

Vrijeme je za aktivnosti na otvorenome!

SANDA ČORAK

Živimo u vrijeme kada su turistička putovanja prošlost, a 'nova' realnost uključuje 'ostani doma' poruke kao i upute o socijalnoj distanci i epidemiološkim uputama za svaku djelatnost. Iako turizam ovisi upravo o slobodi kretanja, kao stanovnici koji imaju ili će uskoro imati mogućnost putovanja po zemlji, možemo se samo pitati kako će to izgledati – od kafića, pa do šetališta i plaža!? Ono što će ubuduće garantirati veću sigurnost svima – jest boravak na otvorenome. Sreća je djelomično na našoj strani, pa su naše glavne turističke atrakтивности vezane uz bogatstvo prirodnih resursa koji znače boravak na otvorenome, ali i naš dosadašnji zdravstveni 'skor' koji nam je puno bolji od europskog prosjeka i time nam pruža i veće šanse za brži povratak na turističku scenu.

Potencijalni turisti bez obzira na svoj domicil, boravili su 2-4 mjeseca u zatvorenim prostorima i sasvim je logično očekivati njihovu veću želju za boravkom na otvorenom, na čistom zraku, s pogledom na zelenilo ili plavetnilo, u čistom i nezagađenom okolišu. Hrvatska se jako dobro 'poklapa' s takvim željama, ali naravno - turisti ipak neće dolaziti sami po sebi što znači da sve naše aktivnosti trebaju biti planski usmjerene i programirane. U kratkom vremenu do ove ljetne sezone ne možemo raditi velike prilagodbe turističkog proizvoda, pa treba vidjeti što to možemo učiniti kako bismo iskoristili naše očigledne komparativne prednosti.

U kratkom roku promocija je primarno oruđe koje mora biti prilagođeno novoj situaciji kao i tržišnim segmentima. No, vjerujemo da će naš sustav turističkih zajednica na čelu s HTZ-om i nadalje uspješno koristiti preporučenu online promociju oslanjajući se pri tome sve moguće društvene mreže i njihova obilježja. No, pitanje je što će se točno promovirati, te kojim sadržajima valja dati prednost? S obzirom na preferencije naše turističke potražnje i njihovu vjerojatnu sklonost boravku na otvorenome – potrebno je intenzivnije promovirati sportski turizam i to prije svega onaj koji se odvija putem aktivnosti na otvorenome. Ono što je izuzetno pogodno jest činjenica da svaka naša destinacija ima neki od potrebnih resursa da se zaokruži ovakav turistički proizvod – šetnice, parkovi, sportski tereni na otvorenome, more i jezera, uređene staze i označene rute za cikloturizam, Nacionalni parkovi i parkovi prirode, sve su to resursi za odvijanje različitih aktivnosti na sigurnijem, otvorenom prostoru.

Prema rezultatima prethodnih TOMAS istraživanja znamo da raste udio gostiju zainteresiranih za sportske aktivnosti, a u ovome trenutku nakon razdoblja slabije aktivnosti ili neaktivnosti, puno je onih koji će biti zainteresirani za tjelesno vježbanje tj. za aktivnosti u kojima mogu sudjelovati bez obzira na trenutnu fizičku kondiciju. Stoga je potrebno raditi na posebnim programima kojima bi se gostima osobito onima koji će dolaziti na odmor u hotele nudili animatorski programi koji bi kombinirali sportske aktivnosti i zabavu, ali i učenje pojedinih sportova. Plivanje je uobičajena aktivnost svih koji će doći provesti odmor u nekoj od destinacija na moru – djeca možda i ne znaju plivati ili ne znaju pravilno plivati – možemo li

ih uz pomoć lokalnih sportskih zajednica, možda i uključivanjem naših sportaša naučili pravilno plivati, roniti, naučiti surfati ili jedriti!? A tu su i brojni teniski tereni, tereni za odbojku na pijesku, a i mogućnosti za avanturističke i druge sportove. TOMAS istraživanja koja provodi Institut za turizam pokazuju da se dobne skupine turista ipak razlikuju s obzirom na svoje sklonosti prema određenim sportsko-rekreacijskim aktivnostima, pa i budući programi trebaju pratiti mogućnosti dobrih ciljnih skupina. Bilo bi lijepo da goste koji će nas posjetiti ovo ljeto, osim programa animacije, dočekuju prijedlozi tjednih programa za boravak i aktivnosti na otvorenome, bez obzira o kojoj se vrsti smještaja radi. Valja nuditi zanimljive programe koji uključuju više sportova i aktivnosti, a možda i tradicijske sportove i igre (primjerice - boćanje u Dalmaciji, pljočkanje u Istri).

Američki stručnjaci već su odredili rizičnije i manje rizične skupine sportova i svi oni koji se odvijaju na otvorenome su među manje rizičnima (golf, tenis, plivanje), a proračunali su i dosadašnje gubitke zbog korona krize od 2,4 mlrd dolara za sportski turizam. Koliko je izgubio sportski turizam u Hrvatskoj – ne znamo, jer za razliku od turističkih pokazatelja koji su definirani i kontinuirano se prate kako se radi o profesionalnom sektoru, oni u sportu u koji je uključen velik broj volontera, detaljnije se ne prate i nisu objedinjeni na jednome mjestu, pa su teške čak i procjene ovakvih ekonomskih gubitaka..

Početak ožujka su u organizaciji Instituta za turizam održane „Rasprave o turizmu“, kao oblik javne tribine u kojem sudjeluje šira opća i stručna javnost. Tema je bila – kako unaprijediti sportski turizam – a temeljni zaključak odnosio se na nedostatak sportske infrastrukture, a ustanovljena je i nedovoljna suradnja između turističkog i sportskog sektora. Kako je razvoj infrastrukture dugoročni projekt, vjerujemo da je u ovome trenutku primjerenije ukazati na potrebu

proaktivnosti i zajedničkog djelovanja ova dva sektora. Turizam i naši turistički proizvodi traže 'nove doživljaje' i sadržaje kojima bi mogli privući što veći broj gostiju, a sport traži nove izvore financiranja i nove mogućnosti prezentacije i promocije svojih aktivnosti.

Sportski turizam je jedan od onih oblika turizma koji se praktički u potpunosti uklapa u održivi razvoj, a time i u postavljene ciljeve razvoja hrvatskog turizma. Jedna od najznačajnijih odlika mu je mogućnost produženja sezone, pa može odgovoriti na problem mnogih destinacija koje se oslanjaju na 'sunce i more' proizvod. Uključuje i mnoge već razvijene pojedinačne oblike, kao što je nautički turizam (jedrenje) ili cikloturizam, ali i sve one sportove koji su motivom dolaska u neku destinaciju i dio su njezine ponude. Osim različitosti sportova i sama potražnja je različitih obilježja – tu su uključeni oni turisti koji dolaze na odmor, a sport ističu kao jedam od motiva dolaska, ali tu su i svi oni koji dolaze kao gledatelji ili su sudionicima sportskih natjecanja i drugih sportskih manifestacija, kao i sudionici sportskih priprema.

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) u svome je dokumentu – „Sport Tourism and Sustainable Development Goals“ povukla relacije između sportskog turizma i održivog razvoja. Daje naglasak na manja sportska događanja koja ne traže izgradnju novih kapaciteta čija je ekonomska održivost upitna, govori o doprinosu sportaša imidžu i međunarodnoj prepoznatljivosti neke zemlje ili destinacije, o čemu se i kod nas vrlo često govori u medijima. Također ističe ulogu sportskog turizma u očuvanju prirodnog okoliša (učinkovito korištenje energije, recikliranje, waste management). Sportski turizam putem manifestacija u kojima sudjeluju ne samo sportaši – gosti već i stanovnici, utječe na smanjivanje kulturnih razlika i bolje odnose na relaciji domaćin-gost.

Svaka od naših turističkih destinacija i u prethodnim je godinama koristila različite sadržaje kako bi omogućila gostima boravak

u mjesecima izvan ljeta. Uz manifestacije, djelomično se oslanjalo i na sportski turizam, a najbolji reprezentanti su Poreč, grad partner Hrvatskog olimpijskog odbora i čest domaćin mnogih sportskih natjecanja te Istra kao regija. Tu se sportski turizam pokazao kao vrlo lukrativan tržišni segment. Našim manjim mjestima, svakako je zanimljivo da sportaši, ali i rekreativci koriste različite oblike smještaja, ali često i slabije aktivirane resurse kao što su staze, šetnice, sportske terene i dvorane, pa su prilike za razvoj otvorene mnogima i pretežno ovise o znanjima, kreativnosti i proaktivnosti marketinških i drugih djelatnika koji se bave inovacijom turističkog proizvoda.

Hrvatska je svojom geografskom pozicijom izuzetno pogodna za organizaciju brojnih natjecanja i sličnih manifestacije (npr. sportski kampovi), ali svoj potencijal u velikoj mjeri još nije iskoristila. Ova kriza koja nam svojom logikom govori da bi turisti mogli biti zainteresirani za sudjelovanje u aktivnostima na otvorenome, sportskom turizmu pruža novu priliku za jačanje i postizanje veće prepoznatljivosti. Sport nije u Hrvatskoj ravnopravan partner turizmu i predstoji mu faza jačanja i dokazivanja kako se radi ne samo odgojno-zdravstvenom već i o gospodarski važnom sektoru, pa ga čeka sve ono što je turizam već utvrdio (primjerice gospodarski doprinos kroz izradu satelitskog računa). Ekonomska znanja nam govore da je potrebno iskoristiti svoje komparativne koristi, a Hrvatska ih u turizmu ima upravo obilje, osobito kad se radi o sportskom turizmu. Naši vrhunski sportaši su u velikoj mjeri globalno poznate ličnosti i kontinuirano promoviraju Hrvatsku, a naše destinacije uz razvoj ugostiteljskih kapaciteta, iako sporo, ali razvijaju sportsku infrastrukturu, ali kao i u drugim područjima nedostaje povezivanja, suradnji i zajedničkih projekata. Sektorsko povezivanje podupire i EU dajući u prijavama projekata prednost kad je riječ o povezivanju onih sektora koji se nadopunjuju kao što su sport i turizam.

U situaciji u kojoj se danas nalazi turizam u svijetu, pa i turizam u Hrvatskoj, bio bi veliki propust ne iskoristiti svoje komparativne prednosti koje nam već daju jasan pravac - graditi imidž 'zdrave, zelene i zanimljive' destinacije, u kojem će sport i rekreacija oslanjajući se na zdravstveno usmjereno tjelesno vježbanje, pružiti gostima doživljaj zbog kojeg će poželjeti ponovno doći. Na redu su inicijative na lokalnoj razini i kreativci koji će znati najbolje povezati sportske i turističke stručnjake u formiranju proizvoda i to ne onoga koji je samo trenutno 'u fokusu' već i onoga s dugoročnim potencijalima.

Dr.sc. Sanda Čorak,
Institut za turizam