

UTJECAJ SPORTSKIH NATJECANJA NA TURIZAM REPUBLIKE HRVATSKE

Živčić, Ivan

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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:128:672122>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**



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

Ivan Živčić

**UTJECAJ SPORTSKIH NATJECANJA NA TURIZAM
REPUBLIKE HRVATSKE**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2023.

Ivan Živčić

**UTJECAJ SPORTSKIH NATJECANJA NA TURIZAM
REPUBLIKE HRVATSKE**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove specifičnih oblika turizma

Mentor: dr. sc. Mateja Petračić, prof.struč.stud.

Matični broj studenta: 0618619020

Karlovac, studeni 2023.

ZAHVALA

Želim izraziti svoju duboku zahvalnost mojoj mentorici dr. sc. Mateji Petračić, na njezinom strpljenju, razumijevanju i podršci tijekom izrade ovog završnog rada.

Također, želim se zahvaliti svim svojim kolegama koji su pomogli i olakšali moje studiranje.

Posebno bih želio istaknuti svoju obitelj i izraziti im veliku zahvalnost za njihovu neprestanu podršku i pomoć kako tijekom izrade ovog rada, tako i tijekom cijelog mog studijskog puta.

SAŽETAK

Sportska natjecanja iz godine u godinu privlače sve veći broj posjetitelja, promoviraju turističku destinaciju te doprinose povećanju turizma. Sportska natjecanja konstantno privlače sve veći broj posjetitelja, stoga se kroz ovaj rad želi prikazati na koji način i u kojoj mjeri utječu na turizam Republike Hrvatske. Sportska natjecanja mogu se definirati kao organizirano natjecanje sportskih ekipa ili sportaša pojedinaca koje organizira i vodi pravna ili fizička osoba ovlaštena za organiziranje i vođenje sportskog natjecanja. U velikoj mjeri utječu na turizam destinacije na kojoj se održavaju tako što povećavaju potrošnju, broj dolazaka i noćenja te utječu i na prepoznatljivost Republike Hrvatske u svijetu. Proteklih nekoliko godina sportski turizam u Republici Hrvatskoj postao je popularniji zbog iznimnih uspjeha hrvatskih sportaša. Neki od najpoznatijih i najposjećenijih natjecanja su nogometne utakmice, teniski turniri, automobilske, biciklističke i druge utrke. Sport i turizam predstavljaju interakciju koja neprestano napreduje i otvara nove mogućnosti za razvoj destinacija. Republika Hrvatska, s bogatom sportskom tradicijom i prirodnim ljepotama, ima značajan potencijal za daljnji razvoj sportskog turizma.

Ključne riječi: Republika Hrvatska, sportska natjecanja, turizam, turistička destinacija

SUMMARY

Sports competitions attract an increasing number of visitors from year to year, promote the tourist destination and contribute to the increase of tourism. Sports competitions constantly attract an increasing number of visitors, so this thesis aims to show in what way and to what extent they affect the tourism of the Republic of Croatia. Sports competitions can be defined as an organized competition of sports teams or individual athletes organized and managed by a legal or natural person authorized to organize and manage a sports competition. To a large extent, they affect the tourism of the destination where they are held by increasing consumption, the number of arrivals and overnight stays, and they also affect the recognition of the Republic of Croatia in the world. In the past few years, sports tourism in the Republic of Croatia has become more popular due to the exceptional success of Croatian athletes. Some of the most famous and most visited competitions are football matches, tennis tournaments, car, bicycle and other races. Sport and tourism represent an interaction that is constantly progressing and opening up new opportunities for the development of destinations. The Republic of Croatia, with its rich sports tradition and natural beauty, has significant potential for the further development of sports tourism.

Keywords: Republic of Croatia, sports competitions, tourism, tourist destination

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. Predmet i cilj rada | 2 |
| 1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja | 2 |
| 1.3. Sadržaj i struktura rada | 2 |
| 2. SPORTSKA NATJECANJA | 4 |
| 2.1. Definicija sportskih natjecanja | 4 |
| 2.2. Povijest sportskih natjecanja | 4 |
| 2.3. Vrste sportskih natjecanja | 5 |
| 3. HRVATSKA KAO SPORTSKA TURISTIČKA DESTINACIJA | 8 |
| 3.1. Analiza stanja | 8 |
| 3.1.1. Prostorni, demografskim i gospodarski aspekt | 8 |
| 3.1.2. Resursna i atrakcijska osnova | 9 |
| 3.1.3. Turistička ponuda | 10 |
| 3.1.4. Turistička potražnja | 13 |
| 3.1.5. Analiza konkurentske pozicije | 15 |
| 4. UTJECAJ SPORTSKIH NATJECANJA NA TURIZAM REPUBLIKE HRVATSKE | 18 |
| 4.1. UEFA i FIFA natjecanja | 18 |
| 4.1.1. Klupska i reprezentativna natjecanja | 18 |
| 4.1.2. Utjecaj na turizam: privlačenje ljubitelja nogometa, povećanje turističke potrošnje | 19 |
| 4.2. Svjetski kup u skijanju – Snježna kraljica | 21 |
| 4.2.1. Održavanje natjecanja u Zagrebu | 22 |
| 4.2.2. Utjecaj na turizam: promocija Zagreba kao zimske sportske destinacije, povećanje broja posjeta i noćenja | 23 |
| 4.3. ATP turnir – Croatia Open Umag | 26 |
| 4.3.1. Održavanje turnira u Umagu | 26 |
| 4.3.2. Utjecaj na turizam: promocija grada Umaga kao sportske ljetne destinacije | 27 |
| | 28 |
| 4.4. WRC Croatia Rally | 28 |
| 4.4.1. Održavanje relija u Hrvatskoj | 29 |
| 4.4.2. Utjecaj na turizam: promocija regija, privlačenje ljubitelja automobilizma . | 29 |
| 4.5. CRO Race | 30 |
| 4.5.1. Održavanje biciklističke utrke u Hrvatskoj | 31 |

| | |
|--|-----------|
| 4.5.2. Utjecaj na turizam: promocija regija kroz koje prolazi CRO Race | 31 |
| 4.6. Pozitivni i negativni učinci organiziranja sportskih natjecanja..... | 33 |
| 5. BUDUĆNOST SPORTSKOG TURIZMA U HRVATSKOJ | 36 |
| 6. ZAKLJUČAK..... | 37 |
| LITERATURA..... | 38 |
| POPIS SLIKA..... | 41 |
| POPIS TABLICA | 42 |
| POPIS GRAFIKONA | 43 |

1. UVOD

Sportska natjecanja iz godine u godinu privlače sve veći broj gledatelja, istovremeno promovirajući turističke destinacije i pridonoseći dinamičnom povećanju turizma. Ona obuhvaćaju raznolik spektar sportskih disciplina koje privlače sve veći broj gledatelja i sudionika. Ovaj trend ima značajan potencijal za promociju turističkih odredišta i stvaranje poticajnog okruženja za turistički sektor. Natjecanja se međusobno razlikuju prema vrsti sportova i kategorijama, pružajući raznoliku ponudu koja pozitivno utječe na turističke destinacije. Sve veća popularnost sportskog turizma odražava se u sve jačem interesu za sudjelovanjem u sportskim natjecanjima i praćenju sportskih događaja. Strast prema sportu i natjecanjima stvara ne samo nezaboravna iskustva za sudionike, već i atraktivne sadržaje za turiste. Ovaj faktor direktno potiče povećanu potražnju za smještajem, ugostiteljskim uslugama i različitim turističkim aktivnostima.

Posebno značajna je uloga sportskih natjecanja u promociji turizma Republike Hrvatske. U proteklim godinama, Hrvatska je postala domaćin raznih renomiranih sportskih događanja poput svjetskih prvenstava, europskih prvenstava i drugih međunarodnih turnira. Ova natjecanja ne samo da privlače strane sudionike i gledatelje, već i doprinose širenju svijesti o bogatoj turističkoj ponudi te potiču gospodarski razvoj. Cilj ovog istraživanja je temeljita analiza dinamičnog odnosa između sportskih natjecanja i turizma, istražujući načine na koje sportski događaji oblikuju turističku sliku Republike Hrvatske. Ovaj rad ima za cilj pružiti dublje razumijevanje načina na koje sportska natjecanja pridonose razvoju turizma i stvaraju pozitivnu percepciju Hrvatske kao atraktivne sportske destinacije.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog završnog rada je analiza utjecaja sportskih natjecanja na turizam Republike Hrvatske. Cilj rada je analizirati najvažnije sportske događaje i prikazati pozitivne rezultate u povećanju održavanja sportskih natjecanja na turizam lokalnih zajednica, a samim time i na turizam Republike Hrvatske. Nadalje, ovim radom prikazat će se utjecaj sportskih natjecanja na turistički promet, povećanje broja dolazaka, noćenja i financijskih rezultata turističkih destinacija.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Pri izradi rada korištene su metoda deskripcije, metoda analize i komparativna metoda. Za pisanje ovog završnog rada korišteni su sekundarni podaci prikupljeni iz stručne literature, knjiga i znanstvenih članaka koji su dostupni u knjižnicama i elektroničkim bazama podataka. Korišteni su i službeni internetski izvori. Za analizu važnosti sportskih natjecanja za turizam Republike Hrvatske korišteni su podaci preuzeti sa službenih stranica Državnog zavoda za statistiku.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Završni rad "Utjecaj sportskih natjecanja na turizam Republike Hrvatske" je podijeljen u šest poglavlja koja uključuju *Uvod* i *Zaključak*. U *Uvodu* se navode predmet i cilj rada, izvori i metode prikupljanja podataka te sadržaj i struktura rada.

Drugo poglavlje, *Sportska natjecanja*, uvodi u temu i govori o definiciji sportskih natjecanja, istražuje njihovu povijest te se analiziraju različite vrste sportskih natjecanja.

U trećem poglavlju se analizira trenutno stanje sportskog turizma u Republici Hrvatskoj. Kroz potpoglavlja koja se bave prostornim, demografskim i gospodarskim aspektima, resursnom i atrakcijskom osnovom, turističkom ponudom i potražnjom i konkurentskom pozicijom Republike Hrvatske, pruža se sveobuhvatan uvid u stanje.

Četvrto poglavlje, *Utjecaj sportskih natjecanja na turizam Republike Hrvatske*, donosi konkretne primjere sportskih natjecanja u Hrvatskoj. Prateći primjere kao što su UEFA i FIFA natjecanja, Svjetski kup u skijanju - Snježna kraljica, ATP turnir - Croatia Open Umag, Croatia Rally i Tour of Croatia, detaljno se analizira njihov utjecaj na turizam

lokalnih zajednica i Republike Hrvatske. Utjecaj se proučava kroz privlačenje ljubitelja specifičnih sportova, promociju turističkih destinacija i povećanje ukupnog turističkog prometa.

Peto poglavlje analizira budućnosti sportskog turizma u Hrvatskoj, razmatrajući potencijalne trendove i izazove.

U *Zaključku* su navedene najznačajnije činjenice i zaključci dobiveni izradom ovog rada.

2. SPORTSKA NATJECANJA

2.1. Definicija sportskih natjecanja

Zakon o sportu jedan je od temeljnih izvora sportskoga prava u Republici Hrvatskoj, kao utemeljene pravne grane s vlastitim specijalističkim pravnim i institucionaliziranim okvirom.¹ Predmet Zakona o sportu, odnosno ono što se tim zakonom uređuje jest: sustav sporta i sportske djelatnosti, stručni poslovi u sportu, sportska natjecanja, financiranje sporta, nadzor i ostala pitanja od značaja za sport.²

Prema Zakonu o sportu, čl. 55., st.1., sportsko natjecanje je organizirano natjecanje sportskih ekipa ili sportaša pojedinaca koje organizira i vodi pravna ili fizička osoba ovlaštena za organiziranje i vođenje sportskog natjecanja. Sportska natjecanja koja provode nacionalni sportski savezi ili njegove članice provode se sukladno Zakonu o sportu kojim se propisuju osnovni elementi sustava natjecanja u različitim dobnim kategorijama i rangovima natjecanja od lokalne do nacionalne razine.

Hrvatski olimpijski odbor navodi da su sportska natjecanja aktivnosti kojima je svrha razvoj i unapređenje sporta, postizanje što boljih rezultata i sportskih dometa, afirmacija sporta, sportske udruge i svekolikog hrvatskog sporta.

2.2. Povijest sportskih natjecanja

Sportska natjecanja su duboko ukorijenjena u ljudsku povijest, datirajući unatrag tisućama godina. Ovi događaji su evoluirali od oblika tjelesnih izazova i ritualnih obreda do modernih sportskih natjecanja koje poznajemo danas. Povijest sportskih natjecanja ogleda se u različitim kulturama i civilizacijama širom svijeta.

Jedan od najranijih primjera sportskih natjecanja potječe iz drevne Grčke, gdje su olimpijske igre prvi put održane u Olimpiji 776. pr. Kr. Ove igre bile su posvećene grčkom bogu Zeusu i okupljale su atlete iz svih dijelova Grčke. Olimpijske igre postale su simbol sportskog duha, fair-playa i međunarodne suradnje.

U antičkom Rimu, rimski amfiteatri bili su domaćini raznih sportskih događanja

¹ Definiranje sporta u hrvatskim i međunarodnim pravnim aktima, <https://hrcak.srce.hr/file/376260> (03.08.2023.)

² Zakon o sportu, čl. 1., st. 1., <https://www.zakon.hr/z/300/Zakon-o-sportu> (03.08.2023.)

uključujući gladijatorske borbe i konjičke utrke. S vremenom, sportski događaji su postali sastavni dio rimske kulture i društva.

Srednji vijek donio je promjene u percepciji sportskih natjecanja. Natjecanja poput viteških turnira postala su popularna, gdje su vitezovi pokazivali svoje vještine u borbi i pobjeđivali svoje protivnike. Ovi događaji su često bili povezani s društvenim statusom i viteškim kodeksom.

U modernom dobu, sportska natjecanja doživjela su veliku transformaciju. U 19. stoljeću, počele su se osnivati prve sportske organizacije i savezi, a sportske igre poput Olimpijskih igara ponovno su oživjele. Pierre de Coubertin, osnivač modernih Olimpijskih igara, zaslužan je za promicanje sportskog duha, fair-playa i globalnog zajedništva kroz sport.³

Danas, sportska natjecanja pokrivaju širok raspon disciplina i događanja. Od Olimpijskih igara do svjetskih prvenstava u raznim sportovima, natjecanja privlače milijune gledatelja i sudionika širom svijeta. Povijest sportskih natjecanja odražava se u našem društvu kroz zajedništvo, težnju prema izvrsnosti i promicanje zdravog načina života.

2.3. Vrste sportskih natjecanja

Sportska natjecanja obuhvaćaju raznolik niz aktivnosti koje izazivaju sudionike fizički, mentalno i taktički. Sportska natjecanja se mogu podijeliti u različite vrste, svaka s vlastitim karakteristikama i ciljevima.

1. **Individualna sportska natjecanja:** ova natjecanja uključuju pojedinačne sudionike koji se natječu jedni protiv drugih. Primjeri individualnih sportova su atletika, plivanje, gimnastika i mnogi drugi. Individualni sportovi ističu osobne vještine pojedinca, tehnike i izdržljivost.
2. **Natjecanja u ekipnim sportovima:** u ekipnim sportovima skupine pojedinaca surađuju kako bi postigli zajednički cilj. Primjeri takvih sportova su nogomet, košarka i odbojka. Ekipna natjecanja ističu timski rad, komunikaciju i koordinaciju.

³ Riordan, J., & Krüger, A. *European Cultures in Sport, Examining the Nations and Regions*, Routledge, 2016.

3. **Olimpijska i višesportska natjecanja:** događaji poput Olimpijskih igara i Igara Commonwealtha obuhvaćaju različite sportove. Održavaju se Ljetne i Zimske Olimpijske igre. Trenutno 35 sportova ima status olimpijskih sportova.
4. **Borilački sportovi:** obuhvaćaju discipline u kojima se dva natjecatelja suočavaju u direktnom fizičkom kontaktu. Najpoznatiji borilački sportovi su boks, hrvanje i mačevanje. U ove sportove se još ubrajaju i sportovi japanskog (džudo, karate, nanbudo, džiju-džicu, kendo) i korejskog (taekwondo) podrijetla. Nastali su iz tradicionalnih borilačkih vještina Dalekog istoka, a njihova osnova leži u etičkom i filozofskom učenju, promatrajući život kao put prema prevladavanju životnih izazova te postizanju duhovne zrelosti kroz fizičke vježbe samoobrane.
5. **Natjecanja u utrkama:** fokusiraju se na brzinu i izdržljivost. Utrke na stazi i terenu, biciklističke utrke i maratoni spadaju u ovu kategoriju.
6. **Estetski sportovi:** estetski sportovi kombiniraju atletiku s umjetničkim elementima. Umjetničko klizanje, sinkronizirano plivanje i ritmička gimnastika spajaju tjelesnu snagu s kreativnošću.
7. **Ekstremni sportovi:** ekstremni sportovi uključuju visoku razinu rizika i adrenalina. Aktivnosti poput snowboardinga, penjanja na stijene i skateboardinga potiču sudionike do njihovih granica.
8. **Paraolimpijske igre:** natjecanja koja pružaju platformu sportašima s invaliditetom da pokažu svoje vještine.
9. **Profesionalne lige:** profesionalne sportske lige poput NBA ili NFL uključuju timove koji se natječu za naslove tijekom produženih sezona. Te lige privlače lokalnu i globalnu publiku.
10. **Amaterska natjecanja:** događaji amaterskog sporta namijenjeni su sudionicima koji se bave sportom iz rekreacijskih razloga. Lokalne utrke zajednice i događaji u dobrotvorne svrhe često spadaju u ovu kategoriju.
11. **Natjecanja za mlade i škole:** u Europi, Sportske igre mladih su najveći događaj u amaterskom sportskom svijetu. Potiču zdrav način života i tjelesnu aktivnost među mladima.

12. **Rekreativna natjecanja:** događaji koji su otvoreni sudionicima različitih razina vještina i usmjereni su na uživanje, a ne na intenzivno natjecanje.
13. **Virtualna sportska natjecanja:** s porastom tehnologije, virtualna sportska natjecanja, također poznata kao eSports, postala su popularna. Video igrači natječu se u organiziranim turnirima.⁴

⁴ Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=59859> (03.08.2023.)

3. HRVATSKA KAO SPORTSKA TURISTIČKA DESTINACIJA

3.1. Analiza stanja

3.1.1. Prostorni, demografskim i gospodarski aspekt

Republika Hrvatska se smjestila u jugoistočnoj Europi, gdje se miješaju kulturno-geografski utjecaji srednje Europe, Mediterana i Balkana. Veći dio teritorija pripada panonskom i panonsko-peripanonskom području – centralnoj i istočnoj Hrvatskoj te jadransko-mediteranskom – sjevernom i južnom obalnom području. Gorska Hrvatska čini vezu između ta dva područja. Teritorij Republike Hrvatske pruža se u obliku luka između Dunava na istoku i sjeverozapadne obale Istre na zapadu, rijeke Mure na sjeveru te Prevlake na jugu.⁵ Prometno-geografski položaj Hrvatske iznimno je povoljan i obilježen dodirima velikih europskih prostornih cjelina: Mediterana, Podunavlja, Alpa i Balkana. Njezin geostrateški položaj može se gledati kao prilika za razvoj posredničkih prometnih, gospodarskih i političkih funkcija između zapadne i srednje Europe te jugoistočne Europe i Bliskog istoka.⁶ Hrvatsku karakteriziraju ravnice koje dominiraju panonskim i panonsko-peripanonskim prostorom, posebno istočno. Gorski tereni i brežuljci čine središnju i gorsku Hrvatsku. Posebnost je razvedena obala s mnoštvom otoka, hridi i grebena, što Hrvatsku svrstava među najraznolikije europske obale. Zahvaljujući umjerenom klimatskom pojasu oko 45. paralele, Hrvatska ima umjerene klime s izražena četiri godišnja doba. Raznolikosti klime u lokalnim područjima pridonose reljefne karakteristike i blizina Jadranskog mora.

Prema podacima popisa stanovništva iz 2021. godine, broj stanovnika Hrvatske iznosi 3.871.833, od čega je 1.865.129 muškaraca (48,17%), dok je 2.006.704 žena (51,83%). U odnosu na popis iz 2011. godine, ukupan broj stanovnika smanjio se za 9,64%. Zanimljivo je primijetiti da je opadanje broja stanovnika najizraženije u nekoliko županija, pri čemu Vukovarsko-srijemska županija bilježi najveći relativni pad (20,28%), dok su Sisačko-moslavačka županija (19,04%), Požeško-slavonska županija (17,88%), Brodsko-posavska županija (17,85%) i Virovitičko-podravska županija (17,05%) također značajno pogođene ovim trendom.

Analizirajući dobnu strukturu, primjećuje se da udio stanovništva u dobi od 0 do 14

⁵ Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske, NN 106/2017, čl. 1.

⁶ Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske, NN 106/2017, čl. 2.

godina iznosi 14,27%, dok udio stanovništva u dobi od 65 i više godina iznosi 22,45%. Ova promjena u dobnoj strukturi ukazuje na starenje stanovništva Hrvatske.⁷

Kada je riječ o obrazovnoj strukturi stanovništva, primjećuju se promjene u odnosu na popis stanovništva iz 2011. godine. Broj osoba bez ikakvog obrazovanja smanjuje se, dok broj onih samo s osnovnim obrazovanjem također opada. S druge strane, povećava se broj osoba sa završenom srednjom školom i onih s višim stupnjevima obrazovanja.

Nepovoljne globalne okolnosti, uzrokovane ekonomskim posljedicama ruske invazije na Ukrajinu i naglašenim inflacijskim pritiscima, zasad nisu ozbiljnije narušile rast hrvatskog gospodarstva. Tijekom prvog polugodišta 2022., zabilježen je iznimno visok međugodišnji rast realnog bruto domaćeg proizvoda (BDP) od 7,4%. U istom razdoblju, ostvaren je međugodišnji rast prometa u maloprodaji od 3,4% te povećanje obujma industrijske proizvodnje za 2,8%. Također, građevinski radovi su zabilježili rast od 4,5% na međugodišnjoj razini. U sektoru turizma, broj turističkih noćenja je u prvoj polovici 2022. godine porastao za impresivnih 127,9%.⁸

3.1.2. Resursna i atrakcijska osnova

Hrvatska privlači posjetitelje svojim prirodnim blagom, kulturnom baštinom i raznolikim novim turističkim atrakcijama. More, obala, otoci, prirodne plaže te zelenilo i šuma na velikom dijelu teritorija čine značajne prirodne atrakcije. Hrvatska se ističe svojom iznimnom količinom zaštićenih prirodnih područja i europskom bioraznolikošću te ima veliki potencijal za razvoj turizma na manje razvijenim područjima uz rijeke poput Dunava, Save, Drave, Une, Kupe, Cetine i drugih te uz jezera i unutarnje vode.

Osim obalnih prirodnih ljepota kao što su nacionalni parkovi Brijuni, Kornati i Mljet, Hrvatska ima i raznovrsne krške atrakcije poput Plitvičkih jezera, rijeke Krke, stijena Velebita, špilja i ponora te jedinstvenih nacionalnih parkova na kopnu kao što su Risnjak, Žumberak, Lonjsko polje, Papuk i Kopački rit. U nekoliko nacionalnih parkova također se nudi hotelski smještaj (npr. Plitvička jezera, Brijuni, Mljet).

⁷ Državni zavod za statistiku, <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270> (09.08.2023.)

⁸ Obrazloženje makroekonomskih pokazatelja u prvom polugodištu 2022. godine, https://www.sabor.hr/sites/default/files/uploads/sabor/2022-09-30/102011/6_OBRASLOZENJE_MAKROEKONOMSKI_POKAZATELJI.pdf (09.08.2023.)

Bogata kulturna i povijesna baština također je značajan resurs za turizam u Hrvatskoj. Velik broj kulturnih dobara štiti UNESCO poput povijesne jezgre Dubrovnika, Šibensku katedralu, Dioklecijanovu palaču u Splitu, Eufrazijevu baziliku u Poreču te druga vrijedna kulturna dobra kao što su Pulski amfiteatar, povijesne jezgre grada Hvara i stonske zidine. Hrvatska ima više od tisuću dvoraca, kurija i utvrda, posebno na kontinentalnom dijelu, što je veliki potencijal za budući turizam. Također, Hrvatska ima jedan od najviših brojeva nematerijalne baštine zaštićene od strane UNESCO-a u Europi, rangirajući se tik iza Kine i Japana na svjetskoj razini. Unatoč ovim bogatstvima i atrakcijama, samo mali dio je potpuno iskorišten u turističkoj ponudi.⁹

3.1.3. Turistička ponuda

Turistom se smatra svaka osoba, bez obzira na dob i spol, koja izvan svojega stalnog mjesta boravka proboravi barem jednu noć u ugostiteljskom objektu za smještaj. Strani turist jest svaka osoba s prebivalištem izvan Republike Hrvatske koja privremeno boravi u Republici Hrvatskoj i provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj turista. Izletnika na jedan dan ne smatra se turistom.¹⁰

U tablici 1. se prikazuje broj smještajnih jedinica u različitim kategorijama smještaja za 2020., 2021. i 2022. godinu (stanje na 31. kolovoza). Vidljiv je porast broja smještajnih jedinica u 2022. godini za 617 objekata u odnosu na isto razdoblje u 2021. godini. Najveći porast se dogodio u skupini hotela i aparthotela.

Ukupan broj smještajnih jedinica u svim kategorijama kontinuirano je rastao tijekom razdoblja, s 1.391 jedinicom u 2020. godini, 1.436 u 2021. godini i 1.478 u 2022. godini. Navedeno ukazuje na rast turističkih kapaciteta u analiziranim godinama.

⁹ Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, NN 2/2023 (4.1.2023.)

¹⁰ Državni zavod za statistiku, Turizam u brojkama 2022, https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2023_dokumenti/230804_turizam_u_brojkama_2022_hrv.pdf (12.08.2023.)

Tablica 1. Broj smještajnih jedinica po vrstama objekta (stanje 31. kolovoza)

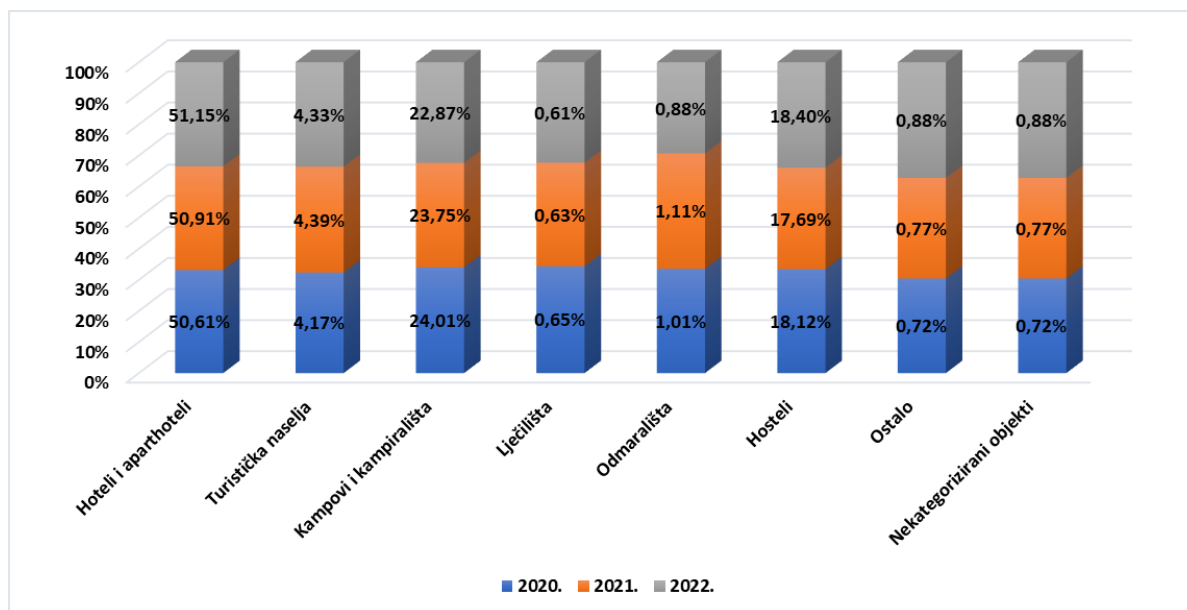
| SMJEŠTAJNE JEDINICE | GODINA | | | INDEKS | |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| | 2020. | 2021. | 2022. | 2021./20. | 2022./21. |
| Hoteli i aparthoteli | 704 | 731 | 756 | 103,84 | 103,42 |
| Turistička naselja | 58 | 63 | 64 | 108,62 | 101,59 |
| Kampovi i kampirališta | 334 | 341 | 338 | 102,10 | 99,12 |
| Lječilišta | 9 | 9 | 9 | 100,00 | 100,00 |
| Odmarališta | 14 | 16 | 13 | 114,29 | 81,25 |
| Hosteli | 252 | 254 | 272 | 100,79 | 107,09 |
| Ostalo | 10 | 11 | 13 | 110,00 | 118,18 |
| Nekategorizirani objekti | 10 | 11 | 13 | 110,00 | 118,18 |
| UKUPNO | 1.391 | 1.436 | 1.478 | 103,24 | 102,92 |

Izvor: Obrada autora na temelju: Državni zavod za statistiku, Turizam u brojkama 2022, https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2023_dokumenti/230804_turizam_u_brojkama_2022_hr_v.pdf (12.08.2023.)

Iz grafikona 1. je vidljivo da kategorija hotela i aparthotela čini najveći udio u smještajnim kapacitetima i taj udio je kontinuirano rastao tijekom razdoblja, od 50,61% u 2020. do 51,15% u 2022. godini. Iako kampovi i kampirališta čine značajan dio smještajnih kapaciteta, njihov udio u ukupnoj strukturi smanjivao se tijekom razdoblja s 24,01% u 2020. na 22,87% u 2022. godini.

Navedeno ukazuje na to da su hoteli i aparthoteli ostali preferirani izbor za smještaj tijekom navedenog razdoblja, dok su kampovi i kampirališta doživjeli blagi pad. Turistička naselja održavaju kontinuiranu stabilnost dok su ostale kategorije smještaja zadržale svoje relativno manje udjele u ukupnom smještaju.

Grafikon 1. Usporedba strukture smještajnih jedinica po vrstama objekta (stanje 31. kolovoza) za godine 2020., 2021. i 2022.



Izvor: Obrada autora, Državni zavod za statistiku, Turizam u brojkama 2022; Turizam u brojkama 2021

U razdoblju od 2020. do 2022. godine, turistički sektor bilježi značajan rast broja postelja. Ukupan broj postelja povećao se za 12,78%, dosegnuvši brojku od 1.219.806 u 2022. godini. Najveći rast zabilježen je u kategoriji Hotela i aparthotela, iako je rast usporio u 2022. godini.

Iz tablice 2. je vidljivo da su najznačajniji porasti broja postelja zabilježeni kod kategorija "Ostali smještaj", "Privatne sobe" te "Hoteli i aparthoteli". S druge strane, lječilišta su imala najveći pad u broju postelja. Ukupno gledano, broj postelja je značajno porastao, u 2022. godini je bilo 41.143 postelja više u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.

Tablica 2. Broj postelja po vrstama objekata (stanje 31. kolovoza)

| SMJEŠTAJNE JEDINICE | GODINA | | | INDEKS | |
|--------------------------|------------------|------------------|------------------|---------------|---------------|
| | 2020. | 2021. | 2022. | 2021./20. | 2022./21. |
| Hoteli i aparthoteli | 101.813 | 122.442 | 126.724 | 120,26 | 103,50 |
| Turistička naselja | 26.613 | 28.355 | 28.058 | 106,55 | 98,95 |
| Turistički apartmani | 10.665 | 10.690 | 10.634 | 100,23 | 99,48 |
| Kampovi i kampirališta | 253.537 | 264.101 | 269.174 | 104,17 | 101,92 |
| Privatne sobe | 672.743 | 731.745 | 762.063 | 108,77 | 104,14 |
| Lječilišta | 1.679 | 1.828 | 1.676 | 108,87 | 91,68 |
| Odmarališta | 1.328 | 1.738 | 1.654 | 130,87 | 95,17 |
| Hosteli | 12.241 | 15.894 | 17.263 | 129,84 | 108,61 |
| Ostali smještaj | 764 | 935 | 1.280 | 122,38 | 136,90 |
| Nekategorizirani objekti | 764 | 935 | 1.280 | 122,38 | 136,90 |
| UKUPNO | 1.082.147 | 1.178.663 | 1.219.806 | 108,92 | 103,49 |

Izvor: Obrada autora, Državni zavod za statistiku, Turizam u brojkama 2022; Turizam u brojkama 2021

Prosječni broj noćenja stranih turista u 2021. bio je veći od prosječnog broja noćenja domaćih turista u istoj godini, osim kod lječilišta gdje je broj noćenja domaćih turista bio veći. U 2022. godini, prosječni broj noćenja po dolasku stranih turista je pao u usporedbi s prethodnom godinom za većinu kategorija smještaja. Također, u većini kategorija smještaja kod domaćih turista je zabilježen pad prosječnog broja noćenja po dolasku u 2022. u odnosu na prethodnu godinu.¹¹

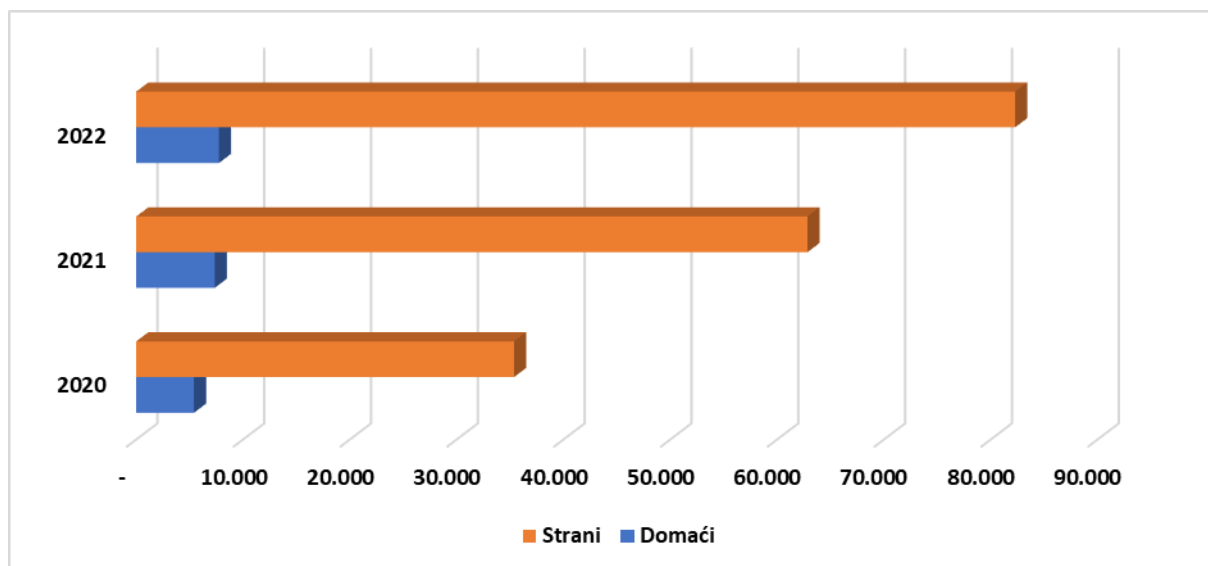
3.1.4. Turistička potražnja

Tijekom 2022. godine u Hrvatskoj je zabilježeno 18,9 milijuna dolazaka i čak 104,8 milijuna noćenja, što predstavlja povećanje od 37% u broju dolazaka i 25% u broju noćenja u usporedbi s 2021. godinom. Od tog ukupnog broja, strani turisti su ostvarili značajnih 92,3 milijuna noćenja, dok su domaći turisti doprinijeli s 12,5 milijuna noćenja. Važno je napomenuti da su ovi rezultati doveli do postizanja visokih 91% dolazaka i 96% noćenja u usporedbi s rekordnom 2019. godinom.

¹¹ Državni zavod za statistiku, Turizam u brojkama 2022, https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2023_dokumenti//230804_turizam_u_brojkama_2022_hrv.pdf (12.08.2023.)

Tijekom razdoblja od 2020. do 2022. godine, turistički sektor je ostvario značajan rast broja noćenja stranih i domaćih turista.

Grafikon 2 Usporedba broja noćenja stranih i domaćih turista za 2020., 2021. i 2022. godinu (u 000)



Izvor: Obrada autora, Državni zavod za statistiku, Turizam u brojkama 2022; Turizam u brojkama 2021

Najveći broj turističkih noćenja u 2022. godini zabilježen je u Istarskoj županiji (29,5 milijuna), Splitsko-dalmatinskoj županiji (19,5 milijuna) i Primorsko-goranskoj županiji (18,3 milijuna). Nakon njih slijede Zadarska županija s 14,9 milijuna noćenja, Dubrovačko-neretvanska s 8 milijuna noćenja te Šibensko-kninska županija s 6,8 milijuna noćenja. Kada se analiziraju rezultati pojedinih destinacija, ističu se Rovinj s 4,2 milijuna noćenja, Dubrovnik s 3,8 milijuna, Poreč s 3,4 milijuna, Split s 3,1 milijun noćenja te Medulin s 3 milijuna noćenja tijekom 2022. godine.

Najviše noćenja ostvarili su strani gosti iz Njemačke (24,9 milijuna), Slovenije (10,1 milijuna), Austrije (8,2 milijuna), Poljske (6,7 milijuna), Češke (6 milijuna), Italije (4,2 milijuna), Ujedinjene Kraljevine (3,7 milijuna), Slovačke (3,3 milijuna) i Nizozemske (3,3 milijuna). Kada se promatra vrsta smještaja, najveći broj noćenja zabilježen je u objektima u domaćinstvu (39,4 milijuna), zatim slijede hoteli (22,9 milijuna) i kampovi (20,8 milijuna).¹²

¹² HTZ, <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/u-2022-godini-ostvareno-vise-od-104-milijuna-nocenja> (12.08.2023.)

Prema podacima Hrvatske narodne banke (HNB), u razdoblju prvih devet mjeseci 2022. godine, prihodi od stranih turista iznosili su ukupno 11 milijardi i 641 milijun eura, što predstavlja rast od 43 posto u usporedbi s istim razdobljem u 2021. godini, odnosno povećanje prihoda za 3 milijarde i 527 milijuna eura. U usporedbi s prvih devet mjeseci 2019. godine, prihodi su porasli za čak 2 milijarde i 206 milijuna eura, što znači da su prihodi od stranih turista u 2022. godini viši za 23 posto u odnosu na isto razdoblje 2019. godine.¹³

3.1.5. Analiza konkurentne pozicije

Od strane Svjetskog ekonomskog foruma razvijen je relevantan i obuhvatan indeks (TTCI) koji mjeri konkurentnost turizma za oko 130 država svijeta. Objavljuje se svake dvije godine u sklopu opsežne studije „The Travel & Tourism Competitiveness Report“ te u današnje vrijeme postaje osnova za usporedbu među zemljama kao turističkim destinacijama. Temelj za izradu izvješća i potrebne analize su podaci od strane brojnih međunarodnih institucija iz područja ekonomije i turizma, partnerskih institucija u analiziranim zemljama, te od eksperata iz područja turizma.¹⁴

Od 2021. godine navedeni indeks mijenja naziv u TTDI (The Travel & Tourism Development Index). Indeks mjeri skup čimbenika i politika koji omogućuju održiv i otporan razvoj nacionalne turističke industrije, što zauzvrat doprinosi razvoju zemlje. Hrvatska postigla značajan napredak promatrajući rezultate TTCI-a u analiziranim Izvješćima od 2011. do 2019. godine, ostvarila je skok sa 34. mjesta na 27. mjesto među 140 analiziranih zemalja svijeta. Prema izvješću za 2021. godinu, sukladno novom TTDI okviru, Hrvatska je pozicionirana na 46. mjestu.

Cilj TTCI indeksa je da omogući obuhvatan strateški alat za mjerenje čimbenika i politika koji određenu zemlju kao turističku destinaciju čine konkurentnom na međunarodnom tržištu. Čine ga četiri agregatna područja (podindeksa):

- 1) podržavajuće okruženje za turizam,
- 2) turistička politika i položaj turizma,

¹³ HTZ, <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/u-2022-godini-ostvareno-vise-od-104-milijuna-nocenja> (12.08.2023.)

¹⁴ Travel & Tourism Development Index 2021, https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf (12.08.2023.)

3) fizička infrastruktura,

4) prirodni i kulturni resursi.

Svaki od podindeksa uključuje određene „stupove konkurentnosti“, kojih je ukupno 14 i oni čine temelj za izračun TTCI Indeksa, a to su poslovno okruženje, stabilnost i sigurnost, zdravlje i higijena, ljudski resursi i tržište rada, ICT tehnologije, važnost turističkog sektora, međunarodna otvorenost, cjenovna konkurentnost, održivi razvoj okoliša, infrastruktura zračnog prometa, Infrastruktura kopnenog i pomorskog prometa, turistička infrastruktura, prirodni resursi, kulturni resursi. Analizira se i broj on line pretraživanja o kulturnim i zabavnim sadržajima, zatim međunarodni sajmovi ili skupovi raznih udruženja koji, barem djelomično, uključuju poslovna putovanja.

Prema istraživanju konkurentnosti hrvatskog turizma u kontekstu članstva u Europskoj uniji vidljiv je kontinuirani višegodišnji rast turističkog prometa u Hrvatskoj (do izbijanja pandemije koronavirusa), njegov doprinos zapošljavanju i općenito nacionalnom gospodarstvu kroz financijske učinke. Iz toga možemo zaključiti kako je hrvatski turizam konkurentan, otporan na negativne utjecaje iz okruženja te kako predstavlja jedan od rijetkih segmenata u nacionalnom gospodarstvu koji se ravnopravno može nositi s međunarodnim konkurentima. Međutim, donekle detaljniji uvid i analiza kretanja ostalih pokazatelja poput pozicioniranosti u međunarodnim izvještajima za mjerenje konkurentnosti i izvršene usporedbe s ostalim državama; zatim analiza Satelitskog računa turizma Hrvatske; podaci o ostvarenim prihodima i potrošnji turista; analiza strukture smještajnih objekata; vremenska i prostorna distribucija ostvarenog turističkog prometa, kao i usporedbe različitih pokazatelja sa ostalim državama članicama EU ukazali su na određene strukturne probleme i ograničenja hrvatskog turizma. Isti se očituju u izrazito nepovoljnoj strukturi smještajne ponude u kojoj dominira obiteljski smještaj sa oko 65%, zatim relativno slaboj pozicioniranosti na ljestvicama konkurentnosti u odnosu prema usporedivim državama (prema izvješću WEF-a za 2019. godinu, Hrvatska se pozicionirala na 15. mjestu od 28 država EU mjereno TTCI indeksom), izrazito sezonski orijentiranom poslovanju, prevelikoj ovisnosti nacionalnog gospodarstva o turizmu (udio deviznih prihoda od turizma u ukupnom BDP-u iznosi u 2019. godini 18,9%), ograničenoj turističkoj ponudi, relativno niskoj potrošnji turista, nedostatnoj razini investicija i slaboj poslovnoj te ulagačkoj klimi. Hrvatska je naime na svjetskoj ljestvici konkurentnosti za inozemna ulaganja iz godine u godinu na nižoj razini. Prema istraživanju HNB-a (2021), u razdoblju od 2004. do 2019. vlasnička ulaganja u nefinancijska poduzeća

bila su razmjerno skromna 243 i najveći je dio tih ulaganja bio motiviran osvajanjem novog tržišta, a tek manjim dijelom povećanjem efikasnosti poslovanja.¹⁵

¹⁵ Čović K., *Kvantitativna analiza konkurentnosti hrvatskog turizma u kontekstu članstva u europskoj uniji*, doktorski rad, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2023.

4. UTJECAJ SPORTSKIH NATJECANJA NA TURIZAM REPUBLIKE HRVATSKE

4.1. UEFA i FIFA natjecanja

Hrvatski nogometni savez osnovan je 13. lipnja 1912. godine. Član FIFA-e je od 1941. godine, a formalno članstvo je službeno potvrđeno 3. srpnja 1992., kada je Hrvatska postala neovisna država. Hrvatski nogometni savez je stekao punopravno članstvo u UEFA-i 17. lipnja 1993. godine.¹⁶



Hrvatska nogometna liga je nastala 1992. godine, nakon raspada Jugoslavije, a natjecanjem upravlja Hrvatski nogometni savez. Tijekom natjecateljske sezone 2022./23., liga nosi službeni naziv SuperSport Hrvatska nogometna liga. Klubovi koji ostvaruju najveći uspjeh u SuperSport Hrvatskoj nogometnoj ligi dobivaju priliku sudjelovati u klupskim natjecanjima koja organizira UEFA. Broj klubova iz Hrvatske koji sudjeluju u UEFA-inoj Ligi prvaka, Europskoj ligi i Konferencijskoj ligi određuje se prema pristupnoj listi koju utvrđuje UEFA.

UEFA (Europska nogometna federacija) i FIFA (Međunarodna nogometna federacija) predstavljaju vodeće svjetske organizacije koje se bave organizacijom i upravljanjem nogometnim natjecanjima. Ove institucije igraju ključnu ulogu u razvoju i promociji nogometa diljem svijeta. Hrvatska je aktivni sudionik ovih natjecanja, kako na reprezentativnoj, tako i na klupskoj razini.¹⁷¹⁸

4.1.1. Klupska i reprezentativna natjecanja

UEFA i FIFA organiziraju razna klupska i reprezentativna natjecanja koja privlače pažnju milijuna navijača širom svijeta.

Klupska natjecanja poput UEFA-ine Lige prvaka, Europske lige i Konferencijske lige okupljaju navijače najjačih nogometnih klubova Europe. Utakmice privlače ogroman televizijski i medijski interes. Nogometni klubovi „SuperSport Hrvatske nogometne lige“ koji

¹⁶ HNS, dostupno na: <https://hns.family/hns/o-nama/povijest/> (13.08.2023.)

¹⁷ FIFA, dostupno na: <https://www.fifa.com/> (13.08.2023.)

¹⁸ UEFA, dostupno na: <https://www.uefa.com/> (13.08.2023.)

sudjeluju u klupskim natjecanjima u aktualnoj sezoni 2023./2024. su GNK Dinamo Zagreb, HNK Hajduk Split, HNK Rijeka i NK Osijek.

S druge strane, reprezentativna natjecanja poput Europskog prvenstva, Svjetskog prvenstva i Lige nacija donose zajedno reprezentacije iz raznih dijelova svijeta u borbi za prestižne titule. Hrvatska nogometna reprezentacija sudjeluje i na kvalifikacijskim turnirima za plasman na Europsko i Svjetsko prvenstvo

4.1.2. Utjecaj na turizam: privlačenje ljubitelja nogometa, povećanje turističke potrošnje

UEFA i FIFA natjecanja imaju velik utjecaj na turizam Republike Hrvatske. Ova prestižna natjecanja privlače tisuće navijača iz različitih zemalja koji putuju kako bi podržali svoje omiljene ekipe i igrače. Ovo privlačenje stranih gostiju dovodi do povećanja turističke potrošnje na smještaj, hranu, prijevoz i razne usluge, čime se značajno doprinosi lokalnom gospodarstvu.

Utjecaj ovih natjecanja proteže se i na promociju destinacije. Hrvatska, kao domaćin različitih UEFA i FIFA događaja, postaje vidljivija na globalnoj razini. Ova promocija povećava svijest o turističkim atrakcijama zemlje i potiče turiste da istraže više od samih sportskih terena.

Osvajanje svjetske bronce u Francuskoj 1998. godine, kada su "Vatreni" prvi put sudjelovali na svjetskoj smotri, ima neizbrisiv utjecaj na prepoznatljivost Hrvatske diljem svijeta. To je bila nevjerojatna predstava, a Davor Šuker je briljirao kao prvi strijelac natjecanja sa šest pogodaka.

Nadalje, na Svjetskom prvenstvu u Rusiji 2018. godine, generacija pod vodstvom izbornika Zlatka Dalića nadmašila je čak i legendarnu brončanu generaciju, stigavši do finala Svjetskog prvenstva gdje su se suočili s Francuskom. Iako su izgubili s rezultatom 4:2, "srebrne Vatrene" dočekalo je u Zagrebu više od pola milijuna oduševljenih navijača. Njihovi nastupi u Rusiji osvojili su srca cijele nacije.

Kapetan Luka Modrić istaknuo se kao najbolji igrač turnira, osvojivši Zlatnu loptu Svjetskog prvenstva. Osim toga, dobio je prestižne nagrade FIFA-e, UEFA-e i Zlatnu loptu France Footballa za najboljeg igrača svijeta 2018. godine.

Svjetsko nogometno prvenstvo u Rusiji privuklo je pažnju tri i pol milijarde ljudi. Finalna utakmica između Hrvatske i Francuske privukla je čak 1.12 milijarde gledatelja. Međunarodno nogometno tijelo (FIFA) ističe da je čak 3.572 milijarde gledatelja barem na trenutak zastalo pred televizijskim ekranima, prateći utakmice Svjetskog prvenstva koje su bile emitirane u svim dijelovima svijeta.

Više od 309 milijuna gledatelja pratilo je utakmice putem digitalnih platformi, u barovima, restoranima i na javnim mjestima. Finalna utakmica, u kojoj je Francuska pobijedila Hrvatsku rezultatom 4:2 i time postala svjetski prvak po drugi put u povijesti, bila je apsolutni vrhunac gledanosti turnira. Nakon nje najgledanija je polufinalna utakmica između Hrvatske i Engleske, gdje su "Vatreni" slavili s rezultatom 2:1 nakon produžetaka. Važno je istaknuti da je Hrvatska sudjelovala u obje najgledanije utakmice na Svjetskom prvenstvu.

Hrvatski nogometni reprezentativci osvojili su svijet svojim impresivnim igrama, ponašanjem, iznimnom borbenošću i karakterom. Njihov utjecaj na promociju hrvatskog nogometa, države i turizma teško je procijeniti. Osim utakmica Hrvatske reprezentacije na Svjetskom prvenstvu, svijet je s oduševljenjem pratio i spektakularan doček Vatrenih u Zagrebu koje je dočekalo pola milijuna ljudi iz svih krajeva Republike Hrvatske.

Vatreni su četiri godine kasnije osvojili brončanu medalju na Svjetskom prvenstvu u Kataru. Na putu do bronce, Hrvatska je u četvrtfinalu izbacila favorizirani Brazil, upisavši tako jednu od najvećih pobjeda u svojoj povijesti, a do trećeg mjesta stigla je zahvaljujući pobjedi protiv Maroka. Luka Modrić zaslužio je Brončanu loptu kao treći najbolji igrač prvenstva.¹⁹

¹⁹ Hrvatska nogometna reprezentacija, <https://hns-cff.hr/hns/o-nama/povijest/> (13.08.2023.)

Slika 1. Doček Vatrenih u gradu Zagrebu



Izvor: Gol.hr, <https://gol.dnevnik.hr/clanak/svjetsko-prvenstvo-2018/sve-sto-trebate-znati-o-posebnom-docek-u-za-srebrne-vatrene-u-gradu-zagrebu---524020.html> (13.08.2023.)

4.2. Svjetski kup u skijanju – Snježna kraljica

Svjetski kup u skijanju - Snježna kraljica je jedan od najvažnijih sportskih događaja koji se redovito održava u Zagrebu na Sljemenu. Ovaj prestižni skijaški događaj privlači najbolje skijaše i skijašice svijeta u samom srcu hrvatske prijestolnice.

Utrke Audi FIS Svjetskog skijaškog kupa u Hrvatskoj započele su 2005. godine kada je Hrvatski skijaški savez organizirao prvu žensku slalomsku utrku Svjetskog skijaškog kupa. Ovaj događaj je označio početak tradicije, a Zagreb je postao nezaobilazna destinacija za održavanje utrka Svjetskog kupa u skijanju.

Nakon toga, 2008. godine, ženskoj utrci pridružila se i muška utrka, te su zajedno postale poznate pod imenom "Snow Queen Trophy". Od prvih utrka pa sve do danas, Snow Queen Trophy su među najgledanijim i najpoznatijim utrkama u Svjetskom kupu, privlačeći pažnju ljubitelja skijanja iz cijelog svijeta.²⁰

²⁰ Snježna kraljica, <https://snowqueentrophy.com/o-nama/> (19.08.2023.)

Slika 2. Utrka Snježna kraljica



Izvor: Snježna kraljica, <https://www.croatiaweek.com/snow-queen-trophy-world-cup-womens-slalom-in-zagreb-given-green-light-by-fis/> (19.08.2023.)

4.2.1. Održavanje natjecanja u Zagrebu

U skijanju, Svjetski kup predstavlja najprestižnije natjecanje u kojem sudjeluju svi najbolji svjetski skijaši i skijašice. To natjecanje ima isti rang kao FIS Svjetsko prvenstvo i Olimpijske igre, što ga čini najvišim nivoom skijaškog natjecanja. Natjecanje se održava na padinama Sljemena, planine koja se uzdiže nad Zagrebom. Staza koja je poznata kao "Crveni spust" postaje prava skijaška arena gdje se skijaši natječu za pobjedu. Organizacija ovog natjecanja zahtijeva značajne pripreme, uključujući pripremu staze, osiguranje sigurnosnih mjera i stvaranje optimalnih uvjeta za skijanje.

Sljemenske utrke godišnje privlače najboljih 150 svjetskih slalomašica i slalomaša, te više od 400 članova ekipa iz otprilike 25 zemalja, koje dolaze s četiriju kontinenata. Organizacija ovih utrka tradicionalno je koncipirana kao višednevni događaj koji uključuje i centralni dio grada Zagreba. Osim samih utrka, Sljemenske utrke obuhvaćaju i mnoga popratna događanja kao što su javna izvlačenja brojeva, zabavni programi tijekom izvlačenja brojeva, ugostiteljske ponude, koncerti, događanja i zabavne igre za gledatelje na Sljmenu tijekom dana utrka te humanitarne utrke skijaških legendi.

Prošlih godina, na Sljemenskim utrka prisustvovalo je između 15.000 i 20.000 gledatelja tijekom dva dana održavanja utrka, među kojima je oko 3.000 stranih posjetitelja. Organiziran je prostor za gledatelje na Sljemeni, na mjestu nazvanom Krumpirište, s bogatim zabavnim programom, nagradnim igrama, ponudom hrane i pića. Svaka ulaznica uključuje besplatan prijevoz, hranu, piće i zabavu, što čini Sljemenske utrke jedinstvenima u svijetu.

Svake godine na ovim utrka akreditira se više od 500 novinara, fotoreportera i članova TV ekipa iz otprilike 20 zemalja svijeta. Zahvaljujući tome, slika s ovih utrka putuje diljem svijeta, promovirajući Zagreb i Hrvatsku kao atraktivnu turističku destinaciju, a također pridonosi globalnoj prepoznatljivosti hrvatskog sporta i sportaša.

4.2.2. Utjecaj na turizam: promocija Zagreba kao zimske sportske destinacije, povećanje broja posjeta i noćenja

Svjetski kup u skijanju - Snježna kraljica značajno utječe na turizam grada Zagreba. Ovaj događaj privlači pažnju medija, skijaša i gledatelja iz cijelog svijeta. Promocija Zagreba kao zimske sportske destinacije povećava interes turista za posjet grada tijekom zimske sezone. Povećanje broja posjeta dovodi do rasta turističke potrošnje, uključujući smještaj, ugostiteljstvo, prijevoz i druge usluge. Također, posjetitelji često produžuju svoj boravak kako bi istražili grad i njegove znamenitosti, što dovodi do povećanja broja noćenja.

Osim toga, Svjetski kup u skijanju - Snježna kraljica doprinosi stvaranju pozitivne slike o Zagrebu kao atraktivnoj destinaciji za sportske događaje. Navedeno ima dugoročni utjecaj na turizam, privlačeći posjetitelje ne samo zimi tijekom događaja, već i u drugim mjesecima.

Snježna kraljica je skijaški događaj s bogatom tradicijom koji ima značajan utjecaj na prepoznatljivost grada Zagreba diljem svijeta. Osim što promovira grad Zagreb kao turističku destinaciju, ova utrka također ima ključnu ulogu u promociji skijanja te širi globalnu svijest o hrvatskom sportu i sportašima, jačajući već snažan sportski brend Republike Hrvatske.

Organizacija Svjetskog skijaškog kupa na Sljemeni značajno pridonosi raznolikosti turističke ponude grada Zagreba i šire regije. Također, doprinosi ekonomskim koristima za

destinaciju putem povećanja dolazaka posjetitelja iz zemlje i inozemstva, produljenja boravka i veće potrošnje tijekom događaja.²¹

Utrke Svjetskog kupa na Sljemenu, uz značajne investicije grada Zagreba u unapređenje sustava zasneženja, omogućile su otvaranje Skijališta Sljeme za građanstvo ranije tijekom posljednje četiri godine. Ova inicijativa omogućila je svim ljubiteljima skijanja da uživaju u dužoj i kvalitetnijoj skijaškoj sezoni. Sljeme je postalo malo gradsko skijalište koje nudi mogućnost skijanja svim građanima Zagreba, bez obzira na to jesu li oniiskusni skijaši, turisti u posjetu Zagrebu iz susjednih zemalja ili drugih dijelova Hrvatske, mladi skijaši ili natjecatelji iz zagrebačkih i regionalnih klubova.

Ovaj produženi period skijanja na Sljemenu ima pozitivan učinak na lokalnu potrošnju jer smanjuje broj odlazaka i troškova za putovanja na inozemna skijališta. Tako se zadržava veći dio novca u lokalnim područjima i pridonosi razvoju skijaške kulture u Zagrebu i regiji.²²

U siječnju 2022. godine, u komercijalnim smještajnim objektima, Grad Zagreb je zabilježio najveći broj dolazaka i noćenja turista u Republici Hrvatskoj. Bilo je ukupno 42,6 tisuća dolazaka i 104,4 tisuće noćenja turista, što čini 24,7% svih dolazaka i 20,7% svih noćenja turista u Republici Hrvatskoj. Unatoč nastavku pandemije COVID-19, u siječnju 2022. Grad Zagreb je zabilježio porast dolazaka od čak 181,0% i porast noćenja od 145,0% u usporedbi s istim mjesecom prethodne godine (siječanj 2021.). No, u usporedbi sa siječnjem 2019., prije pandemije, Grad Zagreb je imao 23,8% manje dolazaka i 13,5% manje noćenja.

Domaći turisti su u siječnju 2022. ostvarili 15,1 tisuću dolazaka i 32,4 tisuće noćenja, što predstavlja povećanje od 82,6% u dolascima i 66,9% u noćenjima u odnosu na siječanj 2021. Međutim, u usporedbi s istim mjesecom 2019., bilježe se padovi od 7,8% u dolascima i 7,9% u noćenjima.

Što se tiče stranih turista, u siječnju 2022. ostvarili su 27,5 tisuća dolazaka i 72,0 tisuće noćenja, što označava porast od 298,8% u dolascima i 210,4% u noćenjima u odnosu na siječanj 2021. No, u usporedbi s istim mjesecom 2019., bilježe se padovi od 30,5% u

²¹ Snježna kraljica, <https://www.poslovniturizam.com/intervjui/vedran-pavlek-snjezna-kraljica-pridonosi-prepoznatljivosti-zagreba-i-sportskom-brendu-hrvatske/3737/> (19.08.2023.)

²² Snježna kraljica, <https://www.poslovniturizam.com/intervjui/vedran-pavlek-snjezna-kraljica-pridonosi-prepoznatljivosti-zagreba-i-sportskom-brendu-hrvatske/3737/> (19.08.2023.)

dolascima i 15,8% u noćenjima. U siječnju 2019. godine, strani turisti su ostvarili 39,6 tisuća dolazaka i 85,6 tisuća noćenja.²³

U siječnju 2022. godine, strani turisti činili su značajan udio od 69,0% u ukupnim noćenjima u Gradu Zagrebu. Bilježi se značajan rast noćenja stranih turista od 210,4% u usporedbi s siječnjem 2021. godine. Od ukupno ostvarenih 72,044 noćenja stranih turista, najveći broj noćenja ostvarili su turisti iz sljedećih zemalja: Rusije (19,1%), Italije (8,1%), Njemačke (7,0%), Bosne i Hercegovine (5,8%), Sjedinjenih Američkih Država (5,4%) i Francuske (4,4%).²⁴

Slika 3. Sljemenska skijaška staza iz zraka



Izvor: Snježna kraljica, <https://snowqueentrophy.com/o-nama/> (19.08.2023.)

²³ Snježna kraljica, dostupno na:

<https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/statistika/2022/turizam%202022/Turizam%20I.%202022.pdf> (19.08.2023.)

²⁴ Turizam u Gradu Zagrebu u siječnju 2022.,

<https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/statistika/2022/turizam%202022/Turizam%20I.%202022.pdf> (19.08.2023.)

4.3. ATP turnir – Croatia Open Umag

Croatia Open Umag, ATP teniski turnir, predstavlja značajan sportski događaj koji se održava od 1990. godine u predivnom primorskom gradiću Umagu, smještenom na zapadnoj obali Istre. Jedan je od najdugovječnijih sportskih događaja u Hrvatskoj koji privlači vrhunske teniske igrače i strastvene navijače iz cijelog svijeta.

ATP stadion se nalazi unutar kompleksa Stella Maris, smještenog na obali, s kapacitetom od 4.000 sjedećih mjesta. Stadion je udaljen svega 2 kilometra od centra grada Umaga. Plava Laguna, poznata turistička destinacija, nudi vrhunski smještaj posjetiteljima, a tijekom trajanja turnira također pruža priliku za sudjelovanje u događanjima poput Istria Gourmet Festivala i Umag Party Nights, dodatno obogaćujući iskustvo turista.

Slika 4. ATP Umag iz zraka



Izvor: ATP Umag, <https://www.croatiaopen.hr/hr/turnir/povijest-turnira/2022/fotografije/> (19.08.2023.)

4.3.1. Održavanje turnira u Umagu

Croatia Open Umag održava se svake godine tijekom srpnja. Ovaj turnir privlači teniske profesionalce i entuzijaste koji dolaze svjedočiti napetim mečevima na prepoznatljivim terenima uz more. Organizacija turnira zahtijeva temeljitu pripremu i suradnju različitih dionika kako bi se osigurao visoki standard i nezaboravno iskustvo za sve sudionike.

4.3.2. Utjecaj na turizam: promocija grada Umaga kao sportske ljetne destinacije

Croatia Open Umag ima značajan utjecaj na turizam Umaga i šireg istarskog područja. Turnir privlači strane i domaće posjetitelje koji dolaze podržati svoje omiljene teniske igrače. Povećanje broja posjeta tijekom turnira dovodi do rasta potražnje za smještajem, ugostiteljskim uslugama, prijevozom i drugim turističkim aktivnostima.

Osim toga, turnir ima pozitivan učinak na promociju Umaga kao atraktivne sportske destinacije. Mediji izvještavaju o događaju, a slike predivnih teniskih mečeva uz more šire se diljem svijeta. Ova promocija potiče interes turista da posjete Umag, istraže okolicu i uživaju u obali Jadranskog mora.

Umag svake godine privuče oko 100 tisuća posjetitelja iz svih dijelova svijeta. Tijekom turnira, više od 370 novinara prati događanja, a prijenos s turnira prenosi se u čak 100 zemalja, dosežući impresivnih 110 milijuna potencijalnih gledatelja širom svijeta.

Turnir u Umagu predstavlja veliku promociju kako za Istru tako i za Hrvatsku, budući da se prijenos teniskih mečeva iz Umaga distribuira širom svijeta putem ATP Media platforme. Svake godine, više od 7 milijuna gledatelja prati mečeve tijekom 2 tisuće sati televizijskih prijenosa na minimalno 35 internacionalnih TV mreža na pet kontinenata. Umaški ATP turnir je također osvojio brojne prestižne nagrade, uključujući vrijednu "ATP Award of Excellence". Posebno vrijedna je nagrada "Best Fan Experience" koja ističe zaraznu toplinu i pozitivno ozračje na turniru, kako ističu mnogi igrači i posjetitelji turnira.²⁵

S kontinuiranim održavanjem Croatia Open Umag turnira, Umag postaje prepoznatljiv kao destinacija koja spaja sportski duh i obalu te privlači turiste ne samo tijekom turnira, već i tijekom cijele godine.

²⁵ Plava Laguna Croatia Open, <https://www.croatiaopen.hr/hr/turnir/o-turniru/> (19.08.2023.)

Slika 5. ATP Stadion Goran Ivanišević



Izvor: Plava Laguna Croatia Open, <https://www.croatiaopen.hr/hr/turnir/o-turniru/> (19.08.2023.)

4.4. WRC Croatia Rally

Croatia Rally je reli natjecanje koje se održava u Hrvatskoj, donosi uzbuđenje i adrenalinske trenutke ljubiteljima automobilizma i brojnim sudionicima iz cijelog svijeta. Ovaj događaj okuplja najbolje reli vozače na svijetu u izazovnim utrkama po različitim terenima.

Hrvatska je prvi puta imala priliku organizirati jednu etapu Svjetskog prvenstva u reliju u 2021. godini. Ovo natjecanje je bilo dio Međunarodne automobilističke federacije (FIA) i bilo je uključeno u Kalendar Hrvatskog auto i karting saveza (HAKS). Također, ova etapa relija boduje se za FIA Svjetsko prvenstvo u reliju.²⁶

²⁶ WRC Croatia Rally, <https://www.htz.hr/hr-HR/wrc-croatia-rally-2022> (28.08.2023.)

Slika 6. Croatia Rally



Izvor: Croatia Rally, <https://rally-croatia.com/hr/mediji> (28.08.2023.)

4.4.1. Održavanje relija u Hrvatskoj

Croatia Rally predstavlja godišnje reli natjecanje koje se održava u Hrvatskoj. Staze prolaze kroz različite regije zemlje, uključujući ceste uz more, brdske putove i šumske dionice. Organizacija ovog događaja zahtijeva precizno planiranje kako bi se osigurala sigurnost sudionika i gledatelja te optimalni uvjeti za natjecanje.

WRC Croatia Rally 2023 održavao se od 20. do 23. travnja na pet lokacija u Hrvatskoj, uključujući županije Varaždinsku, Krapinsko-zagorsku, Zagrebačku, Karlovačku, Primorsko-goransku i Grad Zagreb.²⁷

4.4.2. Utjecaj na turizam: promocija regija, privlačenje ljubitelja automobilizma

Croatia Rally ima značajan utjecaj na turizam Hrvatske. Događaj promovira različite regije kroz koje prolazi reli, istražujući njihovu prirodnu ljepotu i raznovrsnost. Ova promocija potiče interes turista da istraže ove regije, istražujući lokalne atrakcije, okuse i kulture. Osim toga, natjecanje privlači ljubitelje automobilizma iz cijelog svijeta. Posjetitelji dolaze kako bi svjedočili uzbuđujućim utrkama, podržali svoje omiljene vozače i doživjeli svijet relija iz prve ruke. Povećanje broja posjetitelja dovodi do rasta potražnje za smještajem,

²⁷ WRC Croatia Rally, <https://rally-croatia.com/hr/> (28.08.2023.)

ugostiteljskim uslugama i drugim turističkim aktivnostima. Croatia Rally također igra ključnu ulogu u promociji automobilističkog turizma. Strani i domaći automobilske entuzijasti privučeni su ovim događajem, što doprinosi raznolikosti turističke ponude Hrvatske i potiče razvoj automobilističkog turizma. Ovo natjecanje prate više od 250 televizijskih postaja, s publikom od oko 836 milijuna ljudi širom svijeta.

Slika 7. Croatia Rally u brojkama



Izvor: WRC Croatia Rally, <https://rally-croatia.com/hr/> (28.08.2023.)

4.5. CRO Race

CRO Race (formalno: Tour of Croatia) je biciklistička etapna utrka za muškarce koja se održava u Hrvatskoj od 2015. godine. Dio je UCI Europe Toura i ocjenjuje se kao događaj ranga 2.1 prema UCI, što je treći rang profesionalnih etapnih utrka. Organizira je tvrtka Top Sport Events Vladimira Miholjevića, bivšeg profesionalnog bicikliste. Utrka se prvotno održavala u travnju kao priprema za Giro d'Italia, ali od 2019. godine seli se u rujan i listopad. Prvo izdanje utrke održano je kao "2015 Tour of Croatia" od 22. do 26. travnja 2015. i sastojalo se od pet etapa ukupne dužine od 838 km.²⁸



²⁸ CRO Race, <https://crorace.com/> (28.08.2023.)

4.5.1. Održavanje biciklističke utrke u Hrvatskoj

Osmo izdanje utrke CRO Race, koje će se održati od 26. rujna do 1. listopada 2023. godine, sastojat će se od šest etapa. Novost od 2023. godine je uvrštavanje dvije otočne lokacije u utрку. Novalja na otoku Pagu postala je prvi otočni cilj, a biciklisti će također voziti po otoku Krku, koji će biti domaćin startu pete etape. Početne i završne točke etapa su već dobro poznate i uključuju pitoreskne gradove i regije. Prva etapa će se održati na relaciji Primošten-Sinj, druga će ići od Biograda na Moru do Novalje, treća će povezati Otočac i Opatiju, četvrta Krk i Labin, Crikvenica i Ozalj će biti start i cilj pete etape, dok će završna šesta etapa tradicionalno voziti od Samobora i završiti u Zagrebu. Na utrci će sudjelovati nekoliko najboljih svjetskih timova iz UCI WorldTeams kategorije.²⁹

4.5.2. Utjecaj na turizam: promocija regija kroz koje prolazi CRO Race

Zahvaljujući trasi dužoj od 1000 kilometara koja spaja kontinent s morem u svijet se šalje najljepša slika Hrvatske, naglašavajući ljepotu njezine različitosti i bogatstvo kulturne baštine. Utrka nije samo sportska manifestacija, već ima i značajnu ulogu u promociji Hrvatske kao poželjne (ciklo)turističke destinacije koja može privući kako biciklističke profesionalce, tako i entuzijaste, rekreativce i istraživače na dva kotača. Značaj utrke u pozicioniranju turizma i gospodarstva Hrvatske, ali i u promoviranju njezine kulturno-povijesne baštine i prirodnih ljepota prepoznaju Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska turistička zajednica i Grad Zagreb koji projekt prate i podržavaju od samog početka. Nadalje, utrku podržavaju i Ministarstvo unutarnjih poslova, Ravnateljstvo policije, Hrvatski olimpijski odbor, Hrvatski biciklistički savez te mnogi drugi brojni partneri i sponzori.

Utrka CRO Race privlači pažnju zbog svoje prezentacije sportske izvrsnosti i raznolikosti ruta, što je čini ne samo privlačnom za natjecatelje, već i za gledatelje koji imaju priliku vidjeti natjecatelje iz blizine, dodatno povećavajući atraktivnost i živopisnu atmosferu CRO Racea. Osim što pruža publici priliku da doživi čaroliju profesionalnog biciklizma, CRO Race nudi i niz popratnih aktivnosti. Najmlađi posjetitelji imat će priliku sudjelovati u četvrtoj

²⁹ CRO Race, <https://crorace.com/o-utrci/> (28.08.2023.)

po redu Kids CRO Race virtualnoj utrci, gdje će moći testirati svoje biciklističke vještine na virtualnim trenažerima.³⁰

Slika 8. CRO Race



Izvor: CRO Race, <https://valgrupa.hr/projekti/cro-race/> (28.08.2023.)

³⁰ CRO Race, <https://crorace.com/o-utrci/> (28.08.2023.)

4.6. Pozitivni i negativni učinci organiziranja sportskih natjecanja

Sportska natjecanja su vrlo bitan segment za turističku destinaciju jer pridonose raznolikosti ponude. U nastavku rada će biti navedeni pozitivni i negativni učinci organiziranja sportskih natjecanja obrađenih u ovom radu.

Pozitivni učinci organiziranja sportskih natjecanja su:

- Povećan broj dolazaka u vrijeme održavanja sportskih natjecanja: Za vrijeme i nakon održavanja natjecanja dolazi do veće potražnje za smještajnim kapacitetima. Snježna kraljica se održava u zimskom periodu kada je broj dolazaka turista niži u odnosu na ljetne mjesece što pridonosi povećanju dolazaka i potrošnje u zimskim mjesecima.
- Potiče se veća potrošnja: za vrijeme održavanja sportskih natjecanja nudi se dodatni zabavni i gastronomski sadržaj kojim se utječe na povećanu potrošnju. U sklopu održavanja turnira ATP Umag organiziraju se razna zabavna događanja poput Istria Gourmet Festivala i Umag Party Nights.
- Ulaganje u sportsku infrastrukturu: Organizacija natjecanja često zahtijeva izgradnju ili poboljšanje sportskih objekata. Trajne su to koristi za lokalnu zajednicu jer se otvaraju mogućnosti za bavljenje sportskim aktivnostima i lokalnom stanovništvu. U 2023. godini završila se izgradnja najmodernijeg stadiona u Hrvatskoj, Opus Arene, u gradu Osijeku. Sportski kompleks nudi mnoge sadržaje, uključujući svlačionice za prvu momčad, nogometnu školu, prostorije za terapiju i medicinske tretmane, te fitness centar. Međutim, ističe se i dodatnim sadržajem koji uključuje 13 dvokrevetnih soba za igrače, restoran s kapacitetom od 203 sjedala i prostor za goste koji može primiti do 500 osoba za različite događaje. Pri gradnji stadiona posebna pažnja posvećena je ispunjavanju UEFA standarda četvrte kategorije.
- Promocija turističke destinacije: medijske kuće prenose natjecanja širom svijeta te se tako promovira destinacija na globalnoj razini. Navedeno povećava svijest o destinaciji i potencijalno stvara dugotrajni interes za posjet. CRO Race posjećuje oko 200.000 posjetitelja, od čega je 25.000 stranih turista. Utrka se uživo prenosi u preko 130 zemalja svijeta.

Negativni učinci organiziranja sportskih natjecanja su:

- Visoki troškovi organizacije natjecanja: za organiziranje velikih natjecanja potrebno je uložiti puno financijskih sredstava što uključuje troškove izgradnje ili poboljšanja postojeće infrastrukture, troškove promocije, logistike, sigurnosti, zapošljavanja i mnogi drugi. Troškovi organizacije natjecanja Snow Queen Trophy iznose oko 28,9 milijuna kuna.
- Upravljanje sportskim objektima: sportski objekti se moraju redovito održavati i nakon završetka natjecanja što može zahtijevati velike troškove.
- Ekološki utjecaj: Sportski događaji proizvode velike količine otpada, uključujući promocijske materijale i otpad ambalaže od hrane i pića. Nepravilno recikliranje otpada može završiti otpadom odbačenim na javnim površinama i pridonijeti zagađenju okoliša.
- Neiskorišteni smještajni kapaciteti: dolazi do povećane potražnje za smještajnim kapacitetima zbog održavanja sportskih natjecanja te se grade dodatni smještajni kapaciteti koji nakon završetka natjecanja možda neće više biti popunjeni u maksimalnom kapacitetu.
- Porast cijena: za vrijeme održavanja natjecanja dolazi do porasta cijena smještajnih kapaciteta, proizvoda i usluga. Cijene se podižu kako bi se iskoristila potražnja tijekom sportskog događaja.
- Društveni izazovi: organizacija sportskih natjecanja može potaknuti neslaganja i prosvjede građana. Građani se ponekad protive velikim troškovima i ulaganjima u sportske događaje. Smatraju da se resursi trebaju usmjeriti prema rješavanju njihovih osnovnih potreba (ulaganje u obrazovanje, zdravstvo, infrastrukturu...).

Pravilno planiran i organiziran sportski događaj ima potencijal donijeti brojne pozitivne učinke lokalnoj zajednici i stanovništvu. Sportski događaj može pružiti lokalnom stanovništvu priliku za nova iskustva, učenje i usvajanje novih informacija, bilo kroz sudjelovanje u samom događaju ili sudjelovanje u popratnim aktivnostima i obrazovnim programima.

Međutim, loše organiziran sportski događaj može imati suprotan učinak i uzrokovati negativne posljedice za lokalnu zajednicu. Navedeno uključuje financijske gubitke, nedostatak infrastrukture, ekološke i sigurnosne probleme. Osim toga, loše organiziran događaj može uzrokovati negativne socijalne učinke, uključujući nezadovoljstvo lokalnog stanovništva i negativnu percepciju događaja u medijima.

Nadalje, kako bi sportski događaj donio više pozitivnih učinaka lokalnoj zajednici, ključna je suradnja između organizatora, lokalnih vlasti i stanovništva kako bi se osiguralo da se koristi maksimiziraju, a negativni učinci minimiziraju.

5. BUDUĆNOST SPORTSKOG TURIZMA U HRVATSKOJ

U posljednjih nekoliko godina turizam je postao jedna od najznačajnijih gospodarskih djelatnosti Republike Hrvatske, a sport važan sadržaj boravka u turističkoj destinaciji. Sport i turizam predstavljaju suradnju koja neprestano napreduje i otvara nove mogućnosti za razvoj destinacija. Republika Hrvatska, s bogatom sportskom tradicijom i prirodnim ljepotama, ima značajan potencijal za daljnji razvoj sportskog turizma.

Budućnost sportskog turizma u Hrvatskoj ogleda se u raznolikim inicijativama koje integriraju sport i putovanja. Trendovi poput sportskih kampova, rekreativnih turnira, ekstremnih sportskih aktivnosti i sportskih događanja za cijelu obitelj postaju sve popularniji. Navedeni oblici sportskog turizma pružaju prilike za privlačenje različitih ciljnih skupina turista, od profesionalnih sportaša do rekreativaca i obitelji.

Razvoj sportske infrastrukture igra ključnu ulogu u oblikovanju budućnosti sportskog turizma. Investicije u sportske objekte poput stadiona, teretana, sportskih dvorana i biciklističkih staza stvaraju osnovu za organizaciju sportskih događanja i aktivnosti. Osim toga, razvoj sportskog turizma također potiče razvoj turističke infrastrukture kao što su smještajni kapaciteti, restorani i usluge prijevoza.

Ključno je naglasiti i važnost održivog pristupa u razvoju budućnosti sportskog turizma. Očuvanje prirodne ljepote i kulturnog nasljeđa Hrvatske treba biti prioritet kako bi se osiguralo da razvoj sportskog turizma ne narušava okoliš i identitet destinacija.

Budućnost sportskog turizma u Hrvatskoj obećava dinamičan i raznolik spoj sporta i putovanja. Kombinacija prirodnih ljepota, sportskih događanja i turističke ponude postavlja temelje za prosperitetan i privlačan sportski turizam u godinama koje dolaze.

6. ZAKLJUČAK

Sportsko natjecanje predstavlja organizirano nadmetanje sportskih ekipa ili pojedinaca, koje se provodi pod nadzorom pravne ili fizičke osobe ovlaštene za organizaciju i vođenje takvih sportskih događaja. Natjecanja u sportu koja se izvode pod okriljem nacionalnih sportskih saveza ili njihovih članica provode se u skladu sa Zakonom o sportu. Ovaj zakon propisuje osnovne elemente sustava natjecanja u različitim dobnim skupinama i razinama natjecanja, počevši od lokalnih pa do nacionalnih natjecanja.

Hrvatska privlači posjetitelje svojim prirodnim blagom i kulturnom baštinom i raznolikim novim turističkim atrakcijama. More, obala, otoci, prirodne plaže te zelenilo i šuma na velikom dijelu teritorija čine značajne prirodne atrakcije. Hrvatska se ističe svojom iznimnom količinom zaštićenih prirodnih područja i europskom bioraznolikošću te ima veliki potencijal za razvoj turizma na manje razvijenim područjima.

Sportska natjecanja privlače sve veći broj posjetitelja, što doprinosi promociji turističke destinacije i povećanju turizma u Republici Hrvatskoj. Organizacijom sportskih natjecanja značajno se širi turistička ponuda Republike Hrvatske i ostvaruje ekonomski učinak kroz dolazak posjetitelja iz zemlje i inozemstva, što rezultira povećanim brojem noćenja i većom potrošnjom.

Očekuje se rast sportskog turizma u Republici Hrvatskoj, budući da sport i turizam neprestano napreduju i otvaraju nove mogućnosti za razvoj destinacija. Ključno je nastaviti ulagati u sportsku infrastrukturu, promociju sportskih natjecanja i turističkih atrakcija te stvarati poticajne uvjete za posjetitelje kako bi se očuvala i unaprijedila uloga Republike Hrvatske kao sportske turističke destinacije u budućnosti.

LITERATURA

Stručna literatura:

1. Čović K.: Kvantitativna analiza konkurentnosti hrvatskog turizma u kontekstu članstva u europskoj uniji, doktorski rad, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2023.
2. Riordan, J.; Krüger, A.: European Cultures in Sport: Examining the Nations and Regions, Routledge, 2016.
3. Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske, NN 106/2017, čl. 1.
4. Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske, NN 106/2017, čl. 2.
5. Zakon o sportu, NN 141/22, čl. 1.

Internetske stranice:

1. ATP Umag, <https://www.croatiaopen.hr/hr/turnir/povijest-turnira/2022/fotografije/> (19.08.2023.)
2. CRO Race, <https://crorace.com/> (28.08.2023.)
3. CRO Race, <https://crorace.com/o-utrci/> (28.08.2023.)
4. Croatia Rally, <https://rally-croatia.com/hr/mediji> (28.08.2023.)
5. Croatia Rally, <https://rally-croatia.com/hr/> (28.08.2023.)
6. Državni zavod za statistiku, <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270> (09.08.2023.)
7. Državni zavod za statistiku, Turizam u brojkama 2021, https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf (12.08.2023.)
8. Državni zavod za statistiku, Turizam u brojkama 2022, https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2023_dokumenti/230804_turizam_u_brojkama_2022_hrv.pdf (12.08.2023.)
9. FIFA, <https://www.fifa.com> (13.08.2023.)

10. Gol.hr, <https://gol.dnevnik.hr/clanak/svjetsko-prvenstvo-2018/sve-sto-trebate-znati-o-posebnom-doceku-za-srebrne-vatrene-u-gradu-zagrebu---524020.html> (13.08.2023.)
11. HNS, <https://hns-cff.hr/hns/o-nama/povijest/> (13.08.2023.)
12. HTZ, <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/u-2022-godini-ostvareno-vise-od-104-milijuna-nocenja> (12.08.2023.)
13. Leksikografski zavod Miroslav Krleža,
<https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=59859> (03.08.2023.)
14. Nedić T., Škerić M. - Definiranje sporta u hrvatskim i međunarodnim pravnim aktima,
<https://hrcak.srce.hr/file/376260> (03.08.2023.)
15. Nedić T., Škerić M. - Definiranje sporta u hrvatskim i međunarodnim pravnim aktima,
<https://hrcak.srce.hr/file/376260> (03.08.2023.)
16. Obrazloženje makroekonomskih pokazatelja u prvom polugodištu 2022. godine,
https://www.sabor.hr/sites/default/files/uploads/sabor/2022-09-30/102011/6_OBRAZLOZENJE_MAKROEKONOMSKI_POKAZATELJI.pdf
(09.08.2023.)
17. Petrović M., Knezović D., Todorović M. - Sportski turizam kao komponenta razvoja održivog poduzetništva, 2017., <https://hrcak.srce.hr/file/270421> (31.08.2023.)
18. Plava Laguna Croatia Open, <https://www.croatiaopen.hr/hr/turnir/o-turniru/>
(19.08.2023.)
19. Snježna kraljica, <https://www.croatiaweek.com/snow-queen-trophy-world-cup-womens-slalom-in-zagreb-given-green-light-by-fis/> (19.08.2023.)
20. Snježna kraljica, <https://snowqueentrophy.com/o-nama/> (19.08.2023.)
21. Snježna kraljica, <https://snowqueentrophy.com/o-nama/> (19.08.2023.)
22. Snježna kraljica, <https://www.poslovniturizam.com/intervjui/vedran-pavlek-snjezna-kraljica-pridonosi-prepoznatljivosti-zagreba-i-sportskom-brendu-hrvatske/3737/>
(19.08.2023.)
23. Snježna kraljica,
<https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/statistika/2022/turizam%202022/Turizam%20I.%202022.pdf> (19.08.2023.)
24. Travel & Tourism Development Index 2021, WEF,
https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf
(12.08.2023.)

25. Turizam u Gradu Zagrebu u siječnju 2022.,
<https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/statistika/2022/turizam%202022/Turizam%20I.%202022.pdf> (19.08.2023.)
26. UEFA, <https://www.uefa.com/> (13.08.2023.)
27. WRC Croatia Rally, <https://www.htz.hr/hr-HR/wrc-croatia-rally-2022> (28.08.2023.)
28. WRC Croatia Rally, <https://rally-croatia.com/hr/mediji> (28.08.2023.)

POPIS SLIKA

| | |
|--|----|
| Slika 1. Doček Vatrenih u gradu Zagrebu | 21 |
| Slika 2. Utrka Snježna kraljica | 22 |
| Slika 3. Sljemenska skijaška staza iz zraka..... | 25 |
| Slika 4. ATP Umag iz zraka..... | 26 |
| Slika 5. ATP Stadion Goran Ivanišević | 28 |
| Slika 6. Croatia Rally | 29 |
| Slika 7. Croatia Rally u brojkama | 30 |
| Slika 8. CRO Race | 32 |

POPIS TABLICA

| | |
|--|----|
| Tablica 1. Broj smještajnih jedinica po vrstama objekta (stanje 31. kolovoza)..... | 11 |
| Tablica 2. Broj postelja po vrstama objekata (stanje 31. kolovoza)..... | 13 |

POPIS GRAFIKONA

| | |
|---|----|
| Grafikon 1. Usporedba strukture smještajnih jedinica po vrstama objekta (stanje 31. kolovoza) za godine 2020., 2021. i 2022. | 12 |
| Grafikon 2 Usporedba broja noćenja stranih i domaćih turista za 2020., 2021. i 2022. godinu (u 000) | 14 |