

ANALIZA ZIMSKOG SPORTSKOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Detelbach, Tihana

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:251852>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-23**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Tihana Detelbach

**ANALIZA ZIMSKOG SPORTSKOG TURIZMA U REPUBLICI
HRVATSKOJ**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2022.

Tihana Detelbach

**ANALIZA ZIMSKOG SPORTSKOG TURIZMA U REPUBLICI
HRVATSKOJ**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu
Poslovni odjel
Stručni studij ugostiteljstva

Mentor: dr. sc. Mateja Petračić, v.pred.

Karlovac, rujan 2022.

ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujem svojoj mentorici dr. sc. Mateja Petračić na danim uputama i savjetima prilikom izrade ovoga završnog rada koji su svojim znanstvenim i stručnim savjetima oblikovali ideju i pomogli mi u izradi ovoga završnog rada.

Posebno se želim zahvaliti svojoj obitelji na potpori i pomoći kako tijekom izrade ovog rada, tako i tijekom cijelog studija. Također zahvaljujem svojim kolegama i prijateljima na potpori i pomoći tijekom svih ovih godina studiranja.

Hvala Vam!

SAŽETAK

Kroz rad naglasak je stavljen na prikaz sportskog turizma s fokusom na zimski sportski turizam u Republici Hrvatskoj. Može se reći da promatranje ili pak sudjelovanje odnose na ključna obilježja sportskog turizma. U Republici Hrvatskoj je ova grana turizma dovoljno široka i razvijena, ali veći naglasak je stavljen na obalno područje, dok zimski sportski turizam nije razvijen u tolikoj mjeri. Stoga je predmet ovog rada prikazati zimski sportski turizam RH te putem anketnog upitnika istražiti stavove i mišljenja javnosti o važnosti, trenutnom razvoju te razvoj u budućnosti sportskog turizma RH s fokusom na zimski turizam, konkretno sport skijanja.

Ključne riječi: turizam, sportski turizam, zimski sportski turizam, Republika Hrvatska

SUMMARY

Throughout the final thesis, emphasis is placed on the presentation of sports tourism with a focus on winter sports tourism in the Republic of Croatia. It can be said that observation or participation refer to the key features of sports tourism. In the Republic of Croatia, this branch of tourism is sufficiently broad and developed, but greater emphasis is placed on the coastal area, while winter sports tourism is not developed to such an extent. Therefore, the subject of this paper is to present the winter sports tourism of the Republic of Croatia and, through a questionnaire, to investigate the views and opinions of the public on the importance, current development and future development of sports tourism in the Republic of Croatia with a focus on winter tourism, specifically the sport of skiing.

Key words: tourism, sports tourism, winter sports tourism, Republic of Croatia

SADRŽAJ

1. UVOD	2
1.1. Predmet i cilj rada	2
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	2
1.3. Sadržaj i struktura rada	2
2. SPORTSKI TURIZAM	3
2.1. Sportski turizam u Republici Hrvatskoj	4
2.1.1. Potencijali za razvoj sportskog turizma u RH	5
2.1.2. Budućnost sportskog turizma u RH	6
2.2. Zimski sportski turizam	7
3. ZIMSKI SPORTSKI TURIZAM U RH	8
3.1. Potencijali za razvoj zimskog sportskog turizma Hrvatske	8
3.1.1. Prirodno-geografski	8
3.1.2. Kretanje turističkog prometa	9
3.1.2. Smještajni kapaciteti	10
3.2. Najpoznatije destinacije za skijanje	12
3.2.1. Sljeme	12
3.2.2. Skijalište Platak	16
3.2.3. Tršće	17
3.2.4. Čelimbaša	19
3.3. Budućnost skijanja kao potencijal razvoja zimskog turizma	21
4. ANALIZA ISPITIVANJA MIŠLJENJA I STAVOVA O ZIMSKOM SPORTSKOM TURIZMU	23
4.1. Cilj i hipoteza analize	23
4.2. Metodologija analize	23
4.3. Rezultati analize	24
4.4. Rasprava	34
5. ZAKLJUČAK	36
LITERATURA	37
POPIS ILUSTRACIJA	39
PRILOZI	42

1. UVOD

Sportski turizam je više od samog održavanja velikih događaja. Nudi potencijal za nešto mnogo šire, uključujući prilike da zemlje, kao i gradovi izgrade identitet kao sportske destinacije, da stvore nove turističke poslove i postignu široko međunarodno priznanje. U posljednja dva desetljeća interes za sportskim turizmom osjetno je porastao.

Za Republiku Hrvatsku se može reći kako je sportski turizam široko dostupan i razvijen, ali ipak najviše je fokus stavljen na obalno područje, dok je manje na gorsko područje. No, kakav je zapravo zimski sportski turizam u Republici Hrvatskoj? Upravo stoga se fokus kroz rad stavlja na prikaz zimskog sportskog turizma u Republici Hrvatskoj.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet završnog rada je istražiti, analizirati i prikazati sportski turizma u Republici Hrvatskoj, odnosno potencijal njegova razvoja u budućnosti s fokusom na zimski turizam bazirajući se na sport skijanja.

Cilj završnog rada je kroz teorijski dio definirati pojam sportskog turizma kao i sadašnje stanje ovog oblika turizma U RH te putem SWOT analize prikazati potencijale za njegov razvoj u budućnosti. Također, kroz rad bi se opisao i zimski turizam, bazirajući se na sport skijanja s fokusom na najpoznatije turističke destinacije kao što su Sljeme, Skijalište Platak, Tršće i Čelimbaša koji predstavljaju atraktivne domaće destinacije za zimski sportski turizam. Kroz završni rad fokus je također stavljen na istraživački dio u kojem se putem anketnog upitnika istražuju mišljenja te stavovi javnosti Republike Hrvatske, o važnosti, trenutnom razvoju te razvoju u budućnosti sportskog turizma RH s fokusom na zimski turizam, konkretno sport skijanja.

Glavna hipoteza: H1: Sportski turizam doprinosi prilagodbi turističkim tržišnim izazovima.

H2: Hrvatska ima nedovoljno razvijen sportski turizma, no uz postojeće resurse ima potencijal za razvoj sportskog turizma

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Za izradu završnog rada korištena je stručna literature raznih autora te su korištene metoda komparacije i klasifikacije, analize i sinteze te metoda deskripcije. Istraživački dio rada proveden je pomoću anketnog upitnika.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad je strukturiran kroz šest temeljnih poglavlja. U prvom, odnosno uvodnom poglavlju fokus je stavljen na prikaz predmeta, cilja, metodologije te strukture samog rada, dok se u drugom poglavlju definira sportski turizam U trećem poglavlju fokus je stavljen na prikaz analize trenutnog stanja sportskog turizma u Hrvatskoj, dok se prikazuju i potencijalni njegova razvoja, kao i budućnost.

Kroz četvrto poglavlje prikazan je zimski sportski turizam RH s naglaskom na potencijale za razvoj i najpoznatije destinacije za skijanje i budućnost razvoja ove grane turizma. Kroz peto poglavlje prikazan je istraživački dio gdje su se pomoću anketnog upitnika ispitali stavovi i mišljenja javnosti Republike Hrvatske o važnosti, trenutnom razvoju te razvoj u budućnosti sportskog turizma RH s fokusom na zimski turizam, konkretno sport skijanja.

Na samom kraju rada izveden je zaključak, naveden je popis korištene literature, popis ilustracija te priloga, odnosno anketnog upitnika koji je korišten u radu.

2. SPORTSKI TURIZAM

Sport je postao sve češća praksa u društvu, a u isto vrijeme postaje i uobičajena alternativa slobodnog vremena za širi društveni sloj. Uz turizam, to je jedna od najpopularnijih vrsta slobodnog vremena u suvremenom svijetu. Sjecište dviju sfera, tjelesnih i sportskih aktivnosti povezanih s turizmom, sada postaje element od značajne važnosti povezan s specifičnim lokalnim razvojnim projektima, a posebno u unutarnjim regijama i teritorijima gdje njegova kombinacija s kulturnim turizmom i/ili prirodnim okolišem, na primjer, može dati vrlo zanimljive rezultate.¹

Svjetska popularnost sportskog turizma potaknula je destinacije i turističke tvrtke da formuliraju i komercijaliziraju više proizvoda i usluga povezanih s ovom turističkom nišom. Izazov za praktičare i sve zainteresirane za sportski turizam leži u uspostavljanju saveza i partnerstava između javnog i privatnog sektora kako bi se razumjela i ispunila očekivanja i potrebe turista i lokalnog stanovništva.²

Definicija sportskog turizma bila je tema kroz kratku povijest ovog područja, i još uvijek može izazvati rasprave među akademikima i stručnjacima. Prva akademska publikacija o sportskom turizmu pojavila se 1966. godine zahvaljujući Britanskom središnjem vijeću za fizičku rekreaciju. Godine 1970. Williams i Zelinsky proučavali su generacijski potencijal mega-sportskih događaja.³

Tijekom osamdesetih, akademici su se fokusirali na ekonomske koristi od ovakve vrste sportskih događaja. Od devedesetih, polje je raslo i diverzificiralo svoj interes. Sportski turizam prvenstveno se smatrao povezanim samo s putovanjima u svrhu svjedočenja sportskim događajima. Između 1990. i 1991. istaknulo je se da su gledatelji samo jedna vrsta sportskog turista. Sportski sudionici i posjetitelji sportskih atrakcija (tj. poznatih stadiona i dvorana slavni) također su akteri sportskog turizma. Hall je podijelio sportski turizam u dvije velike vrste ponašanja:

¹Bartoluci, M. i sur.: Turizam i sport-razvojni aspekti, Školska knjiga, Zagreb, 2007., str. 16.

²Bartoluci i sur., str. 16.

³Gozalova, M., Shchikanov, A., Vernigor, A.: «Sports Tourism», Polish Journal of Sport and Tourism, Vol 21. No. 22., 2014., str. 85.

1. putovanje radi promatranja sporta, i
2. putuju radi sudjelovanja u sportu.⁴

Industrija sportskog turizma znatno je porasla posljednjih godina. U 2016. godini industrija sportskog turizma vrijedila je 1,41 bilijun dolara, a tijekom 2021. godine ta brojka je porasla na 5,72 bilijuna dolara.⁵ To je nevjerojatan rast od 41% u samo četiri godine. Industrija sportskog turizma čini značajan dio ukupne turističke industrije.

Može se reći da sport i turizam imaju povezanost. Naime, turizam, kao i sport predstavljaju moćne snage razvoja, potičući ulaganja u razne projekte, kao npr. zračne luke, stadioni, ceste i restoranski projekti u kojima može uživati lokalno stanovništvo, ali i turisti koji dolaze. To pokazuje da sportski turizam ima širi ekonomski i društveni utjecaj od same sportske prilike. Pruža društvene i ekonomske mogućnosti za lokalno stanovništvo, kao i posjetitelje ovog područja.⁶

2.1. Sportski turizam u Republici Hrvatskoj

Sportski turizam na području Republike Hrvatske (u daljnjem tekstu RH) je široko dostupan i razvijen, ali ipak najviše je fokus stavljen na obalno područje kada se govori o ovoj vrsti turizma. Prvenstveno se ističe obalno područje zbog raznolikih mogućnosti provedbe i razvoja ove vrste turizma. Da je ovo najbolje područje za razvoj sportskog turizma govori i činjenica kako najveći broj turista upravo dolazi na obalno područje, posebice u ljetnoj sezoni.

Sport, relaksacija na moru, relaksacija, fitnes te rekreacija predstavljaju glavne motive za dolazak stranih i domaćih turista. Odlični uvjeti za skijanje na vodi, plivačke aktivnosti, ronjenje, jedrenje na dasci, nautiku, vaterpolo predstavljaju ključne čimbenike sportskog turizma na obalnom području RH. Grebeni, olupine brodova te špilje predstavljaju najatraktivnije lokacije za ronjenje u RH.

⁴Hall, C.: Hallmark tourist events, Belhaven Press, London, 1992., str. 25.

⁵Sports Tourism, dostupno na: <https://www.unwto.org/sport-tourism>, (10.06.2022.) Karlovac

⁶Bartoluci, M.: Ekonomika i menadžment sporta, Informator, Zagreb, 2003., str. 42.

Katedrala (Mali Lošinj), Mali Ćutin (Kampor), VodnjakKampanel (Hvar), Kampanel (Sali), Vrulja (Brela) i slično se ističu kao najbolje lokacije za ronjenje. Kada su u pitanju letačke aktivnosti, one su najistaknutije na području Hvara, Zadra te Lošinja. Bogatstvo prirodnih resursa te povoljna klima na obalnom području RH predstavlja dva ključna čimbenika zbog kojih je ovo mjesto pogodno za razvoj sportskog turizma. Uz navedene, još neki oblici sportskog turizma koji se ističu u u RH su jahanje, biciklizam, lov, golf, tenis i slično.⁷

U nastavku se prikazuje SWOT analiza da bi se utvrdile snage, slabosti, prilike te prijetnje ovog oblika turizma u RH, nakon čega RH može iskoristiti navedene snage i prilike za bolji razvoj ove vrste turizma, kao i također utjecati na smanjenje prijetnji i slabosti.

2.1.1. Potencijali za razvoj sportskog turizma u RH

U nastavku se prikazuje SWOT analiza sportskog turizma Republike Hrvatske, koja je napravljena na temelju članka „Sportski turizam kao komponenta razvoja održivog poduzetništva“. Općenito, kroz SWOT analizu će se otkriti te ispitati snage, slabosti, prilike te prijetnje sportskog turizma na području Republike Hrvatske. Kroz tablicu 1. prikazana je SWOT analiza sportskog turizma u RH.

Tablica 1. SWOT analiza sportskog turizma u RH

SNAGE	SLABOSTI
<ol style="list-style-type: none"> 1. odličan zemljopisni položaj 2. iznimna zračna, prometna i kopnena povezanost 3. konkurentne cijene 4. atraktivne destinacije 5. raznovrsni sportski događaji 6. ljetne sezone na obali 	<ol style="list-style-type: none"> 1. nacionalni marketing koji nije razvijen u dovoljnoj mjeri 2. nedostatak radno sposobnih ljudi 3. uvjeti investiranja koji nisu pogodni za razvoj sportskog turizma.

⁷Geić S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 51.

PRILIKE	PRIJETNJE
<ol style="list-style-type: none"> 1. rast potražnje za sportskim turizmom 2. umrežavanje dionika i razvoj partnerstava 3. stvaranje novih proizvoda 4. međunarodna prepoznatljivost destinacija u RS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. jeftinija ponuda u susjednim državama 2. pad kupovne moći stanovništva 3. odlazak mladih iz država 4. nedostatak radne snage 5. visok porez na dodatnu vrijednost

Izvor: Vlastita izrada autorice prema: Petrović, M., Knezović, D., Todorović, M.: «Sportski turizam kao komponenta razvoja održivog poduzetništva», *Obrazovanje za poduzetništvo: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, Vol. 7 No. 1, 2017., str. 54.

Prikazom SWOT analize može se zaključiti kako je sportski turizam u RH dobro razvijem ali također postoje mnoge prijetnje i slabosti koje ga okružuju. Stoga bi se više pozornosti trebali posvetiti upravo tome da se minimiziraju potencijalne prijetnje i isprave slabosti kako bi se sportski turizam mogao razvijati u još boljom mjeri, posebice jer RH posjeduje mnoge potencijale da ovu vrstu turizma razvije na bolji nivo. Nakon općenitog prikaza sportskog turizma, u nastavku se naglasak stavlja na prikaz zimskog turizma s osvrtom na RH.

2.1.2. Budućnost sportskog turizma u RH

Svojim bogatim resursima i povoljnim zemljopisnim položajem Hrvatska ima jedinstvenu komparativnu prednost u razvoju različitih oblika sportskog turizma. Kako bi opstala i dalje rasla, mora se prilagoditi trendovima suvremene turističke potražnje, posebice zapadnoeuropskih zemalja, koje su glavna izvozna tržišta hrvatskog turizma. Sportski turizam svojim karakteristikama doprinosi ostvarenju ciljeva

zacrtnih u strategiji i master planu razvoja hrvatskog turizma, a to su „više od sunca i mora“ i „turizam cijele regije“.⁸

Kako bi se resursi koristili optimalno, država mora vrlo dobro poznavati svoju ponudu, ali također mora biti sposobna identificirati karakteristike buduće potražnje. Mora se na najbolji mogući način prilagoditi zahtjevima i novim izazovima. Hrvatska ima brojne komparativne prednosti u razvoju sportskog turizma, stoga je potrebno iskoristiti sport i slobodno vrijeme za jačanje postojeće turističke ponude, a bogati sportski i rekreacijski sadržaji jedan su od glavnih motiva za putovanja turista. Također se mora pozornost posvetiti obnovi postojeće infrastrukture za daljnji opstanak te je potrebno usmjeriti napore dionika prema suradnji i koordinaciji.⁹

Prethodno je definiran pojam sportskog turizma te prikazana njegova analiza na području RH. Kao jedan od važnijih oblika sportskog turizma na području RH je zimski sportski turizam nakon ljetnog. Stoga, u nastavku rada se fokus stavlja upravo na prikaz zimskog sportskog turizma i potencijala za njegov razvoj.

2.2. Zimski sportski turizam

Sport je najvažnije obilježje zimsko sportskog turizma da bi turisti putovali te također boravili u raznim zimskim posjetiteljskim centrima. Velika većina turista u ove centre upravo dolazi zbog toga što se mogu baviti raznim zimskim sportovima, ali ponajviše skijanjem. Zimski sportski turizam se razvija i može razvijati u visinskim, tj. planinskim područjima. Sportski objekti te sadržaji koje ovi centri nude su od velike važnosti za turiste. Stoga, oni moraju imati kvalitetne staze, objekte i slično. Posljednjih godina došlo je do naglog porasta ove vrste turizma, kao i tendencije broja ljubitelja zimskog turizma i skijaša. Stoga, ovo su neki od razloga zbog čega bi Republika Hrvatska trebala pozornost posvetiti razvoju zimskih sportskih centara. No, više o ovoj vrsti turizma na području Hrvatske se govori u nastavku.

⁸Čavlek, N. i sur.: Turizam-ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 63.

⁹Geić S., op. cit., str. 58.

3. ZIMSKI SPORTSKI TURIZAM U RH

„Zimski sportski turizam predstavlja aktivnosti koje se prvenstveno provode u planinskim zimskim centrima, ali i na moru te u ruralnom prostoru. Znači, uglavnom uključuje turiste kojima su zimske aktivnosti jedan od primarnih motiva dolaska u našu zemlju. Najrašireniji oblik sportskog turizma je ljetni sportski turizam.“¹⁰

U odnosu na primorski turizam u RH, zimski sportski turizam je znano manje razvije, ali ipak Hrvatska zaista ima mnogo atraktivnih domaćih destinacija kao što su Sljeme, Tršće, Čelimbaša, Skijalište Platak i slično koje mogu doprinose razvoju zimskog sportskog turizma, stoga će u nastavku fokus staviti na prikaz ovih destinacija.

3.1. Potencijali za razvoj zimskog sportskog turizma Hrvatske

Razvoj zimskog sportskog turizma u HR je osjetljiv i složen proces koji je znatno zahtjevniji od primorskog turizma. U odnosu na primorski, razvoj zimskog sportskog turizma u RH predstavlja složeniji i zahtjevniji proces, posebice iz razloga što znatno veći broj turista dolazi u RH tijekom ljetne sezone i mora što rezultira ujedno i boljim razvojem primorskog turizma.

3.1.1. Prirodno-geografski

Može se reći kako je temelj proučavanja turizma upravo geografija jer je turizam upravo geografske prirode. Bitnu pozadinu čini fizička geografija s obzirom da na osnovu nje kreiraju turistička mjesta, dok glavna pitanja koja je potrebno uzeti u obzir se odnose na okolišne utjecaje kako bi se uspješno moglo upravljati razvojem turističkog mjesta. Najvažnija komparativna prednost zimsko sportskog turizma RH se očituje kroz njezin povoljno geografski položaj.¹¹ Naime, Gorski kotar je najznačajniji dio RH na kojem se razvija i još uvijek se može razviti u većoj mjeri zimski turizam.

¹⁰Marinović, D.: Sportski turizam, Završni rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2020., str. 19.

¹¹Kozlica, N., Radunović, S.: Plan razvoja Gorskog kotara 2021.-2021. analiza stanja, dostupno na: <https://prigoda.hr/wp-content/uploads/2021/11/ANALIZA-STANJA-GK.pdf> (13.09.2022.) Karlovac

Nalazi se u Primorsko-goranskoj županiji i predstavlja područje kroz koje se prolazi putujući između Rijeke i glavnog grada Zagreba, što također ide u prilog s obzirom da Zagreb svake godine posjeti velik broj turista što može utjecati i na povećanje broja posjetitelja Gorskog kotara, posebice onih zainteresiranih za zimski turizam.¹² S obzirom da Gorski kotar predstavlja najznačajnije područje za razvoj zimsko sportskog turizma, u nastavku se prikazuje turistička infrastruktura, odnosno broj dolazaka i noćenja turista te smještajni kapaciteti.

3.1.2. Kretanje turističkog prometa

U nastavku se prikazuje kretanje turističkog prometa na području Gorskog kotara u razdoblju od 2017.-2020. godine kako bi se dobio uvid u dolaske i noćenje turista te postiže li se napredak iz godine u godini. Kroz tablicu 2. prikazuju se dolasci turista za razdoblje od 2017. do 2020. godine.

Tablica 2. Prikaz dolazaka turista u Gorski Kotar za razdoblje od 2017. do 2020. godine.

	2017	2018	stopa promjene 2018 / 2017	2019	stopa promjene 2019 / 2018	stopa promjene 2019 / 2017	2020	stopa promjene 2020 / 2019
GK	36777	39564	7,6%	40746	3,0%	10,8%	24851	-39,0%
PGŽ	278917 9	290991 4	4,3%	2966489	1,9%	6,4%	1323560	-55,4%
Udio GK u PGŽ	1,32%	1,36%		1,37%			1,88%	

Izvor: Plan razvoja Gorskog kotara 2021.-2021. analiza stanja, <https://prigoda.hr/wp-content/uploads/2021/11/ANALIZA-STANJA-GK.pdf>, (13.09.2022.)

Za vrijeme prije pandemije COVID-19, odnosno u razdoblju 2017.-2019. rast dolazaka turista je bio 10.8%, dok je taj postotak u Primorsko-goranskoj županiji iznosio 6.4%. U ukupnim županijskim turističkim dolascima u Gorski kotar postotak je porastao na 1.37% dok je prije bio 1.32%. Tijekom pandemije, odnosno u 2020.

¹²Kozlica, Radunović, str. 21.

zabilježen je pad dolazaka u Gorskom kotaru kada je iznosio 39%, što je bilo naravno i za očekivati s obzirom da su putovanja bila zabranjena radi lockdown-a.¹³ U tablici 3. prikazan je postotak noćenja turista u Gorskom kotaru od 2017. do 2020. godine.

Tablica 3. Prikaz noćenja turista u Gorskom kotaru od 2017. do 2020. godine

	2017	2018	stopa promjene 2018 / 2017	2019	stopa promjene 2019 / 2018	stopa promjene 2019 / 2017	2020	stopa promjene 2020 / 2019
GK	84930	99134	16,70%	98964	-0,20%	16,50%	66268	-33,00%
PGŽ	14897443	15284346	2,60%	15314671	0,20%	2,80%	7824289	-48,90%
Udio GK u PGŽ	0,57%	0,65%		0,65%			0,84%	

Izvor: Plan razvoja Gorskog kotara 2021.-2021. analiza stanja, <https://prigoda.hr/wp-content/uploads/2021/11/ANALIZA-STANJA-GK.pdf>, (13.09.2022.)

Sa slike 2. vidljivo je kako je postotak noćenja u Gorskom kotaru iznosio 16.5%, dok je na području Primorsko-goranske županije bio 2.8%. Tijekom 2020. godine za vrijeme pandemije zabilježen je pad noćenja turista i iznosio je 33%.¹⁴

3.1.2. Smještajni kapaciteti

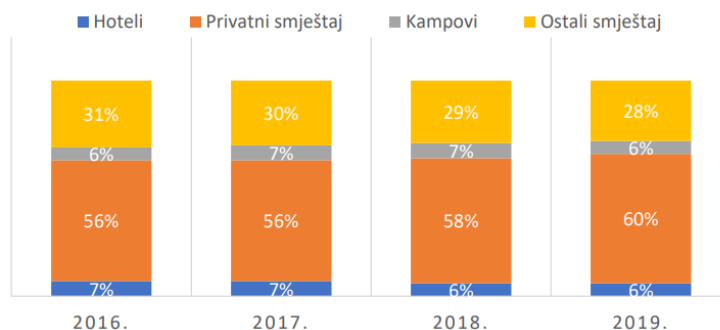
Smještajni kapaciteti su možda i jedan od najvažnijih prediktora razvijenosti turizma. Tijekom 2019. godine u Gorskom kotaru je zabilježeno postojanje ukupno 844 smještajne jedinice.¹⁵ Grafikon 1. prikazuje smještajnu strukturu u razdoblju od 2016. do 2019. godine.

¹³Kozlica, Radunović, op.cit. str. 22.

¹⁴Kozlica, Radunović, op.cit. str. 22.

¹⁵Kozlica, Radunović, op.cit. str. 23.

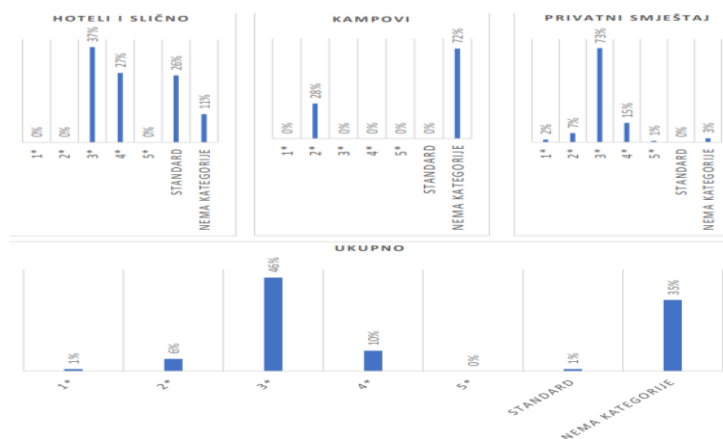
Grafikon 1. Prikaz smještajne strukture za razdoblje od 2016. do 2019. godine.



Izvor: Plan razvoja Gorskog kotara 2021.-2021. analiza stanja, <https://prigoda.hr/wp-content/uploads/2021/11/ANALIZA-STANJA-GK.pdf>, (13.09.2022.)

Iz slike 3. vidljivo je da je u Gorskom kotaru tijekom 2019. godine 60% smještajnih kapaciteta pripadalo privatnom smještaju, 6% kampovima, 6% hotelima i 28% ostalim smještajnim kapacitetima.¹⁶ Grafikon 2. prikazuje kategorizaciju prema vrstama smještaja za 2019. godinu

Grafikon 2. Kategorizacija smještajnih jedinica



Izvor: Plan razvoja Gorskog kotara 2021.-2021. analiza stanja, <https://prigoda.hr/wp-content/uploads/2021/11/ANALIZA-STANJA-GK.pdf>, (13.09.2022.)

¹⁶Kozlica, Radunović, op.cit. str. 24.

Sa slike 4. vidljivo je kako je 46% smještanih kapaciteta pripadalo srednjoj kategoriji, odnosno s 3*, dok čak 35% smještaja nema kategorizaciju. Samo 10% kapaciteta ima 4*, dok nema nijedna smještajna jedinica s 5*.¹⁷

Nema sumnje kako RH ima zaista mnoge potencijale za razvoj zimsko sportskog turizma, posebice na području Gorskog kotara. Vidljivo je kako se broj turista povećava iz godine u godinu, no ipak trebaju pozornost posvetiti realizaciji boljih smještajnih kapaciteta, kako bi se turizam mogao razvijati u još boljoj mjeri.

Također, još jedna od stavki koja pomaže u razvoju zimsko sportskog turizma je skijanje. Hrvatska posjeduje mnogobrojna skijališta koja mogu pomoći u razvoju ove vrste turizma. Stoga će se u nastavku fokus staviti upravo na prikaz skijanja, kao i najpoznatijih destinacija.

3.2. Najpoznatije destinacije za skijanje

Može se reći kako skijanje predstavlja zasigurno ključni čimbenik zimskog turizma u Republici Hrvatskoj, posebice zbog mnogih skijališta koje ona posjeduje. Stoga se u nastavku prikazuju četiri najznačajnija skijališta, a to su Sljeme, Tršće, Čelimbaša, Skijalište Platak kao neke od najpoznatijih destinacija za skijanje u RH.

3.2.1. Sljeme

Sljeme se nalazi na planini Medvedici te predstavlja njezin vrh. Točnije, smješten je iznad Zagreba i bilježi nadmorsku visinu od 1.033 metra. Ova destinacija je zasigurno najpoznatija u Hrvatskoj kada se govori o zimskom sportskom turizmu, posebice za sport skijanje. Skijalište Sljeme nalazi se u podnožju planine Medvednice. Svake skijaške sezone na sljemenskim se skijaškim stazama održavaju razna natjecanja u skijanju, od kojih je zasigurno najpoznatije FIS Svjetskog skijaškog

¹⁷Kozlica, Radunović, op.cit. str. 25.

kupa poznato kao Trofej Snježne kraljice koje se pobjednici okrunjuju kao Snježni kralj i kraljica.¹⁸

Najduža staza se zove Crveni spust i upravo se ona koristi za FIS Svjetskog skijaškog kupa. Uz nju, na Sljemenu postoje i četiri srednje staze koje se nazivaju Bijeli, Zeleni i Plavi spust te Bijela Livada. Postoje dvije žičare T-bar (na Bijeloj i Zelenoj stazi) i tri-sedežnica (na Crvenom spustu), koji imaju ukupni kapacitet okvirno za 3.330 skijaša. Crveni spust, Bijela livada, Zelena spust i dijelovi Plave spust posjeduju objekte za zasnježavanje. Također, omogućeno je i skijanje noću na stazama Crveni spust i Bijela livada jer imaju prikladan sustav rasvjete.¹⁹ Kroz tablicu 4. prikazuju se navedene staze i njihove karakteristike.

Tablica 4. Obilježja skijaških staza Sljemena

Naziv staze	Duljina	Težina
Bijela livada	390 m	Lagano
Bijeli spust	1.110 m	Lagano
Zeleni spust	480 m	Srednje teško
Plavi spust	1.090 m	Srednje teško
Crveni spust	975 m	Teška
Ukupna duljina: 4.045 m		

Izvor: <https://www.sljeme.hr/skijaliste/informacije-o-skijaskim-stazama-i-zicarama/56>,

(11.06.2022.) Karlovac

¹⁸Sljeme.hr: Informacije o skijaškim stazama i žičarama, dostupno na: <https://www.sljeme.hr/skijaliste/informacije-o-skijaskim-stazama-i-zicarama/56>, (11.06.2022.) Karlovac

¹⁹Sljeme.hr: Informacije o skijaškim stazama i žičarama, dostupno na: <https://www.sljeme.hr/skijaliste/informacije-o-skijaskim-stazama-i-zicarama/56>, (11.06.2022.) Karlovac

Imena staza mogu zbuniti mnoge posjetitelje. Točnije, boje nemaju pretjeranu povezanost sa samom težinom staze. Kada bi se one gradirale prema FIS oznakama, to bi izgledalo ovako:

1. „Bijela livada = staza plave kategorizacije
2. Bijeli spust = staza plave kategorizacije
3. Plavi spust = staza plave kategorizacije
4. Zeleni spust = staza crvene kategorizacije
5. Crveni spust = staza crvene kategorizacije“²⁰

Slika 1. Prikaz svih skijaških staza na Sljemenu



Izvor: Skijanje.hr, <https://www.skijanje.hr/skijalista/hrvatska/clanak/sljeme?id=12375>,
(12.06.2022.)

Zanimljiva je činjenica da je Zagreb 2004. godine prije prve Snježne kraljice koja se održava na Sljemenu posjetilo 337.394 posjetitelja, dok je 2015. ta brojka

²⁰Sljeme, dostupno na: <https://www.skijanje.hr/skijalista/hrvatska/clanak/sljeme?id=12375>,
(12.06.2022.) Karlovac

narasla na 859.140, što je značajan porast od 2,5 puta.²¹ U tablici 5. prikazuje se ukupno kretanje turista za 2020. i 2021. godinu.

Tablica 5. Dolasci i noćenja turista za 2020. i 2021. godinu

	D o l a s c i			XI. 2021.	N o ć e n j a			XI. 2021.	
	XI. 2020.	XI. 2021.	indeksi <u>XI. 2021.</u> XI. 2020.	struktura dolazaka, %	XI. 2020.	XI. 2021.	indeksi <u>XI. 2021.</u> XI. 2020.	struktura noćenja, %	prosječan broj noćenja po dolasku
UKUPNO	18 506	54 051	292,1	100,0	55 489	128 002	230,7	100,0	2,4
Domaći turisti	8 737	17 703	202,6	32,8	20 234	35 526	175,6	27,8	2,0
Strani turisti	9 769	36 348	372,1	67,2	35 255	92 476	262,3	72,2	2,5

Izvor: Izvor: Turizam u gradu Zagrebu u studenome 2021.,
<https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/statistika/2021/turizam%202021/Turizam%20XI.%202021.web.pdf>, (14.09.2022.)

Iz tablice 5. vidljivo je kako je za 2021. godinu ostvareno znatno više dolazaka i noćenja, tj. 192.1% više dolazaka i 130.7% više noćenja u odnosu na 2020. godinu²², ali to je bilo i za očekivati s obzirom da je 2020. godine vladala pandemije što je rezultiralo i zabranom putovanja.

Nema sumnje kako je Sljeme zasigurno jedna od najpoznatijih destinacija za zimski sportski turizam, posebice sport skijanja kako za posjetitelje posljednjih godina. Stoga, ako se nastave ulagati resursi u još bolji razvoj Sljemene kao destinacije zimsko sportskog turizma, može se privući još veli broj posjetitelja i naravno razviti ovaj oblik turizma u još većoj mjeri.

²¹Lider: Snježna kraljica: U skijaškoj eri broj stranih turista porastao 2,5 puta, dostupno na: <https://lidermedia.hr/aktualno/snezna-kraljica-u-skijaskoj-eri-broj-stranih-turista-porastao-2-5-puta-126107> (14.09.2022.) Karlovac

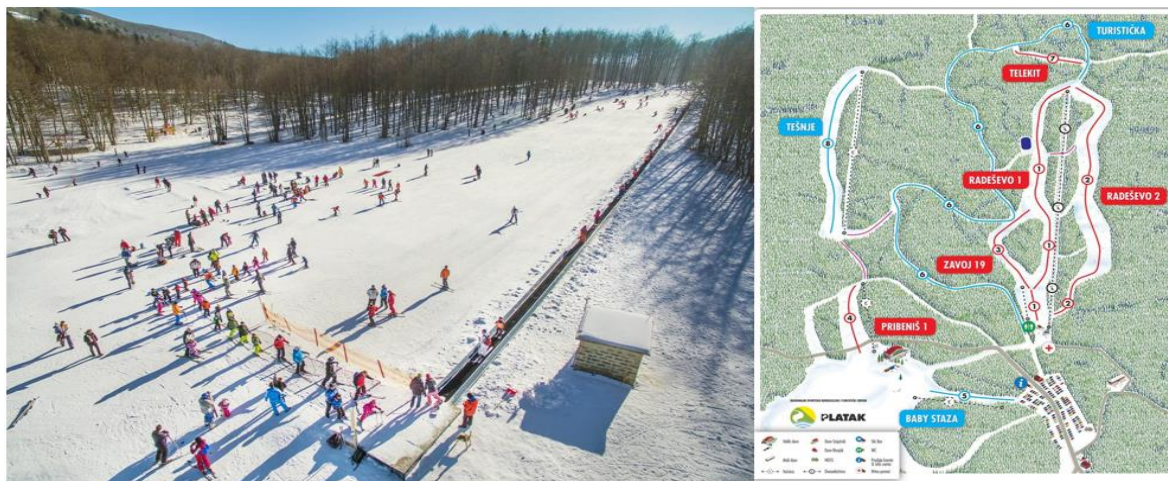
²²Grad Zagreb: Turizam u gradu Zagrebu u studenom 2021., dostupno na: <https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/statistika/2021/turizam%202021/Turizam%20XI.%202021.web.pdf> (14.09.2022.) Karlovac

3.2.2. Skijalište Platak

Platak je malo, obiteljsko skijalište koje se nalazi u blizini Rijeke i posjeduje razne mogućnosti za rekreaciju, kako zimi tako i ljeti. Ovo je jedino skijalište u RH na kojem se iz žičare može vidjeti more. Skijalište Platak je postalo iznimno popularno sredinom prošlog stoljeća kada je i izgrađeno.²³

Tijekom 1980-ih sezona bi trajala cijelu godinu, no dvadesetih godina prošlog stoljeća sezone su malo posustale. Tomu je najviše doprinijela zastarjela oprema, kao i nedovoljno ulaganje u infrastrukturu. No, na svu sreću posljednjih godina se mijenjaju stvari jer je Primorsko-goranska županija preuzela skijalište i uložila resurse kako bi se obnovile žičare, staze te se asfaltiralo parkiralište što vodi ka razvoju Platka kao cjelogodišnje destinacije. Ovo skijalište posjeduje staze u dužini 10 km. Ugostiteljska ponuda Platka uključuje dva planinarska doma, odnosno jedan manji koji se zove Šušak poznat kao i Mali dok, dok je veći nazvan Platak, odnosno Veliki dom. Također na Platku se nalaze i dva caffè bara.²⁴

Slika 2. Prikaz Platka i ski staza



Izvor: Skijanje.hr, <https://www.skijanje.hr/skijalista/hrvatska/clanak/platak?id=12498>,
(12.06.2022.)

²³Platak, dostupno na: <https://platak.hr/>, (12.06.2022.) Karlovac

²⁴Platak, dostupno na: <https://platak.hr/>, (12.06.2022.) Karlovac.

Kroz tablicu 6. prikazuje ukupno kretanje turističkog prometa na skijalištu Platak od 2016. do 2021. godine.

Tablica 6. Broj dolazaka i noćenja turista za razdoblje 2016.-2021.

Godina	Ukupni dolasci	Domaći-dolasci	Strani-dolasci	Ukupna noćenja	Domaći-noćenja	Strani-noćenja	Prosječan boravak
2016.	407	170	237	646	316	330	1,59
2017.	1320	317	1003	3205	1293	1912	2,43
2018.	1595	318	1277	4658	1258	3400	2,92
2019.	2342	509	1833	8124	1643	6481	3,47
2020.	2122	559	1563	7521	1064	6457	3,33
2021.	3163	1207	1956	11 896	6529	5367	3,76

Izvor: Elaborat zaštite okoliša, <https://www2.pgz.hr/doc/graditeljstvo/okolis/2017/02-Elaborat-zicara-Platak.pdf>, (15.09.2022.)

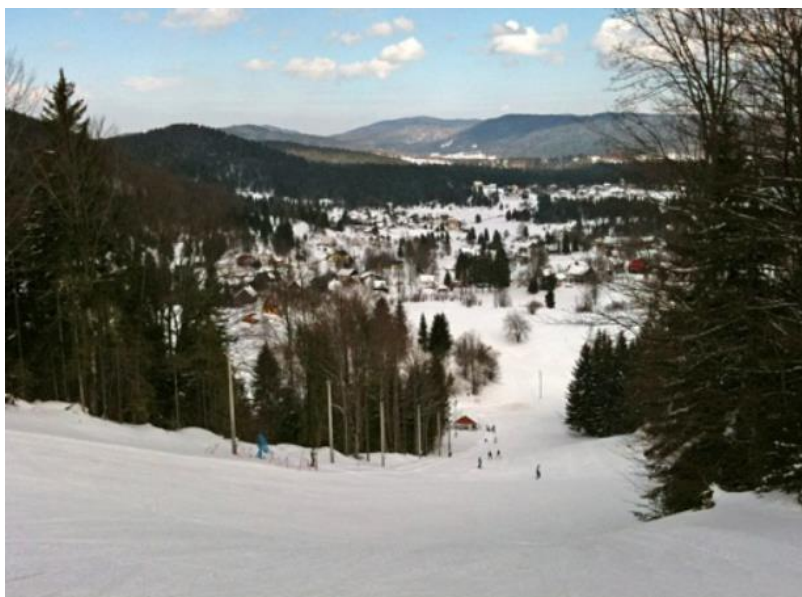
Iz tablice je vidljivo kako iz godine u godinu dolazi do povećanja dolazaka i noćenja, kako stranih tako i domaćih turista. Ovo je još jedan od pokazatelja da razvoj zimsko sportskog turizma skijališta Čavle ide u dobrom pravcu. Stoga, potrebno je samo nastaviti ulagati u još što veći razvoj ove vrste turizma.

3.2.3. Tršće

Tršće je malo naselje koje se nalazi u Gorskom kotaru te pripada administrativno Čabru. Nadmorska visina ovog mjesta je 824 m. Kada se govori o zimsko sportskom turizmu, u ovom mjestu se ističe skijalište Rudnik koje je je jedno od manjih skijališta u RH. Unatoč činjenici što je manje poznato skijalište, ono ima dobre predispozicije za bolji razvoj. Skijaška staza je duga oko 800 m te se je jedna

od strmijih što bi za početnike mogao biti izazov. Staza se redovno održava i uređuje te je dovoljno široka za skijanje. S obzirom na klimatske uvjete, mjesto je podložno snježnim padalinama, stoga je podloga staze isključivo od prirodnog snijega. Na dnu staze se nalazi žičara koja vodi nazad na vrh staze gdje ujedno postoji i ugostiteljski objekt.²⁵

Slika 3. Ski staza na Tršću



Izvor: Skijanje.hr,

http://www.skijanje.hr/slike/slike_3/r1/g2011/m07/y44271198334742039.jpg,

(13.06.2022.)

Unatoč tomu što je Rudnik mali ski centar koji je veličinom sličan ostalim centrima u Gorskom kotaru, ono što ističe ovo skijalište je svakako strma i dobro uređena ski staza što je u Hrvatskoj izuzetak, odnosno vrlo se rijeko sreće. Također, ovaj ski centar ima odlične uvjete za ulaganja u budućnosti te širenje kapaciteta. Kada je u pitanju umjetno zasnježavanje potrebno je spomenuti kako za njim nema potrebe s obzirom da postoje odlični prirodni uvjeti. Također je u budućnosti predviđena i gradnja manjeg hotela te postoji mogućnost postavljanja dodatnih žičara

²⁵Rudnik - Tršće, dostupno na: <https://www.skijanje.hr/skijalista/hrvatska/clanak/rudnik---trsce?id=12493>, (14.06.2022.) Karlovac

i proširenja staze. Uz to se planira i probiti pristupna cesta koja bi vodila do skijališta i skratila vrijeme putovanja svim posjetiteljima.²⁶

U tablici 7.. prikazan je ukupan broj dolazaka i noćenja posjetitelja u razdoblju od 2019. do 2021. godine.

Tablica 7. Broj dolazaka i noćenja turista za razdoblje 2019.-2021.

Godina	Ukupno dolasci	Ukupno noćenja
2019.	2958	3179
2020.	1756	2157
2021.	4358	6894

Izvor: Plan razvoja Gorskog kotara 2021.-2027. analiza stanja, <https://prigoda.hr/wp-content/uploads/2021/11/ANALIZA-STANJA-GK.pdf>, (13.09.2022.)

Iz tablice je vidljivo kako je iz godine u godinu zabilježen povećan broj dolazaka i noćenja posjetitelja, osim za 2020. godinu, kao što je slučaj i s prethodnim skijalištima i razlog je već poznat, a to je pandemija COVID-19.²⁷

3.2.4. Čelimbaša

Najveće gorsko skijalište je upravo Čelimbaša koja se nalazi u mjestu Mrkopalj. Ovo skijalište se smatra možda i najvećim potencijalom na području Gorskog kotara zbog svoje odlične prometne signalizacije koja omogućava jednostavan put do samog skijališta te također posjeduje solidne smještajne kapacitete za turiste.²⁸

²⁶Rudnik - Tršće, dostupno na: <https://www.skijanje.hr/skijalista/hrvatska/clanak/rudnik---trsce?id=12493>, (14.06.2022.) Karlovac

²⁷Kozlica, N., Radunović, S.: Plan razvoja Gorskog kotara 2021.-2021. analiza stanja, dostupno na: <https://prigoda.hr/wp-content/uploads/2021/11/ANALIZA-STANJA-GK.pdf> (15.09.2022.) Karlovac

²⁸Čelimbaša - Mrkopalj, dostupno na: <https://www.skijanje.hr/skijalista/hrvatska/clanak/celimbasa---mrkopalj?id=12999>, (14.06.2022.) Karlovac

Na skijalištu postoje tri staze. Najduža staza je 1.350 m i zove se crvena, druga najduža je također crvena s duljine 1.000m, dok je posljednja staza duga 500 m i zove se crna. No, nisu uvijek sve tri staze u funkciji. Najduža staza ima tri prijelomnice. Ostale svije staze su kraće, ali također imaju i veći nagib što predstavlja ozbiljan izazov za skijaše. Svakodnevno se uređuju staze te se na samom dnu nalazi žičara dužine 250 m.²⁹

Uz Čelimbašu, može se istaknuti i Zagmajna koja predstavlja biatlonsku stazu za rekreacijsko trčanje i treniranje s ukupne dužine 4,5 km. Prethodno je spomenuto kako su smještajni kapaciteti solidni i mnogi su privatni. Uz to, na skijalištu se nalazi i restoran.³⁰

Slika 4. Ski staza na Čelimbaši



Izvor: Skijanje.hr, <https://www.skijanje.hr/skijalista/hrvatska/clanak/celimbasa---mrkopalj?id=12999>, (14.06.2022.)

U tablici 8. prikazan je ukupan broj kretanja turista, odnosno broj dolazaka i noćenja za razdoblje od 2018. do 2021. godine.

²⁹ Čelimbaša - Mrkopalj, dostupno na: <https://www.skijanje.hr/skijalista/hrvatska/clanak/celimbasa---mrkopalj?id=12999>, (14.06.2022.) Karlovac

³⁰ Čelimbaša - Mrkopalj, dostupno na: <https://www.skijanje.hr/skijalista/hrvatska/clanak/celimbasa---mrkopalj?id=12999>, (14.06.2022.) Karlovac

Tablica 8. Broj dolazaka i noćenja turista za razdoblje 2018.-2021.

Godina	Ukupno dolasci	Ukupno noćenja
2018.	5413	7595
2019.	6125	8469
2020.	8502	10645
2021.	11573	13798

Izvor: Turizam u brojkama 2021.,

https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf, (15.09.2022.)

Iz tablice je vidljivo kako je najmanje zabilježenih dolazaka i noćenja posjetitelja bilo 2018. godine, dok je prošle, odnosno 2021. godine taj broj značajno porastao, iz čega se može zaključiti kako Čelimbaša iz godine u godinu bilježi sve veći broj posjetitelja, kao i noćenja, što je pozitivan čimbenik za razvoj zimskog sportskog turizma.

3.3. Budućnost skijanja kao potencijal razvoja zimskog turizma

Unatoč činjenici da je turizam u obalnom području znatno razvijeniji, može se reći kako i zimsko sportski turizam ima odličan potencijal za još bolji razvoj. Iz prethodno prikazanih destinacija vidljivo je kako Hrvatska zaista ima prirodne potencijale za razvoj ove vrste turizma. Najpozitivniji primjer sportsko zimskog turizma je Platak skijalište. Potencijali ovog skijališta su prepoznati od strane jedinice lokalne samouprave te županije i neprestano se ulažu sredstva u razvoj ovog skijališta posljednjih godina.

Uz to, može se reći kako je i na Sljemenu dobro razvijen turizam, ali ipak većina posjetitelja su domaći stanovnici. Stoga, potrebno je više pozornosti posvetiti boljem razvoju ove vrste turizma na Sljemenu koji zaista ima odlične predispozicije za

njegov razvoj s obzirom da se nalazi nedaleko od glavnog grada Hrvatske te se održavaju razna natjecanja, kao što je FIS Svjetski skijaški kup.

Na samom kraju, može se zaključiti da Republika Hrvatska posjeduje mnogo prirodnih resursa pogodnih za daljnji razvoj zimsko sportskog turizma. Uz četiri opisane destinacije, postoji naravno i mnogo drugih koje imaju skijališta i nude potencijale da se ovaj oblik turizma razvije u još većoj mjeri.

4. ANALIZA ISPITIVANJA MIŠLJENJA I STAVOVA O ZIMSKOM SPORTSKOM TURIZMU

Kroz ovo poglavlje prikazuje se istraživanje kojim je su se ispitali stavovi i mišljenja javnosti o važnosti, trenutnom razvoju te razvoj u budućnosti sportskog turizma RH s fokusom na zimski turizam, konkretno sport skijanja. Prvenstveno će se prikazati hipoteza i cilj istraživanja, metodologija pa zatim rezultati i rasprava.

4.1. Cilj i hipoteza analize

Cilj istraživanje je pomoću provedene ankete ispitati stavove i mišljenja javnosti o važnosti, trenutnom razvoju te razvoj u budućnosti sportskog turizma RH s fokusom na zimski turizam, konkretno sport skijanja. Postavljene su dvije ključne hipoteze koje glase:

Glavna hipoteza: H1: Sportski turizam doprinosi prilagodbi turističkim tržišnim izazovima.

H2: Hrvatska ima nedovoljno razvijen zimsko sportski turizma, no uz postojeće resurse ima potencijal za njegov razvoj.

4.2. Metodologija analize

Za provedbu istraživanja korišten je online anketni upitnik koji je osmišljen na temelju radova i istraživanja iste ili pak slične tematike. Anketa je podijeljena na dva dijela. Prvim dijelom upitnika se ispituju opće karakteristike ispitanika, kao što su dob, spol, stupanj obrazovanja i slično, dok se kroz drugi dio ispituje stupanj slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama. Uz tvrdnje, ispitanicima je ponuđena petostupanjska Likertova skala pri čemu je ispitanicima ponuđeno pet mogućnih odgovora (1. potpuno se slažem, 2. slažem se, 3. niti se slažem niti se ne slažem, 4. ne slažem se i 5. uopće se ne slažem).

Istraživanje je provedeno na ukupnom uzorku od 130 ispitanika opće javnosti Republike Hrvatske tijekom lipnja 2022. godine. Od ukupnog uzorka (N=130), anketni upitnik je popunilo 85 ispitanika i 45 ispitanika. Najčešća dobna skupina ispitanika je bila od 18 do 30 godina, a potom od 31-40. godina.

Podaci provedenog istraživanja su obavljani u programu Microsoft Excel. Rezultati nominalnih obilježja su iskazanim apsolutnim (f) i relevantnim (%) frekvencijama. Također, svako pitanje je potkrijepljeno prikladnim grafikonom ili tablicom.

4.3. Rezultati analize

Istraživanje je provedeno na ukupnom uzorku (N=130) ispitanika, od čega je 85 (63,4%) ženskih ispitanica te 45 (34,6%) muških ispitanika. Najviše ispitanika, njih 69 (53,1%) ima od 18-30 godina, a njih 38 (29,2%) ima od 31 do 40 godina. Na samom kraju, 23 ispitanika (29,2%) ima 40+ godinu.

Kada je u pitanju obrazovanje ispitanika, završen preddiplomski studij ima 51 ispitanik (39,2%), dok završen magisterij ima 29 ispitanika (22,3%). Pored toga, završen doktora ima 19 ispitanika (14,7%), a srednjoškolsko obrazovanje njih 18 (13,2%). Na samom kraju završeno osnovnoškolsko obrazovanje ima 13 ispitanika (10%).

U nastavku su prikazani rezultati drugog dijela anketnog upitnika gdje su ispitanici iskazali stupanj slaganja s ponuđenim tvrdnjama.

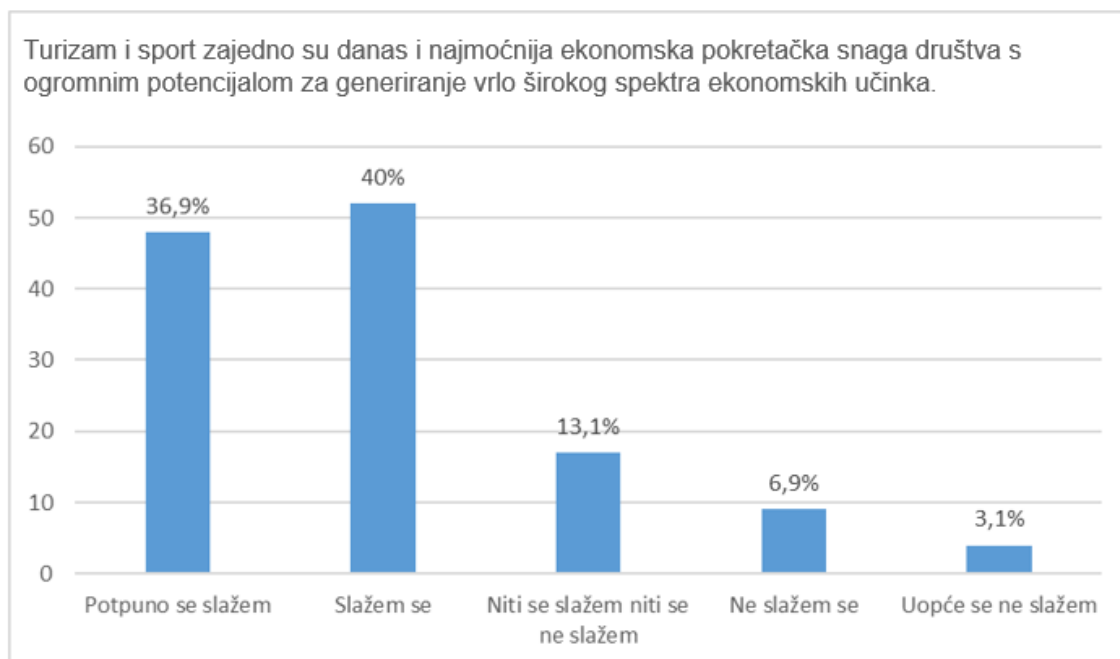
Grafikon 3. Znanja ispitanika o sportskom turizmu



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Na prikazanom grafikonu 3. ispitan je stupanj slaganja ispitanika s navedenom tvrdnjom. Polovina ispitanika, tj. 65 (50%) njih je navelo da se potpuno slažu s navedenom tvrdnjom, dok se također njih 48 (36,9%) slaže s tim. 8 ispitanika (6,2%) se niti slaže niti ne slaže, dok se 6 ispitanika (4,6%) ne slaže, kao i 3 ispitanika (2,3%) koji se uopće ne slažu.

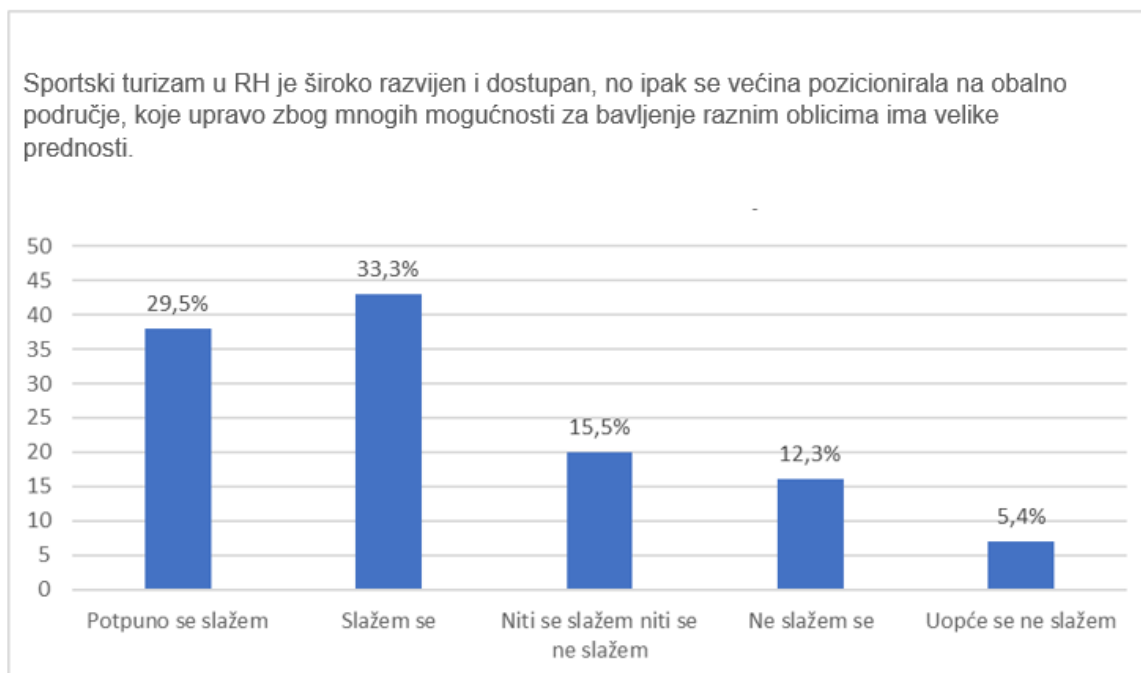
Grafikon 4. Stavovi ispitanika o povezanosti sporta i turizma



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Na grafikonu 4. prikazan je stupanj slaganja ispitanika na drugu tvrdnju te se može zaključiti kako se velika većina njih, tj. 52 (40%) slažu s navedenom tvrdnjom, a 48 njih (36,9%) se također slaže s tim. 17 ispitanika (13,1%) je navelo da se niti slažu niti ne slažu, a njih 9 (6,9%) kako se ne slažu s tvrdnjom, kao i 4 ispitanika (2,3%) koji se uopće ne slažu.

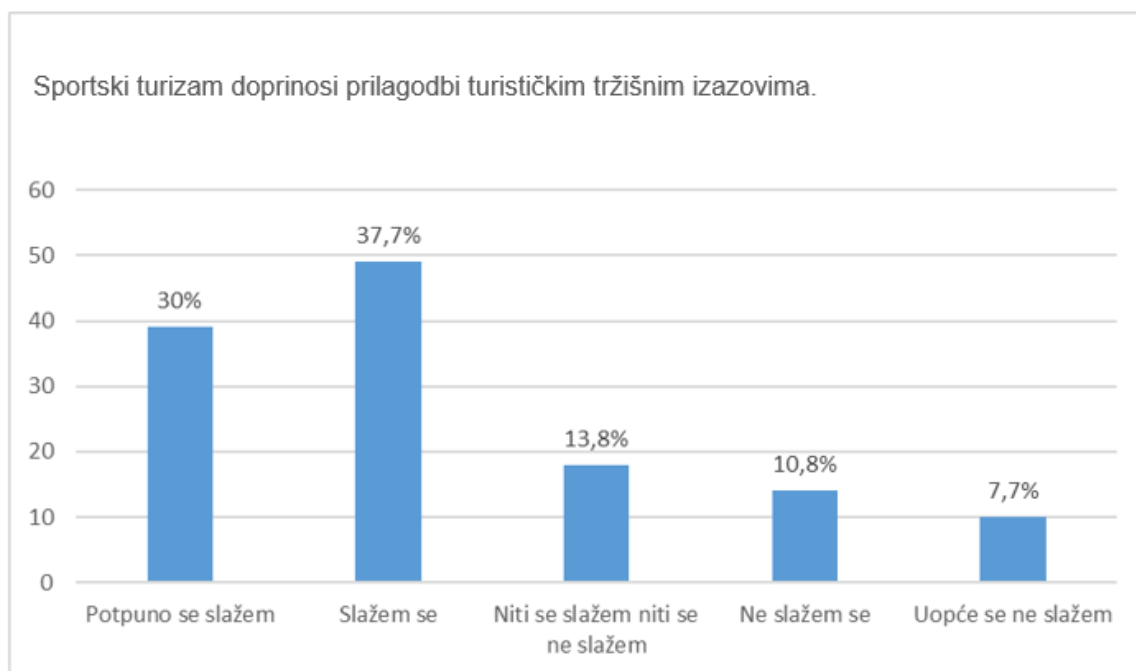
Grafikon 5. Stavovi ispitanika o sportskom turizmu u RH



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Na grafikonu 5. prikazan je stupanj slaganja ispitanika s trećom tvrdnjom i može se zaključiti kako se 43 ispitanika (33,3%) slažu s njom, a njih 38 (29,5%) se potpuno slaže. Njih 20 (15,5%) je navelo da se niti slažu niti ne slažu, a se 16 ispitanika (12,3%) se ne slaže, kao i njih 7 (5,4%) koji se uopće ne slažu.

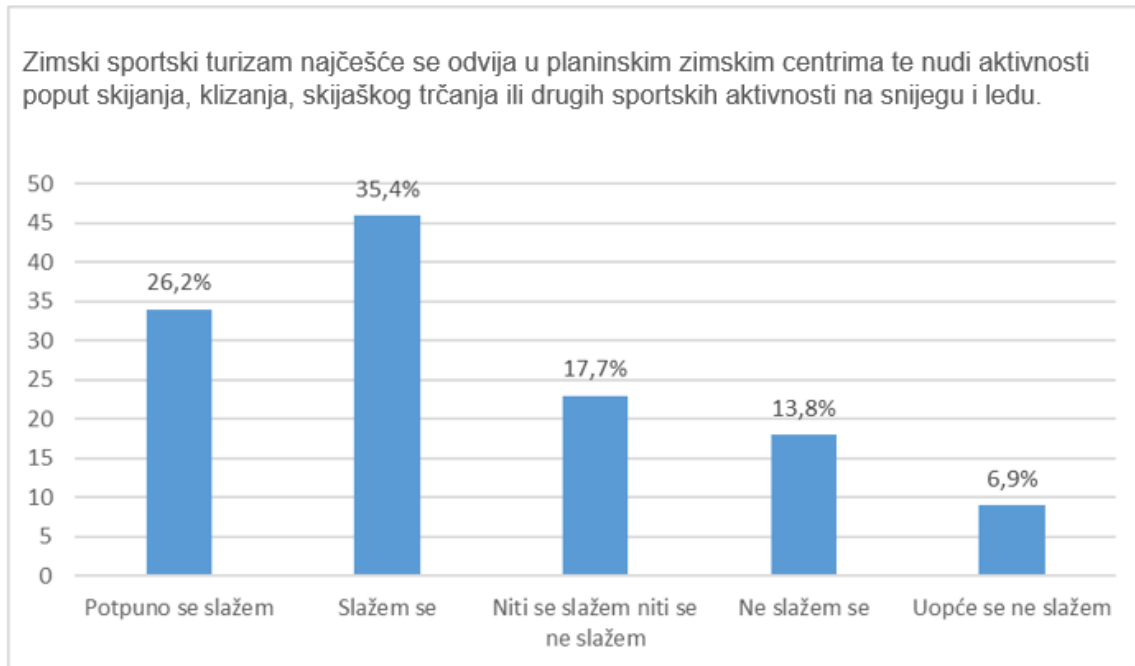
Grafikon 6. Stavovi ispitanika o doprinosu sportskog turizma turističkim tržišnim izazovima



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Na grafikonu 6. prikazan je stupanj slaganja ispitanika s četvrtom tvrdnjom i može se zaključiti da se 49 ispitanika (37,7%) slaže s tvrdnjom, kao i njih 39 (30%) koji se potpuno slažu. 18 ispitanika (13,8%) je navelo da se niti slažu niti ne slažu, a njih 14 (10,8%) da se ne slažu s tim, kao i 10 ispitanika (7,7%) koji se uopće ne slažu.

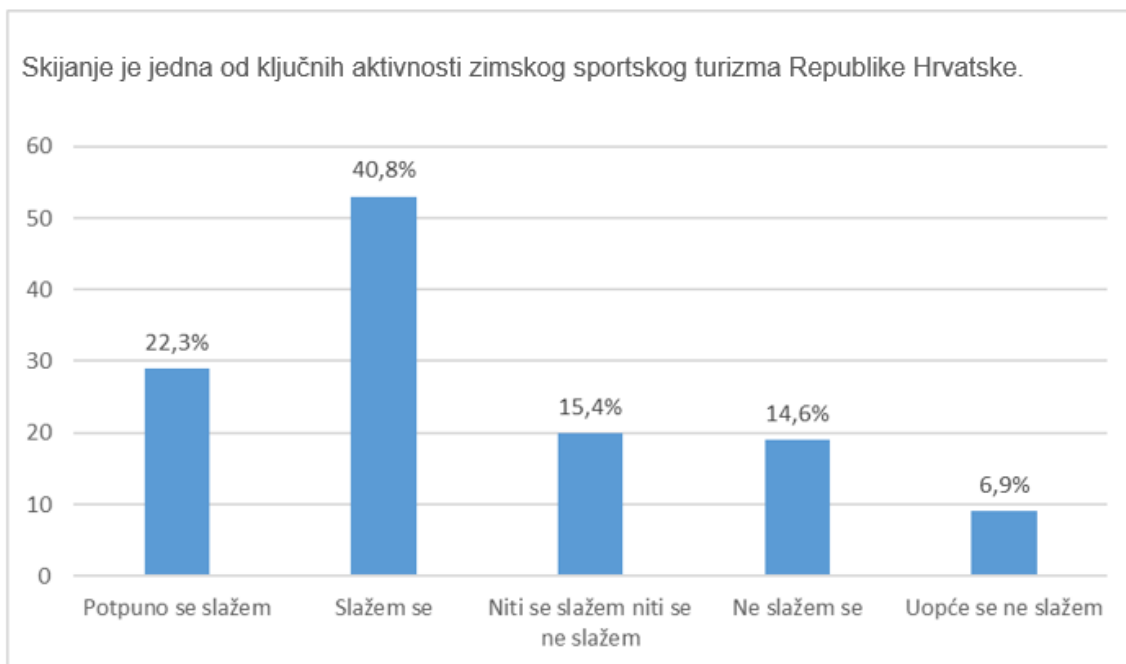
Grafikon 7. Stavovi ispitanika o odvijanju i aktivnostima zimskog sportskog turizma



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Na grafikonu 7. prikazan je stupanj slaganja ispitanika s petom tvrdnjom i može se zaključiti da se njih 46 (35,4%) slaže s tim, kao i njih 34 (26,2%) koji se potpuno slažu. Pored toga, 34 ispitanika (26,2%) su navela da se niti slažu, niti ne slažu, a njih 18 (13,8%) kako se ne slažu s tvrdnjom, kao i 9 ispitanika (6,9%) koji se uopće ne slažu.

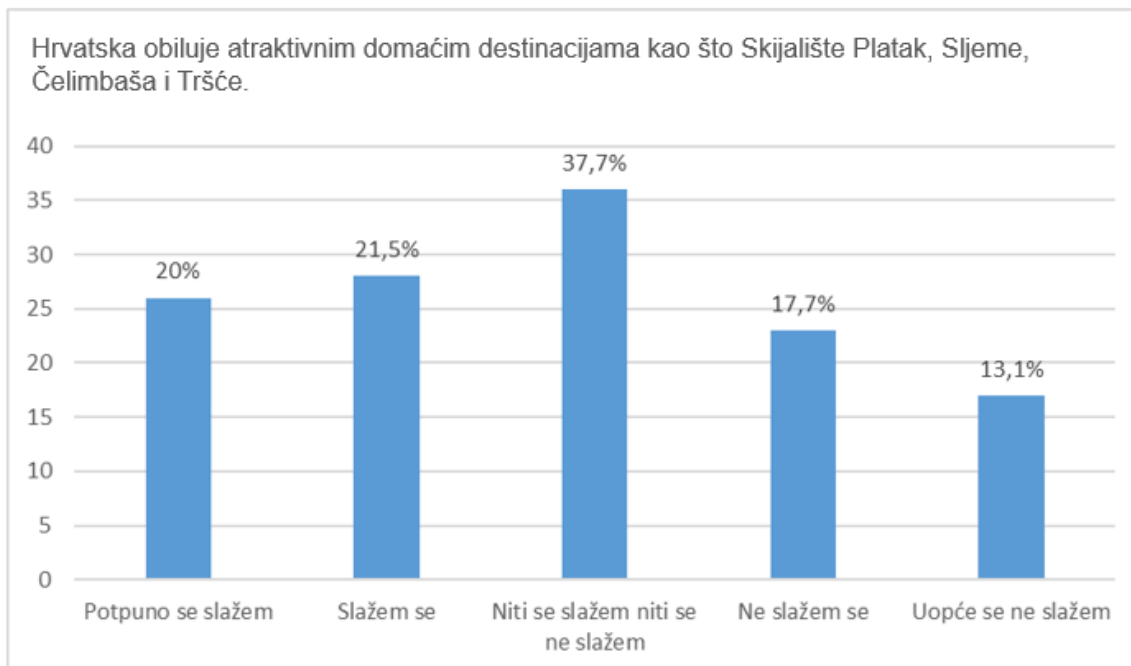
Grafikon 8. Stavovi ispitanika o skijanju kao jednoj od ključnih aktivnosti zimskog sportskog turizma RH



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Na grafikonu 8. prikazan je stupanj slaganja ispitanika s šestom tvrdnjom i može se zaključiti da se njih 53 (40,8%) slaže s tim, a i njih 29 (22,3%) se potpuno slaže s tvrdnjom. 20 ispitanika (15,4%) je navelo da se niti slažu niti ne slažu, a njih 19 (14,6%) se ne slažu s tvrdnjom, dok se 9 ispitanika (6,9%) uopće ne slaže.

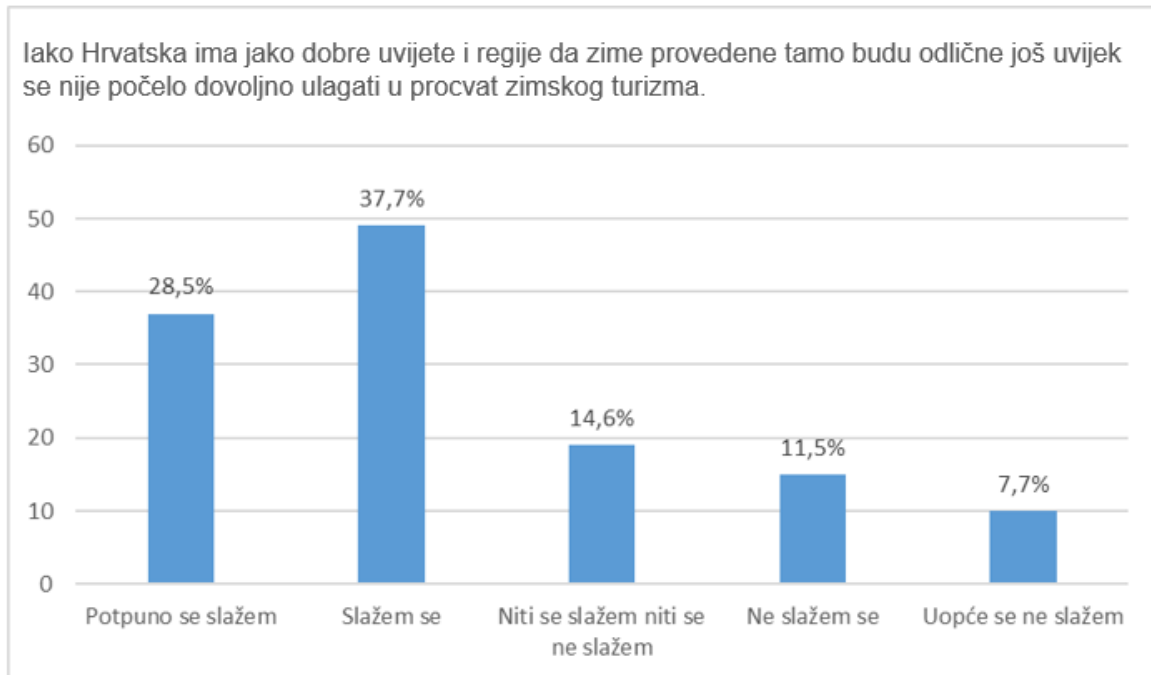
Grafikon 9. Stavovi ispitanika o atraktivnim domaćim destinacijama



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Na grafikonu 9. prikazan je stupanj slaganja ispitanika s sedmom tvrdnjom i može se zaključiti da se njih 36 (37,7%) niti slaže niti ne slaže s postavljenom tvrdnjom, a 28 ispitanika (21,5%) je navelo da se slažu. Pored toga, njih 26 (20%) navodi kako se potpuno slažu, a 23 ispitanika (17,7%) ne dijele isto mišljenje, odnosno ne slažu se, kao i njih 17 (13,1%) koji se uopće ne slažu.

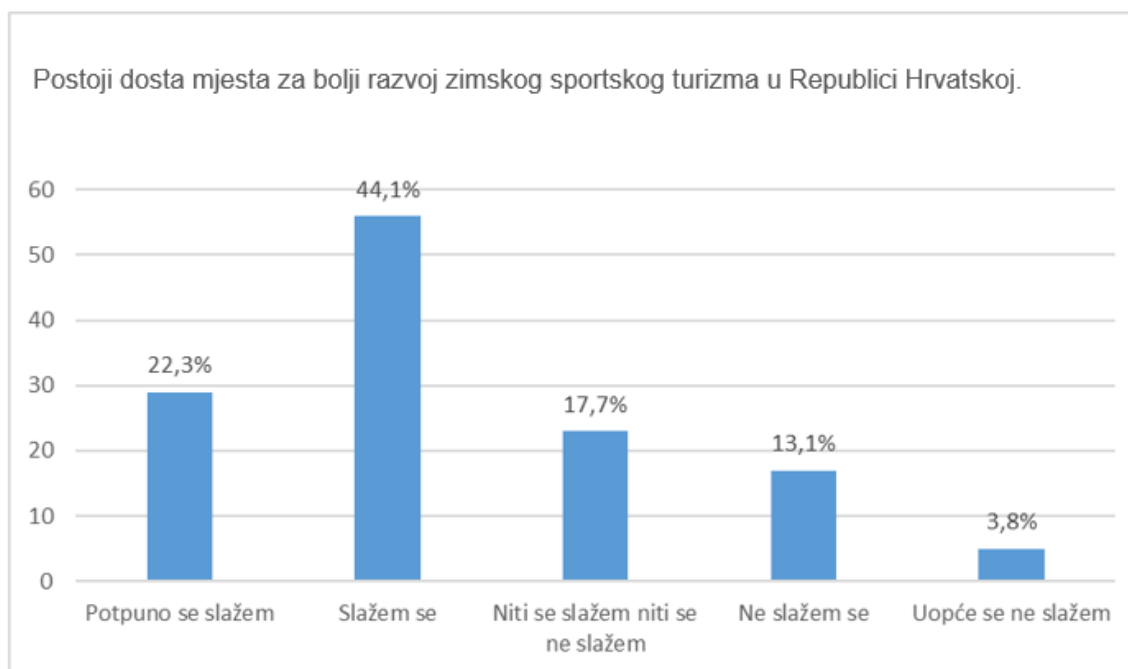
Grafikon 10. Stavovi ispitanika o ulaganju u zimski turizam



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Na grafikonu 10. prikazan je stupanj slaganja ispitanika s osmom tvrdnjom i može se zaključiti da se njih 49 (37,7%) slaže s postavljenom tvrdnjom, dok ih se 37 (28,5%) potpuno slaže. 19 ispitanika (14,6%) je navelo kako se niti slažu niti ne slažu, dok njih 15 (11,5%) navodi da se ne slažu s tvrdnjom, kao i 10 ispitanika (7,7%) koji se uopće ne slažu.

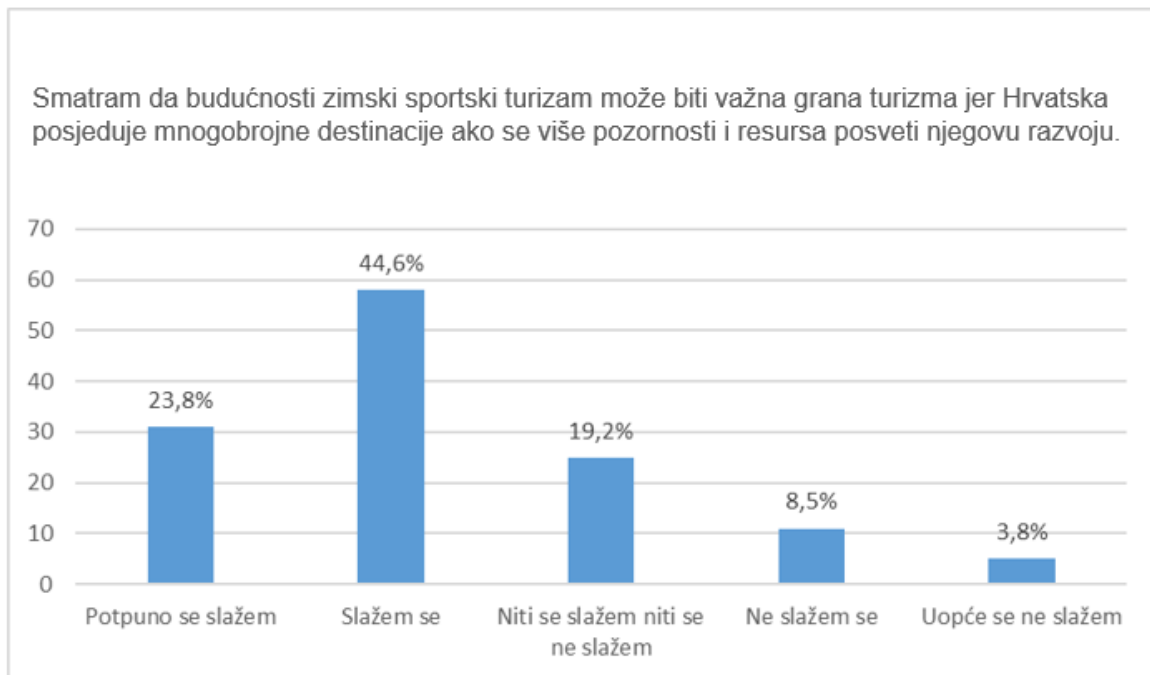
Grafikon 11. Stavovi ispitanika o boljem razvoju zimskog sportskog turizma u RH



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Na grafikonu 11. prikazan je stupanj slaganja ispitanika s devetom tvrdnjom i može se zaključiti da se njih 56 (44,1%) slaže s postavljenom tvrdnjom, dok ih se 29 (22,3%) potpuno slaže. Pored toga, njih 23 (17,7%) navodi da se niti slažu niti ne slažu, a 17 ispitanika (13,1%) je navelo da se ne slažu s tvrdnjom, kao i 5 ispitanika (3,8%) koji se uopće ne slažu.

Grafikon 12. Stavovi ispitanika o budućnosti zimsko sportskog turizma kao važne grane turizma RH



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Na grafikonu 12. prikazan je stupanj slaganja ispitanika s desetom tvrdnjom i može se zaključiti da se njih 58 (44,6%) slaže s postavljenom tvrdnjom, dok ih se 31 (23,8%) potpuno slažu. 25 ispitanika (19,2%) je navelo kako se niti slažu niti ne slažu, a njih 11 (8,5%) da se ne slažu s tvrdnjom, kao i 5 ispitanika (3,8%) koji se uopće ne slažu.

4.4. Rasprava

Istraživanje je provedeno na ukupnom uzorku (N=130) s ciljem ispitivanja stavova i mišljenja opće javnosti Republike Hrvatske o važnosti, trenutnom razvoju te razvoj u budućnosti sportskog turizma RH s fokusom na zimski turizam, konkretno sport skijanja na ukupnom uzorku od 130 ispitanika.

Interpretacijom i analizom prikazanih odgovora, može se zaključiti da 86,9% ispitanika zna što je sportski turizam, dok ih 76,9% vjeruje kako sport i turizam danas predstavljaju jednu od najmoćnijih pokretačkih snaga ekonomije. Također, 62,8%

ispitanika je navelo da se slažu da Hrvatska ima dobro razvijen sportski turizam, ali da je najveći naglasak stavljen na primorski turizam u odnosu na zimski, dok ih 67,7% smatra kako sportski turizam doprinosi prilagodbi turističkim tržišnim izazovima.

Pored toga, 61% ispitanika je navelo da se slažu s tim da se zimski sportski turizam provodi u planinskim predjelima koja najčešće uključuju razna skijališta, klizanje i slično, a njih 61,3% smatra da je upravo skijanje ključna aktivnost zimskog sportskog turizma Republike Hrvatske. Pored toga, 41,5% ispitanika je navelo kako Hrvatska posjeduje razne atraktivne destinacije za zimski sportski turizam, kao što su Sljeme, Tršće, Platak i slično.

Na samom kraju, velima većina ispitanika, odnosno njih 87,7% je navelo da RH posjeduje iznimnog dobro klimatske i druge uvjete za razvoj ove vrste turizma, no da se ipak u njega još dovoljno ne ulaže, njih 66,4% je navelo da postoji dosta mjesta za bolji razvoj zimskog sportskog turizma u Republici Hrvatskoj, dok - većina, odnosno njih 68,4% smatra da budućnosti zimski sportski turizam može biti važna grana turizma jer Hrvatska posjeduje mnogobrojne destinacije ako se više pozornosti i resursa posveti njegovu razvoju.

Sukladno odgovorima ispitanika, zaključuje se kako su obje postavljene hipoteze koje glase: „H1: *„Sportski turizam doprinosi prilagodbi turističkim tržišnim izazovima. I H2: Hrvatska ima nedovoljno razvijen zimsko sportski turizma, no uz postojeće resurse ima potencijal za njegov razvoj“*. potvrđene.

5. ZAKLJUČAK

U okviru završnog rada obrađena je tematika gdje je fokus bio na prikaz zimskog sportskog turizma RH. Prvenstveno je se prikazao sportski turizam te je se fokus zatim stavio na zimski sportski turizam. Pojednostavljeno rečeno, sportski turizam je putovanje kako bi turisti promatrali ili pak sudjelovali u raznim sportskim događajima te je upravo ova vrsta turizma jedna od najbrže rastućih sektora turističkog tržišta. Republika Hrvatska zaista ima dobro razvijen sportski turizam s posebnim fokusom na obalno područje, gdje su ključne značajke ronjenje, jedrenje, razne plivačke aktivnosti i slično. No, koliko je zapravo razvijen zimski sportski turizam?

Kroz rad je se fokus stavio na zimski sportski turizam s osvrtom na RH. Može se zaključiti kako RH ima slabo razvijen zimski sportski turizam. Naime, jedno od ključnih obilježja je skijanje koje predstavlja najznačajniji sport ove vrste turizma, ali nažalost ne ulaže se mnogo pozornosti i resursa za bolji razvoj skijališta. Kroz rad su se prikazale četiri najpoznatije skijaške destinacije, od kojih su Sljeme i Platak najpoznatije. Također, RH ima zaista dosta potencijala za bolji razvoj zimskog sportskog turizma, posebice u vidu skijanja. Stoga, potrebno je da se u budućnosti veća pozornost i resursi ulože upravo u njegov razvoj jer može biti veoma važna grana turizma za državu, promovirati destinacije te naravno pridonijeti ekonomiji.

Nakon teorijskog definiranja sportskog i zimskog sportskog turizma, fokus je se stavio na istraživanje stavova i mišljenja opće javnosti Hrvatske o važnosti, trenutnom razvoju te razvoj u budućnosti sportskog turizma RH s fokusom na zimski turizam, konkretno sport skijanja. Analizom prikazanih odgovora, zaključuje se kako ispitanici dijele mišljenje da Hrvatska ima dobro razvijen sportski turizam, dok zimski sportski turizam nije razvijen u dovoljnoj mjeri te postoji mjesto za njegov napredak. Ispitanici skijanje vide kao jednu od ključnih obilježja ove vrste turizma, dok također smatraju kako u budućnosti ova grana turizma može imati značajan utjecaj za RH, stoga je potrebno više pozornosti i resursa uložiti u njegov razvoj.

LITERATURA

Stručna literatura:

1. Bartoluci, M. i sur.: Turizam i sport-razvojni aspekti, Školska knjiga, Zagreb, 2007.
2. Bartoluci, M.: Ekonomika i menadžment sporta, Informator, Zagreb, 2003.
3. Čavlek, N. i sur.: Turizam-ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
4. Geić S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011.
5. Gozalova, M., Shchikanov, A., Vernigor, A.: «Sports Tourism», Polish Journal of Sport and Tourism, Vol 21. No. 22., 2014., str. 85.
6. Hall, C.: Hallmark tourist events, Belhaven Press, London, 1992.
7. Marinović, D.: Sportski turizam, Završni rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2020.
8. Petrović, M., Knezović, D., Todorović, M.: «Sportski turizam kao komponenta razvoja održivog poduzetništva», Obrazovanje za poduzetništvo: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, Vol. 7 No. 1, 2017., str. 54.

Internetski izvori:

1. Čelimbaša - Mrkopalj, dostupno na: <https://www.skijanje.hr/skijalista/hrvatska/clanak/celim-basa---mrkopalj?id=12999>, (14.06.2022.) Karlovac
2. Sljeme, dostupno na: <https://www.skijanje.hr/skijalista/hrvatska/clanak/sljeme?id=12375>, (12.06.2022.) Karlovac
3. Sljeme.hr: Informacije o skijaškim stazama i žičarama, dostupno na: <https://www.sljeme.hr/skijaliste/informacije-o-skijaskim-stazama-i-zicarama/56>, (11.06.2022.) Karlovac
4. Sports Tourism, dostupno na: <https://www.unwto.org/sport-tourism>, (10.06.2022.) Karlovac

5. Kozlića, N., Radunović, S.: Plan razvoja Gorskog kotara 2021.-2021. analiza stanja, dostupno na: <https://prigoda.hr/wp-content/uploads/2021/11/ANALIZA-STANJA-GK.pdf> (13.09.2022.) Karlovac
6. Lider: Snježna kraljica: U skijaškoj eri broj stranih turista porastao 2,5 puta, dostupno na: <https://lidermedia.hr/aktualno/snezna-kraljica-u-skijaskoj-eri-broj-stranih-turista-porastao-2-5-puta-126107> (14.09.2022.) Karlovac
7. Grad Zagreb: Turizam u gradu Zagrebu u studenom 2021., dostupno na: <https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/statistika/2021/turizam%202021/Turizam%20XI.%202021.web.pdf> (14.09.2022.) Karlovac
8. Platak, dostupno na: <https://platak.hr/>, (12.06.2022.) Karlovac

POPIS ILUSTRACIJA

Popis slika:

Slika	1.	Prikaz	svih	skijaških	staza	na	
Sljemenu.....							14
Slika	2.	Prikaz		Platka		i	ski
staza.....							16
Slika	3.		Ski		staza		na
Tršću.....							18
Slika	4.		Ski		staza		na
Čelimbaši.....							20

Popis tablica:

Tablica	1.	SWOT	analiza	sportskog	turizma	u	
RH.....							6
Tablica 2. Prikaz dolazaka turista u Gorski Kotar za razdoblje od 2017. do 2020. godine.....							9
Tablica 3. Prikaz noćenja turista u Gorskom kotaru od 2017. do 2020. godine.....							10
Tablica	4.		Obilježja		skijaških		staza
Sljemena.....							13
Tablica	5.	Dolasci	i	noćenja	turista	za	2020. i 2021. godinu.....
							15
Tablica	6.	Broj dolazaka	i	noćenja	turista	za	razdoblje 2016.-2021.....
							17

Tablica 7. Broj dolazaka i noćenja turista za razdoblje 2019.-2021.....19

Tablica 8. Broj dolazaka i noćenja turista za razdoblje 2018.-2021.....21

Popis grafikona:

Grafikon 1. Prikaz smještajne strukture za razdoblje od 2016. do 2019. godine.....11

Grafikon 2. Kategorizacija smještajnih jedinica.....11

Grafikon 3. Znanja ispitanika o sportskom turizmu.....25

Grafikon 4. Stavovi ispitanika o povezanosti sporta i turizma.....26

Grafikon 5. Stavovi ispitanika o sportskom turizmu u RH.....27

Grafikon 6. Stavovi ispitanika o doprinosu sportskog turizma turističkim tržišnim izazovima.....28

Grafikon 7. Stavovi ispitanika o odvijanju i aktivnostima zimskog sportskog turizma...29

Grafikon 8. Stavovi ispitanika o skijanju kao jednoj od ključnih aktivnosti zimskog sportskog turizma RH.....30

Grafikon 9. Stavovi ispitanika o atraktivnim domaćim destinacijama.....31

Grafikon 10. Stavovi ispitanika o ulaganju u zimski turizam.....32

Grafikon 11. Stavovi ispitanika o boljem razvoju zimskog sportskog turizma u RH.....33

Grafikon 12. Stavovi ispitanika o budućnosti zimsko sportskog turizma kao važne grane turizma
RH.....34

PRILOZI

Anketni upitnik:

Spol?

- a) Muško
- b) Žensko

Dob?

- a) 18-30
- b) 30-40
- c) 41+

Stupanj obrazovanja?

- a) Osnovnoškolsko obrazovanje
- b) Srednjoškolsko obrazovanje
- c) Završen preddiplomski studij
- d) Završen magisterij
- e) Doktorat

Sportski turizam podrazumijeva putovanje za vrijeme odmora s ciljem bavljenja sportom, putovanje u destinacije kako bi se promatrao sportski događaj te putovanje s ciljem posjeta sportskim atrakcijama.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

Turizam i sport zajedno su danas i najmoćnija ekonomska pokretačka snaga društva s ogromnim potencijalom za generiranje vrlo širokog spektra ekonomskih učinka.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

Sportski turizam u RH je široko razvijen i dostupan, no ipak se većina pozicionirala na obalno područje, koje upravo zbog mnogih mogućnosti za bavljenje raznim oblicima ima velike prednosti.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

Sportski turizam doprinosi prilagodbi turističkim tržišnim izazovima.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

Zimski sportski turizam najčešće se odvija u planinskim zimskim centrima te nudi aktivnosti poput skijanja, klizanja, skijaškog trčanja ili drugih sportskih aktivnosti na snijegu i ledu.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

Skijanje je jedna od ključnih aktivnosti zimskog sportskog turizma Republike Hrvatske.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

Hrvatska obiluje atraktivnim domaćim destinacijama kao što Skijalište Platak, Sljeme, Čelimbaša i Tršće.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se

- c) Niti se slažem niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

Iako Hrvatska ima jako dobre uvijete i regije da zime provedene tamo budu odlične još uvijek se nije počelo dovoljno ulagati u procvat zimskog turizma.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

Postoji dosta mjesta za bolji razvoj zimskog sportskog turizma u Republici Hrvatskoj.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

Smatram da budućnosti zimski sportski turizam može biti važna grana turizma jer Hrvatska posjeduje mnogobrojne destinacije ako se više pozornosti i resursa posveti njegovu razvoju.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem