene destinacije kao svojeg cilja putovanja kako bi sudjelovali u turnirima ili ih pratili. Rukomet na pijesku turistima također nudi priliku za sudjelovanjem u aktivnom sportu na plaži, bez obzira na njihovu razinu sportskih vještina. To je iznimno privlačno onima koji žele provesti aktivan odmor, bilo da su rekreativci ili sportski entuzijasti.

Osim toga, rukomet na pijesku promovira zdrav način života, što se podudara s rastućom svijesti o važnosti tjelesne aktivnosti i očuvanja zdravlja. Turisti često biraju destinacije koje im omogućavaju aktivan odmor, a rukomet na pijesku ispunjava tu potrebu na zabavan i učinkovit način. Rukomet na pijesku privlači medijsku pažnju i promovira destinaciju kao poželjno mjesto za sportski turizam. To ne samo da povećava svijest o destinaciji već i privlači više turista koji žele doživjeti sportske aktivnosti u prekrasnom prirodnom okruženju. U konačnici, rukomet na pijesku diversificira turističku ponudu destinacije, privlači različite skupine turista i pruža ekonomske koristi koje doprinose boljem iskustvu posjetitelja i prosperitetu destinacije.

Slika 2 Rukomet na pijesku



Izvor: Slobodna Dalmacija - Hrvatska svjetski prvak u rukometu na pijesku (14.07.2023.)

Mini rukomet

Mini rukomet prilagođena je verzija rukometa za djecu do 12 godina te otvara brojne mogućnosti za obogaćenjem sportskog i rekreacijskog turizma na različitim svjetskim destinacijama. Obiteljski odmor jedan je od ključnih aspekata koji mini rukomet nudi. Destinacije koje nude mogućnost igranja ovog sporta privlače obitelji s djecom. Djeca mogu uživati u igri prilagođenoj njihovoj dobi, a roditelji se mogu opustiti znajući da su njihova djeca aktivna i zauzeta (Šta je mini rukomet? – Omladinski Rukometni Klub BL (skolarukometabl.ba)).

Osim toga, organizacija dječjih sportskih kampova i škola rukometa na pijesku privlači djecu iz različitih dijelova svijeta. To ne samo da stvara turističku atrakciju već i omogućava djeci da razvijaju svoje sportske vještine tijekom odmora, pritom stvarajući bogato iskustvo. Mini rukomet djeci omogućava razvoj motoričkih vještina te ih uči timskoj suradnji i strasti prema sportu. To privlači roditelje koji žele da njihova djeca nauče nove vještine i rastu tijekom odmora.

Osim što promovira sportsku aktivnost, mini rukomet potiče zdrav način života od rane dobi, što je izuzetno važno u današnjem svijetu. Destinacije koje nude ovakvu vrstu aktivnosti privlače roditelje koji cijene priliku da njihova djeca budu aktivna i žive zdravo tijekom odmora. Također, mini rukomet služi i kao edukativno iskustvo za djecu, učeći ih o sportu, timskom radu i poštenoj igri. Ovakvi programi doprinose obogaćivanju iskustva djece tijekom putovanja, ujedno ga čineći poučnim. Naposljetku, organizacija mini rukometnih događanja za djecu može privući medijsku pažnju i promovirati destinaciju kao idealno mjesto za obiteljske aktivnosti i sportski turizam. Sve to čini mini rukomet ne samo zabavnim i uzbudljivim iskustvom za djecu već i važnim doprinositeljem privlačnosti destinacije za obitelji koje traže kvalitetan i aktivni odmor.

3. SPORTSKI TURIZAM

Turizam slovi kao jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno-ekonomskih pojava. Turizam nije lako definirati, stoga postoje mnoge definicije kojima se nastoji pojasniti taj fenomen. Jedna od najstarijih definicija koju su osmislili švicarski teoretičari turizma W. Hunziker i K. Krapf još 1942. godine glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost“ (Čavlek i sur., 2011:29).

Turizam uključuje sve aktivnosti koje su proizašle iz boravka i putovanja osoba izvan njihove neuobičajene sredine, ne dulje od jedne godine, radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga koji nisu vezani uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju (<https://www.unwto.org/sport-tourism>).

Sport i turizam, kao dvije društveno-ekonomske pojave, imaju povijesne veze. Razvili su se u dva društvena ekonomska fenomena modernog društva koji su međusobno ovisni. U današnjem svijetu, sport generira mnoga putovanja sudionika sporta i promjene mjesta boravka, sve u cilju zadovoljenja očekivanja turista, koji postaju sve zahtjevniji prema konačnom rezultatu (Aoulad-Mhend, 2023).

Sport je gotovo neizostavan element svake turističke destinacije. Sport, bilo u primarnom ili sekundarnom obliku, ključan je dio turističke ponude odredišta. Iz analize primarne i sekundarne ponude, jasno je da upravo taj element potiče putnike na putovanja. Sport ima važnu ulogu u suvremenom turizmu pa je upotreba sporta u sklopu turizma u rastućem trendu.

Sportski turizam nova je vrsta selektivnog turizma koja je razvijena zajedničkim djelovanjem sporta i turizma. Sport ima različite pozitivne učinke na lokalnu zajednicu i turističko područje te, kako raste sport, tako raste i turizam. Stoga, nije iznenađujuće što se pojam „sportskog turizma“ povezuje sa sportom i putovanjima. Kretanjem sudionika, putovanjem i korištenjem turističkih usluga, uključujući profesionalne sportaše, rekreativne sportaše i pasivne gledatelje različitih sportskih aktivnosti i događanja, razvija se turizam, ali i sama destinacija. To pokazuje međusobnu povezanost sporta i turizma (Radicchi,2013).

Turizam promovira neke sportske aktivnosti, isto kao što i razne sportske aktivnosti promoviraju turistička putovanja i sportske aktivnosti. Stoga se može reći da postoji određena međuovisnost turizma i sporta.

Definicije sportskog turizma

Univerzalna definicija sportskog turizma ne postoji. Kod definiranja tog pojma moglo bi se reći da je broj definicija jednak broju autora. Između 1993. i 2014. godine, Cernaianu, Van Rheenen, Wille i Sobry (2016) u časopisu *Sport & Tourism* objavili su čak trideset i jednu definiciju sportskoga turizma. Sportski turizam može se analizirati na različite načine te s raznih gledišta. Znanstvenici u obzir uzimaju podjelu i objašnjenje terminologije koja se odnosi na sport i turizam, poput sportskog turizma i turizma sporta, kao i definicije sportskog turizma koje su naveli neki autori. S gledišta aktivnosti, Joy Standeven i Paul de Knopp definiraju sportski turizam kao sve oblike aktivnog i pasivnog sudjelovanja u sportskim aktivnostima u kojima ljudi povremeno ili redovito sudjeluju, u nekomercijalne ili poslovne/komercijalne svrhe, uključujući putovanje iz njihova mjesta boravka ili zaposlenja (Radicchi, 2013).

Sportski turizam definira se i kao skup putovanja koji ljude odvodi iz njihovih domova na kraće ili duže boravke s namjerom sudjelovanja u natjecateljskim ili amaterskim sportskim aktivnostima ili prisustvovanja sportskim događajima kao gledatelj i podržavatelj. Sudjelovanje u sportu ili prisustvovanje sportskim događajima može biti glavni razlog za putovanje ili važan motiv za odlazak na izlet (Radicchi, 2013).

Postoje razlike između aktivnih i pasivnih posjetitelja sportskog turizma prema objašnjenjima sportskog turizma. Tijekom putovanja, sportski entuzijasti sudjeluju u aktivnostima, bez obzira na to je li sport u glavnom fokusu ili ne. S druge strane, pasivni turisti promatraju različite sportske događaje ili slične atrakcije koje su usko vezane uz sport, poput posjećivanja muzeja posvećenim određenim vrstama sporta. (Bartoluci i Škorić, 2009).

S obzirom na brojne podjele i definicije sporta, sportskoga turizma i turističkoga sporta, Gammon i Robinson prikazuju model koji se sastoji od dviju strana koje sugeriraju spajanje u „sport i turizam“.

Prema analizi svih navedenih definicija domaćih i stranih autora i stručnjaka, kao oblik selektivnog turizma, sportski turizam nije pod utjecajem godišnjih doba ili vremenskih uvjeta. Sportski turizam može se razvijati tijekom cijele godine. Osim ispunjavanja ove osnovne

pretpostavke za cjelogodišnje djelovanje, također je očito da se sportski turizam pretvara u način života, a to posebno vrijedi za profesionalne sportaše kojima je sport zanimanje i glavni izvor prihoda, kao i za rekreativne entuzijaste koji imaju povijest sudjelovanja u aktivnostima poput skijanja, jedrenja ili planinarenja. Sportski turizam također privlači ljude koji prisustvuju sportskim događanjima iz čiste zainteresiranosti. (Korać, 2021).

Autorica (Breslauer, 2022) napominje da „dobrobit sportskog turizma nije moguća bez uključivanja gledatelja, odnosno velikog broja ljudi koji sport promatraju, navijaju i bodre svoje fanove, svoje ekipe“.

4. RUKOMET U SPORTSKOM TURIZMU

Rukomet u sportskom turizmu ima značajnu ulogu od samih početaka natjecanja u ovome sportu. Jedan dio sportskog turizma povezan je s rukometom, a uključuje putovanja i aktivnosti sportskih zaljubljenika i obožavatelja koji putuju kako bi sudjelovali ili promatrali rukometna natjecanja, utakmice ili druge rukometom povezane događaje. Sportska natjecanja, sportski kampovi, rukometni turniri i sportski događaji s rukometnom tematikom samo su neki od primjera različitih aspekata rukometnog turizma koji se mogu obuhvatiti. Elementi sportskog turizma vezani uz rukomet mogu biti sljedeći:

1. odlazak na rukometne utakmice: rukometni navijači putuju da bi gledali svoje omiljene ekipe ili nacionalne timove kako igraju važne utakmice ili turnire;
2. sudjelovanje u rukometnim kampovima: pod vodstvom kvalificiranih trenera, mladi igrači i entuzijasti rukometa mogu sudjelovati u sportskim kampovima kako bi unaprijedili svoje vještine, tehniku i strategije;
3. organizirani rukometni putovi: putničke agencije mogu organizirati posebna putovanja koja uključuju posjete rukometnim stadionima, muzejima te susrete s igračima ili trenerima;
4. rukometni turniri i događaji: međunarodni rukometni turniri i natjecanja mogu privući igrače i navijače iz različitih zemalja, potičući razmjenu kulture i sportskog duha.

Rukometna industrija, kao i lokacije, mogu značajno profitirati od rukometnog turizma kroz promociju sportskih objekata i infrastrukture, zdravog načina života te vrijednosti povezanih sa sportom. Rukometni turizam uključuje povećanje turističkog prometa, trošenja i prihoda za obližnja područja.

Sportski turizam i interes za rukometom često rastu u zemljama s razvijenom rukometnom scenom, a posebno u onima koje su domaćini međunarodnih rukometnih natjecanja. Međunarodna natjecanja, kao što su Olimpijske igre i Svjetsko prvenstvo u rukometu, sportski su spektakli koji privlače gledatelje sa svih strana svijeta. Oni spajaju timove iz mnogih zemalja i povezuju kulture putem sportske konkurencije jer se radi o međunarodnim događajima. Mnogi fanovi rukometa putuju kako bi podržali svoje timove i doživjeli posebnu atmosferu tih turnira. (Perić, 2018).

Kada se održavaju rukometna natjecanja, destinacije se mijenjaju. Gradovi i područja koja organiziraju takve događaje često dožive priljev turista, izgradnju novih smještajnih objekata i sportskih dvorana te poticaj lokalnom gospodarstvu zahvaljujući potrošnji posjetitelja.

Rukometna zajednica više je povezana nego ikad zahvaljujući suvremenim komunikacijskim metodama. Društvene mreže navijačima omogućuju dijeljenje svojih iskustava, praćenje događanja i bodrenje omiljenih sportaša i timova s bilo kojeg mjesta na svijetu.

Organizatori sve više koriste inovativne marketinške tehnike kako bi privukli brojne gledatelje na svoje rukometne turnire. Kampanje koje se oslanjaju na emocije, odanost timu i osjećaj bliskosti s sportašima mogu značajno povećati interes za događaje i potaknuti putovanja. Rukometna natjecanja definirana su spojem sportske konkurencije, globalne povezanosti i marketinških inovacija, što sve zajedno privlači mnogo turista.

4.1. Svjetsko rukometno prvenstvo 2009.

Godine 2009., održalo se 21. Svjetsko prvenstvo u rukometu. Natjecanje je otvoreno u Splitu 16. siječnja 2009. godine te se također održavalo još u šest gradova, a to su Pula, Osijek, Varaždin, Zadar, Poreč i Zagreb. Da bi se navedeno Svjetsko prvenstvo moglo održati, bilo je potrebno investirati u sportsku infrastrukturu. Tada je izgrađeno sedam novih dvorana, po jedna u svakom gradu domaćinu. Navedeno ulaganje u rukometne dvorane smatra se procvatom rukometne infrastrukture u Hrvatskoj.

Dvorane se danas ne upotrebljavaju samo za rukomet, već i za mnoštvo drugih sportova te za koncerte, treninge i posebne prigode (<https://www.zagrebarena.hr/default.aspx?id=81>).

Tijekom ovog svjetskog prvenstva natjecale su se 24 ekipe u osam skupina. U polufinalu, igrale su Danska i Francuska u Spaladium Areni u Splitu te je rezultat bio 22:27, a Hrvatska i Poljska u Areni Zagreb, gdje je rezultat bio 29:23. Utakmica za treće mjesto odvijala se u Areni Zagreb, gdje su igrale Danska i Poljska te je krajnji rezultat bio 23:31. U finalu su igrale Francuska i Hrvatska koja je nažalost bila poražena rezultatom 24:19 u Areni Zagreb (Svjetsko prvenstvo u rukometu – Hrvatska 2009).

4.1.1. Arena Varaždin

Hrvatska je bila domaćin Svjetskog prvenstva u rukometu za muškarce 2009. godine. Varaždin je bio domaćin, kao i šest drugih gradova (Pula, Osijek, Split, Zadar, Poreč, Zagreb). Nova

sportska Arena Varaždin izgrađena je 2008. godine specifično u te svrhe. Smještena je uz samu obalu rijeke Drave, u šumi nedaleko od grada. Obuhvaća površinu od otprilike 20.000 m², a može primiti oko 5000 gledatelja (<https://arena-varazdin.hr/>).

Slika 3 Arene izgrađene u Hrvatskoj



Izvor: https://sh.wikipedia.org/wiki/IHF_Svjetsko_rukometno_prvenstvo_2009. (28.07.2023.)

4.1.2. Opis projekta

Izgradnja je započela 2008. godine, a objekt je osmišljen kako bi omogućio vizualni kontakt s prirodom i dodatno naglasio povezanost rijeke i šume. Oblikovanje dvorane provedeno je trodijelno po vertikali: betonska baza, prvi kat izveden od stakla te gornji dio koji zapravo predstavlja kompaktni zatvoreni volumen s procjepima za svjetlo. (<https://hrv.sika.com/hr/sika-projekti-i-reference/Arena-Varazdin.html>)

Slika 4 Izgradnja Arene Varaždin



Izvor: <https://arena-varazdin.hr/gallery/izgradnja-dvorane-arena/> (29.07.2023.)

Slika 5 Izgradnja Arene Varaždin



Izvor: <https://arena-varazdin.hr/gallery/izgradnja-dvorane-arena/> (29.07.2023.)

4.2. Arena Varaždin nakon Svjetskog prvenstva

Arena Varaždin, poznata i kao Sportska dvorana Varaždin, danas se ne koristi samo za sportske prigode, već i za različite kulturne događaje. Također je postala epicentrom sportskih, glazbenih, kulturnih i poslovnih aktivnosti u regiji. Svestranost i funkcionalnost Arene omogućuju organizatorima prilagođavanje dvorane različitim potrebama i stvaranje bogatog spektra događaja koji privlače raznoliku publiku.

1. Sportski događaji - Arena Varaždin dizajnirana je s ciljem da bude multifunkcionalna sportska dvorana. Ova svrha uključuje domaćinstvo raznim sportskim natjecanjima. Dvorana se koristi za rukometne, košarkaške, odbojkaške i druge sportske utakmice. Zahvaljujući svojoj modernoj infrastrukturi, dvorana pruža igračima i gledateljima optimalne uvjete za izvođenje i praćenje sportskih događaja.

2. Koncerti i glazbeni događaji - Kao višenamjenska dvorana, Arena Varaždin često postaje domaćin glazbenim koncertima i glazbenim događanjima. Koncerti izvođača različitih glazbenih žanrova, od popa pa sve do rocka i elektroničke glazbe, održavaju se unutar dvorane. Njezina akustika i kapacitet omogućuju stvaranje nezaboravnog glazbenog iskustva za posjetitelje.

3. Kulturni i državni događaji - Dvorana se također koristi za različite kulturne manifestacije, svečanosti i državne događaje. To uključuje svečane ceremonije, predstave, kazališne produkcije, modne revije i druge kulturne aktivnosti. Arena Varaždin na taj način postaje centralnim mjestom za okupljanje lokalne zajednice i promicanje kulture.

4. Sajmovi i izložbe - Fleksibilan unutarnji prostor Arene Varaždin omogućuje organizaciju sajмова, izložbi i specijalnih događaja. Sajmovi industrije, umjetnosti, znanosti i drugih sektora mogu se održavati unutar dvorane. Veliki prostor izlagačima omogućava predstavljanje svojih proizvoda i usluga široj publici.

5. Kongresi i konferencije - Zbog svoje veličine i opreme, Arena Varaždin može biti idealno mjesto za održavanje poslovnih konferencija, seminara i kongresa. Dvorana pruža prostor za postavljanje konferencijskih dvorana, izložbenih štandova i tehničke opreme za prezentacije.

6. Sportske radionice i programi - Dvorana se također može koristiti za organizaciju sportskih edukativnih programa, treninga, radionica i sportskih škola za mlade. Ovo lokalnoj zajednici omogućuje sudjelovanje u sportskim aktivnostima i unaprjeđenje vještina pod stručnim vodstvom (<https://arena-varazdin.hr/>).

4.2.1. Benefiti održavanja svjetskog prvenstva u rukometu

1. Turizam i ugostiteljstvo - Veliki sportski događaji privlače velik broj turista i navijača iz različitih dijelova svijeta, što značajno povećava prihode od turizma te predstavlja odličnu priliku za lokalne hotele, restorane, trgovine i druga ugostiteljska mjesta.
2. Ekonomska aktivnost - Održavanje velikog sportskog događaja stvara potrebu za raznim proizvodima i uslugama, što može potaknuti lokalnu ekonomiju. Prije održavanja samog događaja, organizatori grade infrastrukturne projekte, poboljšavaju sigurnosne usluge, usluge prijevoza, medijsku pokrivenost i mnoge druge sektore.
3. Promocija - Događaji poput Svjetskog prvenstva u rukometu zemlji domaćinu omogućuju promociju na međunarodnoj razini. Kvalitetnom organizacijom, zemlja domaćin poboljšava ugled zemlje, povećava svijest o njoj te može privući dodatne investicije.
4. Infrastrukturne investicije - Domaćin velikih svjetskih sportskih događaja često mora poboljšati sportske objekte, putne mreže, komunikacijske sustave i druge infrastrukturne aspekte, što ostavlja trajne koristi za lokalnu zajednicu i građevinski sektor.
5. Sportska baština – Organizacija takvog prestižnog događaja može poboljšati razvoj sportske kulture i potaknuti mlade ljude na uključenost u sport, što će u budućnosti imati pozitivan učinak na dugoročni uspjeh sportskih timova i pojedinaca.
6. Povezivanje i društvene koristi - Sportski događaji okupljaju zajednicu, poboljšavaju osjećaj pripadnosti i stvaraju pozitivno ozračje. Takvo povezivanje i ponos mogu imati dugoročne društvene i kulturološke koristi.
7. Promocija sporta - Organizacija velikog rukometnog sportskog događaja može povećati interes i angažman prema tom sportu u zemlji domaćinu i diljem svijeta. Takva prvenstva često potaknu veći broj ljudi na uključenost u rukomet ili druge sportske aktivnosti.
8. Međunarodna diplomacija - Veliki međunarodni sportski događaji omogućuju zemlji domaćinu priliku za međunarodnom diplomacijom, jačanje odnosa s drugim zemljama te promociju kulture i identiteta (Kesar, 2012).

4.2.2. Inovativne marketinške tehnike prilikom održavanja velikih sportskih natjecanja

Stvaranje reklama vrlo je značajan element u promociji i najavi rukometnih događanja. Emocionalna komponenta uključuje snimke oduševljenih navijača, sretnih trenutaka ili uzbuđenja nakon postignutih golova, što može potaknuti jaču povezanost s publikom. Emocionalno angažiranje publike čini ih dublje povezanima s događajem i potiče ih da se osjećaju kao da su dio te posebne atmosfere.

Uključivanje interaktivnih elemenata, poput online anketa, glasanja za igrače ili prognoza ishoda utakmica, može angažirati gledatelje i potaknuti sudjelovanje. Online ankete, glasanje za omiljenog igrača ili prognoziranje ishoda utakmica primjeri su interaktivnog sadržaja. Kroz te aktivnosti, publika se osjeća angažiranom te se povećava njihov interes za događaj.

Iskustva poput VR (virtualna stvarnost) i AR (proširena stvarnost) gledateljima mogu pružiti drugačiju perspektivu igre i dojam da su zapravo prisutni. Putem VR naočala, gledatelji mogu doživjeti utakmicu iz perspektive igrača ili mogu biti prisutni na stadionu, dok AR aplikacije mogu dodavati neke dodatne grafike ili informacije izravno na stvarni prostor.

Povećanje svijesti o događaju među ciljanom publikom može se učiniti sa suradnjom s poznatim osobama na društvenim mrežama koje imaju veliki broj pratitelja. To uključuje partnerstvo s poznatim osobama koje imaju velik broj pratitelja na društvenim mrežama. Takve osobe mogu objaviti sadržaj povezan s događajem, kao što su snimke priprema, najave turnira ili osobne priče o rukometu. Suradnja s influencerima omogućuje širenje informacija među njihovom publikom, što automatski povećava vidljivost događaja među ciljanom skupinom.

U razdoblju gdje je većina toga digitalna, društveni mediji imaju ključnu ulogu u komunikaciji s publikom. Stvaranje jedinstvenih hashtagova specifičnih za rukometni turnir ljudima omogućuje grupiranje sadržaja i dojmova te lakše praćenje. Poticanje sudionika na dijeljenje njihovih fotografija, komentara i videa s događaja, pomoću tih hashtagova, može proširiti i dosegnuti određeni krug publike. Ukoliko bi ti sadržaji postali viralnima, to bi bilo još učinkovitije jer bi potaknuli znatno veći interes te povećali vidljivost događaja.

Društveni mediji omogućuju interakciju i angažman publike na potpuno nove načine. Postavljanje rukometno orijentiranih kvizova, natjecanja ili zagonetki s atraktivnim nagradama za pobjednike može privući pažnju i potaknuti sudjelovanje. Ovaj tip sadržaja ne potiče samo

angažman, već podiže i svijest o rukometnom turniru, istovremeno pružajući informacije o igri i igračima na zabavan i edukativan način.

Personalizirana marketinška komunikacija osmišljena je tako da se prilagodi preferencijama, interesima i demografskim karakteristikama ciljane publike. Ovaj pristup čini da se svaki pojedinac osjeća posebno adresiranim, što povećava vjerojatnost da će se osjećati privučen događajem. Personalizirane poruke mogu se temeljiti i na prethodnim interakcijama publike s rukometnim sadržajem, stvarajući osjećaj važnosti i bliskosti.

Uključivanje lokalnih zajednica u promociju rukometnog turnira može imati snažan učinak. Partnerstva s lokalnim sportskim klubovima, školama ili drugim organizacijama ne samo da pridonose osjećaju zajedništva, već i omogućuju širenje informacija među lokalnim stanovništvom. Ova suradnja može uključivati organizaciju događaja prije turnira, radionica ili promocija putem lokalnih medija.

Pristup ekskluzivnim sadržajima, kao što su intervju s popularnim igračima ili snimke kulisa koje prikazuju pripreme ili neobjavljene trenutke igre, može znatno povećati interes publike. Ovaj pristup stvara osjećaj ekskluzivnosti i posebnosti za one koji su uključeni, potičući ih da se osjećaju posebno povlaštenima i motiviranima za sudjelovanje u događaju (<https://www.linkedin.com/advice/3/what-key-elements-successful-sports-marketing>).

4.2.3 Doprinos ekonomiji

Doprinos ekonomiji putem rukometnih turnira i događaja predstavlja važan aspekt koji može imati vrlo značajan utjecaj na regionalnu i lokalnu ekonomsku dinamiku. Organizacija rukometnih turnira također stvara i niz ekonomskih prilika koje mogu biti od koristi različitim sektorima i dionicima u zajednici.

Rukometni turniri privlače navijače, timove, gledatelje, a najviše članove obitelji koji putuju čak iz drugih gradova i država kako bi prisustvovali na događaju. Svi ti posjetitelji troše novac na hranu, smještaj, prijevoz, suvenire i druge usluge, čime se potiče turistički sektor. Turistička potrošnja pomaže u generiranju prihoda za lokalne restorane, hotele, usluge i trgovine te potiče lokalno gospodarstvo. Rukometni turniri obično zahtijevaju velik broj smještajnih kapaciteta za igrače, navijače, službene osobe i novinare. Porast potrebe za smještajem vodi do povećane popunjenosti hotela, apartmana, motela i drugih smještajnih objekata. Ugostiteljski sektor tada

ima priliku ostvariti veći promet tijekom događaja jer posjetitelji također često piju i jedu u restoranima, kafićima i barovima.

Tijekom rukometnih turnira, lokalni proizvodi i usluge najčešće su promovirani putem prodajnih štandova, gastronomske ponude i suvenira. Ovo stvara priliku za lokalne proizvođače da predstavljaju svoje proizvode posjetiteljima te tako potiču lokalno poduzetništvo. Organizatori rukometnih događaja često zarađuju od prodaje ulaznica za utakmice te se ti troškovi koriste za pokrivanje troškova organizacije, ali također mogu i doprinijeti lokalnom gospodarstvu.

Kad se odvija svjetsko prvenstvo ili Olimpijske igre, velik broj ljudi dolazi u grad kako bi mogli sudjelovati u jednom od događaja, što automatski povećava potražnju za prijevozom. Ovo može uključivati avionske, autobusne ili željezničke karte, taksi usluge te unajmljivanje vozila.

Organizacija većih rukometnih događaja, kao što su, primjerice, Svjetsko prvenstvo, Europsko prvenstvo ili Olimpijske igre, često zahtijeva investicije u sportske dvorane i druge sportske objekte. Ovi projekti pridonijet će dugoročnom infrastrukturnom razvoju regije i poboljšati sportske kapacitete za buduće događaje koji će se odvijati u tim dvoranama.

Organizacija rukometnih turnira također stvara privremena radna mjesta u sektorima kao što su prijevoz, ugostiteljstvo, osiguranje, logistika i druge usluge. Te usluge mogu biti vrlo korisne studentima i sezonskim radnicima koji traže privremene poslove.

4.2.4. Promocija turističkih resursa

Promocija rukometnih resursa neće samo povećati posjećenost događaja, već će i pozitivno utjecati na lokalnu turističku industriju, razvoj i gospodarstvo. Kroz povezivanje rukometnih turnira s turističkim atrakcijama, aktivnostima i lokalnim znamenitostima, moguće je stvoriti sinergiju koja privlači širi spektar posjetitelja i doprinosi sveukupnom doživljaju destinacije.

Rukometni turniri pridaju raznolikost turističkoj ponudi. Osiguravajući da sportski događaji budu i dio turističke ponude, destinacija automatski postaje atraktivnijom za različite skupine posjetitelja, uključujući sportske entuzijaste, mlade i starije generacije ljudi te obitelji. Također, rukometni turniri potiču posjetitelje na dulji ostanak na određenoj destinaciji. Posjetitelji koji su došli zbog rukometnog turnira mogu iskoristiti priliku za istraživanje kulturnih znamenitosti, prirodnih ljepota i lokalnih atrakcija, što produljuje njihov boravak i povećava lokalnu potrošnju.

5. RUKOMETNI KAMPOVI U HRVATSKOJ

Rukomet, kao dinamičan i popularan timski sport, zauzima važno mjesto u svijetu sportskog turizma. Hrvatska, koja je domaćin brojnih sportskih manifestacija, ističe se i kao destinacija koja nudi rukometne kampove. Također, rukometni kampovi predstavljaju intenzivan program treninga i usavršavanja rukometnih vještina za mlade igrače, kao što je prikazano na Slici 7. Osim tehničke strane igre, kampovi naglašavaju važnost timskog rada, taktike i fizičke pripreme. Ovi kampovi postaju mjestom susreta rukometnih entuzijasta iz različitih gradova i zemalja. Osim toga, kampovi pružaju mogućnost socijalizacije, stvarajući trajna prijateljstva i sportske veze (<https://www.sportscroatia.com/rukomet-kamo-hrvatska>).

Rukometni kampovi često se održavaju u raznim gradovima diljem Hrvatske. Ova raznolikost lokacija posjetiteljima stvara priliku za istraživanjem različitih dijelova zemlje i doživljavanjem lokalne kulture. Dolazak velikog broja sudionika i njihovih pratitelja izvan gradova domaćina potiče potrebu za smještajem i hranom, što direktno utječe na lokalnu turističku industriju. Hoteli, apartmani i restorani imaju priliku profitiranja od povećane potražnje tijekom trajanja kampova.

Turistički sektor, uključujući hotele, motele, pansionere, apartmane, restorane i kafiće, profitira od povećane potražnje tijekom trajanja kampova. Uz to, povećana posjećenost može dovesti do boljeg prepoznavanja grada kao turističke destinacije, čime se otvaraju nove mogućnosti za daljnji razvoj turizma.

Dok se sudionici posvećuju treningu, njihovi pratitelji imaju priliku istraživati grad i njegove atrakcije. Gradovi domaćini rukometnih kampova često imaju bogatu kulturnu, povijesnu i prirodnu ponudu. Posjetitelji mogu istraživati muzeje, znamenitosti, šetati prirodom te se upoznati s lokalnom tradicijom i običajima. Ove dodatne aktivnosti obogaćuju ukupno iskustvo posjetitelja i potiču daljnje turističke aktivnosti.

Povezanost rukometnih kampova s turizmom ima značajan ekonomski utjecaj na gradove domaćine. Povećana potražnja za smještajem, hranom i turističkim uslugama stvara priliku za povećanjem prihoda lokalnih poduzetnika. Povećani promet u restoranima, trgovinama, kafićima i drugim uslužnim djelatnostima direktno doprinosi lokalnoj ekonomiji. Hotelska industrija, privatni smještaj i restorani imaju priliku za znatno povećanje svojih prihoda tijekom

trajanja kampova. Osim toga, kampovi često potiču zapošljavanje dodatnog osoblja u ugostiteljskom sektoru, pružajući korist zajednici šireg spektra.

Slika 6 Rukometni kamp Velika 2023

RUKOMET, KUPANJE, PRIRODA I ZABAVA!

VELIKA

RUKOMETNI KAMP

Djecaci '09-'10 god.
Od 22. do 25.6.2023.

Djecaci '11-'12 godište
Od 25. do 28.6.2023.

Velika
Smještaj u "Vila Štefica"
Treninzi u školskoj dvorani
Velika

180€
U cijenu uključene ulaznice
za aqua i adrenalin park,
smještaj, hrana i treninzi!

VRHUNSKI TRENERI:
dr.sc. Pero Kuterovac
EHF PRO master Hrvoje Privšek
EHF PRO master Boris Nemeč

OBILAZAK I ZABAVA:
Aquapark Shhhuma
Adrenalinski park Duboka

Samo u rukometnom kampu
VELIKA '23!

PRIJAVI SE! +385989018754
h.jurkovic@live.hr

Izvor: <https://velika.info/sport/rukometni-kamp-velika-2023/> (03.08.2023.)

5.1. Rukometni kamp Rijeka

Rukometni kamp Rijeka smješten je u Rijeci te mladim rukometašima pruža priliku za usavršavanje u tehničkim aspektima igre, kao i razvijanje timske suradnje i sportskog duha. Kroz intenzivan program treninga, igrači imaju priliku unaprijediti svoje vještine pod vodstvom stručnih trenera. Kamp igračima također omogućuje upoznavanje novih prijatelja i stjecanje iskustva natjecanja. Sudjelovanjem u ovom kampu, mladi igrači iz drugih gradova ili čak i

zemalja mogu doživjeti ljepotu Rijeke i njezinih obližnjih atrakcija (<https://www.sportscroatia.com/rukomet-kamo-hrvatska/sportska-dvorana-kostrena-rijeka>).

Turističke atrakcije Rijeke obuhvaćaju sljedeće:

- Trsat – povijesno uređenje s predivnim pogledom na grad i more, besplatno;
- Riječki Pomorski i Povijesni muzej – pomorska povijest Rijeke i regije, cijena ulaznice za odrasle je 5 eura, a za djecu do 18 godina besplatno;
- Muzej moderne i suvremene umjetnosti – impresivna zbirka modernih i suvremenih umjetničkih djela, cijena ulaznice za odrasle je 5 eura, dok studenti i umirovljenici plaćaju 2,50 eura;
- Korzo – jedna od najpoznatijih šetnica u Hrvatskoj, gdje su smješteni brojni restorani, trgovine i kafići;
- Riječka katedrala Sv. Vida – katedrala s bogatom poviješću, besplatno;
- Plaže – najljepše plaže u Rijeci, plaža Pećine i plaža Kostrena, besplatno;
- Riječki toranj – panoramski pogled na grad, cijena ulaznice za odrasle je 3 eura, dok je za djecu 2 eura;
- Kvarnerski zaljev – mogućnost organiziranja izleta brodom kako bi se istražile prirodne ljepote Kvarnerskog zaljeva (<https://bestofkvarner.hr/rijeka/>).

5.2. Rukometni kamp Opatija

Sportska dvorana prostire se na površini od 11 000 četvornih metara. Izgradnja dvorane dovršena je 10. lipnja 2013. Veliki sportski teren ima 1.217 mjesta, uključujući pokretne tribine koje se nalaze s jedne strane središnjeg sportskog terena. Postoji i mala dvorana koja se koristiti za zagrijavanje ili rekreativne aktivnosti i sportove kao što su badminton, karate i stolni tenis. Dvorana može ugostiti razne sportske događaje (rukomet, košarku, odbojku, futsal, tenis, stolni tenis, gimnastiku, badminton, boks, hrvanje, druge borbene sportove i slične sportove), ali i kulturna i poslovna događanja, izložbe i sajmove, zabavne programe, koncerte i kongrese (<https://www.sportscroatia.com/rukomet-kamo-hrvatska/rukomet-kamp-opatija>).

Turističke atrakcije Opatije obuhvaćaju sljedeće:

- Slatina i Lungomare: Šetalište Slatina glavna je promenade Opatije, poznata po prekrasnim pogledima na more. Lungomare je šetnica uz obalu koja povezuje više plaža i omogućuje opušteno šetanje uz obalu.

- Park Angiolina i Hrvatski muzej turizma: Park Angiolina prekrasan je vrt s mnogo egzotičnih biljaka. U sklopu parka nalazi se Hrvatski muzej turizma koji prikazuje povijest turizma u regiji.
- Vila Angiolina: Ova prekrasna vila iz 19. stoljeća smještena je u Parku Angiolina i igrala je važnu ulogu u razvoju Opatije kao turističke destinacije.
- Crkva sv. Jakova: Ova je crkva prepoznatljiva po svojoj visokoj crvenoj kupoli i nalazi se u centru grada.
- Muzej grada Rijeke - Filijala Opatija: Ovaj muzej prikazuje povijest grada i regije te ima izložbe posvećene kulturi, umjetnosti i povijesti (<https://www.visitopatija.com/>).

5.3. Rukometni kamp Poreč

Dvorana je izgrađena za potrebe Svjetskog prvenstva u rukometu za muškarce 2009. godine, a svečano je otvorena 21. studenoga 2008. Ukupna je površina dvorane oko 14 000 četvornih metara, a ukupni kapacitet sjedala je oko 3700 mjesta. U Poreču su i dodatne dvije sportske dvorane smještene uz hotele. Poreč je vrlo često trening kamp hrvatske rukometne reprezentacije (<https://www.sportscroatia.com/rukomet-kamo-hrvatska/rukomet-trening-porec>).

Turističke atrakcije Poreča obuhvaćaju sljedeće:

- Eufrazijeva bazilika: Ova UNESCO-om zaštićena crkva iz 6. stoljeća jedan je od glavnih povijesnih spomenika u Poreču. Cijena ulaznice za baziliku i susjedni kompleks može varirati, a obično postoji razlika između ulaznica za odrasle, djecu i skupine.
- Porečka povijesna jezgra: Šetnja kroz slikovite ulice povijesne jezgre grada je besplatna i pruža vam priliku da istražite šarmantne trgove, uske uličice i znamenite građevine.
- Akvarij Aquacolors Poreč: Ovaj akvarij nudi priliku da istražite raznolik svijet podvodnog života. Cijene ulaznica za odrasle i djecu mogu se razlikovati.
- Istra Inspirit: Riječ je o interaktivnim scenskim prikazima povijesnih događanja koji vam omogućuju da se upustite u povijest Poreča. Cijene ulaznica ovise o odabranoj izvedbi i dobnoj skupini.
- Dino Park Funtana: Zabavan park s interaktivnim prikazima dinosaura. Cijene ulaznica variraju za odrasle i djecu (<https://www.istra.hr/hr/destinacije/porec/ne-propustite>).

6. ANALIZA POTREBNIH ULAGANJA U SPORTSKU INFRASTRUKTURU

Unatoč opravdanosti ulaganja, uzimajući u obzir sve faktore prilikom odlučivanja o ulaganju u sportsku infrastrukturu potrebnu zajednici, kao i rastuću potražnju za njezinim korištenjem, nažalost se ne osigurava uspjeh poduzetnika u ostvarivanju planiranih koristi od provedenog ulaganja. U usporedbi s fokusiranjem na aspekt profitabilnosti poduzetnika, kada literatura razmatra profitabilnost sporta, ona je obično povezana s postizanjem profitabilnosti iz perspektive društvenih koristi i povezivanjem sportskih programa s određenim komplementarnim djelatnostima, kao što su turizam i ugostiteljstvo, trgovina sportskom opremom, sportska industrija, proizvodnja zdrave hrane i slično. Moguće je koristiti jednu od dobro poznatih tehnika procjene ekonomskih ulaganja i poslovnih poduhvata u sportu (analiza troškova i koristi, metoda razdoblja povrata ulaganja, metoda neto sadašnje vrijednosti ili analiza ulaganja primjenom korelacije) kako bi se utvrdila izvedivost potencijalnog ulaganja. Ove tehnike, koje pružaju razumijevanje veze između ulaganja i povrata, ključne su i uvijek su ekonomski opravdane. Međutim, nijedan od ovih pristupa ne uključuje vrlo bitan element za donošenje odluke, a to je element rizičnosti ulaganja koji se ogleda u nemogućnosti poštivanja financijskih obveza korisnika zbog nedostatka financijskih sredstava, zatim u promjenama u izvršnoj političkoj vlasti koje donose promjene u načinu određivanja prioriteta izvršavanja obveza društvene zajednice, u utvrđivanju visine cijena korištenja sportske infrastrukture i nedostatku interesa za daljnje poticanje ulaganja u proširenje sadržaja i ponuda, a samim time i daljnji razvoj sportske infrastrukture, te zapošljavanju obrazovnih, stručnih i kvalitetnih kadrova. Iz svega navedenog, jasno je da osnovni problemi nastaju u pristupu poduzetništvu na principima jednostrane društvene koristi. Svi elementi rizika nastoje se prebaciti isključivo na poduzetnika koji, nakon što se svi projekti realiziraju, ostaje bez prethodno iskazane podrške šire društvene zajednice u održavanju takvog objekta koji je od javnog interesa (https://www.sportaus.gov.au/__data/assets/pdf_file/0005/974948/KPMG_Value_of_Community_Sport_Infrastructure_final.pdf).

6.1. Utvrđivanje interesa poduzetnika za ulaganja u sportsku infrastrukturu

Teoretski je utvrđeno da, kada se radi o javnim dobrima, sudjelovanje u koristima ne odnosi se samo na jednog potrošača. Umjesto toga, prednosti su dostupne drugima u različitim mjerama. Upravo zbog toga, nijedan potrošač neće dobrovoljno pristati platiti za ta dobra ili drugim riječima, nijedan pojedinačni proizvođač neće imati direktne koristi od proizvodnje tih dobara.

Budući da tržište ne može samo riješiti ovaj problem, potrebno je sudjelovanje države. Slične usporedbe mogu se napraviti s ulaganjima u javnu infrastrukturu, čiju izgradnju prioritetno podržavaju različiti sportski, rekreativni, kulturni i gospodarski programi. Izuzetno je važno stvoriti uvjete i izgraditi potrebne sportske objekte za vođenje elitnih sportskih programa te je to od prioritetnog značaja za Hrvatski olimpijski odbor, nadležno Ministarstvo i jedinice lokalnih samouprava (<https://www.cairn.info/revue-finance-et-bien-commun-2007-1-page-99.htm>).

6.2. Utvrđivanje elemenata za poticanje ulaganja u sportsku infrastrukturu

Kao što smo već spomenuli, izostanak podrške šire društvene zajednice koja je bila utvrđena prilikom donošenja odluke o ulaganju, uspješnost funkcioniranja prepuštena je isključivo privatnoj inicijativi i njezinim sposobnostima, pritom zaboravljajući na opći društveni interes, indirektno i direktne koristi za zajednicu. Stoga je bitno pitanje na koji se način može poticati investitore na ulaganje u bilo koji projekt od javnog interesa. Privatni kapital postoji, ali društveno-politička klima ne postoji. Postoje potrebe, ali nema dovoljno proračunskih sredstava kojima bi se one zadovoljile. Nadalje, nema utvrđenih kriterija za poticanje poduzetničkih ulaganja, stoga nema ulaganja u sportsku infrastrukturu, iako bi se pravilnim načinom poticanja mogla realizirati na temelju vlastitih resursa, kapitala, znanja i vlasništva. Za poticanje ulaganja od javnog interesa neophodno je utvrditi modele ulaganja u infrastrukturne projekte od javnog interesa, točno definirati mjere poticanja ulaganja putem oslobađanja dijela državnih i društvenih davanja, definirati javni i zajednički interes ulaganja te na svim nivoima definirati kriterije financiranja svih aktivnosti koje doprinose razvoju ne samo sporta, već i svih drugih djelatnosti vezanih uz sport (Bartoluci Mato i sur. 2004).

6.3. Privlačenje kupaca i potrošača

Privlačenje potrošača i kupaca Svjetskom rukometnom prvenstvu zahtijeva dublju strategiju koja uzima u obzir emocionalnu povezanost, stvaranje nezaboravnog iskustva i povezivanje s lokalnom i globalnom publikom.

Svjetsko rukometno prvenstvo predstavlja ne samo sportski događaj, već i priliku za stvaranje snažne emocionalne veze s publikom. Kampanje usmjerene na predstavljanje inspirativnih priča o igračima, povijesti prvenstava i strasti prema rukometu mogu duboko povezati gledatelje s događajem. Ova emocionalna povezanost potiče osjećaj da prvenstvo nije samo sportska manifestacija, već i jedinstveno iskustvo koje ljudi žele doživjeti kako bi postali

dijelom priče. Odličan primjer rukometne kampanje je kampanja „Javi se!“. Ovu kampanju prikazanu na Slici 8. organizirao je Tele 2 za Svjetsko prvenstvo u rukometu 2009. godine koje se organiziralo upravo u Hrvatskoj. „Javi se“ je vrlo čest uzvik s tribina u Hrvatskoj, a s obzirom da se radi o poduzeću iz telekomunikacijske industrije, jasno je kakav je bio motiv ove kampanje. Kampanja je bila vrlo uspješna te je Tele 2 bilježio veliki rast prodaje proizvoda, posebice onih koji su bili opremljeni rukometnim sadržajima (<https://bruketa-zinic.com/hr/2011/01/19/>).

Slika 7 Tele 2 - rukometna kampanja



Izvor: <https://bruketa-zinic.com/hr/2011/01/19/jaaavi-se/> (15.08.2023.)

Kvalitetne sportske dvorane s optimalnim pregledom igre, interaktivne zone za navijače, pristupačne cijene hrane i pića te mogućnost susreta s igračima stvaraju nezaboravne trenutke. Osim toga, aktivnosti poput natjecanja, turnira i zabavnih sadržaja dodatno angažiraju publiku prije i za vrijeme prvenstva. Također, pružanje mogućnosti susretanja djece s idolima i dobivanja autograma može stvoriti trajne uspomene. Povezivanje s lokalnim zajednicama ima ključnu ulogu u privlačenju gledatelja. Partnerstva s lokalnim sportskim organizacijama, školama i kompanijama mogu povećati prisutnost publike. Organizacija događaja, poput treninga s profesionalnim igračima, sportskih turnira za djecu i promocija u školama, stvara osjećaj pripadnosti i zajedništva. Sponzorstva i partnerstva također imaju važnu ulogu u promociji događaja. Sponzori ne samo da financijski podržavaju događaj, već i pružaju marketinšku podršku i dodatne sadržaje. Nagradne igre, darovi za gledatelje i promotivni sadržaji omogućuju interakciju s publikom i stvaraju dodatni interes za prvenstvo.

Mediji imaju ključnu ulogu u širenju svijesti o prvenstvu. Adekvatna medijska pokrivenost putem televizije, interneta, radija i tiskanih medija osigurava da informacije dosegnu široki spektar gledatelja i navijača. U konačnici, uspješno privlačenje potrošača i kupaca za Svjetsko rukometno prvenstvo zahtijeva kombinaciju emocionalne povezanosti, nezaboravnog iskustva, partnerstava i medijske pokrivenosti. Kroz sveobuhvatnu strategiju marketinga, organizatori mogu stvoriti događaj koji ne samo da privlači publiku, već i stvara trajne uspomene i podršku rukometu i sportskim događajima općenito (<https://www.doxee.com/blog/digital-marketing/digital-marketing-in-the-sport-industry/>).

7. ZAKLJUČAK

Rukomet u sportskom turizmu predstavlja značajan aspekt sportske industrije, u kojem se rukomet kao sport integrira u turističku ponudu i privlači turiste, ljubitelje sporta te posjetitelje sportskih događaja i manifestacija. Rukomet je dinamičan sport, koji tijekom natjecanja privlači brojne turiste/navijače iz različitih dijelova svijeta, koji bodre i prate svoje klubove ili nacionalne ekipe na velikim natjecanjima poput europskog, svjetskog prvenstva ili olimpijskih igara. Održavanje rukometnih natjecanja, kao što su svjetska prvenstva, često privlači velik broj ljubitelja sporta iz različitih dijelova svijeta. Ti posjetitelji zahtijevaju smještaj, hranu, prijevoz i zabavu, što ima pozitivan utjecaj na lokalnu turističku industriju. Osim toga, domaćinstvo velikih rukometnih događaja destinacijama pruža priliku za promoviranje svojih turističkih resursa. Posjetitelji koji dolaze na sportske događaje često istražuju i druge atrakcije u regiji, što pomaže povećanju turističke privlačnosti. Inovativne marketinške tehnike imaju ključnu ulogu u privlačenju pozornosti turista i stvaranju dugoročnog interesa za određenu regiju. Kao primjer uspješne integracije rukometa u sportski turizam, ističe se Arena Varaždin, moderni sportski kompleks izgrađen 2009. godine kako bi ugostio Svjetsko prvenstvo u rukometu na kojem su sudjelovale 24 reprezentacije. Arena Varaždin je nakon Svjetskog prvenstva postala domaćinom raznim sportskim i društvenim događajima. Od velike je važnosti za sport u gradu Varaždinu zato što se u njoj svakodnevno održavaju treninzi iz različitih sportova te za sve uzraste, rekreacijska natjecanja, kao i pripreme za vrhunske sportaše. Hrvatska je poznata kao destinacija za rukometne kampove, privlačeći mlade igrače i njihove obitelji iz cijelog svijeta. Rukometni kampovi imaju ključnu ulogu u turizmu jer privlače mlade igrače i njihove obitelji iz različitih dijelova svijeta, stvarajući potražnju za smještajem, hranom i drugim uslugama, čime doprinose lokalnoj ekonomiji i turističkoj privlačnosti regije. Osim toga, kampovi promoviraju rukomet kao sport i mladim igračima pružaju priliku za razvijanjem svojih vještina i natjecanja na visokom nivou, što može privući i dodatne sportske događaje i turnire u regiju. Analiza potrebnih ulaganja u sportsku infrastrukturu ističe važnost dugoročnog planiranja i ulaganja u sportske objekte kako bi se održavala kvaliteta sportskih natjecanja i privlačili turisti. S obzirom na popularnost rukometa u Europi, potrebna su ulaganja u rukometnu infrastrukturu. Analiza potreba ulaganja u rukometnu infrastrukturu ističe nužnost poboljšanja i održavanja ključnih elemenata sportske okoline. To uključuje osiguranje kvalitetnih sportskih dvorana i terena za rukomet, uz potrebnu tehničku opremu, kako bi se omogućila konkurentnost i dodatni razvoj ovog sporta. Osim toga, važno je ulagati u sigurnost i udobnost igrača i gledatelja, kao i u održavanje sportskih objekata kako bi se osigurala njihova dugoročna funkcionalnost. Kroz

temeljitu analizu tema poput benefita održavanja svjetskih prvenstava u rukometu, potrebnih ulaganja u sportsku infrastrukturu te primjera uspješnih sportskih objekata, kao što je Arena Varaždin, ovaj rad čitateljima daje sveobuhvatan uvid u važnost rukometa u sportskom turizmu.

8. LITERATURA

1. Aoulad-Mhend, A. (2023). *From Sport Tourism to Geosport*. International Journal of Innovation and Applied Studies. Pristupljeno 04.07.2023. na: https://www.researchgate.net/publication/370125343_From_Sport_Tourism_to_Geosport
2. Bartoluci, M. i suradnici (2004). *Menadžment u sportu i turizmu*. Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet Zageb
3. Breslauer, N. (2022). Sport i rekreacija u turizmu. Međimursko veleučilište u Čakovcu, Veleučilište "Nikola Tesla" Gospić. (str 138-140).
4. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011). *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga d.d.
5. Kesar, O. (2012). *Sportski turizam*. Pristupljeno 28.07.2023. na: <https://www.scribd.com/doc/296162930/Sportski-turizam>
6. Perić, M. (2018). Estimating the Perceived Socio-Economic Impacts of Hosting Large-Scale Sport Tourism Events. Pristupljeno 23.07.2023. na: <https://www.mdpi.com/2076-0760/7/10/176>
7. Radicchi, E. (2013): *Tourism and Sport: Strategic Synergies to Enhance the Sustainable Development of a Local Context*. Physical culture and sport, Studies and research 44, Vol. LVII, DOI: 10.2478/pcssr-2013-0007, Florence: University of Florence, Italy
8. Radić, N. (2012). *Rukomet – od početnika do vrhunskog igrača*. Zagreb: Nikola Radić (vlastita naklada) i RD Ribnica Riko hiše.
9. Rogulj, N. i Foretić, N. (2007). *Škola rukometa*. Split: Znanstveno-sportsko društvo Grifon
10. <https://arena-varazdin.hr/> - Pristupljeno 29.07.2023.
11. <https://arena-varazdin.hr/gallery/izgradnja-dvorane-arena/> - Pristupljeno 29.07.2023.
12. <https://bestofkvarner.hr/rijeka/> - Pristupljeno 09.08.2023.
13. <https://bruketa-zinic.com/hr/2011/01/19/jaaavi-se/> - Pristupljeno 15.08.2023.
14. <https://hrs.hr/> - Pristupljeno 14.07.2023.
15. <https://hrv.sika.com/hr/sika-projekti-i-reference/Arena-Varazdin.html>-Pristupljeno 29.07.2023.

16. https://sh.wikipedia.org/wiki/IHF_Svjetsko_rukometno_prvenstvo_2009. - Pristupljeno 29.07.2023.
17. <https://velika.info/sport/rukometni-kamp-velika-2023/> - Pristupljeno 03.08.2023.
18. <https://www.cairn.info/revue-finance-et-bien-commun-2007-1-page-99.htm> - Pristupljeno 15.08.2023.
19. <https://www.doxee.com/blog/digital-marketing/digital-marketing-in-the-sport-industry/> - Pristupljeno 17.08.2023.
20. <https://www.istra.hr/hr/destinacije/porec/ne-propustite> - Pristupljeno 11.08.2023.
21. <https://www.linkedin.com/advice/3/what-key-elements-successful-sports-marketing> - Pristupljeno 26.07.2023.
22. https://www.sportaus.gov.au/__data/assets/pdf_file/0005/974948/KPMG_Value_of_Community_Sport_Infrastructure_final.pdf - Pristupljeno 14.08.2023.
23. <https://www.sportscroatia.com/rukomet-kamo-hrvatska> - Pristupljeno 03.08.2023.
24. <https://www.sportscroatia.com/rukomet-kamo-hrvatska/rukomet-kamp-opatija> - Pristupljeno 10.08.2023.
25. <https://www.sportscroatia.com/rukomet-kamo-hrvatska/rukomet-trening-porec> - Pristupljeno 11.08.2023.
26. <https://www.sportscroatia.com/rukomet-kamo-hrvatska/sportska-dvorana-kostrena-rijeka> - Pristupljeno 08.08.2023.
27. <https://www.unwto.org/sport-tourism> - Pristupljeno 15.07.2023.
28. <https://www.visitopatija.com/znamenitosti-t184> - Pristupljeno 10.08.2023.
29. <https://www.zagrebarena.hr/default.aspx?id=81> - Pristupljeno 17.07.2023.
30. Slobodna Dalmacija - Hrvatska svjetski prvak u rukometu na pijesku - Pristupljeno 14.07.2023.
31. Šta je mini rukomet? - Omladinski Rukometni Klub BL (skolarukometabl.ba) - Pristupljeno 05.09.2023.

Popis slika

Slika 1 Logo Hrvatskog rukometnog saveza	9
Slika 2 Rukomet na pijesku	10
Slika 3 Arene izgrađene u Hrvatskoj	17
Slika 4 Izgradnja Arene Varaždin.....	18
Slika 5 Izgradnja Arene Varaždin.....	18
Slika 6 Rukometni kamp Velika 2023	25
Slika 7 Tele 2 - rukometna kampanja	30