

*Prethodno priopćenje*

## **ASPEKTI RAZVOJA SPORTSKO-REKREACIJSKOG TURISTIČKOG PROIZVODA SJEVEROZAPADNE HRVATSKE**

Mr.sc. Ivan Hegeduš, viši predavač, Međimursko Veleučilište u Čakovcu  
Ulica J.Jelačića 22a, 40000 Čakovec, Hrvatska  
Telefon: + 385 99 2637 281, fax +385 40 396980  
e-mail: ivan.hegeduš@mev.hr

Dr.sc. Marina Gregorić, viši predavač,  
Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski,  
Selska cesta 119, 10 000 Zagreb, Hrvatska  
Telefon: +385 99 4040164, fax. +385 1 4002 302  
e-mail: mgregoric5@gmail.com

Ana Vrkljan Muraj,  
10 000 Zagreb, Hrvatska  
Telefon: +385 91 4886566  
e- mail: ana.muraj1@gmail.com

Nikolina Biškup, Međimursko Veleučilište u Čakovcu,  
Ulica J.Jelačića 22a, 40000 Čakovec, Hrvatska  
Telefon: +385 99 1950989  
e- mail: nikolina.biskup3@gmail.com

### **SAŽETAK**

*Turizam i sport predstavljaju pojmove po kojima je Hrvatska poznata diljem svijeta. Mnogobrojni sportaši doprinijeli su promociji hrvatske države te tako stvorili snažnu vezu između turizma i sporta. Osim čistoga mora i razvedene obale s otocima, sve značajniju ulogu u doprinosu razvoja sportsko-rekreacijskog turizma ima kontinentalni dio zemlje. Predmet istraživanja ovoga rada jest utvrditi u kolikoj mjeri i na koji način sjeverozapadna Hrvatska sudjeluje u ponudi sportsko-rekreacijskog turizma te razvija li se takva ponuda, stagnira ili se gasi. U radu su obuhvaćeni utjecaji trendova, analiza strukture stanovništva, njihovih sportsko-rekreativnih preferencija i iskoristivosti postojećih kapaciteta. Ciljevi istraživanja su naglasiti važnost razvoja sportsko-rekreativnih objekata te njihov utjecaj na razvoj turističke ponude sjeverozapadne Hrvatske. Metode primijenjene u ovom radu su istraživanje za stolom temeljem domaće i strane literature, stručnih i znanstvenih radova kao i povijesna metoda, metoda analize i sinteze te kvantitativna metoda. Kvantitativna*

*metoda provedena je putem distribucije strukturiranog anketnog upitnika na uzorku stvarnih i potencijalnih turista kontinentalne Hrvatske te odgovornih osoba pri turističkim zajednicama sjeverozapadne Hrvatske i ministarstva turizma RH. Također je provedena kvantitativna metoda istraživanja putem strukturiranog upitnika na uzorku svih turističkih zajednica (ukupnoj populaciji županijskih turističkih zajednica) koje pripadaju sjeverozapadnoj Hrvatskoj. Rezultati istraživanja ukazuju na važnost razvoja, unapređenja infrastrukture, promocije i brendiranja sportsko-rekreativnog turizma na području kontinentalne Hrvatske te potrebu za kvalitetnom strategijom navedenog razvoja ovog selektivnog oblika turizma.*

**Ključne riječi:** sjeverozapadna Hrvatska; sportska rekreacija; turistička ponuda; turizam

## 1. UVOD

Sport je uvelike zaslužan za promociju turizma i turističkih sadržaja kontinentalnog dijela Hrvatske. Razvoj sportskih sadržaja doprinosi razvoju turizma, a način na koji se ti sadržaji predstavljaju ima ključnu ulogu u njihovom uspjehu. Digitalno doba postavlja nove izazove pred promotore sportskih sadržaja. Više nije dovoljno ulagati samo u raznovrsnost ponude već ju treba znati i prezentirati. Izbor turističke destinacije, izvanpansionska potrošnja i unapređenje raznolikosti ovisit će o stupnju implementacije modernih tehnologija u poslovanju osoba koje se bave turizmom. Današnji trendovi u poboljšanju načina prehrane, zdravog života i bavljenja sportom kao imperativa razvijaju potrebu za ponudom što više različitog sadržaja čija će priča osvojiti potencijalne korisnike. Iako se nedostatak novca iznosi kao osnovni problem, jasno je da je pravi problem u manjku dobrih ideja, priča i sadržaja. Nije potrebno imati velebne komplekse kada je poznato da dobro osmišljena škola trčanja posluje bolje od velikih sportskih projekata. „Usporedimo li povijest s današnjicom, možemo zaključiti kako je u današnjem, odnosno suvremenom turizmu, sport dobio novu, mnogo širu ulogu u kojoj ljudi više nisu samo promatrači, već aktivni sudionici. Time sport ulazi u sferu turističkog tržišta i postaje generatorom dodatnih ekonomskih vrijednosti u turizmu.“ (Bartoluci, Čavlek, 1998, 69). Kako je kontinentalni dio Hrvatske gospodarski najrazvijeniji, vidljiv je napredak u pogledu sportskog turizma i rekreacije u tom dijelu. Sjeverozapadnoj Hrvatskoj pripada šest županija: Grad Zagreb, Zagrebačka županija, Krapinsko-zagorska županije, Varaždinska županija, Koprivničko-križevačka županija i Međimurska županija. Ovaj rad analizira stanje sportsko-turističkih sadržaja na prostoru sjeverozapadne Hrvatske. Provedeno je istraživanje o tome u kojem obujmu i kojom brzinom se razvijaju sportsko-turistički sadržaji, na koji način se promoviraju te koji im je cilj.

Razvoj tehnologije donosi promjene u strukturi tržišta i primjeni marketinga te omogućava proces koncentracije subjekata ponude. Pod pritiskom sve veće konkurencije i borbe za mjesto na tržištu, ponuđači ulaze u vertikalne i horizontalne integracije što im daje mogućnost konkuriranja i cijenom i kvalitetom. Manji subjekti prisiljeni su bježati u područja tržišnih niša. (<http://www.mint.hr/UserDocImages/Strategija%20hrvatskog%20turizma%20-%20finalna%20verzija.pdf>).

## 2. PREDMET ISTRAŽIVANJA

Predmet istraživanja ovoga rada jest utvrditi u kolikoj mjeri i kako sjeverozapadna Hrvatska sudjeluje u ponudi sportsko-rekreacijskog turizma te razvija li se takva ponuda, stagnira li ili se gasi. U radu su obuhvaćeni utjecaji trendova, analiza strukture stanovništva, njihovih sportsko-rekreativnih preferencija i iskoristivosti postojećih kapaciteta. Također, istraženo je kako se planira uvođenje i promocija novih sportsko-rekreacijskih sadržaja u svakoj od županija sjeverozapadne Hrvatske. Važnost istraživanja očituje se u potrebi za planiranjem sportskih sadržaja na području najrazvijenije regije u Hrvatskoj te primjeni novih tehnoloških dostignuća u promociji sadržaja.

## 2.1. Sjeverozapadna Hrvatska

Sjeverozapadna Hrvatska je regija smještena na sjeverozapadu Hrvatske. Glavni i najveći grad regije je Varaždin, smješten u samom srcu regije. Sjeverozapadna Hrvatska je najkonkurentnija hrvatska regija s rastućim indeksom razvijenosti. Središnji dio Hrvatske odlikuje brežuljkasti teren riječnih sljevova što pogoduje uzgoju raznovrsnih kultura. To je gospodarski i kulturno vrlo raznoliko područje na kojem se isprepliću utjecaji različitih susjednih regija, a posebice alpskoga i panonskog dijela, dok je u kulturi vidljiv i vrlo jak utjecaj Srednje Europe. Tijekom stoljeća razvijali su se različiti obrti, a osobito su bili popularni izrađivači puhaćih glazbala: dvojnica, trojki i četvorki. Proštenja su u sjeverozapadnoj Hrvatskoj igrala važnu društvenu ulogu, a omiljeni su plesovi drmeš, valcer i polka. Stanovnici su živjeli u drvenim kućama i bavili se uzgojem različitih poljoprivrednih kultura. (os-trnjanska-zg.skole.hr/upload/os...zg/.../Sredisnja\_i\_sjeverozapadna\_Hrvatska.ppt).

Sjeverozapadna Hrvatska sa svojih šest županija nudi niz sportsko-rekreacijskih sadržaja. Povoljna klima omogućuje turistima bavljenje sportom tijekom cijele godine. Planine, rijeke, termalne vode, šume i ostala bogatstva sjeverozapadne Hrvatske pružaju turistima brojne mogućnosti kao što su planinarenje, ribolovni turizam, veslanje, rafting, lovni turizam, hidroterapija, biciklizam, trčanje, jahanje i drugo.

## 2.2. Slobodno vrijeme, turizam i sport

Aktivnosti kojima se popunjava slobodno vrijeme govore puno o kvaliteti života pojedinaca. Ljudska potreba za kretanjem oduvijek je poznata, ali način kretanja ovisi o trendu, tehnološkim dostignućima, načinu života i nizu drugih čimbenika. „Uz riječi slobodno vrijeme, fizičke aktivnosti i zdravlje danas se vezuje i riječ wellness (izvedena iz engleskih riječi well-being, što znači dobro, dobrobit, ugoda, ugodnost, i riječi fit-ness, što znači primjerenost, sposobnost, zdravlje koja se može prevesti kao osjećati se ugodno, dobro, zdravo. Nadalje, uz pojam slobodno vrijeme (leisure) vežu se pojmovi: relaksacija, rekreacija, aktivnosti bez žurbe, sportski centri i sportska odjeća. Svi navedeni pojmovi mogu se povezati i s pojmom zdravlja, odnosno aktivnostima vezanima za čuvanje i održavanje fizičke kondicije i zdravlja.“ (Bartoluci, 2004, 179).

Turizam predstavlja najvažniju gospodarsku granu Hrvatske. Infrastruktura, obrazovanje djelatnika, razvoj sadržaja i unapređivanje ponude utječu na izbor sadržaja kojim će korisnici popuniti slobodno vrijeme. Sport nudi niz raznih mogućnosti i turistima omogućava sadržaj prilagođen svim dobnim skupinama, mogućnostima i preferencijama.

Svjetska turistička organizacija WTO u svoju je najnoviju statistiku praćenja turista kao zasebnu svrhu, motiv putovanja, uvela održavanje zdravlja. Pri kreiranju lokalnih godišnjih planova u turističkoj grani, važno je obratiti pažnju na način kojim ćemo približiti ponudu zainteresiranim stranama. Nije dovoljno samo omogućiti korištenje sadržaja, već informaciju o njemu treba na kvalitetan način plasirati. Slobodno

vrijeme često se koristi za turistička putovanja, a današnji turisti očekuju da će na putovanju ostvariti doprinos i svom fizičkom zdravlju.

### 2.3. Faktori razvoja turizma i sporta

Faktori razvitka turizma dijele se u tri skupine: faktori turističke potražnje, posrednički faktori i faktori turističke ponude. Svi ovi faktori utječu na razvitak sporta, ne samo u turizmu, već i šire, što se može vidjeti u Tablici 1.

**Tablica 1. Faktori razvoja turizma i sporta**

FAKTORI RAZVOJA TURIZMA I. FAKTORI TURISTIČKE POTRAŽNJE	FAKTORI RAZVOJA SPORTA U TURIZMU I. FAKTORI POTRAŽNJE SPORTSKO-REKREACIJSKIH USLUGA
<p><b>1. Objektivni</b> Stanovništvo Urbanizacija Dohodak stanovništva Slobodno vrijeme</p> <p><b>2. Subjektivni</b> Moda Oponašanje Navike Prestíž Vjera Ljubav</p>	<p><b>1. Objektivni</b> Urbanizacija i industrijalizacija Dohodak stanovništva Slobodno vrijeme</p> <p><b>2. Subjektivni</b> Moda Oponašanje Navike Prestíž</p>
II. POSREDNIČKI FAKTORI	II. POSREDNIČKI FAKTORI
<p>Turoperatori Turističke agencije Turistička društva</p>	<p>Turističko-sportske agencije Sportske organizacije</p>

III. FAKTORI TURISTIČKE PONUDE	III. FAKTORI SPORTSKO-REKREACIJSKE PONUDE
<p><b>1. Faktori atraktivnosti turističke ponude</b></p> <p>Prirodni Društveni</p> <p><b>2. Komunikacijski faktori</b></p> <p>Prijevozna sredstva PTT veze</p> <p><b>3. Receptivni faktori</b></p> <p>Smještajni kapaciteti Ugostiteljski kapaciteti Ostali kapaciteti</p>	<p>Prirodni resursi Sportsko-rekreacijski objekti i sadržaji Sportsko-rekreacijski programi</p>

Izvor: Bartoluci, M. 2003. *Ekonomika i menadžment sporta*. Zagreb: HAZU, FFK. Str.66.

Tablica 1. pokazuje koji objektivni i subjektivni faktori utječu na razvoj turizma i sporta. Očito je da postoji širok spektar faktora čiji se utjecaji direktno odražavaju na uspješnost ponude turističkih sadržaja. Važno je naglasiti da nije uvijek važno samo slijediti trendove u turizmu, već ih ponekad treba i stvarati.

Provođenje istraživanja i primjena novih tehnologija omogućava nam projekcije mogućih događaja i investicije u turizam čini sigurnijima.

## 2.4. Učinci razvoja turizma i sporta

Razvoj turizma i sporta proizvodi brojne učinke. Ekonomski učinci ogledaju se u visokom stupnju posjećenosti određenih događaja, kupovine velikog broja ulaznica za neku manifestaciju te kupovinom popratnih sadržaja. Kada se održava velika manifestacija, raste broj zaposlenih djelatnika u destinaciji te se pospješuju realizacije raznih projekata. Razvojem turizma i sporta proizvode se i društveni učinci tako da se primjećuje porast razvoja svijesti o očuvanju zdravlja. Neki od negativnih učinaka su neplanirani visoki troškovi održavanja objekata kada nisu u funkciji, problem popunjavanja istih do razine isplativosti, negativan utjecaj na prirodu i okoliš, razvoj mita, korupcije i vandalizma.

Razvojem turizma i sporta povećavaju se privremeni boravci turista u destinaciji koji dolaze zbog sudjelovanja u nekoj sportskoj aktivnosti ili zbog podrške nekom sportskom događaju. Takav turizam oblik je turističkog kretanja čiji je glavni motiv sport.

Učestalost i broj putovanja svakim danom sve više raste – turistima se širi svijest i stečena iskustva na putovanjima što dovodi do promjena u zahtjevima i potrebama. Turisti postaju kritičniji prema turističkoj ponudi destinacije te počinju uspoređivati proizvode i usluge, ne samo u svojoj zemlji, već i putem kontakata što ih imaju s turistima iz drugih zemalja na odmoru te ih tako i kritički ocjenjuju ([hrcak.srce.hr/file/267499](http://hrcak.srce.hr/file/267499)).

## 2.5. Motivi potražnje sportskog turizma

Motivi potražnje sportskog turizma obično se prikazuju kroz četiri tržišna segmenta:

- Vrhunski sportaši čiji je pristup natjecanju profesionalan. Poslužuje im se specifična prehrana prilagođena sportu kojim se bave. Na raspolaganju im je liječnik, fizioterapeut i ostala podrška koja je svojstvena vrhunskom sportu.
- Masovni sportaši bave se sportom u svrhu očuvanja zdravlja i kondicije. Naglasak stavljaju na pristupačnost regije i kvalitetu sportskih sadržaja.
- Povremeni sportaši bave se manje zahtjevnim sportovima i podložniji su utjecaju trendova. Oni ne gaje visoke sportske ambicije i prestiž im je važniji od vrhunskih rezultata.
- Pasivni sportski turisti ne sudjeluju u individualnim sportskim aktivnostima, ali posjećuju megasportska događanja. Često pružaju podršku vrhunskim sportašima prateći ih na njihovim natjecanjima. ([http://web.efzg.hr/dok/TUR/okesar/Web\\_Sportski%20turizam.pdf](http://web.efzg.hr/dok/TUR/okesar/Web_Sportski%20turizam.pdf)).

Građani Republike Hrvatske danas imaju 40% više slobodnog vremena nego što je to bio slučaj prije dvadeset godina. S povećanjem slobodnog vremena porasla je pokretljivost ljudi i potrošnja novca na sadržaj namijenjen slobodnom vremenu.

Oblikovanje slobodnog vremena mijenjalo se kroz vrijeme:

- 1 faza – upućena na odmor (karakteristična za 50-e godine)
- 2 faza – upućena na potrošnju (karakteristična za 60-e godine)
- 3 faza – upućena na doživljaj (počinje 80-ih godina, ali se razvija i traje do danas).

Aktivan život znači razvijati vlastitu inicijativu, dok svjestan život predstavlja brigu za zdravlje, tjelesni izgled, prirodu i okoliš. Ljudi sve više napuštaju pasivni način života te počinju aktivno sudjelovati. Sport ima sve veće značenje te od njega ne profitira samo organizator, već i svaki sudionik. (Gutowski,1997).

## 2.6. Razvijenost sportsko-rekreacijskog turizma u sjeverozapadnoj Hrvatskoj

Sjeverozapadnu Hrvatsku odlikuje brežuljkasti teren riječnih sljevova što pogoduje uzgoju raznovrsnih kultura. To je gospodarski i kulturno vrlo raznoliko područje na kojem se isprepliću utjecaji različitih susjednih regija, a posebice alpskoga i panonskog dijela, dok je u kulturi vidljiv vrlo jak utjecaj Srednje Europe.

Sjeverozapadna Hrvatska dijeli se na Grad Zagreb i 5 županija, a to su: Zagrebačka županija, Krapinsko-zagorska županija, Varaždinska županija, Koprivničko-križevačka i Međimurska županija. Svaka od njih ima različito razvijenu i zastupljenu sportsku rekreaciju te je velika razlika u razvoju i količini sagrađenih sportsko-rekreacijskih centara.

Sve je veća potražnja i za proizvodima iz domene zdravstvenog turizma, cikloturizma, sportsko-rekreacijskog, kulturnog i poslovnog turizma. Upravo su to turistički proizvodi na kojima se temelji turistička ponuda sjevera Hrvatske koja se posljednjih godina sve više razvija te spomenute županije pretvara u sve poželjnije i atraktivnije turističke destinacije kontinentalnoga dijela Hrvatske.

Krapinsko-zagorska županija poznata je po brojnim sportskim zajednicama, udrugama i savezima. Neki od većih sportsko-rekreacijskih centara su: Paintball-klub Dum dum, Centar Ritam, konjički klub Budinščina, Krapinske toplice, Vuglec breg, S.R.U.Z. i Sport za sve.

Varaždinska županija raspolaže sljedećim resursnim atrakcijama: Ravna gora, Ivanščica i Kalnik; rijeke Drava, Bednja i Plitvica, razna jezera, lovišta, dvorac Trakošćan, Varaždinske toplice. Rekreacijski objekti su dvorana Arena Varaždin, TTS centar, Aquacity i bazeni na dravskoj špici.

Koprivničko-križevačka županija ima sljedeće sportsko-rekreacijske centre: Drava Route, Trim staza Borik, Gradski stadion, Gradski bazeni Cerine. Rijeka Drava i bogatstvo divljači jamče dobru podlogu za još veći zamah lovnog i ribolovnog turizma.

Neki od najpoznatijih sportskih centara u Međimurskoj županiji su: Accredo centar, mini golf tereni, Arcadia wellness park, terme Sv. Martin, sportska dvorana Aton, gradski bazeni M. Ružić, rafting na Muri, SRC Mladost, tenis, badminton i atletski klubovi, zmajarski klub Rode.

„Turistički doživljaj nastaje na temelju konzumacije različitih sadržaja tijekom boravka u turističkoj destinaciji, a traje od početka do kraja putovanja.“ (Lickorish, Jenkić 2006).

## 2.7. Promocija turizma sjeverozapadne Hrvatske

Za promicanje turizma određene destinacije zadužena je Turistička zajednica. Postoje strategije na nivou države, ali turističke zajednice imaju veliku mogućnost donošenja odluka o načinu promocije.



„Turistička zajednica ima brojne zadaće važne za razvoj turizma destinacije među kojima se ističu: (1) promoviranje turističke destinacije na razini županije samostalno i putem udruženog oglašavanja, (2) organiziranje promotivnih aktivnosti samostalno ili u suradnji sa sustavom turističkih zajednica, organiziranje nastupa na turističkim sajmovima u zemlji i inozemstvu, organiziranje prijema studijskih grupa, novinara i ostalih djelatnika iz područja turizma iz zemlje i inozemstva, organiziranje PR aktivnosti u domaćim i stranim medijima, promicanje turističkog imidža Županije putem elektroničkih i tiskanih medija, (3) promocija turističke ponude Županije u zemlji i inozemstvu u koordinaciji s Hrvatskom turističkom zajednicom i (4) obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom te izrada stručnih publikacija i drugog informativnog materijala te objava komercijalnih oglasa na istima.“

(čl. 2. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju Hrvatskog turizma, Narodne novine, br. 152, 2008).

Nakon što se odabere poruka koja se želi poslati, biraju se mediji kojima se prenosi. Koraci uključuju odlučivanje o željenom doseg, učestalosti i učinku; biranje između osnovnih tipova medija; odabir specifičnog medijskog sredstva; odluke o odabiru vremena u medijima i odlučivanje o geografskoj preraspodjeli medija. Nakon toga, marketinški stručnjak procjenjuje rezultate tih odluka. (Kotler, Keller, 2014).

### 3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Metode primijenjene u ovome radu su istraživanje za stolom na temelju domaće i strane literature, stručnih i znanstvenih radova kao i povijesna metoda, metoda analize i sinteze te dvije kvantitativne metode. Prva kvantitativna metoda provedena je putem distribucije *online* strukturiranog upitnika korisnicima sportsko-rekreacijskih sadržaja na području sjeverozapadne Hrvatske, a rezultati su obrađeni deskriptivnom statističkom analizom. Istraživanjem je obuhvaćen uzorak od 242 ispitanika.

Druga kvantitativna metoda provedena je putem distribucije anketnog upitnika županijskim turističkim zajednicama Krapinsko-zagorske županije, Varaždinske, Zagrebačke, Koprivničko-križevačke te Bjelovarsko-bilogorske županije.

Rezultati istraživanja, kao i zaključci utemeljeni na istraživanju međusobno su usporedivi. Doprinosе boljem razumijevanju sportskog i rekreacijskog turizma na području sjeverozapadne Hrvatske te utjecaja informacija na području novih tehnologija s ciljem promocije sportsko-rekreacijskih sadržaja u turizmu toga dijela Hrvatske.

## 4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

### 4.1. Rezultati prve kvantitativne metode istraživanja

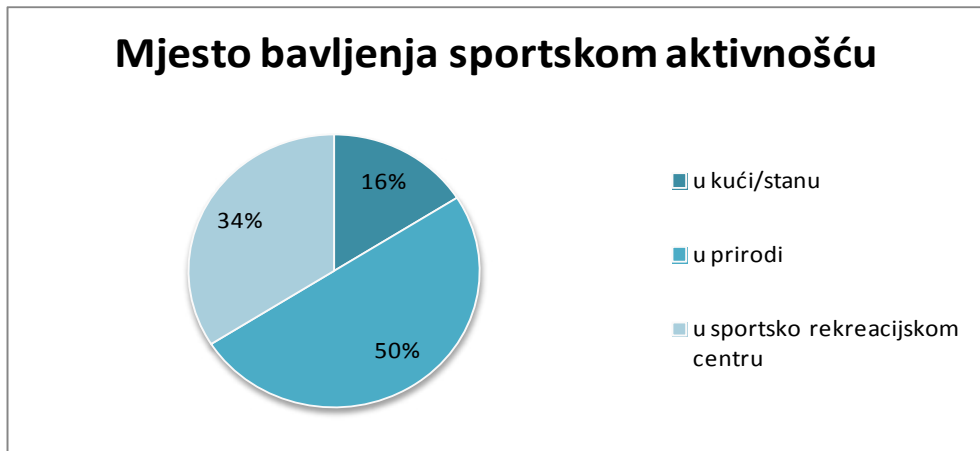
Prva kvantitativna metoda korištena u ovom radu istraživanje je putem distribucije *online* strukturiranog upitnika s ciljem prikupljanja podataka o učestalosti sudjelovanja i zadovoljstvu sudionika u sportsko-rekreacijskom turizmu sjeverozapadne Hrvatske. U istraživanju je sudjelovalo 242 ispitanika, a rezultati su prikazani u nastavku.

#### Grafikon 1. Bavite li se sportskom aktivnošću?

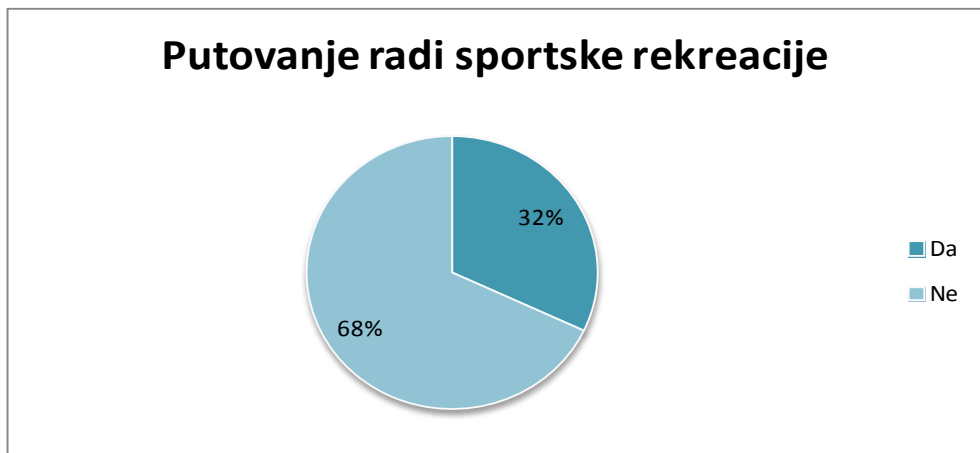


Izvor: Vlastita izrada autora

76 % ispitanika bavi se sportskom aktivnošću, a od čega se 50% ispitanika bavi sportskom aktivnošću u sportskim centrima.

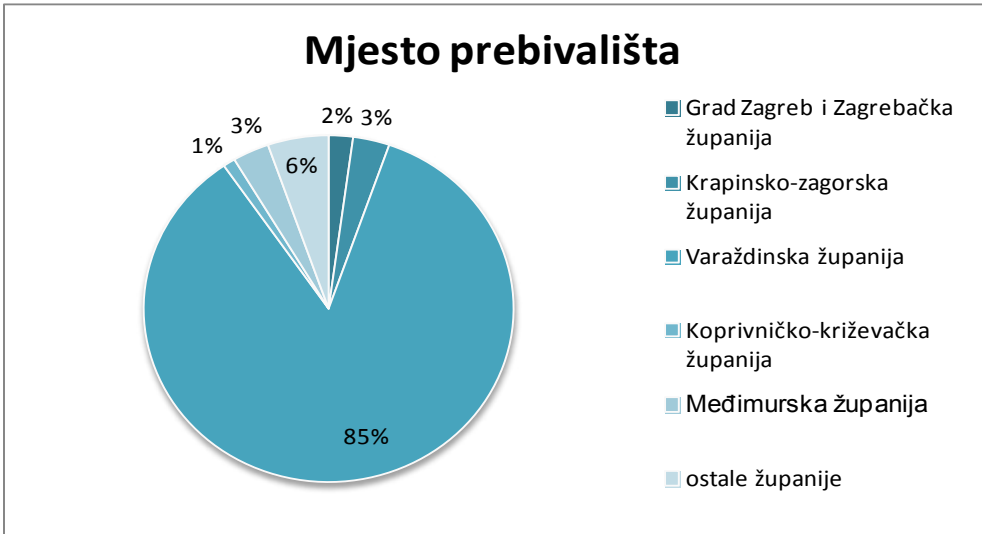
**Grafikon 2. Mjesto bavljenja sportskom aktivnošću.**

Izvor: Vlastita izrada autora

**Grafikon 3. Putovanje radi sportske rekreacije.**

Izvor: Vlastita izrada autora

68% ispitanika putuje radi sportske rekreacije.

**Grafikon 4. Mjesto prebivališta.**

Izvor: Vlastita izrada autora

85% ispitanika navodi Varaždinsku županiju kao mjesto prebivališta, dok su ostali iz Grada Zagreba, Zagrebačke županije, Krapinsko-zagorske i Koprivničko-križevačke županije.

**Grafikon 5. Sportsko-rekreacijska ponuda županija.**

Izvor: Vlastita izrada autora

#### 4.2. Rezultati druge kvantitativne metode istraživanja

Grafikon 6.



Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 7.



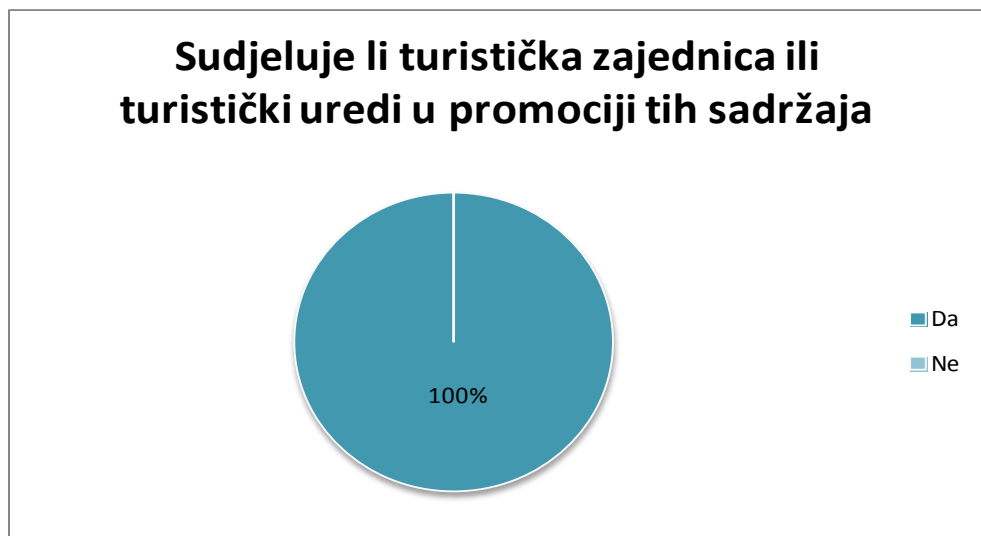
Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 8.



Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 9.



Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 10.



Izvor: Vlastita izrada autora

#### 4.3. Usporedba rezultata dobivenih kvalitativnim istraživanjima

Na temelju napravljenih istraživanja te dobivenih rezultata, vidljivo je da je bavljenje sportskim aktivnostima na području sjeverozapadne Hrvatske zastupljeno kod većine ispitanika. 76% ispitanika bavi se sportskom rekreacijom. Većina njih sportskim se aktivnostima bavi u slobodno vrijeme čime dokazuju da svoje slobodno vrijeme koriste kvalitetno i s ciljem održavanja zdravlja. Također, kao glavni motiv za bavljenje sportskom rekreacijom čak 47% ispitanika navodi zdravlje. Može se reći da je veliki napredak što odlaskom na godišnji odmor ispitanici, osim samog odmora, prakticiraju sve više aktivni odmor što podrazumijeva bavljenje sportskom rekreacijom.

Samo istraživanje potvrdilo je pozitivne pretpostavke o značaju sportskog turizma u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske te je vidljiva sve veća potražnja kao i potreba za njegovim unapređenjem. Također, vidljivo je da su predstavnici turističkih zajednica Krapinsko-zagorske županije, Varaždinske županije, Zagrebačke, Koprivničko-križevačke te Bjelovarsko-bilogorske županije izjavili kako postoji snažna potražnja za sportsko-rekreacijskim sadržajima. Sadržaji su namijenjeni podjednako mještanima i turistima. Organizirani su u suradnji županija i pojedinaca, a Turističke zajednice sjeverozapadne Hrvatske intenzivno podupiru promociju sportsko-rekreacijskih sadržaja. Znakovito je da čak 75% ispitanih predstavnika Turističkih zajednica sjeverozapadne Hrvatske vidi prostor za napredak.

Najpoznatijim sportsko-rekreacijskim sadržajima naveli su bazene i vodene parkove, biciklističke staze, konjičke sportove, let balonom na zrak, izletničke poučne staze, natjecanja u moto sportu i ski rolanju te malonogometne turnire.

Sadržaji najčešće posjećeni od strane lokalnog stanovništva su bazeni Cerine Koprivnica, teniski tereni u KKŽ, jezero Šoderica, SRC Petek Ivanić Grad te biciklističke i planinarske staze.

## 5. ZAKLJUČAK

Kada je sportsko-rekreacijski turizam sjeverozapadne Hrvatske u pitanju, može se reći da je u posljednjih desetak godina zamijećen znatan porast potražnje za tom vrstom turizma i rekreacije. U prilog toj tezi kroz ovaj je rad prikazana ponuda sportskih centara i objekata te se sa sigurnošću može reći da je vidljivo kako kontinentalni dio sve više teži tome da ponuda sportskih sadržaja bude što kvalitetnija i bolja. Nažalost, iako je ponuda spomenute regije u porastu, taj porast kreće se vrlo sporo, a razlog tome je nedostatak stručnog kadra kao i pomanjkanje sportskih objekata. Istraživanje je pokazalo kako se mijenjaju ljudske navike te kako današnji turisti, a i mještani, slobodno vrijeme sve više provode konzumirajući sportsko-rekreacijske sadržaje. Također, može se zaključiti da se stanovnici sjeverozapadne Hrvatske rjeđe odlučuju na putovanje samo zbog sportske rekreacije, ali je upravo sport razlog posjeta velikog broja turista toj regiji Republike Hrvatske.

Watsonova krilatica „Ništa se ne događa dok netko nešto ne proda“ odnosi se i na razvoj sportske rekreacije kao turističkog proizvoda, stoga marketinške aktivnosti treba usmjeriti na suvremenu promociju. (Scott, 2011).

Istraživanje provedeno u ovom radu upućuje nas na činjenicu da je sjeverozapadna Hrvatska, kao najrazvijenija regija, bogata sportsko-rekreacijskim sadržajima, ali da su oni loše promovirani. Doprinos ovoga rada je povećanje učinaka razvoja turizma putem kvalitetnije promocije. Važno je ukazati na potrebu za modernizacijom komunikacijskih tehnologija. Šira upotreba društvenih mreža i blogova kao komunikacijskih alata doprinijela bi ostvarenju većeg broja ostvarenih noćenja u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. Takva komunikacija omogućava jednostavno praćenje milijuna ljudi, sudjelovanje u konverzacijama, njihovo iniciranje i oblikovanje te promociju.

Za kraj treba još naglasiti kako sportski turizam više nije budućnost, već je postao dio sadašnjosti, a u prilog toj tvrdnji govori sama činjenica pojave novih oblika poslovnog odmora poput *team buildinga*, kao i uvrštavanje turističkih ponuda u rad sindikata, udruga i različitih organizacija koje svojim članovima nude te vrste odmora.



## DEVELOPMENT ASPECTS OF SPORTS AND RECREATIONAL TOURISM PRODUCTS IN NORTHWESTERN CROATIA

Ivan Hegeduš, MSc, Senior Lecturer, Međimurje Polytechnic in Čakovec  
Ulica bana Josipa Jelačića 22a, 40000 Čakovec, Croatia  
Telephone: +385 99 2637 281, e-mail: ivan.hegedus@mev.hr

Marina Gregorić, PhD, Senior Lecturer, University College of Economics,  
Entrepreneurship and Management Nikola Subic Zrinski, Selska cesta 119, 10110  
Zagreb, Croatia  
Telephone: +385 99 4040 164, e-mail: mgregoric5@gmail.com

Ana Vrkljan Muraj,  
10000 Zagreb, Croatia  
Telephone: +385 91 4886 566, e-mail: ana.muraj1@gmail.com

Nikolina Biškup, Međimurje Polytechnic in Čakovec,  
Ulica J.Jelačića 22a, 40000 Čakovec, Hrvatska  
Telephone: +385 99 1950989  
e- mail: nikolina.biskup3@gmail.com

### ABSTRACT

*Tourism and sport represent concepts by which Croatia is known throughout the world. Many athletes contributed to the promotion of the Republic of Croatia and thus created a strong link between tourism and sport. Apart from the clear sea and the indented coastline with its islands, the continental part of the country has an increasingly important role in contributing to the development of sports recreational tourism. The subject of this study is to determine to what extent northwestern Croatia participates in the offer of sports recreational tourism and whether such offer is developing, stagnating or disappearing. The paper deals with influences of trends, population structure analysis, their sports-recreational preferences and utilization of existing capacities. The research aims to emphasize the importance of the development of sports and recreational facilities and their impact on the development of tourist offer of northwestern Croatia. The methods used in this paper are desk research based on domestic and foreign literature, professional and scientific papers as well as historical methods, methods of analysis and synthesis and quantitative methods. The quantitative method was conducted through the distribution of a structured survey questionnaire sample of real and potential Croatian continental tourists and responsible persons in the tourist communities of northwestern Croatia and the Ministry of Tourism of the Republic of Croatia. Quantitative research also includes distribution of structured questionnaire to sample of total population of tourism board offices in counties which are part of northwestern Croatia. The research results point to the importance of development, improvement of the infrastructure, promotion and branding of sports recreational tourism in the continental Croatia, and the need for a quality strategy for the development of this selective form of tourism.*

*Keywords: northwestern Croatia; sport recreation; tourist offer; tourism*

## LITERATURA

1. Alkier Radinić R. (2003). Marketinški aspekti razvoja turističke destinacije. *Tourism and hospitality management*, 9(2), 231-246. Preuzeto s: [hrcak.srce.hr/file/267499](http://hrcak.srce.hr/file/267499) (25.07.2017).
2. Bartoluci, M. (1998). *Ekonomika i menadžment sporta*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.
3. Čorak, S. (2009). *Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno*. Zagreb: Institut za turizam.
4. Gutowski, A. (1997). *Marketing u sportu*. Koprivnica: „Dr Feletar“.
5. *Hrvatska turistička zajednica*. Preuzeto s: <http://croatia.hr/hr-HR> (22.07.2017)
6. Kesar O. (2013). *Sportski turizam*. Preuzeto s: [http://web.efzg.hr/dok/TUR/okesar/Web\\_Sportski%20turizam.pdf](http://web.efzg.hr/dok/TUR/okesar/Web_Sportski%20turizam.pdf) (20.07.2017).
7. Kotler, P., Keller, K.L., Martinović, M. (2014). *Upravljanje marketingom*. Zagreb: Mate.
8. Lickorish, J., Jenkic, C.L. (2006). *Uvod u turizam*. Split: Ekokon d.o.o.
9. Senečić, J., Grgona, J. (2006). *Marketing menadžment u turizmu*. Zagreb: Mikrorad d.o.o.
10. *Središnja i sjeverozapadna Hrvatska*. Preuzeto s: [zg.skole.hr/upload/os...zg/.../Sredisnja\\_i\\_sjeverozapadna\\_Hrvatska.ppt](http://zg.skole.hr/upload/os...zg/.../Sredisnja_i_sjeverozapadna_Hrvatska.ppt) (10.07.2017).
11. Ministarstvo turizma. *Strategija razvoja Hrvatskog turizma*. Preuzeto s: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija%20hrvatskog%20turizma%20-%20finalna%20verzija.pdf> (09.07.2017).
12. Narodne novine (2008) *Zakon o turističkim zajednicama i promicanju Hrvatskog turizma* (NN 152/08). Preuzeto s: <https://www.google.hr/search?q=13.%09Zakona+o+turističkim+zajednicama+i+promicanju+Hrvatskog+turizma%2C+Narodne+novine>
13. Krpan, T., Sušac, V. (ur.). (2010). *Mediji i turizam : zbornik radova s međunarodnog znanstvenog skupa, Zadar - Nin, 20.-22. ožujka 2009*. Zadar : Odjel za turizam i komunikacijske znanosti Sveučilišta.