

Svjetsko prvenstvo u rukometu i njegov utjecaj na turizam 2009. godine

Karić, Denis

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:223:890762>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-21**



Repository / Repozitorij:

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



**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
ZAGREB**

DENIS KARIĆ

ZAVRŠNI RAD

**SVJETSKO PRVENSTVO U RUKOMETU I
NJEGOV UTJECAJ NA TURIZAM 2009.GODINE**

Zagreb, rujan 2018.

LIBERTAS MEĐUNARODNO SVUČILIŠTE
ZAGREB

PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
Menadžment športa i športskih djelatnosti

SVJETSKO PRVENSTVO U RUKOMETU I
NJEGOV UTJECAJ NA TURIZAM 2009.GODINE

Kandidat: Denis Karić

Kolegij: Menadžment sportskog turizma i wellnesa

Mentor: Andrea Andrijanić

SADRŽAJ

1.UVOD	3
2.SVJETSKO RUKOMETNO PRVENSTVO 2009.....	4
2.1.Arena Zagreb	8
2.2. Spaladium Arena	10
2.3. Dvorana Krešimira Ćosića.....	12
2.4. Sportska dvorana Gradski vrt	13
2.5. Sportska dvorana Varaždin.....	14
2.6. Sportska dvorana Žatika	15
2.7. Dom sportova Mate Parlov	17
3.KORELACIJA SPORT - TURIZAM	18
3.1.Svjetsko rukometno prvenstvo 2009. – turizam	20
3.2. Turistički profit od Svjetskog rukometnog prvenstva 2009.	27
4.ZAKLJUČAK	32
POPIS LITERATURE	33
POPIS SLIKA	36
POPIS TABELA	37

1.UVOD

Svrha ovog je rada utvrditi utjecaj sporta na turizam, dok je cilj rada utvrditi turistički profit od rukometnog prvenstva 2009.godine.

Rad je strukturno podijeljen na 4 dijela. U uvodu su dani predmet rada, svrha i cilj rada te struktura rada i metodologija. Drugi se dio rada bavi se pojmom Svjetskog rukometnog prvenstva 2009. te Arenom Zagreb.

Treći se dio rada bavi korelacijom sporta i turizma, kao i utjecajem velikih događanja na turizam određene zemlje.

Četvrti je dio rada zaključak u kojem je dana sinteza napisanoga. Slijedi popis bibliografskih jedinica i slika kojima je rad potkrijepljen. Za potrebe izrade ovog rada prikupljeni su sekundarni podaci. U svrhu obrade teorijskog dijela rada, odnosno definiranja poveznica sporta i turizma, korišteni su sekundarni izvori podataka. Ključne spoznaje potrebne za razumijevanje područja obrađenog u o ovom seminarskom radu i njenog postavljanja svoje izvore imaju u domaćoj i stranoj literaturi, knjigama, znanstvenim i stručnim časopisima i člancima, internetskim bazama podataka i relevantnim stranicama na internetu.

2.SVJETSKO RUKOMETNO PRVENSTVO 2009.

U Hrvatskoj je u siječnju 2009. održano 21. Svjetsko prvenstvo u rukometu za muškarce u organizaciji Hrvatskog rukometnog saveza. Natjecanje se održavalo u 6 gradova: Split, Osijek, Varaždin, Zadar, Poreč i Zagreb. Hrvatska je u kandidaturi pobijedila nacije poput Češke, Grčke i Rumunjske. Veliku potporu HRS u objavljivanju kandidature pružila je i Vlada Republike Hrvatske. Svjetsko rukometno prvenstvo održava se svake 4 godine, te pravo nastupa u glavnom turniru ostvaruje 24 rukometnih reprezentacija podijeljenih u 4 skupine. Ukupno je odigrano 110 utakmica. Trofej najboljeg odnijeli su Francuzi koji su u finalu, u prepunoj zagrebačkoj Areni , svladali Hrvatsku 24:19. Broncom su se okitili Poljaci svladavši Dansku u utakmici za treće mjesto. Najbolji igrač prvenstva bio je Igor Vori, najbolji strijelac Kiril Lazarov, a najbolji golman Thierry Omeyer. Sastav Hrvatske činili su: Losert, Balić, Duvnjak, Lacković, Kopljar, Vori, Gojun, Horvat, Šprem, Špoljarić, Metličić, Valčić, Alilović i Čupić na čelu s izbornikom Červarom.

Budući da u Hrvatskoj nije bilo adekvatne infrastrukture za održavanje prvenstva, raspisan je natječaj za gradnju posebnih dvorana, koje će i u budućnosti služiti za razne manifestacije. Točnije kada pogledamo, gradnja ovih dvorana isplatila se kao dugoročno rješenje i van sportskih okvira. Isplativost ulaganja u takvu infrastrukturu vidi se i danas, budući da je Hrvatska izabrana za domaćina Europskog prvenstva 2018. Gradnja šest dvorana koje su izgrađene za Svjetsko rukometno prvenstvo 2009. stajala nas je 277 milijuna eura, dok ćemo za njih platiti čak 581 milijun eura.¹

U siječnju 2009. Hrvatska je bila domaćin Svjetskog prvenstva u rukometu, a za potrebe ugošćivanja te sportske megapriredbe u šest su gradova izgrađene rukometne dvorane. Riječ

¹ <http://www.forum.tm/clanak/arene-bez-dna-pola-milijarde-eura-za-dvorane-koje-ne-mogu-platiti-ni-rezije-601>

je o sportskim objektima iskoristivima za različite sportske i druge priredbe, koji svojom atraktivnošću pridonose izgledu i imidžu gradova u kojima se nalaze .²

Hrvatska je kao rukometna velesila bila logičan izbor za domaćina svjetskog prvenstva, pogotovo zato jer je kroz godine sagradila veliki ugled u rukometnoj zajednici. Tako su hrvatski rukometni reprezentativci dva puta bili zlatni na Olimpijskim igrama (1996., 2004.), te svjetski prvaci 2003. (Portugal). Hrvatska ukupno sa velikih natjecanjima ima 5 medalja sa Svjetskih prvenstava, 5 medalja sa Europskih i 3 medalje sa Olimpijskih igara, što je jako veliki uspjeh za državu koja ima 4,171 milijuna stanovnika (2016.). Svjetsko prvenstvo svečano je otvoreno 16. siječnja 2009. godine i trajalo je do 01. veljače 2009. kada su se u finalu pred 15 000 gledatelja za zlato borile reprezentacije Francuske i Hrvatske.

O ogromnom uspjehu natjecanja u prilog ide više 250 000 posjetitelja u svih šest gradova domaćina. Zaljubljenici u rukomet pristigli su iz svih kuteva svijeta, što je svakako pridonijelo broju turista u Hrvatskoj van sezone.

² Biti, O. (2010) Sportski objekti kao objekti prijepora: gdje sve i kako trošimo (na) sport, Stud.ethnol. Croat., vol.22, Zagreb, str. 240-241.

Slika 1. Logo prvenstva



Izvor: <http://www.bantours.hr/Default.aspx?sifraStranica=1028>

Demistifikacijom funkcioniranja medijsko-političko-sportskog kompleksa u Hrvatskoj zapravo se i demitologizira sport koji na velik dio populacije često djeluje očaravajuće. Iako je negativna kritika prevladavala, određeni su medijski, javni i sportski glasovi pozitivno intonirali stavove o održavanju Svjetskoga rukometnog prvenstva u Hrvatskoj. Sukus je takvih razmišljanja bilo isticanje ekonomskog, političkog i kulturnog značenja priredbe za našu državu. Pritom se na Svjetsko prvenstvo u rukometu gledalo kao na *sportsku megapriredbu*, a takve su priredbe vrlo važni globalni fenomeni u kasno-modernim kapitalističkim društvima (Horne i Manzenreiter 2006).

Najčešće se pod sportskim megapriredbama imaju na umu olimpijske igre i svjetska prvenstva u nogometu. No, u kontekstu pozicije Hrvatske na geopolitičkoj, ekonomskoj i sportskoj karti Europe i svijeta, a uzimajući pritom u obzir i odlične rezultate hrvatske rukometne reprezentacije, Svjetsko prvenstvo u rukometu smisljeno je promatrati kao sportsku megapriredbu. Općenito su megapriredbe "iznimno važne sastavnice promoviranja nekog

mjesta te uspjevaju integrirati industrijske i korporativne interese s onima upravljanja pazeći i na urbani razvoj te kreiranje imidža" (Hall 2006:59). Za tadašnju, a i trenutnu političku situaciju Hrvatske ključno je to što su sportske megapriredbe itekako korisni elementi u orijentaciji nacija prema međunarodnom i globalnom društvu.

U slučaju Hrvatske riječ je, dakako, o europskim integracijama, konkretno o ulasku u Europsku uniju. Kako je organizacija cjelokupnog događaja bila podijeljena među čak sedam gradova, infrastrukturne promjene u tim gradovima neki su predstavljali kao velik prosperitet za regije. Isto tako, na pojavljivanje novih višenamjenskih sportskih dvorana u gradovima gledalo se i kao na priliku za jačanje amaterskoga i rekreativnog sporta na lokalnim razinama. To je teže ostvarivo u velikim gradovima poput Zagreba i Splita u kojima su u prvom planu potrebe vrhunskog sporta, ali zato bi trebalo biti ostvarivo u manjim gradovima poput Varaždina i Poreča. Za pohvalu je bio ne samo vanjskopolički učinak organizacije Svjetskog prvenstva, nego i istovremena zastupljenost nacionalnih, regionalnih i lokalnih interesa unutar čitavog projekta.³

No, glavna potreba, osim za rukometno prvenstvo, za gradnjom ovih dvorana vidjela se naravno i u turističkoj iskoristivosti tokom narednih godina. Svjetsko prvenstvo u Hrvatskoj može se gledati kao glavna prekretnica u potrebi za dvoranama većeg kapaciteta. Zahvaljujući toj potrebi, Hrvatska ima mogućnost za održavanjem velikog broja manifestacija na zatvorenom što uvelike pripomaže jačanju turističke slike pojedinih gradova. Osim u sportskom smislu, novoizgrađene dvorane mogu se iskoristiti za razne koncerte, kulturno – umjetničke manifestacije, multimedijiska zbivanja i sl. Kao primjer možemo uzeti iskoristivost Arene Zagreb, ona je svake godine domaćin velikim glazbenim zvijezdama koje svojom

³ Biti, O. (2010) Sportski objekti kao objekti prijedora: gdje sve i kako trošimo (na) sport, Stud.ethnol. Croat., vol.22, Zagreb, str. 240-241.

slavom privuku brojnu publiku iz susjednih zemalja. Rezultat tome je porast turista u Zagrebu i veća potražnja za smještajem. Naravno, tu je i veliki plus što se tiče sportskog dijela. Hrvatska sada može konkurirati da postane domaćin za puno više sportskih natjecanja jer već ima kvalitetno izrađenu infrastrukturu za svaki tip natjecanja i samim time može privući veliki broj turista.

2.1.Arena Zagreb

Arena Zagreb je višenamjenska sportska dvorana s pratećim sadržajima, predviđena za održavanje sportskih, kulturnih, poslovnih i zabavnih manifestacija. Smještena je na zapadnom ulazu u grad Zagreb u naselju Lanište. Grad Zagreb i Vlada Republike Hrvatske raspisali su natječaj za izgradnju sportske dvorane koja bi ujedno bila i domaćin za Svjetsko rukometno prvenstvo u siječnju 2009. godine. Kapacitet dvorane iznosi 15200 sjedećih mjesta odnosno 20000 za potrebe održavanja koncerata (DB Vent, 2016.) Zanimljiva je činjenica da je za izgradnju Arene Zagreb, kao najveće dvorane, uloženo čak 600 milijuna kuna, što je dvostruko više od ijedne druge dvorane.

Arena Zagreb zauzima tlocrtnu površinu od 29540 m², s ukupno 90340 m² bruto površine na šest etaža. Funkcionalna podjela prostora po etažama slijedi logiku kretanja različitih korisnika.

Podzemna garaža pokriva kapacitet od 900 parkirališnih mjesta (+ 80 nadzemnih parkirališnih mjesta) dok je za masovnije posjete dvorani predviđen autobusni prijevoz (36 parkirališnih mjesta za autobuse). Sportska događanja za koje je predviđena Arena Zagreb su rukomet, košarka, odbojka, mali nogomet, tenis, stolni tenis, gimnastika, badminton, boks,

hrvanje, dvoranska atletika i ostali dvoranski sportovi. Također, omogućeno je i održavanje različitih koncerata, izložbi, sajмова, konvencija i kongresa. Osim navedenog, unutar građevine smješteni su i popratni ugostiteljski, poslovno-komercijalni sadržaji, kao i mala dvorana za treninge sportaša (Ibidem).

Gradnja Arene Zagreb započeta je 21. srpnja 2007. godine. Zanimljivo je da je kamen temeljac, u svrhu promocije Svjetskog rukometnog prvenstva, položio najbolji hrvatski rukometaš Ivano Balić. Prvi organizirani događaj u Areni Zagreb bila je prijateljska utakmica između rukometne reprezentacije Hrvatske i Rusije, 27. prosinca 2008., u kojoj je pobijedila reprezentacija Hrvatske. Arena je tada bila ispunjena do zadnjeg mjesta. Službeno otvorenje dvorane bilo je 17. siječnja 2009. godine koncertom rock sastava Prljavo Kazalište, te je tom događaju prisustvovalo oko 22000 gledatelja.

Slika 2. Arena Zagreb



Izvor: DB Vent <http://www.dbvent.hr/hr/referenca/arena-zagreb-15>

Slika 3. Arena Zagreb, Francuska-Hrvatska 22:19, 58:11 min



Izvor: https://hr.wikipedia.org/wiki/Svjetsko_prvenstvo_u_rukometu_-_Hrvatska_2009.#/media/File:Handball_WC2009_Final.jpg

2.2. Spaladium Arena

Spaladium Arena, višenamjenski sportsko zabavni objekt u Splitu, isto kao i Arena Zagreb izgrađena je u svrhu Svjetskog rukometnog prvenstva u Hrvatskoj. Kapacitet dvorane nešto je manji nego u Zagrebu, te za potrebe sportskih događanja iznosi 12 000 mjesta. Troškovi izgradnje Spaladium Arene iznosili su oko 370 milijuna kuna. Površina objekta iznosi 28 500 m², a njezin kapacitet je 12 339 mjesta.

Gledalište se sastoji od čvrstih gornjih tribina i pomičnih donjih, tako da se u dvorani, osim sportskih, mogu održavati i brojna događanja različitog karaktera (cirkus, motokros, itd.). Uz veliku dvoranu smještena je i mala koja služi za trening i pripremu sportaša. Dvorana je izgrađena za potrebe SP 2009. godine i trebala je biti dio sportsko- poslovnog centra koji bi

činili: poslovni toranj s trgovačkim i ugostiteljskim prostorima, arena, mala dvorana i etažne garaže. Smještena je blizu vojne luke Lora, po čemu je cijeli sportsko- poslovni centar dobio ime. Nažalost, zbog problema privatnih partnera koji nisu bili kreditno sposobni financirati izgradnju cijelog centra, izgrađena je samo arena. Zanimljiva je tvrdnja profesora Kružića koji govori kako Grad Split nije krenuo u projekt realizacije centra da bi ondje bila arena, već obrnuto, da bi se izgradila tri ključna gospodarska objekta, a četvrti je arena koja upotpunjava njegov sadržaj. Dvorana je otvorena 27. prosinca 2008. godine koncertom Olivera Dragojevića i Tonija Cetinskog. U Spaladiumu se odvijalo svečano otvorenje rukometnog prvenstva te je reprezentacija utakmice u skupini igrala u toj dvorani.

Valja napomenuti kako je objekt od 2008. do 2014. godine poslovao sa gubitkom od 302,4 milijuna kuna. Društvo Sportski Grad pokrenulo je stečajnu nagodbu u listopadu 2014. godine. Točnije 2014. godine prihodi Spaladium Arene iznosili su 24,6 milijuna, dok su rashodi bili 59,6 milijuna kuna

Slika. 4. Spaladium Arena



Izvor: <http://www.poslovni.hr/nekretnine/prodaje-se-splitska-spaladium-arena-310187>

2.3. Dvorana Krešimira Ćosića

Dvorana Krešimira Ćosića namijenjena je za održavanje koncerata, sajmovi i dvoranskih sportova. Dvorana zauzima prostor od 49 472 m² te može primiti maksimalno 9 000 ljudi. Ime je dobila po legendi hrvatske košarke Krešimiru Ćosiću. Prvi koji su imali priliku nastupati u novoj dvorani bili su hrvatski rukometaši 2008. godine igravši kvalifikacije za Olimpijske igre u Pekingu. Izgrađena je kao dio Sportskog centra Višnjik, smještenog na istoimenom dijelu Zadra, koji uključuje kompleks zatvorenih i otvorenih bazena, atletski stadion, teniski centar, centralna energana i višenamjensku sportsku dvoranu. Izgradnja je započeta u siječnju 2004. godine, a završena u listopadu 2008. Jedina je od novonastalih dvorana koja nije izgrađena zbog SP-a u rukometu već je građena neovisno o prvenstvu. Zadarska dvorana, za razliku od svih ostalih izgrađenih za Svjetsko rukometno prvenstvo 2009., ima četiri suvremene pomoćne dvorane koje zadovoljavaju svjetske sportske standarde. Troškovi za izgradnju, tj. za adaptaciju dvorane iznosili su oko 200 milijuna kuna.

No, dvorana u Zadru suočila se s istim problemom kao i dvije već navedene dvorane. Veliki troškovi koji su uloženi u adaptaciju kroz godine se nisu isplatili, pa tako i ona kao i ostale posluje sa gubitkom. Točnije, od 2008. godine do 2014. prihodi dvorane iznosili su 24, 8 milijuna kuna (što je otprilike 4,1 milijun kuna godišnje), dok su rashodi iznosili 155 milijuna kn (25,8 milijuna kuna godišnje).

Slika 5. Dvorana Krešimira Čosića



Izvor: <http://peka.visnjik.hr/hr/>

2.4. Sportska dvorana Gradski vrt

Dvorana Gradski vrt multifunkcionalna je nastavno-sportska dvorana. Sastoji se od pet dvorana, smještenih na 4 etaže. Kapacitet najveće dvorane je 3 538 sjedećih mjesta. Prema početnom planu, dvorana je bila namijenjena za održavanje nastave tjelesne kulture za pet srednjih škola koje nisu imale svoje sportske dvorane. Njome su učenici osječkih škola dobili mjesto za adekvatno održavanje nastave tjelesne i zdravstvene kulture. U jutarnjim i poslijepodnevnim satima dvorana bi bila raspoloživa na korištenje školama, dok bi se u večernjim satima njima mogli služiti sportski klubovi i rekreativci. No, dobivanjem domaćinstva SP-a odlučeno je da se dvorana sagradi u većem izdanju. Naime, u sportu je nerijetka praksa gradnje objekata koji su namijenjeni vrhunskim sportašima, ali i rekreativcima. Razlog tome je financijska opravdanost koju vrhunski sport ne bi mogao sam pokriti. Specifičnost izgledu dvorane daje atletske tunel koji čini jednu od dvorana te je uočljiv

pogledom izvana. Osim sportskih događaja, u dvoranama je moguće održavanje raznih sajмова, koncerata, festivala, izložbi, itd.

Nažalost i ova dvorana kao i ostale dvorane od 2008. do 2013. je poslovala sa gubitkom. Godišnji gubitak nešto je manji od prethodno navedenih dvorana, te on iznosi 1.33 milijuna kuna.

Slika 6. Sportska dvorana Gradski Vrt



Izvor: <http://www.domic-koruznjak.hr/hr/projekti/sport/1/info/1/>

2.5. Sportska dvorana Varaždin

Dvorana je izgrađena 2008. godine i zauzima prostor od 19 340 m². Sastoji se od dvije dvorane; veće s 5033 mjesta i manje s 222 mjesta. Otvorena je 6. prosinca 2008. godine. Uz dvorane se još nalaze i poslovni prostori, saune, prostori za fitness, itd. Dvorana je iskorištena za održavanje Svjetskog rukometnog prvenstva za muškarce 2009. i Europskog rukometnog prvenstva za žene 2014. godine. Također je pogodna za održavanje velikog broja dvoranskih sportova. U njoj se održavaju razni muzički i kulturni sadržaji te je time varaždinska arena definitivno postala centar sportskih i glazbenih manifestacija sjeverne Hrvatske.

Sportska dvorana Grada Varaždina izgrađena je prema modelu javno – privatnog partnerstva prema kojem je privatni partner sredstvima kredita izgradio dvoranu. Troškovi izgradnje dvorane iznose 177,2 milijuna kuna.

Dvorana je u funkciji tek tridesetak dana u godini od čega polovina otpada na sportska događanja, a rupe u programu se popunjavaju organizacijom promocija diplomiranih studenata.

Slika 7. Sportska dvorana Varaždin



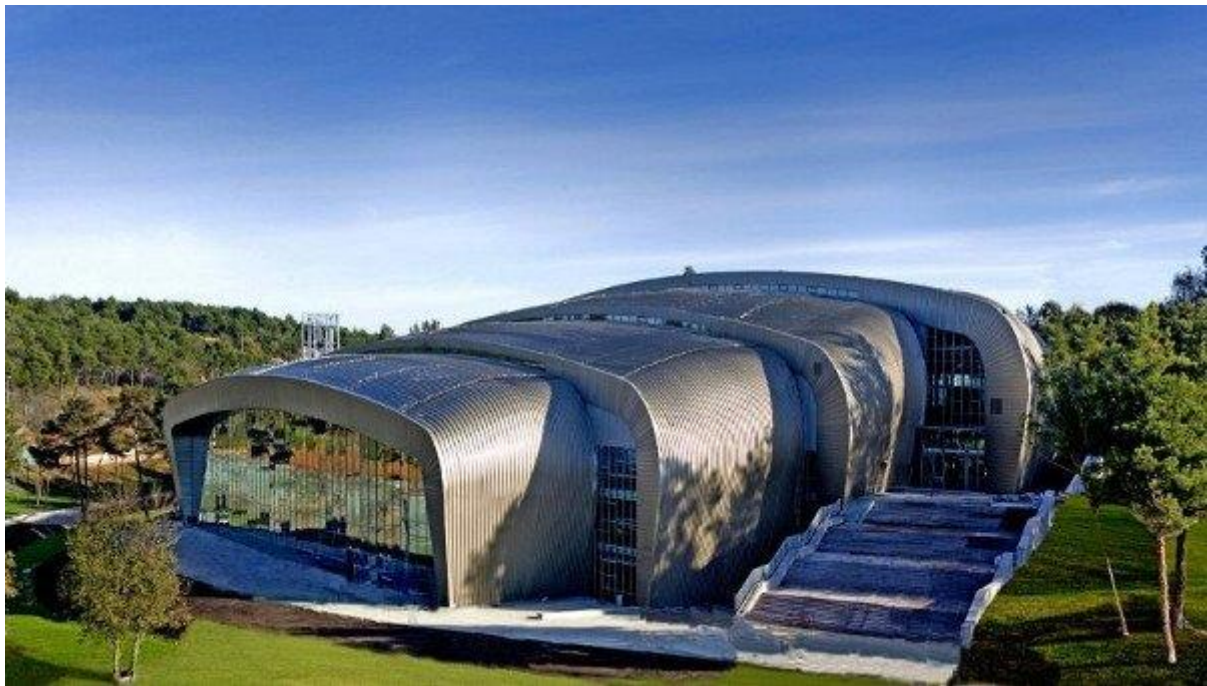
Izvor: <https://www.flickr.com/photos/chuppa/3100868082>

2.6. Sportska dvorana Žatika

Sportska dvorana Žatika izgrađena je kao multifunkcionalna dvorana te značajno većim kapacitetom i opremljenošću u odnosu na druge dvorane u vlasništvu grada. Dvorana površine

14 070 m² smještena je na istočnom ulazu u Grad , visine je 28 m te obuhvaća tri nivoa. Sastoji se od glavne dvorane, male fitnes dvorane i dodatnih prostora potrebnih za održavanje popratnih sadržaja. Ukupan kapacitet dvorane je 4 240 mjesta, a osmišljena je tako da prati prirodnu kosinu terena sa potpuno ostakljenim pročeljem. Namijenjena je međunarodnim sportskim programima i pripremi vrhunskih sportaša, te održavanju drugih manifestacija značajnih za grad. Tako su se u njoj odvijala razna međunarodna natjecanja u tenisu, stolnom tenisu, judu, košarci, pripreme reprezentacija, itd. Održavani su i koncerti poznatih glazbenih izvođača, maturalne zabave, razni seminari i druga događanja.

Slika 8. Sportska dvorana Žatika



Izvor: <https://www.ticketshop.hr/hr/v/sportska-dvorana-zatika/139/>

2.7. Dom sportova Mate Parlov

Dom sportova „Mate Parlov“ multifunkcionalna je dvorana u Puli predviđena za održavanje sportsko – rekreativnih i drugih manifestacija izgrađena 1978., a obnovljena i dograđena 2003. godine. Pula je jedini grad koji je za potrebe Svjetskog rukometnog prvenstva 2009. imao i iskoristio postojeću dvoranu na kojoj zbog nedavne obnove nije postojala potreba za većim zahvatima. Površina objekta iznosi 13.274,90 m². Dvorana je u vlasništvu Grada Pule, a njome upravlja javna ustanova Pula Sport. Dom sportova „Mate Parlov“ do sada se pokazao kao adekvatno mjesto za održavanje važnih sportskih natjecanja kao što su Europsko seniorsko prvenstvo u boksu (2004.), Europsko prvenstvo u ženskoj odbojci (2005.), Croatia cup u rukometu te Svjetsko prvenstvo u rukometu 2009. godine. Sva sredstva potrebna za organizaciju prvenstva osigurana su iz gradskog proračuna. Grad Pulu možemo istaknuti kao jedinog domaćina Svjetskog rukometnog prvenstva 2009. godine koji je uistinu ostvario profit od održanog događaja uz minimalna ulaganja.

Slika 9. Dom sportova Mate Parlov



Izvor: <http://www.pulasport.hr/hr/objekti/4/dom-sportova-mate-parlov/>

3.KORELACIJA SPORT - TURIZAM

Sport i turizam dvije su pojave čija se međuzavisnost zasniva kako na čimbenicima koji dovode do njihova razvitka, tako i na funkcijama koje generiraju, ali i ekonomskim učincima. Bez ulaženja u detalje o faktorima, funkcijama i učincima koje generiraju ove dvije pojave, potrebno je samo naglasiti kako su brojni objektivni, ali i subjektivni čimbenici razlogom razvoja ove dvije pojave. Neki od subjektivnih faktora su svakako moda, oponašanje, navike, prestiž, itd. I jedna i druga pojava podrazumijevaju aktivnosti kojima se korisnici bave u slobodno vrijeme kao „vremenu koje nam stoji na raspolaganju nakon radnih obveza” kao kvantitativnoj kategoriji, ali i vremenu „slobode kada možemo zadovoljiti prema našim potrebama za uživanjem, i potrebu za participacijom u društvenom i kulturnom životu” kao kvalitativnoj kategoriji.⁴

Drugim riječima, aktivnosti sporta, posebno sportske rekreacije, i turizma spadaju u tzv. sekundarne potrebe koje čovjek zadovoljava tek nakon što je zadovoljio svoje primarne potrebe, primjerice za hranom, smještajem, i sl. Jasno je stoga da su ove aktivnosti izrazita ekonomska kategorija jer ovise kako o količini slobodnog vremena tako i raspoloživim financijskim sredstvima. Naime, aktivnosti slobodnog vremena su zapravo „tipizirane potrošnjom i individualnimpotragom u privatne svrhe.” (Arai i Pedlar, 2003.:190) Pojedinci,dakle, kako bi zadovoljili neke svoje potrebe u slobodno se vrijeme uključuju u razne aktivnosti poput sportskih (sportsko-rekreacijskih), turističkih, itd., koje su u potpunosti individualizirane i prilagođene upravo njima jer ih biraju prema vlastitim preferencijama i željama. „Slobodno vrijeme kao potrošnja je neizbježno povezana s individualizmom (liberalizmom) i provođenjem individualnih prava i izbora.” (Arai i Pedlar, 2003.:188)

⁴ Žugić, Z. i Bartoluci, S. (2004.). Slobodno vrijeme i sport. U M. Bartoluci i suradnici:Menedžment u sportu i turizmu / Management in Sport and Tourism (str. 59–69). Zagreb: Kineziološki fakultet, Ekonomski fakultet

Manifestacijski turizam je unaprijed planiran kako bi se obilježio neki događaj, podrazumijeva kretanje veće skupine turista u određenu destinaciju zbog raznih manifestacija kao što su kulturna, sportska, zabavna manifestacija, festivali, nacionalni praznik, sajmovi i sl.

„Danas je turizam priznat kao ekonomska aktivnost globalnog značaja. Kako je važnost turizma rasla tako je veća pozornost turizmu dana od strane vlade, organizacija u javnom i privatnom sektoru i u teoriji.“⁵

Uloga države u aktivnom vođenju ili neposrednom sudjelovanju u realizaciji razvojnih projekata je tim manja što je zemlja na višem stupnju gospodarskog razvitka. U ovom kontekstu, manje gospodarski razvijene zemlje trebaju uvoditi poticajne mjere fiskalne politike u cilju povećanja interesa privatnih investitora i država treba preuzeti ulogu „aktivnog poduzetnika“ u pripremi razvojnih turističkih projekata. Takve zemlje, među njima je i Hrvatska, su one koje najčešće imaju nerješena bitna pitanja upotrebe prostora u javnom vlasništvu i nemaju razvijenu industriju. „Od države se očekuje da stvori svojom makroekonomskom politikom ono okruženje koje će maksimalno stimulirati i poticati sve potencijalne domaće i strane investitore da ulažu svoj kapital u hrvatsko gospodarstvo u cilju profitabilnog i djelotvornog razvoja.“ (Blažević, 2007., 185.)

Razvoj turizma u većini turističkih destinacija obilježen je sezonainošću turizma, odnosno „sezonskim kretanjem turista koje je posljedica raspoloživog slobodnog vremena, koje je u većini zemalja koncentrirano u ljetne i zimske mjesece“ (Vukonić i Čavlek, 2001:348). Kao posljedica sezonalnostiturizma javlja se neravnomjerna distribucija turističkog prometa koja

⁵ Leonard J. Lickorish, i Carlson L. Jenkins (2006), Uvod u turizam, Ekokon doo, Split.

stvara brojne negativne učinke i „nepovoljno se odražava na iskorištenost smještajnih objekata ali i drugih vrsta kapaciteta turističke ponude, te na zaposlenost" (Ibidem ., 348-349)

3.1.Svjetsko rukometno prvenstvo 2009. – turizam

Sve je više mišljenja kako putovanja i turizam više nisu stvar luksuza, nego se doživljavaju kao neophodni. Turistička statistika tijekom 2009. godine bilježi globalni oporavak od 6,6%, odnosno rast do 8% u zemljama u razvoju. Dakle, nakon povremenih padova u globalnom broju turista u 2012., svjetski je turizam zabilježio više od milijardu turista. Svjetska turistička organizacija procjenjuje da će turizam nastaviti s rastom po godišnjoj stopi od 4%. Tome pridonosi i razvoj elektroničke trgovine. Turistički proizvodi i usluge na internetu postali su dostupni i preko posrednika, ali i izravno od samih pružatelja usluga (hoteli, kampovi, prijevoznici itd.)⁶

Kao sportska nacija, Hrvatska je domaćin i velikih međunarodnih natjecanja u raznim sportovima (primjerice Mediteranske igre 1979; Univerzijada 1987; Svjetsko prvenstvo u rukometu 2009.; dobila domaćinstvo Europskog prvenstva za rukometaše 2018; jedne skupine Europskog prvenstva u košarci 2015.; kvalifikacijskih turnira skupine Elitnog kola za uzrast do 19 godina za odlazak na Europsko prvenstvo nogometaša 2016.; Svjetskog prvenstva Divizije IB u hokeju na ledu 2016.; kvalifikacija za Europsko prvenstvo i kvalifikacijskog turnira za svjetsko prvenstvo u futsalu; Svjetskog prvenstva seniora u boćanju 2015.; Europskog prvenstva u baseballu B skupine; Europskog prvenstva u ragbiju 7 za žene; Prvenstva Balkana u triatlonu; veslačke i jedriličarske regate...). Sva su ta događanja pokretač

⁶ Jozić, A. (2016.) Stanje i mogućnosti sportskog turizma u Hrvatskoj: primjer odbojke
Škorić, S., Bartoluci, M., Značaj stručnjaka sportske rekreacije u turizmu, 19. ljetna škola kineziologa Republike Hrvatske, str.569.

zamašnih infrastrukturnih projekata i društvenih zbivanja s izravnim i neizravnim ekonomskim učincima. Kao motiv posjeta naše zemlje ujedno su prigoda za upoznavanje i drugih vidova hrvatske ponude te tako pridonose i njezinoj turističkoj promidžbi (Ibidem, 21.)

Sport je javno dobro, a istovremeno i ekonomska kategorija te je logično da ga zajednica, županija ili država potiče i sufinancira. Za ostvarivanje javnog interesa u sportu na razini države se osigurava realizacija zadataka od zajedničkog interesa, a na razini lokalne zajednice neposredno se ostvaruju zadatci koji su od javnog interesa. Polazeći od važnosti sporta za zdravlje nacije, socijalnu integraciju, međunarodni prestiž i afirmaciju, nacionalni ponos, osjećaj pripadnosti, moral i druge vrijednosti od općeg interesa, u želji da se, ne samo održe, već i otvore nove perspektive razvoja sporta, neophodno je da država sudjeluje u stvaranju sporta. Zato bi dobro osmišljenim sustavom uređivanja stručnih, organizacijskih i upravljačkih zadataka, kako na lokalnoj tako i na državnoj razini, sport trebao postati važan faktor svijesti pojedinaca o zdravlju, odnosno važan čimbenik prevencije zdravlja i socio-patoloških pojava među mladima. Također, treba istaknuti kako postizanje međunarodno priznatih rezultata doprinosi međunarodnoj promociji države, odnosno vrhunski sportski uspjeh u razvijenom svijetu ima posebnu proizvodnu cijenu.⁷

⁷ Jović M., (2010.) Odnosi s javnošću u sportu
http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=99019 (10.01.2017.)

Tabela 1. Potražnja za sportskim turizmom i zahtjevi za sadržajima

GRUPA POTRAŽNJE	ZAHTJEVI POSJETITELJA I POTREBNI SADRŽAJI
VRHUNSKI SPORTAŠI	Efikasnost je glavni cilj u toku odmora. Za ove putnike prioritet su pristup natjecanju te adekvatni uvjeti i objekti za trening. U zadovoljavanju potreba ove grupe putnika turoperator i menadžeri destinacije posebnu pozornost moraju dati specifičnom smještaju te prehrani (primjerice, zahtjevi posebnog režima prehrane), kao i raspoloživosti liječnika, sadržaja za rehabilitaciju te ostale usluge
MASOVNI SPORT	Očuvanje zdravlja i održavanje kondicije primarni je cilj ove grupe. Ciljani rezultati su individualno određeni. Ključni zahtjevi ovog tržišnog segmenta su pristupačnost regije za odmor te kvaliteta sportskih sadržaja.
POVREMENI SPORTAŠI	Kompenzacija i prestiž igraju veću ulogu nego sportske ambicije kod povremenih sportaša. Ovaj segment potražnje preferira manje zahtjevne sportove poput rekreativnog skijanja i kuglanja. Sportske aktivnosti nemaju već i prioritet nego što to imaju kulturne znamenitosti i ostali interesi unutar ove tržišne grupe.
PASIVNI SPORTSKI TURIST	Ne sudjeluje se u individualnim sportskim aktivnostima. Fokus ove grupe je u mega sportskim događajima i različitim sportskim mjestima. Uključuje trenere te ostale pratitelje vrhunskih sportaša, kao i predstavnike medija. Zahtijeva velik broj infrastrukture koji će zadovoljiti potrebe velikog broja gledatelja sportskih događaja.

Izvor: Maier i Weber, citirano u Hinch, T. i Higham, J. (2004.). Sport tourism development. Channel View Publications, str. 35

Danas je sportski turizam vrlo bitan faktor unaprjeđenja turizma destinacija te jedan od najčešćih motiva posjeta određenih turističkih destinacija.

Turizam i sport dva su oblika određenih međusobnih sveza. Srodnost tih 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 prvih početaka njihova razvoja (Bartoluci, Čavlek, 2007., 85.)

Turizam i sport postali su dvije vrlo popularne, globalne, društvene aktivnosti koje su se izrazito razvile od dvadesetog stoljeća do danas te su postale dio naše globalne kulture (Ibidem, 11.) Brojna istraživanja pokazala su da sport s različitim programima u

turizmu nije samo čimbenik unaprjeđenja turističke ponude, već je sport generator dodatnih ekonomskih učinaka. Uključivanjem sporta u turizam stvara se dodatno tržište za različite sportske proizvode i opremu koju proizvodi sportska industrija. Jednako tako se razvija i graditeljstvo sportskih objekata, no ipak se najveći ekonomski učinci stvaraju u okviru turističkih ili sportskih organizacija za pružanje različitih sportsko-rekreacijskih usluga (Ibidem, 90.)

"Sportski turizam podrazumijeva putovanje za vrijeme odmora s ciljem bavljenja sportom, putovanje u destinacije kako bi se promatrao sportski događaj te putovanje s ciljem posjeta sportskim atrakcijama" (Hudson, 2003, 2.)

Sportski turizam kao jedan od specifičnih oblika turizma pruža određene koristi destinacijama koje ga uvrstavaju u svoje razvojne planove i to pogotovo u vrijeme izvan turističke sezone. Razvoj sportskog turizma rezultira brojnim ekonomskim učincima u destinacijama poput utjecaja na motivaciju za izbor turističke destinacije, povećanje izvanpansionske potrošnje te unaprjeđenje raznolikosti i kvalitete turističke ponude (Škorić, 2008., 68.)

Sportski turizam razvio se iz sportsko-rekreacijske funkcije suvremenog turizma. "Prema preporukama UNWTO-a, sportski se turizam može definirati kao aktivnost sportaša, osoba koje se sportom bave iz rekreativnih razloga, gledatelja i putnika. Izvode ih u mjestima izvan svoga uobičajenog mjesta boravka u razdoblju ne duljem od godine dana, radi

sudjelovanja u sportu, praćenja sporta i ostalog odmora motiviranog sportskim i poslovnim razlozima".⁸

Sportska rekreacija i turizam pripadaju području zadovoljavanja tzv. sekundarnih ljudskih potreba, aktivnosti koje se provode u okviru ove dvije djelatnosti zasigurno ovise o promjenama u društvu. Jedna od tih promjena vezana je i uz individualizaciju, čime se naglašava važnost educiranih stručnjaka iz područja sportske rekreacije koji najbolje poznaju karakteristike potrošača na ovom tržištu te stoga mogu kreirati i izvoditi programe koji će u potpunosti biti prilagođeni njihovim zahtjevima. Hrvatska nije samo turistička nego je i vrlo razvijena „sportska zemlja” u kojoj su razvijena sva područja sportske djelatnosti: sportske aktivnosti djece i mladeži, natjecateljski (vrhunski) sport te sportska rekreacija u kojoj, prema procjenama sudjeluje oko 450 000 građana.⁹

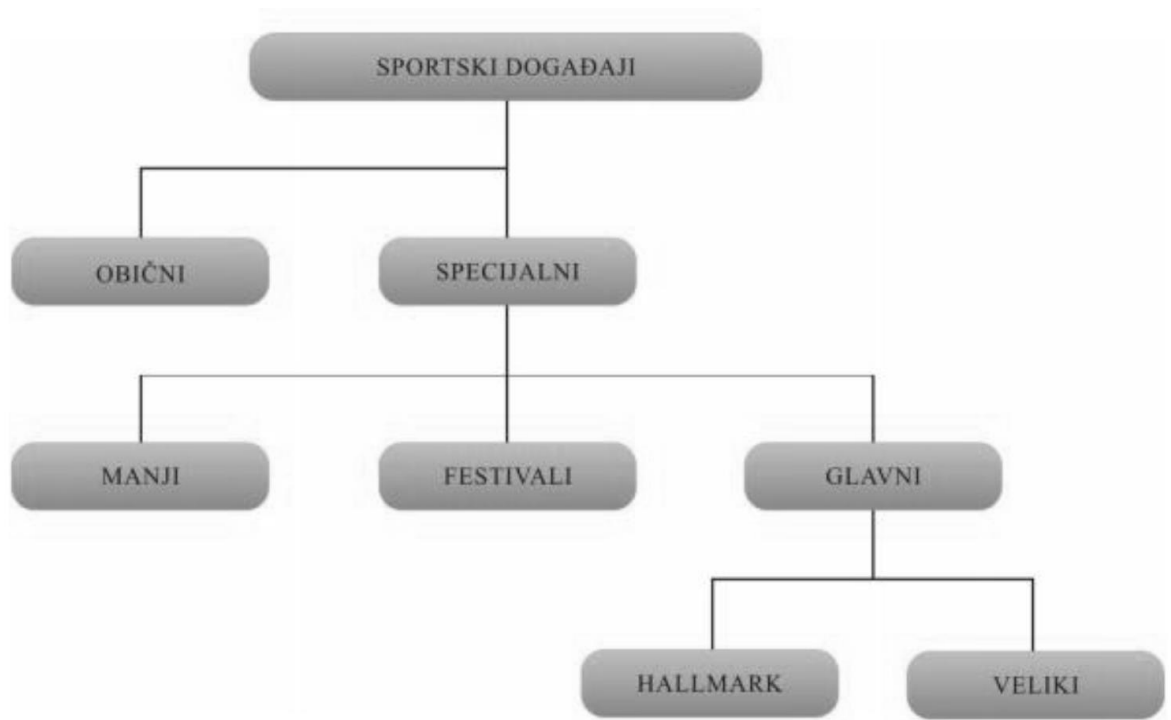
I turizam i sport podložni su neprestanim promjenama u njihovu okruženju. To bi značilo da se i turizam i sport moraju konstantno prilagođavati promjenama u zahtjevima njihovih korisnika, odnosno turista i sportaša, ali i gledatelja. Veza između sporta i turizma zapravo je najočitija u organizaciji velikih sportskih događaja poput olimpijskih igara, svjetskih prvenstava, ATP turnira i sl. Veliki sportski događaji su magnet za brojne turiste koji troše mnogo novca na putovanje u destinaciju gdje se sportski događaj odvija te isto tako i unutar te destinacije u svrhu zadovoljenja širokog spektra potreba (Bartoluci, Čavlek, 2007., 119.) Sportski događaj zapravo predstavlja sportsko natjecanje koje se odvija prema nekom programu s uključenim elementima zabave. Sportski događaj može biti međunarodnog,

⁸ Bartoluci, M. (2013) Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga.

⁹ Škorić, S., Bartoluci, M., Značaj stručnjaka sportske rekreacije u turizmu, 19. ljetna škola kineziologa Republike Hrvatske, str.569.

nacionalnog, regionalnog ili lokalnog karaktera, može biti natjecateljski ili rekreativni, zatim humanitarnog karaktera ili pak namijenjen dobroj zabavi.

Slika 10. Hijerarhija sportskih događanja



Izvor: Jago, L.K., Shaw, R.N. (1998) *Special Events: A conceptual and definitional framework*, Canberra, Australia, No.5, str.2.

Vidljivo je da su svi sportski događaji podijeljeni na obične i posebne. Obični događaji su neplanirani, dok su specijalni planirani i unaprijed utvrđeni i određeni. U specijalne se ubrajaju manji događaji, festivali te glavni. Za glavne događaje karakteristično je da privlače pažnju velikog broja gledatelja, uživaju veliku medijsku popraćenost, te ugled i prestiž i imaju određenu tradiciju. Također ih karakterizira skupa i nimalo jednostavna organizacija. Glavni

dogadjaji mogu obuhvaćati dvije kategorije događanja: specifični ili hallmark događaji i veliki događaji. Specifični se odnose na sportove koji uvijek imaju isto mjesto događanja, koji se često održavaju i imaju međunarodni karakter. S druge strane, veliki događaji su povremenog karaktera, također međunarodnog značaja ali sa različitim mjestom odvijanja. Glavni događaji su događaji velikog obujma, s izraženim interesom javnosti i medijskom pokrivenosti. Oni privlače veliki broj posjetitelja, a organizatoru omogućuju dobre ekonomske rezultate.

Sportski događaji su jedinstveni i specifični, a mjesto njihovog održavanja se ne mijenja i dobro je poznato publici širom svijeta. To su događaji s prepoznatljivom kvalitetom programa, odnosno s autentičnim postavljanjem i izvršenjem na osnovu čega posjeduje različite karakteristike u odnosu na istovrsne događaje.¹⁰

Veliki događaj je događaj koji svojim obujmom i veličinom utječe na ukupnu privrednu aktivnost zemlje domaćina, a medijski je globalno pokriven. U ekonomskom smislu veliki događaj se odražava na turizam i privrednu infrastrukturu zemlje domaćina. Potrebna su velika finansijska ulaganja, izgradnja objekata, potrebno je privući veliki broj posjetitelja, a mora biti medijski globalno popraćen.

"Veliki sportski događaji podrazumijevaju najveće sportske manifestacije koje su definirane brojem natjecatelja i posjetitelja, ostvarenim prihodom i psihološkom odrednicom – događaj koji se mora vidjeti ili događaj koji se ne može propustiti" (Ibidem).

¹⁰ Milenković, M. (2011.) Veliki sportski događaji kao oblik sportskog turizma, sa posebnim osvrtom na Olimpijske igre, Master rad, Beograd, Univerzitet Singidunum

Tabela 2. Podjela sportskih događaja

VRSTA DOGAĐAJA	PRIMJER	CILJNA PUBLIKA	VRSTA MEDIJA
VELIKI	Olimpijske igre Svjetsko rukometno prvenstvo	Globalna	Globalna TV
SPECIJALNI	F1 Grand Prix Panameričke igre	Regionalna / Nacionalna	Međunarodna TV / Nacionalna TV
HALLMARK	Australijske igre Prvenstvo SAD-a u atletici	Nacionalna/ Regionalna	Nacionalna TV / Lokalna TV
DRUŠTVENI	Gradska / općinska natjecanja	Regionalna / Nacionalna	TV Lokalni tisak

Izvor: Ross, M. (2003) *Mega Events and modernity*, Routledge, part of the Taylor&Francis group, UK, No.22, str.4.

3.2. Turistički profit od Svjetskog rukometnog prvenstva 2009.

Velike sportske priredbe danas se uglavnom financiraju mješovitim načinima, odnosno iz javnih i privatnih izvora financiranja, pri čemu privatni izvori postaju sve češći. Naime, iz javnih se izvora financiraju uglavnom veliki infrastrukturni projekti poput izgradnje stadiona, cesta i sl. Za sve ostale troškove organizacijski odbor sportske priredbe ostvaruje prihode iz drugih izvora, poput prihoda od prodaje televizijskih prava, prodaje karata, sponzora, donacija itd.¹¹

Ako neka država poželi biti domaćin nekom važnom sportskom događaju, mora pred sobom imati dvije strategije. Jednu koja se odnosi na dobivanje povjerenja da dobije tu čast, i drugu, koja se odnosi na postavljanje cilja i kreiranje koraka do njegova ostvarenja – kako na najbolji mogući način, uoči, tijekom i nakon događanja svijetu ispričati svoju priču i potaknuti

¹¹ Škorić, S., Bartoluci, M., Značaj stručnjaka sportske rekreacije u turizmu, 19. ljetna škola kineziologa Republike Hrvatske, str.569.

televizijske gledatelje diljem svijeta da promjene mišljenje o gradu ili državi domaćinu, odnosno potaknuti ih na akciju, bilo da je riječ o turističkim posjetima, stranim ulaganjima ili političkoj potpori (Skoko, Vukasović, 2008., 224.)

21. Svjetsko rukometno prvenstvo za muškarce 2009. održano je u Hrvatskoj, pod vodstvom Hrvatskog rukometnog saveza. Hrvatska je pobijedila ostale kandidate (Češku, Rumunjsku i Grčku) te izborila domaćinstvo, nudeći sudionicima, osim sportskog spektakla, i niz prirodnih, kulturnih i povijesnih zanimljivosti. Između 16. siječnja i 1. veljače te godine, pažnja rukometne publike bila je usmjerena na događanja u sedam hrvatskih gradova. Tim su povodom u šest od sedam gradova izgrađene nove dvorane; u Zagrebu (Arena Zagreb), Splitu (Spaladium arena), Zadru (Dvorana Krešimira Čosića), Osijeku (Dvorana Gradski vrt), Varaždinu (Sportska dvorana Varaždin) i Poreču (Športska dvorana Žatika), dok je ona u Puli (Dom sportova "Mate Parlov") bila obnovljena.¹²

Prema podacima IHF-a, na natjecanju su sudjelovale 24 momčadi, odigrano je 110 utakmica, koje je uživo popratilo nešto manje od 400.000 gledatelja, uključujući 10.000 inozemnih navijača, a organizaciji i realizaciji manifestacije doprinijelo je 10.000 lokalnih volontera, 1.568 medijskih ličnosti s 1.420 sati medijske pokrivenosti na 90 TV kanala u 150 država diljem svijeta i 1, 58 milijardi televizijskih gledatelja (Pranić, Petrić, Cetinić, 2012.) Te su dvorane iskoristive za razne sportske i druge priredbe, no zbog svoje veličine i luksuzne opremljenosti bile su izrazito skupe, te zbog visokih troškova održavanja opterećuju gradske i državni proračun.

Sportska događanja poput svjetskog nogometnog ili rukometnog prvenstva iznimno su važne sastavnice promoviranja određenog mjesta. Kako je organizacija cjelokupnog događaja,

¹² Rojnica, T. (2013) Učinci i dugoročni efekti velikih sportskih manifestacija – Primjer grada Splita i Svjetskog rukometnog prvenstva. Diplomski rad. Split: Ekonomski fakultet.

u slučaju Svjetskog rukometnog prvenstva u Hrvatskoj, bila podijeljena među čak sedam gradova, infrastrukturne promjene u tim gradovima neki su predstavljali kao velik prosperitet za regije. Isto tako, na pojavljivanje novih višenamjenskih sportskih dvorana u gradovima gledalo se i kao na priliku za jačanje amaterskog i rekreativnog sporta na lokalnim razinama. Gradovi su od dvorana sigurno nešto dobili, no ne svi u istoj mjeri jer se ne smije zanemariti da su, s obzirom na popriličnu međusobnu različitost regija i gradova domaćina ovog natjecanja, lokalne samouprave svaka na svoj način štitile i zastupale svoje lokalne interese.¹³

Svjetsko rukometno prvenstvo samo po sebi je događaj koji i bez velikog marketinškog oglasa privlači publiku. Veliki broj gledatelja dolazi kako bi prisustvovali povijesnim trenucima u sportu, te kako bi uživo vidjeli najveće svjetske zvijezde u rukometu. No, ponekad samo sportsko događanje nije dovoljno da se pokriju svi troškovi, te se tako velike svote novaca ulažu i u popratne događaje, što uključuje koncerte, druženja sportaša sa publikom i sl. U takvim situacijama dolazi do suradnje sportskog saveza (u ovom slučaju rukometnog) sa Ministarstvom turizma, te oni zajedno organiziraju evente koji će privući što veći broj gledatelja. Tako su Rukometni savez i Ministarstvo turizma u suradnji sa Ministarstvom vanjskih poslova organizirali turističko – sportsku promidžbu Hrvatske u 13 gradova. Hrvatska je na ta predstavljanja poslala jedne od najpoznatijih glazbenih zabavljača na sceni, te su se spremala tradicionalna jela.

Takav marketinški trik dodatno je dodatno je privukao broj gledatelja i potaknuo njihovu želju za putovanjem u zemlju domaćina prvenstva. Osim naravno organizatora prvenstva, većim brojem publike koja dođe beneficiraju i ugostitelji, hoteljeri i u velikoj mjeri i shopping centri. Također, veliki dio zarade "ulovi" i turistička zajednica pojedinog mjesta,

¹³ Biti, O. (2010) Sportski objekti kao objekti prijedora: gdje sve i kako trošimo (na) sport, Stud.ethnol. Croat., vol.22, Zagreb, str. 240-241.

budući da se svaki slobodni trenutak može iskoristiti za razgledavanje muzeja i ostalih kulturnih znamenitosti.

Tu činjenicu i potvrđuje godišnji izvještaj Ministarstva kulture za godinu 2009. Prema podacima u Hrvatsku je za vrijeme prvenstva stiglo oko 4000 navijača, no ta brojka raste kada se u nju ubroje novinari, sudionici i uzvanici. Rezultat toga je porast noćenja u svakom od gradova domaćina u siječnju u odnosu na broj noćenja u prethodnoj godini. Tako je na primjer u siječnju 2008. godine broj ostvarenih noćenja iznosio 347 640, dok je u 2009. godini on iznosio 361 097. Prema podacima turističkih zajednica gradova domaćina svi gradovi, osim Poreča, ostvarili su više noćenja nego u istom razdoblju prošle godine. Tako je Split imao 2 500 noćenja više nego u siječnju 2008. godine, Osijek je popunio kapacitete u, turistički gledano, neatraktivnom dijelu godine, Varaždin je također popunio kapacitete, a Zadar je imao 40% više noćenja nego u siječnju godinu prije.

Osim u broju posjetitelja pozitivne brojke pojavile su se i u novčanom pogledu, ukupna zarada procjenjuje se na 100 milijuna kuna, od čega je 20 milijuna pripalo Rukometnom Savezu. Najveće prihode ostvario je naravno Zagreb, koji je savezu donio 7,5 milijuna kuna. Također je uprihodio svu zaradu od prodaje ulaznica, te se procjenjuje da prihod od njih iznosi 30 milijuna kuna. Dio novca koji se ulio u blagajnu HRS-a dolazi i od prodaje navijačkih rekvizita i sportske opreme. Još jedna od pozitivnih stvari koje se vežu uz SP je korist privatnih tvrtki i malih obrtnika. Od planiranja i izgradnje dvorana, preko rezervacija hotela i letova, do smještaja i posluživanja turista, sve su to poslovi koji su obavljale privatne tvrtke. Otvoreno je dosta novih radnih mjesta, no većina njih je privremena, a ne trajna. Najbolji primjer je izgradnja Arene Zagreb. Svakodnevno je na gradilištu bilo 800- tinjak radnika i još toliko u radionicama.

No, uz sve pozitivne strane, uvijek postoji i ona druga strana koja se pokušava prikriti. Pri organiziranju velikih događaja jako je teško, ili gotovo nemoguće, provesti cijelu organizaciju savršeno, to jest bez ikakvog problema. Problemi se mogu manifestirati u raznim segmentima organizacije (sportskim, komercijalnim, medijskim, itd.). Iako je SP u Hrvatskoj prošlo bez velikih incidenata i skandala te smo slušali pohvale brojnih visokih dužnosnika iz rukometnog svijeta, ne može se reći da je prvenstvo prošlo bez ijednog incidenta. Manje neredne izazivale su određene grupe navijača, dok su pak infrastrukturni problemi organizatore zaokupljali prije početka samog natjecanja.

4.ZAKLJUČAK

Turizam i sport postali su dvije društvene aktivnosti koje su se izrazito razvile od dvadesetog stoljeća do danas te su postale dio naše globalne kulture. Sportska događanja poput svjetskog rukometnog prvenstva iznimno su važne sastavnice promoviranja određenog mjesta. U ekonomskom smislu veliki događaj se odražava na turizam i privrednu infrastrukturu zemlje domaćina. Potrebna su velika financijska ulaganja, izgradnja objekata, potrebno je privući veliki broj posjetitelja, a mora biti medijski globalno popraćen. Gradnja šest dvorana koje su izgrađene za Svjetsko rukometno prvenstvo 2009. stajala nas je 277 milijuna eura. Razvoj sportskog turizma rezultira brojnim ekonomskim učincima u destinacijama poput utjecaja na motivaciju za izbor turističke destinacije, povećanje izvanpansionske potrošnje te unaprjeđenje raznolikosti i kvalitete turističke ponude.

Svjetsko rukometno prvenstvo samo po sebi je događaj koji i bez velikog marketinškog oglasa privlači publiku. Za Hrvatsku je Svjetsko rukometno prvenstvo značilo procvat turizma u mjesecima koji nisu toliko atraktivni za turiste, te je potaknulo razvoj zimskog turizma ne samo u Zagrebu, već i u drugim gradovima. Tako je na primjer u Zagrebu u siječnju 2008. godine broj ostvarenih noćenja iznosio 347 640, dok je u 2009. godini on iznosio 361 097. Osim što se profitiralo turistički, gradnja prikladnih infrastruktura omogućila je konkuriranje Hrvatske i na slijedećim izborima za domaćina.

POPIS LITERATURE

KNJIGE

- Bartoluci, M. (2013) *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*. Zagreb: Školska knjiga.
- Blažević, B. (2007) *Turizam u gospodarskom sustavu*; Sveučilište u Rijeci fakultet za turistički hotelski menadžment Opatija.
- Bartoluci, M., Čavlek, N. (2007) *Turizam i sport – razvojni aspekti*. Zagreb: Školska knjiga.
- Hudson, S.(2003) *Sport and adventure tourism*, The Haworth Hospitality Press: New York.
- Leonard J. Lickorish, i Carlson L. Jenkins (2006), *Uvod u turizam*, Ekokon doo, Split.
- Milenković, M. (2011.) Veliki sportski događaji kao oblik sportskog turizma, sa posebnim osvrtom na Olimpijske igre, Master rad, Beograd, Univerzitet Singidunum,
- Rojnica, T. (2013) *Učinci i dugoročni efekti velikih sportskih manifestacija – Primjer grada Splita i Svjetskog rukometnog prvenstva*. Diplomski rad. Split: Ekonomski fakultet.
- Vukonić. B. , Čavlek, N. (ur.) (2001.). *Rjecnik turizma*. Zagreb: Masmedia.
- Žugić, Z. i Bartoluci, S. (2004.). Slobodno vrijeme i sport. U M. Bartoluci i suradnici: Menadžment u sportu i turizmu / Management in Sport and Tourism (str. 59–69). Zagreb: Kineziološki fakultet, Ekonomski fakultet

STRUČNI ČLANCI U ČASOPISIMA

- Arai, S. i Pedlar, A. (2003.). Moving beyond individualism in leisure theory:

a critical analysis of concepts of community and social engagement, *Leisure Studies*, 22, str. 185 –20

- Biti, O. (2010) *Sportski objekti kao objekti prijepora: gdje sve i kako trošimo (na) sport*, Stud.ethnol. Croat., vol.22, Zagreb, str. 240-241.
- Horne, John i Manzenreiter, Wolfram. 2006. "An introduction to the sociology of sports mega-events". U *Sports Mega-Events: Social Scientific Analyses of a Global Phenomenon*, ur. John Horne i Wolfram Manzenreiter. Norwich: Blackwell Publishing/The Sociological Review, 1–24.
- Hall, M. C. 2006. "Urban entrepreneurship, corporate interest and sports mega-events: the thin policies of competitiveness within the hard outcomes of neoliberalism". U *Sports Mega-Events: Social Scientific Analyses of a Global Phenomenon*, ur. John Horne i Wolfram Manzenreiter. Norwich: Blackwell Publishing/The Sociological Review, 59–70.
- Pranić, Lj., Petrić, L., Cetinić, Lj. (2012); Host population perceptions of the social impacts of sport tourism events in transition countries: Evidence from Croatia, *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 3 Iss: 3, str.236 – 256
- Skoko, B., Vukasović, I. (2008.) *Organiziranje međunarodnih sportskih događaja kao promotivni i ekonomski alat države*. Zagreb: Tržište Vol.20, br.2, str.224.
- Škorić, S., Bartoluci, M., *Značaj stručnjaka sportske rekreacije u turizmu*, 19. ljetna škola kineziologa Republike Hrvatske, str.569.
- Škorić, S. (2008) *Sportski turizam i njegovi učinci na turističke destinacije - primjer Istre*. Zagreb: Acta Turistica. Vol 20. No 1., str.68.

INTERNET IZVORI

- Db Vent <http://www.dbvent.hr/hr/referenca/arena-zagreb-15>
- Ćurić, D. (2012) Arene bez dna: Pola milijarde eura za dvorane koje ne mogu platiti ni režije <http://www.forum.tm/clanak/arene-bez-dna-pola-milijarde-eura-za-dvorane-koje-ne-mogu-platiti-ni-rezije-601>
- Jović M., (2010.) Odnosi s javnošću u sportu http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=99019 (10.01.2017.)

- Jozić, A. (2016.) Stanje i mogućnosti sportskog turizma u Hrvatskoj: primjer odbojke
<https://repositorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A591/datastream/PDF/view>

POPIS SLIKA

Slika 1. Logo prvenstva	6
Slika 2. Arena Zagreb	9
Slika 3. Arena Zagreb, Francuska-Hrvatska 22:19, 58:11 min	10
Slika. 4. Spaladium Arena	11
Slika 5. Dvorana Krešimira Ćosića.....	13
Slika 6. Sportska dvorana Gradski Vrt	14
Slika 7. Sportska dvorana Varaždin	15
Slika 8. Sportska dvorana Žatika.....	16
Slika 9. Dom sportova Mate Parlov	17
Slika 10. Hijerarhija sportskih događanja	25

POPIS TABELA

Tabela 1. Potražnja za sportskim turizmom i zahtjevi za sadržajima.....	22
Tabela 2. Podjela sportskih događaja	27