

Interes turista za sportske aktivnosti tijekom odmora

Javorčić, Luka

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:221:022340>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-18**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Kinesiology, University of Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



SVEUČILIŠTE U SPLITU
KINEZIOLOŠKI FAKULTET

INTERES TURISTA ZA SPORTSKE
AKTIVNOSTI TIJEKOM ODMORA

MAGISTARSKI RAD

Student:

Luka Javorčić, bacc.cin.

Mentor:

Dr. sc. Mia Perić, doc.

Split, 2019.

SAŽETAK

Split je poznata sportska metropola Hrvatske, dok je kao turistička destinacija jedna od najvažnijih i najposjećenijih u našoj državi. Cilj ovog istraživanja bio je utvrditi koliko se stranih turista, koji borave u Splitu od jednog, dva ili više dana, do čak trideset, se bave sportskim aktivnostima. Podcilj je bio doznati primjedbe turista na sportsko rekreativne ponude. Grafičkim prikazima i analizom odgovora ispitanih turista primjetno je da oni ispitanici koji su obrazovaniji, veliku pozornost posvećuju fizičkim aktivnostima bilo da se rekreativno bave nekim sportom, omiljenim po vlastitom izboru, bilo da se zadovoljavaju izletima u prirodu ili se posvećuju raznim vidovima vježbanja. Obzirom da su rekreativne aktivnosti s ponudom u porastu, za razliku od sportskih, potrebno je plansko ulaganje i u sportske sadržaje kako bi turistima omogućili bogatiju ponudu te aktivniji i zdraviji odmor.

Ključne riječi: rekreativne aktivnosti, sportske aktivnosti, interes turista

ABSTRACT

Split is a well known Croatian sports metropolis as well as one of the most visited and important touristic destinations in our country. Goal of this research was to determinate how much foreign tourists, who stay in Split for one, two or even more days to even 30 days are gonna engage in sports activities. Subgoal was to find out tourist observations in sports and recreation offers. Trough graphical representation and analysis of responses from questioned tourists its notable that the ones who are more educated are more devoted to physical activities, wheter it will be in recreational sports, favoured by their choice, wheter they enjoy trips in nature or they devote themselves in various types of excercising. Considering that offers from recreational acitivities are increasing unlike sport offers, it is required to make plan investment in sport facilities so we can offer tourists more wider options and more active and healthier holidays.

Key words: recreational acitivites, sports activities, tourist interest

Sadržaj

1. UVOD.....	1
2. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA.....	4
3. CILJ RADA.....	6
4. HIPOTEZE.	7
5. METODE RADA.....	8
5.1. Uzorak ispitanika.....	8
5.2. Metode obrade podataka.....	8
6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....	9
7. RASPRAVA.....	19
8. ZAKLJUČAK.....	23
9. LITERATURA.....	24
10. ŽIVOTOPIS.....	25

1. UVOD

Sport je svjetski fenomen obzirom da ne postoji baš niti jedna društvena aktivnost koja izaziva toliko pozornosti u svijetu. Najbolji dokaz su svjetske sportske smotre kao što su Olimpijske igre, svjetska i europska prvenstva u atletici, nogometu, košarci i drugim sportovima, koja se prate globalno. Sport, onaj natjecateljski nije dostupan svima, pa se najčešće svodi na rekreacijske izvedbe. Trendovi u svijetu, posebno u bolje razvijenim državama, gdje su standardi života na višoj razini, potiču, pa i izazivaju ljude da u svojem slobodnom vremenu, umjesto pasivnog držanja, posvete se sportu, onoliko koliko im dozvoljavaju dobne i zdravstvene prilike. Otud i golemi interes turista za bavljenje sportom i rekreacijom.

Turizam je za Hrvatsku jedna od najvažnijih grana gospodarstva, ako ne i najvažnija obzirom na doprinos u BDP-u, to jest na račun udjela u nacionalnom proizvodu kako je naglašeno u dokumentima hrvatske turističke zajednice još 2017 (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018). Uslijed razvoja turizma posljednjih godina dolazi do sve većeg zapošljavanja u subjektima turističkog gospodarstva, bilo stalno, odnosno tijekom ljetne sezone i privremeno zaposlenih. Pritom je važno napomenuti da zbog povoljnog geografskog položaja Hrvatske u Europi, kao u uslijed razvoja turizma, dolazi i do velikog utjecaja i na druge grane gospodarstva. Ako zemlja ima predispozicije za razvoj turizma, odnosno dovoljno veliku ponudu koja će utjecati na stvaranje potražnje za tom turističkom destinacijom, tada bi ona trebala ulagati u to da privuče turiste. (Novak 2015).

U prošlim vremenima posjetiteljima naše zemlje, posebno priobalnog područja i otočja turisti su se uglavnom zadovoljavali prirodnim resursima kao što su kvalitete mora i zraka, kao i ljepotama našeg primorja, naročito prirodnim raznolikostima. Međutim, razvojem turizma kod nas, točnije njegovim širenjem zahtjeva turista postalo je evidentno da te komponente kao što su čisto more, broj sunčanih dana, solidan smještaj i ljepota obale nisu dovoljne, pa su se tako gostima počeli nuditi brojni drugi sadržaji. Oni su tako obasuti raznim ponudama kako bi im boravak na našoj obali i otocima služio ne samo kao uobičajeni odmor od svojih radnih aktivnosti i obveza nego im bio zanimljiviji, raznovrsniji.

Mnogi naši gosti u svojim državama imaju uobičajene aktivnosti, pa tako i na području bavljenja sportom, bilo to onog u masovnom smislu, to jest rekreativnog ili onog kvalitetnijeg, natjecateljskog. Prema istraživanjima provedenim u Europskoj komisiji, još 2004. godine, utvrđeni su parametri koliko se građana pojedinih država bavi sportom, to jest povremenim ili stalnim sportskim aktivnostima. Tako je na uzorku od 24.791 ispitanika u zemljama Europske unije u to vrijeme su utvrđene slijedeće činjenice:

*38 % građana bavi se sportom barem jednom tjedno i to u Finskoj 76%, u Švedskoj 72%, te Danskoj 60%;

*21 % građana upražnjava sportske aktivnosti jednom do dva puta tjedno i to u Nizozemskoj 35%, Švedskoj i Danskoj po 32%, te Finskoj 31%;

*17 % građana u državama Europske unije bavi se sportskim aktivnostima tri ili više puta tjedno i to u Finskoj 45%, Švedskoj 40%, Danskoj 28 %;

*11 % stanovnika država EU sportom se bave jednom do tri puta mjesečno;

*53 % građana u pojedinim državama rijetko ili čak nikada se bave sportskim aktivnostima i to Portugalu 73%, Grčkoj 68%, te u Italiji 61 %. (European commission 2004).

Prema tim istraživanjima razvidno je da se turisti koji dolaze u Hrvatsku, posebno oni iz država sjeverne Europe imaju potrebe baviti se sportom, tako da oni traže, pa i inzistiraju na fizičkim aktivnostima i to raznolikih, u kojoj posebnu kvalitetu predstavljaju na bavljenjem aktivnosti u prirodi. Tako su naši turistički djelatnici dobili prave inpute kako i na koji način boravak stranih turista, što se tiče sportskih aktivnosti učiniti zanimljivijim, to jest imaju usmjerenje u kojem pravcu trebaju raditi i obogatiti ponudu.

Države za koje se kaže da su turističke meke, odnosno da su turistički razvijenije od Hrvatske itekako mnogo više pozornosti polažu na raznovrsnost ponuda, pogotovo sportskih aktivnosti. Primarni učinak je zadovoljstvo gostiju, koji zbog takvog dojma, takvog osjećaja, to da su zadovoljene njihove potrebe ili ambicije, rezultiraju u dva smjera: prvo gosti se s radošću vraćaju na takve destinacije i drugo, oni šire spoznaju o svojem zadovoljstvu, postaju promotori određenih destinacija. Već je poznato da je

„zadovoljstvo korisnika mjera, koja se koristi pri određivanju zaključka o tome na koji način završni proizvod odgovara na zahtjeve i potrebe određene skupine korisnika“ (Hill, Alexander, 2003). Zadovoljstvo korisnika usluga, odnosno ponude može se definirati i na drugi način i to kao „rezultat usporedbe očekivanja korisnika/potrošača i stvarne percepcije atributa završnog proizvoda“, pa tako „zadovoljstvo nastupa kada očekivanja budu premašena ili kada budu zadovoljena“ (Crompton, Love, 1995. citirano prema Nowacki, 2013).

U svim aktivnostima vrlo su važne promotivne akcije u kojima se kao akteri javljaju turisti sa svojim doživljajem boravka u određenoj sredini, ali i takvi promotivni istupi poznatih osoba, u našem slučaju renomiranih hrvatskih sportaša.

Split je sve više postaje konačna destinacija stranih turista, tako je pravilo da se gosti sve duže zadržavaju u Splitu, bilo da u startu imaju takve namjere, bilo da se na produženi boravak odlučuju u trenutku kad shvate o kakvom se gradu radi. Do takvog zaokreta došlo je i kao rezultat brojnih, raznovrsnih, zanimljivih, inovativnih ponuda. Jedna od tih važnih izvan pansionskih ponuda ima svoju sportsku dimenziju.

Postalo je pravilo da se gosti sve duže zadržavaju u Splitu, bilo da u startu imaju takve namjere, bilo da se na produženi boravak odlučuju u trenutku kad shvate o kakvom se gradu radi. Do takvog zaokreta došlo je i kao rezultat brojnih, raznovrsnih, zanimljivih, inovativnih ponuda. Jedna od tih važnih izvan pansionskih ponuda ima svoju sportsku dimenziju. Ovim istraživanjem željelo se utvrditi koliko se stranih turista, koji borave u Splitu od jednog, dva ili više dana, do čak trideset, u pravilu bave sportskim aktivnostima, odnosno kakve su njihove primjedbe u odnosu na te ponude.

U tim razmatranjima dviju su grupacije gostiju, koji posjećuju Split, što se može sagledati na osnovu njihova odnosa prema sportu. Jedna grupa su konzumenti sportskih događanja, predstava, utakmica i sličnih priredbi, obzirom da je Split značajna pozornica brojnih bogatih aktivnosti i događanja na raznim sportskim terenima, stadionima i dvoranama. To su uglavnom gosti koji stižu u pravilu u pratnji svojih nacionalnih momčadi ili klubova, ali su znatno manje zainteresirani za praćenje pojedinih domaćih utakmica ili natjecanja kad se ne radi o sudjelovanju njihovih sportaša. A drugu grupaciju predstavljaju turisti kao akteri u sportskim, uglavnom rekreativnim ponašanjima, što je zanimljivo za ovo istraživanje.

2. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA

Marko Bogosavac, Saša Jovanović i Predrag Dragosavljević (2012) ispitali su pomoću ankete 282 turista na području banjalučke regije. Istraživanje je sadržavalo sociodemografske karakteristike i opće podatke ispitanika, te njihov odnos prema sportsko-rekreativnim sadržajima kao dijelu turističke ponude. Utvrđeno je da većina posjetitelja zainteresirana za sportsko rekreativne sadržaje, te da ne postoji razlika u spolnoj dimenziji, to jest da je jednaka zainteresiranost kod muškaraca i žena. Dobna razlika kod ispitanika i odnos prema sportskoj rekreaciji kao dijelu turističke ponude nema značajne povezanosti, odnosno ne postoji razlika između ispitanika različite dobi u pogledu odnosa prema sportskoj rekreaciji kao dijelu turističke ponude. Istraživači su zaključili da su ispitanici s većim obrazovanjem imali veću potrebu za sportsko-rekreativnim sadržajima u cijelini turističke ponude. Istraživači su skeptični prema banjalučkoj regiji, jer smatraju da još uvijek nije u mogućnosti ponuditi turistima različite sportske i rekreativne sadržaje.

Marino Golob, Tina Sirotić i Martin Golob (2014) istraživali su razine zadovoljstva turista s turističkom ponudom grada Umaga i njegove bliže okolice. Istraživanje je provedeno na 200 turista u razdoblju od 1. lipnja do 30. rujna 2012. godine. Korištena metoda ispitivanja bila je metoda samopopunjavanja ankete. Ispitanici su popunjavali anketu ocjenama 1 do 5, s tim da je ocjena 1 značila izrazito nezadovoljstvo, dok je ocjena 5 predstavljala izrazito visoku razinu zadovoljstva pojedinom turističkom ponudom. Pomoću ankete zaključeno je da su turisti vrlo zadovoljni ponudom grada Umaga, te su ga ocijenili sa 3,89. Najveće ocjene u gradu Umagu dobili su sami stanovnici za njihovu gostoljubivost (4,22), zatim za prirodne ljepote (4,13), te za ponudu smještajnih kapaciteta (4,01). Kao nedostatak istraživači nam ukazuju na mali broj ispitanika (200) i veći postotak mlađe populacije pristupanja anketi od čak 55%.

Dina Gojak (2016) se bavila stajalištima i preferencijama turista prema agroturizmu na području grada Makarske i okolice. U istraživanju je sudjelovalo 183 turista iz različitih zemalja i različitih dobnih skupina. Turisti su svoje mišljenje dali pomoću ankete od 27 pitanja otvorenog i zatvorenog tipa. Pitanja otvorenog tipa zahtijevala su da turisti sami upišu odgovore, dok su na pitanja zatvorenog tipa ispitanici odgovarali označavanjem jednog ili više ponuđenih odgovora. Rezultati ispitivanja su slijedeći: 73,7% ispitanika je djelomično ili potpuno zainteresirano ponudom agroturizma na području Makarske i njene okolice, ali se čak 53,6% ispitanika izjasnilo da nisu uopće upoznati s ponudom agroturizma na tom području.

3. CILJ ISTRAŽIVANJA

U današnje vrijeme baviti se turizmom sve je teže i zahtjevnije, pogotovo jer se svjetska turistička tržišta bore doslovno za svakog gosta, pa je potrebno svestrano uključiti ponudu infrastrukture sporta i rekreacije. Glavni cilj ovog istraživanja je identificirati interese turista za sportom i rekreacijom u gradu Splitu.

4. HIPOTEZE

Sukladno postavljenom cilju postavljene su slijedeće hipoteze:

H₀ – nema interesa za sportom i rekreacijom ispitanika na godišnjem odmoru

H₁ - postoji interes za sportom i rekreacijom ispitanika na godišnjem odmoru

5. METODE RADA

Obzirom da je cilj ovog empirijskog istraživanja bio prikupiti podatke vezane uz sportske aktivnosti gostiju na području grada Splita, u ljetnom razdoblju od dvanaest dana (1. do 12. kolovoza 2019.).

U ovom istraživanju provedena je elektronska anketa. Prethodno sastavljena pitanja bila su ponuđena turistima na tablet uređaju. Upitnik je konstruiran putem google obrasca za izradu anketa.

5.1. Uzorak ispitanika

Planirano je i anketirano 100 turista (50 muškaraca i 50 žena) u Splitu, nasumično odabranih u šetnji gradom. Obzirom da je dob ispitanika u anketi već prethodno grupirana, anketar je ciljano nudio suradnju svim uzrasnim skupinama.

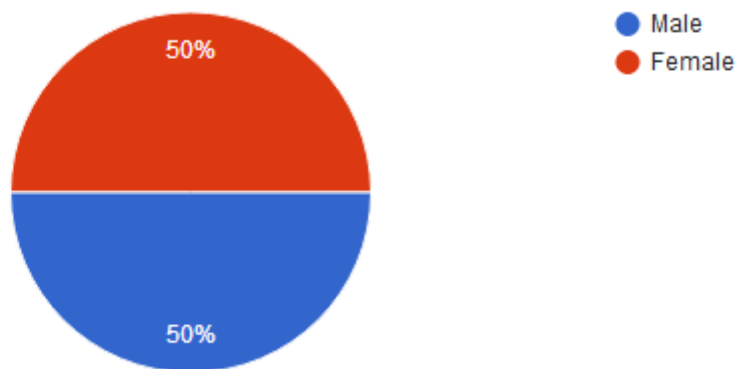
5.2. Način obrade podataka

Obzirom na google anketne obrazce, obrada podataka i grafički prikazi preuzeti su direktno iz „sažetaka i rezultata“ upitnika.

6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Od ukupnog broja (100) ispitanika, 50% čine muškarci, a isto toliko odnosno 50% čine žene. U istraživanju ispitanici su zastupljeni jednakim brojem (20) po kategoriji godina. Najveći broj ispitanika ima zvanje sveučilišnog prvostupnika (baccalaureus) 39%, njih 35% ima završeni magistarij, 18% ispitanika se izjašnjava sa srednjom stručnom spremom odnosno srednjom školom dok ih 8% ima doktorat.

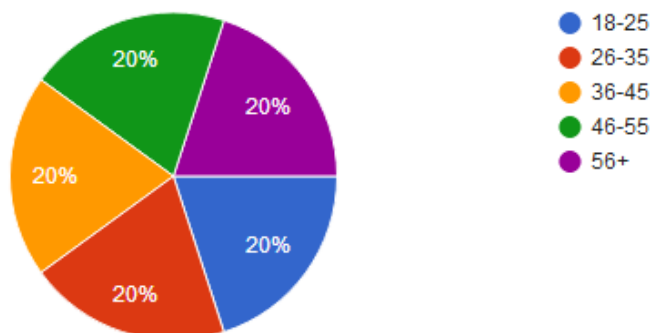
Slika 1. Spol ispitanika



Legenda: Male-muškarci, Female-žene

Iz prve slike vidljivo je kako je u anketi sudjelovalo podjednako muškaraca i žena.

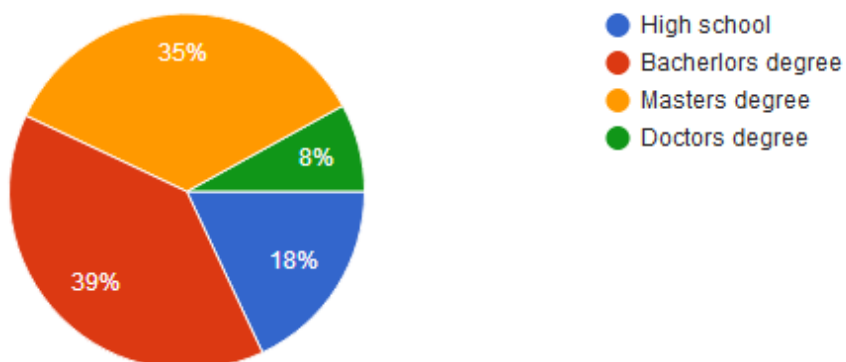
Slika 2. Dob ispitanika



Legenda: Dob ispitanika, 18-25 godina, 26-35 godina, 36-45 godina, 46-55 godina, 56 godina i stariji

Iz druge slike, uočavamo kako je anketar vodio računa da svaka dobna skupina bude podjednako zastupljena.

Slika 3. Stupanj obrazovanja ispitanika



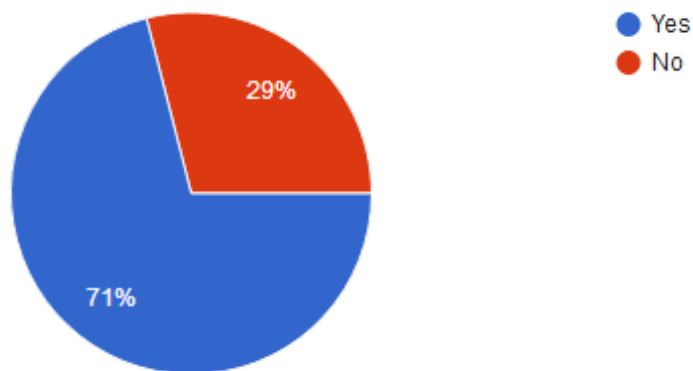
Legenda: Stupanj obrazovanja, high school – srednja škola, bachelors degree – prvostupnik, masters degree – magisterij, doctors degree – doktorat.

Tablica 1. prikazuje odnose između godina ispitanika te njihovog obrazovanja

DOB ISPITANIKA	SREDNJA ŠKOLA	SVEUČILIŠNI PRVOSTUPNIK	MAGISTAR	DOKTOR ZNANOSTI
18-25	5	9	6	
26-35	3	10	5	2
36-45	2	6	12	
46-55	4	7	6	3
56+	4	7	6	3

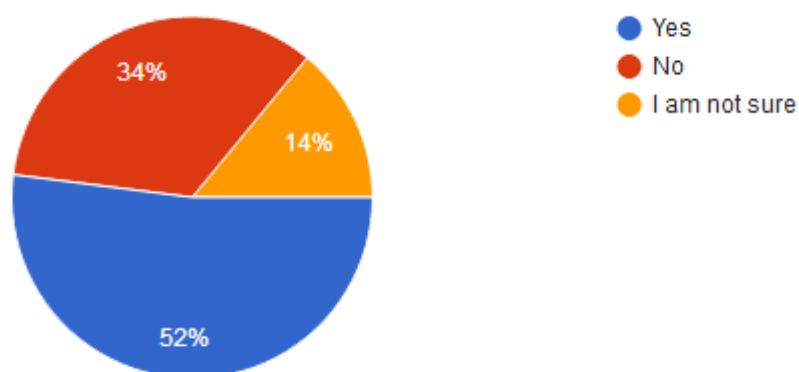
Legenda: Osim dobi ispitanika (god), Sve varijable odnose se na stupanj obrazovanja ispitanika.

Slika 4. Aktivnost turista kod kuće



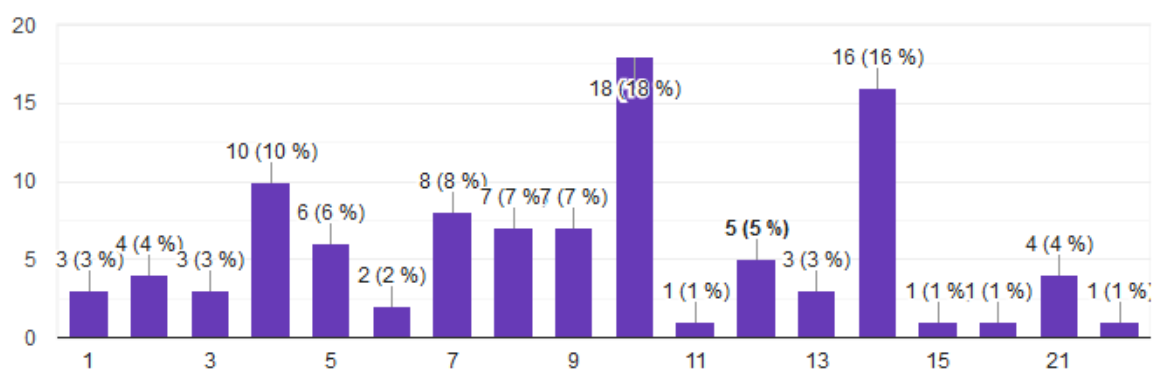
Legenda: Aktivnost turista kod kuće, plava boja – da, crvena - ne.

Slika 5. Interes turista za sportom ili rekreacijom na godišnjem odmoru



Legenda: Interes turista za sportom ili rekreacijom na godišnjem odmoru, plava boja – da, crvena – ne, žuta - neodređeno.

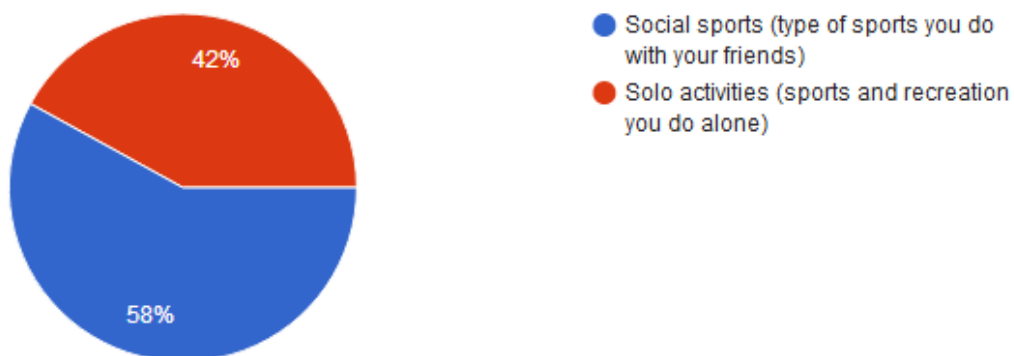
Slika 6. Provedeni dani u Splitu i okolici



Legenda: Broj dana provedenih u Splitu i okolici:

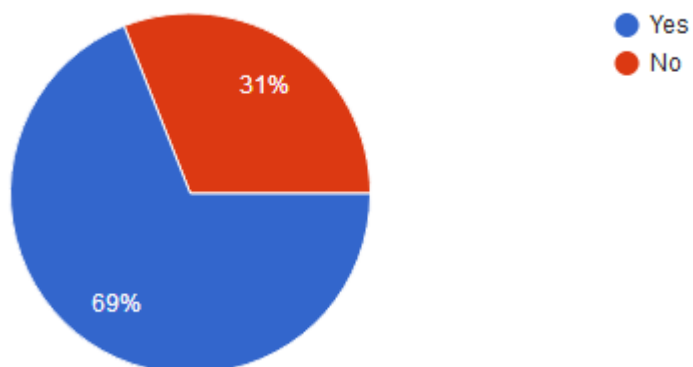
- vodoravno: broj provedenih dana u Splitu
- okomito: broj turista

Slika 7. Podjela aktivnosti ispitanika (grupno, individualno)



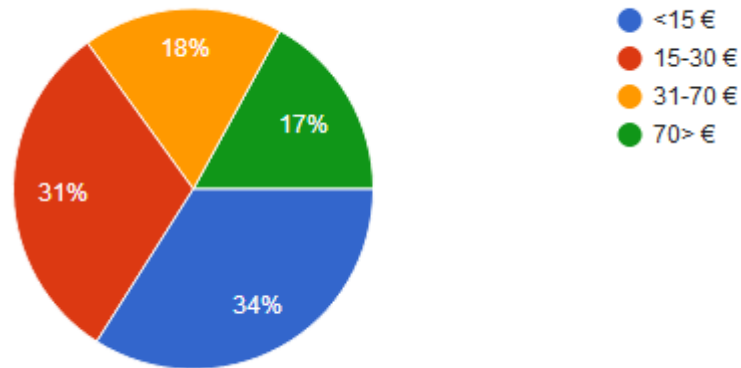
Legenda: Aktivnost ispitanika, plava boja – grupno, crvena - individualno

Slika 8. Sklonost Interes turista za potrošnjom novca na sport ili rekreaciju



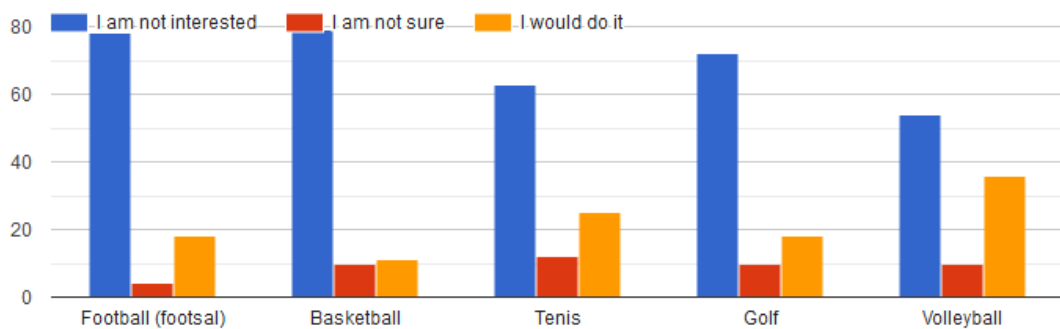
Legenda: Sklonost turista za potrošnjom novca na sport ili rekreaciju, plava boja – da, crvena - ne

Slika 9. Koliko bi novca turisti potrošili na rekreativnu ili sportsku aktivnost



Legenda: Dijapazon sklonosti za potrošnju novca – plava: do 15 eura, crvena: od 15 do 30, žuta: od 31 do 70 i zelena: više od 70 eura

Slika 10. vrste sportova kojim bi se ispitanici bavili na godišnjem odmoru



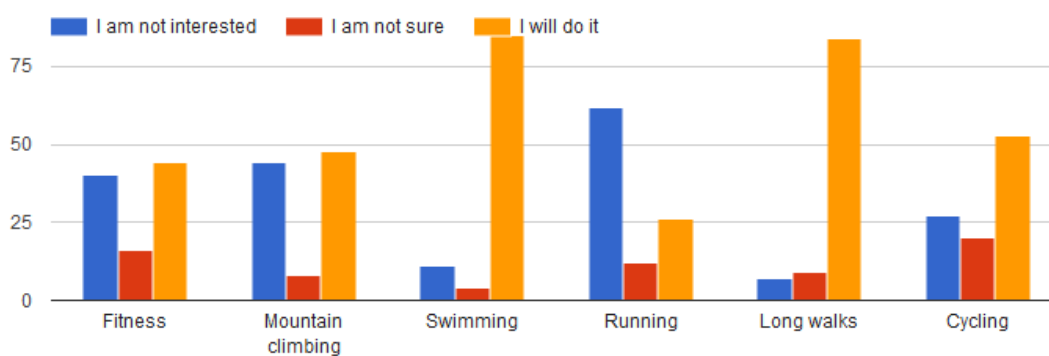
Legenda: Sportovi kojim bi se turisti bavili na godišnjem odmoru:

- vodoravno (nogomet-footsal, košarka, tenis, golf, odbojka)
- okomito (plava crta - nisu zainteresirani, crvena crta - nisu sigurni, žuta crta - zainteresirani su)

Tablica 2. prikazuje odnose sportova i ispitanika

DOB ISPITANIKA	NOGOMET	KOŠARKA	TENIS	GOLF	ODBOJKA
18-25	7	2	5	5	15
26-35	5	3	5	3	9
36-45	3	2	4	3	4
46-55	3	4	8	4	7
56+			3	4	1

U slici 11. vrste rekreacije kojim bi se ispitanici bavili na godišnjem odmoru



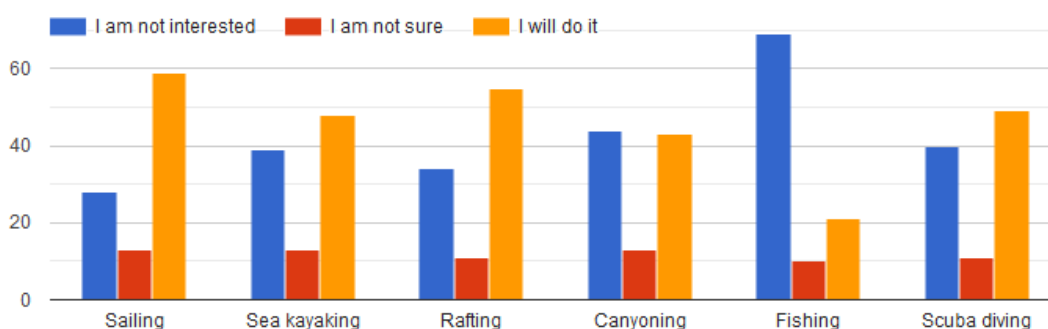
Legenda: vrste rekreacije kojim bi se ispitanici bavili na godišnjem odmoru:

- vodoravno (fitness, planinarenje, plivanje, trčanje, duge šetnje, bicikliranje)
- okomito (plava crta - nisu zainteresirani, crvena crta - nisu sigurni, žuta crta - zainteresirani su)

Tablica 3. prikazuje odnose rekreacija i ispitanika

DOB ISPITANIKA	FITNES	PLANINARENJE	PLIVANJE	TRČANJE	DUGE ŠETNJE	BICIKLIRANJE
18-25	12	15	18	5	16	12
26-35	9	14	16	11	16	10
36-45	8	8	17	5	14	10
46-55	8	6	19	3	19	11
56+	7	5	15	2	19	10

Slika 12. vrsta luksuznijih rekreacija kojim bi se ispitanici bavili na godišnjem odmoru



Legenda: vrste luksuznijih rekreacija kojim bi se ispitanici bavili na godišnjem odmoru:

- vodoravno (jedrenje, sea kayaking, rafting, canyoning, ribarenje, ronjenje s bocom)
- okomito (plava crta - nisu zainteresirani, crvena crta - nisu sigurni, žuta crta - zainteresirani su)

Tablica broj 4. prikazuje odnose luksuznijih rekreacija i ispitanika

Dob ispitanika	Jedrenje	Sea kayaking	Rafting	Canyoning	Ribolov	Ronjenje s bocom
18-25	9	12	12	11	5	13
26-35	9	14	18	15	4	14
36-45	15	9	11	8	6	10
46-55	15	9	9	8	3	8
56+	11	4	5	1	3	4

Slika 13. i 14. Sport ili rekreacija kojim bi se turisti bavili

Jet ski
Paddle boarding
Rugby
Jetski
Paddleboarding
Paragliding
Kite surfing, gym
Jet ski's
Squash
Trail running
Rugby
Wind surfing
Softball
Chess
Badminton
Baloon flight
Motorbiking
Wakeboarding
Stand up paddleboarding
Horse riding
Kite surfing
Frisbee
Parasailing
Skiing

7. RASPRAVA

Iz prve slike vidljivo je kako je u anketi sudjelovalo podjednako muškaraca i žena. U današnje vrijeme oba spola sudjeluju podjednako u sportu i rekreaciji, pa je od iznimne važnosti uključiti podjednaki broj muških i ženskih osoba.

Iz druge slike može se zaključiti da je mlađa populacija (18-25 i 26-35) pa čak i srednja dob (36-45) rado pristala na google anketu, te su naveli kako su se i prije susretali sa takvim ispitivanjima, to jest da su i prije ispunjavali takvu vrst ankete. Ispitanici dobnih kategorija 46-55, te pogotovo 56+ nisu se susretali sa ovakvom vrstom istraživanja. Ispitanici te dobi su se ponašali vrlo pesimistično, pa su često odmahivali rukom misleći da odbijaju neke ponude. Američki i engleski turisti najviše su pridonijeli popunjavanju broja ispitanika u dobi od 56+. Ostavili su dojam pristupačnih ljudi, otvorenih za komunikaciju s visokim obrazovanjem. S obzirom da je u Americi žive ljudi raznih rasa, religija i svjetonazora može se zaključiti kako su baš te činjenice pridonijele njihovoj otvorenosti prema drugima. Prema ovakvim ispitivanjima negativni odnos imali Talijani, često su odmahivali rukom i objašnjavali: „*no english only italian*“.

Iz treće slike prikazuju se usporedbe stupnja obrazovanja i starosti ispitanika. Tako anketirani turisti dobne skupine od 18-25 godina imaju većinom zvanja prvostupnika (9), dok nema osobe sa završenim doktoratom, što i ne iznenađuje s obzirom da se radi o mlađoj populaciji. Nadalje, ispitanici od 26-35 godina većinom su bile osobe sa zvanjem prvostupnika (9). Velike su sličnosti s ispitanicima prethodne skupine osim što ovdje primjećujemo pojavu osoba sa završenim doktoratom (2). Osobe srednje dobi od 36-45 godina većinom su završile magisterij (12), te su dvostruko nadmašile druge dobne skupine u ovoj kategoriji. Između dobnih skupina 46-55, te 56+ ne postoje nikakve razlike u odnosima između godina ispitanika te njihovog obrazovanja. U ovim dobnim skupinama imamo najviše doktora znanosti (6), dok u dobi od 18-25 imamo najviše osoba sa završenom srednjom školom. Anketi je pristupilo više ljudi sa višom stručnom spremom pa se da zaključiti da su oni spremniji surađivati u ispitivanjima znanstvenog karaktera. Prema EF English Proficiency Indexu prosjek studiranja u Hrvatskoj je sedam i pol godina (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018) dok je u zemljama Europske unije sličan rezultat (Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj studira se

u prosjeku osam do devet, a u Italiji čak i deset godina) pa možemo zaključiti da zapravo osobe uglavnom završe obrazovni ciklus u dobi od 26-35 godina.

Po četvrtom prikazu čak 71% turista aktivno se bavi sportom ili rekreacijom kod kuće, dok ih 29% uživa u sedentarnom načinu života. Danas u mnoštvu sportova i rekreacija čovjek kao pojedinac se uvijek može lako pronaći zato je postotak aktivnih sudionika ankete visok.

Na petoj slici se može uočiti zanimanje turista za bavljenje sportom ili rekreacijom na godišnjem odmoru od čak 52%, 34% ih se izjašnjava da se ne bi bavili nikakvom aktivnosti, dok njih 14% nije sigurno želi li se baviti sportom ili rekreacijom. U današnje vrijeme nemoguće je prošetati ulicom u centru grada da ne dobijete neki pamflet u ruke od sportske ili rekreativne ponude. Turisti koji nisu došli se baviti sportom ili rekreacijom će morati preispitati svoju odluku zato velik broj ispitanika koji nisu sigurni bili se bavili sportom ili rekreacijom.

U šestoj slici vidljiva je podjela turista po broju provedenih dana u Splitu i okolici.

Na sedmom grafikonu zapažamo da 58% turista ima interes, može se kazati potrebu za bavljenjem sportskom ili rekreativnom aktivnosti, koja uključuje socijalizaciju bilo to s prijateljima ili rodbinom. Bavljenje sportom ili rekreacijom samostalno preferira njih 42%. Sportom i rekreacijom se ljudi bave iz potrebe ili socijalizacije. 58% turista kojima je potreban prijatelj da bi se rekreirali ili bavili sportom tu su primarno radi socijalizacije a 42% ispitanika koji se bave aktivnošću samostalno tu su radi svoje potrebe.

Iz osme slike vidljivo je da je čak 69% ispitanika sklono potrošnji novca na sport i rekreaciju tokom godišnjeg odmora u Hrvatskoj, dok je 31% ispitanika na taj upit o potrošnji novca na sport ili rekreaciju odgovorilo negativno. Ispitanici su u Hrvatsku došli turistički stoga su i voljni potrošiti novac koji su ponijeli sa sobom.

Slika devet ukazuje koliko su novca ispitanici spremni potrošiti na jednu sportsku ili rekreativnu aktivnost.

U slici deset anketar je ispitanicima dao mogućnost biranja bavljenja sportskim sadržajima. Najviše ispitanika bi se bavilo ili će se baviti odbojkom (36), zatim tenisom (25), a najmanje košarkom (11). U odnosima sportskih aktivnosti i ispitanika možemo

kazati kako su očekivanja realna s obzirom na opadanje aktivnosti po dobi, pa tako od 20 ispitanika u dobi od 56+ odabrano je svega osam aktivnosti. Istraživanje nam je pokazalo kako se ispitanici srednje dobi od 46-55 planiraju više baviti sportovima nego ispitanici od 26-35 i 36-45 godina, te da ih pretežito zanima golf, koji nije naročito popularan sport u Hrvatskoj (u Splitu ima svega jedan teren sa sedam rupa). Golf su birali pretežito stariji američki turisti. Mlađi ispitanici najviše su zainteresirani za odbojku (15). S obzirom da je Split grad na moru ne iznenađuju takvi odgovori ispitanika da se žele baviti odbojkom, ali je šteta da u Splitu kao centru raznovrsnih sportskih zbivanja u Dalmaciji, nažalost nema plaže s terenima za odbojku na pijesku. Prigodom održavanja Studentskih sveučilišnih igara u Split održana su i natjecanja u odbojci na pijesku, pa je grad Split sa Unisportom uložio otprilike 100.000,00 kuna za kupovinu kvalitetnog pijeska. Pijesak je postavljen na već otprije odbojkaško igralište na plaži Žnjan, koje je bespravno izgrađeno, pa na novo uređenoj Žnjanskoj plaži nažalost nije ucrtano odbojkaško igralište, tako da je tim činom ugašen jedan sportski projekt u gradu. Starijim ispitanicima su potrebne sigurnije aktivnosti zbog zdravlja pa sportski dio ankete ih nije interesirao kao mlađu generaciju koja se još uvijek aktivno bavi sportom.

U slici jedanaest prikazani su odgovori ispitanika, koji su birali aktivnosti raznih rekreacija, pa je među njima najpopularnije bilo plivanje (85), zatim duge šetnje (84). Od ponuđenih rekreativnih anketiranu turisti iskazali su najmanje zanimanje za fitness (44) i trčanje (26). Kao u prijašnjoj tablici tako se i u ovoj vidi osipanje broja rekreacija po dobi. Najmlađi ispitanici su bili podjednako zainteresirani za sve rekreacije osim za trčanje (5). Ispitanici u dobi od 26-35 imaju najveći interes za trčanjem (11) među dobnim skupinama. Dok u prošloj tablici stariji ljudi u dobi od 56+ nisu zainteresirani za bavljenje sportovima vidimo da im interes ne manjka za rekreacijom. Split osim kulturnih i sportskih događanja privlači turiste lijepim plažama, suncem i morem pa je tako i plivanje u čistom i bistrom Jadranskom moru od velike važnosti turistima. No, oni duge šetnje izvode prigodom razgledanja Dioklecijanove palače i uopće drugih spomenika, tako da obilasci od jedne znamenitosti do druge iziskuju duge šetnje, pa tako i potraga za plažama podno Marjana.

Anketar je ponudio ispitanicima bavljenje drugačijim vrstama rekreacije, reklo bi se luksuznijim ili zahtjevnijim, nego u slici jedanaest, dakle rekreacijama koja traže znatno veća ulaganja novca. Ispitanici su najmanje bili zainteresirani za bavljenje ribolovom

(69%), canyoningom bi se ispitanici podjednako bavili (44% nisu zainteresirani, 13% nisu sigurni bili se bavili s tim i 43% bi se bavili), dok kod jedrenja (59%) i raftinga (55%) ispitanici su imali jako pozitivno mišljenje, tako da bi se radi bavili tim vidom rekreacije. Porastom turizma morala se poboljšati turistička ponuda, pa tako možemo uočiti rast popularnosti onih rekreacija, koje prije desetak godina u Hrvatskoj ne bi imale toliko veliku zaradu (rafting, canyoninga i sea kayakinga). Mnogi ispitanici su na upite o tome jesu li zainteresirani, odnosno planiraju li se baviti s takvim rekreacijama odgovorili potvrdno, ali ipak s dozom opreza. Tako najveći avanturistički duh za bavljenje ovakvom vrstom rekreacija imaju ispitanici dobi od 26-35 godina.

Anketar je upitao ispitanike kojom bi se rekreacijom ili kojim bi se sportom voljeli zabaviti tokom godišnjeg odmora, a da nisu na listi ponuđenih sportova ili rekreacija pa je dobio raznorazne odgovore. Najviše bi se ispitanici voljeli baviti jet skijem i paddleboardingom (vrsta veslanja na dasci), ali su uz to takvu aktivnost upozoreni da je potrebno mirno more, odnosno od valova i vjetra zaštićene uvale. Turističkih ponuda od jet skija, paddleboardinga i ostalih vodenih aktivnosti ne manjka u Splitu i Dalmaciji s toga ne čudi da su takve vrste aktivnosti ispitanici među prvima naveli.

8. ZAKLJUČAK

Uvidom u rezultate ankete, kao osnovni zaključak, u odnosu na sto ispitanih turista, nameće se misao kako je sport jedna od aktivnosti koja pobuđuje interes turista. Osim sportskih, rekreativne aktivnosti su jedne od temeljnih za održavanja zdravlja. Sportske aktivnosti pored osobnog zadovoljstva također pružaju niz pozitivnih učinaka na čovjeka, na njegovo raspoloženje i organizam (Andrijašević 2000).

Kod analize anketnih odgovora ispitanih turista primjetno je i to vrlo osjetno da oni ispitanici koji su obrazovaniji, veliku pozornost posvećuju fizičkim aktivnostima bilo da se rekreativno bave nekim sportom, omiljenim po vlastitom izboru, bilo da se zadovoljavaju izletima u prirodu ili se posvećuju raznim vidovima vježbanja. Danas u svijetu ima mnogo različitih načina da se čovjek kreće pa čak i rekreativnoj razini. Turističke ponude sportskih sadržaja (nogomet, košarka, odbojka, tenis i golf) u gradu Splitu je premalo. Nogometnih terena ima ali se ne nude u turističke svrhe, moguće zbog visoke zainteresiranosti hrvata za nogometom – futsalom. Infrastrukture sporta odnosno tereni košarke odbojke i golfa su u jako lošem stanju te nisu na visokoj razini. Smatram da turistički grad kao što je Split zaslužuje više od jednog terena sa sedam rupa, odbojka naime uopće nema teren dok su košarkaški tereni često zapušteni. Za razliku od sporta u rekreaciji se ubiru dosta veliki novci i ulaže se mnogo. Rekreativne aktivnosti skupljeg ili jeftinijeg sadržaja se mogu naići skoro na svakom koraku. Smatram da bi grad trebao više ulagati u sport te pomoću turizma podići i samu kvalitetu infrastrukture u gradu. Planskim ulaganjem u golf terene za starije i odbojkaške terene za mlađe generacije turista pobudili bi interes i domaćeg stanovništva za bavljenja tim sportovima.

9. LITERATURA

1. Andrijašević, M. (2000). *Rekreacijom do zdravlja i ljepote*, Zagreb: Fakultet fizičke kulture.
2. Bogosavac, M., Jovanovic, S., & Dragosavljević, P. (2012). Odnos turista prema sportsko-rekreativnim sadržajima kao dijelu turističke ponude. *Sportske nauke i zdravlje* 2 (1) 5-10 DOI:10.7251/ssh1201005b
3. Crompton, J., Love, J. L. (1995) The Predictive Validity of Alternative Approaches to Evaluating Quality of a Festival, *Journal of Travel Research*, Vol. 34, str. 11–24,
4. European Commission (2004). The citizens of the European Union and Sport. Preuzeto http://europa.eu.int/comm/public_opinion/arcives/ebs/ebs_213_report_en.pdf, (datum preuzimanja)
5. Gojak, D., (2016). Stavovi i preferencije turista prema agroturizmu na području grada Makarske i okolice. Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet, Ekološka poljoprivreda i agroturizam
6. Golob, M., Sirotić, T. i Golob, M. (2014). Istraživanje kvalitete i razine zadovoljstva turista turističkom ponudom. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 2 (1), 27-40.
7. Hill, N., Alexander, J. (2003) Pomiar satysfakcji i lojalności klientów. Kraków: Oficyna Eko-nomiczna Grupa Wolters Kluwer. str. 355, u: Nowacki, M. (2013) *The Determinants of Satisfaction of Tourist Attractions` Visitors*, Poznan, Active, str. 18-19
8. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2018). Turizam u brojkama 2017. Preuzeto www.htz.hr/sites/default/files/201808/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (rujan 2019)
9. Novak, K. (2015). *Utjecaj turizma na gospodarstvo* (Završni rad). Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:675087>
10. Rukavina, K. (2007). Prosjek studiranja 7 i pol godina. Preuzeto S <http://www.poslovni.hr/hrvatska/prosjek-studiranja-7-i-pol-godina-48044> (rujan 2019.)

10. ŽIVOTOPIS

Zovem se Luka Javorčić i rođen sam 23.07.1992. u Splitu gdje sam proveo čitav svoj životni vijek. Pohađao sam Osnovnu školu Dobri kao odličan učenik, a u međuvremenu sam počeo trenirati nogomet u HNK Dalmatinac gdje sam bio sve do 2003 god. Srednju školu sam završio u Splitu 2011 godine, maturirao sam odličnim uspjehom a neko toga sam upisao Kineziološki fakultet 2011. godine. Osim u HNK klubu Dalmatinac (od 2003. god.), trenirao sam u HNK Hajduk, HNK Split, HNK Primorac, NK Vis te kao posljednje NK Lastovo. Nogomet je i glavana misao i smisao mog života pa je to i bila vodilja zbog koje sam upisao Kineziološki fakultet. Osim igranja nogometa za vrijeme studiranja sam radio poslove spasioca na plaži, statirao u HNK Split (od 2010.), volontirao na EP u dizanju utega i kvalifikacijama za EP u plivanju za osobe s invaliditetom. Kao trener sam radio u NK Vis a trenutno vodim početnike u NK Sjever. Ovaj diplomski rad će biti kruna na moj dosadašnji rad i razvijanje dosad stečenih znanja kao i usvajanje novih.