

UTJECAJ ODRŽAVANJA SPORTSKIH MANIFESTACIJA NA LOKALNU ZAJEDNICU I TURISTIČKI RAZVOJ BOLA NA OTOKU BRAČU

Ujević, Marija

Master's thesis / Diplomski rad

2016

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:089853>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-28**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**



DIPLOMSKI RAD

**UTJECAJ ODRŽAVANJA SPORTSKIH
MANIFESTACIJA NA LOKALNU ZAJEDNICU
I TURISTIČKI RAZVOJ BOLA NA OTOKU
BRAČU**

**MENTOR:
Doc. dr. sc. Smiljana Pivčević**

**STUDENT:
Marija Ujević**

Split, rujan 2016.

SADRŽAJ

1. UVODNE NAZNAKE	1
1.1. Predmet istraživanja	1
1.2. Predmet istraživanja	3
1.3. Istraživačke hipoteze.....	5
1.4. Ciljevi istraživanja	6
1.5. Metode istraživanja.....	6
1.6. Doprinos istraživanja.....	7
1.7. Struktura rada.....	8
2. SVIJET SPORTSKIH MANIFESTACIJA	9
2.1. Pojam, značenje i specifičnosti manifestacija	9
2.1.1. Podjela i vrste manifestacija.....	10
2.2. Sportske manifestacije – pojam i karakteristike	12
2.2.1. Najpoznatije sportske manifestacije	15
2.3. Sportski turizam i primjeri profiliranja turističkih destinacija na osnovu razvoja sportskog turizma.....	20
2.4. Lokalna zajednica i manifestacije.....	25
2.4.1. Pozitivni učinci manifestacija po lokalnu zajednicu	26
2.4.2. Negativni učinci manifestacija po lokalnu zajednicu.....	27
3. BOL KAO TURISTIČKA DESTINACIJA	28
3.1. Geografski profil Bola.....	28
3.2. Bol na svjetskom turističkom tržištu	30
3.3. Glavni ekonomski problemi života na otoku	35
3.4. Opis odabranih primjera: Cro Circuit turniri i WTA turnir u Bolu.....	36
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA SPORTSKIH MANIFESTACIJA NA LOKALNU ZAJEDNICU I TURISTIČKI RAZVOJ BOLA	41
4.1. Metodologija istraživanja	41
4.2. Obilježja uzorka	43
4.3. Testiranje hipoteza i osvrt na rezultate.....	46
4.3.1. Testiranje pomoćne hipoteze H1.1.	46
4.3.2. Testiranje pomoćne hipoteze H1.2.	49
4.3.3. Donošenje zaključka o H1	51
4.4. Ograničenja istraživanja i preporuke za buduće istraživanje	51
5. ZAKLJUČAK	52
POPIS LITERATURE	53
POPIS TABLICA I SLIKA	55
PRILOG 1 – ANKETNI UPITNIK	56
SAŽETAK	60
SUMMARY	61

1. UVODNE NAZNAKE

1.1. Predmet istraživanja

Turizam je gospodarska grana koja u globaliziranom svijetu 21.st. postaje vodilja mnogih ekonomija diljem planeta Zemlje. Skoro svaka zemlja, grad, otočje, mjesto, nadasve destinacija posjeduje određene karakteristike, bilo prirodne ili društvene, čiji se jedinstveni potencijal može iskoristiti u svrhu turističkog razvitka. U 2014. godini, turizam je zauzimao udio od 9% u ukupnom ostvarenom svjetskom bruto društvenom proizvodu, a svako jedanaesta zaposlena osoba u svijetu, pripadala je radnoj snazi upravo turističke djelatnosti. Impozantan podatak je da je sredinom 20.st., tj. 1950. godine broj internacionalnih turista iznosio 25 milijuna, da bi šest desetljeća nakon, 2012. godine prvi put premašio milijardu. Naravno, daljnji rast je također zabilježen, pa je ukupan broj svjetskih turista u 2014. godini bio 1, 133 mlrd. (UNWTO Tourism Highlights, 2015.).

Začetke turizma čovjek može tražiti još u dalekoj prošlosti kada su svijetom vladale drevne civilizacije Grka i Rimljana. Stoljećima i desetljećima, turizam je mijenjao svoje oblike, a dugo godina su znanstvenici i ekonomisti koji su se bavili ovim problemom, nastojali pronaći ispravnu definiciju turističkog fenomena. Na svjetskoj konferenciji statističara u Vancouveru (Kanada) 2001. godine, prihvaćena je statistička definicija koja turizam definira kao obuhvat svih aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svoga uobičajenog okruženja u vremenu do maksimalno godine dana u svrhu odmora, poslovnih razloga te drugih razloga za koje nisu plaćeni u mjestu koje posjećuju (Petrić, 2013.). Turizam kao takav može imati zaista mnogo pojava oblika ovisno o tome koji je razlog, odnosno uzrok turističkog putovanja. U posljednje vrijeme kada se na tržištu isprofilirala nova figura turista koji traži ponudu iskustava i doživljaja te želi sudjelovati i biti angažiran pod krilaticom „Ne želim vidjeti, želim doživjeti!“ (Strateški marketinški plan Kvarnera, 2008.), kao pojavni oblik čiji potencijal postaje enormno visok, svakako je manifestacijski turizam baziran upravo na iskustvu i doživljaju.

Začeci manifestacijskog turizma javili su se već u poslijeratno vrijeme 20.st. kao odgovor na rastući interes i prepoznavanje potencijalnih koristi koje manifestacije generiraju ekonomijama, društvima i kulturama, kao i u području regeneracije okoliša i infrastrukture (Paige i Connell, 2009.). Getz (2008.) kao jedan od glavnih svjetskih teoretičara koji se bavio

problemima turističkog razvoja, osobito onog u sferi specijalnih događanja (manifestacija) smatra kako pojam manifestacijskog turizma treba shvatiti i promotriti i sa strane potražnje i sa strane ponude. Iz perspektive potrošača/turista, potrebno je shvatiti tko je taj koji putuje radi manifestacija i zašto, a tko je onaj koji posjećuje manifestacije dok putuje. Oba takva tipa turista čine segment potražnje manifestacijskog turizma. S druge strane, potrebno je shvatiti zašto su manifestacije potrebne destinacijama i koji su to ciljevi njihova održavanja. Je li to privlačenje turista (posebice u vansezonskim periodima) ili urbana regeneracija i povećanje turističke infrastrukture i suprastrukture u destinaciji? Jačanje pozitivnog imidža destinacije u svijetu ili ubiranje poslovnih profita? Ciljevi su svakako brojni, a o istome će biti govora u daljnjim poglavljima rada.

Tema na kojoj je rad baziran osvrće se na poseban segment manifestacija čiji je motiv održavanja vjerojatno najpostojaniji od svih, s obzirom da se ovakav tip manifestacija održavao još od početaka ljudske civilizacije. Naravno, riječ je o sportu. Dolje navedena tablica prikazuje detaljniju podjelu specijalnih događanja, odnosno manifestacija:

Tablica 1: Podjela manifestacija s obzirom na raspon utjecaja i sadržaj

RASPON UTJECAJA	SADRŽAJ
Mega manifestacije	Festivali
Hallmark manifestacije	Sportska događanja
Velike manifestacije	Događanja iz sfere MICE industrije
Lokalne manifestacije	

Izvor: Allen i dr., (2010)

Iz Tablice 1 vidljivo je da se manifestacije mogu podijeliti s obzirom na dva kriterija, a ukoliko podjelu izvršimo prema sadržajnom kriteriju koji se odnosi na tematiku same manifestacije, dolazimo do pojma sportskih događanja.

Prema Pivčević (2014.) sportske manifestacije mogu biti profesionalnog ili rekreativnog karaktera ovisno da li su sudionici profesionalni sportaši ili amateri te svakako doprinose jačanju osjećaja pripadnosti i ponosa. Važno je naglasiti da je sport oduvijek bio segment ljudskog djelovanja uz koji su se ljudi najlakše emocionalno vezivali, pa manifestacije ovakvog karaktera imaju i najveći potencijal da dosegnu najviše razine razvoja. O njihovom povijesnom značaju govori i činjenica da su prve Olimpijske igre kao najveća svjetska mega

manifestacija suvremenog vremena održane još 776. godine prije Krista u antičkoj Grčkoj (Tomorad, 2011.), a upravo ove 2016. godine, najveći grad Brazila – Rio de Janeiro, bit će pozornica najnovijem izdanju tog spektakularnog sportskog događanja.

Da bi sama svrha manifestacije mogla biti ispunjena, ona mora postići određene učinke iz kojih se nadalje iščitava njezina uspješnost/neuspješnost, odnosno daljnja korisnost održavanja. Problematika ovog rada tiče se upravo odnosa održavanja sportske manifestacije i posljedica, odnosno učinaka koje ista ima po lokalnu zajednicu i turistički razvoj odabrane turističke destinacije. Prema Allenu i dr. (2008.), manifestacije moraju ostvariti svoju misiju na način da lokalnoj zajednici doprinose u preispitivanju vlastitih mogućnosti i pojava, učenju i prihvaćanju novih informacija, pristupu formalnim i neformalnim izvorima učenja različitih vještina (promocija, planiranje, organizacija, upravljanje, tehnika, umjetnost, sport), iskustvu i samopouzdanju, povećanom kreativnom kapacitetu te na kraju, možda najvažnije – zapošljavanju. Jasno je da održavanje manifestacija sa sobom nosi i neke negativne eksternalije, no upravo lokalna zajednica bi trebala raditi na sustavnom stimuliranju prednosti, a reduciranju loših posljedica održavanja. Svaka manifestacija trebala bi biti realizirana na način da donese puno više dobrog nego lošeg lokalnom stanovništvu i destinaciji, no jedini način za to je da je lokalna zajednica na ispravan način shvati i prihvati. Upravo zato, ovaj rad istražiti će i utjecaj manifestacija na turistički razvoj ne bi li dokazao mogu li manifestacije biti faktor atraktivnosti destinacije, nositelj njenog imidža i atraktivnosti, promicatelj njezine slike u svijetu te generator ekonomskih prihoda.

Vrlo važan aspekt u organizaciji manifestacija je i odabir mjesta samih manifestacija. Ovaj rad će nastojati ući u problematiku korištenja manifestacija kao sredstva za oživljavanje pojedinih lokalnih zajednica te stimulacije ekonomskog i društvenog napretka. Može li manifestacija postati toliko ukorijenjena u imidž neke destinacije, i to do te mjere da postane prva asocijacija pri spomenu iste te može li manifestacija pokrenuti daljnji turistički razvoj pojedinih mjesta, također su pitanja kojima će se pozabaviti ovo istraživanje.

1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovoga rada je utjecaj održavanja sportskih manifestacija na lokalnu zajednicu i turistički razvoj mjesta Bol na otoku Braču. RH ima 718 otoka, 389 hridi i 78 grebena (ukupno 1185) koji zauzimaju prostor od oko 3300 kilometara kvadratnih ili 5,8% hrvatskog kopna (Geografija.hr., 2014.). Istraživanje će se s jasnim ciljem posvetiti primjeru

otoka kao destinacije s obzirom da je gospodarski razvoj navedenih područja u RH jedan od temeljnih pitanja i problema kojima se općenito treba baviti cjelokupna razvojna politika RH.

Problem depopulacije prati hrvatske otočne sredine još od 19.st. kada je prvi put dostignuta maksimalna agrarna gustoća zbog čega je dio stanovništva počeo iseljavati. Nakon toga uslijedio je problem sa peronosporom s obzirom da je u tadašnje vrijeme glavna gospodarska aktivnost na otocima bila vinogradarstvo, no najveći val iseljavanja sa jadranskih otoka uslijedio je po završetku II. svjetskog rata kao i Domovinskog rata. Tehnološki, industrijski, prometni, ali i kulturni razvoj u ovim područjima teško je mogao dosegnuti isti stupanj kao i na kopnu, zbog čega su s otoka prvenstveno odlazili mlađi stanovnici u potrazi za boljim, modernijim i prosperitetnijim životom (Čuka, 2004.). Potrebno je prepoznati kako postoje uvjeti za daljnji razvoj i obnovu hrvatskih otoka, posebice za razvoj turizma gdje možemo govoriti i o njegovom manifestacijskom aspektu, kao i brojnih drugih djelatnosti poput ekološke poljoprivrede (uzgoj maslina, vinove loze, smokava, rogača i sl.), izrade autentičnih otočnih suvenira, lončarstva, koraljarstva itd.

Kao primjer na kojem će se izvršiti istraživanje te odgovoriti na postavljena istraživačka pitanja, uzet će se „Cro Circuit“ teniski turniri, kao i WTA teniski turnir koji se održavaju u turistički najpopularnijem naselju Brača – Bolu. Naime, radi se o profesionalnim turnirima ITF – Internacionalne teniske federacije, s tim da „Cro Circuit“ turniri pripadaju trećoj razini turnira („Futures“ kategorija) te se odnose i na mušku i na žensku kategoriju, a WTA prvoj razini turnira i odnose se na tenisačice. Osim po nagradnom fondu i prestižu, prema pravilima i standardima ITF-a, turniri se razlikuju i po statusu i rangu tenisača i tenisačica na svjetskim rang ljestvicama. U razdoblju 2014.-2016. u Bolu je održano čak 46 ITF 'futures' turnira (svaki nagradnog fonda od 10.000 dolara) koji su ugostili tenisače i tenisačice iz preko 60 zemalja svijeta sa svih 6 kontinenata (Cro Circuit, 2016). Veliki WTA turnir u Bol se, a veliki WTA turnir u Bolu se nakon stanke od 13 godina ponovno održao na zemljanim terenima teniskog centra „Zlatni rat“ s nagradnim fondom od 125.000 američkih dolara (Bol Open, 2016).

O tome koliko ova sportska manifestacija u turističkom smislu doprinosi Bolu već na samom početku govori činjenica da se radi o glavnom teniskom stadionu sa 2100 mjesta, a žitelja u Bolu je 1630. Upravo na ovom tragu, razvit će se kvantitativno istraživanje u kojem će se metodom anketnog upitnika nastojati shvatiti te predočiti važnost održavanja ovih turnira za

lokalnu zajednicu te na turistički razvoj samoga Bola. Poseban naglasak stavit će se na istraživanje njihovih osobnih stavova o održavanjima sportskih manifestacija na otoku te na ispitivanju njihovog razumijevanja o prednostima i manama održavanja istih. Cilj je potvrditi postavljene istraživačke hipoteze koje su detaljno objašnjene u sljedećem poglavlju rada.

1.3. Istraživačke hipoteze

S obzirom da se radi o provođenju kvantitativnog istraživanja, izvođenje zahtijeva postavu istraživačkih hipoteza koja će biti smjernice u provođenju istog. Kao temelj postavljena je jedna centralna istraživačka hipoteza te dvije pomoćne istraživačke hipoteze – Tablica 2.

Tablica 2: Istraživačke hipoteze

GLAVNA ZNANSTVENA HIPOTEZA H1
Održavanje sportskih manifestacija utječe pozitivno na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bola.
POMOĆNA HIPOTEZA H 1.1.
Održavanje sportskih manifestacija pozitivno se reflektira na život lokalne zajednice Bola.
POMOĆNA ZNANSTVENA HIPOTEZA H 1.2.
Održavanje sportskih manifestacija pozitivno se reflektira na razvoj turističke ponude i potražnje Bola.

Izvor: Vlastiti prikaz

Postavljenim pomoćnim istraživačkim hipotezama nastojat će se steći uvid u sve efekte koje održavanje sportskih manifestacija, u ovom slučaju Cro Circuit i WTA teniskih turnira u Bolu, ima na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bola. Ispitat će se dio lokalnog stanovništva otoka te izvesti zaključci i osvrći na njihovo promišljanje o održavanju istih. Također, ispitat će se i odgovorne osobe iz sektora hotelijerstva i turizma na samom otoku koji će na najbolji mogući način predočiti podatke o razvoju turizma uslijed održavanja ovakvog tipa manifestacija.

Pomoćne hipoteze postavljene su kao potpora za donošenje zaključka o tome da li održavanje sportskih manifestacija u Bolu utječe pozitivno na lokalnu zajednicu i turistički razvoj otoka. Upravo to je glavna znanstvena hipoteza čijim potvrđivanjem će se nastojati dokazati pobjeđuju li koristi manifestacijskog održavanja u Bolu eventualne negativne eksternalije te treba li nadalje razvijati ovakav tip sportsko-manifestacijskog turizma na najvišem jadranskom otoku.

1.4. Ciljevi istraživanja

S 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 dokazati pozitivan utjecaj održavanja sportskih manifestacija u Bolu na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bola.

Iz glavnog (općeg) cilja istraživanja uvijek proizlaze sporedni (specifični) ciljevi čije je ostvarenje neophodno za postizanje temeljnog istraživačkog cilja. U Tablici 3 oni su redom navedeni:

Tablica 3: Specifični ciljevi kvalitativnog istraživanja

SPECIFIČNI CILJEVI ISTRAŽIVANJA:
Elaborirati osnovne stavke iz teorije manifestacija
Objasniti i prezentirati bit, karakteristike i važnost sportskih manifestacija
Uočiti i objasniti međuovisnost održavanja manifestacija i turističkog razvoja
Predočiti gospodarske probleme hrvatskih otoka i važnost razvoja turizma kao osnove za ekonomski razvoj i poboljšanje demografske situacije
Prikazati pozitivne učinke održavanja manifestacija po lokalnu zajednicu
Prikazati negativne učinke održavanja manifestacija po lokalnu zajednicu
Prezentirati model po kojem bi održavanje sportskih manifestacija maksimiziralo koristi i minimaliziralo negativne eksternalije po lokalnu zajednicu

Izvor: vlastiti prikaz

1.5. Metode istraživanja

Rad će se sastojati iz dva dijela. U prvome dijelu izradit će se jedinstven teorijski okvir koji će biti svojevrsna podloga za kvantitativno istraživanje koje će se provesti na temu: „Utjecaj održavanja sportskih manifestacija na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bola na otoku Braču“. Primarni podatci bit će prikupljeni anketnim upitnikom. Ova solucija odabrana je jer se smatra kako bi se njom moglo doći do najkorisnijih i najtemeljitijih podataka i saznanja. Kvantitativna metodologija se za razliku od kvalitativne koristi ukoliko se nastoji postići dublji uvid i razumijevanje istraživačkog problema (Tkalac-Verčić, Sinčić, Pološki, 2010.), u ovom slučaju, utjecaja održavanja sportskih manifestacija na lokalnu zajednicu i turistički razvoj destinacija.

Anketnim upitnicima bit će prikupljeni osnovni demografski podatci o ispitanicima te stavovi stanovništva pomoću Likertove ljestvice (o značenju sportskih manifestacija za život lokalne zajednice Bola). Na temelju prikupljenih podataka provest će se statistička analiza. Karakteristike uzorka analizirat će se pomoću metoda deskriptivne statistike dok će se samo testiranje hipoteza izvršiti pomoću primjerenih statističkih metoda inferencijalne statistike.

Statističkom analizom odgovora ispitanika, nastojat će se prihvatiti ili odbiti glavna istraživačka hipoteza H1.

U radu se koriste i brojne drugih metoda koje su ispod navedene:

- metoda analize,
- metoda sinteze,
- metoda dokazivanja (utvrđivanje istinitosti),
- metoda opovrgavanja (postupak odbacivanja),
- metoda klasifikacije (grupiranja),
- metoda deskripcije (opisivanja),
- metoda kompilacije (sakupljanja),
- komparativna metoda (metoda uspoređivanja),
- metoda indukcije i dedukcije.

1.6. Doprinos istraživanja

Svako istraživanje mora imati svoju svrhu koja se ogleda u njegovom doprinosu. Proučavanjem utjecaja održavanja sportskih manifestacija na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bole na otoku Braču, prvenstveno se nastoji doprinijeti pronalasku adekvatnih puteva kojima se naši otoci, u ovom slučaju Bol, mogu ekonomski razvijati te formirati svoj imidž na svjetskom turističkom tržištu. Njihov prirodni potencijal baziran na 'sun, sea, sand' ponudi više ne može biti jedini atraktivni element na osnovu kojeg će se turisti privlačiti u otočne destinacije. On treba biti ukomponiran i kombiniran sa brojnim drugim turističkim privlačnim čimbenicima, a sport i rekreacija mogu biti jedan od ključnih.

Ovim istraživanjem doprinosi se i shvaćanju važnosti održavanja sportskih manifestacija od strane lokalne zajednice. Lokalno otočno stanovništvo, naučeno na tradicionalan i specifičan životni stil, često je skeptično u davanju podrške manifestacijama ovakvog internacionalnog tipa. Temeljni problem svakako je u komunikaciji između organizatora projekta, tijela lokalne uprave i ostalih uključenih poslovnih subjekata sa samim stanovništvom. Upravo ovim radom nastoji se doprinijeti u premošćivanju tog jaza na način da se kroz anketni upitnik ispitaju sami pripadnici lokalne zajednice. Ovim radom želi se doprinijeti i u formiranju slike Bole u svijetu. Osim što je temeljna asocijacija na Bol njegova svjetski poznata plaža Zlatni rat, ove

teniske manifestacije mogle bi i trebale postati novi zaštitni znak Bola koji bi se na svjetskom turističkom tržištu mogao isprofilirati kao : „Meditranska oaza odmora, sporta i rekreacije“.

1.7. Struktura rada

Rad sadrži pet poglavlja. U prvom poglavlju prezentirani su problem i predmet istraživanja te istraživačke hipoteze. Utvrđeni su ciljevi rada i korištena metodologija kao i doprinos istraživanja. Druga tema posvećena je svijetu sportskih manifestacija. Prvo su pojašnjena pojam, značenje i specifičnosti manifestacija općenito, a potom je poseban naglasak stavljen na sportske manifestacije te pozitivne i negativne učinke manifestacija na lokalnu zajednicu. U trećem poglavlju predstavljen je Bol kao turistička destinacija, dane su njegove glavne geografske karakteristike i prezentirani glavni turistički trendovi. U konačnici ovog poglavlja detaljno su objašnjena dva primjera sportskih događanja na otoku Bolu koja predstavljaju predmet izučavanja ovog rada, a to su teniske manifestacije: Cro Circuit i Bol Open. Četvrto poglavlje se odnosi na istraživanje. Pojašnjena je metodologija istraživanja te je istraživanje provedeno. Dobiveni rezultati se analiziraju u ovom poglavlju te se donosi zaključak o prihvaćanju ili odbacivanju istraživačkih hipoteza. U posljednjem, petom poglavlju, iznose se zaključna razmatranja.

2. SVIJET SPORTSKIH MANIFESTACIJA

Kroz ovo poglavlje rada postaviti će se kvalitetna i jasna teorijska podloga s obzirom na temeljni predmet istraživanja, a to su, kao što je već navedeno sportske teniske manifestacije koje se održavaju u mjestu Bol na Braču. Kroz detaljan uvid u teoriju manifestacija, ali i istraživanje svijeta sportskih manifestacija koji u sebi krije mnoge uspješne primjere profiliranja turističkih destinacija na osnovu sportskog manifestacijskog turizma, stvorit će se jasna slika o tome zašto je potrebno istražiti utjecaj Cro Circuit i WTA teniskih turnira na turistički razvoj, ali i lokalnu zajednicu Bola. Sukladno teorijskoj osnovi koja će se postaviti u ovom prvom dijelu rada, formirao se i anketni upitnik korišten u samom istraživanju te je upravo iz tog razloga postavljanje iste bilo neophodno.

2.1. Pojam, značenje i specifičnosti manifestacija

Manifestacije ili na engleskom jeziku 'events' oduvijek su bile prisutne u životu čovjeka, od pojave najranijih civilizacija 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. Sama riječ manifestacija svoje porijeklo vuče iz latinske riječi "manifestacion", a ona u prijevodu označava javno pokazivanje, objavu ili prikaz. Prema Pivčević (2014.) manifestacije su stare koliko i čovječanstvo, a suvremeno doba nije prekinulo čovjekovu vjekovnu potrebu da se druži, natječe, zabavlja, pokazuje, odnosno da na poseban način obilježi neke važne događaje u životu pojedinca ili društva. Novo doba, razmjerno rastu broja stanovnika, ekonomskom i inom napretku, dovelo je do nastanka različitih vrsta, oblika i obujma manifestacija.

Mnogi autori i teoretičari koji su se bavili istraživanjem manifestacijske tematike ili tematike specijalnih događanja, davali su i svoje definicije samog pojma manifestacija. Ipak, kao najpoznatija i najuvrženija ostala je definicijska forma Donalda Getza koji manifestacije definira sa dva različita stajališta, i to s aspekta organizatora manifestacije i s aspekta kupca/potrošača/gosta. Kako Pivčević (2014.) naglašava prema Getz (2007.), s aspekta organizatora, specijalne manifestacije su jedinstveni i neponovljivi ili rijetko (periodično) upriličeni događaji koji se dešavaju izvan uobičajenih programa ili aktivnosti tijela/organizacije koja ih sponzorira ili organizira. S druge strane, ako promotrimo aspekt potrošača ili gosta, specijalne manifestacije predstavljaju priliku za odmor, zabavu, društveno ili kulturno iskustvo koje je izvan uobičajenog okvira izbora ili izvan svakidašnjih događanja.

Priča o manifestacijama svakako ne bi trebala ostati na njihovome definiranju. Važnost i značenja njihovog održavanja potrebno je shvatiti i sagledati iz brojnih kutova gledanja, upravo iz razloga jer manifestacije vezujemo uz gotovo sva područja čovjekovog djelovanja, bilo da se radi o samome turizmu, ili pak sportu, na čiji će se odnos ovaj rad osvrnuti, ili bilo kojem drugom području poput biologije, medicine, fizike, geografije, filmske umjetnosti itd. Kako Getz (2008.) naglašava, 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. Istina jest da se spektakularan rast ovog sektora u turizmu posljednja dva desetljeća smatra jednim od najznačajnijih u svjetskoj ekonomiji, ali cilj održavanja manifestacija ne mora nužno biti turistički rast. Prema Getzu (2008.), uloga manifestacija očituje se i u urbanoj regeneraciji prostora (community-building, engl), izgradnji kulturnog imidža, jačanju lokalnog ponosa i nacionalnog identiteta, podizanju kvalitete života itd.

2.1.1. Podjela i vrste manifestacija

Teorija manifestacija iznjedrila je brojne klasifikacije i podjele specijalnih događanja s obzirom na prirodu manifestacija, odnosno na različite tematike na koje se one oslanjaju. Direktor australskog Odbora za upravljanje manifestacija Johnny Allen te jedan od najpoznatijih svjetskih teoretičara specijalnih događanja Donald Getz dali su klasifikacije koje se danas najviše koriste i uvažuju, a prikazane su u ispod navedenoj Tablici 4.

Tablica 4: Getzova podjela specijalnih događanja (lijevi dio) i Allenova podjela (desni dio)

GETZOVA PODJELA	ALLENOVA PODJELA
Kulturne proslave	Prema sadržaju
Političke i državne proslave	Festivali
Umjetničke i zabavne manifestacije	Sportska događanja
Poslovne i tržišne manifestacije	Manifestacije iz sfere MICE industrije
Obrazovne i znanstvene manifestacije	Prema rasponu utjecaja
Sportske manifestacije	Mega manifestacije
Rekreacijske manifestacije	Hallmark manifestacije
Privatne manifestacije	Velike manifestacije
	Lokalne manifestacije

Izvor: vlastiti prikaz prema Getz, D. (2008) i Allen i dr. (2010.)

Kao što se iz Tablice 4. vidi, Getz dijeli manifestacije u četiri kategorije. U prvu spadaju kulturne proslave koje se referiraju na raznorazne komemoracije, religijske priredbe, karnevale, festivale, procesije i parade, zatim političke i državne proslave koje se odnose na stranačke skupove i proslave, konvencije, inauguracije i susrete državnika, te umjetničke i

zabavne manifestacije (vizualne izložbe, izvedbe i dr.). Druga Getzova skupina odnosi se na poslovni i obrazovni sektor, pa obuhvaća poslovne proslave, sajmove i izložbe, kongrese, konferencije, seminare i edukacije, ali i s druge strane panele, okupljanja stručnjaka i znanstvenika, znanstvene konferencije itd. U trećoj skupini nalaze se sportske i rekreacijske manifestacije koje se dijele na osnovu toga da li su akteri profesionalni sportaši ili pak amateri rekreativci. Posebnu četvrtu skupinu sačinjavaju privatne manifestacije koje se odnose na život pojedinca/individue te u njih ubrajamo važne događaje u njihovim životima poput vjenčanja, godišnjica/obljetnica, ceremonija primanja sakramenata itd.

U desnom dijelu Tablice 4 prikazana je i druga podjela manifestacija utemeljena na istraživanjima već spomenutog autora Johnnya Allena te njegovih suradnika. Oni su, kao što je iz Tablice 4. vidljivo, manifestacije podjelili prema dva ključna kriterija: sadržaj i raspon utjecaja. Prema sadržaju, manifestacije dijelimo na festivale poput Octoberfesta u Munchenu ili Splitskog ljeta koje se već tradicionalno održava u 'gradu pod Marjanom' svake godine, sportska događanja poput Meidteranskih igara ili Davis Cup natjecanja u tenisu te događanja iz sfere MICE (meetings, incentives, conferences, events, engl.) industrije. Mnogo zanimljivija te ujedno i glavni predmet rasprave je podjela prema rasponu utjecaja. Pri klasificiranju manifestacija na ovaj način trebalo je postaviti parametre koji će definirati sam faktor raspona utjecaja, a prema Allenu (2010.), to su broj sudionika manifestacije, medijska popraćenost, količina potrebitih infrastrukturnih sadržaja te generirani troškovi i koristi. Na taj način formira se jedinstvena podjela na: mega manifestacije, karakteristične manifestacije (hallmark, engl), velike manifestacije i lokalne manifestacije.

Prema Hallu (1992.), mega manifestacije definiraju se kao događaji koji su izričito ciljani na međunarodnom turističkom tržištu i to u terminima ekstremno velike posjećenosti, medijske pokrivenosti, segmenta tržišnog obuhvata, ekonomskih, ekoloških i društvenih učinaka. Pivčević (2014.) prema Allen (2008.) smatra kako su mega manifestacije toliko velike/važne da angažiraju cijelu nacionalnu ekonomiju i odjekuju u globalnim medijima. One trebaju premašiti brojke od milijun posjetitelja, imati kapitalni trošak veći od 500 milijuna američkih dolara te imati reputaciju događaja koji se mora vidjeti (must see, engl.). Kao aktualan primjer mega manifestacija mogu se uzeti dosad najveće Olimpijske igre održane u mjesecu kolovozu ove godine u najpoznatijem brazilskom gradu Rio de Janeiru, ali i netom prije održano Europsko nogometno prvenstvo u Francuskoj od 10.06.-10.07.

Tipični primjeri karakterističnih manifestacija su Oktoberfest u Münchenu, Tour de France u Parizu ili ako obujam gledanja približimo na lokalnu razinu Sinjska alka u najvećem gradu Dalmatinske zagore. To su upravo one manifestacije koje su se stopile sa duhom nekom mjesta te postale simbol njegovog identiteta. Upravo su one primjer kako manifestacije mogu biti odličan način pozicioniranja destinacija na turističkom tržištu (Hall, 1990.). Velike manifestacije su u stanju s obzirom na svoju veličinu i medijsku popraćenost, privući velik broj posjetitelja i ostvariti značajan ekonomski učinak, dok lokalne manifestacije ciljaju pretežno na lokalno stanovništvo te se priređuju zbog njihove društvene i zabavne vrijednosti. Nazivaju ih i obiteljskim događajima koji su u „vlasništvu“ zajednice jer često koriste volontere i javne površine poput parkova, škola, ulica (Pivčević, 2014. prema Allen, 2008.).

2.2. Sportske manifestacije – pojam i karakteristike

Sport je oduvijek bio donositelj uzbudljivih događanja, vrijednih iskustava i zanimljivih natjecanja. Faktor koji je stoljećima neminovno privlačio pažnju stanovnika bilo koje geografske sredine svijeta i bilo kakvih demografsko-socioekonomskih karakteristika. Iz čovjekove urođene potrebe da se natječe i da pokaže najbolje od sebe, proizlazi i njegova zainteresiranost za sportska nadmetanja i priredbe, pa su upravo one izvrstan stimulator razvoja manifestacijskog turizma u destinacijama.

Bašić (2016.) naglašava da su ekspanzija brojnih područja koje okružuju život suvremenog čovjeka, veći protok informacija, napredak u znanosti i formiranje novih društvenih trendova utjecali i utječu na sport na razne načine. Nebitno razgovara li se o samoj pripremi vrhunskih sportaša, novim standardima i ekološkim normama izgradnje građevina, informatičkim aplikacijama putem kojih se odvija komunikacija sportskih stručnjaka, sport u svakom slučaju u 21. st. zaslužuje pozornost pa je i shvaćanje sporta kao djelatnosti od posebnog interesa za društvo i pojedinca neminovno. Sport je i svojevrsna preslika društva, pokazatelj ekonomske jačine neke sredine i njenog sustava vrijednosti. Moderna, razvijena i stabilna društva omogućavaju velikom dijelu građana da se, sukladno svom zdravstvenom stanju i afinitetu, uključe u sportske aktivnosti, dok ona slabija nastoje medijskim eksponiranjem malobrojnih uspješnih sportaša i sportskih klubova prekriti skromnu i nedovoljnu brigu o sportu te skromnu iskorištenost onoga što sport može donijeti društvu. Veza između sporta i društva je dvostruka, a pritom se misli na mogućnosti koje sport ima u smislu poboljšanja ekonomske slike društva, izgradnje kvalitetnijeg sustava društvenih vrijednosti, poboljšanja zdravstvene slike i radne efikasnosti odraslih osoba, napretka unutar odgojno-obrazovnih institucija, sportskog tržišta, itd.

Green (2001.) prema Getzu (1997.) upućuje kako cilj sportskih manifestacija i događanja nije više samo i isključivo produkcija dobre sportske igre. One su sada postale zajednički alat za lokalni i regionalni ekonomski razvoj. Kao posljedica toga, organizatori žele na događanja privući maksimalan broj posjetitelja kako bi generirali što veći pozitivni ekonomski učinak. Upravo radi navedenog, prisiljeni su inventirati i implementirati nove načine kako svoje sportske priredbe učiniti atraktivnijima za veće mase ljudi. Ovo se uvelike razlikuje ovisno o prirodi samih sportskih događanja koja definira da li je glavni cilj sportske manifestacije privlačenje što većeg broja publike/posjetitelja ili pak, što većeg broja sudionika/natjecatelja. Nije ista stvar raditi marketing Grand Prix autoutrka gdje će se organizatori posvetiti generiranju što većeg broja publike na natjecanju, i marketing jedne maratonske ili triatlonske utrke. U slučaju drugog spomenutog, organizatorima je važnije prikupiti što veći broj natjecatelja i trkača jer je se radi o drugačijoj vrsti sporta. Međutim, kako Gren, C. (2001.) naglašava, obe perspektive spajaju se, u marketinškom žargonu rečeno, u segmentu nadilaženja samog „golog sportskog proizvoda“ (actual product – the sport competition itself, engl.) i nastojanja za obogaćivanjem proizvoda/manifestacije kroz razne druge komplementarne usluge, zanimljivosti, ponude i aktivnosti.

Garcia (2001.) smatra kako su sportske priredbe odličan način razvoja kulturnih i umjetničkih programa određene destinacije. Navodi kako je svako sportsko natjecanje koje bilježi dolazak posjetitelja i natjecatelja iz inozemstva, prilika da destinacija prezentira svoju kulturu, povijest, umjetnost i sve ono što sačinjava njezinu autentičnost. Crompton (1995.) se osvrće više na ekonomske učinke sportskih manifestacija i događanja, a posebice na korištenje sportske infrastrukture i stadiona koji mogu biti mjesta održavanja i raznih drugih priredbi i događanja i na taj način generirati dodatne prihode lokalnim zajednicama.

Bašić (2016.), iz perspektive hrvatske metropole Zagreba, naglašava kako se pod suvremenijim sportom ne podrazumijeva samo usklađivanje lokalnog sporta sa Nacionalnim programom sporta ili vladajućim europskim trendovima i standardima, već stvaranje pozitivne klime oko sporta i kvalitetnije komunikacije sa svime što se veže uz sport, što ga može podići na višu razinu kvalitete ili u njemu prepoznati vlastiti interes. Za primjer uzima zagrebačke sportske priredbe koje okupljaju na tisuće sportaša iz čitavog svijeta. Stjecanje međunarodnog iskustva zagrebačkih sportaša, prihodi koje Zagreb i Turistička zajednica imaju od prodaje hotelskih aranžmana, mogućnost uspostave kvalitetnije suradnje sa sportskim delegacijama i

udrugama drugih gradova i država, neka su od područja koja mogu postojeći sportski sustav unaprijediti u organizacijskom i u financijskom smislu.

Upravo su upravo sportske manifestacije oduvijek imale najveće predispozicije za razvoj i stjecanje ogromne popularnosti, baš iz razloga jer su se ljudi za sport uvijek emocionalno vezali o čemu svjedoče brojne navijačke skupine kojima stil života predstavlja upravo podrška omiljenim sportskim klubovima ili idolima/uzorima. Kolaž fotografija predstavljen ispod Slikom 1. predstavlja svojevrsan svijet sportskih manifestacija.

Legenda na Slici 1: 1-otvaranje Mediteranskih igara u Splitu, 2- rukometna utakmica u zagrebačkoj areni, 3- natpis iz boksačkog ringa u LA-u, 4-početak triatlonske utrke na OI, 5-slavlje njemačkih nogometašica na SP-u, 6- svjetska prvakinja i doprvakinja u skoku u vis-Blanka Vlašić i Anna Chicerova, 7- UFC arena, 8- novoizgrađena arena u Kataru, 9- isječak legendarne utakmice New Jersey Netsa na kojoj je briljirao najveći hrvatski košarkaš svih vremena Dražen Petrović.



Slika 1: Svijet sportskih manifestacija

Izvor: vlastiti prikaz

2.2.1. Najpoznatije sportske manifestacije

Broj sportskih natjecanja i priredbi u svijetu raste iz dana u dan. Neka od njih odvijaju se u svijetu amaterskog sporta, dok profesionalni sportaši mnogo više okupiraju pažnju javnosti i medija kroz razne lige, kvalifikacijske turnire, prvenstva, regate itd. Postoje ona sportska natjecanja koja su do te mjere poznata da okupiraju pozornost cijeloga svijeta te ih se u teoriji manifestacija naziva: mega manifestacijama. Tri možda najrelevantnija za opis u tome spektru su Olimpijske igre, svjetska prvenstva u nogometu te teniski turniri iz Grand Slam kategorije.

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 (Tomurad, 2011.). 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 smatramo 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. Naime, davne 1896. godine na prvim modernim olimpijskim igrama, održana su natjecanja u tek pet sportova, a to su bili biciklizam, atletika, gimnastika, plivanje i mačevanje. MOO – Međunarodni olimpijski odbor donio je odluku kako će se na sljedećim XXIX. Olimpijskim igrama u najmnogoljudnijem svjetskom gradu Tokiju moći gledati sportaše u još pet sportova koji dosad nisu bili sastavni dio manifestacije.

Pierre de Coubertin smatra se 'ocem' modernih Olimpijskih igara (Wikipedia.org, 2013.). Francuz, koji je krajem devetnaestog stoljeća istraživao razloge francuskog poraza u Francusko-pruskom ratu te ih pronašao u lošoj fizičkoj spremi vojnika, dao je viziju natjecanja koja se temeljila na međunarodnom zajedništvu i suradnji, natjecanju svjetske mladosti na sportskom, a ne bojnopolju. Upravo tu stvorena je temeljna filozofija po kojoj se Olimpijske igre i njihovo održavanje i danas zasnivaju. Ona u prvi plan stavlja sportske ideale i zajedništvo među nacijama, a tek onda novac.

Essex i Chalkley (2005.) promatraju olimpijske igre izvrsnim načinom za ekonomsku regeneraciju prostora, infrastrukturno investiranje, razvijanje nacionalnog prestiža i internacionalne suradnje. Na ovogodšnjim Igrama sudjelovalo je čak 87 zemalja svijeta, a naponi koje je trebala uložiti brazilska vlada i MOO kako bi natjecanje funkcioniralo sa svih aspekata, bili su veći nego ikada u povijesti. Za samu organizaciju korišten je kako Terri i dr. (2013.) navode Triple Helix model kojeg karakteriziraju zajednički naponi i rad obrazovnog, poduzetničkog i državnog sektora. U Brazilu su osnovana čak 384 poduzetnička inkubatora različitih vrsta (tehnološki, tradicionalni, mix, kulturni, sportski...) kako bi se pokrili svi

segmenti koji su dio organizacije jednog ovako velikog događanja. O utjecaju Olimpijskih igara na ekonomiju najbolje svjedoči podatak da navedeni inkubatori objedinjuju preko 2500 poduzetničkih firmi koje su generirale oko 30000 radnih mjesta. Nuzman (2013.), brazilski predstavnik u Internacionalnom olimpijskom komitetu, naveo je kako su Olimpijske igre u Riju „manifestacija konkretnosti, slavlja i transformacije“ ciljajući kako će stvoriti tzv. „novi Brazil“ – zemlju ekonomskog prosperiteta (economic boom, engl.) i rastućeg životnog standarda srednje klase. Igre su prošle uspješno, a Brazil je odnio pobjedu i u možda najvećem problemu koji je organizacija Igara ove godine imala, a to je pitanje sigurnosti. U vremenu kada su teroristički napadi u svijetu postali dio svakodnevnice, održati nivo sigurnosti najvećeg sportskog događanja na kvalitetnoj razini predstavlja velik izazov (McRoskey, 2013.). Slika 2. najbolje prikazuje probleme s kojima su se organizatori ovogodišnjih Igara susreli po pitanju sigurnosti. Područja aglomeracije Rija de Janeira koja su sadržavala sportske lokalitete na kojima su se održavala sportska natjecanja, bila su područja sa najvećim brojem tzv. 'favela' – područja sa najvišom stopom krađa, kriminala i ubojstava u brazilskim gradovima. Favele su na slici označene smeđom bojom, a sportski olimpijski lokaliteti kružnicama.

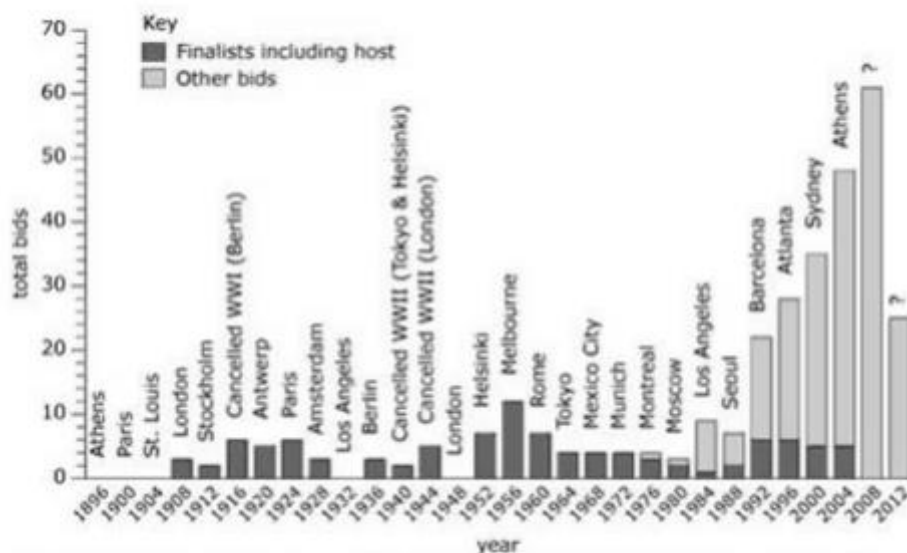


Slika 2: Mjesta sportskih olimpijskih lokaliteta u Riju i najnesigurnija gradska područja

Izvor: vlastiti prikaz prema McRoskey, S. (2013.)

O tome koliko je ova sportska manifestacija važna i korisna za gradove, regije i države u kojima se održava, svjedoči konstantan porast kandidata za domaćina. Upravo o tome raspravljali su Essex i Chalkey (2005.) naglašavajući kako je taj porast najbolji mogući dokaz o tome kako gradovi mogu izvući najveće moguće koristi od Igara po pitanju svog gospodarskog razvoja, infrastrukturne obnove, okolišnog uređenja, turističke promocije i razvoja međunarodne suradnje. Slika 3. prikazuje porast broja kandidata za domaćina

Olimpijskih igara u periodu od 1896.-2013. godine. Od samo jednog kandidata, grada Atene koji je bio domaćin prvih modernih Igara davne 1896., broj je narastao na deset kandidata 1956. kada su Igre održane u australskom Melbourneu, a 2008. godine kada su Igre održane u Pekingu ta brojka premašila je 50 gradova koji su se kandidirali.



Slika 3: Porast broja kandidata za domaćina Olimpijskih igara (1896.-2012.)

Izvor: Essex i Chalkey (2005.)

Ovogodišnje Olimpijske igre u Rijju po mnogočemu su bile specifične. Na Igrama je nastupilo je čak 11.303 sportaša iz čak 207 nacionalnih olimpijskih odbora, uključujući i sportaše iz reprezentacije izbjeglica, Kosova i Južnog Sudana po prvi put u povijesti. Ceremonija otvaranja održana je na popularnom brazilskom stadionu Marakana 5. kolovoza, a zatvaranje 21. kolovoza. Kroz 306 natjecanja raspoređenih u 28 olimpijskih sportova, sportaši svijeta među sobom su podijelili odličja i još jednom zadivili svjetsku javnost. Olimpijske igre prilika su i manje razvijenim zemljama da uvide važnost stimuliranja sportskog sektora s obzirom da su upravo sportaši često veliki promotori i ambasadori istih. Podjela medalja na Olimpijskim igrama u Rijju prikazana je Slikom 4., a Hrvatska je osvojila rekordnih 10 medalja te time na ljestvici zemalja rangiranih po broju osvojenih medalja po glavi stanovnika zauzela visoko treće mjesto – Slika 5.

XXXI. Olimpijske igre					
Plasman	Država				Ukupno
1.	SAD	46	37	38	121
2.	Velika Britanija	27	23	17	67
3.	Kina	26	18	26	70
4.	Rusija	19	18	19	56
5.	Njemačka	17	10	15	42
13.	Brazil	7	6	6	19
17.	Hrvatska	5	3	2	10

Slika 4: Ljestvica zemalja po broju osvojenih medalja u Riju 2016.

Izvor: preuzeto sa <https://hr.wikipedia.org/>



Slika 5: Osvajači olimpijskih medalja u Riju 2016. za Hrvatsku

Izvor: preuzeto sa www.nacional.hr

Redoslijedom (od lijeva prema desno s vrha) na slici 5 su prikazani: 1 - braća Sinković u veslanju, 2 – Josip Glasnović u streljičarstvu, 3 – Sandra Perković u bacanju diska, 4 – Damir Martin u veslanju, 5 – vaterpolska reprezentacija, 6 – Tonći Stipanović u jedrenju, 7 – Sara Kolak u bacanju koplja, 8 – Blanka Vlašić u skoku u vis, 9 – Filip Hrgović u boksu, 10 – Fantela i Marinić u jedrenju.

Osim olimpijskih igara kao sportske manifestacije koja zauzima sami vrh svjetske piramide prestiža, najpraćenije i najposjećenije manifestacije su svjetska prvenstva u nogometu koja se također održavaju periodično svako četiri godine. Idejni začetnik najvećeg nogometnog natjecanja je nekadašnji predsjednik svjetske nogometne federacije FIFA – Jules Rimet, a upravo po njemu se dugo godina zvao trofej kojeg su dobivali pobjednici ove nogometne manifestacije. Prvo prvenstvo održano je davne 1930. godine, a s vremenom je rasla kvaliteta samog natjecanja, pa tako i broj natjecatelja. S druge strane, u teniskom svijetu, glavne manifestacije koje posjećuje veliki broj gledatelja turniri su iz serije Grand Slam. Postoje četiri takva turnira, a održavaju se redom u velikim gradovima svijeta: Melbourne – Australian Open, Paris – Roland Garros, London – Wimbledon te New York – US Open. Navedena teniska događanja možemo prema Allenovoj podjeli spominjanoj u prethodnim

poglavljima rada svrstati u velike manifestacije obzirom da uz velik broj natjecatelja, zahtjevaju masivne infrastrukturne objekte, a generiraju veliku medijsku popraćenost. Možda najpopularniji i najprestižniji od navedenih je Wimbledon koji se tradicionalno održava u legendarnom londonskom All England Club-u i jedini se igra na travnatoj površini koju karakterizira 'brzi tenis'. Oko Wimbledonu 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 (Wimbledon.com, 2016.).



Slika 6: Centralni teren wimbledonskog teniskog turnira na kojemu se igraju finalni mečevi

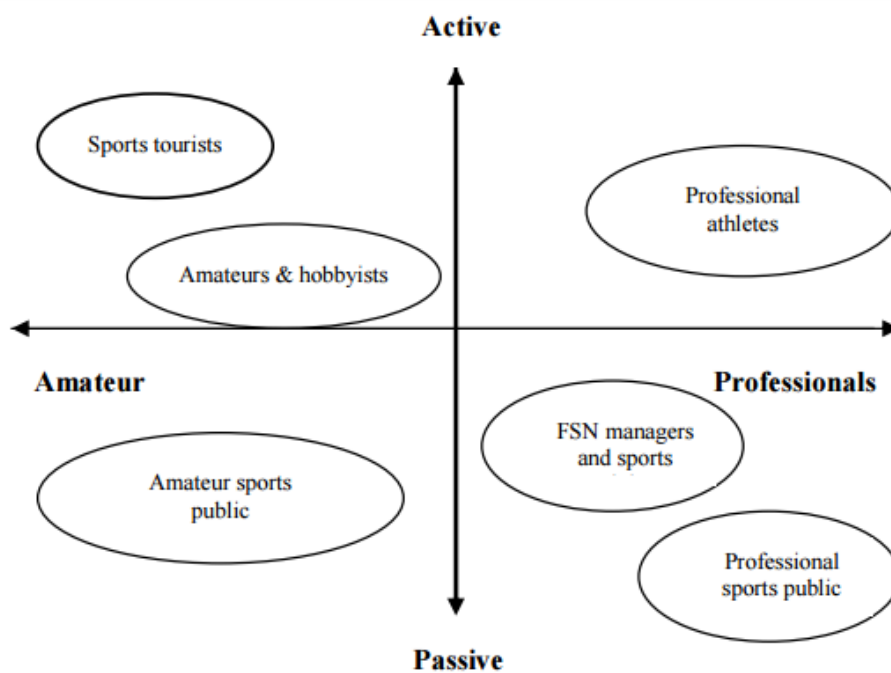
Izvor: preuzeto sa www.playbuzz.com

2.3. Sportski turizam i primjeri profiliranja turističkih destinacija na osnovu razvoja sportskog turizma

S obzirom da se brojnost pojavnih oblika turizma s vremenom povećavala, tako su danas dosta zastupljena putovanja motivirana upravo sportom, bilo da se putuje radi sudjelovanja u nekakvoj sportskoj aktivnosti i natjecanju, ili pak posjećivanju određene sportske manifestacije. Veza između turizma i sporta uočena je već početkom 70-ih godina 20.st. na seminarima i konferencijama ICSSPE – International Council for Sport, Science and Physical Education (Ciampicacigli i Maresca, 2004.), a u to vrijeme izlazi i prva medijska publikacija sportskog turizma – popularni magazin: „Journal of Sports Tourism“. Definicije sportskog turizma su brojne, a Gibson (2002.) je definira kao sva putovanja iz razonode (leisure, engl.)

koje individualci poduzimaju van svojih uobičajenih mjesta sudjelovanja da bi aktivno ili pasivno sudjelovali u sportskim događanjima.

Priča sportskom turizmu zahtijeva da je glavni motiv putovanja upravo sportsko iskustvo, a to je ujedno i output koji turist dobiva poduzimanjem ovih aktivnosti. Shodno tome, turistička destinacija u ovome slučaju je mjesto domaćin sportske manifestacije/događanja. Prema Ciampicacigliju (2004.), potrebno je razlikovati četiri različite figure/vrste/tipa sportskih turista, a one su prikazane na Slici 7. ispod.



Slika 7: Četiri tipa sportskih turista

Izvor: Ciampicacigli, R. i Maresca, S. (2004.)

Na Slici 7. je jasno vidljivo kako među osobama koje putuju radi sporta, treba razlikovati aktivne amatere – sudionike u amaterskim sportskim natjecanjima, utrka i turnirima; aktivne profesionalce – sudionike profesionalnih sportskih natjecanja, utrka i turnira; pasivne amatere – ljude koji putuju da bi gledali amaterska sportska događanja; pasivne profesionalce – ljude koji su obično sportski menadžeri, skauti ili članovi nacionalnih sportskih federacija, klubova ili udruženja. Na osnovu gore navedene podjele, razlikuju se i četiri različite vrste sportskog turizma prikazane u Tablici 5.

Tablica 5: Četiri različite vrste sportskog turizma

Sportski turizam	Vrsta sportskog turizma	Akteri/ Tip turista
	Sportski turizam	Profesionalni sportaši koji putuju u

		određen destinacije kako bi sudjelovali u određenom sportskom natjecanju.
Sportski turizam u pravom značenju	Rekreativni sportski turizam	Sportaši amateri koji putuju da bi sudjelovali u amaterskim/rekreativnim natjecanjima
	Poslovni sportski turizam	Menadžeri i zaposlenici klubova, skauti, osobe zaposlene u sportskim savezima i udruženjima itd.
	Manifestacijski sportski turizam	Publika koja prati sportske priredbe kako amaterske, tako i profesionalne (npr. navijači na Svjetskom nogometnom prvenstvu)

Izvor: vlastiti prikaz prema Ciampicigli, R. i Maresca, S. (2004.)

Važnost sporta i sportskih događanja dokazuju i brojni primjeri destinacija diljem svijeta koje su svoj vlastiti imidž na turističkom tržištu izgradile upravo zahvaljujući održavanju određenih sportskih manifestacija. Štoviše, one su postale njihov prepoznatljivi znak, simbol i donijele im značajan rast broja turističkih posjeta. Primjeri koje je vrijedno spomenuti su poznati domaćin jedne od najvećih utrka Svjetskog skijaškog kupa za muškarce – gradić Wengen u Švicarskoj te grad Monza na rijeci Lambro u sjevernom dijelu Italije kao domaćin jedne od najposjećenijih utrka Formule 1.

Wengen je maleni gradić poznat po velikom 'skijaškom resortu' u kojemu se već dugi niz godina održavaju utrke Svjetskog skijaškog kupa. Nalazi se u kantonu glavnog švicarskog grada Berna na 1275 metara nadmorske visine i broji tek nešto više od 1300 stanovnika. Ljudi ga često nazivaju 'Grad – Djevica', s obzirom na njegov položaj u podnožju alpskog vrha Jungfrau (u prijevodu s njemačkog: djevica, djeva) visokog 4158m (Vučković Novosel, 2013.). Vukelić (2011.) spominje kako je Wengen destinacija u kojoj se održava najstarija obzirom da datira još od 1930., a prema mnogima i najljepša utrka Svjetskog skijaškog kupa. Utrka se održava na najdužoj stazi Svjetskog kupa – Lauberhornu, kojeg se opisuje kao 4455m čistog adrenalina rezerviranog za najbolje spustaše svijeta. Ovu skijašku priču iz koje se razvio veliki skijaški zimski resort, ali i turizam na cijelom području Wengena i okolice, započeo je Sir Arnould Lunn, engleski aristokrat i zaljubljenik u planinarenje koji je nakon prvog posjeta Wengenu bio toliko oduševljen da je osnovao turističku agenciju i dovodio prve grupe dobrostojećih Britanaca u malo švicarsko mjesto Murren, pokraj Wengena. Skijanje je

tada nepovratno postalo trendovski sport među društvenom kremom koja je u dogledno vrijeme osnovala više ski klubova sa sjedištem u Wengenu.



Slika 8: Panoramski pogled na Wengen

Izvor: preuzeto sa <http://www.en.wikipedia.org/>

I prije nego je postao skijaška meka, Wengen je bio okupljalište kreme, otkako je skladatelj Felix Mendelssohn upravo tu tragao za zgodama iz djela književnika romantizma, Georgea Byrona i Percy Bysse Shelleya. Mjesto odiše čistim alpskim planinskim zrakom, uzrok čega leži u činjenici da je to jedno od rijetkih odmarališta u Europi bez automobila. Osim električnih taksija, dostavnih i uslužnih vozila, prometa gotovo da i nema, što Wengen čini osobito poželjnim zimi. Atraktivna je lokalna željeznica, kao i žičara koja vodi skoro do vrha planine. S godinama koje su uslijedile, lokalne vlasti prepoznale su sve navedene potencijale i specifičnosti švicarskog planinskog gradića te počele značajno raditi na razvoju turizma. On je baziran na zimskom i skijališnom turizmu, no vlasti su uložile značajne napore u nadogradnju svih komplementarnih usluga i drugih oblika turizma koji se mogu povezati sa zimskim, kao što je zdravstveni, kulturni, rekreacijski, ekološki, istraživački itd. Poseban šarm mjestu daju stare drvene brvnare koje su preuređene u smještajne kapacitete. U gradiću koji broji tek preko 1300 žitelja, postoji čak 23 hotela i 500-600 apartmana rustikalnog izgleda, a moderne ponude i komfora s više od 5500 kreveta (Novosel Vučković, 2013.). Uz sve to, turistima je omogućena odlična prometna dostupnost, pa se u Wengen stiže autocestom iz Italije ili Austrije, željeznicom kroz tunel Simplon iz Italije, ili avionom preko Berna i Zuricha. Skijališni turizam u Wengenu dosegao je svoje najuspješnije oblike, a o uređenosti

skijališnog resorta svjedoče i brojna dobivena priznanja. Cijelo područje ima čak 53 skijaške staze sa 23 žičare.



Slika 9: Isječak sa spustaške utrke u Wengenu 2013.

Izvor: preuzeto sa <http://www.skijanje.hr>

Vukelić (2011.) prepričava zanimljivu anegdotu koja se dogodila prilikom rada spasilačke službe osnovane u Wengenu 1928. godine. Predvodnik službe bio je mjesni učitelj klizanja i planinarski vodič Ernst Gertsch. Nakon što su obavili akciju spašavanja unesrećenog Engleza prilikom jedne radne ekspedicije, njegov pomoćnik ga je upitao za svoj dio zarađene napojnice obzirom da su uspješno odradili misiju spašavanja. Gertsch mu je znakovito odgovorio: „Nema problema. Samo odaberi koju polovicu želiš: hvala ili lijepo!“. Uz ovakav duh, Wengen je bio predodređen za uspjeh.

Još jedan izvrstan primjer uspješnog turističkog pozicioniranja destinacije na osnovu sportskih manifestacija i turizma, svakako je Monza – glavni grad talijanske provincije Monza i Brianza u regiji Lombardija koji broji oko 120.000 stanovnika. Svjetskoj javnosti grad je postao poznat nakon što je u njemu konstruirana staza za utrke Formule 1. Utrka u Monzi smatra se najbržom od svih utrka Formule 1 u svijetu, a na osnovu navedene manifestacije koja se svake godine održava, u gradu je procvjetao turizam. Ciampacacigli i Maresca (2004.) navode kako dvije najpoznatije Formula 1 Grand Prix utrke, Monza i Imola, generiraju čak 350,000 posjetitelja, od kojih je 30 % posjetitelja iz inozemstva. Još važniji podatak je da je istraživanjem utvrđeno kako većina njih u destinaciji se zadržava nekoliko dana obzirom da

su lokalne vlasti uložile velike napore u razvoj ostalih segmenata turizma u Monzi: izuzetna gastronomska ponuda, wellness i spa centri, pješačke ture (walking tours, engl.) te su na taj način omogućili sadržajan boravak posjetiteljima na duže vrijeme u destinaciji.



Slika 10: Utrka Formule 1 u Monzi 2016.

Izvor: preuzeto sa <http://www.en.espn.co.uk/italy>

2.4. Lokalna zajednica i manifestacije

Lokalna zajednica važan je faktor prilikom organizacije manifestacija, upravo iz razloga što se svaka manifestacija uvijek odvija u određenom geografskom prostoru. Taj prostor ima svoje stalne stanovnike koji najbolje poznaju prirodu samog mjesta manifestacije, ali i koji će u najvećoj mjeri osjetiti učinke samih specijalnih događanja. Vrlo je važno uzeti u obzir da se stavovi pojedinačnih članova lokalne zajednice prema manifestacijama često razlikuju, pa manifestacije koje generiraju jedinstveno pozitivno mišljenje i stav od strane iste, možemo usitinu okarakterizirati kao uspješne manifestacije koje donose puno više koristi, nego troškova. Pivčević (2014.) prema Allenu i dr. (2008.), navodi kako lokalne zajednice uglavnom kreiraju i organiziraju manifestacije usmjerene na zadovoljenje društvenih potreba lokalnog stanovništva kroz različite oblike zabavnih sadržaja. Na taj način, generira se niz društvenih koristi poput jačanja osjećaja zajedništva, ponosa i pripadnosti, ali i prezentira stanovništvu nove ideje i iskustva, razvija toleranciju i raznolikost kulture, potiče sudjelovanje u sportskim, kulturnim i umjetničkim aktivnostima.

Vrlo je bitno uključiti lokalnu zajednicu u sam proces odlučivanja prilikom organizacije manifestacija. Harris i Allen (2006.) generirali su sedam temeljnih smjernica za integriranje

lokalne zajednice u taj proces od kojih je svakako najvažnija ona da lokalna zajednica treba biti konzultirana i imati pravo odlučivanja u aktivnostima koje utječu na njihov život.

Ukoliko lokalnu zajednicu želimo definirati kao dionika samih manifestacija, onda možemo reći da je riječ o geografskom području na kojem je manifestacija locirana ili o interesnoj zajednici iz koje manifestacija dobiva svoje sudionike i gledatelje. Članovi lokalne zajednice javljaju se kao aktivni sudionici manifestacija, bilo plaćeni ili kao volonteri. Mnoge manifestacije se godinama održavaju samo zahvaljujući entuzijazmu lokalnih članova. Lokalna zajednica uključuje: stanovnike, trgovce, lobističke skupine, policiju, lokalnu komunalnu infrastrukturu itd. (Pivčević, 2014.)

Sigurno je da održavanje manifestacija na nekom prostoru generira niz pozitivnih i negativnih učinaka koji su generirani u sljedeća dva potpoglavlja rada, no bitno je da lokalna zajednica shvati manifestacije na pravi način te da detaljnim proučavanjem, istraživanjem i uključenošću u proces organizacije i izvedbe, pokuša izvući maksimalne koristi iz same manifestacije uz minimalne troškove. Ponekad, potrebno je nadići i skeptični mentalitet koji je često standardan element u društvima nerazvijenih ekonomskih sredina. Upravo tu, manifestacije mogu biti značajan faktor i stimulator ekonomskog razvoja, kao i društvene otvorenosti i komunikacije.

2.4.1. Pozitivni učinci manifestacija po lokalnu zajednicu

Prema Allenu i dr. (2005.), pozitivni učinci manifestacija po lokalnu zajednicu mogu biti socio-kulturni, fizički i ekološki, politički te turističko-ekonomski. Neki od njih navedeni su ispod:

- Dijeljenje i razmjena iskustava
- Revitalizacija tradicije
- Izgradnja ponosa u lokalnoj zajednici
- Uvođenje novih i izazovnih ideja te širenje kulturnih vidika među stanovništvom
- Porast ekološke svijesti među stanovništvom
- Poboljšanje transporta i komunikacija
- Urbana transformacija i obnova
- Poboljšani imidž mjesta te promocija investicija
- Društvena kohezija
- Poboljšanje infrastrukture

- Promocije turističke destinacije i povećani broj posjetitelja
- Produženi broj dana boravaka i odstupanje od sezonalnosti
- Povećani porezni prihodi
- Nove poslovne prilike i stvaranje radnih mjesta
- Povećane komercijalne aktivnosti
- Poboljšana suradnja lokalne zajednice sa drugim lokalnim zajednicama i kulturnim grupama

2.4.2. Negativni učinci manifestacija po lokalnu zajednicu

Prema Allenu i dr. (2005.), negativni učinci manifestacija po lokalnu zajednicu mogu biti socio-kulturni, fizički i ekološki, politički te turističko-ekonomski. Neki od njih navedeni su ispod:

- Otuđenje u zajednici
- Manipulacije lokalnom zajednicom
- Negativni imidž zajednice
- Loše ponašanje i uništavanje razvojnih resursa
- Društvena nejednakost i gubitak gostoljubivosti
- Ekološka oštećenja, onečišćenja, uništavanje nasljeđa, buka i prometna zagušenja
- Loša alokacija sredstava
- Gubitak pouzdanosti i vlasničke kontrole lokalne zajednice
- Potvrda ideologije
- Gubitak autentičnosti i otpor lokalne zajednice prema turizmu
- Šteta po reputaciju
- Eksploatacija i inflacija
- Rast oportunističkih troškova i loš financijski menadžment

Hoće li određena manifestacija generirati više pozitivnih ili negativnih učinaka po samu lokalnu zajednicu, ovisit će uvelike o procesu samog planiranja, kvaliteti izvedbe manifestacijskog plana, kao i o informiranosti lokalne zajednice o ciljevima manifestacije. Prema Allenu i dr. (2008.), manifestacije bi trebale doprinijeti lokalnoj zajednici u učenju, prihvaćanju novih informacija, preispitivanju vlastitih mogućnosti i stavova, iskustvu i samopouzdanju, zapošljavanju i povećanom kreativnom kapacitetu.

3. BOL KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

Treće poglavlje rada spojiti će teoriju sportskih manifestacija i manifestacija općenito opisanu u prethodnom poglavlju sa geografskom sredinom koja će biti predmet istraživanja u ovome radu, a to je mjesto Bol na otoku Braču. Kroz postavljanje geografskog profila Bola, istraživanje turističkih rezultata samog mjesta, kao i njegova turističkog imidža te uz opis odabranih manifestacijskih primjera – teniskih Cro Circuit i WTA turnira, kompletirat će se teorijska podloga nužna za provođenje kvalitetnog empirijskog istraživanja. Obzirom da je Bol mjesto na otoku, posebno poglavlje će se osvrnuti i na gospodarske probleme s kojima se hrvatski otoci susreću nakon Domovinskog rata (1991.-1995.) te kako se ti problemi reflektiraju na njihov daljnji razvoj.

3.1. Geografski profil Bola

Geografski profil Bola kao destinacije objedinjuje podatke o zemljopisnim, reljefnim, klimatsko-vegetacijskim, demografskim i gospodarskim značajkama mjesta. Predstavljen je ispod prikazanom Tablicom 6.

Tablica 6: Geografski profil mjesta Bol na otoku Braču

ZEMLJOPISNE ZNAČAJKE
Općina Bol smještena je na južnoj strani otoka Brača, površinom najvećeg srednjodalmatinskog otoka i trećeg po veličini u cijelom Jadranu. Otok Brač površine je od 394 kilometra kvadratna, dug je 40km, a širok 12km. Od obale je otok 12km udaljenosti, a dijeli ih Brački kanal. Zapadno od Brača nalazi se otok Šolta (odvojen Splitskim vratima, a južno, odvojen Hvarskim kanalom – otok Hvar. Teritorijalno pripada prostoru Splitsko-dalmatinske županije, a ukupna površina općine je 23 kilometra kvadratna. Nalazi se na 46°16' sjeverne geografske širine i 16°40' istočne geografske dužine.
RELJEFNE ZNAČAJKE
U reljefnom smislu Bol možemo okarakterizirati kao tipično primorsko mjesto nastalo na bračkoj krškoj, točnije vapnenačkoj i dolomitnoj, stijenskoj podlozi. Iznad same općine izdiže se gorski vijenac Bolska kruna, ilirska gradina Koštilo i Vidova gora koja je sa svojim 718m nadmorske visine najveći vrh svih hrvatskih otoka. Bol je najstariji gradić na bračkoj obali, a karakteriziraju ga pješčane i šljunčane plaže koje se protežu u dužini od desetak kilometara uz brojne izvore pitke vode. Okolica otoka sadrži i mala u kotlinama sakrivena krška polja koje karakterizira uzgoj vinove loze, tipične za dalmatinsko podneblje, kao i brojne druge krške oblike poput škrapa i ponikva.
KLIMATSKO-VEGETACIJSKE ZNAČAJKE
Klima na Bolu je tipična mediteranska/sredozemna klima obilježena dugim, vrućim i suhim ljetima te kratkim, kišovitim zimama. Razina insolacije/osunčanosti je nakon Hvara skoro najveća na cijelom Jadranu, pa Bol

karakterizira u prosjeku 134 dana vedrog neba godišnje i 2600 sunčanih sati. Statistički, prosjek dnevne temperature je ispod nule rjeđe od jednom u tri godine, a snijeg se, u prosjeku, može očekivati 1,5 dana u godini. Najviša prosječna mjesečna temperatura u Bolu otpada na mjesec srpanj te iznosi 24,7°C. Temperaturne razlike među godišnjim dobima umanjene su utjecajem mora, čija temperatura je stabilnija, pa su kupači na bolskim plažama u mjesecu rujnu vrlo česta pojava. Oborine tijekom godine variraju, a najhladnije razdoblje godine je ujedno i najkišovitije (prosinac-veljača). Od vegetacijskog pokrova Bola kao geografske destinacije, ističu se sve biljke koje su karakteristične za mediteransko podneblje. Mirisi ružmarina, lavande, lovora standardan su dio bolskog ambijenta i doživljaja.

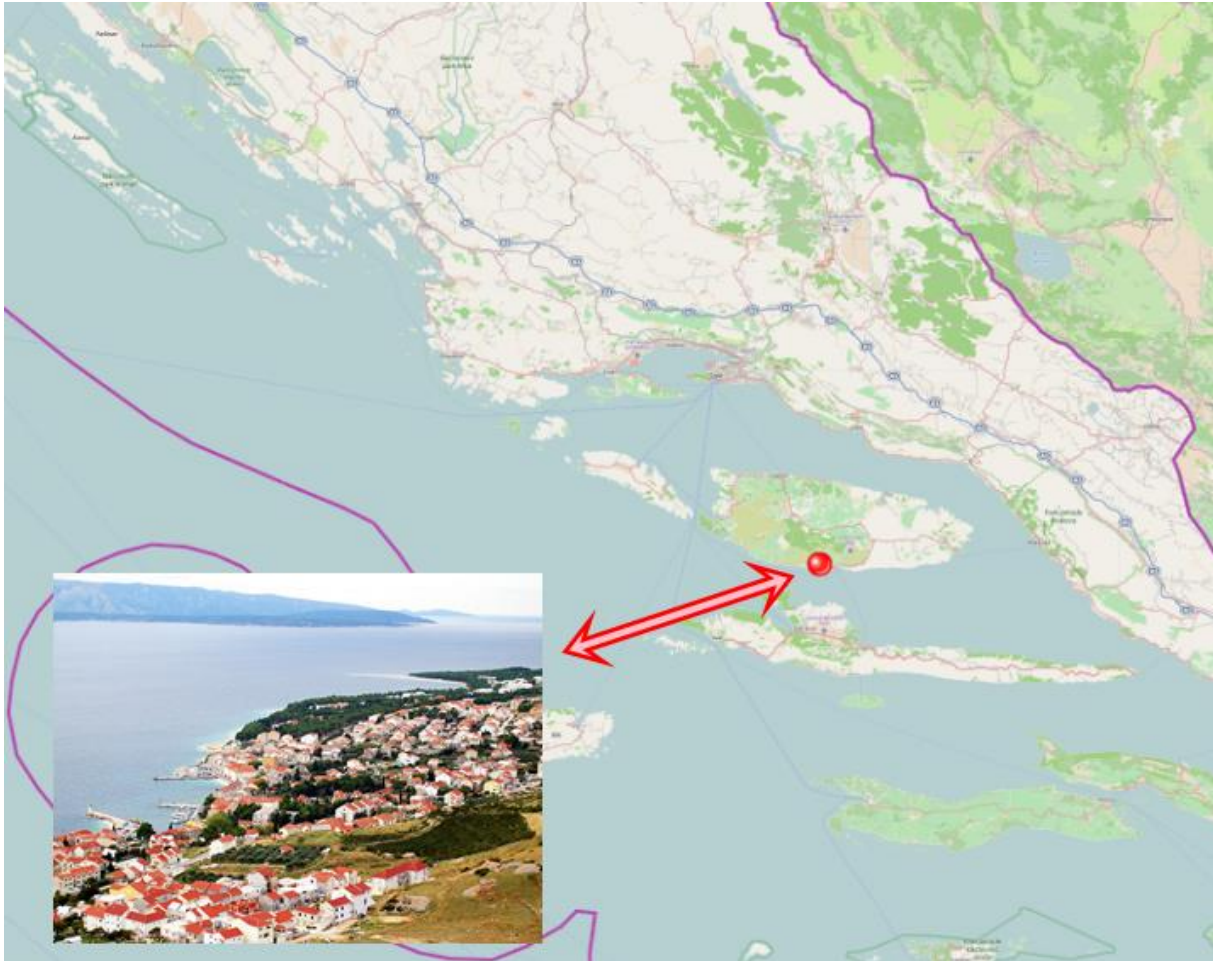
DEMOGRAFSKE ZNAČAJKE

Općina Bol do 2001. godine bilježila je kontinuirani porast broja stanovnika. Posebno zanimljiv bio je rast broja stanovništva u periodu 1981.-1991., kada je ukupan broj narastao za 396 žitelja, što je za malo mjesto poput Bola značajan porast od 35,4%. U razdoblju devedestih godina kada je Republika Hrvatska bila suočena sa ratnim zbivanjima te društvenom i gospodarskom tranzicijom praćenom procesom privatizacije, Bol je i dalje bilježio rast broja stanovnika, pa je on u 2001. godini iznosio 1661. Onda su trebale nastupiti godine kada se očekivao značajan porast broja stanovnika uvjetovan oporavkom društva od ratnih zbivanja i posljedica, međutim dogodilo se upravo suprotno. Na popisu stanovništva 2001. godine, zabilježen je pad broja stanovnika u Bolu 2,45%, pa prema posljednjim podacima Državnog zavoda za statistiku (2011.), u Bolu živi 1631 stanovnik. Što se tiče podjele stanovništva prema spolu, situacija je podjednaka, obzirom da je popisom utvrđeno kako 48,06% otpada na muškarce, a 51,94% na pripadnice ženskog spola. Narodnosni sastav jasno pokazuje kako se 1550 stanovnika, dakle 95,15% izjasnilo kao Hrvati, a od nacionalnih manjina najzastupljeniji su Srbi (ukupno 20 stanovnika) te Albanci (ukupno 12 stanovnika). 88,4% stanovništva izjasnilo se pripadnicima rimokatoličke vjere, a od ostalih je potrebno spomenuti nekoliko pripadnike pravoslavne te muslimanske vjere.

GOSPODARSKE ZNAČAJKE

S obzirom na izuzetne prirodne predispozicije, jasno je da je turizam i ugostiteljstvo glavna gospodarska grana mjesta Bol, kao i cijelog otoka Brača. Bol se smatra jednim od najuspješnijih mjesta na hrvatskim otocima obzirom na razvijenost turizma te perspektivu strategije turizma koja se u mjestu provodi. U sljedećem poglavlju detaljnije će se opisati sami turizam u mjestu, kao i pozicija Bola na svjetskom turističkom tržištu. Osim brojnih hotela, privatnih smještajnih objekata, restorana, konoba, kafića, ljudi se donekle bave i poljoprivredom, osobito uzgojem vinove loze (proizvodnjom vina) te maslina.

Izvor: podaci korišteni u geografskom profilu preuzeti su sa www.dzs.hr, www.wikipedia.hr, www.bracinfo.com, www.bol.hr.



Slika 11: Geografski položaj Bola na južnoj strani otoka Brača

Izvor: vlastiti prikaz prema www.bracinfo.com

3.2. Bol na svjetskom turističkom tržištu

O tome koliko je Bol na Braču uspio u svome naumu turističkog razvoja i pozicioniranja na svjetskom turističkom tržištu, najbolje svjedoče nagrade i priznanja koja mu se već godinama dodjeljuju. Nakon što je dvije godine zaredom 2009. i 2010. bio proglašen za Turističkog prvaka Hrvatske te bio nagrađen svojevrsnim turističkim Oscarom, 2014. Bol je na „Danima hrvatskog turizma“ održanim u Opatiji dobio još jedno vrijedno priznanje. U kategoriji 'Najbolja mala destinacija' proglašen je laureatom, pa mu je pripao ztv. „Turistički cvijet“. Bol je time postao jedino mjesto u Splitsko-dalmatinskoj županiji koje se popelo na pobjedničko postolje (Radić, 2014.) ovom najprestižnijem natjecanju destinacija hrvatskog turizma.

No, kvalitetu i turističku perspektivu Bola, nisu samo prepoznali u Republici Hrvatskoj, pa je tako „European Best Destinations“ – projekt s više od 1,3 milijuna posjetitelja na svojoj web

stranici i tisućama sljedbenika na Facebooku, Pinterestu i Twitteru, prošle 2015. godine bolsku plažu Zlatni rat svrstao u 3 najljepše plaže Starog kontinenta (Europa, Afrika, Azija). Radi se o jednoj od vodećih web-stranica za promoviranje turizma u svijetu. Značajna je i vijest koja je lani stigla iz GUWAA-e (Global Underwater Awareness Association) koja je plaži Zlatni rat dodijelila Bijelu zastavu za kakvoću mora. Rad same organizacije podupiru i svjetski moćnici poput Bernieja Ecclestona i princa Alberta II. od Monaca (Bluesunhotels.com, 2015.).

Turističku ponudu određene destinacije možemo sagledavati kroz njene atraktivne, receptivne i komunikativne faktore (Petrić, 2011.). Unutar same kategorije atraktivnih faktora razlikujemo one prirodne od onih koji su nastali djelovanjem čovjeka, pri čemu najčešće mislimo na kulturno-povijesnu baštinu određene destinacije. Svakako najpoznatije mjesto u Bolu koje je postalo faktor njegovog prepoznavanja u svijetu te svojevrsan simbol mjesta, već gore je spomenuta plaža Zlatni rat. Najveće priznanje ljepoti te jedinstvene plaže, stiglo je od svjetski prestižnog časopisa Los Angeles Times koji je Zlatni rat uvrstio među 40 najljepših mjesta na svijetu. Nazivaju je čarobnom plažom koja privlači turiste iz cijelog svijeta svojim kristalno čistim morem i jedinstvenim oblikom svoga kopnenog „roga“ koji se proteže okomito u more i mijenja smjer ovisno o vjetru (Bluesunhotels.com, 2015.).

Zlatni rat je zapravo pravi prirodni fenomen, riječ je o šljunčanom rtu, dugom oko pola metra, koji se okomito pruža u more, a iz zraka oblikom podsjeća na labudov vrat. Plaža je posebna jer kako je već navedeno, jedina na svijetu mijenja svoj oblik, odnosno, konstantno mijenja smjer vrha i to ovisno o utjecaju vjetrova i morskih struja. Svakih nekoliko godina, tijekom zime, more u potpunosti prekrije čitavu plažu, no nakon nekoliko dana valovi se povuku, a Zlatni rat ponovo zablista u punom sjaju. Okomita izbočenost rta u more djeluje kao pojačivač vjetrova, što stvara idealne uvjete za jedrenje na dasci, kao i sve popularnije jedrenje sa zmajem, a osim brojnih rekreativnih sadržaja, turisti imaju niz ugostiteljskih objekata u kojima mogu uživati tijekom sunčanja na plaži. Omogućeno je i iznajmljivanje ležaljki i suncobrana. S unutarnje strane Zlatni rat uokviruje šuma borovine, koja omogućuje hladovinu kupaćima. U šumici su skrivene dobro opremljene trgovine, kafići i manji restorani sa autentičnom lokalnom gastronomskom ponudom. Duž plaže otvoreni su štandovi koji nude voćne obroke po pristupačnim cijenama. Ono što plažu čini dodatno popularnom je što je jedan manji ograđeni dio obale rezerviran i za pse (dog friendly beach, engl).

Osim samih prirodnih ljepota od kojih se izdvaja Zlatni rat, Bol ima i bogatu kulturno povijesnu baštinu. O bogatoj povijesti Bola koja seže još u doba antičke Grčke svjedoče brojni arheološki nalazi i spomenici. Atraktivna je predromanička crkva sv.Ivana i Tudora iz 11.st., biskupska rezidencija iz 12.st., crkva Gospe od Milosti iz 15.st, ugrađeni gotički ljetnikovac iz 15.st., renesansna barokna palača sa vrijednom galerijom suvremene hrvatske umjetnosti „Branislav Drešković“ te mjesna crkva Gospe od Karmela iz 18.st. (Brač Info, 2014.). Posebnu važnost za duhovni i kulturni život Bola ima osnivanje dominikanske zajednice 1462. godine te izgradnja samostana 1475. u kojem se danas čuvaju zbirke pretpovijesne i antičke pomorske arheologije te ranohrvatskog graditeljstva i kiparstva.

Vrlo je značajna i turistička ponuda Bola u sportskom segmentu koja je i najviše bliska sa predmetom istraživanja ovog rada. Bol, kao najveće turističko središte na otoku Braču, svojim gostima nudi dvadesetak teniskih igrališta, a veliki centralni teniski stadion ima čak 1820 sjedećih mjesta na kojima se svake godine okuplja svjetska teniska elita. Upravo te manifestacije detaljno su opisane u idućim poglavljima rada. Osim tenisa, Bol se smatra pravih rajem za rekreativce koji se žele okušati u ekstremnim sportovima poput 'paraglidinga', 'free cyclinga', 'trekkinga' .

U receptivnom i komunikativnom dijelu turističke ponude Bola na Braču, potrebno je osvrnuti se na turističke objekte i subjekte koji posluju i vode razvoj turizma samoga otoka. U Bolu se nalaze 3 poslujuća hotelska smještajna objekta, uz mnoštvo privatnih iznajmljivača koji ostvaruju izvrsne sezonske prihode. Svakako najpoznatiji je elitni Bluesun Grand Hotel Elaphusa sa 4 zvjezdice koji sadrži čak 301 smještajnu jedinicu. Slijede ga Hotel Bluesun Bonaca kojeg karakterizira paviljonski smještaj te Hotel Borak sa tri zvjezdice. U hotelima se nalazi nekoliko restorana te poznati Croatia Wellness center & SPA, unutrašnji i vanjski bazeni, bazeni sa hladnom vodom te bazeni za djecu. Hoteli su na maloj udaljenosti od Teniskog centra Zlatni rat te same plaže. Bol, uz svoje kvalitetne hotele, nudi više od 2500 ležajeva u privatnom smještaju (TZ Bol, 2015.). Osim mnoštva malih restorana uz more, diskoteka i barova, Bol nudi i opuštajuće trenutke uz dalmatinsku klapsku pjesmu, nastupe poznatih opernih pjevača, kazališne priredbe, ali i likovne izložbe poznatih umjetnika.

Prema najnovijim rezultatima koje je iznijela Turistička zajednica općine Bol za kolovoz 2016. , na području općine u kolovozu 2016. Ostvareno je 185.873 noćenja što je na razini prošlogodišnjih turističkih rezultata. U hotelskom smještaju, ostvareno je 80.031 noćenje, a u privatnom nešto više 86.675. Ostalih 7.483 noćenja referira se na kampove. U dosadašnjih

osam mjeseci 2016. Godine, ostvareno je 535.825 turističkih noćenja što predstavlja rast od 12% u odnosu na prošlu 2015. godinu u kojoj je ostvareno 479.125 noćenja. Sljedeća Tablica 7. prikazuje strukturu gostiju za proteklih osam mjeseci 2016. godine:

Tablica 7: Struktura gostiju za prvih osam mjeseci 2016. godine u Bolu

R.b.	Zemlja iz koje gost dolazi	Broj noćenja	Postotak
1.	Francuska	69.673	13%
2.	Njemačka	66.274	12%
3.	Austrija	57.944	11%
4.	Švedska	37.834	7%
5.	Slovenija	33.663	6%
6.	Italija	32.865	6%
7.	Hrvatska	32.701	6%
8.	Norveška	31.637	6%
...

Izvor: vlastiti prikaz prema statističkim podacima TZ „Bol“, 2016.

Ono što je bitno naglasiti, a vidljivo je iz Tablice 7. jest prihvat turista iz emitivnih područja Francuske, Njemačke i Austrije, ali i dobra posjećenost od strane jednog od najzahtjevnijih emitivnih tržišta – skandinavskih zemalja. Kao što je vidljivo, upravo Švedani čine 7% posjetitelja Bola ove godine i zasad su ostvarili skoro 40.000 turističkih noćenja u općini.

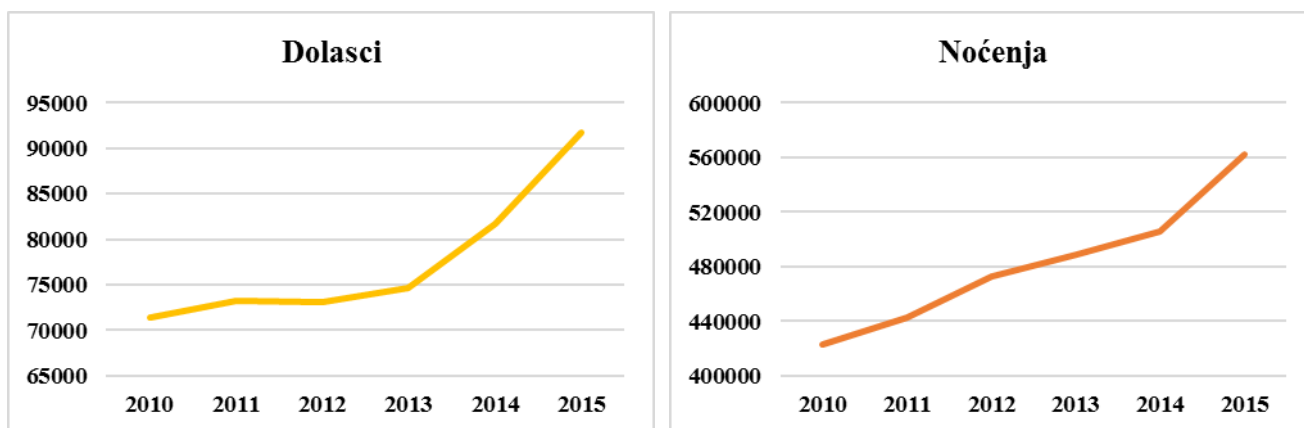


Slika 12: Plaža „Zlatni rat“ – jednog od 40 najljepših lokaliteta svijeta prema „LA Times“

Izvor: preuzeto sa www.latimes.com

Na Slici 13 prikazani su trendovi turističkog prometa (u vidu turističkih dolazaka i noćenja) mjesta Bol. Mogu se primijetiti pozitivna kretanja u broju dolazaka turista i broju noćenja. U

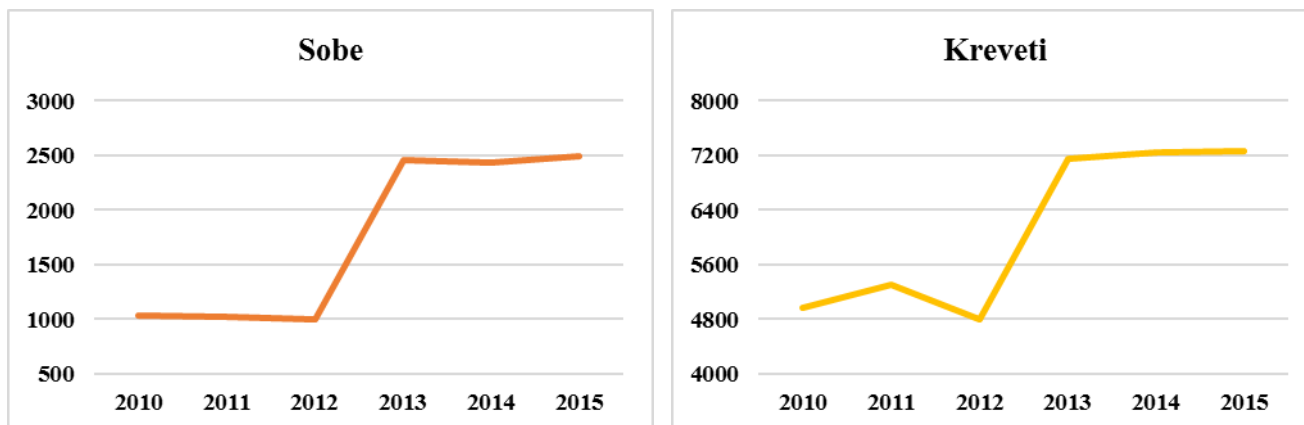
2010. broj turista iznosio je nešto više od 70 000, a u prošloj godini popeo se do rekordne brojke od preko 90 000. Uspoređujući početnu i promatranu veličinu, broj turista se povećao za 28,84% za 5 godina. Rast dolazaka prati i rast noćenja. Tako je 2010. u Bolu bilo oko 400 000 noćenja da bi ta brojka lani premašila 560 000 noćenja što predstavlja porast broja noćenja za oko trećinu (32,86%) za samo pet godina.



Slika 13: Prikaz turističkog prometa (dolasci i noćenja) u Bolu (2010.-2015.)

Izvor: DZS (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016)

U nastavku je prikazano kretanje smještajnih kapaciteta.



Slika 14: Prikaz smještajnih kapaciteta (sobe i kreveti) u Bolu (2010.-2015.)

Izvor: DZS (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016)

Što se tiče smještajnih kapaciteta, u 2015. je u bilo bilo preko 2500 soba i preko 7200 ležajeva. Smještajni kapaciteti su na ovoj razini u posljednje 3 godine, točnije od 2013. kada se broj soba i kreveta naglo povećao. Do tada se kretao na razini od oko 1000 soba i oko 5000 kreveta. No, iako su ovo službeni podatci DZS-a, ovakve brojke treba uzeti s rezervom, poglavito kada se ima na umu da se radi o malom mjestu s oko 1600 stanovnika. Obrazloženje bi se moglo pronaći u tome da se krajem 2012. uveo Zakon o fiskalizaciji, koji je, možebitno,

„prisilio“ iznajmljivače koji su do tada poslovali u području sive ekonomije, da posluju u skladu sa zakonom i prijave svoje smještajne kapacitete. U svakom slučaju, i po pitanju smještajnih kapaciteta, kao i po pitanju turističkog prometa, uočljiv je trend rasta.

3.3. Glavni ekonomski problemi života na otoku

S obzirom da je općina Bol sastavni dio najvećeg srednjodalmatinskog otoka Brača, unatoč dobrim turističkim rezultatima, potrebno je osvrnuti se na ostatak gospodarskog razvoja otočnih sredina koji je već dugi niz godina na udaru kritika javnosti te otočnih mještana. Brač se, kao i svih hrvatski otoci, suočava sa velikim problemima iseljavanja, poglavito mladog stanovništva koje u potrazi za boljim školovanjem i poslovnim prilikama seli na obalu, a gospodarska aktivnost, ukoliko se izuzme turizam i ugostiteljstvo, na otocima gotovo da i ne postoji.

Starc (2015.) naglašava da iako otoci čine svega 5,8% površine hrvatskog teritorija, oni određuju ukupno 37% područja Hrvatske i to najbolje pokazuje koliko oni donose RH. Hrvatska politika, prema njemu deklarativno uvažava otoke, što potvrđuje usvajanje Nacionalnog programa razvoja otoka, ali je taj program po usvajanju još 1997. godine u Saboru RH, odložen na policu kao 220 drugih nacionalnih strateških dokumenata donešenih od osamostaljenja do danas. To pokazuje da država nema intelektualni kapacitet za njegovo pokretanje.

Problem hrvatskih otoka, pa tako i Brača, nije samo u iseljavanju stanovništva. U novije vrijeme, potrebno je da se sve više pažnje posvećuje razvoju otočnih ruralnih sredina, posebice u područjima u kojima je intezivniji proces deruralizacije i u kojima su ozbiljno ugrožene autohtone kulture i arhitektonske vrijednote. Tipično dalmatinsko selo ne odumire samo na otocima, već i na kopnu. Osim napuštanja starih kamenih kuća koje spadaju među najveće vrijednosti tradicionalne otočne baštine, još je dramatičnija činjenica da ove objekte danas uglavnom kupuju i obnavljaju ljudi koji ne poznaju dalmatinsku tradiciju te ih često transformiraju u „moderne“, stambene ili poslovne objekte čime hrvatski otoci gube na autentičnosti. (Čuka, 2003.)

Mladima je na otocima potrebno osigurati preduvjete za normalan život. Osim prometne izolacije, što se rješava uvođenjem novih brodskih linija), većina otoka nema u potpunosti riješene probleme vodoopskrbe, zdravstvene zaštite, opskrbe benzinom i plinom, prosvjete i

dr. Daljni razvoj mora se bazirati na održiva načela, odnosno mora se temeljiti na pravilnom iskorištavanju prirodnih resursa vodeći računa o prirodnoj i kulturnoj baštini te potrebama otočnog stanovništva. Međutim, Starc (2015.) naglašava kako se sustav održivosti narušava kad otokom počnu upravljati došljaci i zato je danas štetno što se politike o otocima stvaraju na kopnu. Potrebna je veća uključenost lokalne zajednice u proces donošenja odluka, što je već i naglašeno u prethodnim poglavljima rada. Službeno izvješće o otocima Ministarstva regionalnog razvoja i fondova Europske unije za 2013. godinu, iznosi tvrdnju kako sektor za otoke pridaje maksimalnu važnost otočnom održivom razvitku kroz financiranje mnogobrojnih mjera. Istina jest da je država 2013. u razvoj otoka uložila 1,41 mlrd. kuna, i najveći dio otpao je na poboljšanje prometne povezanosti otoka s kopnom i otoka međusobno, no poražavajuća je činjenica da je kroz programe nadležnog Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta u obrazovanje i kulturu hrvatskih otoka, uloženo 700.000kn.

Razvijati turizam na hrvatskim otocima zahtijevan je posao, no ne i toliko težak ukoliko sagledamo kakve sve predispozicije naši otoci imaju za to. Sve ide 'na ruku' razvoja turizma. Puno veći problem s kojim se hrvatske vlasti trebaju suočiti je razvoj hrvatskih otoka van razvoja turističke djelatnosti koji bi sa sobom trebao donijeti brojne pozitivne eksternalije poput zaustavljanja procesa depopulacije i odlazanja mladog stanovništva iz njihovih otočnih sredina. Stanovnici otoka svjesni su koliko je turizam važan za njih, no on im i ne garantira zadovoljavajuću razinu životnog standarda i kvalitete života sa svih segmenata.

3.4. Opis odabranih primjera: Cro Circuit turniri i WTA turnir u Bolu

Ovo potpoglavlje predstaviti će odabrane manifestacijske primjere – teniske turnire Cro Circuit i onaj iz WTA 125K serije koji će i biti predmet empirijskog istraživanja. Radi se o turnirima koji se održavaju u opisanoj destinaciji – općini Bol na Braču u jednom od najljepših teniskih 'resorta' ovog dijela Europe. Kako Kuliš i Lukas (2016.) navode, priča o organiziranju najvećeg broja profesionalnih teniskih turnira na jednom mjestu je nastala kao odgovor na veliki problem u kojem se tenis, kao jedan od najvećih globalnih sportova, našao u ovom desetljeću. Naime, interes velikih korporacija koje se bave zastupanjem profesionalnih tenisača je taj da organiziraju sistem natjecanja u kojem njihovi klijenti (većinom top 50 tenisači) ostaju što duže u vrhu. Način na koji su u tome uspjeli je stvaranjem ogromnog nesrazmjera u bodovima koji se osvajaju pobjedama na ITF turnirima (u odnosu na ATP, odnosno WTA Tour), a koji nose ATP/WTA poene, te neravnomjerna raspodjela nagradnog fonda. Kao posljedica, otežan je ulazak novih potencijalnih zvijezda u svijet

vrhunskog tenisa. Time su tenis podijelili na dio showbusinessa, onaj za koji svi znamo, te na najveći dio tenisača koji se bore po cijelom svijetu kako bi ostvarili svoj san - znajući da u 90% slučajeva neće uspjeti pokriti ni svoje vlastite troškove. Zbog toga se tenis našao u još većem problemu, a to je da čak oko 95% tenisača (gotovo svi izvan top 100) ne mogu probiti financijsku barijeru bavljenja profesionalnim tenisom bez obzira na njihov talent. Naime, trošak prosječnog tenisača koji igra na ITF Pro Circuit levelu iznosi između 70.000 EUR i 100.000 EUR godišnje. Time se mnogim talentima u početku postavlja prepreka koju je nemoguće savladati bez ogromne potpore roditelja koji su spremni sve podrediti želji da se njihovo dijete bavi tenisom. U nižoj, ITF fazi natjecanja dolazi do ogromnog rasipanja talenata i upravo zbog toga je tenis danas u situaciji da žarko treba nova imena, nove zvijezde i lidere koji će privući mase. No da bi se to postiglo, potrebno je osigurati sistem natjecanja koji će minimizirati trošak tenisačima, te ujedno povećati kvalitetu organizacije teniskih turnira nižeg ranga.

Cro Circuit je serija od 20 profesionalnih teniskih turnira u organizaciji Tenis kluba Kaštela koja se održava u Bolu na Braču s odobrenjem Hrvatskog teniskog saveza (HTS), te Međunarodne teniske federacije (ITF). Projekt je nastao na inicijativu sestara Tajne i Tene Lukas, bivše i aktualne državne seniorske prvakinja u tenisu, koje su predstavile ideju svom bratu koji je tada boravio u inozemstvu (SAD, Luksemburg). Tako je započela priča o povratku tenisa u Bol i Dalmaciju kao spona turizma i sporta, dvaju najjačih hrvatskih aduta. Ovaj projekt je jedinstven u svijetu tenisa jer se na istom mjestu u godini dana, tijekom 10 tjedana, igra paralelno 10 muških i 10 ženskih profesionalnih turnira. Cilj ove fantastične sportske manifestacije jest sniziti troškove igranja profesionalnih turnira mladim i perspektivnim tenisačima te promovirati sport na najbolji mogući način, a talentima iz cijelog svijeta omogućiti što lakše i jeftinije skupljanje svojih ATP/WTA bodova. Interno istraživanje je pokazalo da tenisač može uštedjeti i do 56% ukupnih troškova igrajući turnire u Bolu (Kuliš i Lukas, 2016.). U Bolu je na godišnjoj razini, do sada bilo moguće skupiti 120 WTA bodova i 180 ATP bodova, što omogućuje tenisačima da bez obzira odakle dolaze, samo igrajući u Bolu naprave značajan iskorak u karijeri. Tako, na primjer, netko iz malog hrvatskog grada, ali i iz Latinske Amerike ili Australije, sada ima priliku samo igranjem turnira u Bolu ući na profesionalnu rang ljestvicu te prikupiti dovoljno bodova za igranje kvalifikacija najvećih svjetskih turnira poput Grand Slamova. U 2016. godini s WTA turnirom, mlade tenisačice će imati priliku doći do praga top 100 tenisačica svijeta samo

igranjem turnira u Bolu. Najviše koristi od svega imaju domaći igrači, jer se sve odvija upravo u „njihovom dvorištu“ (Kuliš i Lukas, 2016.).

Nadalje, kako Kuliš i Lukas (2016.) ističu, realizacija ovog projekta je pokazala da se u ranoj fazi mladih karijera može mnogo pomoći sportašima bez obzira odakle dolaze i kakvog su backgrounda. Od finalista sva 4 juniorska Grand Slama, više od 50% je odigralo ITF turnire u Bolu (npr. Omar Jasika, Olivier Anderson, Jana Fett, Mikael Ymer itd....), a više od 60% profesionalnih tenisača je posjetilo Hrvatsku zbog Cro Circuita te učinilo ove turnire najjačima na svijetu u kategoriji futuresa. Brojni sudionici Cro Circuita nakon nastupa u Hrvatskoj su ostvarili značajne i zapažene rezultate na turnirima jačih kategorija (npr. Nadia Podoroska, Bianca Botto, Alex Bolt, Patricia Tig, Jordan Thompson, Wang Chuhan i brojni drugi...).



Slika 15: Najavni banner Cro Circuit turnira

Izvor: crocircuit.com

Kao najizraavniji pozitivni učinak ovog projekta za lokalnu zajednicu ističe se činjenica produženja turističke sezone. To se manifestira kroz podatak da je tijekom 2014. i 2015. na turnirima u Bolu sudjelovalo preko 2.500 profesionalnih tenisača iz 59 različitih zemalja svijeta i sa 6 kontinenata koji su (sa svojim timovima) ostvarili preko 18.000 noćenja van sezone u Bolu točnije u predsezoni. Pri tome bitno je istaknuti da se radi o ciljanom tržištu s vrhunskim promotivnim potencijalom za naš turizam. Kako Kuliš i Lukas (2016.) naglašavaju, ovim projektom želi se potaknuti participacija, te dati izniman značaj potpori

lokalne zajednice koja je domaćin projekta. Značajnost Cro Circuita, svojom podrškom za sportsku javnost su iskazali i svi naši najbolji tenisači i tenisačice poput Ivana Dodiga, Marina Čilića, Borne Ćorića, Ane Konjuh, Donne Vekić, Jane Fett itd... Podršku su uputile i legende hrvatskog sporta kao npr. Gorana Ivanišević, Iva Majoli i Niki Pilić. Na svjetskoj razini, svoju potporu projektu su izrazile i legende bijelog sporta, Matts Willander te Novak Đoković, čija su oba brata, Marko i Đorđe, sudjelovali na turnirima. Kroz Bol su zbog Cro Circuita „prohujale“ brojne poznate osobe poput legendarnog zlatnog rukometaša Patrika Ćavara koji je Bol posjetio u svojstvu trenera, a gdje se imao prilike upoznati i družiti s nekim od najpoznatijih i utjecajnijih svjetskih teniskih trenera kao što su npr. Sander Groen, Nikola Pilić, Goran Prpić, Peter Carlsson, Fredrik Rosengren, Juan Manuel Esparcia... Bol su posjetile bivše i sadašnje teniske zvijezde koji su bili među top 50 najboljih na svjetskim rang ljestvicama: Evgeny Korolev, Emma Laine i Ivan Dodig (koji je u Bolu odradio pripreme za Roland Garros na kojem je osvojio Grand Slam naslov u paru). 2014. godine pokrovitelj turnira je bio bivši Predsjednik RH g. Ivo Josipović, dok je 2015. novoizabrana Predsjednica Kolinda Grabar Kitarović dala priznanje ovom projektu i nastavila tradiciju pokroviteljstva ove iznimne sportske manifestacije.



Slika 16: Promotivni plakat WTA 125K Bol Open 2016.

Izvor: bolopen.com

Od ove godine, u Bolu se po prvi put održao i WTA 125K Series Bol Open – prvo izdanje ovakvog ženskog teniskog turnira, i to u periodu od 28. svibnja do 5. lipnja (drugi tjedan Roland Garrosa). To je ujedno bio i posljednji turnir koji se računao za bodove na Olimpijske igre u Rio de Janeiru 2016. Ovo je ujedno bio i povratak WTA turnira u Hrvatsku i Bol

nakon 13 godina jer je Bol bio domaćin WTA turnira koji se zvao „Croatian Bol Ladies Open“ (zadnje izdanje 2003. Godine). To je predstavljalo veliki događaj za hrvatski i dalmatinski sport, obzirom da se radi o najvećem teniskom turniru u tradicionalnoj svjetskoj teniskoj regiji Dalmaciji koja je iznjedrila velika imena svjetskog tenisa poput: Gorana Ivaniševića, Maria Ančića, Mirjane Lučić itd. No kako Kuliš i Lukas (2016.) naglašavaju, možda je važnije napomenuti da je ovo bila najveća sportska manifestacija na hrvatskim otocima u posljednjih 10-ak godina. Turnir je dobio i službeno priznanje WTA za sadržajno najinovativniji teniski turnir na svijetu u 2016. godini i najbolje ocijenjeni turnir u svojoj kategoriji na svijetu. Tri vrlo zanimljive karakteristike turnira bile su da je isti imao humanitarni aspekt u koji je bila uključena lokalna zajednica. Uveden je drugačiji način promocije van tenisa, kroz bogat zabavni program, te je turnir bio prepoznatljiv radi toga i novoj populaciji koja tradicionalno ne prati tenis (fanovi gostujućih glazbenika: DJ Antoine-a, Luyanne, Ane Carle Suarez itd.). Posebnost turnira je i što su organizatori napravili zajedničko brandiranje (co-branding, engl.) WTA organizacije s drugim brandovima, npr. DJ-Antoine – dress to impress. O tome koliko su opisane teniske manifestacije imale pozitivnih učinaka na lokalnu zajednicu mjesta Bol na otoku Braču, kao i na njegov turistički razvoj, opisano je u sljedećem poglavlju koje je bazirano na provedenom empirijskom istraživanju.



Slika 17: Centralni teren bolskog teniskog resorta na kojem se igraju finalni mečevi

Izvor: wtaennis.com

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA SPORTSKIH MANIFESTACIJA NA LOKALNU ZAJEDNICU I TURISTIČKI RAZVOJ BOLA

U ovome dijelu provedeno je empirijsko istraživanje utjecaja sportskih manifestacija na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bole na primjeru teniskih manifestacija Cro Circuit i Bol Open. Prvo je opisana metodologija istraživanja, potom su iznesene karakteristike uzorka te je u konačnici provedeno empirijsko testiranje.

4.1. Metodologija istraživanja

Kako bi se provelo testiranje provedeno je istraživanje o stavovima lokalne zajednice o utjecaju teniskih manifestacija Cro Circuit i Bol Open na život lokalne zajednice Bole te na razvoj turističke ponude i potražnje mjesta Bol. Kao instrument istraživanja jest poslužio strukturirani anketni upitnik koji je kreiran po uzoru na istraživanja Petrić i Pivčević (2016.) te Pranić i dr. (2012.). Upitnik je konstruiran na način da se sastojao od 4 demografska pitanja vezana uz obilježja uzorka te 23 tvrdnje vezane uz utjecaje navedenih manifestacije koje su ispitanici trebali ocijeniti na Likertovoj skali od 1 do 5¹.

Tablica 8: Tvrdnje vezane uz utjecaje Cro Circuita i Bol Opena

Kod	Tvrdnje koje se odnose na život lokalne zajednice Bole	Kod	Tvrdnje koje se odnose na razvoj turističke ponude i potražnje mjesta Bol
T1	Održavanje teniskih sportskih manifestacija pozitivno utječe na lokalno stanovništvo Bole na otoku Braču.	T12	Održavanje teniskih sportskih manifestacija pozitivno utječe na turistički razvoj Bole na otoku Braču.
T2	Održavanje teniskih sportskih manifestacija jača zajedništvo stanovnika Bole.	T13	Održavanje teniskih sportskih manifestacija potiče izgradnju infrastrukture (terena, igrališta, ugostiteljskih objekata, kampova, smještajnih objekata...) unutar mjesta Bol.
T3	Održavanje teniskih sportskih manifestacija podstiče osjećaj lokalnog ponosa stanovnika Bole.	T14	Održavanje teniskih sportskih manifestacija povećalo je i broj manifestacija zabavnog karaktera u Bole.
T4	Održavanje teniskih sportskih manifestacija utjecalo je na uspostavljanje međunarodnih i interkulturalnih odnosa između stanovništva Bole i gostiju iz cijelog svijeta.	T15	Održavanje teniskih sportskih manifestacija povećalo je i broj manifestacija kulturnog karaktera u Bole.
T5	Održavanje teniskih sportskih manifestacija omogućilo je napredak u prodaji malih lokalnih proizvođača, trgovaca i obrtnika u Bole.	T16	Održavanje teniskih sportskih manifestacija povećalo je broj apartmana u turističkoj ponudi Bole.
T6	Održavanje teniskih sportskih	T17	Održavanje teniskih sportskih manifestacija

¹ Likertova skala u anketnom upitniku: 1 - uopće se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - niti se slažem niti se ne slažem, 4 - slažem se, 5 - u potpunosti se slažem.

	manifestacija uzrokovalo je negodovanje i izbjegavanje posjetitelja manifestacija od strane lokalnog stanovništva Bola.		povećalo je cijenu po kojoj se apartmani u mjestu Bol iznajmljuju.
T7	Održavanje teniskih sportskih manifestacija utjecalo je na povećanje broja krađa i kriminalnih radnji u Bolu.	T18	Održavanje teniskih sportskih manifestacija povećalo je broj apartmanskih gostiju u Bolu.
T8	Održavanje teniskih sportskih manifestacija utjecalo je na povećan broj tučnjava i fizičkih sukoba u Bolu.	T19	Održavanje teniskih sportskih manifestacija povećalo je broj gostiju hotelskih i hostelskih smještajnih kapaciteta u Bolu.
T9	Održavanje teniskih sportskih manifestacija uzrokovalo je negodovanje lokalnog stanovništva zbog prevelikih gužvi i buke unutar mjesta Bol.	T20	Održavanje teniskih sportskih manifestacija generiralo je nova radna mjesta u Bolu u turističkoj i ugostiteljskoj djelatnosti.
T10	Održavanje teniskih sportskih manifestacija uzrokovalo je probleme sa odlaganjem otpada u mjestu Bol.	T21	Održavanje teniskih sportskih manifestacija generiralo je nova radna mjesta u Bolu u turizmu komplementarnim djelatnostima (promet, trgovina, prodaja).
1T1	Održavanje teniskih sportskih manifestacija uzrokovalo je probleme sa narušavanjem lokalnog pejzaža, ambijenta i izgleda mjesta Bol.	T22	Održavanje teniskih sportskih manifestacija napravilo je izvrsnu promociju mjesta Bol na turističkom tržištu kao destinacije koja promovira sport, rekreaciju i zdravlje.
		T23	Održavanje teniskih sportskih manifestacija u Bolu utjecalo je i na porast gostiju mjesta van perioda u kojima se održavaju turniri.

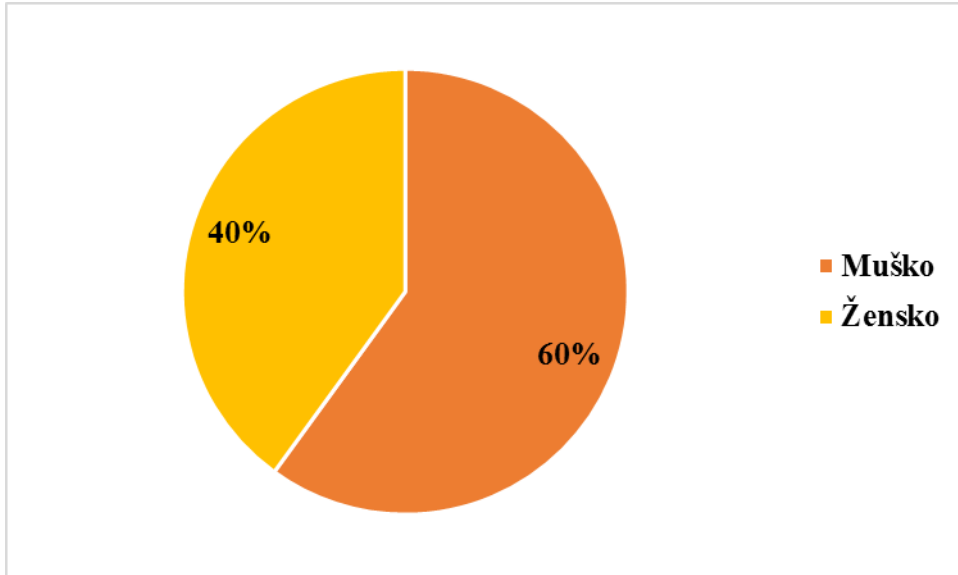
Izvor: Petrić i Pivčević (2016), Pranić i dr. (2012)

Tvrdnje označene od 1 do 11 se odnose na stavove ispitanika o tome kakav utjecaj imaju istraživane manifestacije na život lokalne zajednice Bola. Kod ovih tvrdnji bitno je imati u vidu da tvrdnje od 1 do 5 imaju pozitivnu konotaciju, a tvrdnje od 6 do 11 negativnu. Tvrdnje od 12 do 23 se odnose na stavove lokalne zajednice vezane uz utjecaj istraživanih manifestacija na razvoj turističke ponude i potražnje mjesta Bol te su sve okarakterizirane kao pozitivne.

Odgovori su prikupljeni putem Interneta (kreiran je obrazac ankete pomoću Google forms). Anketni upitnik bio je postavljen na stranicu boljani.info koja je glavni informativni materijal namijenjen Boljana te koju na mjesečnoj razini zabilježi preko 45000 posjeta. Odgovori su prikupljeni od 3. do 9. rujna 2016. Ukupno je prikupljeno 105 odgovora ispitanika. U svrhu prezentiranja rezultata korištene su metode deskriptivne statistike i grafičkog prikazivanja, a kako bi se istraživačke hipoteze potvrdile ili odbacile upotrebljen je odgovarajući (t-test) statistički test. Korištena softwareska potpora jest program Stata 13.0.

4.2. Obilježja uzorka

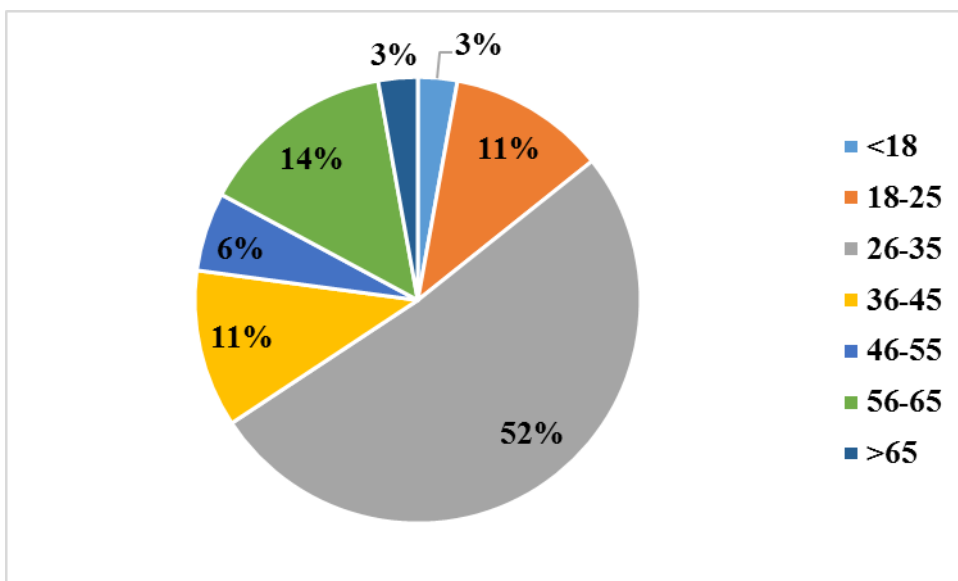
U ovom dijelu rada prezentirana su obilježja uzorka prema sljedećim demografskim obilježjima: spol, dob, razina obrazovanja te razina uključenosti u neki oblik turističke djelatnosti.



Slika 18: Struktura ispitanika po spolu

Izvor: istraživanje autorice

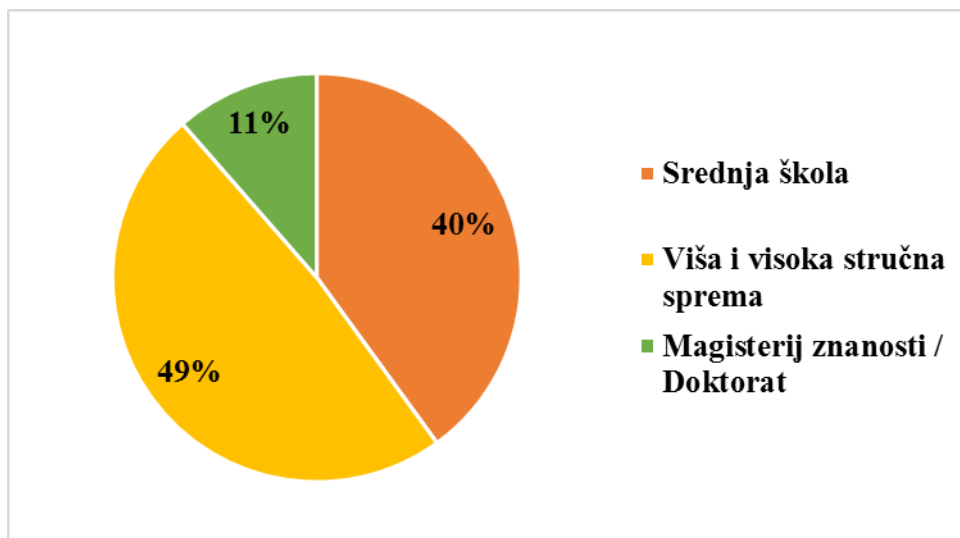
Što se tiče strukture po spolu, iz Slike 18 uočljivo je kako je u uzorku bilo 60% muških ispitanika, a 40% ženskih.



Slika 19: Struktura ispitanika po dobi

Izvor: istraživanje autorice

Kada je u pitanju struktura ispitanika po dobi, može se primijetiti da je u uzorku najmanje (po 3%) „ekstremnih“ dobnih vrijednosti (ispod 18 te preko 65 godina). Dominiraju ispitanici iz dobne skupine od 26 do 35 godina kojih je više od polovice (52%). Ispitanika od 56 do 65 godina u uzorku je 14%, s po 11% u uzroku su zastupljene dobne skupine od 18 do 25 te od

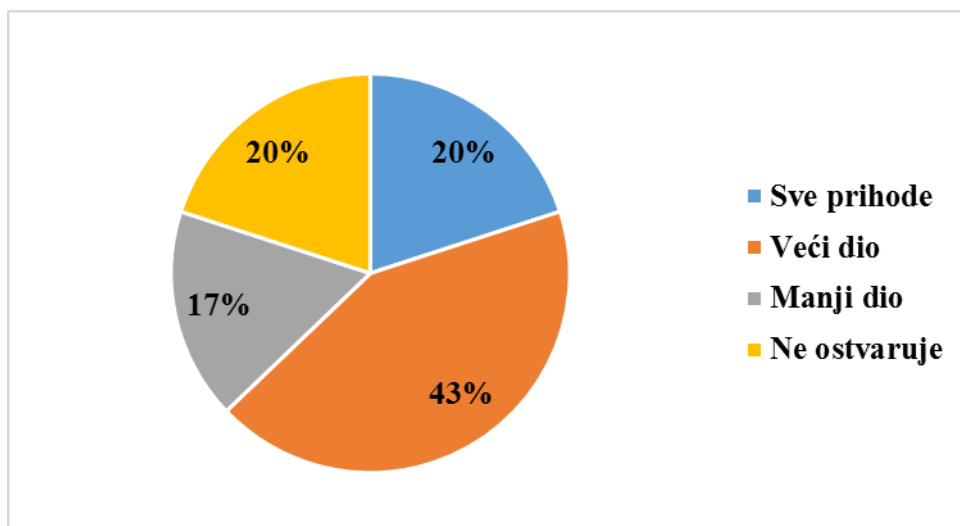


36 do 45 godina, a 6% je onih od 46 do 55 godina.

Slika 20: Struktura ispitanika prema obrazovanju

Izvor: istraživanje autorice

Na Slici 20 prikazana je struktura ispitanika prema obrazovanju. Iako je bila ponuđena opcija ispitanika koji imaju samo završenu osnovnu školu, u uzorku nije bilo takvog primjera. Gotovo polovica ispitanika (49%) ima višu ili visoku stručnu sprema što podrazumijeva završeni stručni i sveučilišni preddiplomski i diplomski studij. Značajan je postotak (njih



40%) ispitanika sa završenom srednjom školom, a 11% ih ima magisterij znanosti ili doktorat.

Slika 21: Struktura ispitanika prema ostvarivanju prihoda od turizma

Izvor: istraživanje autorice

Najveći dio ispitanika ostvaruje veći dio prihoda kroz turističku djelatnosti, njih 43%. Po petina svih ispitanika (20%) ostvaruje sve prihode kroz turističku djelatnosti ili ih uopće ne ostvaruje, a 17% ispitanih ostvaruje manji dio prihoda kroz turističku djelatnosti.

Tablica 9: Deskriptivna statistika stavova lokalne zajednice Bola o utjecaju Cro Circuita i Bol Opena na razvoj turizma

Kod	N	Art. sr.	Std. dev.	Min	Max
T1	105	3.942857	.9284869	1	5
T2	105	3.142857	1.078002	1	5
T3	105	3.8	1.068788	1	5
T4	105	3.314286	.9836577	1	5
T5	105	3.057143	1.15049	1	5
T6	105	2.142857	1.296657	1	5
T7	105	1.685714	1.094692	1	5
T8	105	1.628571	1.154066	1	5
T9	105	1.828571	1.259251	1	5
T10	105	1.885714	1.195458	1	5
T11	105	1.914286	1.301732	1	5
T12	105	4.171429	.8487224	1	5
T13	105	3.257143	1.407593	1	5
T14	105	3.4	1.205755	1	5
T15	105	2.714286	1.23813	1	5
T16	105	2.342857	1.125137	1	5
T17	105	2.371429	1.154066	1	4
T18	105	3.257143	1.185072	1	5
T19	105	3.942857	.9886721	1	5
T20	105	3.028571	1.164021	1	5
T21	105	2.771429	1.295385	1	5
T22	105	4.257143	.7341737	2	5
T23	105	3.257143	1.160475	1	5

Izvor: istraživanje autorice

U Tablici 9 prezentirana je deskriptivna statistika (aritmetička sredina, standardna devijacija, minimalna i maksimalna vrijednost). Može se uočiti da najveću vrijednost ima aritmetička sredina (4.257), što znači da su se ispitanici najviše složili s time da je održavanje teniskih sportskih manifestacija napravilo izvrsnu promociju mjesta Bol na turističkom tržištu kao destinacije koja promovira sport, rekreaciju i zdravlje. Navedena tvrdnja ima najmanju standardnu devijaciju od 0.734 što znači da je prosječno odstupanje od prosjeka u ocjenjivanju te tvrdnje 0.734 ocjene. Najmanje i najveće vrijednosti u gotovo svim tvrdnjama

su najniža (1) i najviša (5) moguća ocjena osim za iznimke kod tvrdnje 17 (održavanje teniskih sportskih manifestacija povećalo je cijenu po kojoj se apartmani u mjestu Bol iznajmljuju) gdje je maksimalna vrijednost ocjene 4, te upravo kod već spomenute tvrdnje 22 gdje je minimalna vrijednost neke ocjene 2.

4.3. Testiranje hipoteza i osvrt na rezultate

Glavna hipoteza ovog rada glasi:

H1. Održavanje sportskih manifestacija utječe pozitivno na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bola.

Zaključak o ovoj hipotezi kreira se na temelju dviju pomoćnih hipoteza koje su postavljene na sljedeći način:

H1.1. Održavanje sportskih manifestacija pozitivno se reflektira na život lokalne zajednice Bola.

H1.2. Održavanje sportskih manifestacija pozitivno se reflektira na razvoj turističke ponude i potražnje Bola.

Stoga, prvo je pomoću odgovarajućih statističkih testova testirana hipoteza H1.1 pa potom i hipoteza H1.2.

4.3.1. Testiranje pomoćne hipoteze H1.1.

U anketnom upitniku postavljene su tvrdnje koje su se odnosile na to da se teniske manifestacije Cro Circuit i Bol Open pozitivno reflektiraju na život lokalne zajednice Bola. U Tablici 8 te su tvrdnje prezentirane i objašnjeno je kako su podijeljene u dvije skupine: u tvrdnje s pozitivnim i negativnim kontekstom. Prvo slijedi empirijsko testiranje tvrdnji od 1 do 5. Kako bi se pomoćna hipoteza prihvatila (da se dokaže da se održavanje sportskih manifestacija pozitivno reflektira na život lokalne zajednice Bola) potrebno je dokazati da su ispitanici prihvatili tu tvrdnju. U tom kontekstu će se kao referentna vrijednost prihvaćanja

tvrdnje uzeti vrijednost od 3.5. Naime, ta vrijednost se na Likertovoj skali nalazi na polovici između neutralne (3=niti se slažem, niti se ne slažem) i umjereno pozitivne (4=slažem se) pa se smatra da sve što je veće od 3.5 „naginje pozitivnosti“ tvrdnje. Pretpostavlja se da se može kao statistički značajno prihvatiti da je aritmetička sredina osnovnoga skupa veća od 3.5. Stoga je provedeno jednosmjerno testiranje hipoteze o prosječnoj vrijednosti jednog osnovnog skupa na gornju granicu. Hipotezom H_0 se tvrdi da vrijednost aritmetičke sredine osnovnoga skupa ne premašuje pretpostavljenu vrijednost \bar{X}_0 . Alternativnom hipotezom tvrdi se da je aritmetička sredina osnovnoga skupa veća od pretpostavljene vrijednosti (Rozga, 2006).

Hipoteze t-testa se postavljaju na sljedeći način (Rozga, 2006):

$$H_0: \bar{X} \leq \bar{X}_0$$

$$H_1: \bar{X} > \bar{X}_0$$

Objašnjeno je da je kao referentna vrijednost uzeta ocjena 3.5 pa se postavljaju sljedeće hipoteze:

$$H_0: \bar{X} \leq 3.5$$

$$H_1: \bar{X} > 3.5$$

Dakle, u ovome slučaju potrebno je odbaciti nultu hipotezu statističkog testa da bi se dokazale pretpostavljene tvrdnje ovoga rada. U nastavku su prikazani rezultati statističkog testiranja za tvrdnje od T1 do T5. Razina empirijske signifikantnosti je 5%. Testiranje je provedeno u programu Stata 13.0.

Tablica 10: Rezultati jednosmjernog t-testa za tvrdnje (T1 do T5)

Kod	t	df	Sig.	St. gr.	95% pouzd. inter.	Zaklj.	
T1	4.8875	104	0.0000	0.090611	3.763172	4.122542	✓
T2	-3.3948	104	0.9995	0.105202	2.934237	3.351477	✗
T3	2.8762	104	0.0024	0.104303	3.593163	4.006837	✓
T4	-1.9346	104	0.9721	0.095995	3.123924	3.504648	✗
T5	-3.9444	104	0.9999	0.112276	2.834495	3.279791	✗

Izvor: istraživanje autorice

Iz Tablice 10 se može uočiti da je potvrđeno (na razini signifikantnosti od 5%) da se ispitanici generalno slažu da održavanje teniskih sportskih manifestacija pozitivno utječe na lokalno stanovništvo Bola na otoku Braču (T1) te da održavanje teniskih sportskih manifestacija podstiče osjećaj lokalnog ponosa stanovnika Bol (T3). S ostalim tvrdnjama, ispitanici se načelno nisu složili.

Za cjelokupnu sliku donošenja zaključka o prvoj pomoćnoj istraživačkoj hipotezi testirano je još 6 tvrdnji (u Tablici 8 od T6 do T11). No, ove tvrdnje imaju negativni kontekst te se smatra da ukoliko se ispitanici ne slože s njima, da se radi o pozitivnom djelovanju. Kao referentna vrijednost „točke ne slaganja“ uzima se 2.5 prema tome što ta vrijednost na Likertovoj skali nalazi na polovici između neutralne (3=ni se slažem, ni se ne slažem) i umjereno negativne (2=ne slažem se) tvrdnje pa sve manje od toga predstavlja ne slaganje.

Ovoga puta provedeno je jednosmjerno testiranje hipoteze o prosječnoj vrijednosti jednog osnovnog skupa na donju granicu. Hipotezom H_0 glasi da je aritmetička sredina osnovnoga veća ili jednaka nekoj pretpostavljenoj vrijednosti. Ako aritmetička sredina uzorka ima manju vrijednost od donje granice prihvatanja nulte hipoteze, prihvaća se alternativna hipoteza da je aritmetička sredina manja od neke pretpostavljene vrijednosti (Rozga, 2006).

Hipoteze t-testa se postavljaju na sljedeći način (Rozga, 2006):

$$H_0: \bar{X} \geq \bar{X}_0$$

$$H_1: \bar{X} < \bar{X}_0$$

U ovom slučaju je referentna vrijednost ocjena 2.5 pa se postavljaju sljedeće hipoteze:

$$H_0: \bar{X} \geq 2.5$$

$$H_1: \bar{X} < 2.5$$

U kontekstu ovog istraživanja, u ovome slučaju potrebno je odbaciti nultu hipotezu statističkog testa da bi se dokazale pretpostavljene tvrdnje. U Tablici 11 prikazani su rezultati testiranja. Testiranje je izvršeno na razini signifikantnosti od 5%.

Tablica 11: Rezultati jednosmjernog t-testa za tvrdnje (T6 do T11)

Kod	t	df	Sig.	St. gr.	95% pouzd. inter.	Zaklj.
T6	-2.8224	104	0.0029	0.126540	1.891922 2.393792	✓
T7	-7.6222	104	0.0000	0.106831	1.473864 1.897564	✓
T8	-7.7374	104	0.0000	0.112625	1.405231 1.851912	✓
T9	-5.4636	104	0.0000	0.122890	1.584875 2.072268	✓
T10	-5.2654	104	0.0000	0.116664	1.654364 2.117065	✓
T11	-4.6106	104	0.0000	0.127036	1.662369 2.166203	✓

Izvor: istraživanje autorice

Može se primijetiti da je empirijska signifikantnost u svim slučajevima manja od 5% ($0.00 < 0.05$) te je dokazano da se ispitanici ne slažu s ponuđenim negativnim tvrdnjama. To vodi zaključku o tome, da budući da ne dolazi do ovih negativnih problema, to se pozitivno reflektira na život lokalne zajednice Bola.

Kada je testirano svih 11 tvrdnji potrebnih za donošenje zaključka o pomoćnoj hipotezi H1.1. može se utvrditi da je testiranjem dokazano da se djelovanje (iskazano u većinama tvrdnji od T1 do T11 u Tablici 8) sportskih manifestacija Cro Circuit i Bol Open pozitivno reflektira na život lokalne zajednice Bola. Od pretpostavljenih utjecaja iskazanih u tvrdnjama, ispitanici se nisu složili samo s T2, T4 i T5. **Većinski (ukupno 8 od 11 tvrdnji, tj. 72.72%), u tvrdnjama je dokazano pozitivno reflektiranje istraživanih manifestacija na život lokalne zajednice Bola. Stoga, prihvaća se pomoćna hipoteza H1.1.**

4.3.2. Testiranje pomoćne hipoteze H1.2.

Tvrdnje koje se odnose na to da se održavanje sportskih manifestacija pozitivno reflektira na razvoj turističke ponude i potražnje Bola prikazane su u Tablici 8 (kodovi od T12 do T23). Navedene tvrdnje su sve pozitivnog konteksta te se stoga vrši testiranje na gornju granicu kao i kod slučaja testiranja hipoteze H1.1. Ponovno je referentna vrijednost kao granica pozitivnosti uzeta ocjena 3.5 pa se postavljaju sljedeće hipoteze:

$$H_0: \bar{X} \leq 3.5$$

$$H_1: \bar{X} > 3.5$$

U kontekstu prihvatanja H1.2. očekuje se da će se prilikom testiranja tvrdnji prihvaćati alternativna hipoteza statističkog testiranja. U nastavku je prikazana Tablica 12 s rezultatima.

Tablica 12: Rezultati jednosmjernog t-testa za tvrdnje (T12 do T23)

Kod	t	df	Sig.	St. gr.	95% pouzd. inter.	Zaklj.	
T12	8.1064	104	0.0000	0.082826	4.007180	4.335677	✓
T13	-1.7679	104	0.9600	0.137367	2.984739	3.529547	✗
T14	-0.8498	104	0.8013	0.117669	3.166657	3.633343	✗
T15	-6.5027	104	1.0000	0.120829	2.474677	2.953894	✗
T16	-10.5384	104	1.0000	0.109802	2.125115	2.560599	✗
T17	-10.0206	104	1.0000	0.112623	2.148088	2.594769	✗
T18	-2.0999	104	0.9809	0.115651	3.027802	3.486483	✗
T19	4.5899	104	0.0000	0.096484	3.751525		✓
					4.134190		
T20	-4.1500	104	1.0000	0.113596	2.803305	3.253838	✗
T21	-5.7633	104	1.0000	0.126416	2.520740	3.022117	✗
T22	10.5675	104	0.0000	0.071648	4.115062	4.399224	✓
T23	-2.1444	104	0.9828	0.113250	3.032562	3.481723	✗

Izvor: istraživanje autorice

Može se primijetiti da se nulta hipoteza statističkog testa odbacuje samo u slučaju za hipoteze T12 (održavanje teniskih sportskih manifestacija pozitivno utječe na turistički razvoj Bole na otoku Braču), T19 (održavanje teniskih sportskih manifestacija povećalo je broj gostiju hotelskih i hostelskih smještajnih kapaciteta u Bolu) te T22 (održavanje teniskih sportskih manifestacija napravilo je izvrsnu promociju mjesta Bol na turističkom tržištu kao destinacije koja promovira sport, rekreaciju i zdravlje). Za ostale tvrdnje se ne može prihvatiti da su ih ispitanici prihvatili toliko da se slože s njima preko testiranje granice (3.5). **Budući da je to slučaj za većinu tvrdnji, pomoćna hipoteza H1.2. se odbacuje.**

4.3.3. Donošenje zaključka o H1

Na temelju izvršenih testiranja pomoćnih hipoteza donosi se zaključak o prihvaćanju glavne hipoteze. Hipoteza H1.1. je generalno potvrđena dok je s druge strane H2.2. generalno odbačena. **Shodno tome, glavna hipoteza H1 o tome da održavanje sportskih manifestacija utječe pozitivno na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bole, se ne može u potpunosti prihvatiti, nego samo djelomično.**

4.4. Ograničenja istraživanja i preporuke za buduće istraživanje

Kao i svako istraživanje, i ovaj se istraživački projekt susreo sa određenim ograničenjima. Prvo i osnovno ograničenje bila je nemogućnost istraživača da fizički posjeti mjesto istraživanja – Bol na Braču te da istraživanje bude terenskog tipa, odnosno da se anketni upitnici terenski podijele ispitanicima čime bi se omogućilo reduciranje eventualnog nerazumijevanja određenih anketnih pitanja od strane ispitanika. Posljedično tome, anketni upitnici su popunjeni od strane ispitanika putem internetske forme, pa vjerodostojnost samih popunjenih upitnika ne mora nužno biti potpuna. Ograničenje koje je proizašlo iz gore navedenog problema, svakako je i nemogućnost dubinske analize promatranih manifestacijskih primjera posebnom metodom koja se u te svrhe često koristi, a to je studija slučaja. Ona je, kao takva, kvalitativna metoda istraživanja i omogućava istraživačima da svojim promatranjem i prikupljanjem informacija na samom mjestu događanja, donese detaljne zaključke i na detaljan način, iz prve ruke, opiše istraživanu manifestaciju.

Budućim istraživačima istog problema istraživanja – utjecaja održavanja sportskih manifestacija na lokalne zajednice i turistički razvoj otočnih mjesta, preporuča se korištenje i drugih gore spomenutih metoda istraživanja kojima će se moći dubinski istražiti mišljenje lokalnih stanovnika i aktera u turizmu samih destinacija. Preporuča se i korištenje posebnih metoda za mjerenje učinaka manifestacija koje nisu korištene u ovom radu, ali i usporedba sa održavanjima manifestacija na drugim hrvatskim otocima. Vrlo je važno da svi budući istraživači budu iznimno motivirani navedenim problem istraživanja, obzirom da je ova tematika vrlo bitna za daljnji razvoj hrvatskih otoka i njihovih naselja. Ona se već dugi niz godina suočavaju sa brojnim ekonomskim problemima i nekonkretnim, pa i neinovativnim načinima planiranja daljnjeg razvoja, kako turističkog, tako i cjelokupnog.

5. ZAKLJUČAK

Ovaj rad prikazao je istraživanje koje se provelo s ciljem da se utvrde utjecaji održavanja teniskih sportskih manifestacija – Cro Circuit i WTA turnira na turistički razvoj i lokalnu zajednicu mjesta Bol na otoku Braču. Istraživanju je prethodilo utvrđivanje predmeta i problema istraživanja, kao i istraživačkih hipoteza. Prvi dio rada postavio je potrebnu teorijsku podlogu za samo istraživanje. U njemu su detaljno objašnjene i prezentirane sve bitne stavke iz teorije manifestacija. Poseban dio posvećen je istraživanju sportskih manifestacija s obzirom na postojeću tematiku istraživanja. Opisani su primjeri najvećih sportskih manifestacija, posebice Olimpijskih igara, kao i uspješni svjetski primjeri profiliranja turističkih destinacija na osnovu održavanja sportskih manifestacija. Kao odličan primjer uzeti su švicarski Wengen – domaćin utrka Svjetskog skijaškog kupa te talijanska Monza – domaćin utrka Formule 1. U drugom dijelu rada napravljen je geografski profil Bola kako bi se bolje steklo uvid u mjesto održavanja promatranih sportskih manifestacija. Istraženi su zemljopisni, reljefni, klimatski, demografski i gospodarski aspekti općine Bol, a poseban naglasak stavljen je na istraživanje turističke ponude i imidža Bola na svjetskom turističkom tržištu. Posebno potpoglavlje govori i o problemima hrvatskih otoka, upravo iz razloga jer je Bol otočna destinacija i bez obzira na strjelovit razvoj turizma mora voditi računa o ostalim segmentima svog gospodarskog i demografskog aspekta. Kao posljednja stavka u teorijskom dijelu rada, opisane su odabrane sportske manifestacije koje su predmet istraživanja rada. Istraživanje je ukazalo na polovične zaključke, tj. utvrđeno je da se održavanje sportskih manifestacija pozitivno reflektira na život lokalne zajednice Bola (H1.1.), ali nije se mogla prihvatiti pretpostavka da održavanje sportskih manifestacija pozitivno se reflektira na razvoj turističke ponude i potražnje Bola (H1.2.). Budući da je jedna pomoćna hipoteza potvrđena, a druga objašnjenja, o glavnoj hipotezi o tome da održavanje sportskih manifestacija utječe pozitivno na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bola nije donesen jednoznačan zaključak. U tom kontekstu daju se preporuke za buduća istraživanja koja se ogledaju u tome da istraživanje ponovi, ali provede još detaljnije. Naime, moguće je razviti novi anketni upitnik kao instrument istraživanja koji će omogućiti dublju analizu. Također, moguće je istraživanje ponoviti na drugom ili većem uzorku. Svakako, ono što jest pozitivno je to da nisu zabilježeni nikakvi negativni utjecaji manifestacija na Bol te u tom vidu, nosioci turističke politike općine Bol svakako mogu biti ohrabreni u daljnjoj potpori postojećih te razvijanju novih, sličnih manifestacija koje će donositi koristi lokalnoj zajednici.

POPIS LITERATURE

1. Allen, J.; The Impacts of Events, Proceedings of International Event Research Conference held in Sydney, Australian Centre for Event Management, Lindfield, Australia, 2005.
2. Allen, J. i dr.; Festival and Special event management, 4th Edition, Wiley, Milton Qld, 2009.
3. Bašić, B.; Program strategije razvoja sporta u gradu Zagrebu, Sportski savez grada Zagreba, 2016.
4. Chalip, L.; Towards social leverage of sport events, Sport & Tourism, Vol 11., Austin, Texas, 2006.
5. Chalkey, B., Essex, S.; The Olympic Games – catalyst of urban change, School of Geography, university of Plymouth, 2013.
6. Ciampicacigli, R., Maresca, S.; The Metalanguages between Sport and Tourism, Emerging Issues in management, no.2, Italy, 2004.
7. Crompton, J.; Economic impact analysis of sports facilities and events: eleven sources of misapplication, Journal of Sport Management, Human Kinetics Publishers Inc., 1995.
8. Čuka, A.; Transformacija otočnog agrarnog prostora, Geografija.hr, 2004.
9. Dwyer L., Forsyth, P., Spurr, R.; Estimating the Impacts of Special Events on an Economy, Journal of Travel Research, Vol 43., 2015.
10. Faričić, J., Magaš, D.: Suvremeni socioekonomski problemi hrvatskih otoka, Geoadria, Vol. 9, Zagreb, 2004.
11. Garcia, B.; Enchanting Sport Marketing through Cultural and Arts Programs, Sport Management Review, University of Barcelona, 2001.
12. Getz, D.; Event management and Event Tourism, 2nd Edition, Cognizant Communication Corporation, New York, 2005.
13. Getz, D. i Fairley, S.; Media management at sport events for destination promotion, Event Management, Vol 8, Calgary, 2004.
14. Getz, D.; Event tourism: definition, evolution and research, Tourism Management, 2008.
15. Getz, D.; Policy for sustainable and responsible festivals and events: Institutionalization of a new paradigm, Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, 2009.
16. Green, C.; Leveraging Subculture and Identity to Promote Sport Events, Sport Management Review, University of Illinois, US, 2001.
17. Heather, J. G.; Sport Tourism – A critical analysis of research, Sport Management Review, Vol. 1, Gainesville, 1998.
18. Kuliš, Z.; WTA 125k Bol Open, Lukas Sport, Split, 2016.
19. Lukas, F.; Cro Circuit seri turnira u Bolu, Lukas Sport, Split, 2015.
20. McRoskey, S.; Security and the Olympic Games – Making Rio an example, University of Yale, 2013.
21. Page, S., Connell, J.; Tourism: A Modern Synthesis, 3rd Edition, Cengage Learning GEMEA, 2008.

22. Petrić, L.; Upravljanje razvojem turizma, Ekonomski fakultet, Split, 2011.
23. Pivčević, S.; „Upravljanje manifestacijama“, skripta, Ekonomski fakultet, Split, 2014.
24. Starc, N.; Na hrvatskim otocima moguć jedino održivi razvoj, [dostupno na: <http://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/strucnjaci-na-hrvatskim-otocima-moguc-jedino-odrzivi-razvoj---398192.html/>], Zagreb, 2015.
25. Tkalac – Verčić, A., Sinčić, D., Pološki, N.; Priručnik za metodologiju istraživačkog rada, MEP d.o.o, Zagreb, 2010.
26. Tomorad, M.; Povijest i kultura rimskog i grčkog svijeta, Sveučilište u Zagrebu, 2011.
27. Vučković – Novosel, S.; Wengen – djevica koju je čast osvojiti, Večernji list, Zagreb, 2013.

Internetski izvori:

1. www.wikipedia.hr
2. www.geografija.hr
3. www.dzs.hr
4. www.bracinfo.com
5. www.bluesunhotels.com
6. www.skijanje.hr
7. www.nacional.hr
8. www.vecernji.hr
9. www.wimbledon.com
10. www.playbuzz.com
11. www.en.espn.co.uk/italy
12. www.bol.hr
13. www.bracinfo.com
14. www.tzbol.hr
15. www.latimes.com

POPIS TABLICA I SLIKA

Popis tablica

Tablica 1: Podjela manifestacija s obzirom na raspon utjecaja i sadržaj.....	2
Tablica 2: Istraživačke hipoteze	5
Tablica 3: Specifični ciljevi kvalitativnog istraživanja	6
Tablica 4: Getzova podjela specijalnih događanja (lijevi dio) i Allenova podjela (desni dio).....	10
Tablica 5: Četiri različite vrste sportskog turizma.....	21
Tablica 6: Geografski profil mjesta Bol na otoku Braču.....	28
Tablica 7: Struktura gostiju za prvih osam mjeseci 2016. godine u Bolu	33
Tablica 8: Tvrdnje vezane uz utjecaje Cro Circuita i Bol Opena	41
Tablica 9: Deskriptivna statistika stavova lokalne zajednice Bola o utjecaju Cro Circuita i Bol Opena na razvoj turizma	45
Tablica 10: Rezultati jednosmjernog t-testa za tvrdnje (T1 do T5).....	47
Tablica 11: Rezultati jednosmjernog t-testa za tvrdnje (T6 do T11).....	49
Tablica 12: Rezultati jednosmjernog t-testa za tvrdnje (T12 do T23).....	50

Popis slika

Slika 1: Svijet sportskih manifestacija	15
Slika 2: Mjesta sportskih olimpijskih lokaliteta u Riju i najnesigurnija gradska područja	17
Slika 3: Porast broja kandidata za domaćina Olimpijskih igara (1896.-2012.).....	18
Slika 4: Ljestvica zemalja po broju osvojenih medalja u Riju 2016.	19
Slika 5: Osvajači olimpijskih medalja u Riju 2016. za Hrvatsku	19
Slika 6: Centralni teren wimbledonskog teniskog turnira na kojemu se igraju finalni mečevi	20
Slika 7: Četiri tipa sportskih turista	21
Slika 8: Panoramski pogled na Wengen	23
Slika 9: Isječak sa spustaške utrke u Wengenu 2013.	24
Slika 10: Utrka Formule 1 u Monzi 2016.....	25
Slika 11: Geografski položaj Bola na južnoj strani otoka Brača	30
Slika 12: Plaža „Zlatni rat“ – jednog od 40 najljepših lokaliteta svijeta prema „LA Times“	33
Slika 13: Prikaz turističkog prometa (dolasci i noćenja) u Bolu (2010.-2015.)	34
Slika 14: Prikaz smještajnih kapaciteta (sobe i kreveti) u Bolu (2010.-2015.)	34
Slika 15: Najavni banner Cro Circuit turnira	Error! Bookmark not defined.
Slika 16: Promotivni plakat WTA 125K Bol Open 2016.....	39
Slika 17: Centralni teren borskog teniskog resorta na kojem se igraju finalni mečevi.....	40
Slika 18: Struktura ispitanika po spolu.....	43
Slika 19: Struktura ispitanika po dobi	43
Slika 20: Struktura ispitanika prema obrazovanju.....	44
Slika 21: Struktura ispitanika prema ostvarivanju prihoda od turizma	45

PRILOG 1 – ANKETNI UPITNIK

Poštovani,

ispunjavanjem ovog anketnog upitnika doprinijet ćete istraživanju koje se provodi prilikom izrade diplomskog rada na temu "Utjecaj održavanja sportskih manifestacija na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bole na otoku Braču". Ljubazno Vas molim da odvojite dio vremena i iskreno odgovorite na pitanja. Anketni upitnik je potpuno anonimn.

Unaprijed hvala,

univ. bacc. oec. Marija Ujević,

diplomski studij "Turizam i hotelijerstvo",

Ekonomski fakultet Snilit Hrvatska

ANKETNI UPITNIK – namijenjen lokalnom stanovništvu otoka Bole na Braču , kao i zaposlenicima turističkih subjekata koji posluju u Bole (hoteli, turističke agencije i TZ – turistička zajednica)

A) O ispitaniku (potrebno je zaokružiti jedan odgovor od ponuđenih na iduća tri pitanja iz bloka pitanja A):

1. Spol:

muško

žensko

2. Dob:

< 18 godina

od 19 do 30 godina

od 31 do 45 godina

od 46 do 60 godina

> 60 godina

3. Razina obrazovanja:

SSS

VŠS

VSS

Magisterij

Doktorat

B) Utjecaj održavanja teniskih sportskih manifestacija „Cro Circuit“ i WTA Bol Open na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bola na otoku Braču (potrebno je znakom X označiti jedno od ponuđenih polja u tablici za svaku navedenu tvrdnju posebno):

Promatrana tvrdnja	Uopće se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti se ne slažem	Slažem se	Potpuno se slažem
Održavanje teniskih sportskih manifestacija pozitivno utječe na lokalno stanovništvo Bola na otoku Braču.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija pozitivno utječe na turistički razvoj Bola na otoku Braču.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija jača zajedništvo stanovnika Bola.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija podstiče osjećaj lokalnog ponosa stanovnika Bola.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija potiče izgradnju infrastrukture (terena, igrališta, ugostiteljskih objekata, kampova, smještajnih objekata...) unutar mjesta Bol.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija povećalo je i broj manifestacija zabavnog karaktera u Bolu.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija povećalo je i broj manifestacija kulturnog karaktera u Bolu.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija					

povećalo je broj apartmana u turističkoj ponudi Bola.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija povećalo je cijenu po kojoj se apartmani u mjestu Bol iznajmljuju.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija povećalo je broj apartmanskih gostiju u Bolu.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija povećalo je broj gostiju hotelskih i hostelskih smještajnih kapaciteta u Bolu.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija generiralo je nova radna mjesta u Bolu u turističkoj i ugostiteljskoj djelatnosti.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija generiralo je nova radna mjesta u Bolu u turizmu komplementarnim djelatnostima (promet, trgovina, prodaja).					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija utjecalo je na uspostavljanje međunarodnih i interkulturalnih odnosa između stanovništva Bola i gostiju iz cijelog svijeta.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija uzrokovalo je negodovanje i izbjegavanje posjetitelja manifestacija od strane lokalnog stanovništva Bola.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija utjecalo je na povećanje broja krađa i kriminalnih radnji u Bolu.					
Održavanje teniskih					

sportskih manifestacija utjecalo je na povećan broj tučnjava i fizičkih sukoba u Bolu.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija napravilo je izvrsnu promociju mjesta Bol na turističkom tržištu kao destinacije koja promovira sport, rekreaciju i zdravlje.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija u Bolu utjecalo je i na porast gostiju mjesta van perioda u kojima se održavaju turniri.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija omogućilo je napredak u prodaji malih lokalnih proizvođača, trgovaca i obrtnika u Bolu.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija uzrokovalo je negodovanje lokalnog stanovništva zbog prevelikih gužvi i buke unutar mjesta Bol.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija uzrokovalo je probleme sa odlaganjem otpada u mjestu Bol.					
Održavanje teniskih sportskih manifestacija uzrokovalo je probleme sa narušavanjem lokalnog pejzaža, ambijenta i izgleda mjesta Bol.					

SAŽETAK

Turizam je najprogresivnija industrija 20. i 21. stoljeća, a tome iznimno doprinose manifestacije, pogotovo sportske. Svaka manifestacija trebala bi biti realizirana na način da donese puno više dobrog nego lošeg lokalnom stanovništvu i destinaciji, no jedini način za to je da je lokalna zajednica na ispravan način shvati i prihvati. Upravo zato, u ovome radu istražuje se utjecaj manifestacija na turistički razvoj ne bi li dokazao mogu li manifestacije biti faktor atraktivnosti destinacije, nositelj njenog imidža i atraktivnosti, promicatelj njezine slike u svijetu te generator ekonomskih prihoda. Predmet istraživanja ovoga rada je utjecaj održavanja sportskih manifestacija (teniskim manifestacija Cro Circuit i Bol Open) na lokalnu zajednicu i turistički razvoj mjesta Bol na otoku Braču. Istraživanje je provedeno na uzorku od 105 ispitanika koji su dio lokalne zajednice Bola. Podatci su prikupljeni primarnim online istraživanjem (boljani.info – mjesto namijenjeno lokalnoj zajednici Bola) od 3.9. do 9.9., a kao instrument poslužio je strukturirani anketni upitnik. Istraživanje je ukazalo na polovične zaključke, tj. utvrđeno je da se održavanje sportskih manifestacija pozitivno reflektira na život lokalne zajednice Bola (H1.1.), ali nije se mogla prihvatiti pretpostavka da održavanje sportskih manifestacija pozitivno se reflektira na razvoj turističke ponude i potražnje Bola (H1.2.). Budući da je jedna pomoćna hipoteza potvrđena, a druga objašnjenja, o glavnoj hipotezi o tome da održavanje sportskih manifestacija utječe pozitivno na lokalnu zajednicu i turistički razvoj Bola nije donesen jednoznačan zaključak.

Ključne riječi: sportske manifestacije, lokalna zajednica, učinci manifestacija

SUMMARY

Tourism is the most progressive industry of 20th and 21st century and it is significantly contributed by events, especially sports ones. Each event should be implemented in a way to make a better than harm to the local population and the destination, but the only way to implement this is that the local community accept and understand events in the correct. This paper researches the impact of events in the tourism development in order to prove that it can be a factor of the attractiveness of the event destination, carrier of its image and attractiveness, promoter of its image in the world and a generator of economic income. The subject of this paper is the impact that hosted sporting events (precisely tennis events Cro Circuit and Bol Open) have on the local community and tourism development of Bol. The study was conducted on a sample of 105 respondents who are part of the local community of Bol. Data were collected via online primary research (boljani.info - most visited online place for the local community Bola) from 3rd to 9th September. As instrument for research was used a structured questionnaire. Research has pointed to the half-conclusions. It was found that the maintenance of sporting events positively reflected on the life of the local community of Bol (H1.1.). It could not be accepted the hypothesis that sporting events positively reflected in the development of tourism supply and demand of Bol (H1.2.). As one part of main hypothesis was confirmed while other was rejected, main hypothesis (that the hosting of sporting events affect positively to the local community and tourism development of Bol) was not adopted what led to an unambiguous conclusion.

Key words: sport events, local community, event impacts