

Turistička ponuda sportsko-rekreacijskog turizama Međimurske i Istarske županije

Črep, Karla

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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:110:856717>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-01**



Repository / Repozitorij:

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



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

KARLA ČREP

TURISTIČKA PONUDA SPORTSKO-REKREACIJSKOG TURIZMA
MEĐIMURSKE I ISTARSKÉ ŽUPANIJE

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2019.

-

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

KARLA ČREP

TURISTIČKA PONUDA SPORTSKO-REKREACIJSKOG TURIZMA
MEĐIMURSKE I ISTARSKJE ŽUPANIJE

SPORTS TOURISM OFFER OF MEĐIMURJE AND ISTRIAN
COUNTY

Mentor: mr. sc. Ivan Hegeduš

ČAKOVEC, 2019.

ZAHVALA

Želim se zahvaliti dragom mentoru na usmjeravanju i vođenju prilikom pisanja rada te na izrazitoj pristupačnosti i stručnosti.

Karla Črep

SAŽETAK

Turizam i sport dvije su masovne i komplementarne društveno-ekonomske pojave suvremenog društva. Međuovisnost i srodnost ovih dvaju društvenih fenomena proizlazi iz činjenice prema kojoj su nositelji ovih pojava isti subjekti – turisti. Veza između turizma i sporta datira još iz antičkih vremena kada je sport bio jedan od samo nekoliko, tada postojećih, motiva putovanja. Iako je u povijesti sport bio povezan s turizmom uglavnom radi posjete sportskim natjecanjima kao što su Olimpijske igre, sport u suvremenom turizmu poprima mnogo veće razmjere. Obzirom da su i turizam i sport pojmovi koji su pozicionirali Hrvatsku kao prepoznatljivu turističku destinaciju koja broji brojne sportske uspjehe, u ovom radu prikazat će se turistička ponuda dviju, gospodarski razvijenijih, županija Republike Hrvatske.

Međimurska i Istarska županija često se uspoređuju, iako su geografski vrlo različite. Političko uređenje, gospodarski rast i razvoj turizma, samo su neke dodirne točke koje dijele ove županije. Raznovrsna ponuda mnogobrojnih sportskih sadržaja u turističkim destinacijama navedenih županija dovodi do porasta i razvoja sportskog turizma te sve veće zastupljenosti sportskih aktivnosti poput biciklizma, planinarenja, jahanja, paintballa, raftinga, raznih sportskih događaja i sl.

Iako se i Međimurska i Istarska županija smatraju gospodarski razvijenijim županijama, obje se susreću sa, za njih, specifičnim izazovima. Obje su prepoznale važnost sportskog turizma te se sve češće formira turistička ponuda koja uključuje neke od sadržaja sportsko-rekreacijskog turizma. Novi profil turista traži aktivan odmor, a sport i rekreacija postaju sve veća potreba ljudi za koju oni odvajaju sve veći dio svojih prihoda. Sportska rekreacija postala je više od potrebe suvremenog čovjeka, ona je životni stil i način života koji ima preventivnu ulogu te koji svojim programima može podići čovjekovo zdravlje na višu razinu. Rad se osvrće na teorijski pregled literature, od osnovnih obilježja turizma do specifičnosti turističke ponude sportsko-rekreacijskog turizma. Provedeno je i opisno istraživanje pomoću anketnog upitnika na uzorku od 255 ispitanika s ciljem utvrđivanja važnosti sportsko-rekreacijske ponude te njezinog utjecaja na odluke turista pri odabiru određene destinacije.

Ključne riječi: *turizam, sport, sportski turizam, turistička ponuda, Međimurska županija, Istarska županija*

SADRŽAJ

SAŽETAK

1. UVOD	5
2. OSNOVNA OBILJEŽJA TURIZMA	7
2.1. Selektivni oblici turizma	8
2.1.1. Sportsko-rekreacijski turizam.....	10
2.1.2. Ekonomski učinci sporta u turizmu	12
3.1. Turistička ponuda	13
3.1.1. Turistička ponuda sportsko–rekreacijskog turizma	15
4. MEĐIMURSKA ŽUPANIJA	19
4.1. Turizam Međimurske županije u brojkama	20
4.2. Turistička ponuda sportsko–rekreacijskog turizma u Međimurskoj županiji	21
4.2.2. LifeClass Terme Sveti Martin	22
5. ISTARSKA ŽUPANIJA	25
5.1. Turizam Istarske županije u brojkama.....	26
5.2. Turistička ponuda sportsko–rekreacijskog turizma u Istarskoj županiji.....	27
5.2.1. Sportfest Poreč.....	28
6. ISTRAŽIVANJE – ANKETNI UPITNIK.....	30
6.1. Metodologija.....	30
6.2. Rezultati istraživanja	31
6.3. Ograničenje uzorka.....	42
7. ZAKLJUČAK.....	43
8. LITERATURA	45
POPIS GRAFIKONA I SLIKA.....	48

1. UVOD

Turizam i sport dva su pojma prema kojima se Republika Hrvatska pozicionirala na svjetskom tržištu. Osim što je poznata turistička zemlja, Hrvatska se proslavila i brojnim uspjesima naših sportaša, posebice nogometašima koji su 2018. godine osvojili drugo mjesto na Svjetskom nogometnom prvenstvu koje se održavalo u Rusiji. Tu se stvara velika poveznica između turizma i sporta Hrvatske. Slijedom navedenog, u Hrvatskoj se počinju razvijati razni selektivni oblici turizma, među kojima je najpoznatiji sportski turizam.

Veza između turizma i sporta datira još od antičkog vremena, točnije od 776. prije Krista kada su održane prve Olimpijske igre u grčkoj Olimpiji. Sport je već tada generirao brojna putovanja raznih plemića i vlastelina. Antičke igre imale su iznimno ekonomsko, političko, ali i vjersko značenje. Za vrijeme njihova održavanja u Olimpiji su se skupljali trgovci iz dalekih krajeva, održavali veliki sajmovi, politička savjetovanja, potpisivali važni državni dogovori i druge povelje javnoga karaktera, a izaslanstva iz pojedinih grčkih polisa¹ donosila su bogate darove. Posjetitelji bi tražili smještaj u hramovima, crkvama i samostanima, a samim time neophodne su bile i ugostiteljske usluge kao što su hrana i piće. Međuovisnost turizma i sporta održala se do današnjih vremena, a tome je zasigurno doprinijelo to što su nositelji tih dviju pojava uglavnom isti subjekti – turisti. (Geić, 2011)

Problem ovog rada vezan je za trendove na turističkom tržištu koji se mijenjaju iz godine u godinu, a zadatak svih kadrova u turizmu je praćenje tih trendova te prilagođavanje turističke ponude novim potrebama turista. Turistička ponuda određene destinacije je veliki generator turista u tu određenu destinaciju, stoga je neophodna široka i raznovrsna ponuda koja ujedno znači i veći broj potencijalnih turista.

Obzirom da je sportsko-rekreacijski turizam jedan od najmasovnijih selektivnih oblika turizma, njegova važnost je prepoznata u turistički najrazvijenijoj županiji Republike Hrvatske, Istarskoj županiji, ali i u Međimurskoj županiji.

¹ grad - država

Cilj ovog rada jest prikazati važnost sporta u suvremenom turizmu te kroz teoretski dio prikupljenih podataka utvrditi u kojoj mjeri i na koji način Međimurska i Istarska županija sudjeluju u ponudi sportsko-rekreacijskog turizma.

U prvom dijelu rada dan je teorijski prikaz literature u kojem se definiraju opća obilježja turizma, selektivni oblici turizma s naglaskom na sportskom turizmu, njegovim ekonomskim učincima i turističkoj ponudi.

U drugom dijelu rada će se prikazati turistička statistika i ponuda Međimurske i Istarske županije te će se pobliže opisati LifeClass Terme Sveti Martin i manifestacija Sportfest koja se održava u Poreču.

U zadnjem dijelu rada interpretirat će se provedeni anketni upitnik te će se prikazati metodologija i rezultati istraživanja.

2. OSNOVNA OBILJEŽJA TURIZMA

Jedna od najstarijih definicija turizma, koju je usvojilo i Međunarodno udruženje turističkih eksperata (AIEST²), je ona koju su osmislili švicarski teoretičari Hunziker i Kraft 1942. godine i ona 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 prema Marković, 1970:10).

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) predložila je opću konceptijsku definiciju turizma koja je prihvaćena u velikom broju zemalja, a glasi: „Turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih za aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu na mjestu koje posjećuju.“ (World Conference on the Measurement of the Economic Impact of Tourism, Nice, 1999)

Turizam te sama industrija putovanja smatra se najbrže rastućom granom gospodarstva na svijetu. Turizam još nazivaju najvećom industrijom svijeta, najvećom migracijskom pojavom u povijesti, a današnje doba zovu doba turizma. Mnoge zemlje su upravo u turizmu uvidjele mogućnost rješavanja raznih problema današnjice kao što su: nezaposlenost, povećanje izvoza, ali i uvoza ljudi i stranog kapitala. Još su u 20. stoljeću, prema podacima World Travel and Tourism Concila (u daljnjem tekstu: WTTC), putovanja i turizam postali vodeći gospodarski sektor u svjetskoj međunarodnoj razmjeni. Obzirom da turizam raste brže od rasta svjetskog bruto-proizvoda, u mnogim zemljama turizam najviše pridonosi gospodarskom razvoju. Isto je tako i u Hrvatskoj. (Bartoluci i sur., 2004)

Sukladno Bartoluciju i Čavlek (1998), turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih djelatnosti, a nedvojbeno je da će i u budućnosti hrvatskoga gospodarstva zauzimati značajnu ulogu. Zahvaljujući multiplikativnoj funkciji, turizam je pokretač razvoja svih srodnih djelatnosti. Također, turizam ima značajan utjecaj na ekonomski, socijalni, ekološki i kulturni aspekt života cijelog svijeta.

² Association of Scientific Experts in Tourism

Turizam broji niz pozitivnih učinaka, ali ima i svoja negativna obilježja. Pojavom turističkih agencija i turoperatora, putovanja postaju dostupna velikom dijelu stanovništva iz raznih društvenih slojeva. Sedamdesetih godina prošlog stoljeća turizam ulazi u svoju „zrelu fazu“ poprimajući obilježja izuzetne masovnosti i heterogenosti. Najnegativnije obilježje masovnog turizma jest njegov mogući razarajući utjecaj na prostorne i socijalne resurse, izraziti sezonski karakter, pretjerana prostorna koncentracija prema priobalnim zonama, a sve to uz neravnomjernu prostornu i vremensku distribuciju te neadekvatnu strukturu turističke ponude. Kao odgovor razvija se selektivni turizam koji obuhvaća putovanja koja nisu masovna, shematska i bezlična. (Geić, 2011)

2.1. Selektivni oblici turizma

Selektivni turizam predstavlja svojevrsni odgovor na probleme uzrokovane masovnim turizmom. Suvremeni teoretičari turizma predstavljaju suprotan pojam dotadašnjem masovnom turizmu, a to je selektivni turizam. Selektivni turizam se, između ostalog, naziva još i odgovornim, individualnim, specifičnim i alternativnim turizmom.

Selektivni oblici turizma podrazumijevaju putovanja koja su uvjetovana ostvarenjem nekog posebnog interesa. Ti posebni interesi su primarni i dominantni motivi koji pokreću turističke potrošače na putovanje u destinaciju koja ih može zadovoljiti svojom turističkom ponudom. Turistički potrošači su usmjereni k destinacijama s točno određenom selektivnom ponudom aktivnosti i turističkih proizvoda. Ovisno o sadržaju ponude, selektivne oblike turizma možemo promatrati kao oblike zasnovane na pretežno prirodnim ili kao oblike zasnovane na društvenim resursima.

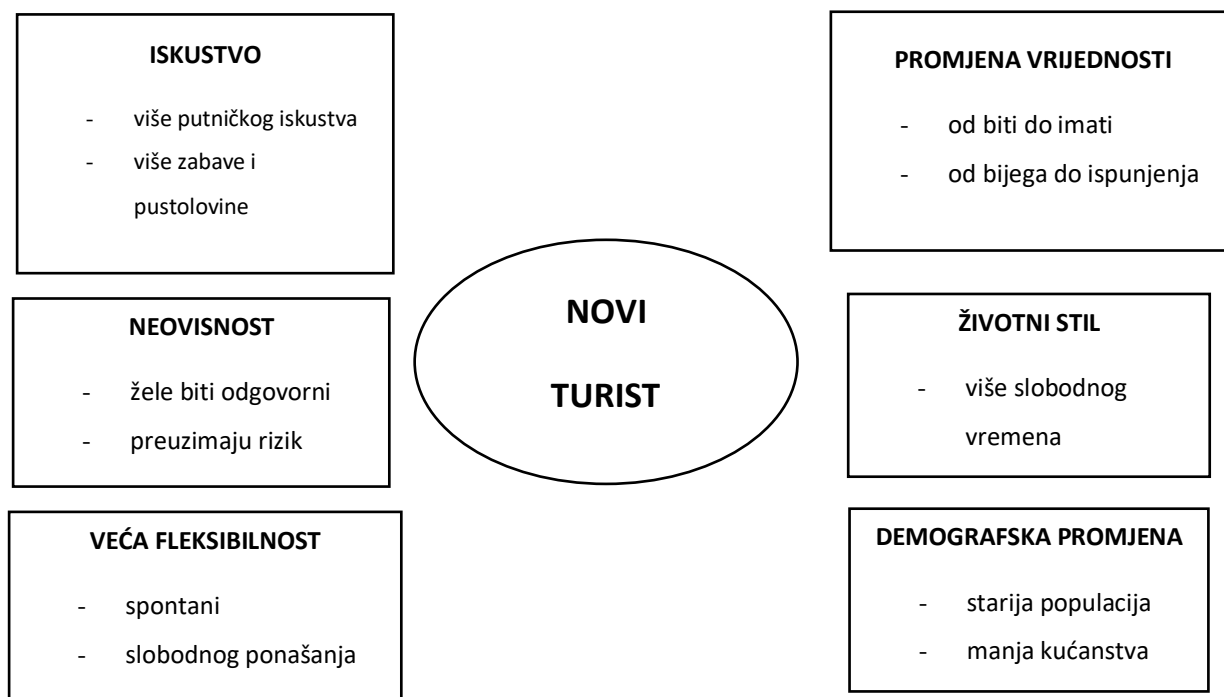
„Specifične oblike turizma moguće je definirati kao posebnu skupinu turističkih kretanja koja su uvjetovana određenim, dominantnim turističkim motivom koji turističkog potrošača pokreće na putovanje u destinaciju čija je turistička ponuda sadržajima prilagođena ostvarenju doživljaja vezanih uz dominantan interes tog potrošača“ (Čavlek i sur., 2011:40).

Jednolična turistička ponuda koja se formirala tijekom godina masovnog turizma nije mogla više zadovoljavati potrebe sve zahtjevnijih turista. Profil turista se također mijenjao s godinama. Ljudi su bili obrazovaniji i imali veća primanja, putovali su češće,

a povećao se i fond slobodnog vremena, stoga su masovna i bezlična putovanja stvarala negativne učinke u turizmu.

Razvoj standarda i epohalnih civilizacijskih dostignuća u tehnologiji donosi promjene u strukturi turističkog tržišta, primjeni marketinga te uvelike utječe na svjetske turističke trendove. Ukratko, svijet postaje globalno selo te se javlja sve veća konkurencija na tržištu i supstitutivnost destinacije. Potpomognuti navedenim, ali i medijima te naprednim telekomunikacijama, očekivanja turista postaju sve veća. Promjene u potrebama potencijalnih turista postaju sve izraženije rastom životnog standarda, slobodnog vremena, ali i razinom obrazovanja. „Rezultat tih promjena je sve veća popularnost kraćih i kružnih putovanja na kojima se najbrže i najudobnije može doživjeti najviše“ (Geić, 2011:211).

Prikaz 1: Priroda novog turista



Izvor: Poon, 1993., *Tourism, Technology and Competitive Strategies*

Prikaz 1. pokazuje prirodu novog turista prema Poonu koji je, u odnosu na prijašnju prirodu turista, slobodnijeg ponašanja, ima više putničkog iskustva pa samim time traži više zabave i pustolovine. Nadalje, novi turist ima više slobodnog vremena, a prema

demografskim značajkama, novi turist dolazi iz manjeg kućanstva, a dobno pripada starijoj populaciji.

Bartoluci i Čavlek (2007) upozoravaju da će promjene u društvenom okruženju imati golemi utjecaj te da će posebno relevantni pomoci uključivati i pojavu „novog turista“ koji je kupac životnih iskustava, doživljava i priča, koji je fizički i intelektualno aktivan, koji teži vlastitom unapređenju, neovisno da je riječ o zdravlju, stjecanju novih vještina ili edukaciji. Novi turist je spontan, informiran, izbirljiv i kritičan zbog dosadašnjeg iskustva, pridaje važnost kvaliteti i mogućnosti izbora, ima više slobodnog vremena, nije vjeran gost, cijeni vrijednost za novac, a ne nužno niske cijene.

Sukladno konstataciji Antunca iz 1991. godine koja kaže da svaka selektivna vrsta turizma ima jednu svoju osnovnu motivaciju koja je razlikuje od drugih vrsta i koja usmjerava potražnju upravo prema toj selektivnoj ponudi, suradnici Zagrebačkog instituta za turizam analiziraju 12 oblika turizma koji pokrivaju sve najznačajnije turističke aktivnosti u Hrvatskoj. U radu „Hrvatski turizam – pravo bijelo zeleno“ definiraju sljedeće oblike turizma: ljetni odmorišni turizam, nautički turizam, kamping turizam, tranzitni turizam, kulturni turizam, ekoturizam, ruralni turizam, lovni turizam, zdravstveni turizam, planinski turizam, omladinski turizam i vjerski turizam. (Čorak i Mikačić, 2006)

Kod različitih oblika turizma različite su i atrakcije koje privlače turiste različitih interesa. Osim kulturne i prirodne baštine, atrakcije mogu biti sportske i avanturističke, tradicionalni gastronomski proizvodi, atmosfera urbanih sredina, povijesne ličnosti i slično. Za pojedine oblike, kao što je sportski turizam, važan preduvjet je postojanje određene infrastrukture ili objekata.

2.1.1. Sportsko-rekreacijski turizam

Jedan od glavnih motiva u turizmu je odmor od stresa i svakodnevnog života. Odmor uključuje sve vrste kretanja u prirodi, a vježbanje je postalo važan dio aktivne rekreacije. U razdoblju od 80-ih do 90-ih godina 20. stoljeća povećao se broj ljudi koji sudjeluje u sportskim aktivnostima na odmoru zbog brige o vlastitom zdravlju. Sport je postao važan sadržaj turističke ponude, a sportski turizam je doživio značajan razvoj. (Bartoluci i sur., 2004)

„Sportsko-rekreacijski turizam jest poseban oblik turizma u kome prevladavaju sportski motivi za putovanje i boravak u određenim turističkim mjestima i centrima“ (Vukonić i Čavlek, 2001:365).

Autorima koji obrađuju problematiku sportsko-rekreacijskog turizma, najzanimljivije su analize koje promatraju sportski i pustolovni³ turizam kroz tematske cjeline, kao što su: sportski manifestacijski turizam, zimski sportski turizam, pomorski turizam, golf turizam, pustolovni turizam, a može se obuhvatiti i kroz učinke sporta u okviru spa i zdravstveno rekreativnog turizma. Cijeli organizacijski sustav sportskog i pustolovnog turizma promatra se „kroz pet dimenzija koje su prethodno identificirali J. Kurtzman i J. Zauhar (1997). To su:

1. Atrakcije,
2. Resorti,
3. Kruzing,
4. Sportske ture,
5. Sportska događanja“ (Geić, 2011:271).

Od navedenih dimenzija, u Republici Hrvatskoj trenutno su najzastupljenija sportska događanja, odnosno sportske manifestacije. One su općenito od nacionalnog i međunarodnog značaja, posebice u suvremenoj eri gdje privlače velik broj posjetitelja, ali i milijunsku gledanost na televizijskim kanalima i internet stranicama. Sportska događanja privlače i velik broj investitora i sponzora što realizira izniman sportski, gospodarski, ali i turistički učinak. Košarkaški susret SAD – Hrvatska na Olimpijskim igrama u Barceloni 1992. godine pratilo je tri i pol milijarde TV gledatelja, drugim riječima, Hrvatska je napravila promociju temeljenu na sportu ispred tri milijarde ljudi. (Geić, 2011)

³ turističke usluge aktivnog i pustolovnog turizma su aktivnosti na kopnu, vodi i zraku, na otvorenom ili neuređenom prirodnom okruženju ili u posebno uređenim i opremljenim mjestima koje zbog svojih specifičnosti predstavljaju rizik od ozljeda i njihovih posljedica za korisnike

2.1.2. Ekonomski učinci sporta u turizmu

Sport u turizmu omogućuje stvaranje dodatnih ekonomskih učinaka u turističkim organizacijama ili u poduzećima koja pružaju različite sportsko-rekreacijske usluge. U takve usluge spadaju iznajmljivanje sportskih objekata i sportske opreme, organizacija škola i tečajeva za učenje različitih sportova, pripreme sportaša, velike sportske manifestacije i natjecanja te sportsko-zabavne atrakcije.

Ekonomske učinke sporta u turizmu moguće je valorizirati kao izravne i posredne učinke. Izravni ekonomski učinci ostvaruju se u turističkim i sportskim poduzećima, a obuhvaćaju prihode od direktne prodaje sportsko-rekreacijskih usluga, mjerljivih u svakoj turističkoj ili sportskoj organizaciji. S druge strane, posredni ili neizravni ekonomski učinci sporta u turizmu manifestiraju se kroz različite oblike turističkog prometa, a stvaraju ih turisti kojima je sport glavni motiv dolaska i boravka u određenoj turističkoj destinaciji. Utjecaj posrednih učinaka vidljiv je kroz nekoliko čimbenika, kao što su: „motivacija za izbor turističke destinacije, produženje turističke sezone i prevladavanje sezonskog karaktera turizma, povećanje turističke potrošnje, unapređenje raznolikosti i kvalitete turističke ponude te jačanje marketinškog brenda destinacije“ (Geić, 2011:276).

Sportski je turizam zaista oblik odmora koji je „u modi“ već dugi niz godina. Široko zanimanje za brojne sportske aktivnosti raste svakom godinom, a to je samo jedan od pokazatelja da će potražnja za sportskim turizmom u budućnosti ostati, i više no, stabilna. Sport i rekreacija oduvijek su prisutni u turizmu, no njihova je uloga, do prije dvadesetak godina, imala uglavnom karakter pratećih sadržaja. Od kada se u svim turističkim sadržajima pojavljuju turisti kao aktivni sudionici različitih programa, nekadašnji pasivni promatrači – turisti dobili su novu ulogu aktivnih turista. Današnji turisti traže aktivni sportski sadržaj koji podrazumijeva aktivno korištenje materijalnih, ali i ljudskih resursa u svrhu rekreacije, edukacije, natjecanja ili rehabilitacije. Upravo zbog toga sadržaji sporta i rekreacije imaju sve važnije mjesto u turističkoj ponudi. (Bartoluci i sur., 2004)

3. TURISTIČKO TRŽIŠTE

Tržište se općenito definira kao mjesto na kojem se susreću subjekti ponude i potražnje, odnosno mjesto gdje kupci i prodavači, u međuočnosu, određuju cijenu i količinu dobra, koje će se potrošiti u kružnom toku ekonomskog procesa. „Tržište nije mjesto koje je netko izmislio, već nesvjesni i „nevidljivi“ sustav komunikacije“ (Dulčić i Petrić, 2001:50).

Posljedično se javlja i pojam turističkog tržišta koji se izvodi iz definicije turizma. „Turističko tržište predstavlja skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosno odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja“ (Čavlek i sur., 2011:52).

Upravo je odnos koji se uspostavlja između turističke ponude i potražnje, temeljno obilježje po kojem se turističko tržište razlikuje od ostalih tržišta. Primjerice turističke potrebe nije moguće zadovoljiti bez putovanja turističkih potrošača izvan njihovog mjesta stalnog boravka i uobičajene sredine. Ovo obilježje označava dislociranost, odnosno odvojenost turističke ponude od turističke potražnje.

3.1. Turistička ponuda

„Turistička ponuda definira se kao dio tržišta koji se pojavljuje kao ponuđač robe i usluga, odnosno kao ona količina roba i usluga koja se nudi po određenim cijenama radi zadovoljenja turističkih potreba“ (Vukonić i Čavlek, 2001:391).

Obilježja turističke ponude su: heterogenost, statičnost, sezonski karakter, neelastičnost i diverzificiranost.

- a) **Heterogenost turističke ponude** uvjetovana je heterogenošću turističke potražnje i jedan je od ključnih uvjeta privlačenja heterogene turističke potražnje u različite turističke destinacije.
- b) **Statičnost turističke ponude** znači da turisti moraju doputovati u turističku destinaciju da bi konzumirali proizvod kojim zadovoljavaju svoje turističke

potrebe. U turizmu nije moguće proizvoditi zalihe turističkih proizvoda⁴ koji bi se u nekom povoljnijem trenutku mogli plasirati po povoljnijim cijenama.

- c) **Sezonski karakter turističke ponude** označava sezonski karakter turističke potražnje koja uvjetuje sezonski karakter turističke ponude; cilj svih sudionika turističke ponude je smanjiti sezonske oscilacije u poslovanju, odnosno produljiti turističku sezonu kako bi se postigli što bolji ekonomski učinci.
- d) **Neelastičnost turističke ponude** ogleda se u nemogućnosti kapaciteta većeg dijela turističke ponude da može reagirati na promjene u drugim pojavama na turističkom tržištu.
- e) **Diverzificiranost turističke ponude** znači da je turistička ponuda prostorno vrlo diverzificirana, a karakterizira je i velika usitnjenost pojedinih kapaciteta; iz toga slijedi da je i turistička ponuda vrlo složena tržišna kategorija, stoga je bitno da svaki element u lancu tog sustava obavlja svoju funkciju. (Čavlek i sur., 2011)

Obuhvaća tri osnovne skupine elemenata:

1. Privlačne ili atraktivne,
2. Prometne ili komunikacijske,
3. Prihvatne ili receptivne elemente.

Turistička ponuda može biti osnovna, komplementarna i kompleksna. Osnovna ponuda obuhvaća smještajne objekte, objekte za prehranu i točenje pića, objekte za zabavu i rekreaciju i slično. Komplementarna ponuda nadopunjuje osnovnu turističku ponudu, a obuhvaća jeftinije oblike smještaja, kao što su: kampovi, odmarališta, privatna kućanstva. Kompleksna ponuda je sveukupna turistička ponuda nekog odredišta. U najširem smislu ona „uključuje sve gospodarske i društvene sudionike jedne zemlje, koji na izravan i neizravan način pridonose širenju i različitosti ukupne ponude i time mogućem povećanju turističke potrošnje, kao ekonomske rezultate privremenog boravka domaćih i inozemnih turista“ (Pirjavec i Kesar, 2002:75).

Turistička ponuda koncentrirana je na receptivnom turističkom tržištu i ima značajnu ulogu u privlačenju turista u određenu turističku destinaciju. Iako turistička potražnja determinira odnose na turističkom tržištu, uloga turističke ponude time se ne umanjuje

⁴ skup materijalnih i nematerijalnih elemenata koji pripadaju izvornoj i izvedenoj turističkoj ponudi

jer, ukoliko turist želi konzumirati neki proizvod turističke ponude, mora doputovati u destinaciju. To znači da se ponuda i potražnja susreću na receptivnom tržištu.

Turistička ponuda je zapravo funkcija prirodnih i društveno-ekonomskih obilježja određenog prostora. Upravo o kvaliteti atrakcija, kvaliteti pruženih usluga i raznovrsnosti turističke ponude ovisi kojim intenzitetom će određena destinacija privlačiti turističku potražnju. Kako bi turistička ponuda mogla udovoljiti potrebama sve zahtjevnije turističke potražnje, potrebni su resursi, subjekti i organizacije koji će omogućiti pružanje potrebnih usluga. S tog aspekta, komponente turističke ponude mogu se svrstati u šest temeljnih skupina koje čine strukturu ponude i koje sudjeluju u kreiranju integriranog turističkog proizvoda koji turist konzumira.

Prema Čavlek i suradnicima (2011) komponente turističke ponude su:

1. **Atrakcije** su temelj privlačenja turista u destinaciju.
2. **Ugostiteljstvo** obuhvaća smještaj, prehranu i druge prateće usluge.
3. **Prijevoz** predstavlja cestovne, zračne, željezničke i brodske prijevoznike ili prometnu infrastrukturu koja čini destinaciju dostupnom turistima.
4. **Turističko posredništvo** obuhvaća turističke agencije i turoperatore koji olakšavaju organizaciju putovanja i omogućuju da turistička putovanja budu dostupna širim društvenim slojevima.
5. **Organizacija turizma** obuhvaća nacionalne, regionalne, lokalne zajednice te razne udruge u turizmu koje preuzimaju na sebe ulogu upravljanja sustavom različitih subjekata ponude.
6. **Trgovina** pak omogućava da se u punom smislu riječi zadovolji „akt demonstrativne potrošnje“ turista u destinaciji.

3.1.1. Turistička ponuda sportsko–rekreacijskog turizma

Sportsko-rekreacijska ponuda u turizmu sve je češće primarni faktor dolaska turista u neku destinaciju, stoga je potrebno provesti permanentna istraživanja želja i interesa turista kako bi se formirala optimalna turistička ponuda.

Sportsko-rekreacijska ponuda u turizmu provodi se trima osnovnim oblicima:

1. slobodnim korištenjem prirodnih resursa i sportskih objekata,
2. organizacijskim oblicima sportsko-rekreacijskih aktivnosti te
3. programiranim oblicima sportsko-rekreacijskih aktivnosti.

„Oblike sportsko-rekreacijskih programa u turizmu najčešće dijelimo u odnosu na dob, a ona obuhvaća najmlađu dob, mlade i odrasle osobe, stariju populaciju, osobe s posebnim potrebama te skupine osoba, obitelji i individualne korisnike“ (Bartoluci i sur., 2004:97).

Čimbenike sportsko-rekreacijske ponude u turizmu čine različiti prirodni i materijalni resursi u obliku sportskih objekata, borilišta, rekvizita i opreme koji nadopunjuju receptivne turističke kapacitete te zadovoljavaju potrebe turista, ali i domicilnog stanovništva.

Sve više destinacija sportsku ponudu koristi za promociju svoje destinacije ili kao dopunu osnovne turističke ponude.

Zahvaljujući sportu, mnoge destinacije razvile su se u turističke jer su značajni sportski događaji kao olimpijske igre ili svjetska prvenstva, potaknuli razvoj sportskog turizma. U nekim destinacijama prihodi od sportskog turizma čine 25 % ukupnih prihoda od turizma, a u Australiji i na nekim dijelovima Novog Zelanda, oni su narasli na 55 %. (UNWTO, 2016)

Većina sportskih aktivnosti ovisi o geografskim i sezonskim uvjetima u destinacijama, stoga turističke destinacije sportskog turizma svoj razvoj temelje na karakterističnim geografskim i klimatskim uvjetima. Očigledno je da u Hrvatskoj postoje ogromne neiskorištene mogućnosti razvoja sportskog turizma, a rješenje se nalazi u uključivanju „vrlo razgranatog podsustava u okviru sportsko-rekreativnih organizacija profitnog i amaterskog karaktera koji može participirati u kreiranju složene sportsko-rekreativne turističke ponude“ (Geić, 2011:273).

Tablica 1: Prikaz stupnja zadovoljstva elementima turističke ponude mjesta

3.5.1.

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA

Rang*	Elementi ponude	%
1.	Ljepota prirode i krajolika	84,6
2.	Ljubaznost osoblja u smještajnom objektu	83,4
3.	Osobna sigurnost	82,6
4.	Pogodnost za provođenje obiteljskog odmora	80,7
5.	Atmosfera, ugođaj	80,4
6.	Kvaliteta usluga u smještajnom objektu	79,7
7.	Kvaliteta hrane u smještajnom objektu	78,5
8.	Slikovitost i uređenost mjesta	77,9
9.	Komfor smještaja	77,0
10.	Ekološka očuvanost	76,0
11.	UKUPNI BORAVAK	76,0
12.	Čistoća plaža	75,3
13.	Pogodnost za kratki odmor	75,3
14.	Prometna dostupnost destinacije	72,7
15.	Opremljenost i uređenost plaža	72,5
16.	Vrijednost za novac' gastronomske ponude	70,7
17.	'Vrijednost za novac' smještaja	70,4
18.	Kvaliteta informacija u destinaciji	69,4
19.	Gostoljubivost lokalnog stanovništva	69,4
20.	Kvaliteta hrane u restoranima izvan smještajnog objekta	68,8
21.	Bogatstvo gastronomske ponude u mjestu	68,2
22.	Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	65,9
23.	Kvaliteta označavanja znamenitosti	65,2
24.	Pješačke staze	65,2
25.	Ponuda organiziranih izleta u okolici	64,7
26.	Bogatstvo sadržaja za zabavu	62,2
27.	Prezentacija kulturne baštine	61,4
28.	Kvaliteta lokalnog prijevoza	61,3
29.	Bogatstvo sportskih sadržaja	59,9
30.	Raznolikost kulturnih manifestacija	59,6
31.	Mogućnost za kupnju	58,2
32.	Biciklističke staze	57,5
33.	Organizacija prometa u mjestu (parkirališta, pješačke zone, upravljanje prometom)	54,8
34.	Program za loše vrijeme	49,6

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na ljestvici od 1 (jako loše) do 7 (odlično).

Izvor: <http://hrturizam.hr/wp-content/uploads/2018/07/Tomas-Ljeto-2017-Stavovi-i-potrosnja-turista-u-Hrvatskoj.pdf>

Institut za turizam je 2017. godine proveo anketni upitnik o stupnju zadovoljstva elementima turističke ponude. Stupanj zadovoljstva turista temeljen je na ocjenama za 34

različita elementa turističke ponude Hrvatske i destinacije, uključujući i ukupan boravak. Ispitanici su ocjenjivali stupanj svoga zadovoljstva svakim od elemenata ocjenama od 1 (vrlo loše) do 7 (odlično). Rang pojedinih elemenata ponude definiran je prema zbroju ocjena 6 i 7. Prema tako dobivenim pokazateljima načinjeno je pet vrijednosnih skupina, kako bi se na što ilustrativniji način ukazalo na elemente kojima su gosti najzadovoljniji i koji se mogu smatrati prednostima, odnosno na elemente koji su najlošije ocijenjeni i koji se mogu smatrati nedostacima turističke ponude Hrvatske.

Turisti u Hrvatskoj najzadovoljniji su prirodnim ljepotama, ljubaznošću zaposlenih u objektima te činjenicom da se nalaze u sigurnoj zemlji kojoj ne prijete endemni terorizam, rat, epidemija i slično. S druge strane, ponuda sportskog turizma nalazi se na samom zaleđu ljestvice. Od 34 elementa dva su izravno vezana za sport, a to su „Bogatstvo sportskih sadržaja“ koje se nalazi na 29. mjestu ljestvice te „Biciklističke staze“ koje se nalazi na nezavidnom 32. mjestu.

Istraživanja provedena na području hrvatskih najrazvijenijih turističkih destinacija pokazuju veliki interes inozemnih i domaćih gostiju za turistička središta koja u svojoj ponudi imaju kvalitetne sportsko-rekreacijske sadržaje, stoga je strateško planiranje i formiranje kvalitetne turističke ponude ovog selektivnog oblika turizma neizostavno. Također, hrvatski sportski uspjesi trebali bi predstavljati okosnicu sportskog turizma u Hrvatskoj, posebice osvojeno srebro hrvatskih nogometaša u Rusiji. Promocija usmjerena na svjetski poznata lica doseže veći broj potencijalnih turista što rezultira pozitivnim izravnim i posrednim ekonomskim učincima.

U sljedećim poglavljima opisat će se postojeći kapaciteti sportsko-rekreacijskog turizma u Međimurskoj i Istarskoj županiji.

4. MEĐIMURSKA ŽUPANIJA

Međimurje je najsjevernija regija Hrvatske omeđena rijekama Murom i Dravom. Međimurje graniči s državama: Republikama Mađarskom i Slovenijom, a veoma blizu je i Austrija.

Slika 1: Položaj Međimurske županije



Izvor 1:

https://www.google.com/search?q=me%C4%91imurska+%C5%BEupanija&sxsrf=ACYBGNRJlrmncjM6T2uEeh_c1r-2arROYw:1568729378180&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjz8NaqhNjkAhXJepoKHXLICSkQ_AUIEygC&biw=1280&bih=578#imgrc=wntGKLtziLK2kM:

Međimurje je počašćeno nadimkom „Hortus Croatiae“, što u prijevodu znači Vrt Hrvatske ili Cvjetnjak Hrvatske. (<https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:110:482438>)

Prostor Međimurske županije obuhvaća površinu od 730 km², odnosno 1,29% državnoga teritorija. Prema rezultatima Popisa stanovništva iz 2011. godine, Međimurska županija ima ukupno 113.804 stanovnika s udjelom od 2,65% i sedamnaesta je po broju stanovnika

u Republici Hrvatskoj. Gustoća naseljenosti od 155,99 stanovnika/km², dvostruko je veća od gustoće naseljenosti Republike Hrvatske.

S gospodarskog aspekta, kao sektori u razvoju, mogu se izdvojiti informacijsko-komunikacijske tehnologije, logistika i poslovne usluge, obnovljivi izvori energije i turizam.

4.1. Turizam Međimurske županije u brojkama

Turistička organiziranost Međimurja temelji se na sustavu turističkih zajednica (u daljnjem tekstu: TZ). U Međimurskoj županiji djeluje ukupno 7 TZ-a. Na regionalnoj razini djeluje TZ Međimurske županije, a na razini gradova i općina djeluju TZ Grada Čakovca, TZ Grada Preloga, TZ Grada Mursko Središće, TZ Općine Nedelišće, TZ Općine Sveti Martin na Muri, TZ Općine Štrigova.

Međimurska županija ima velik potencijal za razvoj kontinentalnog turizma, a ključni resursi na kojima se temelji razvojni potencijal Međimurske županije u turizmu su prirodne ljepote, nematerijalna kulturna baština, kvalitetni poljoprivredni proizvodi, voda i termalni izvori te razvijena sportska infrastruktura. Na temelju postojećih resursa i atrakcija te u skladu s europskim i svjetskim trendovima u turističkom sektoru, nastoji se staviti naglasak na: eno-gastronomiju, wellness i biciklizam, odnosno - sportski turizam.

(https://medjimurska-zupanija.hr/dokumenti/Razvojna_strategija_MZ_do_2020/Nacrt%20Razvojne%20strategije%20Medjimurske%20zupanije%202020.pdf)

Međimurska županija je 2018. godine ostvarila ukupno 76 000 dolazaka, što čini samo 0,4% ukupnih dolazaka Republike Hrvatske, međutim zabilježen je porast dolazaka u odnosu na 2017. godinu kada je taj broj dosežao 70 000 dolazaka. Gledajući ostvarena noćenja, Međimurska županija 2018. godine bilježi rast od 20 000 noćenja u odnosu na 2017. godinu. Prema podacima Hrvatske turističke zajednice, Međimurska županija je 2018. godine ostvarila 187 000 noćenja.

Kategorije turizma na koje bi se Međimurska županija trebala fokusirati, a od kojih su neke već i danas prepoznatljive su:

- sportsko-rekreativni turizam,
- zdravstveni turizam,
- eno-gastro turizam,
- kulturni turizam,
- poslovni turizam,
- sportske pripreme,
- tranzitni turizam. ([http://medjimurska-zupanija.hr/wp-content/uploads/2014/12/Strateski marketing plan turizma MZ do 2020.pdf](http://medjimurska-zupanija.hr/wp-content/uploads/2014/12/Strateski_marketing_plan_turizma_MZ_do_2020.pdf))

4.2. Turistička ponuda sportsko–rekreacijskog turizma u Međimurskoj županiji

Prema podacima iz Registra udruga Republike Hrvatske iz kolovoza 2016. godine, u Međimurju djeluje ukupno 260 registriranih udruga, saveza i klubova bez saveza.

Međimurje je oduvijek poznato po njegovanju sportske kulture te ulaganju i razvoju sportskih talenata. U 2018. godini uloženo je nekoliko milijuna eura u gradnju novih sportskih dvorana namijenjenih najprije školama i klubovima. Međutim, u razne oblike tradicijskih sportova mogu se uključiti i turisti u sklopu redovitih godišnjih sportskih priredbi i manifestacija.

Županijsko središte, grad Čakovec, ima suvremenu sportsku dvoranu, bazene, stadion Mladost koji u svom sastavu ima glavno i dva pomoćna nogometna igrališta, teretanu i atletsku stazu. Tijekom 2018. godine je iz gradskog proračuna odvojeno oko 10 milijuna kuna za potrebe sporta. Krajem lipnja 2019. godine započela je rekonstrukcija atletske staze na stadionu Mladost. Vrijednost investicije koja se financira iz gradskog proračuna je 1,9 milijuna kuna, a u kasnijoj fazi financiranja sudjelovat će i Hrvatski atletske savez. (<https://www.mnovine.hr/sport/atletika/zapoceli-radovi-na-rekonstrukciji-atletske-staze-na-stadionu-src-mladost/>)

Grad Čakovec će od 2020. godine nositi titulu Europskog grada sporta. Status Europskog grada sporta je priznanje za višegodišnji rad na području sporta, ali i poticaj da se uvođenjem novih aktivnosti i sadržaja sport podigne na višu razinu.

Obzirom na sportsku infrastrukturu, Čakovec pruža idealne mogućnosti za obavljanje bazičnih priprema pojedinaca i ekipa. Za pripreme vrhunskih sportaša idealna baza su toplice Sveti Martin u bregovitom dijelu Međimurja u čijem se okruženju nalaze brojni kvalitetni nogometni tereni te moderno opremljena teretana.

Za sportske priredbe na raspolaganju su i teniska igrališta, vježbališta za golf, najsvremeniji europski speedway stadion, skijaške rekreativne staze, biciklističke staze, rafting, kajaške, trim i rekreacijske staze, karting staza te košarkaška, rukometna i odbojkaška igrališta. (Hranjec i sur., 2006)

Na mrežnoj stranici Visit Međimurje registrirano je 26 objekta koji nude mogućnost sportske rekreacije, a neki od njih su: Accredo centar, Aquila fitness i wellness centar, Aton sportska dvorana i teretana, Gradski bazeni Marija Ružić s popratnim sadržajima, Konjički klub Zrinski, Mura Drava Bike, Rafting na Muri, hotel Panorama te, već spomenute, LifeClass Terme Sveti Martin koje s više od 100.000 noćenja godišnje čine okosnicu međimorskog turizma.

(http://www.visitmedimurje.com/atrakcije_aktivnostivise.asp?id=34&m=2&mm=09&kt=Sport%20i%20rekreacija)

4.2.2. LifeClass Terme Sveti Martin

LifeClass Terme Sveti Martin pokretač su turizma u Međimurju. U LifeClass Terme Sveti Martin investirano je oko 50 milijuna eura u razdoblju od 2003. do 2011. godine, što je jedna od najvećih „greenfield investicija“⁵ u tom sektoru. Koncesiju na korištenje toplica dobio je privatni investitor na 30 godina, a glavninu sredstava uložio je u hotel sa 4 zvjezdice, wellness centar, sportsku dvoranu i golf teren. (Breslauer, 2012)

Toplice Sveti Martin su jedne od najboljih i najuređenijih toplica u Hrvatskoj, a status najuređenijih toplica zaslužile su u posljednjih nekoliko godina primivši Zlatnu plaketu za napredak u kvaliteti turističke ponude od Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske televizije. Nagradom Zeleni cvijet sa zlatnim znakom po izboru Hrvatske turističke zajednice, još jednom je potvrđeno da su najuređenije toplice Republike Hrvatske. Moderni unutarnji bazeni s termalnom i običnom vodom uređeni po uzoru na dr. Rudolfa

⁵ ulaganje u nove kapacitete

Steinera⁶, mnoštvo vodenih efekata u kompleksu otvorenih bazena, wellness centar, kongresne dvorane, smještaj u apartmanima s četiri zvjezdice, nekoliko restorana, pub, igrališta za desetak sportova, organizirani izleti, bogat animacijski i zabavni program i još puno drugih sadržaja čine epitet jednih od najvećih hrvatskih toplica potpuno opravdanim. Okruženje Toplica pruža turistima poseban ugođaj uz šume, potoke, jezera, polja i pašnjake, a sve to mogu uz aktivni odmor pješaćenjem ili vožnjom na biciklu uz vinske ceste koje ispresijecaju gornje Međimurje. LifeClass Terme Sveti Martin su prvi Bike Hotel u kontinentalnoj Hrvatskoj koji nudi kompletnu infrastrukturu namijenjenu rekreativnim, ali i profesionalnim biciklistima. Na raspolaganju je preko 700 kilometara biciklističkih staza kroz koje se proteže čak 12 ruta s označenim točkama od interesa. Međimurje je geografski jedno od najzanimljivijih biciklističkih područja zbog svoje geografske raznolikosti koja pogoduje svima onima koji traže adrenalinsku vožnju omeđenu predivnom prirodom. Teren je pogodan za one koji svoje tijelo žele iscrpiti do maksimuma, a opet dostupan onima koji žele uživati u pomno kreiranim MTB rutama koje se protežu u gornjem, brdovitom predjelu Međimurja. <https://www.spa-sport.hr/hr/aktivnosti/rekreacija-i-zabava/biciklizam-adria-bike-hotel> 8

Da je Međimurska županija ulagala u razvoj sportske infrastrukture, govori i činjenica da su Terme bile organizator prve utrke Tour of Croatia. LifeClass Terme Sveti Martin su u suradnji s Međimurskom županijom, Turističkom zajednicom Međimurske županije, Općinom Sveti Martin na Muri te ostalim međimurskim općinama u posljednje tri godine uložile izniman trud i financijska sredstva u razvoj biciklizma. Jedan od projekata koji su pokrenuli je i domaćinstvo utrke Tour of Croatia. U razdoblju od 2015. do 2017. godine bile su domaćin utrke, dok su 2018. godine pauzirali kako bi premostili organizacijske izazove koje su organizatori prošle godine imali zbog nedostatka startnih mjesta. Da bi nastavili s ciklusom svjetskih događanja, LifeClass Terme Sveti Martin s partnerima uključile su se u procese apliciranja i lobiranja za organizaciju svjetskih sportskih događanja u 2018. godini, te sredstva namijenjena za Tour of Croatia 2017. prenamijenili za te svrhe. Tako se 2018. godine u Općini Sveti Martin na Muri organiziralo svjetsko prvenstvo u dugom trčanju na 100 kilometara, svjetsko prvenstvo u lovu ribe za veterane i invalide te europsko prvenstvo u disk golfu. LifeClass Terme Sveti Martin domaćin su

⁶ austrijski filozof, odgajatelj, pisac, ezoterik, i glavni utemeljitelj antropozofije

smještaja za Europsko prvenstvo u rukometu za seniore i Europsko prvenstvo u rukometu za kadete. Na svakom od događanja okupio se veliki broj sudionika i pratnje iz cijelog svijeta, a uglavnom se radilo o dugim boravcima s raznolikim uslugama. LifeClass Terme Sveti Martin dokazale su da turizam na kontinentu može uspješno poslovati 365 dana u godini. To je uvelike doprinijelo razvoju međimurskog turizma, a ujedno su postavljeni temelji za daljnji razvoj sportsko-rekreacijskog turizma na području Međimurske županije.

<https://www.termesvetimartin.com/hr/aktivnosti/izdvojena-dogadzanja/tour-of-croatia>

5. ISTARSKA ŽUPANIJA

Istarska županija obuhvaća veći dio Istre - najvećeg jadranskog poluotoka. Najzapadnija točka Republike Hrvatske, Bašanija - rt Lako, nalazi se u Istarskoj županiji. Smještena je u sjeveroistočnom dijelu Jadranskog mora te je s tri strane okružena morem.

Slika 2: Položaj Istarske županije



Izvor:

https://www.google.com/search?q=istarska+%C5%BEupanija&sxsrf=ACYBGNSCgIKDGikV83A3AKC56WyAYQz5Kw:1568729212706&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi1jOPbg9jkAhUGtYsKHda7BqsQ_AUIEigB&biw=1280&bih=578#imgrc=5ncTQkEW6M5d7M:

Zbog svog vrlo povoljnog zemljopisnog položaja, Istra je oduvijek predstavljala most koji je povezivao srednjoeuropski kontinentalni prostor s mediteranskim. Istarski poluotok obuhvaća površinu od 3.476 km². To područje dijele Hrvatska, Slovenija i Italija. Vrlo maleni dio na sjevernoj strani Miljskoga poluotoka, pripada Republici Italiji. Slovensko primorje s Koparskim zaljevom i dijelom Piranskoga zaljeva do ušća rijeke Dragonje dio je Republike Slovenije. Najveći dio, odnosno 90% površine ili 3.130 km² pripada Republici Hrvatskoj. (<http://www.istra-istria.hr/index.php?id=263>)

5.1. Turizam Istarske županije u brojkama

Istra je najrazvijenija turistička regija u Hrvatskoj. Turistička organiziranost Istarske županije također se temelji na sustavu turističkih zajednica. Na području Istarske županije djeluju ukupno 32 TZ. Prema zadnjim podacima Državnog zavoda za statistiku, Istarska županija je do kraja lipnja 2019. godine ostvarila 784 232 dolazaka te ukupno 4 332 692 noćenja.

(https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-01_06_2019.html)

Do kraja srpnja taj broj se povećao na 1 060 163 dolazaka i 7 943 723 noćenja. Gledajući prema TZ najviše dolazaka, ali i noćenja, ostvaruju redom: Rovinj, Poreč, Medulin, Umag i Pula. Samo je Rovinj ostvario preko milijun noćenja do srpnja 2019. godine.

(Dolasci i noćenja u Istri po turističkim zajednicama, 2019)

U 2018. godini je, od ukupno 18 666 000 dolazaka, njih čak 4 333 000 ostvarila Istarska županija i time se pozicionirala kao najpoželjnija turistička regija Republike Hrvatske s udjelom u dolascima od 23,2 %. Nadalje, broj noćenja u Istarskoj županiji raste iz godine u godinu. Tako je u 2018. godini na područje Istre ostvareno 26 179 000 noćenja što čini udio od 29,2% ukupnih noćenja u Republici Hrvatskoj.

(https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf)

Općenito, Istarska županija bilježi najveći turistički promet u Republici Hrvatskoj, a tablica 1. prikazuje deset gradova i općina s najvećim turističkim prometom.

Tablica 2: Prikaz deset gradova i općina s najvećim turističkim prometom u Republici Hrvatskoj 2018.

Deset gradova i općina s najvećim turističkim prometom						
GRAD/ OPĆINA	TURISTI (u 000)		INDEKS 2018./ 2017.	NOĆENJA (u 000)		INDEKS 2018./ 2017.
	2017.	2018.		2017.	2018.	
Zagreb	1.286,0	1.400,2	108,9	2.263,7	2.511,8	111,0
Dubrovnik	1.174,8	1.265,2	107,7	3.886,0	4.058,6	104,4
Split	720,3	859,2	119,3	2.127,3	2.494,1	117,2
Rovinj	625,6	693,3	110,8	3.689,5	3.905,1	105,8
Zadar	524,5	557,6	106,3	1.832,7	1.862,8	101,6
Poreč	550,6	551,1	100,1	3.152,0	3.130,6	99,3
Umag	456,3	469,4	102,9	2.343,1	2.393,8	102,2
Opatija	433,1	436,7	100,8	1.361,0	1.350,1	99,2
Pula	381,5	413,7	108,4	1.878,2	1.998,5	106,4
Medulin	387,5	405,6	104,7	2.555,7	2.596,7	101,6

Izvor: https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf

Iz tablice 1. vidljivo je da od deset gradova i općina s najvećim turističkim prometom u Republici Hrvatskoj, njih čak pet je iz Istarske županije. Također, vidljiv je trend rasta turističkog prometa u 2018. godini za svaku od navedenih destinacija, u odnosu na 2017. godinu.

5.2. Turistička ponuda sportsko–rekreacijskog turizma u Istarskoj županiji

Sportske aktivnosti u Istarskoj županiji zastupljene su kroz 54 sportske grane, a aktivne su ukupno 663 sportske udruge. Krovna organizacija istarskog sporta je Sportska zajednica Istarske županije; uz nju djeluje još 10 gradskih i 2 općinske sportske zajednice te 29 strukovnih saveza. Posljednjih 5 godina znatno je porastao broj aktivnih klubova, na brojku od oko 150, u postojećim sportovima, a jedan od razloga je i pojava novih sportova: aikido⁷, akrobatski ples, badminton, daljinsko plivanje, kajak – kanu, mačevanje, nogotenis, ragbi, skateboarding, snowboarding, sportsko pljočkanje⁸. Registriranih je sportaša oko 18.000, dok je oko 7000 učenika uključeno u školska natjecanja, što čini otprilike 30% ukupnog broja učenika. Aktivnih sportaša s

⁷ japanska borilačka vještina koja koristi timing, međuprostor i energiju napadača kako bi ga izbacila iz ravnoteže i kontrolirala napad

⁸ tradicijska igra gađanja kamenom veličine dlana i sportsko nadmetanje naših predaka, pastira i običnog puka

invaliditetom je oko 50, a bave se atletikom, biciklizmom, boćanjem, streljaštvom i tenisom. Desetak osoba s oštećenjem sluha aktivni su sportaši. Registriranih sportaša rekreativaca, koji djeluju u organiziranim klubovima, je oko 10.000, a stvarni broj ljudi koji prakticiraju rekreaciju mnogo je veći. Tendencija rasta bilježi se u svim navedenim skupinama. U privatnom su vlasništvu uglavnom samo teniski tereni te manji sportski objekti, ali podatci o njihovom broju nisu dostupni. Igrališta za golf, objekti za konjička natjecanja te biciklističke staze nisu obuhvaćeni analizom jer su većim dijelom predmet interesa turističke privrede.

„Tek mali broj sportskih objekata zadovoljava u pogledu opremljenosti i funkcionalnosti. Velikoj većini objekata zajednička je koncepcijska zastarjelost energetske, elektro i strojarske postrojenja, kao i građevne strukture, što pored loše funkcionalnosti bitno utječe i na skupoću održavanja, nepotrebne energetske gubitke i pretjerano zagađenje zraka“. Opremljenost objekata, kako otvorenih, tako i zatvorenih, relativno je skromna. Objekti su u pravilu opremljeni do razine koja zadovoljava natjecateljsku aktivnost, a to podrazumijeva uređeno gledalište, svlačionice, golove, mreže i sličnu opremu, ali je oprema za obrazovnu, trenažnu, pripremnu pa čak i sportsko-rekreativnu aktivnost nedostatna i u vrlo lošem stanju, naročito u školskim sportskim objektima.

Bez obzira na nedostatnu uređenost sportskih objekata, Istarska županija bilježi rast u području sportsko-rekreacijskog turizma te je sve češći domaćin raznih utrka, manifestacija i konferencija iz područja sporta. Veliku popularnost uživa utrka 100 milja Istre, osnovana 2013. godine na kojoj je iste godine sudjelovalo samo 237 trkača. Nekoliko godina kasnije broji više od 2000 trkača. (http://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/gospodarstvo/2018/180411_ZRS_IZ_2020.pdf)

5.2.1. Sportfest Poreč

Poreč je 2018. godine bio domaćin sportske manifestacije po imenu Sportfest na kojoj je sudjelovalo više od 3500 posjetitelja, a manifestirala se kroz dva dijela: konferencijski dio i sajam. Na sajmu je sudjelovalo 78 izlagača, a neki od njih bili su Dukat, Polleo Sport, Hidra, dok su većinu činili razni sportski klubovi. Održana je i utrka pod imenom Run Fest na 5 i 10 kilometara, Business To Business – B2B igre, dva regionalna natjecanja i jedno međunarodno natjecanje. Na konferenciji je sudjelovalo ukupno 24 predavača, a najviše su se istaknuli Ivica Kostelić, Miroslav Ćiro Blažević, Davor

Rostuhar te Pero Kuterovac. Predstavljeno je i Međimursko veleučilište u Čakovcu, odnosno studij Menadžmenta turizma i sporta pod vodstvom nastavnice Magdalene Zeko.

Sudionici manifestacije bili su smješteni u hotelima Valamar grupacije koja je nudila paket aranžmane sadržane od ulaznice na manifestaciju Sportfest i 3 noćenja s doručkom. Obzirom da paket aranžman nije sadržavao puni pansion, povećana je izvanpansionska potrošnja.

6. ISTRAŽIVANJE – ANKETNI UPITNIK

Za potrebe analize turističke ponude Međimurske i Istarske županije, provedeno je online anketno istraživanje u kojem su sudjelovale osobe iz cijele Hrvatske.

6.1. Metodologija

Na temelju prikupljenih sekundarnih podataka, provedeno je primarno istraživanje. Metoda anketiranja, točnije online anketno ispitivanje provedeno je putem društvene mreže Facebook u razdoblju od 14. svibnja do 15. svibnja 2019. godine. Razlog kratkog trajanja ispitivanja je brzo ispunjenje kvote od potrebnih 250 ispitanika. Online anketno ispitivanje korišteno je zbog toga što se podatci prikupljaju brzo, a financijskih troškova nema. Osnovni skup su korisnici društvene mreže Facebook, što znači da je uzorak namjerni online uzorak, čiji podatci vrijede samo za uzorak na kojem su prikupljeni. Uzorkom je obuhvaćeno 255 ispitanika, a dobiveni podatci obrađeni su metodom deskriptivne analize u Microsoft Excelu te su grafički prikazani i objašnjeni u sljedećem potpoglavlju. Također, ispitanicima je osigurana potpuna anonimnost, a vrijeme rješavanja nije ograničeno što znači da ispitanici mogu sebi uzeti dovoljno vremena za razmišljanje.

Pitanja su strukturirana s neprikrivenim ciljevima, točnije upitnik se sastoji od pitanja s višestrukim izborom te ordinalnih ljestvica za mjerenje stavova.

Anketni upitnik (prilog) sastoji se od 14 pitanja i podijeljen je na 3 dijela: pitanja 1-6 odnose se na općenito bavljenje ispitanika sportskom aktivnošću, pitanja 7-11 odnose se na mjerenje stavova ispitanika u vezi s turističkom ponudom sportsko-rekreacijskog turizma, a zadnji dio pitanja 12-14 odnose se na socio-demografske karakteristike ispitanika. Pitanja koja su se pojavila u upitniku su sljedeća:

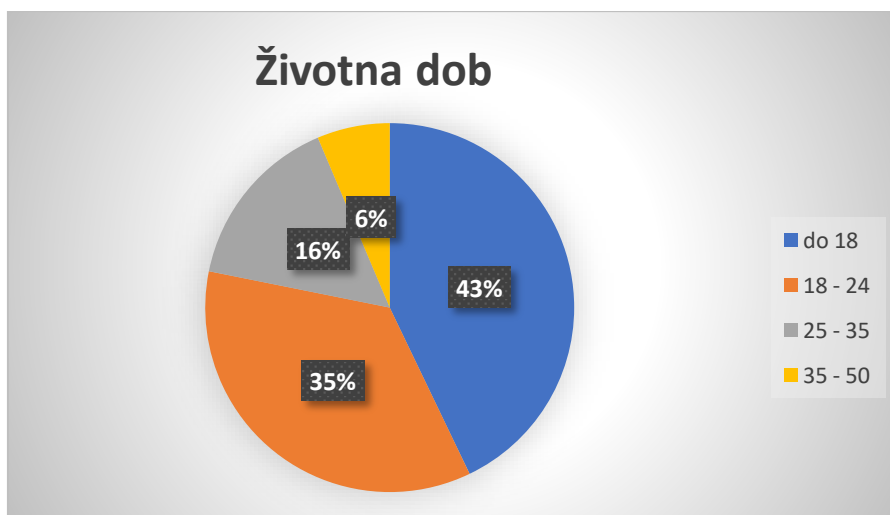
1. Bavite li se kojom sportskom aktivnošću?
2. Ukoliko je Vaš prijašnji odgovor bio potvrđan, označite kojom sportskom aktivnošću se bavite?
3. Gdje se najčešće bavite sportskom aktivnošću?
4. Koliko često se bavite sportskom aktivnošću?
5. Koji su Vaši motivi bavljenja sportskom aktivnošću?
6. Odlazite li na odmor radi sportske rekreacije?

7. Koliko Vam je bitna sportska ponuda u mjestu stanovanja?
8. Koliko Vam je bitna sportska ponuda u destinaciji u kojoj provodite odmor?
9. Smatrate li da bi raznovrsna sportska ponuda potaknula ljude na sportsku aktivnost?
10. Ocjenom od 1 do 5 ocijenite sportsko-rekreacijsku ponudu Međimurske županije.
11. Ocjenom od 1 do 5 ocijenite sportsko-rekreacijsku ponudu Istarske županije.
12. Spol?
13. Starosna dob?
14. U kojoj županiji se nalazi mjesto Vašeg prebivališta?

6.2. Rezultati istraživanja

Anketni upitnik ispunilo je ukupno 255 ispitanika od čega 74,5% žena i 25,5% muškaraca. U ispitivanju su sudjelovale osobe od 16 do 65 godina. Najveći broj ispitanika (42,4%) pripada dobnoj skupini do 18 godina, a slijedi je skupina 18-24 godina s 34,9%. Ponuđena je i kategorija 65+, međutim nitko od ispitanika ne pripada navedenoj dobnoj skupini (Grafikon 1.).

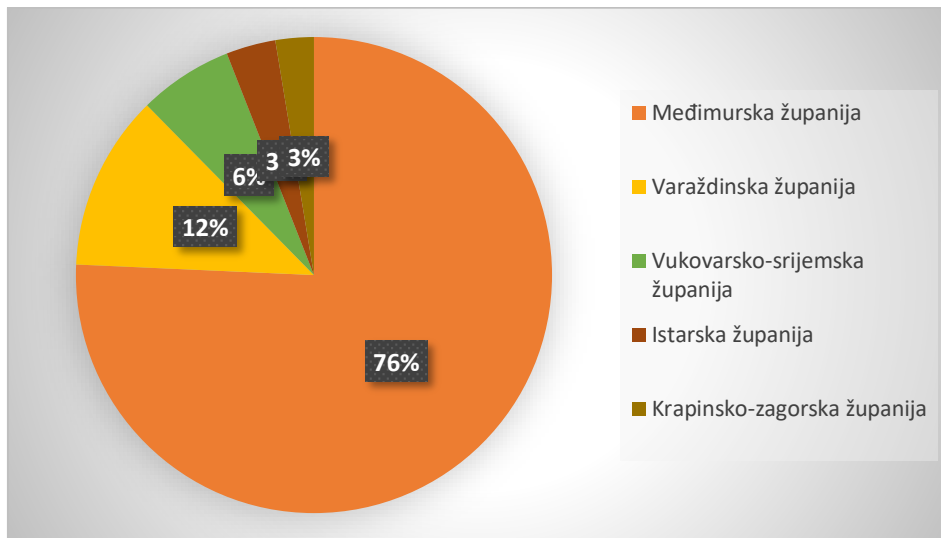
Grafikon 1.: Životna dob ispitanika



Izvor: vlastita izrada autorice

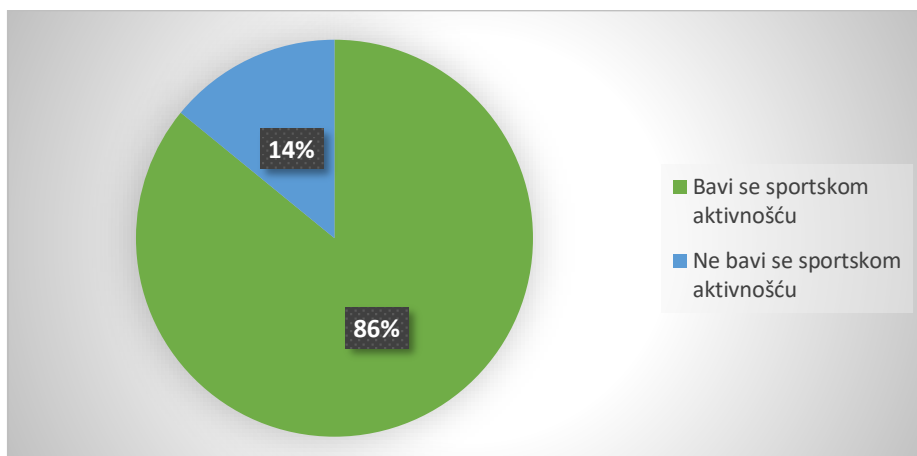
Prema mjestu prebivališta, najveći udio ispitanika dolazi iz Međimurske županije (69,8%), slijedi je Varaždinska županija s 11%, Vukovarsko – srijemska (5,9%) te Istarska s 3,1%. Iako nije navedeno u postotcima ili prikazano u grafikonima zbog malih postotaka, važno je spomenuti da je uzorkom obuhvaćena svaka županija u Republici Hrvatskoj (Grafikon 2.).

Grafikon 2.: Županija prebivališta ispitanika



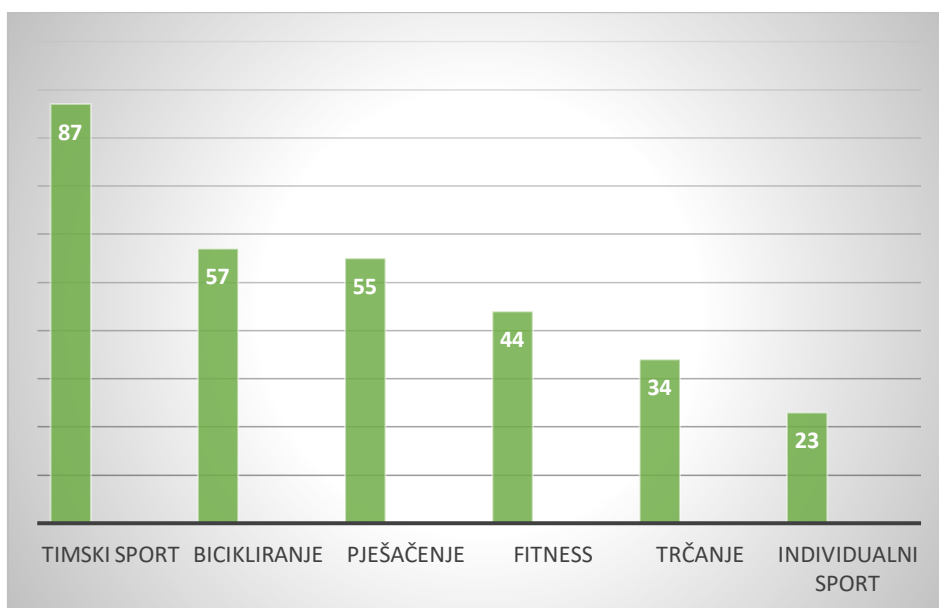
Izvor: vlastita izrada autorice

Grafikon 3. prikazuje koliko se ispitanika bavi sportskom aktivnošću. Od ukupno 255 ispitanika, čak je njih 219 reklo je da se bavi nekom sportskom aktivnošću (85,9%).

Grafikon 3.: Bavljenje sportskom aktivnošću

Izvor: vlastita izrada autorice

Na grafikonu 4. prikazano je kojom se sportskom aktivnošću bave ispitanici. Ponuđeno je 6 opcija: trčanje, bicikliranje, pješaćenje, fitness, timski sport, individualni sport te opcija ostalo. Najveći broj ispitanika, točnije njih 87, bavi se timskim sportom (39,4%). Sljede bicikliranje (25,8%), pješaćenje (24,9%), fitness (19,9%), trčanje (15,4%) i individualni sport (10,4%). Pod opcijom ostalo ispitanici su definirali neke od gore navedenih kategorija u: jahanje, ples, zumba te dobrovoljno vatrogastvo.

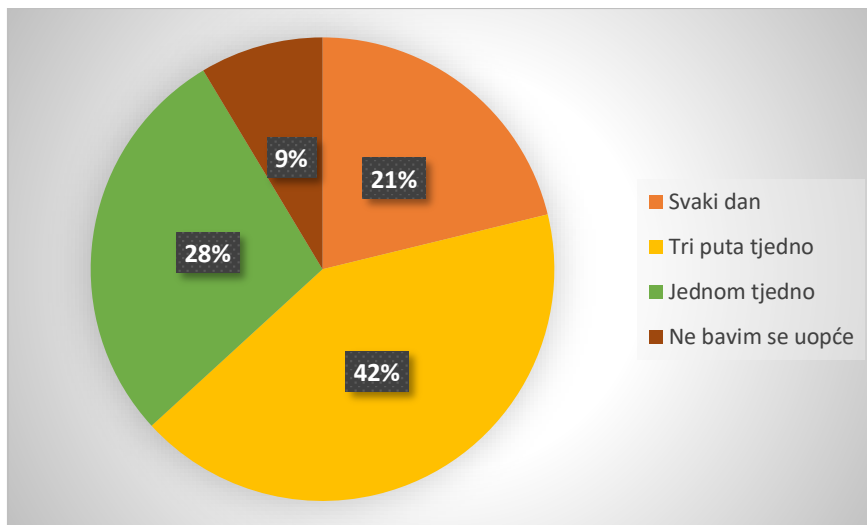
Grafikon 4.: Najpopularnije sportske aktivnosti

Izvor: vlastita izrada autorice

Na pitanje „Gdje se najčešće bavite sportskom aktivnošću?“ odgovorio je ukupno 231 ispitanik. Ponuđene su bile 3 opcije: u prirodi (56,3%), u sportskom centru/dvorani (44,6%) te kod kuće (22,5%), iz čega se može zaključiti da ljudi kombiniraju lokacije prilikom sportske aktivnosti.

Na grafikonu 5. prikazuje se intenzitet bavljenja sportskom aktivnošću.

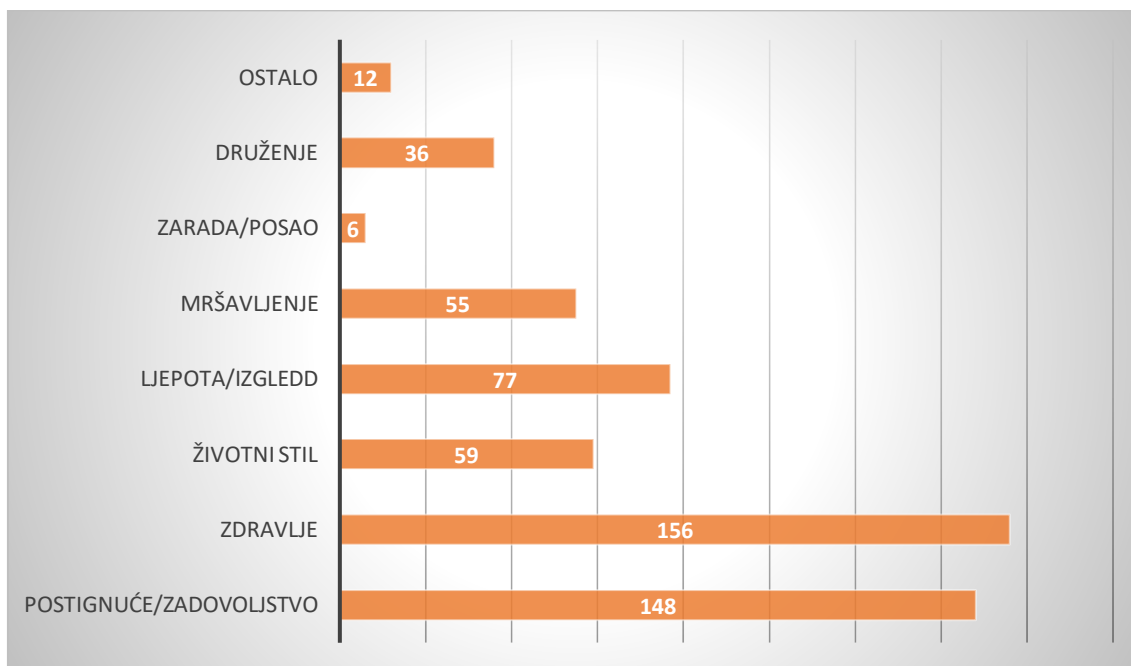
Grafikon 5.: Intenzitet bavljenja sportskom aktivnošću



Izvor: vlastita izrada autorice

Najveći broj ispitanika bavi se sportskom aktivnošću tri puta tjedno, njih upola manje bavi se sportskom aktivnošću svakodnevno, a samo se 8,6% ispitanika uopće ne bavi sportskom aktivnošću.

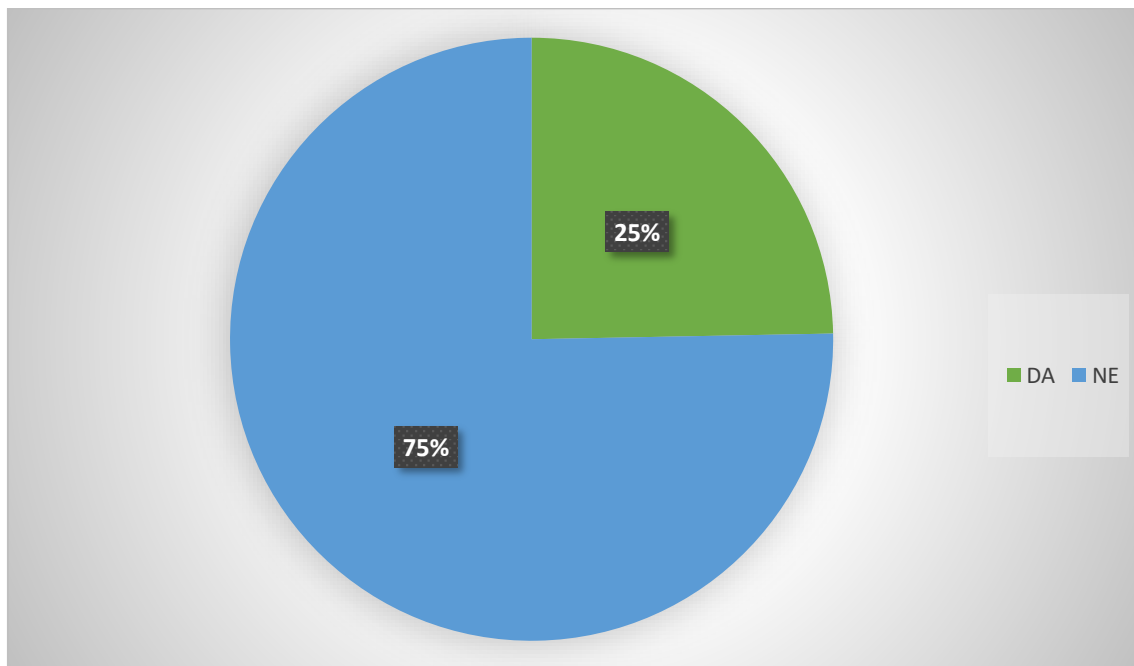
Grafikon 6. prikazuje najčešće motive bavljenja sportskom aktivnošću kod ispitanika. Ovo je pitanje višestrukog odabira, stoga su i ispitanici birali više mogućnosti. Ponuđene mogućnosti bile su: postignuće/zadovoljstvo, zdravlje, životni stil, mršavljenje, zarada/posao, samoostvarenje te ostalo.

Grafikon 6.: Motivi bavljenja sportskom aktivnošću

Izvor: vlastita izrada autorice

Na grafikonu 6. vidljivo je da se većina ispitanika bavi sportskom aktivnošću radi zdravlja (156 odgovora), veliki broj odgovora dobio je motiv postignuće i zadovoljstvo (148 odgovora), a nešto manje odgovora dobili su motivi ljepota/izgled (77 odgovora) i životni stil (59).

Sljedećim pitanjem, prikazanim na grafikonu 7., ispitanike se usmjerava na turistički aspekt sportske rekreacije.

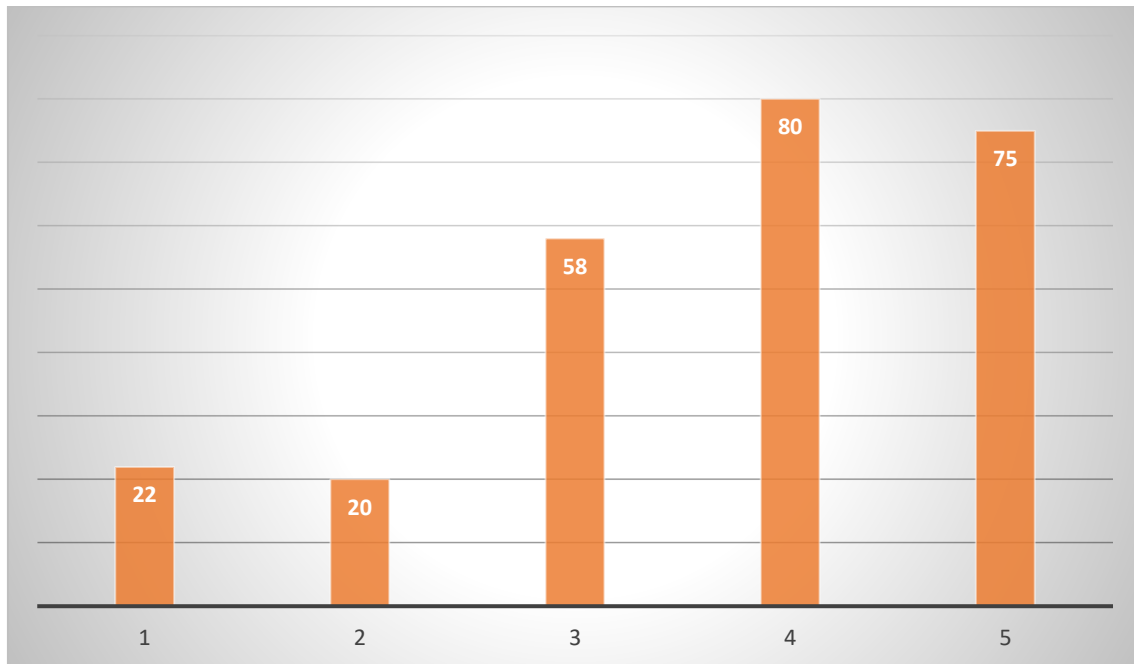
Grafikon 7.: Sportska rekreacija kao motiv odlaska na odmor ispitanika

Izvor: vlastita izrada autorice

Na pitanje „Odlazite li na odmor radi sportske rekreacije?“ odgovorilo je 255 ispitanika, 24,7% je potvrdilo da odlazi na odmor radi sportske rekreacije.

Pitanja koja sljede vezana su uz mjerenje stavova ispitanika pomoću ordinalnih ljestvica. Ispitanicima su postavljena pitanja na koja oni odgovaraju ocjenom u rasponu 1-5. Ocjena 1 označava „Uopće mi nije bitno“, a ocjena 5 „Izrazito mi je bitno“.

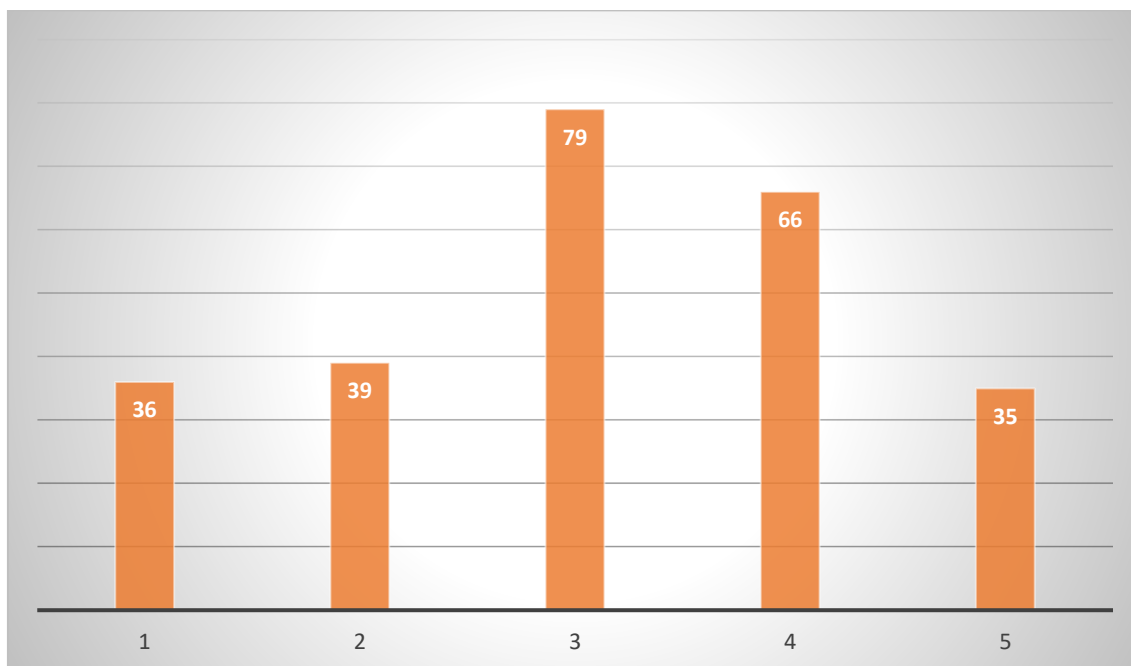
Grafikon 8. prikazuje razinu važnosti sportske ponude za ispitanike u njihovom mjestu stanovanja. Ocjena 1 označava „Uopće mi nije bitna“, a ocjena 5 „Izrazito mi je bitna“.

Grafikon 8.: Važnost sportske ponude u mjestu stanovanja za ispitanike

Izvor: vlastita izrada autorice

Prilikom analiziranja osobnih, odnosno pojedinačnih odgovora ispitanika, dolazi se do zaključka da osobama koje se ne bave sportskom aktivnošću, sportska ponuda uopće nije bitna ili je malo bitna, dok je osobama koje se bave sportskom aktivnošću tri puta tjedno i više, sportska ponuda izrazito bitna.

Na grafikonu 9. prikazuje se važnost sportske ponude u mjestu odmora za ispitanike. Ispitanici su kao i u prethodnom pitanju ocjenjivali ocjenama 1-5.

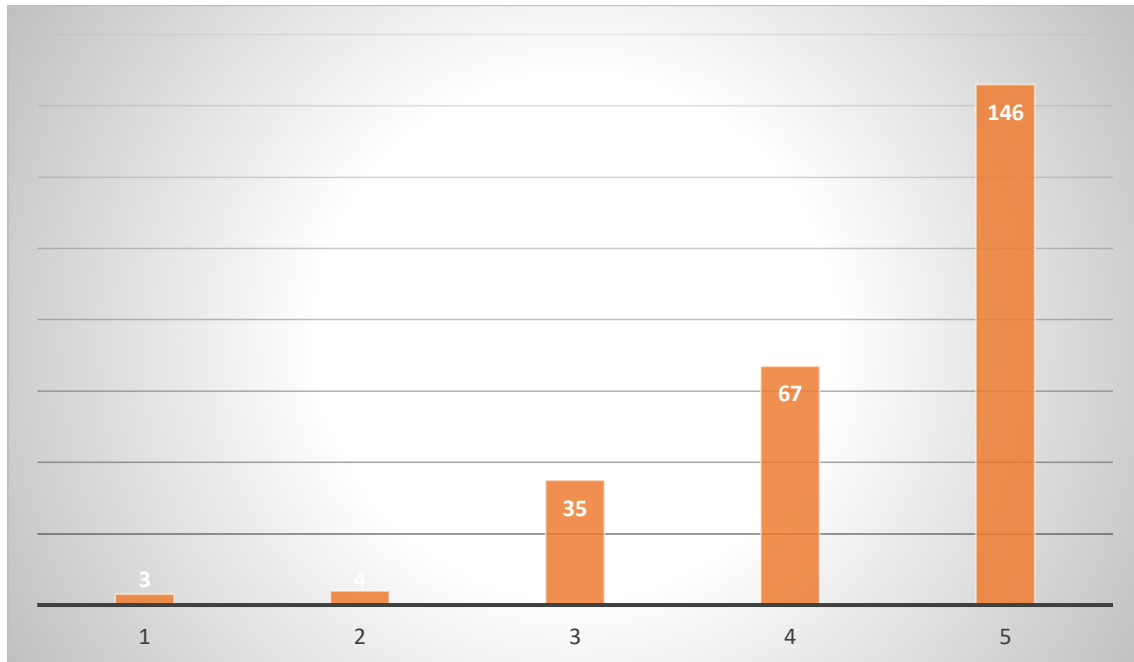
Grafikon 9.: Važnost sportske ponude u destinaciji u kojoj ispitanici provode odmor

Izvor: vlastita izrada autorice

Iz grafikona je vidljivo da je većina ispitanika indiferentna prema sportskoj ponudi u destinaciji u kojoj provode odmor (31%). Međutim, ovdje je slučaj da većem broju ispitanika sportska ponuda u destinaciji za odmor uopće nije bitna (14,1%), naspram ispitanicima kojima je sportska ponuda izrazito bitna (13,7%).

Na grafikonu 10. prikazuje se stav ispitanika o utjecaju sportske ponude na intenzitet bavljenja sportskom aktivnošću. Ispitanicima je postavljeno pitanje „Smatrate li da bi raznovrsna sportska ponuda potaknula ljude na sportsku aktivnost?“ te im je ponuđena ljestvica s ocjenama u rasponu 1-5. Ocjena 1 označuje stav „Ne bi uopće potaknula“, a ocjena 5 označava „Potaknula bi uvelike“.

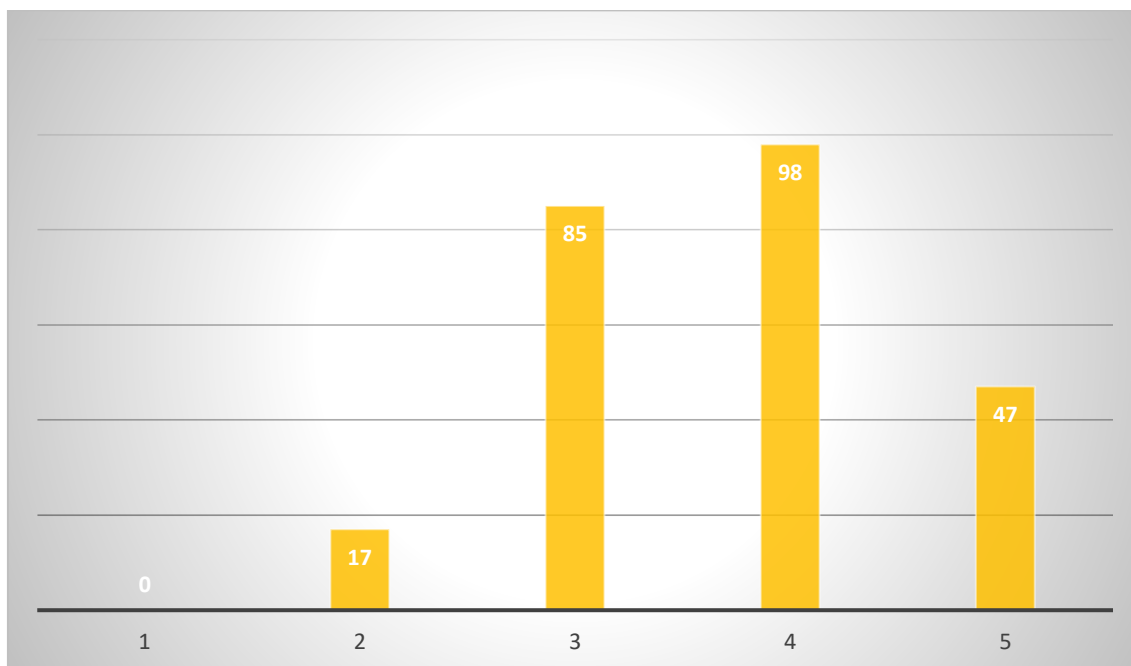
Grafikon 10.: Stav ispitanika o utjecaju raznovrsne sportske ponude na sportsku aktivnost



Izvor: vlastita izrada autorice

Najveći broj ispitanika smatra da bi raznovrsna sportska ponuda potaknula ljude na sportsku aktivnosti (57,3%), a samo 1,2% ispitanika smatra kako raznovrsna sportska ponuda uopće ne bi potaknula na sportsku aktivnost.

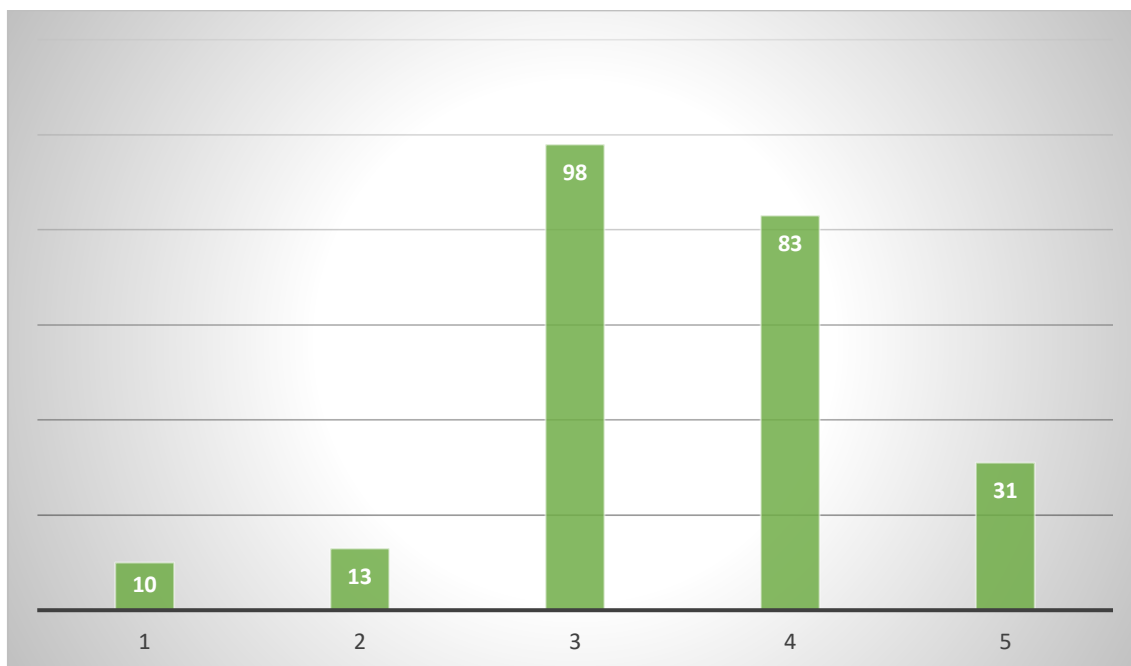
Grafikon 11. prikazuje stav ispitanika o sportsko-rekreacijskoj ponudi Međimurske županije. Ispitanici su ocjenama u rasponu 1-5 ocjenjivali ponudu prema vlastitom doživljaju.

Grafikon 11.: Stav ispitanika o sportsko-rekreacijskoj ponudi Međimurske županije

Izvor: vlastita izrada autorice

Najveći broj ispitanika ocijenio je sportsko-rekreacijsku ponudu Međimurske županije ocjenom 4 (39,7%). Nijedan ispitanik ponudu Međimurske županije nije ocijenio ocjenom 1, a 19% ocijenilo je ponudu ocjenom 5.

Grafikon 12. prikazuje stav ispitanika o sportsko-rekreacijskoj ponudi Istarske županije. Kao i u prethodnom pitanju, ispitanici su ocjenjivali ponudu Istarske županije ocjenama u rasponu 1-5 prema vlastitom doživljaju.

Grafikon 12.: Stav ispitanika o sportsko-rekreacijskoj ponudi Istarske županije

Izvor: vlastita izrada autorice

Za razliku od ocjene Međimurske županije, sportsko-rekreacijsku ponudu Istarske županije najveći broj ispitanika ocijenio je ocjenom 3 (41,7%). Ocjenu 1 dalo je 4,3% ispitanika, dok je ocjenom 5 ocijenilo 13,2% ispitanika.

Sumarno, istraživanje je pokazalo trend rasta popularnosti sporta i sportske aktivnosti. Više od 85% ispitanika bavi se nekom vrstom sportske aktivnosti, a kroz kontrolna pitanja dalo se zaključiti da su ispitanici koji su dali odgovor da se ne bave sportskom aktivnošću, kasnije označili da se bave pješaćenjem jednom tjedno, iz čega se može zaključiti da se ljudi bave određenom aktivnošću, ne znajući da se to može nazvati sportskom aktivnošću. Ljudi se najčešće bave timskim sportom, a raste i broj ljudi koji se bave fitnessom i biciklizmom. Oni to rade najčešće u prirodi, a velik broj njih odlazi na rekreaciju u sportsku dvoranu ili fitness centar. Nešto manji broj ljudi bavi se sportskom aktivnošću kod kuće. Najčešći motiv bavljenja sportskom aktivnošću je zdravlje, a odmah ga prati osjećaj zadovoljstvo te osobnog postignuća. Iz ovog pitanja može se zaključiti da su razlozi zbog kojih čovjek radi na svojem tjelesnom zdravlju višestruki. Nemali broj ljudi bavi se sportskom aktivnošću i zbog zdravlja, i zbog izgleda, i zbog zadovoljstva, a čak 23% njih to smatra svojim životnim stilom. Veliko iznenađenje anketnog upitnika jest činjenica da gotovo 25% ljudi odlazi da odmor radi sportske rekreacije te da im je

sportsko-rekreacijska ponuda bitna i u mjestu stanovanja, ali i u destinaciji za odmor. Također, više od 55% ljudi smatra kako sportsko-rekreacijska ponuda ima velik utjecaj na ljude i njihovo bavljenje sportskom aktivnošću.

Kada se govori o sportsko-rekreacijskoj ponudi promatranih županija, zaključuje se da Međimurska županija zauzima bolji plasman u očima ispitanika, u odnosu na Istarsku županiju. Razlog tome može biti i činjenica da najveći broj ispitanika u uzorku dolazi iz Međimurske županije, dok samo 3,1% ispitanika dolazi iz Istarske županije.

6.3. Ograničenje uzorka

Jedno od najvažnijih ograničenja istraživanja jest namjerni online uzorak. Takav se uzorak općenito ne može okarakterizirati kao pouzdan i vjerodostojan te se ne može koristiti za donošenje čvrstih zaključaka o osnovnom skupu, za razliku od slučajnog uzorka. Kao što je ranije spomenuto, dobiveni rezultati vrijede samo za uzorak na kojem su prikupljeni. Još jedno ograničenje predstavlja i sama veličina uzorka, s obzirom na osnovni skup koji čine rekreativci i sportaši pretežito s područja Međimurske županije. Uključivanje većeg broja ispitanika, posebice iz Istarske županije, dalo bi reprezentativnije rezultate. Svojevrsno ograničenje predstavlja i sama vrsta ispitivanja, koja je izabrana zbog niskih troškova. Rezultati bi bili pouzdaniji kada bi se provelo osobno ispitivanje ili metoda fokus grupe.

7. ZAKLJUČAK

Turizam je najbrže rastuća grana gospodarstva, a sportski turizam najbrže rastući oblik selektivnog turizma, stoga je lako zaključiti da sportski turizam poprima velike razmjere u formiranju turističke ponude određene turističke destinacije. Pojavom novog turista koji traži aktivan odmor, potrebno je uložiti više napora kako bi se formirala zadovoljavajuća turistička ponuda. Karakteristika hrvatskog turizma jest sezonski karakter koji se najviše osjeća u destinacijama obalnog i priobalnog pojasa. Upravo Istarska županija bilježi najveći turistički promet od lipnja do rujna, dok je u ostalim mjesecima taj broj puno manji. S druge strane, Međimurska županija bilježi rast u mjesecima izvan sezone te se time pozicionira kao destinacija kontinentalnog turizma. Sportski turizam razvija se u objema županijama, a njegova važnost je prepoznata do mjere da se uvrštava u razvojne strategije županija. Istarska i Međimurska županija dvije su vrlo razvijene hrvatske županije, po mišljenju domicilnog stanovništva, vrlo pogodne za život.

Ukoliko želi ostati konkurentno, Međimurje mora pratiti i prihvatiti sve promjene koje se događaju na međunarodnom turističkom tržištu te na temelju prikupljenih podataka formirati kvalitetnu i raznovrsnu ponudu. Novi trendovi u turističkoj potražnji i ponudi pokazuju da su nužne promjene prema kvalitetnom turizmu, u što spada i sportski turizam. Tržišni položaj Međimurja moguće je poboljšati kvalitetnom ponudom sportskog turizma jer kvalitetna ponuda može oblikovati uspješno buduće poslovanje.

Sportski turizam, a posebno cikloturizam vrlo su značajni za razvoj selektivnih oblika turizma u Istri. Sport i rekreacija kao aktivni oblik odmora predstavljaju značajan segment turističke potražnje pa se sportski turizam svrstao u grupu brzo rastućih turističkih proizvoda. Turistička zajednica Istarske županije, lokalne turističke zajednice i hotelske kuće, prepoznale su važnost sportskog turizma i svoje aktivnosti usmjerile na pozicioniranje Istre kao destinacije sporta i sportskih aktivnosti. Cikloturizam se razvija i u Međimurskoj županiji koja je dobila prvi kontinentalni Bike Hotel. Također, kod Međimurske palače turizma izgrađeni je Bike & Rest Point financiran sredstvima europskih fondova.

Osim cikloturizma, i Međimurska i Istarska županija imaju veliki potencijal u razvoju vodenih sportova. Međimurska Mura i Drava te istarsko more nude pregršt mogućnosti sportskog turizma. U Međimurju su rijeke iskorištene uglavnom za rafting ture, a moguće

je organizirati kontinentalni nautički turizam. Akumulacijsko jezero Dubrava sadrži idealne uvjete za jedrenje. Marina Prelog svake godine implementira ponudu sportskog turizma, stoga je vrlo vjerojatno da će se ubrzo plasirati kao omiljena destinacija sportskih turista.

Zaključno, sportski turizam raste rapidnom brzinom, a destinacije moraju brzo odgovoriti na nove trendove turističkog tržišta, ukoliko žele ostati konkurentne na tržištu. Međimurska i Istarska županija imaju razvijenu ponudu sportskog turizma, no prema provedenom istraživanju, ali i prikupljenim sekundarnim podacima, postoji veliki prostor i potencijal za implementaciju postojeće, ali i formaciju nove turističke ponude sportsko-rekreacijskog turizma. Ljudi pridaju sve veću važnost sportsko-rekreacijskim sadržajima te sve češće traže destinacije za odmor koje pružaju mogućnost korištenja sportskih igrališta, objekata i rekvizita. Uskoro će sportski sadržaj postati jedan od nužnih dijelova turističke ponude, a potencijalni turist percipirat će destinaciju prema količini i kvaliteti sportskog sadržaja.

8. LITERATURA

1. Antunac, I. (1991). „Selektivne vrste turizma“. Zagreb. Turizam. vol. 39.
2. Bartoluci M. i suradnici. (2004). Menadžment u sportu i turizmu. Zagreb. Kineziološki fakultet, Ekonomski fakultet. str. 97.
3. Bartoluci M., Čavlek N. (1998). Turizam i sport. Zagreb. Fakultet za fizičku kulturu Sveučilišta u Zagrebu, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagrebački velesajam.
4. Bartoluci, M., Čavlek, N. (2007). Turizam i sport – razvojni aspekti. Zagreb. Školska knjiga.
5. Breslauer, N. (2012). Stanje i mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma u Međimurju. Sv. Martin na Muri. Zbornik radova 2. međunarodne konferencije o menadžmentu u turizmu i sportu.
6. Čavlek, N. i suradnici. (2011). Turizam - Ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb. Školska knjiga. str. 29-52.
7. Čorak, S. Mikačić, V. (2006). Hrvatski turizam: pravo – bijelo – zeleno. Zagreb. Institut za turizam.
8. Dolasci i noćenja u Istri po turističkim zajednicama. (2019). Turistička zajednica Istarske županije.
9. Dulčić, A. Petrić, L. (2001). Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb. Biblioteka Gospodarska misao. str.50.
10. Geić, S., (2011) Menadžment selektivnih oblika turizma. Split. Sveučilište u Splitu. str. 211-276.
11. Hrvatska enciklopedija. <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=52354>
12. Istarska županija. <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=263>. (Pristup: 18.05.2019.)
13. Marković, S. i Z. (1970). Ekonomika turizma. Zagreb. Školska knjiga. str.10.
14. Master plan Istarske županije 2015. – 2025. (2015). Poreč. Turistička zajednica Istarske županije.
15. Pirjavec, B., Kesar, O. (2002). Počela turizma. Zagreb. Mikrorad. str.75.
16. Poon, A. (1993). Tourism, technology and competitive strategies. CAB International.

-
17. Purić Hranjec, M. i suradnici. (2006). Međimurje – turistički vodič Međimurske županije. Čakovec. Zrinski d.d.
 18. Radović, R. (2019, 26. lipnja). Započeli radovi na rekonstrukciji atletske staze na stadionu SRC Mladost. Međimurske novine. <https://www.mnovine.hr/sport/atletika/zapoceli-radovi-na-rekonstrukciji-atletske-staze-na-stadionu-src-mladost>. (Pristup: 10.09.2019.)
 19. Razvojna strategija Međimurske županije do 2020. (2011). Međimurska Županija. https://medjimurska-zupanija.hr/dokumenti/Razvojna_strategija_MZ_do_2020/Nacrt%20Razvojne%20strategije%20Medjimurske%20zupanije%202020.pdf. (Pristup: 20.05.2019.)
 20. Regionalna razvojna agencija Međimurske županije REDEA d.o.o. http://medjimurska-zupanija.hr/wp-content/uploads/2014/12/Strateski_marketing_plan_turizma_MZ_do_2020.pdf. (Pristup: 20.05.2019.)
 21. Registar udruga Republike Hrvatske. (2016). Ministarstvo uprave Republike Hrvatske. <https://uprava.gov.hr/registar-udruga/826>. (Pristup: 20.05.2019.)
 22. Siljan, K. (2018). Sportski turizam Istre. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:397155>. (Pristup: 18.05.2019.)
 23. Službena stranica LifeClass Termi Sveti Martin. <https://www.termesvetimartin.com/hr/aktivnosti/izdvojena-dogadzanja/tour-of-croatia>. <https://www.termesvetimartin.com/hr/aktivnosti/rekreacija-i-zabava/biciklizam-adria-bike-hotel> 8. (Pristup: 20.05.2019.)
 24. Strateški marketing plan turizma Međimurske županije 2014.-2020. (2014). Institut za turizam. http://medjimurska-zupanija.hr/wp-content/uploads/2014/12/Strateski_marketing_plan_turizma_MZ_do_2020.pdf. (Pristup: 28.06.2019)
 25. TOMAS ljetno 2017. Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj. Institut za turizam. Zagreb.
 26. Turistički portal. <http://hrturizam.hr/glasno-razmisljanje-sportski-turizam-u-hrvatskoj-ima-slike-ali-nema-tona/>. (Pristup: 19.05.2019.)

-
27. Turizam u brojkama 2017. (2018). Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. https://www.htz.hr/sites/default/files/201808/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf. (Pristup: 18.05.2019.)
 28. Turizam u brojkama 2018. (2019). Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf. (Pristup: 20.05.2019.)
 29. Turizam u lipnju 2019. https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-01_06_2019.html. (Pristup: 10.09.2019.)
 30. UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>. (Pristup: 18.05.2019.)
 31. Visit Međimurje. http://www.visitmedimurje.com/atrakcije_aktivnosti-vise.asp?id=34&m=2&mm=09&kt=Sport%20i%20rekreacija#.XOahG8gzY2w. (Pristup: 19.05.2019.)
 32. Vukonić, B. Čavlek, N. (2001). Rječnik turizma. Zagreb. Masmedia. str. 365-391.
 33. Županijska razvojna strategija Istarske županije do 2020. godine. 2018. Pula. Istarska županija. str. 26-27. http://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/gospodarstvo/2018/180411_ZRS_IZ_2020.pdf. (Pristup: 10.09.2019.)
 34. Žvorc, D. (2018). Sportski turizam u Međimurju. Čakovec. Međimursko veleučilište u Čakovcu. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:110:482438>. (Pristup: 18.05.2019.)

POPIS GRAFIKONA I SLIKA

Popis grafikona

Grafikon 1.: Životna dob ispitanika	31
Grafikon 2.: Županija prebivališta ispitanika.....	32
Grafikon 3.: Bavljenje sportskom aktivnošću.....	33
Grafikon 4.: Najpopularnije sportske aktivnosti	33
Grafikon 5.: Intenzitet bavljenja sportskom aktivnošću.....	34
Grafikon 6.: Motivi bavljenja sportskom aktivnošću.....	35
Grafikon 7.: Sportska rekreacija kao motiv odlaska na odmor ispitanika.....	36
Grafikon 8.: Važnost sportske ponude u mjestu stanovanja za ispitanike.....	37
Grafikon 9.: Važnost sportske ponude u destinaciji u kojoj ispitanici provode odmor	38
Grafikon 10.: Stav ispitanika o utjecaju raznovrsne sportske ponude na sportsku aktivnost	39
Grafikon 11.: Stav ispitanika o sportsko-rekreacijskoj ponudi Međimurske županije	40
Grafikon 12.: Stav ispitanika o sportsko-rekreacijskoj ponudi Istarske županije	41

Popis slika

Slika 1: Položaj Međimurske županije	19
Slika 2: Položaj Istarske županije	25

Popis tablica

Tablica 1: Prikaz stupnja zadovoljstva elementima turističke ponude mjesta	17
Tablica 2: Prikaz deset gradova i općina s najvećim turističkim prometom u Republici Hrvatskoj 2018.....	27

Anketni upitnik o sportskoj rekreaciji i turističkoj ponudi

Poštovani/a,
pred Vama se nalazi anketni upitnik izrađen za potrebe završnog rada na preddiplomskom stručnom studiju Menadžment turizma i sporta u Čakovcu. Tema završnog rada je Turistička ponuda sportsko-rekreacijskog turizma Međimurske i Istarske županije. Ispunjavanje upitnika je anonimno, a prikupljeni podatci koriste se isključivo u svrhu izrade završnog rada. Predviđeno vrijeme ispunjavanja upitnika je 5 minuta.

Hvala unaprijed na Vašem vremenu!

*Obavezno

Bavite li se kojom sportskom aktivnošću? *

DA

NE

Ukoliko je Vaš prijašnji odgovor bio potvrđan, označite kojom sportskom aktivnošću se bavite?

- Trčanje
- Bicikliranje
- Pješaćenje
- Fitness
- Timski sport
- Individualan sport

Koliko često se bavite sportskom aktivnošću?

- Svaki dan
- Tri puta tjedno
- Jednom tjedno
- Ne bavim se uopće

Koji su Vaši motivi bavljenja sportskom aktivnošću?

- Postignuće/zadovoljstvo
- Zdravlje
- Životni stil
- Ljepota/izgled
- Mršavljenje
- Zarada (posao)
- Druženje

Odlazite li na odmor radi sportske rekreacije? *

- DA
- NE
- Ostalo...

Koliko Vam je bitna sportska ponuda u mjestu stanovanja? *

1 2 3 4 5

Uopće mi nije bitna Izrazito mi je bitna

Koliko Vam je bitna sportska ponuda u destinaciji u kojoj provodite odmor? *

1 2 3 4 5

Uopće mi nije bitna Izrazito mi je bitna

Smatrate li da bi raznovrsna sportska ponuda potaknula ljude na sportsku aktivnost? *

1 2 3 4 5

Ne bi uopće Uvelike bi potaknula

Ocjenom od 1 do 5 ocijenite sportsko-rekreacijsku ponudu Međimurske županije.

1 2 3 4 5

Ocjenom od 1 do 5 ocijenite sportsko-rekreacijsku ponudu Istarske županije.

1 2 3 4 5

Spol

- Muško
- Žensko

Starosna dob

- do 18 godina
- 18 - 24 godine
- 25 - 35 godina
- 35 - 50 godina
- 50 - 65 godina
- više od 65 godina

U kojoj županiji se nalazi mjesto Vašeg prebivališta?

- Bjelovarsko-bilogorska
- Brodsko-posavska
- Dubrovačko-neretvanska
- Istarska
- Karlovačka
- Koprivničko-križevačka
- Krapinsko-zagorska
- Ličko-senjska
- Međimurska
- Osječko-baranjska

- Požeško-slavonska
- Primorsko-goranska
- Sisačko-moslavačka
- Splitsko-dalmatinska
- Varaždinska
- Virovitičko-podravska
- Vukovarsko-srijemska
- Zadarska
- Zagrebačka
- Šibensko-kninska
- Grad Zagreb

