Percepcije lokalnih posjetitelja o učincima sportskih manifestacija

Mikulić, Anja

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:089736

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

PERCEPCIJE LOKALNIH POSJETITELJA O UČINCIMA SPORTSKIH MANIFESTACIJA

Mentor:
Doc. dr. sc. Ljudevit Pranić

Studentica:
Anja Mikulić, 2142112

Split, rujan, 2017.

SADRŽAJ

1. UVOD 4
1.1. Problem istraživanja 4
1.2. Predmet istraživanja 6
1.3. Istraživačke hipoteze 7
1.4. Ciljevi istraživanja 8
1.5. Metode istraživanja 8
1.6. Doprinos istraživanja 10
1.7. Struktura diplomskog rada 11
2. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA U HRVATSKOJ I SVIJETU 12
2.1. Teorijski aspekt selektivnih oblika turizma 12
2.2. Selektivni turizam u Hrvatskoj 13
2.3. Sport kao selektivni turizam 15
3. MANIFESTACIJSKI TURIZAM 18
3.1. Teorijski aspekt manifestacija 18
3.2. Povijest manifestacija 19
3.3. Podjela manifestacija 20
3.4. Učinci manifestacija 22
4. SPORTSKE MANIFESTACIJE 24
4.1. Uvod o sportskim manifestacijama 24
4.2. Svjetske sportske manifestacije 26
4.3. Hrvatske sportske manifestacije 28
4.4. Sportska manifestacija „Regata sv. Duje“ 30
5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE 31
5.1. Cilj i metode istraživanja 31
5.1. Analiza podataka i interpretacija rezultata 32
5.3. Testiranje hipoteza 43
5.4. Ograničenja istraživanja 57
6. Zaključak 57
7. Literatura 59
Sažetak 62
Summary 62

Prilog.....64
POPIS TABLICA 66
POPIS SLIKA.....68

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Turizam se može definirati kao skup odnosa i pojava koje rezultiraju iz putovanja osoba i njihova zadržavanja u određenim mjestima koja nisu njihova trajna boravišta niti u njima obavljaju poslove vezane za turizam, studiranje ili neki drugi oblik poslovne aktivnosti[1]. Nikad prije u ljudskoj povijesti turizam nije imao toliki značaj koji ima danas. O tome najbolje govori razvoj mnogih vrsta turizma čiji broj iz dana u dan raste. Naime, prema podatcima svjetske turističke organizacije (*UNTWO*) ukupni prihod svjetskog turizma u 2015. godini iznosio je 7, 17 milijardi dolara[2].

Različiti oblici turizma ga čine jedinstvenim fenomenom i pružaju mu dodatnu diverzificiranost, a sportski turizam je jedan od najstarijih i najpoznatijih oblika turizma, te njegovu osnove čine sportske manifestacije. Sportski turizam se može definirati kao putovanje u svrhu sudjelovanja ili promatranja neke sportske manifestacije koja se održava van mjesta prebivanja pojedinca[3]. U sportskom turizmu, pa tako i u turizmu općenito, manifestacije igraju veliku ulogu. Kroz povijest manifestacije su oduvijek privlačile veliki broj posjetitelja, posebno u novije vrijeme, razvojem suvremenog turizma, pojavom novih tehnologija oglašavanja te porastom očekivanja turista od samih manifestacija.

Postoji podjela manifestacija prema veličini i prema sadržaju. Prema veličini manifestacije se dijele na: lokalne manifestacije, velike manifestacije, *hallmark* manifestacije i mega manifestacije. Druga podjela, koja je važnija za rad, je podjela manifestacija prema sadržaju: festivali, sportske manifestacije i poslovne manifestacije. Sportske manifestacije se mogu definirati kao događaji koje karakteriziraju kreativni i kompleksni sadržaji sportskog, rekreativnog i zabavnog karaktera, koji se odvijaju po određenom, unaprijed pripremljenom programu, a ostvaruju turističke efekte i imaju društveno-ekonomski značaj za mjesto ili područje u kojem se održavaju, te uključuju gledatelje, sudionike (profesinonalne sportaše, amatere), volontere, itd[4]. Prve sportske manifestacije se vežu uz staru Grčku civilizaciju i Olimpijske igre, davno prije postojanja pojma turizma, a neki autori smatraju upravo

[1]Petrić L. (2006): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 21.

[2]Dulčić, A. (2002): Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 4.

[3]http://www.sportadvisory.com/blog/2016/02/08/sports-tourism-what-it-is-and-why-its-important/ [Pristup 22.03.2017.]

[4]Idibem. [Pristup 22.03.2017.]

održavanje Olimpijskih igara začetkom turizma[5]. Dakako, analiza predmeta istraživanja nije kompletna bez razrade o potrošaču ili posjetitelju samih manifestacija.

Iz perspektive potrošača/turista, potrebno je shvatiti tko je taj pojedinac ili grupa koji putuju radi manifestacija i zašto, a tko je onaj koji posjećuje manifestacije dok putuje. Oba takva tipa turista čine segment potražnje manifestacijskog turizma. Priljev posjetitelja sa sobom vuče i novčane priljeve što se direktno odražava na dobrobit i napredak lokalne zajednice. Točnije, radi se o utjecaju turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva. Učinci manifestacija mogu biti: ekonomski (novčani priljev koji se javlja kao posljedica potrošnje posjetitelja, rast zaposlenosti, promocija destinacije, itd.), društveni (pozitivni utjecaj na stavove lokalnog stanovništva, društveni razvoj, poboljšanje kvalitete života, buka, gužva, itd.) i ekološki (potošnja voda, stvaranje otpada, potrošnja elektične energije, itd.)[6].

Od prijašnjih radova koji se bave sličnom tematikom, izdvajaju se Allenov rad iz 2005. godine u kojem istražuje utjecaje sportskih manifestacija[7]. Allen se bavi opširnom analizom uloga marketinga, planiranja i menadžmenta u manifestacijskom turizmu. Nadalje, isti autor uz još nekoliko suradnika bavi se detaljnijim istraživanjem posebnih oblika manifestacija, u koje spadaju i sportske manifestacije[8]. Cilj tog istraživanja je bio identificirati i istražiti dominantne trendove u području sportskih manifestacija. Uzorak istraživanja su činile nekolicina međunarodnih manifestacija, te je u tom radu identificirana potreba za detaljnijim proučavanjem društvenih učinaka manifestacija. Chalip se bavi istraživanjem društvenih aspekata sportskih manifestacija[9]. Naime, dotadašnja istraživanja su bila uglavnom fokusirana na ekonomske učinke manifestacija, stoga ovaj rad predstavlja svojevrsnu inovaciju. U radu je dokazana važnost povezivanja društvenih vrijednosti lokalnog stanovništva i posjetitelja manifestacija čime simboli manifestacija dobivaju na značajnosti. Chiampicacigli i Maresca istražuju utjecaj sporta i sportskih manifestacija na turizam[10]. Cilj njihovog rada je istražiti je li moguće iskoristiti sportske manifestacije kao generatore razvoja u zemljama trećeg svijeta. Za razliku od prethodnih radova, ovo je jedini koji se bavi istraživanjem ekonomskih i društvenih učinaka isključivo sportskih manifestacija. Istraživana

[5]Allen, J. i dr.(2009) Festival and Special event management, 4th Edition, Wiley, Milton Qld.

[6]Petrić, L. (2011) Upravljanje turističkom destinacijom – Načela i praksa, Sveučilište u Splitu, Split, Ekonomski fakultet Split.

[7]Allen, J. (2005) The Impacts of Events, Proceedings of International Event Research Conference held in Sydney, Australian Cnetre for Event Management, Lindfield, Australia

[8]Allen, J. i dr.(2009) Festival and Special event management, 4th Edition, Wiley, Milton Qld

[9]Chalip, L. (2006) Towards social leverage of sport events, Sport & Tourism, Vol 11., Austin, Texas.

[10]Ciampicacigli, R., Maresca, S. (2014) The Metalanguages between Sport and Tourism, Emerging Issues in management, no.2, Italy.

manifestacije su Svjetsko prvenstvo u nogometu (2010.) i Afrički kup nacija (2013.). Studija je dokazala da sport može biti generator razvoja ukoliko postoji sustavno upravljanje. Higham i Hinch su jedni od rijetkih autora koji istražuju demografske karakteristike posjetitelja sportskih manifestacija. Oni, naime, promatraju tržište sportskih manifestacija kao razne tržišne niše, te uspoređuju razlike u demografskim karakteristikama posjetitelja (spol, dob, stupanj obrazovanja). U svom istraživanju su obuhvatili čitavi niz različitih sportskih manifestacija između kojih su otkrili značajna odstupanja u demografskim karakteristikama[11]. Ovi radovi su navedeni kao primjeri prijašnjih istraživanja jer se bave učincima sportskih manifestacija te demografskim obilježjima posjetitelja (spol, dob, stupanj obrazovanja).

Tema rada je odabrana iz više razloga, kao što su: nedovoljna informiranost o manifestaciji ,,Regata Sv. Duje'' i njenim učincima te se ovim istraživanjem nastoji pomoć budućim marketinškim naporima i samoj organizaciji ovakvih događanja.

1.2. Predmet istraživanja

Manifestacije su tijekom dosadašnje ljudske povijesti u svim kulturama imale snažnu društvenu ulogu. Doprinose poboljšanju imidža destinacije, urbanoj regeneraciji, jačanju ponosa lokalnog stanovništva, ali i predstavljaju razlog produljenja posjete destinaciji.

Sportske manifestacije se organiziraju po različitim veličinama i na različitim razinama (lokalne, regionalne, nacionalne, međunarodne, globalne), a doprinose društvenim i ekonomskim učincima te jačanju osjećaja pripadnosti i ponosa. To su primjerice Olimpijske igre, nogometna prvenstva i kupovi, različita amaterska natjecanja lokalnog, regionalnog ili nacionalnog karaktera i dr[12].

U Hrvatskoj primjer sportskih događanja su: „Snježna kraljica", „Regata Sveti Duje" „Mediteranske igre", „Svjetsko rukometno prvenstvo 2009. godine", itd.

U radu će se istražit percepcija lokalnog stanovništva o učincima sportiskih manifestacija, točnije, stavovi o manifestaciji Regata Sveti Duje koja se održava u svibnju u Splitu.

[11]J. Higham, T. Hinch (2011): Sport Tourism Development, 2nd Edition, Channel View Publications, Bristol

[12]Allen J., O'Toole W., McDonnell I. (2008); Festival and special event management, John Wiley And Sons, Milton, Australia.

1.3. Istraživačke hipoteze

Na temelju definiranog predmeta istraživanja formiraju se sljedeće hipoteze i shodno tome, shematski prikaz istih:

Glavna hipoteza H1: Stavovi lokalnih posjetitelja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija su pretežno pozitivni.

Postavljenom glavnom hipotezom želi se utvrditi pozitivan utjecaj sportskih događanja iz percepcije lokalnih posjetitelja.

Pomoćne hipoteze:

H1.1: Stavovi lokalnih posjetitelja o ekonomskim učincima sportskih manifestacija su pretežno pozitivni

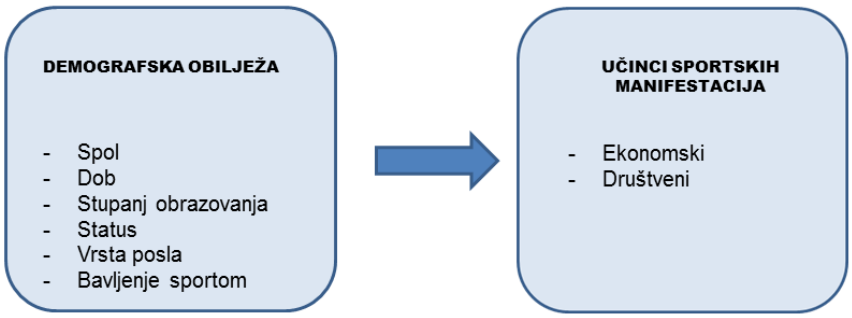
Cilj ove hipoteze je fokusirati istraživanje na ekonomske učinke sportskih događanja kao što su veća zaposlenost, veći prihodi i slično.

H1.2: Stavovi lokalnih posjetitelja o društvenim učincima sportskih manifestacija su pretežno pozitivni

Za razliku od prethodne pomoćne hipoteze, ova se fokusira na subjektivne i emocionalne pokazatelje utjecaja sportskih događanja.

H1.3: Demografska obilježja ispitanika (spol, dob i stupanj obrazovanja) utječu na stavove lokalnih posjetitelja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih događanja

Ovom pomoćnom hipotezom želi se istražiti postoji li razlika u percipiranju učinaka sportskih događanja s obzirom na demografska obilježja ispitanika. Dodatno, ekološki učinci manifestacija se ne uzimaju u obzir jer nisu predmet istraživanja.



Slika 1. Model korišten u istraživanju

Izvor: Vlastiti prikaz autorice

1.4. Ciljevi istraživanja

Obzirom na važnost sportskog turizma, kao selektivnog oblika turizma i manifestacija, kao nepobitnog elementa turističke ponude koje današnje turističke destinacije moraju sadržavati u svom asortimanu, glavni cilj istraživanja je istražit učinke održavanja sportskih manifestacija na lokalnu zajednicu i njen turistički razvoj.

Iz glavnog (općeg) cilja istraživanja uvijek proizlaze sporedni (specifični) ciljevi čije je ostvarenje neophodno za postizanje temeljnog istraživačkog cilja.
Ti ciljevi uključuju:
- Prikaz osnovnih stavki iz teorije manifestacija
- Osvrt na karakteristike i važnosti sportskih manifestacija
- Utvrđivanje međuovisnosti održavanja događanja i turističkog razvoja
- Pregled pozitivnih i negativnih učinaka sportskih događanja na lokalnu zajednicu
- Istražiti stavove lokalnih posjetitelja i njihovu uključenost u podizanje svijesti i edukacije sudjelovanjem u lokalnim sportskim događanjima.
- Utječu li demografska obilježja (spol, dob, stupanj obrazovanja) na stavove lokalnih posjetitelja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija

Te i ostale odgovore daje provedeno istaživanje kojem je cilj doznati ove podatke, ali i ostale potencijalno zanimljive činjenice koje se uz iste nadovezuju.

1.5. Metode istraživanja

Da bi se dobio odgovor na postavljene hipoteze, te ostvarili postavljeni ciljevi, u radu će se koristiti odgovarajuće metode istraživanja. Rad je podijeljen na teorijski i empirijski dio, te će se koristiti sljedeće metode istraživanja[13]:

- Metoda deskripcije - deskriptivnim pristupom se istražuju situacije, stanja i procesi. Ova metoda zahtjeva primjenu tehnika promatranja kao glavnog načina prikupljanja podataka.

[13]Zelenika, R. (2000): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Rijeka, str. 323-384.

- Metoda analize i sinteze - analiza je raščlanjivanje složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove te izučavanje svakog dijela posebno i u odnosu na druge dijelove. Sinteza je postupak znanstvenog istraživanja putem spajanja dijelova ili elemenata u cjelinu, sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene i složenih u još složenije.
- Metode komparacije – komparacijom se uočavaju sličnosti ili razlike između događaja, pojava, objekata.
- Metoda indukcije i dedukcije - dedukcija je definirana kao zaključivanje od općeg prema posebnom, dok je indukcija zaključivanje od posebnog prema općem.
- Metoda anketiranja - postupak kojim se na temelju anketnog upitnika istražuju i prikupljaju podaci, informacije, stavovi i mišljenja o predmetu istraživanja.

Empirijski podaci će se prikupiti anketiranjem domaćeg stanovništva na uzorku do 50 ispitanika. U empirijskom dijelu rada, s ciljem dokazivanja hipoteza, koristit će se matematičko - statističke metode i modeli.

Kao što je već spomenuto, anketirati će se domaći posjetitelji koji su upoznati s postojanjem manifestacije ,,Regata Sveti Duje'' u Splitu, s isključenjem onih koji su zaposleni od strane te manifestacije. Anketiranje će se vršiti na području Splita, točnije slanjem ankete ispitanicima na društvenim mrežama (facebook), gdje će ispitanici iskazati svoje dojmove i stavove o ekonomskim i društvenim učincima sportske manifestacije Regata sv. Duje. Anketiranje će se provesti unutar sedam dana nakon završetka manifestacije, dok su dojmovi još svježi.

Anketni upitnik će se sastojati od 2 dijela. Prvi dio se odnosi na demografska obilježja ispitanika poput: spol, dob i stupanj obrazovanja. Drugi dio anketnog upitnika se bavi samom tematikom rada, tj. stavovima lokalnih posjetitelja o ekonomski i društvenim učincima sportskih manifestacija. U sklopu tog dijela ispitanici će davati svoja mišljenja općenito o manifestaciji ,,Regata Sveti Duje'', učestalosti posjete istoj, općem dojmu, te će izražavati stupanj slaganja s tvrdnjama o ekonomskim i društvenim učincima same manifestacije.

Nakon što se donesu zaključci o pomoćnim hipotezama, donijeti će se i konačni zaključak o glavnoj hipotezi.

Prilikom analize prikupljenih podataka koristiti će se opisna metoda za hipotezu H1 (uključujući H1.1 i H1.2) i statistički testovi za hipotezu H1.3.

1.6. Doprinos istraživanja

Svako istraživanje mora imati svoju svrhu koja se ogleda u njegovom doprinosu. S obzirom na rast i razvoj sportskog turizma i potreba za kreiranjem manifestacija u posljednja dva desetljeća, postoji potreba za istraživanjima koja proučavaju utjecaje raznih vrsta manifestacija na lokalnu zajednicu ili stanovništvo. Međutim, većina dosadašnjih istraživanja je usmjerena na praćenje ekonomskih učinaka, dok društveni učinci tek u posljednje vrijeme dobivaju svoje mjesto u izučavanju. Za razliku od ekonomskih, društveni učinci se ne mogu lako izraziti brojčano, te ih je stoga puno teže izučavati[14]. Takvi učinci su jednako važni kao i svi ostali, ali mogu imati puno veći efekt na lokalnu zajednicu od ostalih učinaka[15].

U posljednjem desetljeću, istraživanja su se uglavnom orijentirala na učinke turizma na lokalno stanovništvo, ali u manjoj mjeri su istraživanja bila orijentirana na praćenje učinaka događaja. U svrhu ovog rada i istraživanja, društveni učinci događaja uključuju sve one učinke koje se odnose na društveni život lokalne zajednice. Međutim, ukoliko se želi istraživanjem doći do podataka o ukupnom zadovoljstvu stanovništva događajom onda se trebaju istražiti ekonomski, kulturni i ekološki učinci zato što oni također doprinose konačnoj reakciji lokalnog stanovništva na manifestaciju, odnosno njihovom zadovoljstvu[16].

Ovim istraživanjem nastoji se pomoć budućim organiziranjima ovakvih manifestacija (veća informiranost, isplativost itd.), budućim istraživanjima vezanim uz ekonomske i društvene učinke sportskih manifestacija i budućim marketinškim naporima u organiziranju manifestacija. Također, želi se doprinijeti razumijevanju društvenih učinaka sportskih manifestacija i njihova utjecaja na lokalno stanovništvo što još uvijek nije dovoljno istraženo, te ne postoji kvalitetno obrađena literatura na tu temu, poglavito u Hrvatskoj.

---

[14]Getz,D.(1991) Festivals, special events and tourism, prema:Delemare T., Wankel L, Hinch T, (2001) Development of a scale to measure residents attitudes toward the social impacts of community of festivals, Part I, Event management, vol.7. pp.11-24

[15]Delemare T. (1999) Developmentof a scale to measure local resident perceptions of the social impacts of community festivals, Acadia University, [Internet], rapoloživo na: http://lin.ca/sites/default/files/attachments/CCLR9_11.pdf [Pristup: 14.02.2017.]

[16]Fredline L., Deery M.,Jago L.,(2006): Host community perceptions of the impact of events, Sustainable tourism CRC, National Library of Australia, str.11, [Internet] raspoloživo na: http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/bookshop/fredline_comparevicevents.pdf [Pristup: 15.02.2017.]

1.7. Struktura diplomskog rada

Diplomski rad će biti podijeljen u šest cjelina tj. Poglavlja.

U prvom uvodnom dijelu biti će opisan predmet istraživanja diplomskog rada, zatim će se navesti istraživačke hipoteze koje će kasnije u radu biti prihvaćene ili odbačene na temelju provedenog istraživanja. Nadalje u uvodnom dijelu navesti će se ciljevi rada, doprinos diplomskog rada znanosti, metode istraživanja te struktura spomenutog rada.

Drugi dio bazirati će se na selektivnim oblicima turizma u Hrvatskoj i svijetu, pojam selektivnih oblika turizma, njegova podjela, značenje, zatim pojam sporta, podjela sportova itd.

Treći dio rada obuhvaćati će teorijski dio poput povijesti manifestacija, pojmova manifestacija i manifestacijskog turizma, podjela manifestacija, dionici manifestacija itd.

Četvrti dio rada biti će baziran na posebnom segmentu manifestacija tj. na sportskim manifestacijama, biti će dana definicija sportskih manifestacija, te će biti prikazane poznate svjetske i hrvatske sportske manifestacije s fokusom na manifestaciju ,,Regata Sveti Duje'' te njihovi učinci.

U petom dijelu rada biti će prikazano empirijsko istraživanje, gdje će biti navedeni dobiveni rezultati istraživanja, metode koje su se koristile u istraživanju, detaljno će se obrazložiti dobiveni rezultati, te na kraju slijedi analiza hipoteza navedenih na početku rada.

U šestom dijelu rada će se navesti zaključak cjelokupnog rada i istraživanja.

Na samom kraju će se navesti sažetak rada, korištena literatura za izradu diplomskog rada, popis slika, grafikona, tablica te dodatnih priloga.

2. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA U HRVATSKOJ I SVIJETU

2.1. Teorijski aspekt selektivnih oblika turizma

Selektivni turizam, kao pojam, javlja se u stručnoj hrvatskoj literaturi početkom devedesetih godina od strane nekolicine hrvatskih turističkih znanstvenika. Kao pojam, selektivni se turizam ustalio početkom devedesetih godina, do sredine 2000 godine, da bi se zadnjih godina rijetko upotrebljavao. Njegova prisutnost u tom razdoblju očitovala se ne samo u znanstvenoj literaturi, nego i u specijalističkom kolegiju selektivnog turizma na nekim sveučilištima. Paralelno sa pojmom selektivni turizam javljaju se, nešto češće, pojmovi, kao: selektivni oblik turizma i selektivne vrste turizma[17].

Odgovor suvremeni teoretičari turizma nalaze upravo u razvoju alternativnih (selektivnih) oblika turizma, odnosno putovanja koja nisu masovna, shematska i bezlična. Tako navedeni oblici selektivnog turizma koji se u literaturi nazivaju još odgovornim turizmom, individualnim turizmom, turizmom posebnih oblika (interesa), alternativnim turizmom i sl., predstavljaju suprotnost negativnostima što ih je donio masovni turizam, a s ciljem potpunijeg zadovoljavanja posebnih želja i potreba suvremenih turista[18].

Svim je selektivnim oblicima turizma zajedničko da su oni orijentirani na zadovoljavanje usluga vezanih za izvanpansionsku potrošnju unutar kojih posebice naglašava one vezane za zabavne, kulturne i športsko-rekreacijske usluge te sadržaje u području atrakcija, manifestacija, festivala i sl[19].

Turistička znanost se još nije usuglasila u pogledu podjela vrsta i oblika turizma, pa stoga i sistematiziranje selektivnih vrsta turizma može biti u okviru pokušaja koji tek u dugom roku trebaju dobiti konačnu verifikaciju u teoriji i praksi. U nastavku slijedi podjela selektivnih vrsta turizma kroz 6 osnovnih grupa, prema V. Jadrešiću, i to[20]:

- ekološke vrste turizma
- alternativne vrste turizma
- kulturno-edukativne i komunikacijske vrste turizma
- ekskluzivne vrste turizma

[17] Luković, T. (2008): „Selektivni turizam, hir ili znanstveno-istraživačka potreba“, Acta Turistica Nova, Zagreb, str. 2.
[18] Jadrešić, V.: (2001): „Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni“, Zagreb: Školska knjiga, str. 142.
[19] Geić, S. (2011): „Menadžment selektivnih oblika turizma“, Sveučilište u Splitu, Split, str. 227
[20] Ibidem, str. 227 – 228.

- zdravstveno-rekreativne i zabavne vrste turizma
- ostale vrste turizma podijeljene su u dvije podgrupe:
    - gradski ili urbani turizam, incentive i inclusive programi, grupni, individualni, jezerski, riječni, kolonijalni, komercijalni, komplementarni, nautički i mješoviti turizam, turizam u kućnoj radinosti, itd.
    - aktivni turizam, receptivni turizam, domaći, inozemni, međunarodni, interkontinentalni, interregionalni, otočni, obalni, zagorski, ljetni, zimski, proljetni, jesenski, narodni ili nacionalni, posezonski, predsezonski, regionalni, lokalni, sezonski, izvansezonski i sl.

2.2. Selektivni turizam u Hrvatskoj

Selektivne turističke vrste potiču regionalni koncept razvoja turizma, koji zamjenjuje prethodni koncept planskog makro upravljanja. U tom konceptu ponuda subjekata neke selektivne turističke vrste, svoje turističke proizvode razvija koristeći komparativne prednosti resursa receptivne destinacije. Važna karakteristika selektivnih turističkih vrsta očituje se u poticanju gospodarskog razvoja destinacije, posebice malog gospodarstva.[21]

Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine zadane su smjernice i ciljevi njegova daljnjeg razvoja, a u kojima se definira da je, uz dominantan turistički proizvod „sunca i mora" nužno razvijati i ostale selektivne oblike turizma koji će biti u skladu s održivim razvojem, posebice zdravstveni, ruralni, socijalni i cikloturizam, a na čijem se razvoju, promicanju i podizanju svijesti o njihovoj važnosti intenzivnije radilo. Održane su konferencije na temu zdravstvenog turizma, održan je svjetski kongres socijalnog turizma, a Ministarstvo turizma objavilo je natječaj u okviru Europskoga socijalnog fonda za poboljšanje pristupa ranjivih skupina tržištu rada u sektoru turizma i ugostiteljstva. Osim toga, osiguralo je financijska sredstva za daljnja ulaganja u razvoj cikloturizma, programima nepovratnih potpora potiču se projekti s ruralnog područja te se dodjeljuju nagrade „Suncokret ruralnog turizma Hrvatske" za najbolje projekte u ruralnom turizmu i tako dalje. Ljepote Hrvatske, njezina zaštićena kulturno-povijesna baština te očuvana prirodna raznolikost prepoznate su i izvan turističkog okvira. Dubrovnik, Split, Šibenik, Lokrum, Trsteno i Klis postali su kulisa za snimanje svjetski popularne serije „Igra prijestolja". Također, lokacije u Dubrovniku i Završju, malenu istarskom mjestu, upotrijebljene su za snimanje poznatog filma „Robin Hood", u kojemu glavne uloge imaju poznate filmske

[21] Geić S.(2011): „Menadžment selektivnih oblika turizma", Sveučilište u Splitu, Split.

zvijezde Jamie Foxx, Jamie Dornan i Taron Egerton, a jedan od producenata je Leonardo DiCaprio. Isto tako, treba napomenuti da su se, osim „Igre prijestolja" i „Robina Hooda", u Dubrovniku snimali i dijelovi 8. serijala „Zvjezdanih ratova", koji predstavljaju jednu od najpoznatijih svjetskih filmskih franšiza. Sve se više ulaže u marketinške aktivnosti povezane s tradicionalnim ljetnim manifestacijama poput festivala INmusic i Hideout, Dubrovačkih ljetnih igara, filmskih festivala u Motovunu i Puli, Porcijunkulova u Čakovcu, ali i Riječkog karnevala, festivala Cest is d'Best, Špancirfesta, Đakovačkih vezova, Vinkovačkih jeseni i Adventa u Zagrebu, kojima se nastoji privući posjetitelje i izvan turističke sezone. Od sportskih događanja treba istaknuti „Tour of Croatia", etapnu međunarodnu biciklističku utrku koja se održava na više od 1000 kilometara, prolazi kroz više od 100 mjesta te se prenosi uživo na nacionalnoj, ali i međunarodnim televizijama, kao i ATP Croatia Open u Umagu, najstariji i najugledniji teniski turnir u Hrvatskoj i regiji, s 28 godina tradicije, koji osim vrhunskog tenisa pruža i programe popratnih turistič-kih, gastronomskih i zabavnih događanja. Sve navedeno pridonosi boljoj prepoznatljivosti Hrvatske u svijetu, ali i njezinoj privlačnosti kao turističke destinacije koju svakako vrijedi posjetiti.Neprestana usmjerenost na podizanje atraktivnosti i konkurentnosti hrvatskog turizma kroz održivi razvoj, jačanje kvalitete ljudskih potencijala, podizanje izvrsnosti i veću brigu o gostima, zajednički je cilj svim dionicima turizma kako iz javnog tako iz privatnog sektora. Hrvatska će odgovarajućim i ciljanim aktivnostima i dalje nastaviti osvajati svjetsko turističko tržište, jačati svoju poziciju na postojećim tržištima i ulaziti na nova, a sve s namjerom ostvarenja postavljenih ciljeva te pružanja svojim gostima visokokvalitetnoga ukupnog doživljaja.[22]

Ministarstvo turizma objavilo je rezultate programa dodjele bespovratnih potpora u 2017. godini pod nazivom „Konkurentnost turističkog gospodarstva" putem kojega će sa ukupno 24 milijuna i 896 tisuća kuna sufinancirati 606 projekata usmjerenih na podizanje konkurentnosti turističkog gospodarstva na području svih županija Republike Hrvatske. Program je sastavljen od četiri mjere, od kojih svaka ima različitu namjenu sufinanciranja[23]:

- **Mjera A** – kroz tu mjeru podupiru se hoteli, kampovi i drugi smještajni objekti, seljačka domaćinstva i objekti u domaćinstvu kroz podizanje kvalitete uz uvjet dostizanja više kategorije, razvoj i unaprjeđenje dodatnih sadržaja, tematsko definiranje hotela, ulaganje u zeleno poduzetništvo, itd.

[22] Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2017): „Turizam u brojkama 2016.", Zagreb, str. 2.
[23] http://www.mint.hr/default.aspx?ID=41563 [Pristup 29.07.2017.]

- **Mjera B** - kroz spomenutu mjeru razvijaju se posebni oblici turizma kao što su ruralni i planinski turizam, cikloturizam, sportsko-rekreativni, pustolovni, avanturistički, ronilački i dr. posebni oblici turizma kroz ulaganja u potrebnu infrastrukturu, opremu i sadržaje terena i prostora, igrališta, špilja, vidikovaca, vježbališta, odmorišta i sl. Kroz ovu mjeru podupiru se i zabavni i tematski parkovi, mali i ploveći hoteli, obnova i uređenje izletničkih drvenih brodova tradicijske izgradnje, te kreiranje paket aranžmana novih turističkih proizvoda za tržišta posebnih interesa. Kroz tu je mjeru odobreno 2,8 milijuna kuna za 102 projekta
- **Mjera C** – mjera se odnosi na dostupnost i sigurnost turista kroz sufinanciranje javno dostupnih defibrilatora (medicinski uređaji za spašavanje i oživljavanje) u ugostiteljskim objektima, uz obveznu edukaciju, pri čemu prednost imaju ugostiteljski objekti na otocima i drugim dijelovima RH koji u blizini nemaju zdravstvenih ustanova. Osim toga, od ove godine će se putem mjere C subvencionirati prijevoz vode trgovačkim društvima i obrtima koji se bave hotelskom industrijom na otocima bez vodovoda
- **Mjera D** - odnosi se na prepoznatljivost, pa će se tako financirati plasman otočnih proizvoda kroz turizam, povezivanje poljoprivrede i turizma korištenjem novih digitalnih tehnologija, kao i međunarodni skupovi važni za poduzetništvo u turizmu

2.3. Sport kao selektivni turizam

Sportski turizam kao i ostale vrste selektivnih oblika turizma, poput kongresnog turizma, manifestacijskog turizma i sličnih, ima svojih obilježja, značajki i ostalih vrijednosti koje privlače brojne posjetitelje u određenu turističku destinaciju.

Sport, samo po sebi, definira se na različite načine i iz različitih perspektiva. Na primjer, u Sjevernoj Americi, terminologija sporta često je usko povezana s konkurentskom igrom koja uključuje pojmove vrijeme, prostor i formalizirana pravila[24].

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. 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

[24] Mullin, B.J., Hardy, S., & Sutton, W.A., (2007): „Sport Marketing“, (3rd ed.), Human Kinetics, Leeds.

ekonomska kategorija jer ovise kako o količini slobodnog vremena tako i raspoloživim financijskim sredstvima. Naime, aktivnosti slobodnog vremena su zapravo „tipizirane potrošnjom i individualnim potragom u privatne svrhe." 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[25].

Sport i turizam mogu na mnogobrojne načine doprinijeti međusobnom razvoju. Turistička industrija može pomoći u razvoju lokalnih sportskih objekata ili može davati zajednicama priliku da ih stvaraju gdje to ne bi inače bilo moguće. Također turizam može imati koristi od sporta jer puno sportskih aktivnosti se održavaju tijekom praznika, sezone, itd. Stoga je jasno da će veća suradnja biti vrlo atraktivna za oba sektora kako bi koristili međusobne prednosti[26].

Sport kao produktivna djelatnost danas generira tržište koje čini 1% bruto društvenog proizvoda u svim razvijenim zemljama[27], a najmanje je 3% svjetske ekonomije vezano uz sport i sportsku industriju[28], te to dovoljno govori o njegovoj značajnosti. Osim toga, organizacija međunarodnih sportskih natjecanja, koja zahtijeva enormne financijske izdatke, mnogim je državama poslužila kao jedno od sredstava unutar šire strategije plasmana države na globalna tržišta. Npr. Olimpijske igre 2008. g. Kini su poslužile kao dio šire strategije ekonomskog otvaranja globalnim transakcijama, dok se Grčka nakon organiziranja Olimpijskih igara u Ateni 2004. g. našla u ozbiljnim financijskim poteškoćama zbog nemogućnosti realizacije planirane ekonomsko – političke strategije[29]. Stoga u tom kontekstu sport, kao podvrsta selektivnog turizma se može promatrati kao produžena ekonomsko-politička ruka.

Sportski turizam ima svoju sadržajnu (aktivnost), prostornu i vremensku dimenziju. Prema zahtjevnosti, pripremljenosti sudionika, opasnosti i riziku sportski turizam se dijeli na dva osnovna segmenta[30]:

---

[25] Škorić, S. i Bartoluci, M.: „Značaj stručnjaka sportske rekreacije u turizmu", stručni radovi izvan teme, str. 569 – 570, dostupno na URL: http://www.hrks.hr/skole/19_ljetna_skola/89-Skoric.pdf [Pristup 03.08.2017.]
[26] Weed, M. & Bull, C. (2004): „Sport Tourism: Participants, Policy and Providers", Elsevier Publishing, Burlington.
[27] Nys (2003), podaci izvješća Europske komisije (DGX, 1998.): prema Bodin (2007: 94).
[28] Beech i Chadwick (2010) prema Krkač (2012:23).
[29] Bodin (2007): Učinci televizije i sponzorstva na sport.
[30] Kesar, O. (2013): „Sportski turizam", nastavni materijali, Sveučilište u Zagrebu, dostupno na URL: http://web.efzg.hr/dok/TUR/Web_Sportski%20turizam.pdf [Pristup 29.06.2017.]

- rekreacijski (soft-recreational) – plivanje, trekking (hodanje), biciklističke ture, golf, tenis, aqua aerobik, itd.
- pustolovni (hard-adventure) – ekstremni sportovi rafting, paragliding, mountain bike cycling, free climbing, bungee jumping, scuba diving, itd.

Sportski turizam pojavljuje se u sljedećim oblicima[31]:

- natjecateljski sportski turizam
- zimski sportsko-rekreacijski turizam
- ljetni sportsko-rekreacijski turizam
- sportska animacija – aqua aerobic, jogging, turniri, itd.,

a s obzirom na vrstu atrakcije koja privlači posjetitelje:

- aktivni sportski turizam – uključenost u sportske aktivnosti
- manifestacijski sportski turizam – velika sportska događanja
- povijesni sportski turizam – kuće slavnih, muzeji sporta, velebna sportska zdanja

Kao i svaki oblik turizma, tako i sportski turizam ima svojih učinaka na turizam (pozitivnih)[32]:

- Društveni učinci:
    - humanizacija dokolice
    - povećanje stupnja zdravlja
    - povećanje kvaliteta života
- Ekonomski učinci:
    - Makroekonomski efekti:
        - stvaranje dodatnog tržišta proizvoda i usluga
        - razvoj djelatnosti (sportske industrije, graditeljstva, sportskih objekata i dr.)
    - b) Mikroekonomski efekti:
        - direktni (na razini poduzeća)
        - indirektni (na razini turističkih, ugostiteljskih, prometnih i drugih organizacija)

[31] Ibidem
[32] Kesar, O. (2013): „Sportski turizam“, nastavni materijali, Sveučilište u Zagrebu, dostupno na URL: http://web.efzg.hr/dok/TUR/Web_Sportski%20turizam.pdf [Pristup 29.06.2017.]

3. MANIFESTACIJSKI TURIZAM

3.1. Teorijski aspekt manifestacija

Manifestacije ili na engleskom jeziku 'events' oduvijek su bile prisutne u životu čovjeka, od pojave najranijih cilizacija koje vezujemo uz antičku Grčku i Rim do današnjeg globaliziranog svijeta 21.st. Naravno, kroz tisutljeća vremena, one su mijenjale svoj oblik te se su danas prisutne u nebrojeno vrsta i oblika. Postoje razne teorije manifestacija (događanja) i manifestacijskog turizma koji na najbliži i najprecizniji način nastoje dočarati i pokazati svo značenje spomenutih za turizam općenito.

Planirani događaji, odnosno manifestacije su prostorno-vremenski fenomen, a svaki je jedinstven zbog interakcije koja se ostvaruje između okruženja, ljudi i sustava upravljanja – uključujući elemente dizajna i program.[33]

Termin manifestacije se odnosi na posebne rituale, prezentacije, predstave ili proslave koje se pomno, unaprijed planiraju i stvaraju da bi se njima obilježili posebni događaji ili postigli posebni društveni, kulturni ili korporativni ciljevi.[34] Manifestacije u turizmu, prisutne su u gotovo svim njegovim pojavnim oblicima od sportskog, znanstvenog, kulturnog, istraživačkog, zdravstvenog itd., no one ne moraju biti isključivo turističkog karaktera.

Manifestacije su organizirane društvene pojave sa specifičnim sadržajem, profilom sudionika, brojem posjetitelja i vremenom trajanja, koje karakterizira značaj sadržaja, važnost sudionika, značaj rezultata odnosno masovnost posjete.[35]

[33] Getz, D. (2008): „Event tourism: Definition, evolution, and research“, Tourism Management 29., str. 404.
[34] Pivčević, S., skripta, Upravljanje manifestacijama, manifestacijski turizam i teorija manifestacija, Ekonomski fakultet u Splitu, 2011/2012, str.1.
[35] Kesar, O. (2013): „Manifestacijski turizam“, pisani materijali, dostupni na: http://web.efzg.hr/dok/TUR/Web_Manifestacijski%20turizam.pdf [Pristup 29.06.2017.]



Slika 2. Manifestacije

Izvor: http://mojtv.hr/emisije/27584/festival-dalmatinskih-klapa-omis.aspx

Manifestacijski turizam predstavlja vrstu turizma koja može doprinijeti povećanju turističkog prometa, jer manifestacije imaju specifičan karakter i sadržaj, te predstavljaju dopunu turističkog sadržaja u turističkim mjestima i krajevima. Sa druge strane, važna funkcija manifestacija je ta da ublaži ograničeno vrijeme koje stoji turistima na raspolaganju za turistička putovanja i boravke, i koje se uglavnom svodi na periode godišnjih odmora, dane vikenda i praznika[36].

Sve navedene definicije manifestacija su točne i daju posebno značenje istima, navodeći njihove pozitivne učinke na cjelokupno društvo i turizam.

3.2. Povijest manifestacija

Početak turizma vezan je uz početak održavanja manifestacija. Kroz povijest održavane su razne poznate manifestacije kao što su Olimpijske igre, prvi put održane u antičkoj Grčkoj, zatim borbe gladijatora održavane u rimskim amfiteatrima i koloseumima, putovanje zbog vjerskih razloga u Fatimu i Lourdes, te razne druge manifestacije kroz povijest.

[36] Turističke manifestacije kao faktor razvoja turizma, dostupno na: http://www.rpkpancevo.com/akti/TEMA-Manifestacije.pdf [Pristup 03.08.2017.]



Slika 3. Rimski amfiteatar

Izvor: http://www.nacional.hr/video-obnovljeni-koloseum-izgleda-kao-u-doba-rimskog-carstva/

Tijekom prošlosti uvijek su se pronalazili razlozi za okupljanja ljudi kako bi slavili, štovali, iskazivali počasti, sjećali se, družili i sl. Želja za sudjelovanjem na festivalima i manifestacijama nije nova niti specifična za neku određenu kulturu, religiju ili društvenu skupinu.[37]

Suvremeno doba nije prekinulo čovjekovu potrebu da se druži, natječe, zabavlja, pokazuje, odnosno da na poseban način obilježi neke važne događaje u životu pojedinca ili društva. Ono je pak, razmjerno broju stanovnika, ekonomskom i inom napretku, dovelo do nastanka različitih vrsta, oblika i obujma manifestacija.[38]

3.3. Podjela manifestacija

Najjednostavnija i općenita podjela manifestacija je prema veličini, te prema formi i sadržaju.

Prema veličini manifestacije se dijele na[39]:

- Mega manifestacije - velike manifestacije koje su popraćene globalnim medijima, te angažiraju cijelu nacionalnu ekonomiju. Najbolji primjeri su Olimpijske igre, Svjetska prvenstva i slične manifestacije
- Hallmark manifestacije – manifestacije koje zbog svoje prepoznatljivosti postaju simbol određenog grada, kraja, regije, te su na daleko poznate, npr.: Oktoberfest u Munchenu, karneval u Rio de Janeiru, i sl.

[37] Douglas, N., i dr. (2002): „Special interest tourism“, Wiley, New York, str. 356.
[38] Pivčević, S., skripta, Upravljanje manifestacijama, manifestacijski turizam i teorija manifestacija, Ekonomski fakultet u Splitu, 2011/2012, str.18.
[39] Van Der Wagen, L., Carlos, B., (2008); „Event Management – upravljanje događanjima, za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja“, Mate d.o.o, Zagreb, str.4.

- Glavne manifestacije - manifestacije koje su u stanju, s obzirom na svoj obuhvat i medijski interes, privući veliki broj posjetitelja i ostvariti značajan ekonomski učinak. Najbolji primjeri su veliki teniski turniri poput Roland Garross-a u Parizu, Wimbledona u Londonu te Australian Open-a u Melbournu, utrke Formule 1 i sl.
- Lokalne manifestacije – s obzirom na veličinu ovo su najmanje manifestacije. Većina zajednica kreira festivale i događaje koji ciljaju pretežno na lokalno stanovništvo, te se priređuju zbog njihove društvene i zabavne vrijednosti. Takve manifestacije mogu se naći u gotovo svakom mjestu ili gradu, te često proizvode brojne pozitivne efekte poput buđenja osjećaja ponosa u zajednici i jačanja osjećaja pripadnosti. Također mogu pomoći u širenju vidika, otvaranju prema novim idejama i iskustvima, ohrabrivanju u sudjelovanju u sportskim i umjetničkim aktivnostima, te promoviranju tolerancije i različitosti. Nazivaju ih i obiteljskim događajima koji su u „vlasništvu" zajednice jer često koriste volontere, javne površine poput parkova, ulica, škola, te ih najčešće organizira lokalna vlast.[40]

Prema formi i sadržaju manifestacije dijelimo na[41]:

- Festivali - su univerzalan oblik manifestacija koji je nastao davno prije suvremene industrije posebnih događaja, te je postojao u svim dobima i društvima.
- Sportski događaji – sportsko-natjecateljskog karaktera, mogu biti klasificirani na sljedeći način:
    - Profesionalne ili amaterske,
    - Lokalne, regionalne, nacionalne ili međunarodne,
    - Sportski festivali (sportske proslave, najčešće za mlade, uključujući više vrsta sporta),
    - Regularno zakazane igre, natjecanja, utrke,
    - Turniri i prvenstva
- Poslovni događaji (MICE industrija) - poslovni događaji generiraju velike ekonomske dobrobiti gradovima domaćinima kroz održavanje raznih vrsta kongresa, sastanaka i seminara u kongresnim dvoranama, hotelima i sličnim prostorima.

[40] Allen, J., i dr. (2009): „Festival and Special Event Management", 4th Edition, Wiley, Milton, str. 12-18.
[41] Allen, J., i dr., (2009) op. cit., str. 15.

3.4. Učinci manifestacija

Postoje razne vrste podjela učinaka manifestacija, a u nastavku se navodi dvije vrste podjela manifestacijskih učinaka.

Prema Getzu manifestacijski učinci mogu se podijeliti na[42]:

- Društveni, kulturni i politički učinci
- Ekonomski učinci
- Ekološki učinci

Prema Allenu, učinci se dijele na[43]:

- Ekonomsko – turistički učinci
- Fizički i ekološki
- Politički
- Društveno – kulturni učinci

Tablica 1. Podjela učinaka prema Allenu

Učinci manifestacija	Pozitivni	Negativni
Društveni i kulturni	✓ dijeljenje iskustava ✓ revitalizacija tradicije ✓ stvaranje osjećaja ponosa lokalne zajednice ✓ rast sudjelovanje lokalne zajednice ✓ vođenje novih ideja	✓ otuđenje lokalne zajednice ✓ manipulacija lokalnom zajednicom ✓ društvena nejednakost ✓ gubitak gostoljubivosti
Politički	✓ urbana transformacija i obnova ✓ međunarodni prestiž ✓ poboljšanje imidža ✓ promocija investicija ✓ društvena kohezija ✓ razvoj administrativnih vještina	✓ rizik od neuspjeha manifestacije ✓ loša alokacija resursa ✓ gubitak vlasničke kontrole lokalne zajednice ✓ legitimnost ideologije

[42] Gezt, D. (2007): „Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned events“, Butterworth-Heinemann, First edition, str. 300.
[43] Allen, J., i dr. (2006): „Events Management“, 2nd Edition, Butterworth-Heinemann, str. 38.

Fizički i ekološki	✓ promocija ekološki odgovornog ponašanja ✓ osiguravanje modela najbolje prakse ✓ rast ekološke svijesti ✓ urbana transformacija i obnova	✓ ekološka oštećenja ✓ onečišćenje ✓ uništavanje nasljeđa ✓ zagađenje bukom ✓ prometna zagušenja
Turistički i ekonomski	✓ promocija destinacije i povećanje broja posjetitelja ✓ porast prinosa ✓ povećanje poreznih prihoda ✓ razvoj poslovnih prilika	✓ otpor lokalne zajednice naspram turizma ✓ gubitak autentičnosti ✓ inflacija ✓ novčani gubici

Izvor: Allen J. i dr. (2006), str. 38.

Manifestacije kako je i prikazano u prethodnoj tablici mogu imati kako pozitivne, tako i negativne učinke na sve aspekte u društvu, međutim bitno je naglasiti da je stanje održivo i povoljno sve dok pozitivni učinci nadvladavaju negativne učinke u većoj mjeri. Nadalje, u nastavku slijedi još jedan od prikaza pozitivnih i negativnih učinaka manifestacija općenito.

Općeniti pozitivni učinci razvoja manifestacija na turizam su[44]:

- jednostavno i učinkovito privlačenje ciljne potražnje
- povećanje prosječne duljine boravka
- povećanje prihoda gradova domaćina
- dodatno zapošljavanje, naročito rezidenata
- privlače velike mase posjetitelja/potrošača
- utjecaj na preusmjeravanje turističkih tokova
- izgradnja ili adaptacija objekata
- unapređenje poslovanja subjekata turističke ponude i javnog sektora
- proširenje turističkog tržišta
- jačanje konkurentnosti i podizanje kvalitete ponude
- publicitet i međunarodna medijska izloženost

[44] Kesar, O. (2013): „Manifestacijski turizam“, pisani materijali, str. 4 – 5., dostupni na: http://web.efzg.hr/dok/TUR/Web_Manifestacijski%20turizam.pdf [Pristup 29.06.2017.]

Općeniti negativni učinci razvoja manifestacija na turizam su:

- veliki troškovi organizacije
- neiskorišteni smještajni i drugi turistički receptivni kapaciteti nakon završetka manifestacije
- neizbježna kalendarska preklapanja (s drugim manifestacijama)
- gubitak stalne klijentele
- zagađenje okoliša (otpad, buka, itd.)
- manjak pojedinih usluga zbog gužvi (npr. turistički vodiči, taksi službe, itd.)
- porast cijena proizvoda i usluga
- djelomično narušavanje imidža zemlje

4. SPORTSKE MANIFESTACIJE

4.1. Uvod o sportskim manifestacijama

U posljednje vrijeme razvija se sportski turizam vezan uz sportske događaje, što nekim turistima postaje glavni razlog putovanja. Hall (1992) predlaže podjelu na dvije vrste sportskog turizma: aktivni sudionici smatraju sudjelovanje u sportu kao sredstvo samoizražavanja, dok pasivni konzumenti sporta prisustvuju velikim sportskim događajima i praćenjem sportskih vijesti. Gammon i Robinson (1997) razlikuju dva oblika sportskog turizma: u sportskom turizmu (sport tourism) je sport glavni razlog putovanja, dok je u turističkom sportu (tourism sport) sudjelovanje u sportskoj aktivnosti sekundarna aktivnost uz druge[45].

Sportske manifestacije se mogu definirati kao događaji koje karakteriziraju kreativni i kompleksni sadržaji sportskog, rekreativnog i zabavnog karaktera, koji se odvijaju po određenom, unaprijed pripremljenom programu, a ostvaruju turističke efekte i imaju društveno-ekonomski značaj za mjesto ili regiju održavanja. Vrijednost i atraktivnost ponude sportskih manifestacija zavisi i od karakteristika mjesta i regije održavanja. Mjesta sa vrjednijim turističko-geografskim položajem i većom atraktivnošću i turističkom opremljenošću (infrastruktura, organiziranje prihvata, informiranje, opremanje, zabava, aktivnosti,…) posjeduju povoljnije uvjete za organiziranje sportskih manifestacija. Sportske

[45] Sindik, J., (2013): „Motivacija za sportski turizam kod promatrača i natjecatelja Svjetskog prvenstva u jedrenju na dasci klasa Formula u Vignju“, znanstveni rad, Zagreb, str. 2.

manifestacije koje su lokacijski vezane za neku od prirodnih atrakcija (planina i njene staze za skijaška natjecanja) mogu imati izuzetno veliki značaj u promociji samih atrakcija. Primjeri su Svjetski kup u skijanju na Alpama ili turniri u nogometu ili odbojci na pijesku na Copacabani. Takvim manifestacijama se, dakle, prezentiraju i same turističke vrijednosti date destinacije. Razvitku sporta u mnogome su doprinijele i manifestacije. Nijedan sport nije postao popularan bez atraktivnih manifestacija i natjecanja. Naročito je bilo značajno obnavljanje Olimpijskih igara 1896. godine (Atena), jer danas, Olimpijske igre, zajedno sa SP u nogometu i SP u Formuli 1, predstavljaju najveće (po posjeti i značaju) manifestacije uopće, a posebno u domeni sporta. Pored obnavljanja Olimpijade, bilo je u to doba još značajnih datuma: 1877. nastao je Wimbledon, 1891. vožen je prvi Tour de France, 1897. održao se prvi Bostonski maraton… Sve je to doprinijelo velikoj popularizaciji sporta. Sa popularnošću sporta i sve većim značajem natjecanja, došlo je do potrebe za profesionalnijim pristupom u organizaciji ovakvih manifestacija, pa su se formirale organizacije – MOK, FIFA, FIBA, FINA, FIA, itd. Sportske manifestacije vremenom dobivaju, osim sportskog, i elemente kulturnog, rekreativnog, i zabavnog sadržaja, što doprinosi i njihovoj većoj posjećenosti. Ubrzo su i velike multinacionalne kompanije vidjele svoj interes i uključile su se u sponzorstvo, ali i u organizaciju. Zadatak organizatora sportskih manifestacija je da pruži odgovarajući smještaj, ishranu i transport sportaša i pratećeg osoblja, kao i novinarskim ekipama i posjetiteljima (promatračima). Potrebno je isplanirati i njihovu vanpansionsku potrošnju. Iskustva su pokazala da sportska publika ima solidnu vanpansionsku potrošnju, koja je specifična, jer proizlazi iz specifičnosti karaktera njihovih potreba[46].

Sportske manifestacije se mogu podijeliti na:

- sportsko-profesionalne,
- sportsko-rekreativne,
- kompleksne sportsko-turističke, i
- sportsko-propagandne.

Prema značaju održavanja sportske manifestacije je moguće razvrstati na:

- lokalne,
- regionalne,
- nacionalne,

[46] Bjeljac, Ž., (2006): „Teorijsko metodoloske osnove manifestacionog turizma“, Srpska akademija znanosti i umjetnosti, Beograd, str. 39 – 45.

- nacionalne sa međunarodnim učešćem,
- kontinentalne,
- globalne.

Po mjestu održavanja se mogu podijeliti na:

- manifestacije koje se održavaju stalno u istom mjestu;
- sportske manifestacije koje se održavaju svaki put u drugom mjestu;
- istovremeno u nekoliko naselja ili država[47].

4.2. Svjetske sportske manifestacije

U nastavku biti će opisane nekoliko značajnijih svjetskih sportskih manifestacija:

- **Svjetsko prvenstvo u nogometu** - FIFAino svjetsko prvenstvo u nogometu (poznato i pod imenom Svjetsko nogometno prvenstvo ili najjednostavnije Svjetsko prvenstvo) međunarodno je nogometno natjecanje u kojemu se natječu muške nacionalne reprezentacije. Natjecanje nadgleda FIFA, vrhovno tijelo nogometa. Od 1930. godine i Svjetskoga prvenstva u Urugvaju natjecanje se održava svake četiri godine izuzevši 1942. i 1946. kada se nije igralo zbog Drugoga svjetskoga rata. Trenutačni svjetski prvak je Njemačka. Završni dio ovoga natjecanja u kojemu sudjeluju momčadi koje su se kvalificirale za prvenstvo prati iznimno veliki broj ljudi na čitavoj Zemlji; tako je finale Svjetskoga prvenstva u Njemačkoj 2006. pratilo 715 milijuna ljudi.[1] Trenutačni sustav natjecanja uključuje 32 kvalificirane reprezentacije koje se natječu kroz približno mjesec dana na unaprijed određenim stadionima u državi (ili maksimalno dvije do tri države, ako se pošalje zajednička kandidatura za domaćinstvom). Za određivanje sudionika na završnom natjecanju koriste se kvalifikacije kroz vremenski period od tri godine pred završni turnir. Do sada je odigrano 20 turnira, a samo je osam različitih reprezentacija osvajalo ovaj prestižni naslov. Brazil je osvojio turnir pet puta, Italija i Njemačka imaju četiri osvojena turnira, Urugvaj i Argentina dva puta, dok su Engleska, Francuska i Španjolska pobjednici bili jednom. Posljednje svjetsko prvenstvo održano je u Brazilu 2014.

[47] Ibidem, str. 45 – 51.

godine. Od 1991. godine FIFA organizira i Svjetsko prvenstvo u nogometu za žene svake četiri godine. Posljednje je održano 2015. u Kanadi.[48]

- **Formula 1** - također poznata i kao F1, a službeno se naziva FIA Formula One World Championship je najviša klasa jednosjeda u automobilizmu koju je odobrila Međunarodna automobilistička federacija. Ime "Formula" se odnosi na skup pravila kojih se sudionici moraju pridržavati. Sezona Formule 1 sastoji se od niza utrka poznatih kao Velike nagrade, koje se održavaju na posebno izgrađenim stazama ili javnim cestama. Rezultati svake utrke kombinirani su sa sustavom bodovanja koji određuje dva godišnja Svjetska prvenstva, jedno za vozače i drugo za konstruktore. Vozači, konstruktori, momčadi, staze, suci i organizatori moraju biti nositelji super licence, najviše klase trkaćih licenci koje je izdala Međunarodna automobilistička federacija.[49]
- **Olimpijske igre** - najpoznatije su i najcjenjenije sportsko natjecanje današnjice. Održavaju se svako četiri godine, a ljudi ih često pogrešno nazivaju olimpijadama što je u literaturi zapravo cjelokupno razdoblje između dvaju igara. Njihovo porijeklo seže još u daleko doba antičke Grčke gdje su se Igre održavale na brdu Olimp, pa su od toga i dobile svoje ime. Prve moderne Olimpijske igre održane su upravo u Ateni 1896. godine. Aktualne Olimpijske igre, održane u Rio de Janeiru ove godine u mjesecu kolovozu su trebale biti 31. Olimpijske igre, međutim zbog tragičnih ratnih zbivanja koja su okupirala svijet u 20.st. Igre u Berlinu 1914., Helsinkiju 1940. i Londonu 1944. su propuštene, pa održane OI u Riju smatraju se 28. Olimpijskim igrama. Natjecanja su to u kojima se sportaši natječu u ekipnim i individualnim sportovima, a za sudjelovanje moraju proći cijeli kvalifikacijski olimpijski ciklus i ostvariti olimpijske norme unaprijed definirane. Na Olimpijskim igrama u Riju, sportaši su se natjecali u čak 28 sportova što je najbolji pokazatelj napretka i razvoja ovog natjecanja kroz vrijeme.[50]
- **Teniski turniri (Grand Slam) Roland Garros, US Open, Australian Open, Wimbledon** - Navedena teniska događanja možemo svrstati u velike manifestacije obzirom da uz velik broj natjecatelja, zahtijevaju masivne infrastrukturne objekte, a generiraju veliku medijsku popraćenost. Možda najpopularniji i najprestižniji od navedenih je Wimbledon koji se tradicionalno održava u legendarnom londonskom

[48] https://hr.wikipedia.org/wiki/Svjetsko_prvenstvo_u_nogometu [Pristup 29.07.2017.]
[49] https://hr.wikipedia.org/wiki/Formula_1 [Pristup 29.07.2017.]
[50] Ujević, M. (2016): „Utjecaj održavanja sportskih manifestacija na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bola na otoku Braču“, diplomski rad, Split, str. 16.

All England Club-u i jedini se igra na travnatoj površini koju karakterizira 'brzi tenis'. Oko Wimbledona je stvorena priča koja objedinjava elemente sportskog natjecanja, engleske kulture i povijesti, gastronomije i turizma, a turnir datira iz još davne 1877. godine kada su na njemu sudjelovali pripadnici engleskog aristokratskog društva.[51]

- **Ostale značajnije sportske manifestacije** – poput Europskog prvenstva u nogometu, Svjetskog prvenstva u rukometu, Svjetskog i Europskog prvenstva u košarci, Zimske olimpijske igre, Mediteranske igre, Tour de France, i sl.

4.3. Hrvatske sportske manifestacije

U nastavku slijede neke od poznatih hrvatskih sportskih manifestacija:

- **Svjetsko prvenstvo u rukometu održano u Splitu 2009. godine** - 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, kapacitet 15.200), Splitu (Spaladium arena, kapacitet 12.500), Zadru (Dvorana Krešimira Ćosića, kapacitet 8.600), Osijeku (Dvorana Gradski vrt, kapacitet 3.600), Varaždinu (Sportska dvorana Varaždin, kapacitet 5.200) i Poreču (Športska dvorana Žatika, kapacitet 3.500), dok je ona u Puli (Dom sportova "Mate Parlov", kapacitet 2.132) bila obnovljena. Hrvatska je tada osvojila drugo mjesto, izgubivši u finalu tijesno od Francuske.[52] Prema podacima IHF 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.[53]

[51] Ibidem, str. 20.
[52] https://hr.wikipedia.org/wiki/Svjetsko_prvenstvo_u_rukometu_-_Hrvatska_2009. [Pristup 29.07.2017.]
[53] 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. 237.

- **Tour of Croatia 2017** – biciklistička utrka Tour of Croatia održana je treću godinu zaredom, od 18. do 23. travnja 2017. godine, kroz šest etapa, na trasi dužoj od 1000 kilometara kroz cijeli teritorij Republike Hrvatske. Ove godine još zahtjevnija utrka ugostila je više od 20 timova, među kojima i one iz najvišeg ranga klasifikacije Svjetske biciklističke organizacije (UCI). Započela je u Osijeku, u utorak 18. travnja, a cilj prvog dana bila je Koprivnica, nakon etape dugačke 227 km. Nakon toga, u srijedu 19. travnja cjelokupna se organizacija preselila u Trogir, otkud je krenula etapa dužine 123 km, cilj joj je bio na 1762 metra drugom po visini vrhu Hrvatske – Svetom Juri na Biokovu. Treća etapa vozila se između Imotskog i Zadra u dužini od 236 km, četvrta povezuje Crikvenicu i Umag, a duga je 171 km. Pretposljednja, peta etapa, dugačka 141 km, cilj je na Učki na Poklonu. Posljednja etapa, duga 145 km, ona u nedjelju 23. travnja startala je u Samoboru, a cilj je, uz već tradicionalne završne krugove u gradu Zagrebu, na Trgu sv. Marka, gdje se održalo i svečano proglašenje pobjednika. Utrku je izravno prenosio HRT, Eurosport te Eurosport Asia, a svaku večer se emitiralo i sažetke s najuzbudljivijim trenucima s etapa. TV prijenos su emitirali brojne televizijske postaje s čak 6 kontinenata– u Europi, Sjevernoj i Južnoj Americi, Aziji, Africi i Australiji – od kojih su neke Tour prenosili i uživo. Tako su sliku Hrvatske vidjeli gledatelji u 177 zemalja svijeta, a za tehnički dio prijenosa angažirana je španjolska produkcijska kuća ISB, koja je utrku snimala kamerama u vožnji te uz korištenje jednog posebnog snimateljskog helikoptera koji je pratio utrku iz zraka. Zaključak se nameće sam – Tour of Croatia jedan je od najznačajnijih sportskih događaja godine u Hrvatskoj te je uz natjecateljsku komponentu, utrka i jedinstveni turistički proizvod u Hrvatskoj jer donosi brojne koristi za promociju prirodnih ljepota, kulturne baštine, gospodarskog potencijala te gradova i regija kroz koje prolazi. Manifestacija je to koja želi postati važan dio ukupne turističke ponude te jedan od glavnih akceleratora za razvoj cikloturističke ponude i dolazak cikloturista te dodatnog unaprjeđenja imidža Hrvatske u svijetu.[54]
- **4. Hrvatske svjetske igre** - Od 18. do 22. srpnja 2017. godine, u organizaciji Središnjeg državnog ureda za Hrvate izvan Republike Hrvatske i Hrvatskog svjetskog kongresa te pod visokim pokroviteljstvom Kolinde Grabar Kitarović, predsjednice Republike Hrvatske, u Zagrebu održane su IV. Hrvatske svjetske igre – amatersko sportsko natjecanje na kojemu sudjeluju Hrvati i njihovi potomci iz cijelog svijeta. Uz

[54] http://www.tourofcroatia.com/utrka [Pristup 29.07.2017.]

već tradicionalan slogan JEDNO JE SRCE, JEDNA JE HRVATSKA, ovogodišnje igre okupili su najveći broj sudionika do sada – preko 900 natjecatelja iz cijelog svijeta te 150 natjecatelja iz Republike Hrvatske. Natjecatelji dolaze iz Angole, Argentine, Australije, Austrije, Bosne i Hercegovine, Bolivije, Brazila, Crne Gore, Čilea, Danske, Ekvadora, Francuske, Hrvatske, Italije, Irske, Kanade, Makedonije, Nizozemske, Njemačke, Paragvaja, Perua, Rumunjske, SAD a, Slovačke, Slovenije, Srbije, Švicarske, Švedske, Tanzanije, Velike Britanije i Venezuele te će nastupiti u 16 sportskih disciplina. Hrvatske svjetske igre su amatersko sportsko natjecanje na kojemu sudjeluju Hrvati i njihovi potomci iz cijelog svijeta. Igre su ne samo manifestacija sportskog duha već događaj koji ujedinjuje matičnu domovinu, hrvatsko iseljeništvo, hrvatsku nacionalnu manjinu i Hrvate iz Bosne i Hercegovine. Igre su i prilika za susrete i druženja, prilika povezivanja Hrvata izvan domovine i jačanje međusobnih veza i zajedništva. Hrvatske svjetske igre su dosada održane dva puta u Zadru (2006. i 2010.) i u Zagrebu (2014.).[55]

4.4. Sportska manifestacija „Regata sv. Duje“

Međunarodna regata Sveti Duje je sportska manifestacija na kojoj sudjeluje 8 hrvatskih i stranih sveučilišta. Natjecanje se sastoji od 2 dijela, tj. utrke:

1. Utrka hrvatskih i međunarodnih sveučilišta

2. Utrka legendi između Oxforda, Cambridgea i Splita

Regata se tradicionalno održava na dan svetog Dujma (7. Svibnja), a svoje korijene vuče još iz davnih vremena u kojima su se Hrvati pokazali kao sposobni moreplovci. Vještine veslanja i savladavanja morskih uvjeta su se pokazivale i vrednovale na svakom slavlju tadašnjeg doba. Na otoku Hvaru postoji pisani povijesni trag u kojem grad Split traži od grada Hvara da pošalje svoje najbolje mornare i brodove kako bi sudjelovali na veslačkoj regati koja će se održati na dan svetog Dujma, zaštitnika grada Splita. Na toj spomenutoj, povijesnoj regati sudjelovale su posade iz Splita, Hvara, Makarske i 5 drugih gradova, a pobjednici su bili splićani.

Sveučilišna utkra je duga 1000 metara i održava se u dijelu Splita zvani Spinut, te svake godine bilježi sve veći broj sudionika, te već četiri godine (a najavljena je i peta) u njoj

[55] http://hsi-cwg.com/2017/06/02/iv-hrvatske-svjetske-igre-najvece-igre-do-sada/ [Pristup 29.07.2017.]

sudjeluju najbolji veslački predstavnici Oxforda i Cambridgea (tzv. 'Plavi brodovi'). Utrka legend se održava u gradskoj luci i duga je 220 metara, te se u toj utrci splitske veslačke legende natječu sa svojim kolegama iz Oxforda i Cambridgea. Tj. alumni pojedinih sveučilišta, koji su osvajali medalje na svjetskim i olimpijskim natjecanjima su sudjelovali u tim trkama.

Održavanje ove regate je počelo 2000-te godine, točno 175 godina nakon prve regate svetog Dujma, te se od tada održava svake godine[56].

5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

5.1. Cilj i metode istraživanja

Kao što je navedeno u uvodnom dijelu rada, glavni cilj empirijskog istraživanja je istražiti utjecaje rezevacijskih sustava na poslovanje privatnih iznajmljivača. Otkriti jesu li ti utjecaji pozitivni ili negativni, u kolikoj su mjeri značajni, te ih i kvantificirati.

Populaciju istraživanja su činili posjetitelji sportske manifestacije regata svetog Dujma. Kao instrument istraživanja je korišten anketni upitnik kreiran isključivo u svrhu ovog rada te je sadržavao ukupno 8 pitanja zatvorenog tipa. Anketom se nastojalo dobiti ezgaktne podatke od iznajmljivača te na taj način istražiti stvarnu situaciju. Prilikom sastavljanja anketnog upitnika autorica je vodila računa o sugestivnim ili nepreciznim pitanjima, tj. o njihovom izbjegavanju budući da takva pitanja vode pristranim, neobjektivnim i nepreciznim odgovorima i na taj način uništavaju vjerodostojnost istraživanja. Valjanost cjelokupnog istraživanja uvelike ovisi o inventivnosti, znanju i iskustvu istraživača, ali ipak postoje određena pravila o kojima treba voditi računa pri sastavljanju anketnog upitnika. Prije same izrade upitnika napravljen je plan sastavljanja upitnika. Točnije, određen je sadržaj pitanja, oblik odgovora na pitanja, utvrđen njihov redoslijed, te je naposlijetku donešena odluka o fizičkom izgledu upitnika. Prije svega, znatan napor je uložen u jednostavanost, razumljivost, preglednost anketnog upitnika te je istovremeno vođen računda isti ne bude vremenski zahtjevan.

Pitanja su podijeljena u dvije skupine.

Prvu skupinu pitanja čine demografska (pitanja 1 – 6). Prva skupina uključuje pitanja o spolu ispitanika, njihovoj dobi, stručnoj spremi, statusu, zaposlenju u turizmu i bavljenju sportom.

[56] http://www.regata-svetiduje.com/index.php/en/ [Pristup 29.06.2017.]

Drugu skupinu pitanja čine pitanja (pitanja 7 i 8) o samoj sportskoj manifestaciji. Bitno je za naglasiti da pitanje broj 7 čini klasifikaciju između ispitanika, tj. posjetitelja manifestacije. Naime, odgovori ispitanika koji nisu redoviti posjetitelji manifestacije neće biti uzeti u analizu o hipotezama zbog njihovog nedovoljnog kontinuiranog dodira s ispitivanom manifestacijom. Pitanje 8 sadrži ukupno 23 podpitanja u kojima se istražuju učinci same manifestacije. Učinci manifestacije su podijeljeni u četiri skupine: pozitivni ekonomski, negativni ekonomski, pozitivni društveni i negativni društveni. Za svako pojedino podpitanje ispitanici su mogli izabrati stupanj slaganja koji se kreato u rasponu od 1-uopće se ne slažem do 5-u potpunosti se slažem.

Anketa se provodila u klasičnom, fizičkom obliku. Prilikom provedbe ankete u fizičkom obliku, autorica je nailazila na nezainteresiranost posjetitelja za sudjelovanjem.
Anketni upitnik je provoden kroz svibanj 2017. godine, te je u istraživanju ukupno sudjelovalo 167 ispitanika. Nakon završenog anketiranja, sve ankete su prikupljene te je provjerena ispravnost istih.

5.1. Analiza podataka i interpretacija rezultata

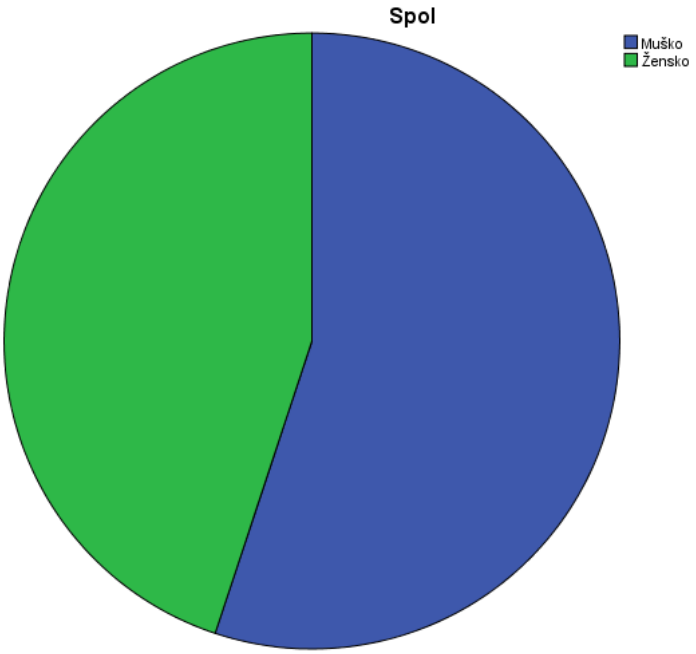
Analiza ili obrada podataka dobivenih anketnim istraživanjem je provedena putem statističkog programa SPSS. U nastavku su putem tablica i grafikona prikazani rezultati istraživanja.
U nastavku će biti prikazani općeniti podatci o ispitanicima, odnosno posjetiteljima manifestacije koji su sudjelovali u istraživanju.

Tablica 2. Ispitanici prema spolu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muško	92	55.1	55.1	55.1
	Žensko	75	44.9	44.9	100.0
	Total	167	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

U tablici su prikazani ispitanici prema spolu. Kao što je vidljivo iz same tablice, u istraživanju je ukupno sudjelovalo 167 ispitanika, od čega ih je 92 muškog spola, a 75 ženskog. Muški ispitanici čine 55,1% uzorka, dok ženski čine 44,9%.
Omjer ispitanika prema spolu je vidljiv i iz pripadajućeg grafičkog prikaza.



Slika 4. Ispitanici prema spolu

Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 3. Ispitanici prema dobi

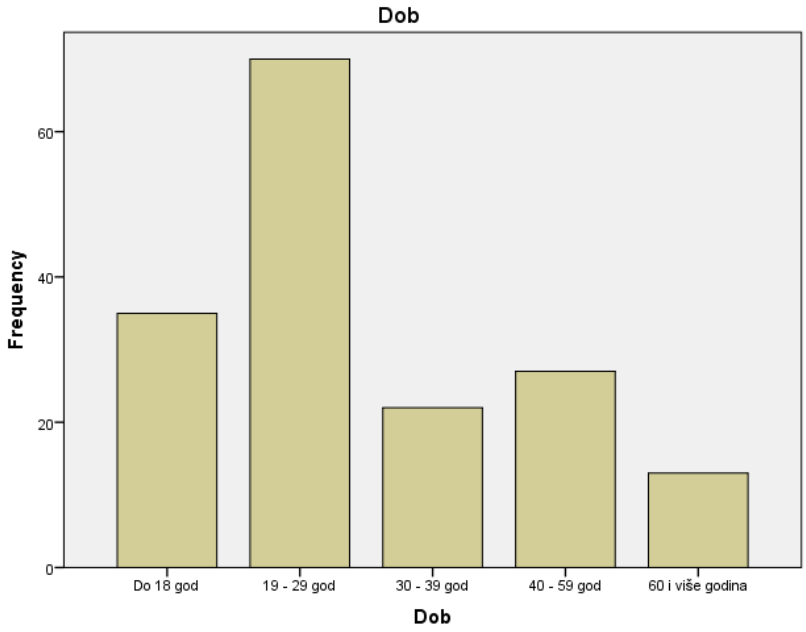
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Do 18 god	35	21.0	21.0	21.0
	19 - 29 god	70	41.9	41.9	62.9
	30 - 39 god	22	13.2	13.2	76.0
	40 - 59 god	27	16.2	16.2	92.2
	60 i više godina	13	7.8	7.8	100.0
	Total	167	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

Promatrana tablica prikazuje ispitanike prema dobi. Ispitanika u dobi do 18 godina ukupno ima 35 i čine 21% uzorka; ispitanika u dobi od 10 do 29 godina ukupno ima 70 i čine 41,9% uzorka, te je to ujedno i najzastupljenija dobna skupina; ispitanika u dobi od 30 do 39 godina ukupno ima 22 i čine 13,2% uzorka; ispitanika u dobi od 40 do 59 godina ukupno ima 27 i

čine 16,2% uzorka; dok ispitanika koji imaju 60 i više godina ukupno ima 13 i čine 7,8% uzorka.

Omjer ispitanika prema dobi je vidljiv na grafičkom prikazu 2.



Slika 5. Ispitanici prema dobi

Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 4. Ispitanici prema stručnoj spremi

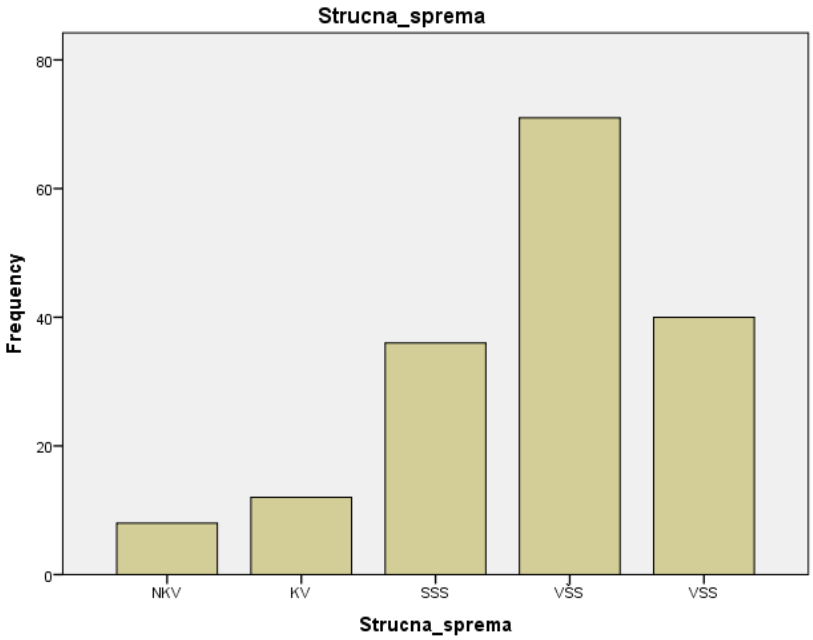
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NKV	8	4.8	4.8	4.8
	KV	12	7.2	7.2	12.0
	SSS	36	21.6	21.6	33.5
	VŠS	71	42.5	42.5	76.0
	VSS	40	24.0	24.0	100.0
	Total	167	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

U ovoj tablici prikazani su ispitanici prema stupnju stručne spreme. Iz iste je vidljivo da je u istraživanju sudjelovalo 8 ispitanika koji su niskokvalificirani radnici i da oni čine 4,8% uzorka. Ispitanika koji su kvalificirani radnici ima 12 i čine 7,2% uzorka. Ispitanika sa srednjom stručnom spremom ukupno ima 36 i čine 21,6% uzorka. Najviše je ispitanika s

višom stručnom spremom, ukupno ih je 71 i čine 42,5% uzorka. Ispitanika s visokom stručnom spremom ukupno ima 40 i čine 24% uzorka.

Opisani omjer ispitanika prema stručnoj spremi vidljiv je na pripadajućem prikazu.



Slika 6. Ispitanici prema stručnoj spremi

Izvor: Istraživanje autorice

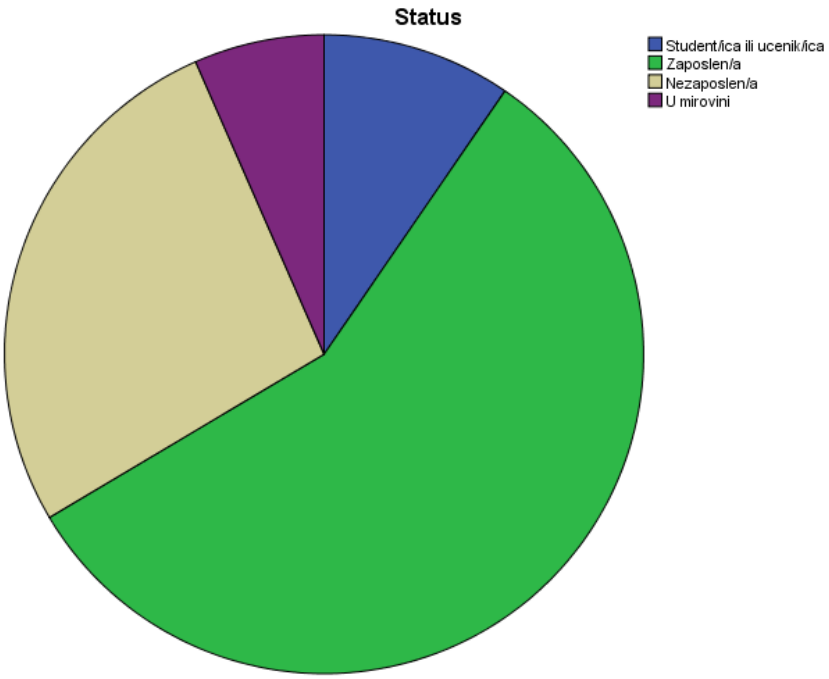
Tablica 5. Ispitanici prema statusu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Student/ica ili ucenik/ica	16	9.6	9.6	9.6
	Zaposlen/a	95	56.9	56.9	66.5
	Nezaposlen/a	45	26.9	26.9	93.4
	U mirovini	11	6.6	6.6	100.0
	Total	167	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

Kao što je vidljivo iz prikazane tablice, u istraživanju je ukupno sudjelovalo 16 studenata ili učenika koji čine 9,6% uzorka; zaposlenih je 95 ispitanika koji ujedno čine 56,9% uzorka; nezaposlenih je 45 ispitanika i čine 26,9%uzorka; dok su u mirovini nalazi 11 ispitanika koji čine 6,6% uzorka.

Omjer ispitanika prema stausu je vidljiv iz pripadajućeg grafičkog prikaza.



Slika 7. Ispitanici prema statusu

Izvor: Istraživanje autorice

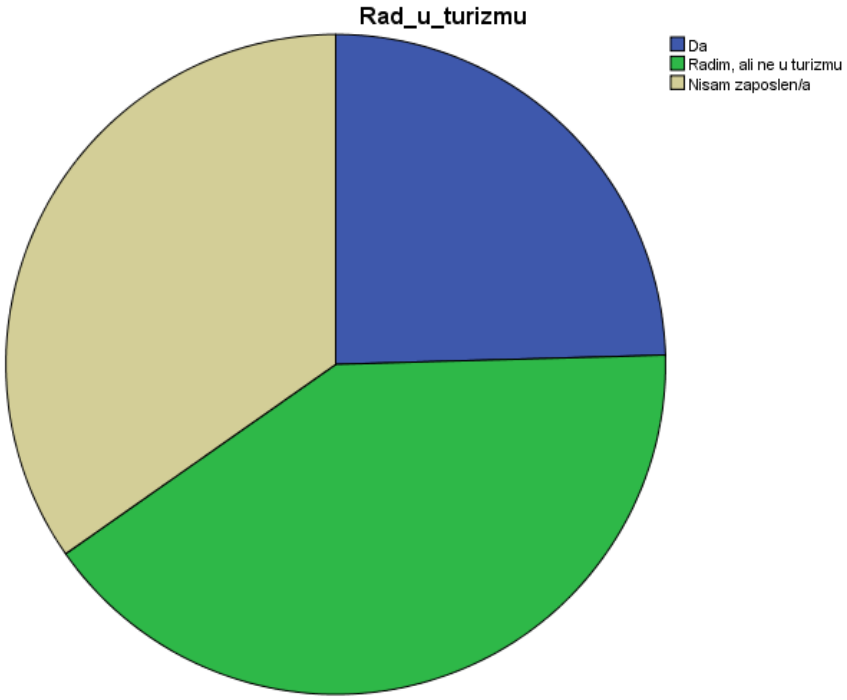
Tablica 6. Ispitanici prema vrsti posla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	41	24.6	24.6	24.6
	Radim, ali ne u turizmu	68	40.7	40.7	65.3
	Nisam zaposlen/a	58	34.7	34.7	100.0
	Total	167	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

Promatrana tablica prikazuje ispitanike prema vrsti posla koji obavljaju. Iz iste je tako vidljivo da ukupno 41 ispitanik ili njih 24,6% radi u turizmu; 68 ispitanika ili 40,7% ih radi, ali ne u turizmu; dok ih ukupno 58 ili 34,7% nije zaposleno.

Opisani omjer ispitanika prema vrsti posla koji obavljaju je vidljiv na potonjem grafičkom prikazu.



Slika 8. Ispitanici prema vrsti posla koji obavljaju

Izvor: Istraživanje autorice

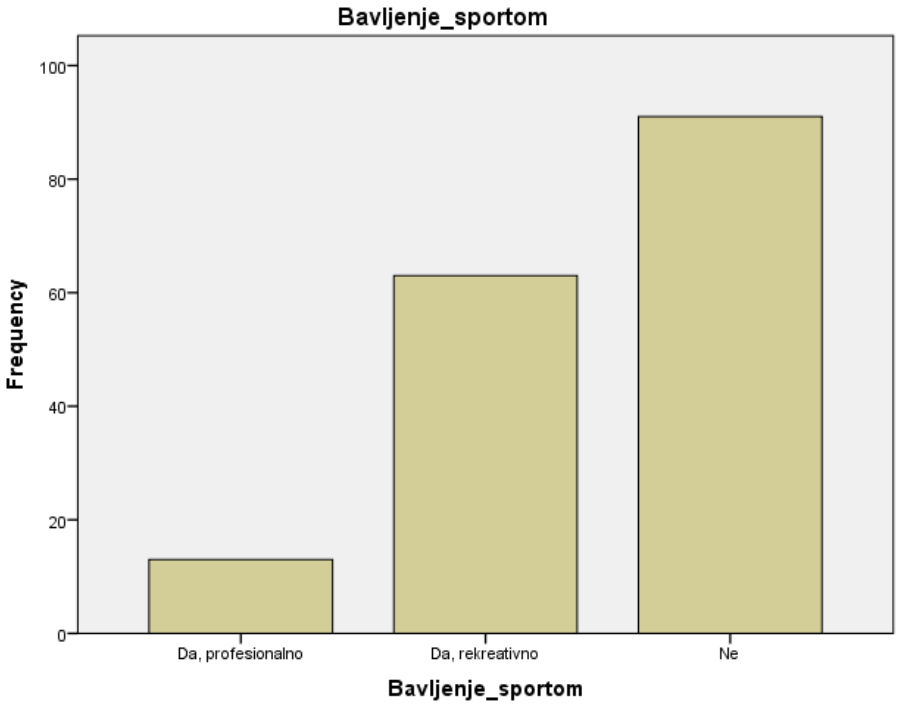
Tablica 7. Ispitanici prema stupnju bavljenja sportom

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da, profesionalno	13	7.8	7.8	7.8
	Da, rekreativno	63	37.7	37.7	45.5
	Ne	91	54.5	54.5	100.0
	Total	167	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

Iz promatrane tablice je vidljivo da se ukupno 13 ispitanika ili njih 7,8% profesionalno bavi sportom; njih 63 ili 37,7% se rekreativno bavi sportom; dok se njih 91 ili 54,5% ne bavi sportom.

Opisani omjer ispitanika prema stupnju bavljenja sportom je vidljiv na grafičkom prikazu 6.



Slika 9. Ispitanici prema stupnju bavljenja sportom

Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 8. Ispitanici prema posjećivanju manifestacija u posljednje tri godine

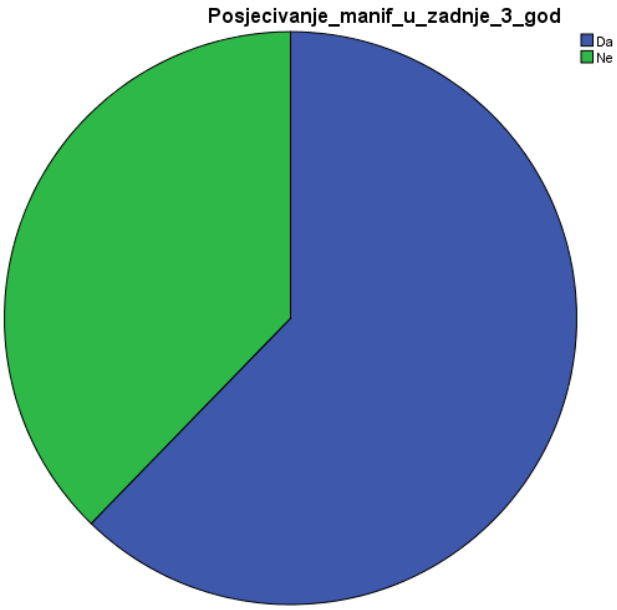
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	104	62.3	62.3	62.3
	Ne	63	37.7	37.7	100.0
	Total	167	100.0	100.0	

Izvor: Istraživanje autorice

U ovoj tablici prikazani su ispitanici prema posjećivanju manifestacija 'Regata sv. Duje' u posljednje tri godine, te je iz nje vidljivo da ukupno 104 ispitanika od njih 167 posjećuje navedenu manifestaciju radovito, te ti ispitanici čine 62,3% uzorka. Preostalih 63 ispitanika ili njih 37,7% nisu redoviti posjetitelji, te se u daljnjem dijelu rada neće razmatrati njihovi odgovori.

Za potrebe istraživanja i testiranja hipoteza razmatrati će se samo odgovori ispitanika koji su redoviti posjetitelji navedene manifestacije, stoga, u nastavku rada ukupan uzorak više ne iznosi 167 već 104.

Omjer ispitanika prema posjećivanju manifestacije u posljednje tri godine prikazan je na potonjem grafičkom prikazu.



Slika 10. Ispitanici prema posjećivanju manifestacije u posljednje tri godine

Izvor: Istraživanje autorice

Tablica 9. Prosječne ocjene slaganja s tvrdnjama

		T8_1_Pridonosi_povecanju_uk_tur_ph	T8_2_Pridonosi_povecanju_br_radnih_mjesta	T8_3_Pridonosi_promociji_grada_Splita	T8_4_Potice_izgradnju_infrastrukture	T8_5_Povecava_br_manif_zabavnog_karaktera	T8_6_Pridonosi_posjecenosti_grada_Splita	T8_7_Pridonosi_stvaranju_vecih_kolicina_smeca_otpada	T8_8_Pridonosi_oneciscavanju_prirode_krajolika
N	Valid	104	104	104	104	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.76	3.52	3.85	3.12	3.68	4.06	3.01	3.04
Median		4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00
Mode		4	4	4	2	4	5	2	2

		T8_9_Pridonosi_smanjenju_tur_ph	T8_10_Pridonosi_smanjenju_zaposlenosti	T8_11_Pridonosi_povecanju_kriminala	T8_12_Pridonosi_stvaranju_zajednistva	T8_13_Pridonosi_osjecaju_ponosa	T8_14_Potice_socijalizaciju_druzenje	T8_15_Pridonosi_jacanju_identiteta	T8_16_Pridonosi_upoznavanju_neceg_novog
N	Valid	104	104	104	104	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2.08	2.08	3.88	3.06	3.21	3.33	3.18	3.16
Median		2.00	2.00	4.00	3.00	3.00	3.50	3.00	3.00
Mode		2	2	4	2	2	2	2	2

		T8_17_Lokalno_stan_izbjegava_ovu_manif	T8_18_Pridonosi_povecanju_krada_sukoba	T8_19_Povecava_guzvu_buku	T8_20_Pridonosi_gubljenju_kulturnog_identiteta	T8_21_Ometa_uobicajeni_nacin_zivota	T8_22_Podize_svijest_o_vaznosti_vrijednosti_mjesta_odrzavanja	T8_23_Odvijanje_manif_pozitivno_utjece_na_imidz_grada_Splita
N	Valid	104	104	104	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2.93	3.68	3.54	3.41	3.17	3.72	3.59
Median		3.00	4.00	4.00	3.50	3.00	4.00	4.00
Mode		2	4	4	4	3	4	4

Izvor: Istraživanje autorice

U ovoj tablici prikazane su prosječne ocjene slaganja ispitanika s tvrdnjama o ekonomskim i društvenim učincima manifestacije ‘Regata sv. Duje’. Ukupno ima 23 tvrdnje, te su podijeljene na četiri segmenta. Postoje tvrdnje o pozitivnim ekonomskim učincima (njih

ukupno 7), negativnim ekonomskim učincima (njih je ukupno 5), pozitivnim društvenim učincima (njih je ukupno 6) i negativnim društvenim učincima (njih je ukupno 5).
Opisivanje rezultata iz tablice 8 će biti po tim segmentima.

Prosječan stupanj slaganja ispitanika s tvrdnjama o pozitivnim ekonomskim učincima iznosi:
- Povećanje ukupnih turističkih prihoda: 3,76 te pokazuje da se ispitanici slažu da navedena manifestacija pridonosi povećanje ukupnihturističkih prihoda
- Povećanje broja radnih mjesta: 3,52 i pokazuje da ispitanici smatraju da navedena manifestacija pridonosi povećanju broja radnih mjesta
- Promocija grada Splita: 3,85 i pokazuje da ispitanici smatraju da manifestacija pridonosi promociji grada Splita
- Poticanje izgradnje infrastrukture: 3,12 i pokazuje da su ispitanici podijeljeni oko utjecaja manifestacija na poticanje izgradnje infrastrukture, tj. ne može se zaključiti da manifestacija potiče izgradnju infrastrukture
- Povećanje broja manifestacija zabavnog karaktera: 3,58 i pokazuje da manifestacija ima pozitivan utjecaj na povećanje broja manifestacija zabavnog karaktera
- Pridonosi povećanju posjećenosti grada Splita: 4,06 te pokazuje da se ispitanici u znatnoj većini slažu da manifestacija pridonosi povećanju posjećenosti grada Splita
- Odvijanje manifestacije pozitivno utječe na imidž grada Splita: 3,59 i pokazuje da odvijanje manifestacije utječe pozitivno na imidž grada Splita

Prosječan stupanj slaganja ispitanika s tvrdnjama o negativnim ekonomskim učincima iznosi:
- Stvaranje većih količina smeća i otpada: 3,01 te pokazuje da se ispitanici niti slažu niti ne slažu s navedenom tvrdnjom
- Onečišćavanje prirode i krajolika: 3,04 te pokazuje da se ispitanici također niti slažu niti ne slažu s navedenom tvrdnjom
- Smanjene turističkih prihoda: 2,08 te pokazuje da se ispitanici ne slažu da navedena manifestacija smanjuje turističke prihode
- Smanjenje zaposlenosti: 2,08 te pokazuje, da kao i kod prethodnog objašnjenja, da se ispitanici ne slažu da navedena manifestacija smanjuje zaposlenost
- Povećanje kriminala: 3,88 i pokazuje da se ispitanici slažu da manifestacija vodi k povećanju kriminala

Prosječni stupanj slaganja ispitanika s tvrdnjama o pozitivnim društvenim učincima iznosi:

- Stvaranje zajedništva: 3,06 i pokazuje kako su ispitanici idnfirenentni u vezi koliko manifestacija pridonosi stavranju zajedništva
- Stvaranje osjećaja ponosa: 3,21 te pokazuje kako ispitanici smatraju da manifestacija potiče stvaranje osjećaja ponosa
- Poticanje socijalizacije i druženja: 3,33 i pokazuje kako ispitanici smatraju da manifestacija potiče socijalizaciju i druženje
- Jačanje identiteta: 3,18 i pokazuje da ispitanci smatraju da manifestacija u nešto blažoj mjeri jača identitet
- Upoznavanje nečeg novog i nedoživljenog: 3,16 te pokazuje da ispitanici smatraju da manifestacija u također blažoj mjeri pridonosi upoznavanju nečeg novog i nedoživljenog
- Podizanje svijesti o važnosti i vrijednosti lokaliteta na kojima se održava: 3,72 i pokazuje da se ispitanici slažu s tvrdnjom da manifestacija podiže svijest o važnosti i vrijednosti lokaliteta na kojima se održava

Prosječni stupanj slaganja ispitanika s tvrdnjama o negativnim društvenim učincima iznosi:
- Lokalno stanovništvo izbjegaga ovu manifestaciju: 2,93 i pokazuje da su ispitanici indiferentni po pitanju izbjegavanja navedene manifestacije
- Povećanje krađa i sukoba: 3,68 i pokazuje da ispitanici smatraju da manifestacija povećava krađe i sukobe
- Povećava gužvu i buku: 3,54 i pokazuje da ispitanici smatraju da manifestacija povećava gužvu i buku
- Gubljenje kulturnog identiteta: 3,41 te pokazuje da manifestacija pridonosi gubljenju kulturnog identiteta
- Ometanje uobičajenog načina života: 3,17 i pokazuje da ispitanici i blagoj mjeri smatraju da manifestacija ometa uobičajeni način života

Tablica 10. Prosječne vrijednosti pozitivnih i negativnih ekonomskih učinaka

		PR_EK_POZ	PR_EK_NEG	EK_RAZLIKA
N	Valid	104	104	104
	Missing	0	0	0
Mean		3.6044	2.8173	.7871
Median		3.5714	2.8000	.7857
Mode		3.43	3.00	1.03

Izvor: Istraživanje autorice

U promatranoj tablici prikazani su prosječni pozitivni i negativni ekonomski učinci spomenute manifestacije. Tako je iz iste vidljivo kako prosječni ekonomski učinci iznose 3,6044 dok prosječni negativni iznose 2,8173. Analogno tome, razlika između prosječnih ocjena pozitivnih i negativnih ekonomskih učinaka iznosi 0,7871. Dakle, evidentno je da razlika u pozitivnim i negativnim ekonomskim učincima analizirane sportske manifestacije postoji, no u daljnjem dijelu rada će se ta razlika dodatno analizirati i testirati.

Tablica 11. Prosječne vrijednosti pozitivni i negativnih društvenih učinaka

		PR_DR_POZ	PR_DR_NEG	DR_RAZLIKA
N	Valid	104	104	104
	Missing	0	0	0
Mean		3.2035	3.0135	.1901
Median		3.0000	3.0000	.0500
Mode		2.00[a]	2.80	.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Izvor: Istraživanje autorice

U prikazanoj tablici prikazane su vrijednosti prosječnih pozitivnih i negativnih društvenih učinaka. Prosječni pozitivni društveni učinci iznose 3,2035 dok prosječni negativni iznose 3,0135. Analogno tome, razlika između pozitivnih i negativnih društvenih učinaka iznosi 0,1901. Evidentno je da razlika u pozitivnim i negativnim društvenim učincima analizirane sportske manifestacije postoji, no u daljnjem dijelu rada će se ta razlika dodatno analizirati i testirati.

5.3. Testiranje hipoteza

Glavna hipoteza H1: Stavovi lokalnih posjetitelja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija su pretežno pozitivni.

Postavljenom glavnom hipotezom želi se utvrditi pozitivan utjecaj sportskih događanja iz percepcije lokalnih posjetitelja.

Zaključak o glavnoj hipotezi će se donijeti na način da će se prvo testirati i donijeti zaključci o pomoćnim hipotezama, te će se potom pristupiti donošenju zaključka o glavnoj hipotezi.

H1.1. – Stavovi lokalnih posjetitelja o ekonomskim učincima sportskih manifestacija su pretežno pozitivni

Ispitanici su u sklopu anketnog upitnika imali ukupno 12 tvrdnji koje se odnose na ekonomske učinke sportskih manifestacija. Istraživani su pozitivni u negativni učinci sportskih manifestacija, te je ukupno 7 pozitivnih ekonomskih učinaka sportskih manifestacija i 5 negativnih. Pošto nije jednak broj pozitivnih i negativnih učinaka sportskih manifestacija, za potrebe testiranja ove hipoteze, napravljene su 2 dodatne varijable. Prosječna ocjena pozitivnih ekonomskih učinaka i prosječna ocjena negativnih ekonomskih učinaka. Oduzimanjem te dvije varijable dobiva se rezultanta stavova lokalnih posjetitelja o ekonomskim učincima sportskih manifestacija, te se značajnost dobivene vrijednosti testira t-testom.

Tablica 12. Razlika pozitivnih i negativnih ekonomskih učinaka

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
EK_RAZLIKA	104	.7871	.54295	.05324

Izvor: Istraživanje autorice

Prosječna razlika u ocjenama pozitivnih i negativnih učinaka sportskih manifestacija za 104 ispitanika koja posjećuju ispitivanu manifestaciju već 3 godine iznosi 0,7871. Dakle, toliko iznosi razlika između pozitivnih i negativnih učinaka, te se u sljedećem koraku testira je li ta razlika i statistički značajna. To testiranje se provodi t-testom.

Tablica 13. T-test o značajnosti razlike pozitivnih i negativnih ekonomskih učinaka

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
EK_RAZLIKA	14.784	103	.000	.78709	.6815	.8927

Izvor: Istraživanje autorice

Zaključak o značajnosti razlike se donosi temeljem usporedbe empirijske signifikantnosti s zadanom od 5%. Budući da u ovom slučaju empirijska signifikantnost teži u nula posto ($\alpha^* \approx 0\%$) i budući da vrijedi da je $\alpha^* < \alpha$ ($0\% < 5\%$), zaključuje se da postoji statistički značajna u prosječnoj ocjeni pozitivnih i negativnih učinaka sportskih manifestacija. Drugim riječima, ispitanici su ocijenili pozitivne učinke sportskih manifestacija statistički značajno više nego negativne učinke istih.

Na temelju ovoga **pomoćna hipoteza H1 se prihvaća**.

H1.2. – Stavovi lokalnih posjetitelja o društvenim učincima sportskih manifestacija su pretežno pozitivni

Kao što je već opisano kod hipoteze H1, i kod hipoteze H2 će se primijeniti jednaki princip. S iznimkom, da u ovom slučaju postoji 6 pozitivnih društvenih učinaka sportskih manifestacija i 5 negativnih.

Tablica 14. Razlika pozitivnih i negativnih društvenih učinaka

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
DR_RAZLIKA	104	.1901	.82126	.08053

Izvor: Istraživanje autorice

Prosječna razlika pozitivnih i negativnih društvenih učinaka sportskih manifestacija iznosi 0,1901. Drugim riječima, ispitanici su ocijenili da su pozitivni društveni učinci sportskih manifestacija veći od negativnih za 0,1901 te se u sljedećem koraku testira je li ta razlika statistički značajna.

Tablica 15. T-test o značajnosti razlike pozitivnih i negativnih društvenih učinaka

	Test Value = 0					
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
DR_RAZLIKA	2.360	103	.020	.19006	.0303	.3498

Izvor: Istraživanje autorice

Kao i kod prethodne hipoteze, zaključak se donosi na temelju usporedbe empirijske signifikantnosti s zabanom od 5%. Empirijska signifikantnost (α*) iznosi 2% i budući da vrijedi da je α* < α (2% < 5%) zaključuje se da je razlika između negativnih i potizivnih društvenih učinaka sportskih manifestacija statistički značajna. Odnosno, da su pozitivni društveni učinci sportskih manifestacija statistički značajno veći od negativnih.
Na temelju ovoga **pomoćna hipoteza H2 se prihvaća**.

H1.3. – Demografska obilježja ispitanika utječu na stavove lokalnih posjetitelja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija

Za razliku od prethodne dvije hipoteze, koje su se bavile isključivo prosječnom vrijednosti pozitivnih i negativnih ekonomskih i društvenih učinaka sportskih manifestacija, ova hipoteza se bavi utjecajem demografskih obilježja na stavove lokalnog stanovništva o učincima sportskih manifestacija. U sklopu ove hipoteze testirati će se utječu li spol, dob, stupanj obrazovanja, status, vrsta posla i bavljenje sportom na ocjenu ekonomskih i društvenih učinaka sportskih manifestacija.

- Testiranje utjecaja spola kao demografskog obilježja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija

Tablica 16. Prosječni rangovi ekonomskih učinaka prema spolu ispitanika

	Spol	N	Mean Rank	Sum of Ranks
EK_RAZLIKA	Muško	57	54.85	3126.50
	Žensko	47	47.65	2239.59
	Total	104		

Izvor: Istraživanje autorice

Prosječni rang ekonomskih učinaka za ispitanike muškog spola iznosi 54,85 dok za ispitanike ženskog spola iznosi 49,65. U sljedećem koraku je potrebno testirati je li ta razlika i statistički značajna.

Tablica 17. Mann-Whitney U-test o značajnosti razlike u rangovima ekonomskih učinaka prema spolu ispitanika

	EK_RAZLIKA
Mann-Whitney U	2265.500
Wilcoxon W	3433.500
Z	-2.876
Asymp. Sig. (2-tailed)	.031

a. Grouping Variable: Spol
Izvor: Istraživanje autorice

Budući da empirijska signifikantnost (α*) iznosi 3,1% i budući da vrijedi da je α* < α (3,1% < 5%) zaključuje se da postoji statistički značajna razlika u ocjeni ekonomskih učinaka sportskih manifestacija obzirom na spol ispitanika. Također, zaključuje se da ispitanici muškog spola davaju statistički značajno veću ocjenu ekonomskih učinaka sportskih manifestacija.

Tablica 18. Prosječni rangovi društvenih učinaka prema spolu ispitanika

	Spol	N	Mean Rank	Sum of Ranks
DR_RAZLIKA	Muško	57	36.48	2079.50
	Žensko	47	71.93	3380.50
	Total	104		

Izvor: Istraživanje autorice

Prosječni rang društvenih učinaka za ispitanike muškog spola iznosi 36,48 dok za ispitanike ženskog spola iznosi 71,93. U sljedećem koraku je potrebno testirati je li ta razlika i statistički značajna.

Tablica 19. Mann-Whitney U-test o značajnosti razlike u rangovima društvenih učinaka prema spolu ispitanika

	DR_RAZLIKA
Mann-Whitney U	426.500
Wilcoxon W	2079.500
Z	-5.970
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Grouping Variable: Spol
Izvor: Istraživanje autorice

Budući da empirijska signifikantnost (α*) teži u nula posto i budući da vrijedi da je α* < α (0% < 5%) zaključuje se da postoji statistički značajna razlika u ocjeni društvenih učinaka sportskih manifestacija obzirom na spol ispitanika. Također, zaključuje se da ispitanici ženskog spola davaju statistički značajno veću ocjenu društvenih učinaka sportskih manifestacija.

Budući da je i kod ekonomskih i društvenih učinaka sportskih manifestacija utvrđena značajna razlika obzirom na spol ispitanika, zaključuje se da spol, kao demografsko obilježje, značajno utječe na stavove lokalnih posjetitelja.

- Testiranje utjecaja dobi kao demografskog obilježja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija

Tablica 20. Prosječni rangovi ekonomskih učinaka prema dobi ispitanika

	Dob	N	Mean Rank
EK_RAZLIKA	Do 18 god	13	52.12
	19 - 29 god	54	56.59
	30 - 39 god	12	44.33
	40 - 59 god	18	45.39
	60 i više godina	7	53.93
	Total	104	

Izvor: Istraživanje autorice

U tablici su prikazani prosječni rangovi ocjena ekonomskih učinaka prema dobi ispitanika. Iz tablice je vidljivo kako postoje razlike u rangovima prema dobi ispitanika, te je u sljedećem koraku potrebno testirati značajnost razlike među istima.

Tablica 21. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima ekonomskih učinaka prema dobi ispitanika

	EK_RAZLIKA
Chi-Square	2.894
Df	4
Asymp. Sig.	.576

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Dob

Izvor: Istraživanje autorice

Zaključak se donosi na temelju empirijske signifikantnosti koja iznosi 57,6%. Budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (57,6% > 5%) zaključuje se da ne postoji značajna razlika u rangovima ekonomskih učinaka prema dobi ispitanika.

Tablica 22. Prosječni rangovi društvenih učinaka prema dobi ispitanika

	Dob	N	Mean Rank
DR_RAZLIKA	Do 18 god	13	92.65
	19 - 29 god	54	50.21
	30 - 39 god	12	35.46
	40 - 59 god	18	41.47
	60 i više godina	7	53.14
	Total	104	

Izvor: Istraživanje autorice

U tablici su prikazani prosječni rangovi ocjena društvenih učinaka prema dobi ispitanika. Iz tablice je vidljivo kako postoje razlike u rangovima prema dobi ispitanika, te je u sljedećem koraku potrebno testirati značajnost razlike među istima.

Tablica 23. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima društvenih učinaka prema dobi ispitanika

	DR_RAZLIKA
Chi-Square	29.650
Df	4
Asymp. Sig.	.000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Dob

Izvor: Istraživanje autorice

Zaključak se donosi na temelju empirijske signifikantnosti koja teži u 0%. Budući da vrijedi da je $\alpha^* < \alpha$ (0% < 5%) zaključuje se da postoji značajna razlika u rangovima društvenih učinaka prema dobi ispitanika, tj. zaključuje se da dob ispitanika djeluje statistički značajno na stavove lokalnih posjetitelja o društvenim učincima sportskih manifestacija.

- Testiranje utjecaja stručne spreme kao demografskog obilježja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija

Tablica 24. Prosječni rangovi ekonomskih učinaka prema stručnoj spremi ispitanika

	Strucna_sprema	N	Mean Rank
EK_RAZLIKA	NKV	5	45.50
	KV	8	52.19
	SSS	18	64.22
	VŠS	53	52.93
	VSS	20	42.68
	Total	104	

Izvor: Istraživanje autorice

U tablici su prikazani prosječni rangovi ocjena ekonomskih učinaka prema stupnju obrazovanja ispitanika. Iz tablice je vidljivo kako postoje razlike u rangovima prema stupnju obrazovanja ispitanika, te je u sljedećem koraku potrebno testirati značajnost razlike među istima.

Tablica 25. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima ekonomskih učinaka prema stručnoj spremi ispitanika

	EK_RAZLIKA
Chi-Square	5.125
Df	4
Asymp. Sig.	.275

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Strucna_sprema

Izvor: Istraživanje autorice

Zaključak se ponovno donosi na temelju empirijske signifikantnosti koja iznosi 27,5%. Budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (27,5% > 5%) zaključuje se da ne postoji značajna razlika u rangovima ekonomskih učinaka prema stupnju obrazovanja ispitanika.

Tablica 26. Prosječni rangovi društvenih učinaka prema stručnoj spremi ispitanika

	Strucna_sprema	N	Mean Rank
DR_RAZLIKA	NKV	5	68.00
	KV	8	56.00
	SSS	18	47.31
	VŠS	53	54.58
	VSS	20	46.38
	Total	104	

Izvor: Istraživanje autorice

U tablici su prikazani prosječni rangovi ocjena društvenih učinaka prema stupnju obrazovanja ispitanika. Iz tablice je vidljivo kako postoje razlike u rangovima prema stupnju obrazovanja ispitanika, te je u sljedećem koraku potrebno testirati značajnost razlike među istima.

Tablica 27. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima društvenih učinaka prema stručnoj spremi ispitanika

	DR_RAZLIKA
Chi-Square	3.046
Df	4
Asymp. Sig.	.550

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Strucna_sprema

Izvor: Istraživanje autorice

Zaključak se ponovno donosi na temelju empirijske signifikantnosti koja iznosi 55%. Budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (55% > 5%) zaključuje se da ne postoji značajna razlika u rangovima društvenih učinaka prema stupnju obrazovanja ispitanika.

- Testiranje utjecaja statusa ispitanika kao demografskog obilježja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija

Tablica 28. Prosječni rangovi ekonomskih učinaka prema statusu ispitanika

	Status	N	Mean Rank
EK_RAZLIKA	Student/ica ili ucenik/ica	4	48.88
	Zaposlen/a	63	56.62
	Nezaposlen/a	30	44.00
	U mirovini	7	53.93
	Total	104	

Izvor: Istraživanje autorice

U tablici su prikazani prosječni rangovi ocjena ekonomskih učinaka prema statusu ispitanika. Iz tablice je vidljivo kako postoje razlike u rangovima prema statusu ispitanika, te je u sljedećem koraku potrebno testirati značajnost razlike među istima.

Tablica 29. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima ekonomskih učinaka prema statusu ispitanika

	EK_RAZLIKA
Chi-Square	3.633
Df	3
Asymp. Sig.	.304

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Status

Izvor: Istraživanje autorice

Budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (30,4% > 5%) zaključuje se da ne postoji značajna razlika u rangovima ekonomskih učinaka prema statusu ispitanika.

Tablica 30. Prosječni rangovi društvenih učinaka prema statusu ispitanika

	Status	N	Mean Rank
DR_RAZLIKA	Student/ica ili ucenik/ica	4	83.63
	Zaposlen/a	63	50.43
	Nezaposlen/a	30	52.55
	U mirovini	7	53.14
	Total	104	

Izvor: Istraživanje autorice

U tablici su prikazani prosječni rangovi ocjena društvenih učinaka prema statusu ispitanika. Iz tablice je vidljivo kako postoje razlike u rangovima prema statusu ispitanika, te je u sljedećem koraku potrebno testirati značajnost razlike među istima.

Tablica 31. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima društvenih učinaka prema statusu ispitanika

	DR_RAZLIKA
Chi-Square	4.569
Df	3
Asymp. Sig.	.206

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Status

Izvor: Istraživanje autorice

Budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (20,6% > 5%) zaključuje se da ne postoji značajna razlika u rangovima društvenih učinaka prema statusu ispitanika.

- Testiranje utjecaja vrste posla kao demografskog obilježja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija

Tablica 32. Prosječni rangovi ekonomskih učinaka prema vrsti posla ispitanika

	Rad_u_turizmu	N	Mean Rank
EK_RAZLIKA	Da	28	51.75
	Radim, ali ne u turizmu	48	52.73
	Nisam zaposlen/a	28	52.86
	Total	104	

Izvor: Istraživanje autorice

Promatrana tablica prikazuje prosječne rangove ekonomskih učinaka prema vrsti posla ispitanika. Iako postoje razlike između pojedinih vrsta poslova, potrebno je provesti dodatno testiranje o značajnosti razlike.

Tablica 33. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima ekonomskih učinaka prema vrsti posla ispitanika

	EK_RAZLIKA
Chi-Square	.024
Df	2
Asymp. Sig.	.988

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Rad_u_turizmu

Izvor: Istraživanje autorice

Budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (98,8% > 5%) zaključuje se da ne postoji značajna razlika u rangovima ekonomskih učinaka prema vrsti posla ispitanika.

Tablica 34. Prosječni rangovi društvenih učinaka prema vrsti posla ispitanika

	Rad_u_turizmu	N	Mean Rank
DR_RAZLIKA	Da	28	64.54
	Radim, ali ne u turizmu	48	52.75
	Nisam zaposlen/a	28	40.04
	Total	104	

Izvor: Istraživanje autorice

Promatrana tablica prikazuje prosječne rangove ocjena društvenih učinaka prema vrsti posla ispitanika. Iz tablice je vidljivo kako postoje razlike u rangovima prema statusu ispitanika, te je u sljedećem koraku potrebno testirati značajnost razlike među istima.

Tablica 35. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima društvenih učinaka prema vrsti posla ispitanika

	DR_RAZLIKA
Chi-Square	9.262
Df	2
Asymp. Sig.	.010

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Rad_u_turizmu

Izvor: Istraživanje autorice

Budući da vrijedi da je α* < α (1% < 5%) zaključuje se da postoji značajna razlika u rangovima društvenih učinaka prema vrsti posla ispitanika, tj. da vrsta posla djeluje statistički značajno na stavove lokalnih posjetitelja o društvenim učincima sportskih manifestacija.

- Testiranje utjecaja stupnja bavljenja sportom kao demografskog obilježja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija

Tablica 36. Prosječni rangovi ekonomskih učinaka prema stupnju bavljenja sportom ispitanika

	Bavljenje_sportom	N	Mean Rank
EK_RAZLIKA	Da, profesionalno	3	51.33
	Da, rekreativno	33	51.76
	Ne	68	52.91
	Total	104	

Izvor: Istraživanje autorice

Promatrana tablica prikazuje prosječne rangove ocjena ekonomskih učinaka prema stupnju bavljenja sportom ispitanika. Iz tablice je vidljivo kako postoje razlike u rangovima prema stupnju bavljenja sportom, te je u sljedećem koraku potrebno testirati značajnost razlike među istima.

Tablica 37. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima ekonomskih učinaka prema stupnju bavljenja sportom ispitanika

	EK_RAZLIKA
Chi-Square	.037
Df	2
Asymp. Sig.	.982

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Bavljenje_sportom

Izvor: Istraživanje autorice

Budući da vrijedi da je α* > α (98,2% > 5%) zaključuje se da ne postoji značajna razlika u rangovima ekonomskih učinaka prema stupnju bavljena sportom ispitanika.

Tablica 38. Prosječni rangovi društvenih učinaka prema stupnju bavljenja sportom ispitanika

	Bavljenje_sportom	N	Mean Rank
DR_RAZLIKA	Da, profesionalno	3	81.67
	Da, rekreativno	33	71.73
	Ne	68	41.88
	Total	104	

Izvor: Istraživanje autorice

U promatranoj tablici prikazani su prosječni rangovi ocjena društvenih učinaka prema stupnju bavljenja sportom ispitanika. Iz tablice je vidljivo kako postoje razlike u rangovima prema stupnju bavljenja sportom, te je u sljedećem koraku potrebno testirati značajnost razlike među istima.

Tablica 39. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima društvenih učinaka prema stupnju bavljenja sportom

Test Statistics[a,b]

	DR_RAZLIKA
Chi-Square	24.692
Df	2
Asymp. Sig.	.000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Bavljenje_sportom

Izvor: Istraživanje autorice

Budući da vrijedi da je $\alpha^* < \alpha$ (0% < 5%) zaključuje se da postoji značajna razlika u rangovima društvenih učinaka prema stupnju bavljenja sportom, tj. da stupanj bavljenja sportom djeluje statistički značajno na stavove lokalnih posjetitelja o društvenim učincima sportskih manifestacija.

Tablica 40. Empirijske signifikantnosti utjecaja demografskih obilježja na stavove lokalnih posjetitelja o ekonomskih i društvenim učincima sportskih manifestacija

Demografsko obilježje/ Vrsta učinka	**Ekonomski učinci**	**Društveni učinci**
Spol	**3,1 %**	**≈ 0 %**
Dob	**57,6 %**	**≈ 0 %**
Stupanj obrazovanja	**27,5 %**	**55 %**
Status	**30,4 %**	**20,6 %**
Vrsta posla	**98,8 %**	**1 %**
Stupanj bavljenja sportom	**98,2 %**	**≈ 0 %**

Izvor: Istraživanje autorice

Nakon provedenih testiranja napravljena je tablica 39. koja sumirano prikazuje empirijske signifikantnosti svih testiranja provedenih kod testiranja ove hipoteze.

Iz tablice je vidljivo da je spol jedino demografsko obilježje koje utječe na stavove lokalnih posjetitelja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija.

Te je to ujedno i jedino demografsko obilježje koje značajno utječe na stavove lokalnih posjetitelja o ekonomskim učincima.

Kada se promatraju društveni učinci sportskih manifestacija, vidljivo je da, osim spola, dob, vrsta posla i stupanj bavljenja sportom utječu na stavove lokalnih posjetitelja.

Stoga se **pomoćna hipoteza H1.3. djelomično prihvaća**. Naime, prihvaća se da demografska obilježja utječu na stavove lokalnih posjetitelja o društvenim učincima, ali odbacuje se hipoteza da demografska obilježja utječu na stavove lokalnih posjetitelja o ekonomskim učincima sportskih manifestacija.

Budući da su se prihvaćene pomoćne hipoteze H1.1. (stavovi lokalnih posjetitelja o ekonomskim učincima sportskih manifestacija su pretežno pozitivni) i H1.2. (stavovi lokalnih posjetitelja o društvenim učincima sportskih manifestacija su pretežno pozitivni) dok je pomoćna hipoteza H1.3. (demografska obilježja ispitanika utječu na stavove lokalnih posjetitelja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija) djelomično

prihvaćena, **glavna hipoteza H1** (stavovi lokalnih posjetitelja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija su pretežno pozitivni) **se prihvaća**.

5.4. Ograničenja istraživanja

Glavno ograničenje istraživanja je nezainteresiranost posjetitelja za popunjavanje anketnog upitnika. Posjetitelji manifestacije su s oklijevanjem pristupali istraživanju. Mogući razlozi toga su: nedostatak vremena ili visoke temperature.

Također, budući da je istraživanje provodila samo autorica, postoji mogućnost da svi relevantni segmenti nisu jednako zastupljeni, te još postoji i mogućnost da ispitanici nisu davali iskrene odgovore, jednako kao i da su preuvečavali određene dojmove, no ta ograničenja se vežu za veliku većinu istraživanja, te se ona ne odnose na relevantnost istraživačkih hipoteza.

6. Zaključak

Prateći povijest razvoja turizma, može se uočiti da je turizam nastao zahvaljujući manifestacijama u većem dijelu, zbog toga što su ljudi počeli putovati radi posjete određenim manifestacijama (posjet svetištima, Olimpijskim igrama u staroj Grčkoj i sl.).

Kako je kroz povijest tekao razvoj turizma, na taj način razvijale su se i manifestacije odnosno manifestacijski turizam. Od vjerskih i sportskih razvile su se glazbene manifestacije, manifestacije hrane i pića, povijesti i manifestacije sličnih konotacija. U početku su sve manifestacije bile male i posjećene od malog broja ljudi, no kasnije kada su ljudi prepoznali pojedine manifestacije, kada su spomenute manifestacije ostvarile dobre utiske i dojmove kod ljudi, naravno uz dodatnu promociju i ulaganja, tada su te manifestacije počeli posjećivati veliki broj ljudi, te su one iz malih prerasle u velike, značajne i svjetske manifestacije.

Kako je razvoj manifestacija tekao u svijetu, tako su se manifestacije razvijale i u Hrvatskoj. Manifestacije koje su se od početka organizirale za zadovoljstvo i zabavu lokalnog stanovništva, prerasle au u značajne događaje za pojedina manja mjesta, koja su profitirala od

veće posjećenosti turista, a samim tim i veće zarade. Počeo se razvijati turizam u manje razvijenim mjestima, otvarale su se trgovine, ugostiteljske radnje, hoteli i slični objekti koji su doprinijeli ukupnom razvoju i napretku turizma nekog manjeg mjesta. Mnoga turistička mjesta u Splitsko-dalmatinskoj županiji poput Omiša, Žrnovnice, Podstrane, Splita i sličnih mjesta, su se razvila, naravno uz svoju bogatu povijest i kulturnu baštinu, upravo zbog dobro organiziranih i dobro osmišljenih manifestacija.

Split, drugi grad po veličini u Republici Hrvatskoj, hrvatski turistički biser, jedan od najposjećenijih gradova u državi po broju turista, može se nazvati pravi manifestacijski grad. Split obiluje raznim vrstama manifestacija, od glazbenih, povijesnih, manifestacija hrane i pića, sportskih itd. Zadnja spomenuta vrsta manifestacija, sportske manifestacije, su specifične za grad Split, kojeg se još i naziva „najsportskijim gradom" u Republici Hrvatskoj. Među brojnim sportskim manifestacijama, jedna koja je dokazano posebna i koja je pokazala da puno znači gradu Splitu u njegovom razvoju je i manifestacija Regata sv. Duje.

Koliko je spomenuta manifestacija posebna pokazuje i prethodno istraživanje, koje je nedvojbeno utvrdilo veliku važnost za turizam grada Splita. Grad Split mora prepoznati važnost ove i sličnih manifestacija, te dodatnim ulaganjem u njihovu promidžbu i razvoj istih može profitirati na segmentu posjećenosti turista gradu i u segmentu dodatne zarade za grad, a samim tim to znači i porast blagostanja svih njegovih građana.

Što se tiče samog empirijskog dijela rada, glavni cilj istraživanja je bio istražiti učinke održavanja sportskih manifestacija na lokalnu zajednicu i njen turistički razvoj. Učinci su razdijeljeni na ekonomske i društvene, te je istraživanjem dokazano da su stavovi lokalnih posjetitelja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija pretežno pozitivni. Dodatno, u istraživanju su se razmatrali i utjecaji demografskih obilježja ispitanika na stavove lokalnih posjetitelja, te je zaključeno kako demografska obilježja utječu pretežno na ocjenu društvenih učinaka, ali ne i ekonomskih.

Budući da su se prihvaćene pomoćne hipoteze H1.1. (stavovi lokalnih posjetitelja o ekonomskim učincima sportskih manifestacija su pretežno pozitivni) i H1.2. (stavovi lokalnih posjetitelja o društvenim učincima sportskih manifestacija su pretežno pozitivni) dok je pomoćna hipoteza H1.3. (demografska obilježja ispitanika utječu na stavove lokalnih posjetitelja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija) djelomično prihvaćena, glavna hipoteza H1 (stavovi lokalnih posjetitelja o ekonomskim i društvenim učincima sportskih manifestacija su pretežno pozitivni) se također prihvatila.

7. Literatura

Knjige, članci i studije:

1.) Allen, J., i dr. (2006): „Events Management“, 2nd Edition, Butterworth-Heinemann

2.) Allen, J. i dr.(2009) Festival and Special event management, 4th Edition, Wiley, Milton Qld.

3.) Allen, J. (2005) The Impacts of Events, Proceedings of International Event Research Conference held in Sydney, Australian Cnetre for Event Management, Lindfield, Australia

4.) Beech J. G., Chadwick S. (2010): Marketing of Sports, Pearson

5.) Bjeljac Ž., (2006): „Teorijsko metodoloske osnove manifestacionog turizma“, Srpska akademija znanosti i umjetnosti, Beograd

6.) Bodin R.,(2007): Učinci televizije i sponzorstva na sport.

7.) Chalip, L. (2006) Towards social leverage of sport events, Sport & Tourism, Vol 11., Austin, Texas.

8.) Ciampicacigli, R., Maresca, S. (2014): The Metalanguages between Sport and Tourism, Emerging Issues in management, no.2, Italy.

9.) Douglas N., i dr. (2002): „Special interest tourism“, Wiley, New York

10.) Dulčić, A. (2002): Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, Sveučilište u Splitu, Split

11.) Getz D.(1991) Festivals, special events and tourism, prema:Delemare T., Wankel L, Hinch T, (2001) Development of a scale to measure residents attitudes toward the social impacts of community of festivals, Part I, Event management, vol.7.

12.) Geić, S. (2011): „Menadžment selektivnih oblika turizma“, Sveučilište u Splitu, Split

13.) Getz, D. (2008): „Event tourism: Definition, evolution, and research“, Tourism Management 29.

14.) Gezt, D. (2007): „Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned events“, Butterworth-Heinemann, First edition.

15.) Higham J., Hinch T. (2011): Sport Tourism Development, 2nd Edition, Channel View Publications, Bristol

16.) Jadrešić, V.: (2001): „Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni“, Zagreb: Školska knjiga

17.) Luković, T. (2008): „Selektivni turizam, hir ili znanstveno-istraživačka potreba“, Acta Turistica Nova, Zagreb
18.) Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2017): „Turizam u brojkama 2016.“, Zagreb
19.) Mullin, B.J., Hardy, S., & Sutton, W.A., (2007): „Sport Marketing“, (3rd ed.), Human Kinetics, Leeds.
20.) Nys (2003), podaci izvješća Europske komisije (DGX, 1998.).
21.) Petrić L. (2006): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split
22. Petrić, L. (2011) Upravljanje turističkom destinacijom – Načela i praksa, Sveučilište u Splitu, Split, Ekonomski fakultet Split.
23.) Pivčević, S., skripta, Upravljanje manifestacijama, manifestacijski turizam i teorija manifestacija, Ekonomski fakultet u Splitu, 2011/2012.
24.) 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
25.) Sindik, J., (2013): „Motivacija za sportski turizam kod promatrača i natjecatelja Svjetskog prvenstva u jedrenju na dasci klasa Formula u Vignju“, znanstveni rad, Zagreb
26.) Ujević, M. (2016): „Utjecaj održavanja sportskih manifestacija na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bola na otoku Braču“, diplomski rad, Split
27.) Van Der Wagen, L., Carlos, B., (2008); „Event Management – upravljanje događanjima, za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja“, Mate d.o.o, Zagreb
28.) Weed, M. & Bull, C. (2004): „Sport Tourism: Participants, Policy and Providers“, Elsevier Publishing, Burlington.
29.) Zelenika, R. (2000): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Rijeka

Web izvori:

1.) Delemare T. (1999) Developmentof a scale to measure local resident perceptions of the social impacts of community festivals, Acadia University, [Internet], rapoloživo na: http://lin.ca/sites/default/files/attachments/CCLR9_11.pdf [Pristup: 14.02.2017.]
2.) Fredline L., Deery M.,Jago L.,(2006): Host community perceptions of the impact of events, Sustainable tourism CRC, National Library of Australia, str.11, [Internet] raspoloživo na :

http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/bookshop/fredline_comparevicevents.pdf [Pristup: 15.02.2017.]

3.) Kesar, O. (2013): „Manifestacijski turizam“, pisani materijali, dostupni na: http://web.efzg.hr/dok/TUR/Web_Manifestacijski%20turizam.pdf [Pristup: 29.06.2017.]

4.) Kesar, O. (2013): „Sportski turizam“, nastavni materijali, Sveučilište u Zagrebu, dostupno na URL: http://web.efzg.hr/dok/TUR/Web_Sportski%20turizam.pdf [Pristup: 29.06.2017.]

5.) Škorić, S. i Bartoluci, M.: „Značaj stručnjaka sportske rekreacije u turizmu“, stručni radovi izvan teme, dostupno na URL: http://www.hrks.hr/skole/19_ljetna_skola/89-Skoric.pdf [Pristup: 01.07.2017.]

6.) Turističke manifestacije kao faktor razvoja turizma, dostupno na: http://www.rpkpancevo.com/akti/TEMA-Manifestacije.pdf [Pristup: 19.07.2017.]

7.) https://hr.wikipedia.org/wiki/Formula_1 [Pristup: 19.07.2017.]

8.) https://hr.wikipedia.org/wiki/Svjetsko_prvenstvo_u_nogometu [Pristup: 19.07.2017.]

9.) https://hr.wikipedia.org/wiki/Svjetsko_prvenstvo_u_rukometu_-_Hrvatska_2009 [Pristup: 19.07.2017.]

10.) http://hsi-cwg.com/2017/06/02/iv-hrvatske-svjetske-igre-najvece-igre-do-sada/ [Pristup 19.07.2017.]

11.) http://www.mint.hr/default.aspx?ID=41563 [Pristup 19.07.2017.]

12.) http://www.regata-svetiduje.com/index.php/en/ [Pristup 29.06.2017.]

13.) http://www.sportadvisory.com/blog/2016/02/08/sports-tourism-what-it-_is-and-why-its-important/ [Pristup 22.03.2017.]

14.) http://www.tourofcroatia.com/utrka [Pristup 19.07.2017.]

Sažetak

Turizam je jedna od industrija koja u zadnjim desetljećima bilježi najveći i najkonzistentniji rast. Jedan od razloga tog rasta su manifestacija, osobitno sportske manifestacije. Uspješnost sportskih manifestacija uvelike ovisi o prihvaćanju istih od strane lokalnog stanovništva, te je bitno da one budu bliske njima. Stoga se u ovom radu istražuje percepcija lokalnog stanovništva o učincima sportskih manifestacija, konkretno, o učincima sportske manifestacija Regata svetog Dujma u kojem isključivo lokalni posjetitelji čine uzorak istraživanja.

U radu se istražuju ekonomski i društveni utjecaji navedene sportske manifestacije, ti utjecaji mogu biti pozitivni i negativni. Također, istražuje se utječu li demografska obilježja ispitanika, tj. lokalnih posjetitelja na stavove o ekonomskim i društvenim učincima.

Nakon provedenog istraživanja zaključuje se da su stavovi lokalnih posjetitelja o ekonomskim i društvenim učincima sportske manifestacije Regata svetog Dujma pozitivni jer su ispitanici dali više ocjene pozitvnim učincima nego negativnim. Dok demografska obilježja ispitanika utječu na ocjene društvenih učinaka, ali ne i na ocjene ekonomskih učinaka.

Ključne riječi: Turizam, sportske manifestacije, učinci manifestacija

Summary

Tourism is one of the industries that has recorded the largest and most consistent growth in the last decades. One of the reasons for this growth are events, especially sporting sport ones. The success of sport events largely depends on acceptance by the local population, and it is important that they are close to them. Therefore, this paper explores the perception of the local population on the effects of sport events, specifically on the effects of the sporting event rowing Regatta "Sveti Duje", where the research sample is made of only local visitors.

This paper explores the economic and social impacts of the aforementioned sporting event whose influences can be both positive and negative. Furthermore, it also explores whether the demographic characteristics of respondents, ie local visitors are influencing the attitudes about economic and social impacts.

After the survey, it is concluded that the attitudes of the local visitors about the economic and social effects of the sport event are positive because the respondents gave highere ratings to positive effects than negative ones. While the demographic characteristics of respondents influence the assessment of social impacts, but not the economic impact assessments.

Keywords: Tourism, sport events, event impacts

Prilog

Poštovani, molim Vas da izdvojite nekoliko minuta svoga vremena i popunite ovaj upitnik koji se provodi za potrebe pisanja diplomskog rada na Ekonomskom fakultetu u Splitu. Anketni upitnik je u potpunosti anoniman, te će se podatci koristiti isključivo u gore navedenu svrhu.

Unaprijed zahvaljujem na uloženom vremenu i trudu.

Anja Mikulić

---

1. Spol:

a) Muško b) Žensko

2. Dob:

a) do 18 godina
b) 19 – 29 godina
c) 30 - 39 godina
d) 40 – 59 godina
e) više od 60 godina

3. Stručna sprema:

a) NKV
b) KV
c) SSS
d) VŠS
e) VSS

4. Označite Vas status:

a) Student/ica ili učenik/ica
b) Zaposlen/a
c) Nezasposlen/a
d) U mirovini

5. Jeste li zaposleni u turizmu?

a) Da
b) Radim, ali ne u turizmu
c) Nisam zaposlen/a

6. Bavite li se sportom?

a) Da, profesionalno
b) Da, amaterski
c) Ne

7. Posjećujete li manifestaciju „Regata sv. Duje“ u Splitu u posljednje 3 godine uključujući i ovu zadnju?

a) DA b) NE

AKO STE ODGOVORILI <u>DA</u> NA 7.PITANJE, NASTAVITE ISPUNJAVATI UPITNIK REDOM.
AKO STE ODGOVORILI <u>NE</u>, ZA VAS ANKETA OVDJE ZAVRŠAVA.

8. Molim ocijenite Vaše slaganje sa sljedećim tvrdnjama rabeći ljestvicu u rasponu od <u>1 (uopće se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem)</u>

Održavanje manifestacije „Regata sv. Duje“ doprinosi:	**Uopće se ne slažem**				**U potpunosti se slažem**
Povećanju ukupnih turističkih prihoda	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Povećanju broja radnih mjesta	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Promociji grada Splita	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Potiče izgradnju infrastrukture	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Povećava broj manifestacija zabavnog karaktera	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Pridonosi posjećenosti Splita	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Stvaranju većih količina smeća i otpada	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Onečišćavanju prirode i krajolika	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Smanjenju turističkih prihoda	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Smanjenju zaposlenosti	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Povećanje kriminala	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Stvaranju zajedništva	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Osjećaju ponosa	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Potiče socijalizaciju i druženje	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Jačanju identiteta	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Upoznavanju nečeg novog, nedoživljenog	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Lokalno stanovništvo izbjegava ovu	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**

manifestaciju					
Povećanju krađa i sukoba	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Povećava gužvu i buku	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Gubljenju kulturnog identiteta	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Ometa uobičajeni način života	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Manifestacija „Regata sv. Duje“ podiže svijest o važnosti i vrijednosti lokaliteta na kojima se održava	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Odvijanje manifestacije „Regata sv. Duje“ pozitivno utječe na imidž grada Splita.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**

POPIS TABLICA

Tablica 1. Podjela učinaka prema Allenu 22
Tablica 2. Ispitanici prema spolu 32
Tablica 3. Ispitanici prema dobi....33
Tablica 4. Ispitanici prema stručnoj spremi 34
Tablica 5. Ispitanici prema statusu....35
Tablica 6. Ispitanici prema vrsti posla 36
Tablica 7. Ispitanici prema stupnju bavljenja sportom 37
Tablica 8. Ispitanici prema posjećivanju manifestacija u posljednje tri godine 38
Tablica 9. Prosječne ocjene slaganja s tvrdnjama....39
Tablica 10. Prosječne vrijednosti pozitivnih i negativnih ekonomskih učinaka....42
Tablica 11. Prosječne vrijednosti pozitivni i negativnih društvenih učinaka 42
Tablica 12. Razlika pozitivnih i negativnih ekonomskih učinaka 43
Tablica 13. T-test o značajnosti razlike pozitivnih i negativnih ekonomskih učinaka 44
Tablica 14. Razlika pozitivnih i negativnih društvenih učinaka....44
Tablica 15. T-test o značajnosti razlike pozitivnih i negativnih društvenih učinaka....45
Tablica 16. Prosječni rangovi ekonomskih učinaka prema spolu ispitanika 45
Tablica 17. Mann-Whitney U-test o značajnosti razlike u rangovima ekonomskih učinaka prema spolu ispitanika 46

Tablica 18. Prosječni rangovi društvenih učinaka prema spolu ispitanika 46
Tablica 19. Mann-Whitney U-test o značajnosti razlike u rangovima društvenih učinaka prema spolu ispitanika 47
Tablica 20. Prosječni rangovi ekonomskih učinaka prema dobi ispitanika 47
Tablica 21. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima ekonomskih učinaka prema dobi ispitanika 48
Tablica 22. Prosječni rangovi društvenih učinaka prema dobi ispitanika 48
Tablica 23. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima društvenih učinaka prema dobi ispitanika 48
Tablica 24. Prosječni rangovi ekonomskih učinaka prema stručnoj spremi ispitanika 49
Tablica 25. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima ekonomskih učinaka prema stručnoj spremi ispitanika 49
Tablica 26. Prosječni rangovi društvenih učinaka prema stručnoj spremi ispitanika 50
Tablica 27. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima društvenih učinaka prema stručnoj spremi ispitanika 50
Tablica 28. Prosječni rangovi ekonomskih učinaka prema statusu ispitanika 51
Tablica 29. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima ekonomskih učinaka prema statusu ispitanika 51
Tablica 30. Prosječni rangovi društvenih učinaka prema statusu ispitanika 51
Tablica 31. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima društvenih učinaka prema statusu ispitanika 52
Tablica 32. Prosječni rangovi ekonomskih učinaka prema vrsti posla ispitanika 52
Tablica 33. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima ekonomskih učinaka prema vrsti posla ispitanika 53
Tablica 34. Prosječni rangovi društvenih učinaka prema vrsti posla ispitanika 53
Tablica 35. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima društvenih učinaka prema vrsti posla ispitanika 53
Tablica 36. Prosječni rangovi ekonomskih učinaka prema stupnju bavljenja sportom ispitanika 54
Tablica 37. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima ekonomskih učinaka prema stupnju bavljenja sportom ispitanika 54
Tablica 38. Prosječni rangovi društvenih učinaka prema stupnju bavljenja sportom ispitanika 55

Tablica 39. Kruskal-Wallis test o značajnosti razlike u rangovima društvenih učinaka prema stupnju bavljenja sportom 55
Tablica 40. Empirijske signifikantnosti utjecaja demografskih obilježja na stavove lokalnih posjetitelja o ekonomskih i društvenim učincima sportskih manifestacija 56

POPIS SLIKA

Slika 1. Model korišten u istraživanju 7
Slika 2. Manifestacije 19
Slika 3. Rimski amfiteatar 20
Slika 4. Ispitanici prema spolu 33
Slika 5. Ispitanici prema dobi 34
Slika 6. Ispitanici prema stručnoj spremi 35
Slika 7. Ispitanici prema statusu 36
Slika 8. Ispitanici prema vrsti posla koji obavljaju 37
Slika 9. Ispitanici prema stupnju bavljenja sportom 38
Slika 10. Ispitanici prema posjećivanju manifestacije u posljednje tri godine 39