

# Uloga skateparka u Dugoj Resi kao elementa turističke ponude Karlovačke županije

---

**Butorac, Slavica**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2016**

*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:128:688125>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-02**



**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 REPOZITORIJI

**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU  
POSLOVNI ODJEL  
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA**

**Slavica Butorac**

**ULOGA SKATEPARKA U DUGOJ RESI KAO ELEMENTA  
TURISTIČKE PONUDE KARLOVAČKE ŽUPANIJE**

**ZAVRŠNI RAD**

**Karlovac, 2016.**

Slavica Butorac

**ULOGA SKATEPARKA U DUGA RESI KAO ELEMENTA  
TURISTIČKE PONUDE KARLOVAČKE ŽUPANIJE**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij Ugostiteljstva

Kolegij: Turizam i sport

Mentor: Mateja Petračić, dipl. oec.

Broj indeksa autora: 0618606023

Karlovac, rujan 2016.

# SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	1
1.3. Sadržaj i struktura rada	2
2. TEORIJSKI PRISTUP SPORTSKOM TURIZMU	3
2.1. Definicija i značajke sportskog turizma	3
2.2. Sportska događanja	5
2.3. Sport kao turistička atrakcija	6
2.4. Učinci sporta u turizmu	7
3. DUGA RESA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA SPORTSKOG TURIZMA	10
3.1. Resursna osnova za razvoj sportskog turizma u Duga Resa	10
3.1.1. Geografski smještaj i položaj Duga Rese	11
3.1.2. Prirodni faktori	15
3.1.3. Kulturno povijesna baština	15
4. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA D. RESE U ODNOSU NA SKATEPARK	17
4.1. Skatepark u Dugoj Resi kao element turističke ponude karlovačke županije	19
4.2. Problem ljudskih resursa	21
5. PRETPOSTAVKE ZA RAZVOJ SKATEPARKA U DUGOJ RESI	24
5.1. Ocjena analize budućeg razvoja	27
6. ZAKLJUČAK	30
POPIS LITERATURE	32
POPIS SLIKA	34

POPIS TABLICA	35
POPIS GRAFIKONA	36

## SAŽETAK

Sport je danas važan čimbenik razvoja turizma i osim što utječe na sadržajnu ponudu, on je također jedan od motiva dolaska turista u određenu turističku destinaciju. Hrvatska je poznata po svojim sportskim postignućima i zato je ulaganje u sportski turizam značajno. Međutim, često se prednost daje već dobro razvijenim sportskim granama dok su neke druge sasvim zapostavljene. Tako je posvuda moguće naići na nogometni teren dok je skatepark gotovo nepostojeći pojam. Na primjeru potencijalnog skateparka u Dugoj Resi kao atraktivnog turističkog proizvoda nastojale su se istaknuti poteškoće do kojih dolazi u nastojanju razvoja ovih zanemarenih adrenalinskih sportova te kako postojanje takvog jednog sportskog poligona može utjecati na cjelokupan razvoj tog područja i njegovu budućnost.

Ključne riječi: sportski turizam, skatepark, turistička atrakcija, sportska događanja

## SUMMARY

Today, sports are an important part of tourism development and not only do they affect the offer but they also represent the motive of tourist arrival to a certain tourism destination. Croatia is well-known for its sporting achievements so the investment in sports tourism is considered significant. However, precedence is often given to the well developed sporting branches while others are being completely neglected. It is thus quite common to encounter a football field while the skate park is almost non-existent concept. In this project of potential skate park in Duga Resa as an attractive tourist product the attempt was to point out the difficulties that arise in trying to develop the neglected adrenaline sports and to show how the existence of such sports facility can affect the overall development of the region and its upcoming future.

Key words: sports tourism, skate park, tourist attraction, sporting events

## 1. UVOD

### 1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog završnog rada je kroz projekt skateparka u Dugoj Resi prikazati kako postojanje ovakvog sportskog poligona može utjecati na cjelokupan razvoj tog područja i njegovu budućnost. U svijetu i vremenu velikih i brzih promjena već je odavno jasno da za uspješan turizam više nisu dovoljne samo klimatske i zemljopisne predispozicije već da "novi" turisti imaju potrebu za potpunijim doživljajem.<sup>1</sup>

Glavni je cilj, stoga, objasniti svrhu i ulogu postojanja skateparka na prostoru Karlovačke županije, točnije grada Duga Rese, s obzirom na njegove predispozicije. Duga Resa slovi kao grad aktivnog odmora pa bi se uz njezine prirodne i tradicijske ljepote vrlo dobro uklopio skatepark koji bi kroz ovaj sve popularniji oblik sporta doveo grad na glas kao grad otvorene svijesti dajući mu jednu noviju, suvremenu umjetničku notu, ali istovremeno nudeći, kako lokalnom stanovništvu tako i turistima, priliku za rekreaciju, zabavu i zdravlje.

### 1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Priprema završnog rada odvijala se u više faza: problematika je istražena i prezentirana teoretski (analizom postojeće relevantne stručne literature) i empirijski (prikupljanjem sekundarnih podataka potrebnih za obradu tematike, ostale dokumentacije koja sadrži statističke podatke te čitanjem izvora sa interneta). Podaci su također skupljani na terenu metodom intervjua te uvidom u statističke podatke.

Proučen je i utjecaj ostalih varijabli koje mogu utjecati na učinkovitost projekta u turističkom smislu kao što su klima, kulturno – povijesni spomenici, sportske manifestacije, bavljenje sportom, itd. Korištene su metoda komparacije, metode analize i sinteze kao i metoda specifikacije.

---

<sup>1</sup> Organizatori, <http://www.organizatori.hr>, 30. 04. 2015.



### 1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad započinje povezivanjem dvaju pojmova, a to su sport i turizam. Nakon toga govori se o problematici stvarnog stanja odnosa prema skateparku, ponudi prostora i mogućnostima. Prostor je okarakteriziran kao vrlo iskoristiv, no istaknuta je problematika osviještenosti o pogodnostima koje proizlaze iz ovakvog projekta u vidu zanemarivanja ove vrste sportskih aktivnosti, a time i učinaka koje one imaju na turizam.

Istaknuto je pitanje turističke iskoristivosti te ljudskog faktora kao važnog čimbenika za funkcioniranje organizacije ili, u ovom slučaju, skateparka. Na kraju se iznosi zaključak na temu skateparka kao turističkog sadržaja primjerenog novim zahtjevima tržišta.

## 2. TEORIJSKI PRISTUP SPORTSKOM TURIZMU

Turizam i sport kao masovne društveno-ekonomske pojave suvremenog društva međusobno su bliske i povezane različitim svezama i odnosima, što proizlazi iz činjenice prema kojoj su nositelji ovih pojava isti subjekti - turisti. Dok je u povijesti sport bio povezan s turizmom putovanjima na različite sportske priredbe, u suvremenom turizmu sport ima mnogo širu ulogu. Osim natjecateljskog sporta koji se i danas provodi uz pomoć turizma, u suvremenom turizmu sport sa svim svojim oblicima postaje važan sadržaj boravka turista u kojem su oni aktivni sudionici različitih sportsko-rekreacijskih aktivnosti. Iz takvog odnosa nastaju danas prepoznatljivi oblici sportskog turizma na moru, natjecateljskog sportskog turizma, velikih sportskih priredbi u turizmu, wellness-turizma i dr. Time je sport ušao u sferu turističkog tržišta i postao važan čimbenik razvoja turizma.<sup>2</sup>

### 2.1. Definicija i značajke sportskog turizma

Sportski turizam svrstava se u tzv. specifične oblike turizma, a Bartoluci ga definira kao turizam u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u turističkom odredištu.<sup>3</sup> Pojam "specifično" često se rabi kao protuteza "masovno uniformiranom proizvodu" "sunca i mora", a podrazumijeva kvalitetniji, društveno i ekološko prihvatljiviji proizvod, onaj koji naglašava izvorni identitet i trajnu inovaciju.<sup>4</sup>

Najvažnija karakteristika specifičnog turizma je postavljanje turista u fokus istraživanja i oblikovanja ponude i turističkih proizvoda. Turist tako postaje osnovni subjekt prepoznat po imenu i prezimenu. Budući da su turistički proizvodi relativno kratkog vijeka, strateška orijentacija menadžmenta turističkih proizvoda fokusira se na oblikovanje novih proizvoda, a ne na regeneraciju i oživljavanje starih.<sup>5</sup> Da bi neka destinacija bila drukčije percipirana potrebno je neprekidno razvijati tržište i uvoditi nove proizvode.

Prema Geiću, nezadovoljstvo ukupnim učincima masovnog turizma dovodi do razvoja specifičnih oblika turizma, koji predstavlja svojevrsni odgovor na probleme u suvremenom

---

<sup>2</sup> VBZ, <http://www.vbz.hr>, 25.05.2015.

<sup>3</sup> Portal za škole, <http://www.hrks.hr>, 16.07.2016.

<sup>4</sup> Čorak S., Mikačić V., Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno Institut za turizam, Zagreb, 2006, str. ix

<sup>5</sup> Luković, T. Selektivni turizam, hir ili znanstveno-istraživačka potreba, Acta Turistica Nova, 2008, str. 7

turizmu uzrokovane masovnim turizmom i njegovim infrastrukturom.<sup>6</sup> Diverzifikacija ponude turističkih proizvoda značajan je čimbenik specifičnih oblika turizma, a vidljiva je kroz veliki broj proizvoda turističke ponude prilagođen manjim skupinama potrošača, odnosno turista.<sup>7</sup>

Prema V. Jadrešiću zajednička osobina specifičnim vrstama turizma je to da su one posebice orijentirane na zadovoljavanje tzv. drugog i trećeg paketa usluga, odnosno usluga vezanih uz izvanpansionsku potrošnju poput zabavnih, sportsko-rekreacijskih i kulturnih usluga, te sadržaja u području turističkih atrakcija, manifestacija, festivala i sl.<sup>8</sup> Interes za manifestacijama danas sve više jača i turisti su voljni putovati u udaljene destinacije kako bi sudjelovali u manifestacijama koje oni smatraju zanimljivima. U sportskom kontekstu manifestacije mogu biti različitih vrsta: od lokalnih, regionalnih i nacionalnih pa do internacionalnih i onih na svjetskoj razini. Kao primjer mogu se navesti nogometna prvenstva ili pak različita amaterska natjecanja lokalnog karaktera.

Poznato je da u turizmu, u pravilu, potražnja pokreće ponudu. Za pojavu nove specifične vrste, potrebna je pojava neke dodatne potražnje, koju treba razlikovati od već postojeće, što znači da je po obliku i motivu nova. Takva nova potražnja je još uvijek nepoznata na tržištu potražnje te inicira razvoj dodatne ponude koja oblikuje nove turističke proizvode na turističkom tržištu. Njima se utječe na bolji imidž destinacije i dobrobit lokalnog stanovništva. Tu je bitno da se radi o sub-turističkom fenomenu ili vrsti s novim pojavnim karakteristikama kao što je, primjerice, skatepark.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> Geić S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011, str. 222.

<sup>7</sup> Ibid, str. 223

<sup>8</sup> Ibid, str. 227

<sup>9</sup> Luković, T.: Selektivni turizam, hir ili znanstveno-istraživačka potreba, Acta Turistica Nova, Zagreb, 2008, str. 8.

## 2.2. Sportska događanja

Sportska djelatnost pridonosi zdravijem životu građana, odgoju i obrazovanju, gospodarskom razvitku društva, iz čega proizlazi da je sport činitelj humanih odnosa među ljudima. Ovo upućuje na zaključak kako on mora biti dostupan svim građanima društva, bilo tako da im je omogućeno gledanje i uživanje u određenim sportskim događanjima i dostignućima ili na način da građani mogu raznovrsno aktivno sudjelovati u određenim sportskim aktivnostima.<sup>10</sup>

Sport i sportska natjecanja uvijek su imali posebnu ulogu u životima ljudi, a posredstvom medija njihov utjecaj na svakodnevnicu kontinuirano raste. Tako sport više nije samo tjelovježba, zabava ili razonoda, nego sve više postaje komercijalni proizvod<sup>11</sup> kojim se utječe na obnovu gradske infrastrukture, novu izgradnju te stvaranje trgovine i poduzetništva.

Vlasti pojedinih država odavno su prepoznale političku i gospodarsku moć velikih sportskih manifestacija te su im pristupale kao svojevrsnom promotivnom i ekonomskom alatu, koji im je omogućavao jačanje imidža u svijetu i dodatnu zaradu. Posljednjih desetljeća države i gradovi na organiziranju sportskih događaja čak temelje svoje razvojne i imidž strategije. Razlog takvome ponašanju leži u činjenici što veliki sportski događaji privlače posjetitelje iz cijelog svijeta i golemu globalnu medijsku pozornost, a redovito se ubrajaju i među najgledanije televizijske događaje u svijetu. Zahvaljujući tome imaju sve preduvjete da postanu jedna od najatraktivnijih komunikacijskih i promotivnih platformi grada ili države domaćina (destinacije). Primjerice, oko 4 milijarde gledatelja diljem svijeta pratilo je Olimpijske igre u Pekingu 2008. godine, oko 26 milijardi ih je gledalo Svjetsko nogometno prvenstvo u Njemačkoj 2006. godine (praćenje se odnosi na zbroj gledatelja svih utakmica), a američki se Super Bowl na ljestvici 10 najgledanijih emisija svih vremena u SAD-u nalazi čak četiri puta.<sup>12</sup>

Dakle, glavna promotivna i ekonomska vrijednost sportskih manifestacija zasniva se na činjenici da zemljama domaćinima omogućuju veliku medijsku pozornost i promociju kod

---

<sup>10</sup> Bartoluci M., Škorić S.: Menadžment sportskog i nautičkog turizma, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2009. str. 23

<sup>11</sup> Skoko B., Vukasović I., Organiziranje međunarodnih sportskih događaja kao promotivni i ekonomski alat države, Tržište: časopis za tržišnu teoriju i praksu, Vol.20, No.2, prosinac 2008., str. 213.

<sup>12</sup> Ibid.

globalne publike. No, ostale ekonomske i promotivne koristi ovise isključivo o sposobnosti zemlje domaćina, jer je dobivanje domaćinstva nekog važnog sportskog događaja tek početak priče i ne mora se uopće odraziti na imidž države. Dapače, loša organizacija i propuštanje velike promotivne prilike može djelovati i u suprotnom smjeru. Stoga je važno da države i gradovi shvate da uspjeh osvajanja domaćinstva velikog sportskog ili kulturnog događaja nije sam po sebi način brendiranja. S druge strane, ukoliko organizatori uspješno organiziraju domaćinstvo sportske manifestacije i kvalitetno je iskoriste kako bi svoju državu ili grad predstavili svijetu te posjetiteljima ponude atraktivne proizvode, usluge i sadržaje koji će donijeti veće prihode od turizma i izvoza posljedice mogu biti, i jesu, značajne.<sup>13</sup>

### 2.3. Sport kao turistička atrakcija

Atraktivan i kvalitetan proizvod turističke destinacije u suvremenim je turističkim kretanjima najčešće osnovni motiv pri izboru putovanja turista.<sup>14</sup> Swabrooke predlaže sljedeću tipologiju atrakcija: prirodno okruženje, ljudski stvorene građevine nenamijenjene privlačenju turista (posjeduju turističku privlačnost, ali ne takvu da bi netko isključivo radi njih posjetio destinaciju u kojoj se nalaze), ljudski stvorene građevine namijenjene privlačenju turista te događanja. Navedena tipologija atrakcija slična je onoj koju je iznio Getz.. Prema Getzu, glavna odlika događanja u odnosu na druge vrste atrakcija je njihova kratkotrajnost koja je, u suštini, ključan element privlačenja turista.<sup>15</sup>

Bit turističkih atrakcija najbolje je određena ekonomikom turizma, prema kojoj svaka turistička usluga sadrži tri obvezatne grupe činitelja ponude. To su:

- Atraktivni činitelji ponude (turističke atrakcije u destinaciji)
- Komunikativni činitelji ponude (prometni uvjeti za pristup destinaciji)

---

<sup>13</sup> Skoko B., Vukasović I., Organiziranje međunarodnih sportskih događaja kao promotivni i ekonomski alat države, Tržište: časopis za tržišnu teoriju i praksu, Vol.20, No.2, prosinac 2008., str. 213.

<sup>14</sup> Jakovljević, M., Promocija turističkih destinacija – oglašavanje i(li) odnosi s javnošću, Acta Turistica Nova, Vol. 6, No. 1, Utilus visoka poslovna škola, Zagreb, 2012, str. 70.

<sup>15</sup> Jago, L. K., Special events and tourism behaviour: A conceptualisation and empirical analysis from a values perspective, Department of Hospitality, Tourism and Marketing Faculty of Business, 1997., p. 29-30

- Receptivni činitelji ponude (smještaj i prehrana u destinaciji).<sup>16</sup>

Atraktivni činitelji turističke ponude su nenadomjestivi jer turisti u turističku destinaciju prvenstveno dolaze zbog turističkih atrakcija, a ne zbog smještajnih kapaciteta ili dobre prometne povezanosti turističke destinacije s emitivnim područjima, iako ni to nije zanemarivo. Iz tog se razloga turizam može razviti samo u područjima koja posjeduju potencijalne ili realne turističke atrakcije, iz čega slijedi da su turističke atrakcije u gospodarstvu njegov temeljni resurs.<sup>17</sup> Lew zaključuje da se većina istraživača slaže u tome da su turističke atrakcije temeljni resurs na kojem se razvio turizam. Zbog toga su one ključan dio turističkog sustava.<sup>18</sup>

#### 2.4. Učinci sporta u turizmu

Međuzavisnost suvremenog turizma i sporta temelji se, između ostaloga, na funkcijama koje turizam i sport generiraju. Funkcije se dijele na društvene i ekonomske.

Tablica 1: Funkcije turizma i sporta

Funkcije sporta i sportske rekreacije
<p>1. Društvene (humanističke)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zdravstvena</li> <li>- odgojno-obrazovna</li> <li>- politička</li> </ul>
<p>2. Ekonomske funkcije</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- devizna</li> <li>- u zapošljavanju</li> <li>- multiplikativna</li> </ul>

IZVOR: izrada autora prema: Bartoluci M., Škorić S.: Menadžment sportskog i nautičkog turizma, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2009.

<sup>16</sup> Marković, Z. i S. (1972.), Ekonomika turizma, Školska knjiga, Zagreb, 1972., str. 110

<sup>17</sup> Kušen, E., Turizam i prostor, klasifikacija turističkih atrakcija, Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam, Vol.9, No.1 (21), prosinac 2002.

<sup>18</sup> Lew, A. A., A Framework of Tourist Attraction Research, Annals of Tourism Research, 1987., p. 554

Ekonomske funkcije usmjerene su na gospodarske ciljeve koji rezultiraju određenim gospodarskim učincima: multiplikativnim, deviznim i u zapošljavanju. Multiplikativna funkcija utječe na prelijevanje vrijednosti i pokretanje novih gospodarskih procesa. Turizam predstavlja značajan izvor deviznog priljeva jer inozemni turistički prihodi utječu na stanje platne bilance neke zemlje, dok domaći turizam dovodi do preraspodjele već stečenog dijela dohotka u turističku destinaciju. Sportsko-rekreacijske usluge realiziraju se na turističkom tržištu i kao takve također ostvaruju određeni devizni priljev koji ostaje receptivnoj turističkoj zemlji.<sup>19</sup> Za pružanje sportsko rekreacijskih usluga u okviru turizma također je potrebno stručno, kvalificirano osoblje koje će na kvalitetan način provesti potrebne usluge. Na taj način sport u turizmu doprinosi većem zapošljavanju stručne radne snage, ali i omogućuje zapošljavanje lokalnog stanovništva. Osim što stvara nova radna mjesta, turizam omogućuje lokalnom stanovništvu podizanje razine prihoda i kvalitete života.

Društvene funkcije dijele se na zdravstvenu, odgojno-obrazovnu i političku, odnosno socijalnu koja briše i utječe na smanjenje socijalnih razlika među ljudima. Poznato je da sport spaja ljude, utječe na jačanje osjećaja pripadnosti i ponosa te omogućuje druženje i upoznavanje kroz različite sportske sadržaje u turizmu. Rekreacija i boravak u prirodi također pozitivno utječu na fizičku i psihičku obnovu čovjeka pa sport postaje životni stil koji se prenosi i na turistička kretanja.<sup>20</sup> Turistička dokolica predstavlja izvrsnu priliku za učenje nekih novih sportskih vještina, što ustvari može biti samo početak bavljenja tom aktivnošću odnosno, turisti se njome mogu nastaviti baviti i u mjestu stanovanja.<sup>21</sup>

Turistička destinacija koja ima razvijenu sportsko-rekreacijsku ponudu utječe na motivaciju turista za izbor turističke destinacije. Drugim riječima, jedan od primarnih motiva dolaska u tu destinaciju mogu postati sportsko rekreacijski sadržaji čime destinacija privlači turiste koji možda inače ne bi došli u tu destinaciju. Ukoliko pak u destinaciju nisu došli isključivo iz "sportskih razloga" prisutnost sportsko-rekreacijske ponude utječe na raznolikost turističke ponude te turisti mogu birati između niza ponuđenih sadržaja (sportskih, kulturnih, zabavnih, itd.). Tako se povećava kvaliteta ukupne turističke ponude jer se ona sastoji od niza već navedenih različitih sadržaja.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Bartoluci M., Škorić S.: op. cit., str. 115

<sup>20</sup> Bartoluci M., Škorić S.: op. cit., str. 114

<sup>21</sup> Ibid.

<sup>22</sup> Bartoluci M., Škorić S.: op. cit., str. 117

Niti jedan od učinaka sporta i sportske rekreacije u turizmu ne može se zanemariti u planovima razvoja turizma nekog područja, naročito zbog značajnog utjecaja ovog oblika ponude na prevladavanje sezonskog karaktera turizma, ali i unapređenja turističke ponude koja omogućuje povećanje izvanpansionske potrošnje turista.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Ibid.



### 3. DUGA RESA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA SPORTSKOG TURIZMA

Na razvoj turizma nekog područja utječu geografski, prirodni i kulturno-povijesni faktori. Svaki od njih na različite načine utječe na sam razvoj. Karlovačka županija, u ovom primjeru kroz Duga Resu, ima mogućnosti razviti kvalitetan sportski turizam no treba uložiti određene resurse kako bi se izgradila infrastruktura, omogućila sadržajna ponuda, a navedeno oglašavalo i promoviralo u ostatku zemlje i svijeta.

#### 3.1. Resursna osnova za razvoj sportskog turizma u Duga Resa

Duga Resa se smjestila na specifičnom kontaktnom prostoru Goranske i Panonske Hrvatske. Sa prometno–geografskog gledišta, područje Karlovačke županije (niže na slici) pa tako i područje Grada Duge Rese od velikog je značaja za integraciju hrvatskog prostora.

Slika 1: Županije u Republici Hrvatskoj i položaj Karlovačke županije



Izvor: Grubišno polje, <http://www.grubisnopolje.hr>, 27.05.2015.

Strategijom i Programom prostornog razvitka i Strategijom prometnog razvitka RH valorizirano je kao jedina veza kontinentalnog i primorskog dijela Hrvatske.

### 3.1.1. Geografski smještaj i položaj Duga Rese

Grad Duga Resa smješten je u Karlovačkoj županiji, koja se nalazi u središnjoj Hrvatskoj i graniči s dvije države — Slovenijom i Bosnom i Hercegovinom — te s četiri županije: Zagrebačkom, Sisačko-moslavačkom, Ličko-senjskom i Primorsko-goranskom. Županija se sastoji od 5 gradova, među kojima je i Grad Duga Resa, te od 17 općina. Površina Karlovačke županije je 3.622 km<sup>2</sup> i spada u veće županije u Republici Hrvatskoj. Površina Duge Rese iznosi 58 km<sup>2</sup>.<sup>24</sup>

Tablica 2: Gradovi i općine Karlovačke županije

<b>Gradovi</b>	<b>Općine</b>	
Karlovac	Barilović	Netretić
<b>Duga Resa</b>	Bosiljevo	Plaški
Ogulin	Cetingrad	Rakovica
Slunj	Draganić	Ribnik
Ozalj	Generalski stol	Saborsko
	Josipdol	Tounj
	Kamanje	Vojnić
	Krnjak	Žakanje
	Lasinja	

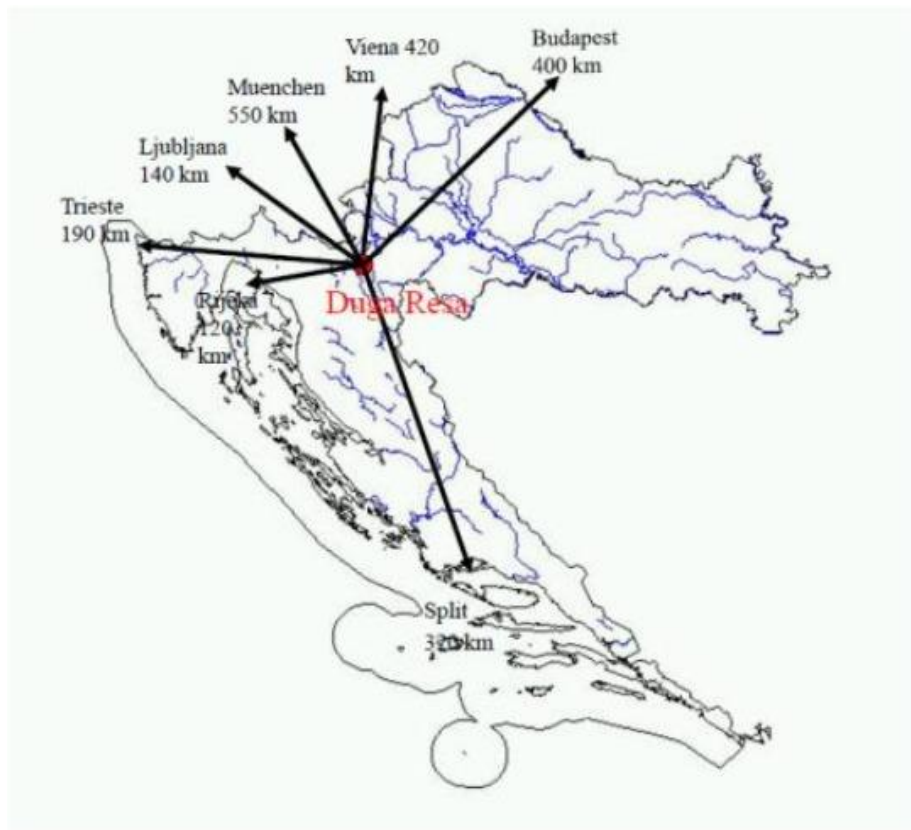
Izvor: Web stranice karlovačke županije, <http://www.kazup.hr>, 30.05.2015.

Na tablici je prikazan popis svih gradova i općina karlovačke županije od kojih je Duga Resa istaknuta kao glavni grad s obzirom na temu ovog rada.

<sup>24</sup> Vodič za investitore, Grad Duga Resa <http://dugaresa.hr/wp-content/uploads/2015/03/Vodic-za-investitore-v1.0.pdf>, 27.05.2015., str. 3

Zahvaljujući svom tranzitnom, prometnom i geostrateškom položaju karlovačka županija jedna je od najvažnijih županija u Republici Hrvatskoj. Tu je sjecište i čvorište najvažnijih prometnica koje povezuju Europu s Jadranskom obalom.

Slika 2: Udaljenost Duge Rese od važnijih hrvatskih i europskih gradova



Izvor: Upravni odjel za gospodarstvo, društvene djelatnosti, stambene, pravne i opće poslove Grada Duge Rese: "Vodič za investitore", <http://www.dugaresa.hr>, 28.05.2015., str. 3

Na slici vidimo kolika je udaljenost Duga Rese od važnijih hrvatskih i europskih gradova. Do Budimpešte je, primjerice, potrebno prijeći oko 400km dok je Rijeka, koja je povezana državnom cestom Duga Resa – Delnice - Rijeka udaljena svega 120km. Prometna povezanost do Splita moguća je autocestom A3 Karlovac – Bosiljevo – Split dok je udaljenost od zračne luke Zagreb (Pleso) 73km, a od toga 64km autocestom.<sup>25</sup>

Geoprometni značaj Duge Rese istaknut je već 1780. godine, kada je izgrađena legendarna Jozefinska cesta koja se kod Duge Rese odvajala od Karolinske ceste i preko

<sup>25</sup> Upravni odjel za gospodarstvo, društvene djelatnosti, stambene, pravne i opće poslove Grada Duge Rese: "Vodič za investitore", <http://www.dugaresa.hr>, 28.05.2015., str. 2

Zvečaja vodila do Senja. Prometni tokovi i naseljavanja ovog područja datiraju još od antike i iz rimskih vremena iz kojih je arheološko nalazište na području grada Duge Rese lokalitet Sveti Petar Mrežnički.<sup>26</sup>

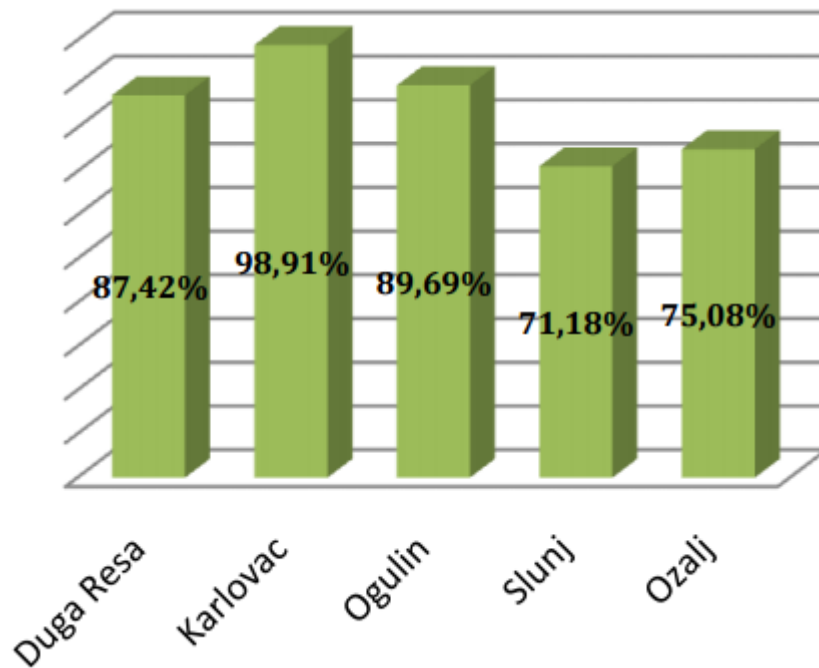
Duga Resa je u prošlosti bila najpoznatija po istoimenoj tekstilnoj industriji, pa se i sam nastanak grada veže uz osnivanje tekstilne tvornice 1884. godine. Izgradnjom željezničke pruge Karlovac – Rijeka kroz Dugu Resu 1873. godine, započeo je gospodarski razvitak grada. O ozbiljnijem razvoju možemo govoriti tek od 19. st., točnije 1884. g. kada je u Dugoj Resi osnovana Pamučna industrija. Hidrocentrala izgrađena 1884. godine za potrebe tvornice tekstila, najstarija je hidrocentrala u Hrvatskoj i jedna od najstarijih u svijetu. Postrojenje tvornice, hidrocentrala i slap od armiranog betona, dugoreška radnička stambena naselja Kasar i Inzl sa skupinama skladnih zgrada te vile u kojima su stanovali direktori tekstilne tvornice, čine jedinstvenu arhitektonsku jezgru grada. Postepenom deindustrijalizacijom i slabljenjem prerađivačke industrije na području Duge Rese omogućen je razvoj drugih grana gospodarstva, ponajprije turizma.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Turistička zajednica Duga Resa, <http://www.tz-dugaresa.hr>, 28.05.2015

<sup>27</sup> Upravni odjel za gospodarstvo, društvene djelatnosti, stambene, pravne i opće poslove Grada Duge Rese: "Vodič za investitore", <http://www.dugaresa.hr>, 28.05.2015., str. 2

Grafikon 1: Indeks razvijenosti gradova karlovačke županije



Izvor: Vodič za investitore, Grad Duga Resa <http://dugaresa.hr/wp-content/uploads/2015/03/Vodic-zainvestitore-v1.0.pdf>, (27.05.2015.), str. 5

Na grafikonu je vidljiv ponderirani prosjek pet osnovnih društveno-gospodarskih pokazatelja: dohotka po stanovniku, stope nezaposlenosti, izvornih prihoda po stanovniku, lokalnih odnosno županijskih jedinica kretanja broja stanovnika i stupnja obrazovanosti. Za Grad Duga Resu indeks razvijenosti iznosi 87,42% čime spada u 3. skupinu razvijenosti jedinica lokalne samouprave Republike Hrvatske. Karlovačka županija sa 56,34% pripada 1. skupini tj. među potpomognuta područja jedinica područne (regionalne) samouprave.

### 3.1.2. Prirodni faktori

Zbog svojeg položaja i prirodnih obilježja Duga Resa slovi kao grad aktivnog odmora. Prirodni su elementi, stoga, važan resurs grada. Duga Resa je smještena podno brda Vinica (321m) uz obalu rijeke Mrežnice (na slici niže) koja se ističe kao jedinstven biser prirodne baštine kontinentalne Hrvatske. Svake godine dolazi do povećanja priljeva turista koji na odmor dolaze iz svih krajeva Hrvatske i Europe.

Slika 3: Rijeka Mrežnica



Izvor: Grad Duga Resa, <http://www.dugaresa.hr>, 29. 06. 2015.

Brdo Vinica sa Šetalištem Tušmer omogućuje posjetiteljima rekreaciju u obliku šetnje ili vožnje bicikla dok je rijeka Mrežnica pogodna za kupanje, ribolov i druge vrste riječnog sporta poput raftinga ili kanuinga. Od tradicionalnih sportova tu su mali nogomet, odbojka u pijesku i tenis. Turistima je također omogućen lov na velikom lovnom području kojim gospodare tri lovačka društva.

### 3. 1. 3. Kulturno povijesna baština

Položaj Županije na razmeđu putova imao je za posljedicu burnu prošlost ovih prostora te je svako razdoblje ostavilo značajne tragove. Znatan broj zaštićenih, preventivno zaštićenih i evidentiranih spomenika kulturne baštine predstavlja samo vidljivi dio graditeljskog nasljeđa, dok je još uvijek velik dio skriven pod zemljom, a njegovo postojanje

utvrđeno je samo načelno. Kulturno spomenička baština bilježi 10 sakralnih objekata, 12 etnoloških građevina, 6 civilnih građevina, 6 spomenika, dvije biste te 6 arheoloških lokaliteta/područja.<sup>28</sup>

Od kulturno-povijesnih atrakcija u Dugoj Resi valja istaknuti crkvu sv. Petra s arheološkim nalazištima iz rimskih vremena, zatim radničko naselje Kasar iz 19. stoljeća koji se nalazi uz tvorničke pogone Pamučne industrije. Također, na Mrežnici se još nalaze brojne pitoreskne vodenice i stara hidroelektrana.<sup>29</sup>

Od važnijih manifestacija tu su Dani Duge Rese, manifestacija zabavnog, kulturno-umjetničkog sadržaja te bogate ugostiteljske ponude koja se tradicionalno organizira duži niz godina u sklopu obilježavanja Dana Grada. Tu su još i kulturno-umjetnički programi, tradicijske igre, edukativni programi, obilasci te gastronomska ponuda.<sup>30</sup>

Kao važna manifestacija može se izdvojiti i manifestacija "Odaberi sport" koja je zamišljena kao prezentacija sportskih udruga grada a sve u cilju promoviranja sporta i bavljenja sportom. U 2013. i 2014. godini polučila je ogroman uspjeh i privukla preko 800 posjetitelja, rezultirala povećanjem članova u sportskim udrugama i doslovno spasila Gimnastički klub od zatvaranja.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Upravni odjel za gospodarstvo, društvene djelatnosti, stambene, pravne i opće poslove Grada Duge Rese: "Vodič za investitore", <http://www.dugaresa.hr>, str. 4

<sup>29</sup> Portal za škole, <http://www.skole.hr>, 31.05.2015.

<sup>30</sup> Grad Duga Resa, <http://www.dugaresa.hr>, 31.05.2015.

<sup>31</sup> Ibid.

#### 4. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA DUGA RESE U ODNOSU NA SKATEPARK

Skate turizam je još uvijek relativno novi pojam u svijetu i kao takav još nije službeno utvrđen. Skate turizam podrazumijeva sve turističke aktivnosti vezane uz adrenalinske sportove kao što je vožnja skateboarda, bmx-a, rola i sl. Ovakvi turisti biraju mjesto svojeg dokoličarenja (kvalitetno i produktivno provedenog vremena) prema infrastrukturi i sportskim poligonima koji im omogućuju da se izvan svojeg uobičajenog mjesta boravka i dalje bave sebi omiljenom vrstom razonode ili da pak pasivno, kao gledatelji, sudjeluju u takvoj vrsti sportske manifestacije. Pritom im biva ispunjen jedan od osnovnih pokretačkih čimbenika, a to je prirodna ljudska težnja za upoznavanjem nepoznatih područja, ljudi i običaja.

Prognoze ukazuju da će turistički proizvod 'sunca i mora' i dalje biti globalno dominantan turistički proizvod. Međutim, što se tiče specifičnih oblika turizma naročito brzo će se razvijati niz proizvoda iz domene: nautičkog, zdravstvenog, cikloturizma, pustolovno-sportskog, kulturnog i poslovnog turizma. Trend ubrzanog rasta pustolovno-sportskog turizma, koji se očekuje i u budućnosti, podržan je trendom zdravog življenja koji motivira turiste na putovanje u destinacije koje nude rekreaciju u nedirnutom prirodnom ambijentu, bavljenje sportom, avanturu u skladu s načelima održivog razvoja turizma. U skladu s vrijednostima i interesima 'novih' turista očekuje se daljnja diverzifikacija proizvoda te će se razvijati 'kombinirani' proizvodi koji povezuju, primjerice, pustolovno-sportski turizam s gastronomijom, kulturom ili nekom društveno korisnom aktivnošću u sklopu 'putovanja sa značenjem'. Naročit se rast očekuje u domeni adrenalinskih sportova te u neturističkim destinacijama.<sup>32</sup>

U suvremenom turizmu sve se više traži individualizirana turistička ponuda po mjeri potreba i želja konkretnog pojedinca.<sup>33</sup> Sukladno rastu popularnosti skateboardinga i javnih skateparkova, odnosno površina namijenjenih *skejterima*, *bajkerima* i *rolerima*, razvila se i raznolika turistička industrija vezana uz njih. Budući da turisti današnjice tragaju za što kvalitetnijim odmorom, rekreacijom, zabavom i zdravljem te sve više sami istražuju i osmišljavaju putovanja<sup>34</sup> iz toga proizlazi da mnogi stariji, iskusniji skateboarderi, pa čak i mnoge skaterske obitelji, često povezuju i planiraju svoje odmore i vrijeme dokolice sa

<sup>32</sup> Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, <http://www.mint.hr>, 28.06.2015.

<sup>33</sup> Ružić, D., Marketing u turističkom ugostiteljstvu, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2007., str. 71

<sup>34</sup> Geić S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011, str. 212



destinacijama koje u svojoj turističkoj ponudi imaju skatepark.

Turisti su danas sve češće u potrazi za nezagađenom atraktivnom prirodom koja nudi relaksaciju, zadovoljstvo, rekreaciju, zdravstvenu rehabilitaciju, umjetnost i tradiciju kao bijeg od zamorne svakodnevnice ili pak putuju zbog različitih iracionalnih motiva.<sup>35</sup> Sport je značajan za rekreaciju i odmor stanovništva od svakodnevnice koja u posljednje vrijeme sve više i više poprima obilježja stresa.

U gradu Duga Resa postoji kvalitetan sportski potencijal mladih koji djeluju kroz veliki broj sportskih klubova. Jedan od problema koji se javlja u razvoju i afirmaciji ovog potencijala je nedostatak kvalitetno uređenih i opremljenih sportskih terena. Ipak, u otklanjanju tog problema poduzete su određene mjere. Započet je proces kupnje zemljišta za izgradnju gradske sportske dvorane. Također, u tijeku je izrada projektne dokumentacije za rekonstrukciju gradskog stadiona sa sadržajima za nogomet, streljaštvo i kuglanje.

Kvalitetna sportska infrastruktura omogućuje organizaciju velikih nacionalnih i regionalnih natjecanja, kao i pripremu profesionalnih sportaša u prirodnom okruženju grada Duga Resa. U sklopu sportskih aktivnosti postoji planinarski potencijal koji zahtjeva kvalitetnu organizaciju i promociju.<sup>36</sup> Međutim, osim navedenih sportskih mogućnosti u gradu, ali i šire, postoji dugotrajna i još uvijek neostvarena čežnja za skateparkom.

---

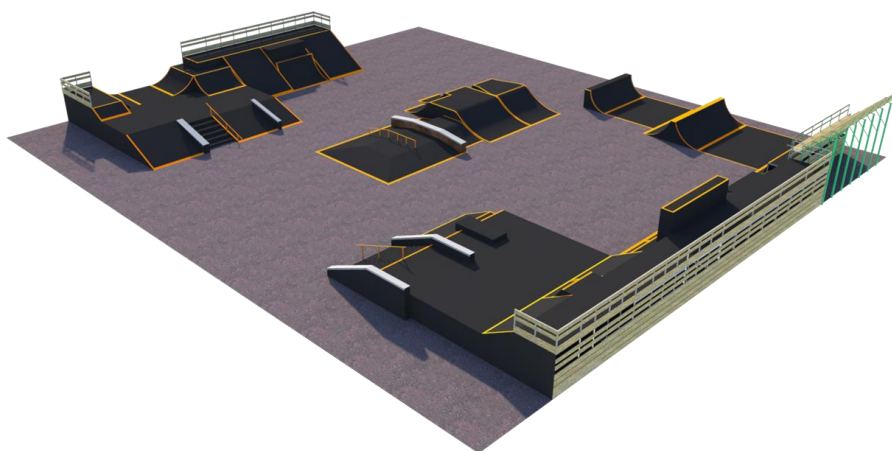
<sup>35</sup> Geić S. , op. cit., str. 212

<sup>36</sup> Grad Duga Resa, <http://www.dugaresa.hr>, 29.06.2015.

#### 4.1. Skatepark u Dugoj Resi kao element turističke ponude karlovačke županije

Sport je danas vrlo respektabilna aktivnost zbog čega se istražuje i kao posebna djelatnost kroz razvoj specifičnog oblika turizma koji se naziva sportski turizam, ali i kroz kreiranje dodatne turističke ponude. Tomu pridonosi i popularnost pojedinih sportskih događaja poput svjetskih i europskih natjecanja u određenim sportovima, ali i činjenica kako se velik dio turista na svojim putovanjima bavi određenim sportovima.<sup>37</sup> Neki od tih “određenih” sportova svakako su vezani uz postojanje skateparka kojim se otvaraju vrata za turiste koji se rekreativno ili profesionalno bave vožnjom bmx-a ili skateboarda. Skatepark (na slici dolje) je svrhovito izgrađen sportski poligon namijenjen vozačima skateboarda, BMX-a, rolerima i sličnim. Sadržava različite rampe i elemente načinjene od betonske, metalne ili drvene građe potrebne za izvođenje raznolikih trikova.

Slika 4: Primjer izgleda skateparka



Izvor: Pannonian Challenge, [www.2015.pannonian.hr](http://www.2015.pannonian.hr), 02.06.2015.

---

<sup>37</sup> Škorić, S., op. cit., str. 2

Iako je skate turizam u Hrvatskoj još uvijek uvelike podcijenjena tržišna niša, u svijetu su se ovi adrenalinski sportovi razvili do te mjere da se razmišlja kako da se uvrste u Olimpijske igre. Skate turizam, dakle, nesumnjivo ima široku bazu potrošača diljem svijeta koja se svakim danom sve više razvija. Međutim, u Hrvatskoj to još uvijek nije u potpunosti prepoznato pa je stoga potrebno djelovati i na promjenu kolektivne svijesti dajući do znanja kako nogomet, skijanje i tenis nisu jedine sportske aktivnosti kojima se Hrvatska može ponositi.

Danas u turizmu sve češće dolazi do pojave novih trendova uzrokovanih promjenjivim gospodarskim uvjetima, pojavom novih tehnologija, globalizacijom, izmijenjenim ponašanjem turista, itd. Nastanak novih tržišta je stoga uvjetovan promjenom tradicionalnih motiva odmora koji više nisu dovoljni da bi zadovoljili potrebe korisnika koji sve više istražuju i sami tragaju za novim sadržajima u turizmu u kojima će pronaći traženo zadovoljstvo. Jedan od načina relaksacije i bijega od svakodnevice svakako je priroda dugoreškog krajolika koja svojim potrošačima nudi brojne načine ostvarenja kvalitetnog odmora kroz kajakarenje Mrežnicom, rafting, kupanje, ribolov, biciklizam, planinarenje Vinicom, pješčenje, šetnje, itd.

Duga Resa slovi kao grad aktivnog odmora i uz njezine prirodne i tradicijske ljepote skatepark bi se neminovno dobro uklopio. Ovaj sve popularniji oblik sporta pripomogao bi da grad dođe na glas kao grad otvorene svijesti, a turistima i lokalnom stanovništvu pružila bi se prilika za rekreaciju, zabavu i zdravlje. Međutim, da bi se ovo ostvarilo nužno je razmotriti utjecaj ljudskog faktora.

## 4. 2. Problem ljudskih resursa

Turizam je usko vezan uz čovjeka i pretpostavka za kvalitetnu turističku uslugu polazi od destinacije u koju turist ide. Stanovništvo koje obitava na promatranom području, ako ne posjeduje određene kvalitete ugrožava receptivno područje.<sup>38</sup> Prostorno planiranje i adekvatno obrazovanje kadrova važni su čimbenici turizma. Ljudski resursi podrazumijevaju radnu snagu, ali i stanovništvo koje živi na području na kojem se odvijaju turističke djelatnosti.

Konkretno, na području karlovačke županije po pitanju izgradnje skateparka trenutno ne postoji dovoljno zainteresiran skup ljudi koji bi radio s istom svrhom i ciljevima. Ljudski faktor ima snažan utjecaj na smjer u kojem ide neka sportska organizacija. Zbog toga ista vrsta sportske organizacije iz dva različita grada, vođena različitim ljudima, može imati potpuno različite ciljeve iako zakon propisuje isti djelokrug i zadaće.<sup>39</sup> Najbolji primjer toga, s obzirom na temu rada, svakako je osječki Pannonian Challenge - najveća manifestacija ekstremnog sporta u regiji - koja se održava 16. godinu za redom s time da se ove godine u sklopu nje po prvi put održava svjetsko prvenstvo u BMX-u.

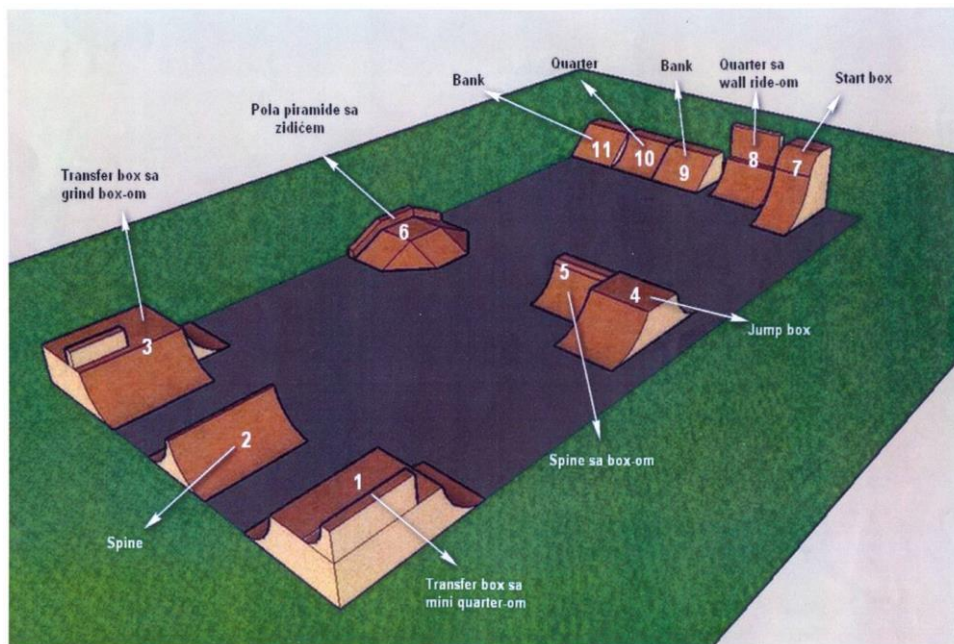
Shodno problematici ljudskih resursa valja napomenuti inicijativu iz 2009. godine kada je udruga Poluga pokrenula peticiju za izgradnju skate i bike parka na Vunskom polju u Karlovcu. Prostor je projektiran tako da zadovolji standarde ozbiljnih natjecanja čime je karlovački park imao predispoziciju postati jednim od najboljih u državi, rame uz rame s osječkim (Pannonian Challenge). Grad Karlovac je podržao projekt ustupanjem igrališta na Vunskom polju, ali financijski nije izdvojio nikakva sredstva da bi potpomogao kvalitetnu izradu elemenata. Osim toga, trebali su asfaltirati područje i providjeti rasvjetu koja bi onemogućila noćno vandaliziranje, ali nažalost sve je ostalo samo na riječima. Autor projekta, Aleksandar Manojlović, također nije imao sreće sa sponzorima jer se firma koja je trebala sudjelovati u izgradnji skateparka i koja ih je obećala djelomično sponzorirati jednostavno prestala javljati na njihove pozive. Iako su karlovački građani potpisima podržali inicijativu projekt je, zbog slabog interesa Grada i nedostataka sponzora, naposljetku ipak zamro.

---

<sup>38</sup> Bilen, Miljenko. Turizam i okoliš, Zagreb: Mikrorad d.o.o., 2008., str. 16

<sup>39</sup> Papić A.: "Upravljanje športskim organizacijama," [hrcak.srce.hr/file/83053](http://hrcak.srce.hr/file/83053), 30.05.2015., str. 3

Slika 5: Projekt skate/bike parka na Vunskom polju u Karlovcu



Izvor: iz interne arhive autora

Na slici je prikazano karlovačko Vunsko polje na kojemu su strateški postavljeni i raspoređeni elementi nužni za izvođenje skokova i trikova BMX i skate vozača. Riječ je o projektu skate/bike parka na kojemu se radilo 2009.godine. Budući da se ljudi i organizacije oblikuju pod utjecajem iskustava iz prošlosti i okolnosti u kojima se nalaze<sup>40</sup> nužno je istaknuti kako zainteresiranost za ponovno pokretanje projekta skateparka nije odveć velika.

Odnedavno je inicijativa mladih dugoreških skatera dobila na besplatno korištenje prostor bivšeg Mulja u podrumu zgrade tvrtke Mrežnica (vidljivo niže na slici 6) zahvaljujući direktoru Željku Kekiću koji im ga je dodijelio na tri godine. S obzirom na prethodna iskustva ovaj se slučaj svakako može smatrati napretkom budući da je to također trenutno jedini indoor skatepark u Hrvatskoj, ali je i dalje nedostatan za daljnji turistički napredak ukoliko se ne zadovolji utjecaj ljudskog faktora.

<sup>40</sup> Papić A., op. cit., str. 3

Slika 6: Prostor zatvorenog skateparka u Mulju



Izvor: Radio Mrežnica, <http://www.radio-mreznica.hr>, 25.11.2015.

Da bi neki prostor postao turistička destinacija nije presudna njezina veličina, ni geopolitičke granice, već sposobnost privlačenja turista i cjelovitog zadovoljenja kompleksne turističke potrebe. Kreiranje sportsko-rekreacijskih programa zahtijeva kvalitetno planiranje ulaganja u sportske objekte, opremu, rekvizite te stručne kadrove koji će voditi sportsko-rekreacijske programe, sportske animatore te djelatnike koji će održavati objekte i opremu.<sup>41</sup> Ovo je, nažalost, ono što nedostaje Dugoj Resi i općenito karlovačkoj županiji kada je riječ o izgradnji skateparka.

---

<sup>41</sup>Hodak Z., Hodak M., Uloga menadžmenta u razvoju sportsko-rekreacijskih programa u turizmu, TVT d.o.o., Zagreb, Visoka poslovna škola, Zagreb, [hrcak.srce.hr/file/83387](http://hrcak.srce.hr/file/83387), 05.06.2015., str. 7-8

## 5. PRETPOSTAVKE ZA RAZVOJ SKATEPARKA U DUGOJ RESI

Skateboarding, freestyle BMX vožnja te in-line skating (poznatiji možda kao adrenalinski sportovi) postali su iznimno popularni jer privlače ljude različitih dobnih skupina, spola i etničkih pozadina. Praćenjem medija moguće je uočiti porast popularnosti ovih adrenalinskih sportova.

Međutim, bavljenje adrenalinskim sportovima zahtijeva određene sportske poligone. Zbog nedostatka takve vrste javne sportske površine u gradu Duga Resa, ali i okolici sportaši koji se bave ovime primorani su služiti se različitim javnim i privatnim površinama koje im odgovaraju za izvođenje određenih trikova. Takve aktivnosti, nažalost, rezultiraju oštećenjem javne imovine, a potom i kaznama. Skatepark, s druge strane, ako je ispravno izgrađen i uklopljen u ostatak turističke ponude grada može doprinijeti cjelokupnom smanjenju antisocijalnog ponašanja, potaknuti na aktivan i zdrav životni stil podizanjem svijesti o dostupnim metodama rasonode te pogodnostima koje proizlaze iz toga, naročito za mlade ljude koji bi kroz skatepark imali priliku ostvariti svoj potencijal.

Korištenje sportskog poligona i opreme, škole učenja raznih sportskih vještina, sportske igre, turniri i razna natjecanja, sportsko-zabavne atrakcije samo neki su od sportsko-rekreacijskih programa koji bi se pojavili kada bi skatepark postao sastavni dio turističke ponude Duga Rese, a ujedno i cijele županije. Potrebno je istaknuti da o kvaliteti pružene usluge ovisi zadovoljstvo turista što pak utječe na želju turista za ostankom ili povratkom u destinaciju, ali i na strukturu i visinu potrošnje turista. Budući da planiranje predstavlja osnovu za obavljanje svih ostalih funkcija menadžmenta, kako na makro razini tako i u turističkoj poslovnoj organizaciji, za svaki poduzetnički projekt potrebno je izraditi poslovni plan.<sup>42</sup>

Za skatepark u Dugoj Resi trenutno ne postoji konkretan nacrt projekta, ali je na zahtjev grada Duga Rese izrađen troškovnik za betonski skatepark čija je izgradnja zamišljena na prostoru betonskog "igrališta" kraj Konzuma, uz prugu, u kojemu je viđen veliki potencijalni prostor za potrebite sportske aktivnosti te za čiju su dodjelu mladi iz inicijative predali zahtjev. Troškovnik, uz popratne skice skateparka i betonskog igrališta nalazi se u

---

<sup>42</sup> Hodak Z., Hodak M., Uloga menadžmenta u razvoju sportsko-rekreacijskih programa u turizmu, TVT d.o.o., Zagreb, Visoka poslovna škola, Zagreb, hrcak.srce.hr/file/83387, 05.06.2015. str. 8-9

prilogu.

U razgovorima s dogradonačelnikom Zoranom Vilovićem naišlo se na dobru volju, potporu i kvalitetne savjete. Dogradonačelnik Vilović je potvrdio da se o tom platou promišlja već neko vrijeme kao o mjestu za ekstremnije sportove s obzirom da svi ostali – košarka, odbojka, nogomet, stolni tenis i drugi – već odavno imaju svoja mjesta za rad.<sup>43</sup>

U doba recesije nije jednostavno financirati nove programe u turizmu, ali ulaskom Hrvatske u EU otvorila se mogućnost korištenja strukturnih fondova putem kojih turizam Hrvatske dobiva priliku da razvija i unaprijedi ponudu svojih turističkih destinacija te time doprinese cjelokupnom razvoju hrvatskog gospodarstva.

Također je važno napomenuti da se većinom adrenalinskih sportova moguće baviti uz minimalne troškove – ne zahtijevaju posebne članarine, osobne trenere ni raspored vježbanja iako je navedeno svakako dobrodošlo, ondje gdje je to moguće. U slučaju njegove izgradnje, osim što bi poslužio kao atraktivna dopuna turističkog sadržaja, skatepark u Dugoj Resi bi mogao poslužiti kao odskočna daska za sve one koji se profesionalno žele baviti jednim od navedenih sportova i danas-sutra postati predstavnicima RH u tim sportovima u svijetu.

Uz pretpostavku da ostvare navedena promišljanja, postepenom promocijom i turističkim odzivom mogla bi se otvoriti vrata za nastanak zavidne scene na državnoj razini kroz organizaciju manifestacija i natjecanja (po uzoru na Pannonian Challenge u Osijeku) te pomoći promovirati društveno zbližavanje (npr. škole za početnike, koncerti i filmski festivali na terenu skateparka) i socijalna i moralna kompetentnost.

---

<sup>43</sup> Izvor: na temelju primarnog istraživanja koje je provedeno razgovorom s dogradonačelnikom Vilovićem te njegovim suradnicima u projektu skateparka



Slika 7: Pannonian Challenge XIII



Izvor: DNA portal, <http://www.dna.com.hr>, 05.06.2015.

Fotografija prikazuje BMX vozača na natjecanju u ekstremnim sportovima u Osijeku na prestižnoj sportsko-turističkoj manifestaciji Pannonian Challenge. Od skromnih početaka 1999. godine Pannonian Challenge danas nosi titulu najvećeg natjecanja u ekstremnim sportovima u našoj regiji, a ujedno ima i međunarodni značaj zbog velikog broja svjetski priznatih sportaša koji se svake godine natječu za titulu pobjednika.<sup>44</sup> Konkretno, na fotografiji se nalazi Aleksandar Manojlović, autor skate/bike projekta iz 2009. i ključna osoba sadašnje inicijative za izgradnju skateparka. Vrijedi napomenuti da se Aleksandar započeo baviti ovim sportom u ranim srednjoškolskim danima kada se, zbog nedostatka adekvatne infrastrukture, bio primoran služiti ulicom za treniranje i usavršavanje trikova. Osim toga, osobno je gradio drvene rampe i tzv. *dirt* staze (staze za vožnju načinjene od zemlje) u šumi u Mrzлом Polju gdje je živio. Od potpuno nepoznate osobe Aleksandar je sa svojim je uspjesima u natjecanjima diljem Hrvatske i Europe u vrlo kratkom vremenu stekao popularnost po čemu ga mnogi koji su dio tog svijeta i danas itekako prepoznaju. Nažalost, usprkos ogromnoj želji, volji i ljubavi prema ovome sportu Aleksandar se morao "umiroviti" jer je on u nas potpuno zanemaren i od njega se jednostavno nije moglo živjeti.

<sup>44</sup> Pannonian Challenge, <http://www.pannonian.hr>, 19.07.2016.

## 5.1. Ocjena analize budućeg razvoja

Na temelju podataka analize situacije Grada Duga Rese i Strategije razvoja turizma grada Karlovca 2012. – 2020. te podataka dobivenih iz razgovora s predstavnicima inicijative skateparka u Dugoj Resi napravljena je SWOT analiza. Iz SWOT analize najbolje su vidljive prednosti i nedostaci za funkcioniranje turističke destinacije u potpunosti s obzirom na skatepark. Postojeće stanje vuče se kroz analize godinama. Ipak, napredak je vidljiv, ali malen.

SNAGE:	SLABOSTI:
<ul style="list-style-type: none"><li>- bogato prirodno naslijeđe</li><li>- povoljan geostrateški položaj</li><li>- cestovna mreža prometnica u zadovoljavajućem stanju</li><li>- bogata i raznolika kulturno-spomenička baština</li><li>- kvalitetan sportski potencijal</li><li>- velik broj sportskih klubova</li><li>- tradicionalne manifestacije</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- nedostatak suradnje</li><li>- nedostatak financijskih sredstava</li><li>- nedostatak sportskih poligona (otvorenih i kvalitetno uređenih)</li><li>- nedostatak atrakcija kao mjesta privlačenja turista</li><li>- negativna prošla iskustva</li><li>- nedostatak turističke ponude i nedovoljan broj smještajnih kapaciteta za veći razvoj turizma</li></ul>

PRILIKE:	PRIJETNJE:
<ul style="list-style-type: none"><li>- organizacija i što kvalitetnija promocija sportskog potencijala</li><li>- blizina poznatih destinacija i velika koncentracija turista u neposrednoj blizini</li><li>- postojanje strukturnih fondova EU</li><li>- napuštene/devastirane lokacije koje svojom obnovom i prenamjenom mogu pridonijeti razvoju turizma</li><li>- promjene u koje ne treba uložiti veliki trud</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- nedostatak financija</li><li>- utjecaj ljudskog faktora</li><li>- loša percepcija stanovništva</li><li>- pri uvođenju novih sadržaja problemi su financije, manjkovi stručnog kadra, spora i neučinkovita administracija, razni zakoni</li><li>- mogućnost odljeva mladih visokoobrazovanih ljudi iz Duga Rese</li></ul>

Izvor: Prilagođeno na temelju Strategije ukupnog razvoja Duga Rese 2008.-2013. te Strategije razvoja turizma grada Karlovca 2012.-2020.

Vozače BMX-a i skateboarda danas je posvuda moguće vidjeti. Na TV-u, filmovima, internetu i po mnogim gradskim četvrtima. Ovaj vrlo popularni sport ima mnoštvo gledatelja, ali i sudionika koje čine ljudi različite životne dobi i pozadine. Međutim, jedan od glavnih problema vezan uz ovo nedostatak je prostora na kojemu bi ti ljudi usavršavali svoje vještine. Dok se košarkaški ili nogometni tereni mogu pronaći u gotovo svakome mjestu, kada je riječ o vožnji skateboarda ili BMX-a njima nije ustupljeno nikakvo mjesto doli ulice. Mnogi od njih iskazuju neuobičajenu predanost svojem sportu da bi zauzvrat primili samo kazne.

Vrlo je bitna stavka, dakle, promjena percepcije lokalnog stanovništva u pogledu ovakve vrste adrenalinskih sportova koji su se u svijetu već razvili do te mjere da se razmišlja o tome kako da ih se uvrsti u Olimpijske igre. Potrebno je djelovati na povezivanju i usuglašavanju potreba i želja turista, lokalnog stanovništva, svih sudionika turističke ponude, ali isto tako i tijela vlasti (lokalne uprave i samouprave) na razini turističke destinacije.<sup>45</sup> Lokalno stanovništvo treba steći razumijevanje o koristima koje bi imali od izgradnje skate/bmx parka, a one se, između ostaloga, odlikuju smanjenjem antisocijalnog ponašanja, priljevom sredstava, mogućnošću zapošljavanja, itd.

Duga Resa, kao i karlovačka županija generalno, ima bogato prirodno i kulturno naslijeđe koje privlači turiste iz svih dijelova svijeta. Ljetni turizam ne svodi se više samo na "sunce i more" pa je od izrazite važnosti djelovati na unapređenje kontinentalnog turizma kroz nadopunjavanje postojeće ponude. Sam grad slovi kao grad aktivnog odmora i županija je prepoznata po primarnim turističkim proizvodima u vidu cikloturizma, kanuinga, raftinga, lova, ribolova, planinarenja te ruralnog i eko turizma. Logično je nastaviti se razvijati u tom smjeru i raditi na stvaranju kombiniranih turističkih proizvoda kroz povezivanje, primjerice, pustolovno-sportskog turizma s gastronomijom, kulturom ili manifestacijama.

Kao još jednu od prednosti za funkcioniranje turističke destinacije u odnosu na skatepark svakako treba navesti povoljan geoprometni položaj. Povoljan položaj i neposredna blizina drugih poznatih turističkih destinacija može poslužiti kao idealno mjesto za izgradnju skateparka. Turisti koji posjećuju grad zbog aktivnog odmora u njemu bi si mogli pronaći dodatni poticaj za produljenje boravka a one pasivnije naravi moglo bi zainteresirati održavanje manifestacija na lokaciji skateparka bilo da se radi o natjecanjima, filmskim ili

---

<sup>45</sup> Hodak Z., Hodak M., Uloga menadžmenta u razvoju sportsko-rekreacijskih programa u turizmu, TVT d.o.o., Zagreb, Visoka poslovna škola, Zagreb, hrcak.srce.hr/file/83387, 05.06.2015. str. 8

glazbenim večerima. Također postoji mogućnost organizacije školica putem kojih bi se utjecalo na priljev deviznih sredstava.

Međutim, prije svega je potrebno ostvariti suradnju između zajednice postojećih vozača i Grada koji će financijski, ali i na druge načine potpomoći rast ove ideje. Treba iskoristiti mogućnosti strukturnih fondova Europske unije za osuvremenjivanje turističke ponude grada i županije na ovaj način. Vidljiva je i potreba za educiranjem kadrova, stručnim ljudima koji se razumiju u cijelu tematiku i koji će promišljeno voditi i organizirati sve aktivnosti vezane uz djelovanje skateparka.

## 6. ZAKLJUČAK

Kreativni programi kao dodatna ponuda u destinaciji mogu pridonijeti dužem boravku u destinaciji te upotpunjavanju slobodnoga vremena. Iz Strategije razvoja turizma RH do 2020. pustolovni i sportski turizam navedeni su kao primarni turistički proizvod karlovačke županije.

Temeljna prednost razvoja turizma karlovačke županije, a time i Duga Rese nalazi se u njezinom povoljnom geografskom položaju. Smještena na granici goranske i panonske Hrvatske, županija je dobro povezana s kontinentalnim i primorskim dijelovima zemlje.

Sportsko rekreacijski sadržaji u turizmu snažno utječu na formiranje turističke ponude i potražnje pa je karlovačka županija idealno mjesto za ovaj oblik turizma jer ima savršene preduvjete za njegov razvoj, ali i tradiciju koju je potrebno njegovati i unaprjeđivati. Osim već omogućenih šetnji Vinicom, vožnje biciklom, lova, ribolova, kanuinga, raftinga i tradicionalnih sportova poput malog nogometa, odbojke i tenisa turisti, ali i lokalno stanovništvo, kroz skatepark u Dugoj Resi bi dobili bi priliku za jedan moderniji vid rekreacije, zabavu i zdravlje. Posjetiteljima bi, osim aktivnog sudjelovanja bilo omogućeno i pasivno sudjelovanje jer su zbog svoje zanimljivosti ovi sportovi doista izvrsni za gledanje.

Otvaranjem skateparka u Dugoj Resi bi se, stoga, potaknuo razvoj ovih sve popularnijih adrenalinskih sportova. Osim što bi omogućilo organizaciju natjecanja na županijskom, državnom i međunarodnom nivou zasigurno bi doprinijelo cjelokupnom smanjenju antisocijalnog ponašanja. Pomoglo bi u promoviranju društvenog zbližavanja, te socijalne i moralne kompetentnosti. Priređivanjem koncerata, organizacijom škola za početnike, druženjima i filmskim festivalima na području parka utjecalo bi se na promicanje zdravog načina života te podigla svijest o dostupnim metodama razonode i pogodnostima koje proizlaze iz toga.

Za privlačenje većeg broja posjetitelja putem skateparka važno je uložiti u kvalitetnu infrastrukturu. Pritom treba imati na umu materijale kojima se izrađuju elementi potrebni za izvođenje skokova i raznoraznih trikova te sam izgled parka. Danas mnogi stariji, iskusniji skateboarderi, pa čak i mnoge skaterske obitelji, često povezuju i planiraju svoje odmore i

vrijeme dokolice sa destinacijama koje u svojoj turističkoj ponudi imaju skatepark. Marketing od usta do usta zauzima sve značajnije mjesto u komunikacijskim aktivnostima, a u svijetu ovih adrenalinskih sportova dobar glas daleko se čuje.

Naravno, da bi skatepark zaživio i opstao također je važan utjecaj ljudskog faktora. Potrebni su ljudi s iskustvom i znanjem, ljudi koji će se znati nositi s raznoraznim pritiscima i uspješno voditi i upravljati aktivnostima na području parka. Međutim, ne može se zanemariti učinak sadržaja koji spadaju u kategoriju urbane kulture. Ako se želi ići ukorak s vremenom i značajno utjecati na kreiranje imidža destinacije ove sportske aktivnosti se moraju uzeti za ozbiljno i nešto se konačno mora poduzeti. Uloženo će se nesumnjivo vratiti s vremenom, a to će se najbolje vidjeti kroz priljev sve većeg broja posjetitelja kao što je to vidljivo na primjeru skateparka u Osijeku, nama najbližeg i najboljeg primjera.

Usprkos pojedinim preprekama može se zaključiti da grad Duga Resa ima predispozicije za uspješno provođenje skatepark projekta, ali i potencijal stvaranja zavidne scene na državnoj razini s obzirom na to da se kvaliteta ponude neprestano mora inovirati. Ljudi koji se godinama trude i nastoje izboriti za skatepark nisu zanemarivi i njihove napore svakako treba valorizirati.

## POPIS LITERATURE

- Bilen, M., Turizam i okoliš, Zagreb: Mikrorad d.o.o., 2008.
- Bartoluci M. i Škorić S.: Menadžment sportskog i nautičkog turizma, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2009.
- Čorak S., Mikačić V.: Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno Institut za turizam, Zagreb, 2006.
- Geić S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011.
- Hodak Z., Hodak M., Uloga menadžmenta u razvoju sportsko-rekreacijskih programa u turizmu, TVT d.o.o., Zagreb, Visoka poslovna škola, Zagreb, hrcak.srce.hr/file/83387
- Lew, A. A., A Framework of Tourist Attraction Research, Annals of Tourism Research, 1987.
- Luković, T.: Selektivni turizam, hir ili znanstveno-istraživačka potreba, Acta Turistica Nova, 2008.
- Papić A., Upravljanje športskim organizacijama, Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu, Vol.1, No.1 Ožujak 2010., str. 1-7
- Skoko B., Vukasović I., Organiziranje međunarodnih sportskih događaja kao promotivni i ekonomski alat države, Tržište: časopis za tržišnu teoriju i praksu, Vol.20, No.2, prosinac 2008.
- Škorić S., Edukacija stručnjaka sporta u turizmu, Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu, Vol.1, No.1 Ožujak 2010., str. 1-7
- Ružić, D., Marketing u turističkom ugostiteljstvu, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2007.

## OSTALI IZVORI:

- Grad Duga Resa, Mjere razvoja, [http://dugaresa.hr/images/stories/Mjere\\_razvoja.pdf](http://dugaresa.hr/images/stories/Mjere_razvoja.pdf), 29.06.2015., str. 1-11
- Hrvatski kineziološki savez, <http://www.hrks.hr>, 16.07.2016.
- Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020., [http://www.mint.hr/UserDocsImages/130205\\_Strategija-turizma-do2020.pdf](http://www.mint.hr/UserDocsImages/130205_Strategija-turizma-do2020.pdf), 28.06.2015., str. 1-89
- Organizatori, <http://www.organizatori.hr>, 30.04.2015.
- Pannonian Challenge, <http://www.pannonian.hr>, 19.07.2016.

Portal za škole, [www.skole.hr](http://www.skole.hr), 31.05.2015.

Poslovni dnevnik, Turizam i sport – razvojni aspekti, <http://www.poslovni.hr/mobile/turizam-i-sport-razvojni-aspekti-38965>, 27.05.2015.

Turistička zajednica Duga Resa, [www.tz-dugaresa.hr](http://www.tz-dugaresa.hr), 28.05.2015.

VBZ, <http://www.vbz.hr>, 25.05.2015.

Vodič za investitore, Grad Duga Resa <http://dugaresa.hr/wp-content/uploads/2015/03/Vodic-za-investitore-v1.0.pdf>, 06.07.2015.



## POPIS SLIKA

Slika 1: županije u Republici Hrvatskoj i položaj karlovačke županije	11
Slika 2: udaljenost Duge Rese od važnijih hrvatskih i europskih gradova	13
Slika 3: rijeka Mrežnica	16
Slika 4: primjer izgleda skateparka	20
Slika 5: projekt skateparka na Vunskom polju u Karlovcu	23
Slika 6: prostor zatvorenog skateparka u Mulju	24
Slika 7: Pannonian Challenge XIII	27

## POPIS TABLICA

Tablica 1: Učinci sporta u turizmu	9
Tablica 2: Gradovi i općine karlovačke županije	12

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Indeks razvijenosti gradova karlovačke županije

15