

Marketing i promocija sportskog turizma i rekreacije u funkciji unapređenja turističke ponude s osvrtom na grad Dubrovnik

Elezović, Nermin

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Libertas International University / Libertas međunarodno sveučilište**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:223:118324>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**



Repository / Repozitorij:

[Digital repository of the Libertas International University](#)



**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
DUBROVNIK**

NERMIN ELEZOVIĆ

ZAVRŠNI RAD

**MARKETING I PROMOCIJA SPORTSKOG TURIZMA
I
REKREACIJE U FUNKCIJI UNAPREĐENJA
TURISTIČKE
PONUDE S OSVRTOM NA GRAD DUBROVNIK**

Dubrovnik, studeni 2018.

**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
DUBROVNIK**

**TURISTIČKI I HOTELSKI MENADŽMENT
OSNOVE MARKETINGA**

**MARKETING I PROMOCIJA SPORTSKOG TURIZMA I
REKREACIJE U FUNKCIJI UNAPREĐENJA TURISTIČKE
PONUDE S OSVRTOM NA GRAD DUBROVNIK**

**MARKETING AND PROMOTION OF SPORT'S TOURSIM AND
RECREATION IN THE FUNCTION OF THE TOURISM
IMPROVEMENT OFFERS IN THE CITY OF DUBROVNIK**

KANDIDAT: NERMIN ELEZOVIĆ

MENTOR: DR.SC. DASEN JASPRICA

Dubrovnik, studeni 2018.

SADRŽAJ:

UVOD.....	1
1. SPORTSKO REKREACIJSKI TURIZAM	
1.1. Turizam i sport kao međufunkcionalne pojave.....	3
1.2. Sport i sportska rekreacija kao motivi turističkih putovanja.....	5
1.3. Faktori razvoja sporta i turizma.....	7
1.4. Funkcije sporta i rekreacije u turizmu.....	8
1.5. Pojavni oblici sportsko-rekreacijskog turizma.....	9
1.6. Organizacija sportsko-rekreacijskih objekata i usluga u turizmu.....	11
1.7. Uloga sporta u promociji turizma.....	12
2. ULOGA MARKETINGA I PROMOCIJE U SPORTSKOM TURIZMU	
2.1. Razvoj i misija marketinga u sportskom turizmu.....	13
2.2. Elementi marketing miksa u sportskom turizmu.....	14
2.3. Poduzetništvo u sportu.....	15
2.4. Način privlačenja sportskog turizma u dubrovačku destinaciju.....	16
2.5. „Besplatne reklame“ Hrvatskog sportskog turizma.....	17
3. SPORT I REKREACIJA U TURIZMU HRVATSKE S OSVRTOM NA DUBROVNIK	
3.1. Sportsko-rekreacijska ponuda u Hrvatskoj.....	18
3.2. Najznačajniji sportsko-rekreacijski sadržaji u Dubrovniku.....	20
3.3. Vaterpolo.....	22
3.4. Ronjenje.....	23
3.5. Tenis.....	24
3.6. Du Motion.....	25
3.7. Gradski stadion Lapad.....	26
3.8. SWOT analiza razvoja sportsko-rekreacijskog turizma u Dubrovniku.....	27
3.9. Rezultati provedene ankete stanja sportsko-rekreacijskog turizma u Dubrovniku.....	28

4. STANJE I PERSPEKTIVA RAZVOJA SPORTSKO-REKREACIJSKOG TURIZMA	
4.1. Kritička ocjena SWOT analize i anketnog istraživanja.....	32
4.2. Budućnost sportskog turizma.....	33
4.3. Ocjena mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma u Hrvatskoj.....	35
ZAKLJUČAK.....	36
LITERATURA.....	37
POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA.....	38
ANKETNI LISTIĆ.....	39

UVOD

Temu „Marketing i promocija sportskog turizma i rekreacije u funkciji unapređenje turističke ponude s osvrtom na grad Dubrovnik“ izabrao sam iz razloga što u suvremenom društvu sve je značajnija povezanost sporta i turizma. Sport i rekreacija su bitni faktori očuvanja psihofizičkog zdravlja čovjeka te samim tim i jednim od glavnih motiva turističkog kretanja.

Sportski turizam je potrebno uključiti u planove razvoja turizma nekog područja, osobito zbog znatnog utjecaja na ublažavanje sezonskoga karaktera turizma, ali i unapređenja turističke ponude.

Suvremeni turizam je aktivan, a sportska rekreacija postaje sastavnim dijelom života sve većeg broja ljudi i upravo o tome treba voditi računa prilikom osmišljanja sadržaja koje naš grad nudi u okviru svoje turističke ponude.

U ovom radu želim dati osvrt na razvoj i značaj sportsko-rekreacijskog turizma s posebnim naglaskom na Dubrovnik i potencijal koji naš grad ima za njegov razvoj.

Ovaj rad prikazuje problematiku sportsko-rekreacijskog turizma u Hrvatskoj sa posebnim osvrtom na grad Dubrovnik te njegove mogućnosti unapređenja svog imidža kao takvog.

SWOT analiza sportsko-rekreacijskog istraživanja dati će rezultate svih prednosti i nedostataka, mogućnosti te ograničenja buduće sportske destinacije.

Građani će kroz anketna pitanja iznijeti svoje stavove te će njihovi rezultati biti grafički prikazani.

Koristeći stručnu literaturu i internetske stranice s primjerima drugih destinacija, biti će prikazana mišljenja, stavovi, mogućnosti te rezultati buduće sportsko-rekreacijske ponude u gradu Dubrovniku.

Prvo poglavlje nosi naslov „Sportsko-rekreacijski turizam“. U sklopu tog poglavlja govorit će se o važnosti i međusobnoj povezanosti sporta i turizma te faktori koji utječu na njihov razvoj.

Drugo poglavlje govori općenito u sportskom turizmu, ulozi marketinga i promocije u njemu, elementima, načinu i tipovima poslovanja.

Dubrovniku kao destinaciji nedostaje prometna i odgovarajuća sportska infrastruktura, ali ugodna klima i ostvareni zavidni sportski rezultati odlična su reklama za ovaj vid turizma.

Treće poglavlje detaljnije govori o Dubrovniku te uz pomoć SWOT analize i anketnog istraživanja grafički se prikazuje trenutno stanje i mogućnosti sportsko-rekreacijske destinacije kao takve.

Četvrto poglavlje kritički ocjenjuje trenutno stanje sportsko-rekreacijske destinacije te se osvrće na razvoj stjecanja mogućeg novog imidža.

1. SPORTSKO-REKREACIJSKI TURIZAM

1.1. Turizam i sport kao međufunkcionalne pojave

Turizam i sport po mnogočemu su dvije bliske i srodne pojave. Srodnost tih dvaju pojava, kao i bliskost njihovih funkcija, proizlazi iz činjenice prema kojoj su nositelji tih dviju pojava u pravilu isti subjekti. Veza između turizma i sporta datira od prvog početka razvoja ovih društvenih pojava.

Obje su pojave pokrenute na temelju neekonomskih motiva. Ljudi ne odlaze na turistička putovanja, niti se uključuju sportsko-rekreativne aktivnosti sa ekonomskim motivima, u svrhu zarade. Oni to čine radi zadovoljavanja zdravstvenih, raznodnih i kulturnih potreba.

Odnos između turizma i sporta nekad se bitno razlikovao od današnje veze između ovih dviju pojava. U povijesti su sportska putovanja bila isključivo vezana za posjete velikim svjetskim priredbama, kao što su bile Olimpijske igre u staroj Grčkoj, spartakijade, kao i različita druga natjecanja. Kod takvih je putovanja čovjek u pravilu bio pasivni promatrač.

Za razliku od povijesne veze između turizma i sporta, danas se uspostavljaju daleko šire veze i međudnose. Raznovrsni oblici sporta doveli su i do novih oblika povezanosti sa turizmom.

U suvremenom turizmu ističu se ovi oblici sporta:

1. SPORT KAO POKRETAČ LJUDI NA PUTOVANJU

Motivi: promatranje sportskih manifestacija i priredbi, sudjelovanje u sportskim aktivnostima izvan mjesta boravka (ronjenje, skijanje, tenis, jahanje, golf...)

2. SPORT KAO FAKTOR RAZONODE TURISTA KOJI NAPUŠTAJU MJESTO BORAVKA RADI DRUGIH MOTIVA

Turistima se sportske usluge mogu pružiti na dva načina i to:

- a) Kao sredstvo za razonodu ili rekreaciju promatranjem, u cilju popunjavanja sadržaja boravka i razbijanje monotonije
- b) Kao sredstvo aktivnog odmora, u kojem dolazi do izražaja osobno sudjelovanje i razvijanje kreativnih sposobnosti, bilo da koriste sportske sadržaje koje su već upoznali i kojima se bave u svom mjestu stanovanja, ili upoznavanjem nove sportske aktivnosti.

U suvremenom turizmu sport sve više dominira kao glavni motiv za osobnim sudjelovanjem i sport u mjestu boravka kao faktor aktivnog odmora. Prevladavanje ovih oblika veze između sporta i turizma, u odnosu na promatračke forme, rezultira iz naglog razvoja edukativnog-nastavnog i rekreacijskog sporta u nizu zemalja.

U današnje vrijeme funkcija sporta u turizmu dobila je novu, humaniju i vrijedniju ulogu. Radi se o sportskoj aktivnosti koja postaje sastavni dio turističkih usluga. Sadržajno popunjavaju vrijeme boravka turista i omogućuje im aktivan odmor uz promjenu aktivnosti u odnosu na rad.

Takav aktivan odmor uz zadovoljenje želja i potreba za igrom, kretanjem na suncu, zraku, vodi ili snijegu ima značajnu psiho-fizičku vrijednost. Takve sadržaje tjelesnog vježbanja namijenjeno aktivnom odmoru turista, nazivamo sportskom rekreacijom.

Sportska rekreacija čini aktivnu komponentu turističke ponude. Ona postaje važan, a često i primaran sadržaj boravka, iz čega se rađaju osnovni motivi turističkih putovanja u turistička mjesta koja pružaju odgovarajuće sportsko-rekreacijske usluge. Postaje i osnovni sadržaj boravka gostiju u provođenju zdravstveno-preventivnog turizma, gdje je kretanje i tjelesna angažiranost uvjet za unapređenje zdravlja. Sportska se rekreacija javlja kao primaran motiv „Aktivnog turizma“ i to u: zimsko-sportskom, lovnom, ribolovnom i nautičkom turizmu. Aktivno bavljenje sportskom rekreacijom veoma povoljno utječe na psihofizički, socijalni i zdravstveni status ljudi. Osobito važnu ulogu ima u zbližavanja ljudi putem sportsko-rekreacijskih aktivnosti. Na temelju svega toga, sa pravom se može reći da sportska rekreacija postaje novi imperativ suvremenog turizma.

Dulčić, A., Petrić, L.,(2001.), Upravljanjem razvoja turizma, Zagreb

1.2. Sport i sportska rekreacija kao motivi turističkih putovanja

Sport i rekreacija kao motivi turističkih putovanja imaju višestruku ulogu. Na putovanja ne putuju samo natjecatelji i suci koji sudjeluju u različitim sportskim manifestacijama nego i gledatelji koji putuju iz navijačkih skupina, ili naprosto, sa željom da budu prisutni. Ovakva vrsta putovanja karakteristična je za velike sportske manifestacije, kao što su europska i svjetska prvenstva u pojedinim sportovima, te zimske i ljetne Olimpijske igre i slično.

Kao jedan od motiva turističkih putovanja u suvremenom turizmu sve se više javlja sportska rekreacija, kojom se aktivno bave turisti na odmoru. Sportska rekreacija u pravilu nema natjecateljski ni promatrački karakter. „To je sportska aktivnost turista izabrana po vlastitom izboru, sa svrhom zadovoljavanja potreba kretanjem, igrom, aktivnim odmorom i razonodom“¹.

Svim navedenim motivima zajedničko je obilježje sport ili tjelesne aktivnosti, samo su različiti načini na koji se oni doživljavaju od strane sudionika u turizmu (promatranje ili vlastito sudjelovanje).

¹ Bartoluci, M., Škorić, S. (2007), 16. Ljetna škola kineziologa Republike Hrvatske, Zagreb

Sljedeće tablice će prikazati porast potražnje za sportom i rekreacijom u Hrvatskoj.

Tablica 1: Motivi dolaska turista u Hrvatsku 2006. godine

Rang	Motivi	Udio* u %
1.	Odmor i relaksacija	65,7
2.	Zabava	41,3
3.	Prirodne ljepote	28,9
4.	Nova iskustva i doživljaji	25,6
5.	Uživanje u jelu i piću	17,9
6.	Sport, rekreacija i fitnes	11,3
7.	Kulturne znamenitosti	8,2
8.	Povoljne cijene	7,8
9.	Posjet prijateljima	6,3
10.	Blizina mjesta	6,3

IZVOR: Stavovi i ponašanja turista u Hrvatskoj-Tomas 2006.

Tablica 2: Motivi dolaska turista u Hrvatsku 2017. Godine

Rang	Motivi	Udio* u %
1.	Pasivni odmor i opuštanje	54,9
2.	Nova iskustva i doživljaji	31,1
3.	Uživanje u jelu i piću	29,0
4.	Upoznavanje prirodnih ljepota	26,2
5.	Zabava	24,2
6.	Bavljenje sportom i rekreacijom	19,8
7.	Upoznavanje kulturnih znamenitosti	12,3
8.	Posjet rodbini i prijateljima	9,8
9.	Wellness	7,6

IZVOR: Stavovi i ponašanja turista u Hrvatskoj-Tomas 2017.

1.3. Faktori razvoja sporta i turizma

U uspostavljanju psiho-fizičke ravnoteže ljudskog zdravlja veliku ulogu imaju turizam, sport i rekreacija.

Sportsko-rekreacijske potrebe nastaju kao posljedica suvremenog načina rada i života te bitno utječu na potražnju za sportsko – rekreacijskim uslugama u turizmu što je ujedno i poticaj za razvoj sportsko-rekreacijskih sadržaja u turizmu.

Sportsko-rekreacijske potrebe uglavnom se zadovoljavaju kao individualne, a manje kao društvene potrebe pa se zato pretežno financiraju iz osobne potrošnje, to jest iz dohotka stanovništva. Neovisno o kakvim je oblicima sportsko-rekreacijskih aktivnosti riječ, one zahtijevaju trošenje određenih financijskih sredstava.

Visina dohotka stanovništva faktor je koji određuje visinu zadovoljenja ovih potreba. Uz rast dohotka rastu i izdaci za zadovoljavanjem sekundarnih ljudskih potreba. Ova zakonitost karakteristična je i kod zadovoljavanja turističkih kao i kod sportsko-rekreacijskih potreba.

Jedan od važnih čimbenika koji omogućuje razvoj društveno-ekonomskih pojava kao što su turizam i sport je slobodno vrijeme. Oni su ujedno i kvalitativni sadržaj slobodnog vremena.

Subjektivni faktori poput mode, prestiža i oponašanja spadaju pod faktore koji jačaju ulogu sporta i rekreacije.

Pojavljuju se također posrednički faktori u obliku turističko sportskih agencija i udruga koje posreduju između ponude i potražnje.

Zajednički faktori vezuju turizam, sport-rekreaciju, ali i istovremeno pridonose njihovom razvoju.

Čorak, S. Mikačić, (2006.), Hrvatski turizam, Znanstvena edukacija instituta za turizam, Zagreb

1.4. Funkcije sporta i rekreacije u turizmu

Funkcije sportske rekreacije u turizmu možemo podijeliti na:

1. DRUŠTVENE ILI HUMANISTIČKE FUNKCIJE

2. EKONOMSKE FUNKCIJE

Društvene funkcije dalje dijelimo na:

- a) **Zdravstvena funkcija** - jedna od najvažnijih funkcija sportske rekreacije. U različitim oblicima rekreacije pozitivno utječe na zdravlje čovjeka, tj. uspostavlja se ravnoteža između psihološkog i biološkog stanja organizma.
- b) **Odgojno-obrazovna funkcija**: sportsko rekreacijski sadržaji u turizmu ljudima omogućuju učenje određenih sportskih vještina, ali sadrže i određenu odgojnu komponentu koja se ogleda u stvaranju navika za bavljenje određenim sportskim aktivnostima.
- c) **Socijalna funkcija**: putem sportskih sadržaja ljudi se upoznaju, zbližavaju što se često pretvara u trajna prijateljstva. To druženje briše socijalne i druge razlike među ljudima na odmoru. Sportski sadržaji dovode do kratkotrajnih ali i stalnih zadovoljstava.

Ekonomske funkcije izrastaju iz humanističkih funkcija sportske rekreacije. Uzmemo li u obzir da upravo te humanističke funkcije motiviraju veliku masu za putovanjima onda jasno vidimo da one utječu na ekonomske funkcije turizma.

Ujedno, imaju izuzetnu važnost u turizmu za ukupan gospodarski razvoj receptivnih turističkih zemalja poput Hrvatske. Ostvaruju se kroz potrošnju različitih sportskih dobara na turističkom tržištu, te na taj način generiraju dodatne ekonomske učinke u turizmu.

Ekonomski efekti dijelom se ostvaruju proizvodnjom sportske opreme i izgradnjom sportskih objekata.

Sport i rekreacija u turizmu također daju i poseban doprinos u zapošljavanju (sezonska radna snaga). Ekonomski učinci ostvaruju se kao rezultat realizacije sportsko-rekreacijskih usluga na turističkom tržištu.

Čorak, S. Mikačić, (2006.), Hrvatski turizam, Znanstvena edukacija instituta za turizam, Zagreb

1.5. Pojavni oblici sportsko-rekreacijskog turizma

Kao što je već ranije spomenuto, sport i rekreacija kao motivi turističkih putovanja imaju višestruku ulogu. Kod ovih vrsta putovanja motivi su unaprijed poznati i jasno određeni te oni tvore poseban oblik turizma koji se zove sportsko-rekreacijski turizam.

Sportsko rekreacijski turizam se javlja u različitim pojavnim oblicima, a najčešće kao:

- a) „Natjecateljski sportski turizam“
- b) „Ljetni sportsko rekreacijski turizam“
- c) „Zimski sportsko-rekreacijski turizam“

Natjecateljski sportski turizam

Obuhvaća sva putovanja radi sudjelovanja u pojedinim sportskim natjecanjima od domaćih do međunarodnih. Bez obzira na mogućnost medija da izravno prezentiraju popularne sportske događaje diljem svijeta, ipak veliki broj ljudi putuje na takve sportske događaje. Takvi ljudi-posjetitelji se uključuju u sve vidove turističke potrošnje što ih svrstava u turiste.

Ljetni sportsko-rekreacijski turizam

Pružuje najveće mogućnosti razvoja (posebno za Hrvatsku) i to poglavito posebno na moru, ali i na rijekama, planinama, jezerima i drugim prirodnim resursima. Obuhvaća različite sportsko-rekreacijske aktivnosti poput šetnji, trčanja, planinarenja, sportova na vodi, golfa, ronjenja...

Zimski sportsko-rekreacijski turizam

U zimsko sportsko-rekreacijskom turizmu sport je najvažniji motiv putovanja i boravka u određenim zimsko-turističkim centrima. Većina ljudi odlazi u takve centre isključivo zbog bavljenja zimskim sportovima, najčešće radi skijanja. Ovaj se oblik turizma može razviti u zemljama koji obiluju pogodnim planinskim predjelima kao što su Austrija, Švicarska, Italija i Francuska.

Ekonomski učinci od ovog oblika turizma ostvaruje se i u drugim djelatnostima: u industriji sportske opreme (skija, vezova, odjeće...), ugradnji i opremanju skijališta, vučnica itd. Ova vrsta turizma traži relativno velika ulaganja, ali omogućuje visoke ekonomske učinke. Turistička potrošnja turista- skijaša u prosjeku je viša od ostalih turista, zbog čega se ova vrsta turizma brzo razvija u zemljama koje imaju povoljne planinske i klimatske uvjete.

Slika 1. Ljetni sportsko-rekreacijski turizam



Izvor: www.justdubrovnik.com

Slika 2. Zimski sportsko-rekreacijski turizam



Izvor: www.vecernji.hr

Čorak, S. Mikačić, (2006.), *Hrvatski turizam, Znanstvena edukacija instituta za turizam, Zagreb*

1.6. Organizacija sportsko-rekreacijskih objekata i usluga u turizmu

Sportsko rekreacijske usluge u turizmu se najčešće organiziraju i provode u okviru sportsko-rekreacijskih centara ili posebnih klubova u raznim sportovima. Sportsko-rekreacijske centre možemo definirati kao „adekvatan prostor koji je u funkciji prioritarnog cilja okupljanja i aktivnog provođenja sadržaja fizičke kulture svih dobnih skupina oba spola, pojedinih naselja, izletišta ili odmarališta kojemu pripadaju objekti i oprema, te stručni i ostali kadrovi za realizaciju suvremenih modela sportsko-rekreacijskih usluga“².

Sportsko rekreacijski centri najčešće pružaju više različitih sportsko rekreacijskih usluga:

- Sportsko rekreacijski centri na moru- usluge jedrenje, veslanja, ronjenja...
- Sportsko rekreacijski centri na kopnu- tenis, stolni tenis, golf, jahanje...
- Sportsko rekreacijski centri u zatvorenim sportskim javnim objektima- fitness, kuglanje, stolni tenis, joga...

Sportsko rekreativna djelatnost zahtjeva i posebne stručne kadrove u turizmu kao što su:

1. Organizatori i animatori sporta
2. Učitelji sportskih aktivnosti
3. Organizatori i treneri sportske rekreacije
4. Profesori sporta i sportske rekreacije (najčešće menadžeri i organizatori bez kojih se ova djelatnost ne može uspješno razvijati)

Sportsko rekreacijski sadržaji predstavljaju jedan od glavnih faktora popunjavanja hotelskih kapaciteta pred i podsezoni zbog čega je potrebno graditi kompleksne centre u svakoj turističkoj organizaciji, pri čemu treba graditi sve one sadržaje koje turisti traže, ali se može izvršiti određena specijalizacija sportsko-rekreacijske ponude. To znači da bi turistički centri trebali razvijati, uz model kompleksne sportsko-rekreacijske ponude i specijalistički model usluge za koji imaju najviše uvjeta.

²Bartoluci, M.,Škorić, S.(2008), 17. Ljetna škola kineziologa Republike Hrvatske, Zagreb

1.7. Uloga sporta u promociji turizma

Organizacijom velikih sportskih natjecanja, zemlje domaćini dobivaju snažan poticaj razvoja turizma. Utjecaj na nacionalno gospodarstvo je mnogostruk: sadržaji, promotivni naponi u turizmu, raznolikost turističke ponude, nove mogućnosti zapošljavanja, povećanje deviznog priljeva te općenito jačanje nacionalne ekonomije.

Sportsko rekreacijski sadržaji s ciljem za provođenjem aktivnog odmora danas čine sastavni dio turističke ponude zemalja koje prentiraju na značajni udjel na turističkom tržištu. Često se sportsko-rekreacijski turizam upotpunjuje zdravstvenim i lječilišnim turizmom, tako da sadržaji sportsko rekreacijskog turizma izuzetno pogoduju razvoju zdravstvenog i lječilišnog turizma i predstavljaju jedinstvenu turističku ponudu.

Kako i u osnovi promocijskog djelovanja komuniciranja, tako na povezanost sporta i turizma treba gledati u sklopu određenog međusobnog komunikacijskog djelovanja kojeg predstavlja kontinuirani proces razmjena poruka i informacija.

2. ULOGA MARKETINGA I REKREACIJE U SPORTSKOM TURIZMU

2.1. Razvoj i misija marketinga u sportskom turizmu

Razvoj sporta prikazan u radu doveo je do uočavanja potencijalnog tržišta (tržišta sportskog turizma) za čiji je daljnji razvitak iskazana potreba i uloga marketinga kao važne poslovne funkcije.

Osnovni kriteriji koncepcije marketinga su:

- a) sportski marketing kao poslovna funkcija
- b) sportski marketing kao ekonomski proces
- c) sportski marketing kao znanstvena disciplina

Sportski marketing kao poslovna funkcija odnosi se na koncepciju potražnje za sportskim proizvodima i uslugama, koncepciju sportskog proizvoda, koncepciju razmjene, koncepciju sportskog tržišta.³

Marketing kao ekonomski proces povezuje proizvodnju i potrošnju te generira ekonomske učinke. To je istovremeno djelatnost i disciplina.

Kao znanstvena disciplina izučava postupke i aktivnosti koje omogućuju najviši mogući stupanj efikasnosti primjene uz provjerene metode i načela, a sve u svrhu napretka i razvoja djelatnosti.

Marketing koncepcija sadrži osnovnu poslovnu filozofiju: dinamična orijentacija na budućnost i planiranje, težnja kvaliteti i kvantiteti te razvoj starih i osvajanje novih tržišta.

Promjene su neophodna stvar i izazov marketinga.

Društvo se mijenja, turističke potrebe su zahtjevnije, tržišni uvjeti se razvijaju, a marketing koncepcija dugoročno mora postati osnova razvoja poduzeća, organizacija, institucija, gospodarstva i društva⁴.

³ Bartoluci, M. (2003), *Valorizacija sporta u funkciji razvoja zimskog turizma Hrvatske*, Zagreb

⁴ Bazala, A., Šimurina, S., (1991), *Marketing*, Zagreb

2.2. Elementi marketing miksa u sportskom turizmu

Elementi marketing miksa kod sportskog marketinga isti su kao i kod drugih djelatnosti.

Teoretsko razmatranje 4P uključuje četiri glavne komponente:

- a) proizvod (engl. product)
- b) cijena (engl. price)
- c) distribucija (engl. place)
- d) promocija (engl. promotion)

Uloga proizvoda sadržana je u sportskom događaju, sportskom dobru, osobnom treningu i informacijama. Sportski događaji su primarni, jer se odnose na natjecanja i igre, što rezultira pokretanjem putovanja, a time i razvojem samog turizma. Sportska dobra su opipljivi proizvodi za kupnju i distribuciju. Treninzi su individualni odabir i način života pojedinca, a informacije opskrbljuju potrošače vijestima. Važno je spomenuti ulogu marketinga kroz izgradnju imidža sportaša, kluba, organizacije za promociju sportske marke, imena, simbola, dizajna ili njihove kombinacije.

Marketing je uključen u kreiranje cijena na tržištu sportskog turizma. Važan je odnos cijene i kvalitete, te uključenost potrošača u njezino kreiranje. Opažanje određuje maksimalan potencijal za kupovinu turističkog proizvoda, pa je sukladno tome dobro poznavati razloge kupovine i načine donošenja odluke o kupnji .

Distribucija je specifičan proces, kojim se prodaja odvija najčešće u mjestu boravka turista, a proizvod se realizira u destinaciji. Funkcionira izravnim i neizravnim kanalima prodaje (repcije, turističke agencije, internet, pošta, turoperator).

Promocija je obavještavanje i upoznavanje kupca s informacijama o obilježjima, posebnostima, specifičnostima i cijenama kroz reklame, osobnu prodaju, nagradne igre, odnose s javnošću⁵.

⁵ Smith, V.,(2008.), *Tourism recreation researsh, Philadelphia*

2.3. Poduzetništvo u sportu

Poduzetništvo u sportu može se definirati kao ukupnost poslovnih aktivnosti u djelatnostima koje koristi sport kao sredstvo kojim se realiziraju određene ideje s ciljem ostvarivanja profita ili neke druge koristi.

Sve veća popularnost sporta otvara velike mogućnosti poduzetništvu, što u konačnosti rezultira profitom.

Sport je među vodećim industrijama diljem svijeta, a njegov proizvod je globalnog karaktera. Prema studiji iz 2004. Godine sportska industrija zapošljava 15 milijuna ljudi ili čak 5.4 % radne snage zemalja Europske unije⁶.

Uloga sporta čini bitnu sastavnicu ekonomije zemalja Europske unije – ima značajan doprinos u razvoju drugih industrija kao što su: obrazovanje, moda, odjeća itd.

Sport i sportska industrija s obzirom na svoje inovativne karakteristike, natjecateljski duh, natjecateljska agresivnost imaju predispozicije za razvoj poduzetništva.

Kako je sport postao unosan posao nezamislivo je poslovanje bez stručnih kadrova, marketinga i menadžmenta. Potreban je školovani kadar koji bi vodio objekte poput sportskih arena, klubova zdravlja, trgovina sportskom opremom itd.

Potrebni su sportski fizioterapeuti, treneri, suci itd.

⁶The European Council: <https://www.consilium.europa.eu/en/european-council/>

2.4. Način privlačenja sportskog turizma u dubrovačku destinaciju

Dubrovnik kao turistička destinacija sama po sebi ima preduvjete za privlačenje sportskog turizma. Grad je već odavno stekao svoj brend i prepoznat je diljem svijeta po svojoj kulturnoj baštini, prirodnoj ljepoti, ugodnoj mediteranskoj klimi, filmskoj industriji te vrhunskoj turističkoj usluzi.

Grad ima velik broj smještajnih objekata kako u hotelskim lancima, hotelima tako i u privatnom smještaju, a čiji kapaciteti po završetku glavne turističke sezone ostaju neiskorišteni. Glavni problem je prometna izoliranost, manjkavost sportskih sadržaja (sportskih objekata i terena) te time i samih sportskih događanja.

Dubrovnik i Dubrovačko-neretvanska županija bili bi idealna destinacija za zimske pripreme sportskih momčadi upravo zbog velikog broja smještajnih jedinica, blagih zima i ugodne mediteranske klime.

Izgradnjom sportskog kompleksa u Gospinom polju i gradskog stadiona u Lapadu, Dubrovnik bi postao popularna destinacija među vrhunskim nogometnim momčadima. Srebrna Hrvatska reprezentacija, mogla bi u Dubrovniku, na gradskim terenima, odigravati prijateljske susrete s momčadima iz cijelog svijeta.

Izgradnjom kvalitetne sportske dvorane Dubrovnik bi mogao ugostiti vrhunske momčadi svih unutarnjih sportova.

Rekonstrukcijom teniskog kompleksa u Uvali Lapad koji bi svojom pozicijom i dobrom organizacijom privukao bogate zaljubljenike tog sporta u Lapad i Dubrovnik.

Župa dubrovačka također ima preduvjete zbog svoje geografske strukture, smještajnih kapaciteta i blizine Dubrovnika za razvoj sportskog turizma.

Dolaskom vrhunskog sportskog turizma u Dubrovniku bi se riješio problem sezonalnosti, otvorila bi se nova stručna radna mjesta za različite djelatnosti (sport, nutricionizam, medicina), pojavili bi se bogati sponzori sa svojim marketingom, televizijske kuće sa svojim pravima te bi sport postao dominantan u našoj maloj sredini.

2.5. „Besplatne reklame“ hrvatskog sportskog turizma

Hrvatska je tokom svoje povijesti stekla mnogo vrhunskih sportskih rezultata te iznjedrila veliki broj vrhunskih sportaša i tako stekla ime na europskoj i svjetskoj sportskoj sceni.

Prvi veliki momčadski uspjeh tada tek nastale države Republike Hrvatske dogodio se na Olimpijskim igrama u Barceloni. Košarkaši hrvatske reprezentacije osvojili su srebrnu medalju, predvođeni legendarnim kapetanom Draženom Petrovićem koji je kasnije proglašen najboljim europskim igračem svih vremena.

Rukometaši su sa Olimpijskih igara donijeli čak dva zlata (Atlanta 1996. i Atena 2004.). Predvodnik i kapetan rukometaša Ivano Balić je kasnije proglašen najboljim rukometašem svih vremena.

Vaterpolisti su sa Olimpijskih igara donijeli zlatnu medalju 2012. godine iz Londona te dva puta bili prvaci svijeta (Melbourne 2007. i Budimpešta 2017.). Veliki broj Dubrovčana je zaslužno za vrhunske vaterpolske uspjehe, a valja istaknuti najboljeg igrača svijeta Sandra Sukna.

Nogometaši su sa Svjetskog prvenstva iz Francuske 1998. donijeli brončanu medalju, a iz Rusije 2018. donijeli srebro što se smatra najvećim sportskim uspjehom svih vremena.

Što se tiče individualnih rezultata ima ih također jako mnogo, a treba istaknuti Gorana Ivaniševića i njegovo osvajanje poznatog Wimbledona, Janicu i Ivicu Kostelić, Blanku Vlašić i Sandru Perković sa svojim medaljama sa Olimpijskih igara, Davora Šukera kao najboljeg strijelca Svjetskog nogometnog prvenstva te Luku Modrića kao najboljeg svjetskog nogometaša 2018. godine.

Što se tiče Dubrovčana treba istaknuti vaterpoliste, bosansko-hercegovačkog nogometnog kapetana Emira Spahića, veliki talenat svjetskog tenisa - Anu Konjuh te košarkaše Antu Tomića i Maria Hezonju.

Dubrovnik je postao popularan među nogometašima te su ga u zadnje vrijeme posjetile velike svjetske zvijezde i objavljivali slike putem internetskih mreža. To je naravno postalo popularno među njihovim obožavateljima diljem svijeta. Najbolja moguća reklama za grad Dubrovnik i dubrovački sport.

3. SPORT I REKREACIJA U TURIZMU S OSVRTOM NA DUBROVNIK

3.1. Sportsko-rekreacijska ponuda u Hrvatskoj

U sagledavanju neiskorištenih mogućnosti i razvoja sportsko-rekreacijskog turizma u našoj zemlji polazim od temeljnih faktora koji uvjetuju razvoj turizma. To su u prvom redu faktori turističke ponude, među kojima se posebno ističu veoma povoljni prirodni uvjeti za razvoj sportsko-rekreacijskog turizma. Poznato je da su osnovni uvjeti za razvoj brojnih oblika ove vrste turizma upravo prirodni resursi (more, termalni izvori, planine, jezera, rijeke, pogodni klimatski uvjeti i sl.) s kojima je naša zemlja bogata.

I ostali su faktori također pogodni za razvoj sportsko-rekreacijskog turizma. Pored povoljnih društvenih uvjeta valja istaknuti da naša zemlja spada u red zemalja sa razvijenom sportskom kulturom, što pogoduje razvoju sportsko-rekreacijskog turizma. Po razvijenosti i bogatstvu sportsko-rekreacijske ponude posebno se ističu turistički centri u Istri, koja je postala sinonim ovakvog oblika turizma. Sportsko-rekreacijska ponuda u novije se vrijeme ubrzano razvija i u kontinentalnim, posebno lječilišnim turističkim centrima. U takvim centrima sadržaji omogućavaju razvoj sportsko rekreacijske i zdravstveno preventivne turističke ponude.

Kao što je već navedeno postoje tri oblika sportsko rekreacijskog turizma: natjecateljski sportski turizam, zimski sportsko rekreacijski i ljetni sportsko rekreacijski turizam.

Razvoj natjecateljskog sportskog turizma ovisi o ukupnom razvoju natjecateljskog sporta, pogotovo najkvalitetnijih sportova s kojima hrvatski sport sudjeluje u međunarodnim natjecanjima. Ovakvi oblici turizma najčešće se ostvaruju u većim gradovima Hrvatske: Zagrebu, Rijeci, Splitu i Osijeku, ali i u manjim gradovima na moru i unutrašnjosti. Primjerice, poznati su međunarodni teniski turniri u Umagu, na Bolu, međunarodne regate u jedrenju u Mošćeničkoj Dragi, međunarodni turniri u konjičkom sportu u Đakovu i sl. Ovakve bi sportske manifestacije trebalo poticati ne samo zbog ekonomskih učinaka turizma i drugih djelatnosti, već i zbog činjenice što su one najbolji način promocije Hrvatske u svijetu.

Planinski masivi na Velebitu, Gorskom Kotaru i Medvednici imaju prirodne uvjete planinarstvo, skijanje i druge zimske sportove. U tim planinskim područjima postoje određeni smještajni kapaciteti koje bi trebalo poboljšati izgradnjom boljih prometnica i posebnih sportsko rekreacijskih objekata i sadržaja.

Ipak, najveće mogućnosti razvoja pruža ljetni sportski turizam i to poglavito na moru, ali i na rijekama, jezerima i planinama. Postojeću sportsko rekreacijsku ponudu trebalo bi preorijentirati prema planovima budućeg razvoja hrvatskog turizma. Postojeći sportski objekti građeni su za masovne oblike turizma pa su po svojoj strukturi i brojnosti, stvoreni u skladu s tom orijentacijom.

Sportsko rekreacijski centri na moru trebali bi se više orijentirati na individualne, a manje na grupne sportove koji će pružati više diskrecije individualnim gostima.

Slika 3. Sportsko-rekreacijska ponuda u Hrvatskoj



Izvor: www.mmatich.wordpress.com

Slika 4. Sportsko-rekreacijska ponuda u Hrvatskoj



Izvor: www.croatia-excursions.hr

3.2. Najznačajniji sportsko-rekreacijski sadržaji u Dubrovniku

Svake se godine u Dubrovniku organizira niz međunarodnih sportskih natjecanja na jednom od najljepših europskih bazena, na teniskim terenima na više lokacija, sportskoj dvorani ali i na Rijeci dubrovačkoj-Ombli.

Malonogometni turniri, brojna judo natjecanja, tenis turniri, košarkaški ogledi, Du Motion, ljetna Divlja liga - posebno je zanimljivo amatersko sportsko natjecanje, u kojem sudjeluju predstavnici svih gradskih plaža i kupališta. Sve to čini sportski život grada.

Jedan od najljepših europskih bazena koji može primiti do 3000 gledatelja gdje svakodnevno trenira najtrofejniji hrvatski i jedan od najtrofejnijih europskih kluba - VK Jug sa većinom svojih hrvatskih reprezentativaca.

Plivačke zvijezde natječu se na mitingu „Zlatni Orlando“ koji okuplja svake godine brojne plivače mlađih uzrasta. „Semper primus“ naziv je tradicionalne jesenske veslačke regate studentskih osmeraca, u organizaciji VK Neptun i Sveučilišta u Dubrovniku, koja po žestini nastupa i entuzijazmu natjecatelje ne zaostaje za slavnim natjecanjem na Temzi.

Ove godine je održan četvrti Du motion- dubrovački polumaraton kojeg su objavili mnogi svjetski portali. Dubrovnik safari je svake godine sve interesantniji turistima svih dobnih skupina.

Hrvatsko planinarsko društvo Sniježnica već 10 godina omogućava domaćim i stranim državljanima obuku planinarenja i relaksirajući boravak u prirodi.

Tradicija šaha u Dubrovniku je vrlo duga; legenda kaže da je šah u Dubrovnik donio Richard Lavljeg Srca. Šahovska olimpijada je održana 1950. Godine, a u listopadu ove godine šahovski klub je obilježio 85. obljetnicu djelovanja kroz organizaciju Otvorenog brzopoteznog šahovskog turnira te tako, šah čini Dubrovnik Olimpijskim gradom.

Jedriličarski klub Orsan također je proslavio 85. obljetnicu i potvrdio važnost ovog kluba i jedrenja za naš grad.

Dubrovačka rivijera osigurava istinski uzbudljivu lokaciju svakom ronioncu. Ističe se „Muzej na morskom dnu“ u blizini Cavtata, po količini pronađenih amfora najveće nalazište na Jadranu i među 10 najvećih na Mediteranu. Ovo nalazište s obzirom na činjenicu da se nalazi na svega 30-ak metara dubine dostupno je ronioncima amaterima a posjećuje se u organizaciji i u stručno vodstvo članova Ronilačkog kluba Epidaurum. Zaljubljenicima u podvodne ljepote na raspolaganju su i brojni drugi ronilački klubovi i njihovi stručni timovi.

Domaći i strani državljani mogu se baviti i rekreacijskim ribolovom (udičarskim alatima i podvodnom puškom) na temelju dozvole koja izdaje Uprava za ribarstvo.

Na cijelom području Jadranskog mora moguće je ribanje, no u akvatorijima Nacionalnih parkova (Brijuni, Mljet, Kornati, Krka) i na nekim manjim područjima postoje određena ograničenja.

Na većini gradskih plaža tijekom ljetnih mjeseci nude se različiti sportsko rekreacijski sadržaji (jedrenje na dasci, kajaci, jet ski, badminton na pijesku, stolni tenis, odbojka na pijesku itd.)

Uz raznovrsne sadržaje u hotelima posjetioци su u prilici upoznati ljepote dubrovačkog krajolika šetnjama u Gradu i okolici.

Što se tiče hotela i hotelskih lanaca u Dubrovniku treba izdvojiti:

Valamar Club Dubrovnik koji u svome kompleksu sadrži osam teniskih terena, staze za šetnju i jogging, ronilački centar, najam pedalina i čamaca, skijanje na moru, gliser s uzgonskim padobranom te wellness.

Dubrovnik Sun Gardens sadrži teren za odbojku na pijesku, nogomet sa umjetnom travom i tri zemljana teniska terena te unutarnji teren za badminton, dvorana, squash, biljar, stolni tenis...

Adriatic Luxury Hotels u svome sklopu sadrži teniski centar, dva otvorena bazena, plaže, wellness te jogging staza u prirodnome parku Petka.

3.3. Vaterpolo

Vaterpolo je definitivno najpopularniji sport u Dubrovniku. Na bazenu u Gružu odigrana su brojna vaterpolska natjecanja, čiji je domaćin Vaterpolo klub Jug do danas čak četiri puta bio prvak Europe, dva put osvojio Europski Super-kup, jednom LEN kup, 37 puta državni prvak (u vrijeme SFRJ te Republike Hrvatske) te 13 puta bio pobjednik kupa. Nakon svih postignutih rezultata nije ni čudo da je Jug ponos Dubrovnika, a vaterpolo sport broj jedan u našem gradu.

Počeci vaterpola u Dubrovniku sežu u davnu 1923. godinu kada se pri sportskom društvu Jug utemeljuje vaterpolo sekcija. Do izgradnje bazena u Gružu 1961. godine treniralo se na Dančama, a sportska natjecanja su se održavala u Portu (Gradskoj luci).

Dubrovnik je do sada u više navrata imao čast organizirati Europski i Regionalni Final-Four gdje se iskazao kao izvrstan domaćin.

Turniri su se prikazivali na mnogim sportskim televizijama, a hotelski kapaciteti su bili puni što je poboljšalo statistiku podsezone u Dubrovniku i na jedan način promoviralo naš grad u svijetu. Osim sportskih događaja gostima su prezentirane također i sve ljepote Dubrovnika kao turističke destinacije.

Gradske vlasti potpisale su ugovor u ljeto 2018. godine o obnovi Hotela Stadion koji bi služio u svrhu potreba VK I PK Juga te ugošćivanja sportaša u Dubrovnik. Ispred samog hotela će biti napravljena pješačka zona i trg. Međutim, kad se govori o vaterpolu u Dubrovniku bitno je spomenuti i Divlju ligu ili Prvenstvo dubrovačkih plaža u vaterpolu, jedinstveno takve vrste u svijetu. Ovo je ujedno i najveće svjetsko amatersko vaterpolsko natjecanje koje je njemački časopis „Bild“ svrstao među 100 zanimljivosti svijeta, tako da Divlja liga osim što predstavlja dobru zabavu i rekreaciju postaje i prepoznatljiv proizvod naše turističke ponude.

Jug je dubrovački sportski ponos te kao takav ima sve predispozicije za promovirati Dubrovnik u vrhunsku sportsku destinaciju. Grad Dubrovnik, Valamar Club i Zračna luka Dubrovnik kao glavni sponzori kluba bi trebali više promovirati klub u svrhu jačanja turističko-sportske destinacije. Stavljanjem marketinških plakata u zračnu luku i na ulaz u grad sa znakom dobrodošlice u Grad Dubrovnik - Dom europskog vaterpolskog velikana Jug sa svim njegovim uspjesima.

www.jug.hr

3.4. Ronjenje

Jadransko more je sastavni dio Sredozemlja na kojem je ono najdostupnije i najbliže industrijski razvijenoj središnjoj Europi. Jadranska obala smatra se jedinstvenim primjerom objedinjenosti bogatstva Sredozemlja, ne samo po svom povijesnom i kulturnom naslijeđu, već i prirodnoj ljepoti, čistoći okoliša te izloženosti blagoj sredozemnoj klimi.

Najstariji lokaliteti na području Hrvatske su: Cavtat, Mljet, Korčula, Hvar, Vis, Split, Trogir, Kornati, šire područje Šibenika i Zadra, Pula te Brijuni.

Južni Jadran bilježi 37 registriranih ronilačkih lokaliteta što ga stavlja na drugo mjesto po ukupnom broju u Hrvatskoj.

Tako kod Pelješca ronionicima pažnju plijeni očuvana olupina njemačkog torpednog čamca, kod Dubrovnika očuvana olupina trgovačkog broda, a kod sv. Andrije vidljiv je prekrasan podvodni zid.

Dubrovački ronilački klub je u funkciji još od 1964. godine te je u suradnji sa mnogim hotelima.

U Dubrovniku možete pronaći cijeli niz centara za ronjenje kod kojih se također i prolazi cijela obuka, a najpopularniji su Blue planet i Abyss Diving Center.

www.blueplanet-dubrovnik.com

www.dubrovnikdiving.com

3.5. Tenis

U Dubrovniku postoji nekoliko lokacija sa teniskim terenima (Babin kuk, Uvala Lapad, Marina, Gospino polje itd.) koji se nalaze u blizini hotela kako bi bili što dostupniji i gostima i lokalnom stanovništvu. Činjenica je da je ovaj sport, sa svojim različitim oblicima i mogućnostima blizak korisnicima turističkih usluga te ga iz tog razloga jaki turistički centri stavljaju u centar svoje turističke ponude.

Zadnji seniorski turnir vrijedan spomena odigran je na terenima u Uvali Lapad koji su bili domaćini ATP Dubrovnik Challenger-a 2004. godine. Prvu nagradu u vrijednosti od 25 000 američkih dolara osvojio je Argentinac Edgardo Massa. Izgradnjom adekvatnog teniskog kompleksa Dubrovnik bi bio domaćin mnogih kvalitetnih teniskih turnira te bi automatski privukao bogatu klijentelu i sponzore.

U ljeto 2010. godine odigran je povijesni meč ispred Kneževog dvora između dvije legende svjetskog tenisa - Gorana Ivanišenića i John-a McEnroe. Cijeli svijet je vidio sliku punog Straduna, a najzaslužniji za organizaciju je bio legendarni dubrovački sudac tenisa, Marijan Pančevski.

Tennis Center Dubrovnik je sportska udruga osnovana 2011. Godine, a glavni cilj udruge je dovesti vrhunski tenis u Dubrovnik te promovirati grad u tom smislu. Drugi njihov cilj je promovirati tenis kao sport u jugoistočnom dijelu Europe. U vrlo kratkom razdoblju su uspjeli organizirati mnoge turnire za mlađe uzraste te jedan seniorski i uspjeli su napraviti „Teniski ljetni kamp sa Goranom Ivaniševićem“.

Tennis Center Dubrovnik je također u suradnji sa Adriatic luksuznim hotelima, Radison Blu, Rixos Libertas, Valamar Lacroma, Sheraton te mnogim privatnim smještajima i gostima članovima turnira nude posebne cijene i usluge.

Na zadnjem organiziranom turniru 2017. godine po imenom „Dubrovnik DUB Bowl Junior tennis tournament“ sudjelovalo je oko 200 mladih igrača iz 48 zemalja diljem svijeta od kojih su čak njih 30 bili državni prvaci.

„Dubrovnik DUB Bowl Junior tennis tournament“ drži status turnira s najbogatijim nagradama za mlađe uzraste na svijetu.

3.6. Du Motion – Dubrovnik half marathon

Dubrovački polumaraton prvi put se pojavio 2015. godine sa vizijom da prikaže „grad u pokretu“ te je do danas postavio grad na međunarodnu trkačku mapu i zbog koje stižu trkači iz cijelog svijeta. Poznati svjetski tabloid „Distance Running“ stavio je na naslovnicu dubrovački polumaraton te tako reklamirao Dubrovnik i dubrovački sportski turizam diljem svijeta.

Sama utrka je dobila status „utrke sa 5 zvjezdica“ – dodijeljena od strane vrhovne Europske atletske organizacije te je kao takva jedina u Hrvatskoj. Polumaraton počinje i završava na Stradunu te je zbog toga sam ugođaj i atmosfera nezaboravna.

Na posljednjem izdanju Du motion-a je sudjelovalo gotovo 2000 trkača iz cijelog svijeta te su ga svi opisali kao nevjerojatan doživljaj i jedva čekaju sljedeći koji je na rasporedu u travnju 2019. godine.

Sam maraton je skupio veliki broj sponzora a glavni sponzor Valamar Club nudi svim trkačima posebne cijene smještaja. U organizaciju utrke su se uključili i dubrovačka policija, vatrogasci te preko 600 volontera.

Službene stranice Du Motiona otkrivaju da je sudjelovalo 8000 trkača, te bilo 12000 posjetitelja iz 55 država diljem svijeta.

Grad Dubrovnik, Turistička zajednica grada Dubrovnika te Sveučilište u Dubrovniku otkrivaju sljedeće:

- skupljeno je 74 000 kn za humanitarne svrhe
- grad Dubrovnik je osigurao 150 000 kn te obećao sljedećih godina osigurati još više
- 78% sudionika se namjerava vratiti na odmor u Dubrovnik te 97% sudionika će preporučiti rodbini i prijateljima
- zabilježeno je 1500 dolazaka te 6000 noćenja tijekom manifestacije

Gradovi prijatelji Dubrovnik i Monterey prošle godine primili su i nagradu međunarodne organizacije „Sister Cities International“ za suradnju na pripremi i organizaciji Dubrovačkog međunarodnog polu-maratona – Du Motion u kategoriji "Inovacije: Gospodarski razvoj" za gradove koji imaju manje od 100 tisuća stanovnika.

3.7. Gradski stadion Lapad

Gradski stadion Lapad nalazi se unutar šireg centra grada Dubrovnika. Kompleks čini nekoliko objekata koji datiraju iz različitih perioda. Stadion se nalazi u izgrađenom naselju bez mogućnosti proširivanja te je jedina opcija nadogradnja tribina preko postojeće atletske staze.

Idealan kapacitet novog modernog stadiona bez atletske staze bi bio oko 5000 gledatelja koji bi u svome sklopu imao trgovački centar te veliku garažu.

Primjer takvog stadiona je onaj u Dugopolju, za koji se govori da je najmoderniji u Hrvatskoj.

U posljednjih nekoliko godina bilo je mnogo zainteresiranih investitora za lapadski stadion, od kojih je najpoznatiji Malezijski investitor Vincent Tan koji je također vlasnik poznatog Cardiffa, Los Angelesa te FK Sarajeva, međutim nikad nije došlo do realizacije.

Rekonstrukcijom lapadskog stadiona proširila bi se sveukupna turistička ponuda u Dubrovniku. Grad bi privukao novu vrstu klijentele, pojavile bi se svjetske televizijske kuće sa svojim pravima, nastala bi nova vrsta turističkog proizvoda te bi održivi turizam dobio svoju funkciju u destinaciji.

Slika 5. Izgled trenutnog lapadskog stadiona



Izvor: www.sportskiobjektidu.hr

Slika 6. Lapadski stadion u budućnosti



Izvor: www.d-a-z.hr

3.8. SWOT analiza razvoja sportsko-rekreacijskog turizma u Dubrovniku

SWOT analiza daje detaljan uvid u mogućnosti i nedostatke te prilike i prijetnje pri postavljanju uspješne strategije razvoja sportsko-rekreacijskog turizma.

U Dubrovniku SWOT analiza izvedena je na temelju održanih anketa, nekoliko obilazaka sportskih klubova, razgovora sa ključnim ljudima dubrovačkog sporta, turističkim djelatnicima te analizom okruženja.

Tablica 3. SWOT analiza razvoja sportsko-rekreacijskog turizma u Dubrovniku

PREDNOSTI	NEDOSTATCI
Blaga mediteranska klima pogodna vodenim sportovima i vanjskoj rekreaciji	Loša sportska infrastruktura
Dubrovnik kao brend je već popularan u cijelom svijetu	Nedovoljna promocija sportsko-rekreacijskog turizma
Velik broj smještajnih jedinica te velik broj hotela sa 5 zvjezdica	Manjak sportskih događanja
Nezagađena priroda i more	Nedovoljna ulaganja u sport
Postojanje dobrih temelja za početak sportsko-rekreacijskog turizma(vaterpolo, tenis, nogomet)	Velik utjecaj sezonalnosti te manjak vremena za sport
MOGUĆNOSTI	PRIJETNJA
Produženje turističke sezone	Moguće zagađivanje okoliša
Poboljšanje imidža turističke destinacije	Nedovoljna sredstva – ne osigurava se dovoljno sredstava za sport
Proboj na nova turistička tržišta	Zbog prenatrpanosti sadržaja tijekom sezone bi se sport morao prilagoditi trenutnom stanju (događanja samo u podsezoni)
Otvaranje stručnih radnih mjesta	Nedostatak interesa za sportska događanja
Razvoj novih ponuda	Nezadovoljstvo lokalnog stanovništva

Izvor: Sistematizacija autora

3.9. Rezultati provedene ankete stanja sportsko-rekreacijskog turizma u Dubrovniku

Temeljem provedene ankete stanja sportsko-rekreacijskog turizma u Dubrovniku koja je odrađena na tri različita mjesta, a ispitanici su bili stanovnici grada Dubrovnika.

Vlasnici privatnih tvrtki, menadžeri, turistički djelatnici, sportaši i ostali građani dali su odgovore na anketna pitanja.

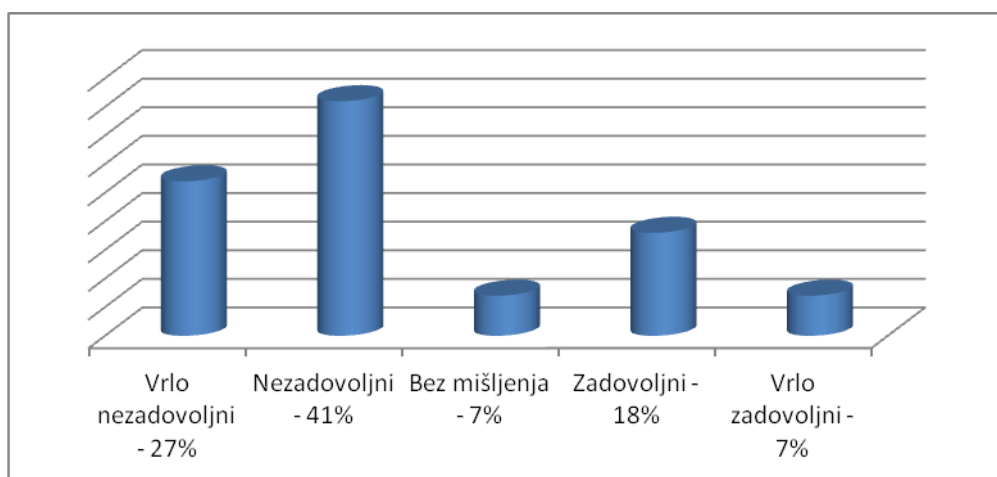
Judo klub „Ura Nage“ odrađuje treninge unutar gradskih zidina, te je tako jedini sportski klub u Starome Gradu. Prilikom treninga mladih judaša, anketi se odazvalo petnaest njihovih roditelja.

Nogometni klub „GOŠK Dubrovnik 1919“ trenutno je jedini nogometni klub u Dubrovniku. Svakodnevno odrađuje svoje treninge na lapadskom stadionu te se anketi odazvalo sedamnaest igrača i dva trenera.

Hotel „The Pucić Palace“ već je pet godina za redom najbolji mali hotel u Hrvatskoj te tijekom sezone broji više zaposlenika nego gostiju. Anketi se odazvalo ukupno dvadeset i dva djelatnika uključujući direktora, voditelja recepcijskog poslovanja te voditelja hrane i pića.

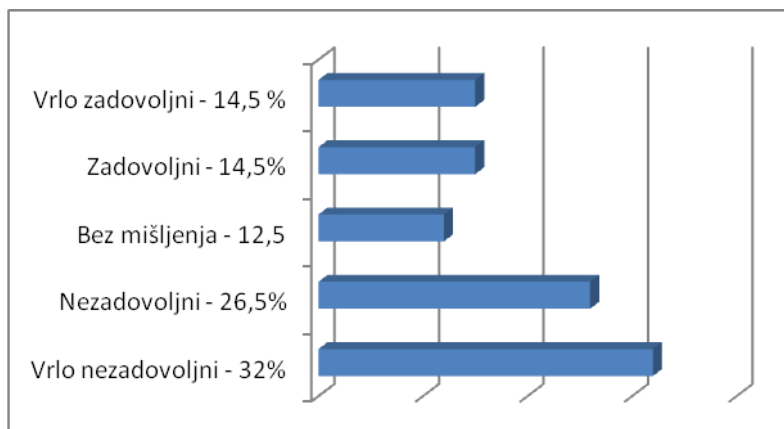
Ukupno je prisustvovalo pedeset i šest ispitanika većim prisustvom muškaraca, različite dobi te sa različitim mišljenjima, drugačijim interesima i aspektima gledanja, a rezultati su bili sljedeći:

Graf 1. Jeste li zadovoljni stanjem postojeće povezanosti sporta i rekreacije sa turizmom u Dubrovniku?



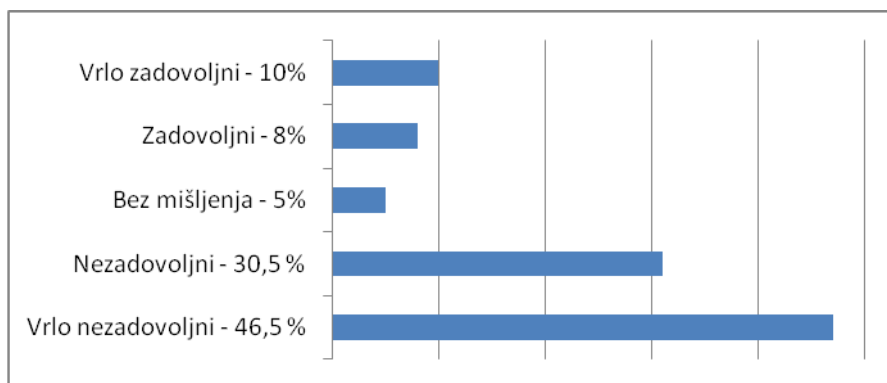
Izvor: sistematizacija autora

Graf 2. Jeste li zadovoljni stanjem u pojedinim sportovima?



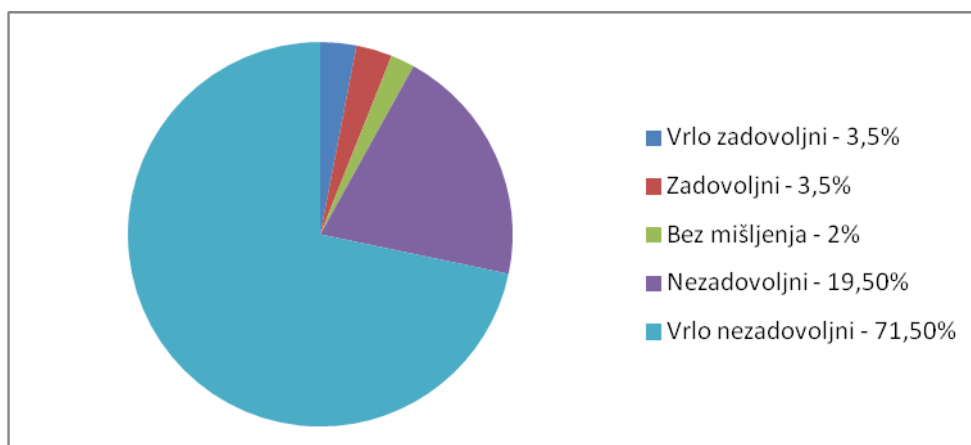
Izvor: sistematizacija autora

Graf 3. Jeste li zadovoljni sportskim manifestacijama i događanjima?



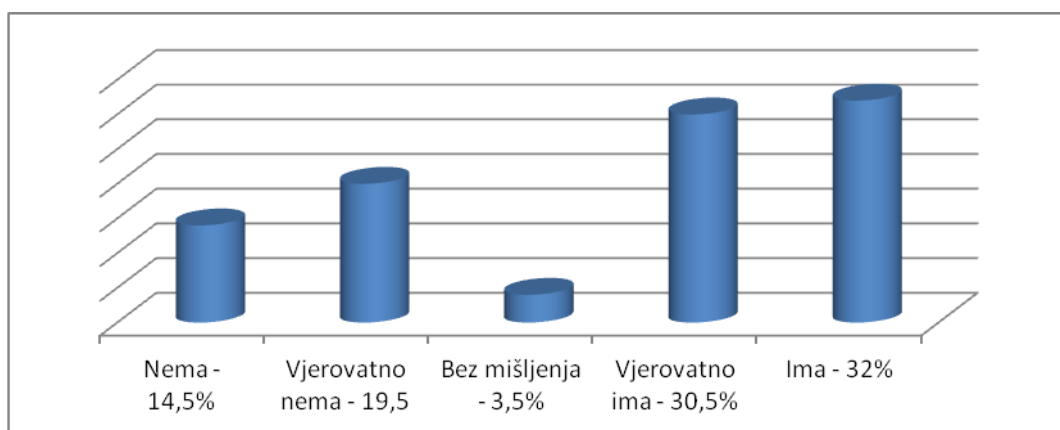
Izvor: sistematizacija autora

Graf 4. Jeste li zadovoljni stanjem sportsko-rekreacijskih objekata i infrastrukture u Dubrovniku?



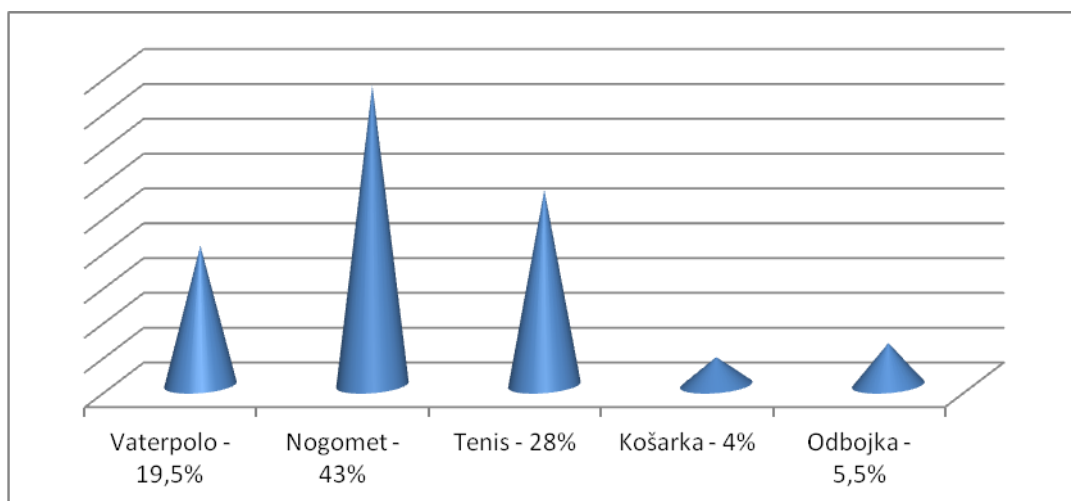
Izvor: sistematizacija autora

Graf 5. Mislite li da sportsko-rekreacijski turizam ima budućnost u Dubrovniku?



Izvor: sistematizacija autora

Graf 6. Koji od navedenih sportova može najviše pridonijeti sportskom turizmu u Dubrovniku?



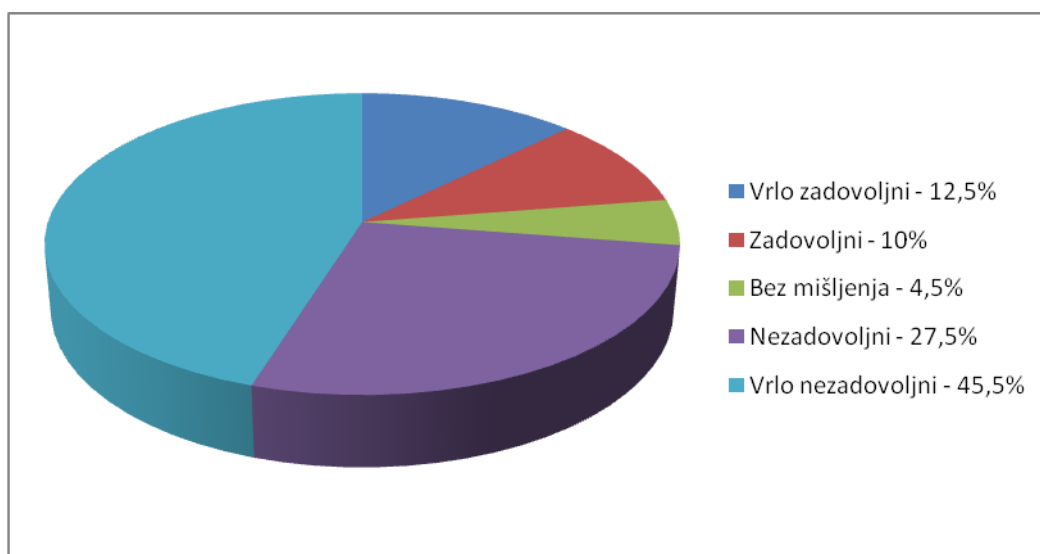
Izvor: sistematizacija autora

Graf 7. Jeste li zadovoljni izborom sportsko-rekreacijskog sadržaja?



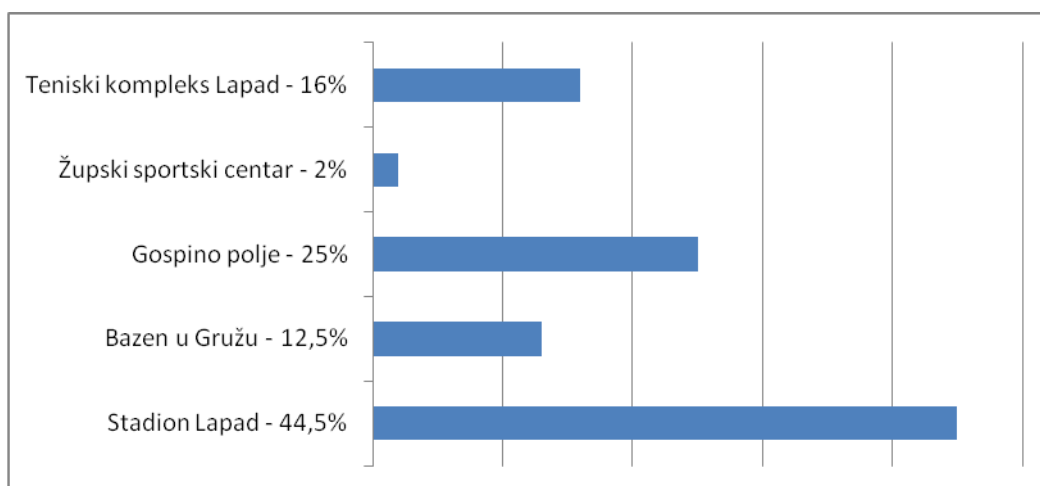
Izvor: sistematizacija autora

Graf 8. Jeste li zadovoljni količinom promocije i pozornosti koju sport dobiva?



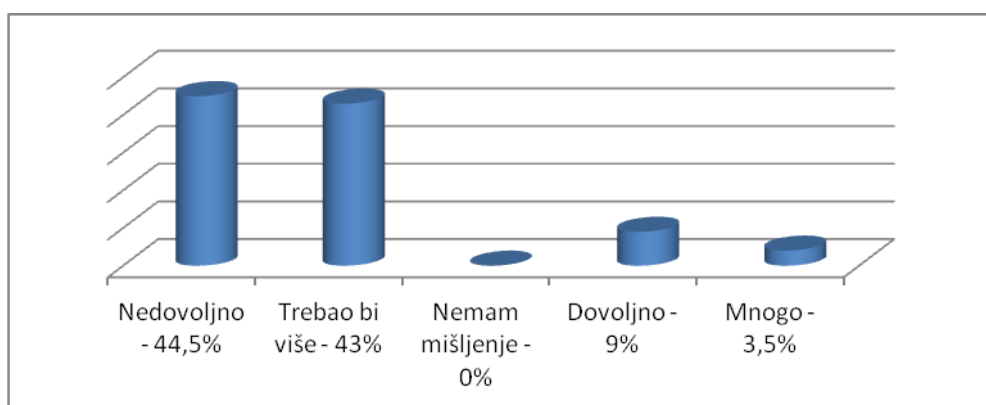
Izvor: sistematizacija autora

Graf 9. Koju biste sportsku investiciju najprije htjeli vidjeti?



Izvor: sistematizacija autora

Graf 10. Ulaže li Dubrovnik dovoljno sredstava za sportski turizam?



Izvor: sistematizacija autora

4.STANJE I PERSPEKTIVA RAZVOJA SPORTSKO-REKREACIJSKOG TURIZMA

4.1. Kritička ocjena SWOT analize i anketnog istraživanja

Temeljem rezultata SWOT analize i anketnog istraživanja u kojemu su sudjelovali dubrovački građani stekao se uvid na problematiku stanja sportsko-rekreacijskog turizma u Dubrovniku. SWOT analiza je rezultirala da se Dubrovnik kao destinacija ne mora probijati na tržište jer je kao takva već stekla svoj ugled i brend zahvaljujući svojoj kulturnoj i povijesnoj baštini, ugodnoj mediteranskoj klimi, velikim brojem luksuznih hotela i prvoklasnoj ugostiteljskoj usluzi.

Općenito je velik broj i ostalih smještajnih kapaciteta, stoga Dubrovniku za rješavanje problema sezonalnosti i populiziranja sportsko-rekreacijskog turizma mu fali sportska infrastruktura, sportski događaji te općenito promocija sporta kao takvog.

Buđenje sporta u Dubrovniku bi privuklo bogate TV kuće, investitore te stručnjake iz svih različitih djelatnosti te bi destinacija kao takva unaprijedila svoj imidž na turističkom tržištu. Anketno istraživanje je potvrdilo da sportski turizam definitivno ima budućnost u Dubrovniku, međutim pitanje je kako bi dio domaćeg stanovništva prihvatio dodatnu navalu turista u grad, te postoji li uopće dovoljan interes za sportom u gradu.

S obzirom da su u anketi sudjelovale tri različite grupe tj. sportaši, turistički djelatnici te obični građani, rezultati su uglavnom bili slični, iako se na pojedinim pitanjima mogla vidjeti i raznolikost odgovora.

Građani općenito nisu zadovoljni stanjem sporta, sportske infrastrukture, događanja i manifestacija u Dubrovniku što se može i vidjeti u prethodno navedenim grafovima. Zahvaljujući velikom broju nogometaša u anketi, stadion Lapad i nogomet su dobili najviše glasova za pitanje koji bi projekt i sport bili najbitniji za sportski turizam u gradu, turistički djelatnici su bili neočekivano neodlučni na pitanje ima li sportski turizam mjesto u Dubrovniku, te se čak 37% izjasnilo negativno. Razlog tomu je vjerojatno mogućnost produženka sezone te im kao takva osobno ne odgovara.

4.2. Budućnost sportskog turizma

Sportski turizam je jedan od najbrže rastućih selektivnih oblika turizma. Javlja se u obliku turizma sportskih događanja, turizma sportskih uspomena ili kao aktivni sportski turizam te kao takav rješenje je za cjelogodišnju popunjenost turističkih kapaciteta.

Već sada u ukupnom turističkom profitu sportski turizam sudjeluje sa 14% te stručnjaci smatraju dinamičan rast istog u sljedećih desetak godina. Kao jedan od optimalnih oblika cjelogodišnjeg poslovanja može značajno pridonijeti daljnjoj diverzifikaciji i održivosti hrvatskog turizma.

S ciljem poboljšanja ponude te daljnjeg razvoja turizma, Vlada RH u travnju 2013. godine donijela je Strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Ovaj strateški dokument posebno naglašava selektivne oblike turizma među kojima je i sportski turizam. S obzirom na komparativne prednosti koje imamo, sport i rekreacija bi se trebali promovirati kao jedan od ključnih proizvoda s obzirom da se jednako uspješno mogu razvijati u planinama, toplicama i na moru.

Sve veće zanimanje turista za brojnim sportskim aktivnostima ide u prilog razvoju sportskog turizma na našim prostorima. Da bi neka područja optimalno iskoristila svoje resurse, a ovom slučaju resurse za razvoj sportskog turizma, mora poznavati svoju ponudu, ali i spoznati karakteristike buduće turističke potražnje.

Prema podacima Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka Republiku Hrvatsku 2002. godine, sportske je manifestacije posjetilo 91 555 posjetitelja, a od čega 32% stranih. Ovakve bi manifestacije trebalo poticati jer su one promotor Hrvatske u svijetu.

Na jadranskoj obali nalaze se sportski tereni koji nisu adekvatni za korištenje tijekom cijele godine pa bi izgradnja novih i adaptacija postojećih omogućila potpunije iskorištavanje turističkih kapaciteta u podsezoni. Ulaganja u razvoj sportskog turizma pridonosi unapređenje ukupne kvalitete turizma. Razvoj sportskog turizma pridonosi produženju turističke sezone te porastu izvan pansionske potrošnje.

U svezi unapređenja sportskog turizma u Zadru će se održati 3. Kongres sportskog turizma u studenome 2018. godine s ciljem animiranja i poticanja sportskog turizma. Na kongresu će biti predstavljena – Vizija razvoj golf turizma Hrvatske. Kongres će se održati na nacionalnoj razini kao Festival sporta i turizma pod pokroviteljstvom Ureda Predsjednice Republike Hrvatske, Zadarske županije i Grada Zadra.

Tablica 4. Odgovor 24 791 sudionika ankete zemalja Europske unije na pitanje koje su glavne koristi sporta.

PONUĐENI ODGOVORI	%
POBOLJŠANJE PSIHIČKOG I FIZIČKOG ZDRAVLJA	78%
RAZVOJ FIZIČKIH MOGUĆNOSTI	46%
OPUŠTANJE	43%
ZABAVA	39%
BITI S PRIJATELJIMA	31%

Izvor: podaci European Commission, 2004.

Tablica 5. Odgovori istih sudionika na pitanje koliko se često bave sportom.

BAVLJENJE SPORTOM	%
FINSKA 76%	JEDNOM TJEDNO 38%
ŠVEDSKA 72%	
DANSKA 60%	
NIZOZEMSKA 35%	JEDNOM DO DVA TJEDNA 21%
ŠVEDSKA 32%	
DANSKA 32%	
FINSKA 31%	
FINSKA 45%	TRI ILI VIŠE PUTA TJEDNO 17%
ŠVEDSKA 40%	
DANSKA 28%	

Izvor: podaci European Commission, 2004

www.mint.gov.hr

www.poslovniturizam.hr

4.3. Ocjena mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma u Hrvatskoj

Hrvatska ima povoljne uvjete za razvoj različitih oblika zimsko sportsko-rekreacijskog turizma koji se uspješno mogu razvijati u planinama, ali i u toplicama kao i na moru.

U planinskim dijelovima postoje prirodni i drugi uvjeti za planinarstvo, skijanje i ostale zimske sportove. Najveće predispozicije za razvoj ovakvog vrste turizma imaju planinski masivi Velebit, Gorskog Kotara i Medvednice. Iako su ovi oblici turističke ponude uglavnom orijentirani na domaće turiste ipak različite manifestacije u ovim područjima mogu privući i staru klijentelu.

Najveće mogućnosti razvitka u Hrvatskoj pruža ljetno sportsko-rekreacijski turizam uglavnom na moru, ali i rijekama, jezerima i planinama. More kao najveći prirodni element i ambijent najpogodniji je i najtraženiji dio prirodne okoline za sve vrste i oblike dokolice, od najjednostavnijeg odmaranja do najaktivnije sportske rekreacije. Pored kupanja, plivanja, ronjenja, veslanja i jedrenja koji privlače velik broj gostiju potrebno je uvesti i neke nove sportsko-rekreacijske sadržaje na moru. To se odnosi posebice na mjesta u kojima prevladava masovni turizam gdje je potrebno uvesti nove programe i sadržaje.

Također treba uzeti u obzir i dati poticaj onim turističkim mjestima koja će razvijati ekskluzivni turizam za „bogate“ goste gdje je potrebo izgraditi sportske objekte i sadržaje koji su komplementarni takvim oblicima turističke ponude. To se odnosi na mogućnost razvijanja „skupih sportova“ kao što su golf, jahanje i sportovi na vodi.

Hrvatska posjeduje dobre predispozicije za razvoj svih oblika sportsko-rekreacijskog turizma. U skladu s tim trebalo bi prilagoditi postojeću turističku ponudu novim trendovima sportske rekreacije kako bi se domaća, a posebno strana klijentela zainteresirala za sportove koji su Hrvatskoj na samom vrhu popularnosti.

ZAKLJUČAK

Hrvatska je zahvaljujući svom raznolikom teritoriju, prirodnim ljepotama, kulturnom baštinom i bogatom tradicijom jedna od popularnijih turističkih destinacija jugoistočne Europe.

Upravo zbog svoje raznolikosti je zanimljiva ljudima različitih profila i mogućnosti te kao takva ima sve predispozicije za destinaciju i ljetnog i zimskog sportsko-rekreacijskog turizma. Ulaganjem u sportsku infrastrukturu te realizacijom sportskih projekata omogućio bi Hrvatskoj brz ekonomski razvoj.

Ulaganjem u sport ne samo da se ostvaruju ekonomski učinci nego se i pospešuje promocija zemlje, jer je poznato da su vrhunski sportski rezultati koje ostvaruju domaći sportaši najbolji promotori naše zemlje u svijetu.

Dubrovnik je istinski biser Jadrana, grad velike i bogate povijesti, jedinstvene kulturne baštine s dugogodišnjom ugostiteljskom tradicijom te od nedavno i filmska pozornica. Sezona u Dubrovniku svake godine sve je duža, teži se za cjelogodišnjim turizmom i smanjivanju dolazaka kruzera. Proširuje se i zračna luka „Dubrovnik“.

Održavanje cjelogodišnjeg turizma postiglo bi se izgradnjom sportske infrastrukture te bi sportsko-rekreacijski turizam sa sobom doveo bogatiju klijentelu, velik broj sponzora te dodao još jednu veliku stavku ionako već sada brendiranog sinonima za turizam – Grad Dubrovnik.

LITERATURA

Bartoluci, M. (2003), Valorizacija sporta u funkciji razvoja zimskog turizma Hrvatske, Zagreb

Bartoluci, M., Škorić, S. (2009), Menadžment u sportu, Zagreb, 16. I 17. Ljetna škola kineziologa Republike Hrvatske, Zagreb

Bazala, A., Šimurina, S. (1991), Marketing, Zagreb

Čorak, S., Mikačić, (2006.), Hrvatski turizam, Znanstvena edukacija instituta za turizam, Zagreb

Dulčić, A., Petrić, L. (2001.), Upravljanje razvojem turizma, Zagreb

The European Council: <https://www.consilium.europa.eu/en/european-council/>

Smith, V. (2008.), Tourism recreation research, Philadelphia

www.blueplanet-dubrovnik.com

www.dubrovnikdiving.com

www.du-motion.com

www.jug.hr

www.mint.gov.hr

www.poslovniturizam.hr

www.tenisdubrovnik.com

www.tzdubrovnik.hr

POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA

Tablica 1. Motivi dolaska turista u Hrvatsku (2006.), izvor: Stavovi i ponašanja turista u Republici Hrvatskoj-Tomas (2006.) - 6. stranica

Tablica 2. Motivi dolaska turista u Hrvatsku (2017.), izvor: Stavovi i ponašanja turista u Republici Hrvatskoj-Tomas (2017.) – 7. stranica

Tablica 3. SWOT analiza razvoja sportsko-rekreacijskog turizma u Dubrovniku, izvor: sistematizacija autora – 27. stranica

Tablica 4. Odgovor 24 791 sudionika ankete zemalja Europske unije na pitanje koje su glavne koristi sporta, izvor: podaci European Commission (2004.) – 34. stranica

Tablica 5. Odgovori istih sudionika na pitanje koliko se često bave sportom, izvor: podaci European Commission (2004.) – 34. stranica

Slika 1. Ljetni sportsko-rekreacijski turizam, izvor: www.justdubrovnik.com – 10. stranica

Slika 2. Zimski sportsko-rekreacijski turizam, izvor: www.vecernji.hr – 10. stranica

Slika 3. Sportsko-rekreacijska ponuda u Hrvatskoj, izvor: www.mmatich.wordpress.com – 19.

Slika 4. Sportsko-rekreacijska ponuda u Hrvatskoj, izvor: www.croatia-excursions.hr – 19. str.

Slika 5. Izgled trenutnog lapadskog stadiona, izvor: www.sportskiobjektidu.hr – 26. stranica

Slika 6. Lapadski stadion u budućnosti, izvor: www.d-a-z.hr – 26. stranica

Graf 1. Jeste li zadovoljni stanjem postojeće povezanosti sporta i rekreacija sa turizmom u Dubrovniku? – 28. stranica

Graf 2. Jeste li zadovoljni stanjem u pojedinim sportovima? – 29. stranica

Graf 3. Jeste li zadovoljni sportskim manifestacijama i događanjima? – 29. stranica

Graf 4. Jeste li zadovoljni stanjem sportsko-rekreacijskih objekata i infrastrukture u Dubrovniku? – 29. stranica

Graf 5. Mislite li da sportsko-rekreacijski turizam ima budućnost u Dubrovniku? – 30. str

Graf 6. Koji od navedenih sportova može najviše pridonijeti sportskom turizmu u Dubrovniku? – 30. stranica

Graf 7. Jeste li zadovoljni izborom sportsko-rekreativnog sadržaja? – 30. stranica

Graf 8. Jeste li zadovoljni količinom promocije i pozornosti koju sport dobiva? – 31. stranica

Graf 9. Koju biste sportsku investiciju najprije htjeli vidjeti? – 31. stranica

Graf 10. Ulaže li Grad dovoljno sredstava za sportski turizam? – 31. stranica

Izvori svih grafova: sistematizacija autora

ANKETNI LISTIĆ

1. JESTE LI ZADOVOLJNI STANJEM POSTOJEĆE POVEZANOSTI SPORTA I REKREACIJE SA TURIZMOM U DUBROVNIKU?

1 2 3 4 5

2. JESTE LI ZADOVOLJNI STANJEM U POJEDINIM SPORTOVIMA?

1 2 3 4 5

3. JESTE LI ZADOVOLJNI SPORTSKIM MANIFESTACIJAMA I DOGAĐANJIMA?

1 2 3 4 5

4. JESTE LI ZADOVOLJNI STANJEM SPORTSKO-REKREACIJSKIH OBJEKATA I INFRASTRUKTURE U DUBROVNIKU?

1 2 3 4 5

5. MISLITE LI DA SPORTSKO-REKREACIJSKI TURIZAM IMA BUDUĆNOST U DUBROVNIKU?

1 2 3 4 5

6. KOJI OD NAVEDENIH SPORTOVA MOŽE NAJVIŠE PRIDONIJETI SPORTSKOM TURIZMU U DUBROVNIKU?

1. VATERPOLO
2. NOGOMET
3. TENIS
4. KOŠARKA
5. ODBOJKA

7. JESTE LI ZADOVOLJNI IZBOROM SPORTSKO-REKREATIVNOG SADRŽAJA?

1 2 3 4 5

8. JESTE LI ZADOVOLJNI KOLIČINOM PROMOCIJE KOJU SPORT DOBIVA?

1 2 3 4 5

9. JESTE LI ZADOVOLJNI KOLIČINOM POZORNOSTI KOJU SPORT DOBIVA?

1 2 3 4 5

10. KOJU BISTE SPORTSKU INVESTICIJU NAJPRIJE HTJELI VIDJETI?

1. STADION LAPAD

2. REKONSTRUKCIJA GRUŠKOG BAZENA

3. SPORTSKO-REKREACIJSKI CENTAR GOSPINO POLJE

4. SPORTSKO-REKREACIJSKI CENTAR ŽUPA DUBROVAČKA

5. TENISKI TERENI LAPAD

11. ULAŽE LI GRAD DOVOLJNO SREDSTAVA ZA SPORTSKI TURIZAM?

1 2 3 4 5

1- U POTPUNOSTI SE NE SLAŽEM

2- DJELOMIČNO SE NE SLAŽEM

3- NEMAM MIŠLJENJE

4- DJELOMIČNO SE SLAŽEM

5- U POTPUNOSTI SE SLAŽEM