

Mato Bartoluci
Sanela Škorić

ULOGA SPORTSKIH STRUČNJAKA U REALIZACIJI SPORTSKO- -REKREACIJSKIH PROGRAMA U TURIZMU

1. UVOD

Odmor, sport, lov, ribolov, zabava, opuštanje, itd. samo su neki od motiva zbog kojih se ljudi uključuju u turistička kretanja. Svi se oni baziraju na temeljnoj čovjekovoj potrebi za odmorom i rekreacijom, a danas se smatra kako je “rekreacija temeljna turistička potreba” (Pirjevec, 1998.:27). Na osnovi iskazanih motiva za putovanjem obavlja se i klasifikacija pojedinih specifičnih oblika turizma pa tako razlikujemo odmorišni, nautički, lovni, ribolovni, te posebno sportski turizam. Iako se sportski stručnjaci svojim radom mogu pojaviti u gotovo svim oblicima turizma, u ovom nas radu zanimaju prije svega kretanja motivirana sportom i sportskom rekreacijom, odnosno sportski turizam. Kako bi se na adekvatan način pružile usluge sporta i sportske rekreacije u okviru turističkih kretanja, u realizaciji ovakvih programa morao bi sudjelovati stručni kadar educiran u području sporta i sportske rekreacije. Upravo su taj kadar i njegove specifičnosti u središtu interesa ovog rada.

2. DEFINIRANJE SPORTSKOG TURIZMA

Kako bi bilo jasnije o kakvim se turističkim kretanjima radi, odnosno u kakvim uvjetima djeluju sportski stručnjaci u turizmu, definirajmo najprije što podrazumijevamo pod pojmom sportski turizam. **Sportski turizam** svrstavamo u tzv. *specifične oblike turizma* koje se zasnivaju na motivaciji za putovanjem, odnosno ono što je važno za njihovo razlikovanje jest “*motivacija za putovanjem i sadržaj boravka u određenoj turističkoj destinaciji*.” (Bartoluci, 1985.:141). Tako sportski turizam definiramo kao “*turizam u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u turističkom odredištu*.” (Bartoluci, 2003.:71). Sportski se turizam pojavljuje u različitim oblicima i to:

- natjecateljski sportski turizam,
- zimski sportsko-rekreacijski turizam i
- ljetni sportsko-rekreacijski turizam.

Pod pojmom *natjecateljski sportski turizam* podrazumijevaju se “sva putovanja radi sudjelovanja u određenim sportskim natjecanjima, od domaćih do međunarodnih” (Bartoluci, 2003.:71). Osnovni motiv putovanja jest neka sportska manifestacija,

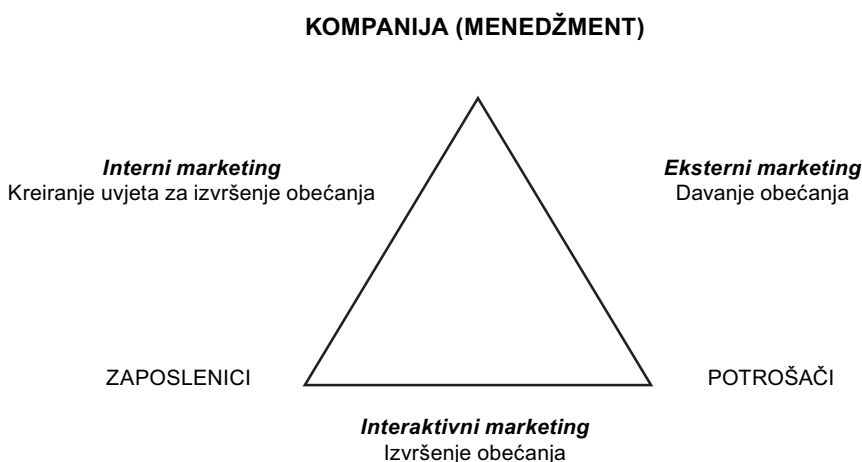
bilo da sudionici aktivno sudjeluju u njoj (sportaši) ili su, pak, pasivni sudionici (gledatelji). S druge strane sportsko-rekreacijski turizam podrazumijeva bavljenje turista tim aktivnostima, odnosno “kao motiv turističkih putovanja u suvremenom turizmu sve se više javlja sportska rekreacija kojom se aktivno bave turisti na odmoru. Sportska rekreacija u pravilu nema ni natjecateljski niti promatrački karakter. To je sportska aktivnost turista izabrana po vlastitom izboru sa svrhom zadovoljavanja potreba za kretanjem, igrom, aktivnim odmorom i razonodom.” (Relac i Bartoluci, 1987.:40) *Zimski* se sportsko-rekreacijski turizam provodi u planinskim zimskim centrima, ali i u toplicama, kao i na moru, a *ljetni* na moru, u planinama, na rijekama, jezerima i sl. Postoje sportsko-rekreacijske aktivnosti karakteristične za pojedinu sezonu, pa se tako u okviru zimskog sportsko-rekreacijskog turizma pojavljuju skijanje, skijaško trčanje, klizanje, sportske igre na snijegu i ledu i druge, a u okviru ljetnog šetnje, trčanje, planinarenje, sportovi na vodi, sportske igre, golf, tenis, jahanje itd. (Bartoluci, 2003.:72).

U ovom nas radu zanima dio sportskog turizma u kojem se turisti pojavljuju kao aktivni sudionici u raznim sportsko-rekreacijskim aktivnostima budući je uloga sportskih stručnjaka ovdje iznimno naglašena. Oni su ti koji kreiraju, organiziraju, ali i provode brojne sportsko-rekreacijske programe koji se pružaju u okviru sportsko-rekreacijskog turizma. Neki od sportsko-rekreacijskih programa koji se pojavljuju kao sastavni dio turističke ponude su:

- iznajmljivanje različitih sportskih objekata,
- korištenje sportskih objekata i opreme,
- škole učenja raznih sportskih vještina,
- sportske igre, turniri i razna natjecanja,
- sportsko-zabavne atrakcije (Bartoluci, 2003.:76).

S obzirom na raznolikost i specifičnost tih programa lako je zaključiti kako su u turizmu potrebni različiti stručnjaci sportskog profila, jer jedino takav, stručno educiran kadar može kvalitetno provoditi aktivnosti kreiranja, organiziranja, ali i samog provođenja ovih programa. A upravo o kvaliteti pružene usluge ovisi zadovoljstvo turista što posljedično utječe na želju za ostankom ili pak povratkom u destinaciju, ali i na strukturu potrošnje turista. Za postizanje kvalitetne usluge u sportskom turizmu odgovorni su svi sudionici ovog procesa (vidi Sliku 1.)

Sve tri strane trokuta moraju biti integrirane. Drugim riječima menadžment ne može potrošačima davati obećanja koja ne može ispuniti tj. za čije izvršenje ne može zajedno sa svojim zaposlenicima stvoriti potrebne uvjete. O kakvom se kadru radi, koji se zahtjevi postavljaju pred njih, u smislu potrebnih znanja i vještina, te gdje se oni i na koji način educiraju razmotrit će se u nastavku rada.



Izvor: Zeithaml i Bitner (1996.) u D. Thwaites (1999.). Closing the gaps: service quality in sport tourism (str. 506), *Journal of service marketing*, 13(6), 500-516.

Slika 1. *Trokut marketinga usluga*

Stručni kadar u provođenju sportsko-rekreacijskih programa u turizmu

Kada govorimo o stručnom kadru u okviru provođenja sportsko-rekreacijskih programa u turizmu mislimo na “sportske animatore iz raznih sportova, instruktore ili voditelje sportskih aktivnosti (tenis, golf, jahanje, skijanje, jedrenje, veslanje, ronjenje i sl.), trenere u raznim sportovima (npr. u nogometu, košarci i sl.), organizatore i voditelje sportskih aktivnosti, profesore tjelesne kulture i dr.” (Vukonić, Čavlek, 2001.:364) Iz navedenoga može se vidjeti kako u turizmu postoji potreba za brojnim stručnjacima iz područja sporta i sportske rekreacije. Već ovisno o programima koji se pružaju u pojedinoj destinaciji svaki profil ovakvih stručnjaka može pronaći svoj interes i zaposlenje u turizmu. Ovdje ćemo se ipak ograničiti na jedan segment tih stručnjaka i to **sportskih animatora**.

Objasnimo najprije što je to **animacija**. Prema Ravkin (u Andrijašević, Bartoluci, et. al., 1999.:23) “animacija je sastavni dio turističke ponude koji znači obogaćenje te ponude raznim sadržajima te kao poticaj turistima na sadržajni turistički boravak.” Ona se pojavljuje u tri osnovna oblika odnosno programa i to zabavni, sportsko-rekreacijski i ostali programi animacije (Cetinski u Andrijašević, Bartoluci, et.al., 1999.:153). Dakle, sportska animacija predstavlja sastavni dio programa animacije koji su pak sastavni do turističke ponude. Nositelji ovakvih programa nazivaju se sportskim animatorima. Drugim riječima “osnovna zadaća sportskih animatora u turizmu jest kreiranje odgovarajućih sportsko-rekreacijskih programa te njihovo

provođenje s određenim skupinama turista.” (Bartoluci, Maršanić, 2004.:291) Da bi mogli na adekvatan način obavljati svoju osnovnu zadaću moraju posjedovati određena znanja i vještine što dobivaju kroz edukaciju. Takve oblike specijalne edukacije u svijetu provode veliki hotelski lanci, turoperator i agencije za organizaciju zabave, tzv. “entertainment agencies” i to nakon što su već selekcionirali kadar koji odgovara njihovim potrebama. No, osnovno je polazište selekcije kadrova u odabiru onih koji već imaju određena znanja, vještine, iskustvo i karakterne osobine. Drugim riječima “prema iskustvima ostalih receptivnih turističkih zemalja, možemo zaključiti da se profili kadrova sportske rekreacije u turizmu prije ulaska u djelatnu funkciju educiraju na dvije razine:

1. Edukacija na visokim školama i fakultetima pojedine zemlje prema njihovim nastavnim programima
2. Dodatna edukacija na načelu tečajeva i seminara kompanija koje direktno zapošljavaju određene profile za vlastite potrebe. Ti se kadrovi pojavljuju na tržištu radne snage, a produkt su ili formalnog obrazovanja na višim ili visokoškolskim institucijama ili neformalnog obrazovanja u različitim sportskim, kulturnim, etnološkim, likovnim, inovacijskim i drugim udrugama.” (Bartoluci, Maršanić, 2004.: 295)

Stručni bi kadar, koji je educiran na kineziološkim (ili sportskim) fakultetima koji već posjeduje potrebna znanja i vještine za kreiranje i provođenje sportskih i sportsko-rekreacijskih programa u turizmu, trebao imati određene prednosti pri selekcioniranju kadrova za poslove sportskog animatora. Nakon početne selekcije obavlja se specijalna edukacija tog kadra prema potrebama kompanije koja ih je zaposlila i prema programima koje ona kreira. Te programe specijalne edukacije provode u načelu sportski animatori koji rade u tom području već neko vrijeme tj. posjeduju određeno znanje i iskustvo te su na taj način dobili ulogu edukatora.

Pored specifičnih znanja i vještina vezanih uz poznavanje turizma i sportsko rekreacijskih programa od sportskih se animatora zahtjeva posjedovanje i posebnih osobina kao što su psihofizičke osobine, talent i osjećaj za kontakt s gostom te tražena razina naobrazbe (Cerović u Andrijašević, Bartoluci, et. al., 1999.:107).

Uloga sportskih animatora u turizmu ne svodi se samo na sportske aktivnosti nego oni provode i ostale programe animacije iz područja kulture, umjetnosti, zabave, hobija i sl. Osnovna načela koja animatori trebaju uvažavati su načela slobode i načelo aktivnosti. Načelo slobode podrazumijeva slobodno sudjelovanje svih sudionika, a načelo aktivnosti uključivanje svih sudionika u odabrane programe. U tome ključnu ulogu imaju animatori. U turističkoj praksi u Hrvatskoj kao i u nekim drugim zemljama na poslovima animacije i voditelja sportsko-rekreacijskih programa vrlo često se angažiraju kadrovi koji nisu obrazovani u području kineziologije, osposobljeni

samo kroz tečajeve sportske animacije. Oni mogu voditi jednostavnije sportsko-rekreacijske programe. Međutim, za kreiranje i provođenje stručnih programa koji utječu na zdravlje sudionika potrebni su isključivo stručnjaci kineziolozi. Primjerice, radi se o MPAO programima wellness programima, programima edukacije i treninga u raznim sportovima i sl.

Budući je animacija djelatnost koja “pridonosi postizanju ekonomskih učinaka, odnosno povećanju ukupne potrošnje turista” (Ravkin u Andrijašević, Bartoluci, et. al., 1999.:24) svakoj je turističkoj destinaciji, odnosno subjektu turističke ponude, u interesu ponuditi što kvalitetnije programe animacije, pa tako i sportske animacije što se postiže prije svega zapošljavanjem stručnog kadra.

3. ZAKLJUČAK

Sastavni dio turističke ponude predstavljaju sportski i sportsko-rekreacijski programi. S obzirom na njihovu raznolikost i specifičnost, stručnjaci koji mogu kvalitetno kreirati, organizirati, ali i provoditi ovakve programe moraju biti stručno educirani. Pri tome je naglašena uloga sportskih animatora kao nositelja programa sportske animacije. Iskustva su pokazala kako se edukacija tih kadrova prije njihova uključivanja u aktivnosti sportske animacije provodi na dvije razine: na visokim školama i fakultetima te dodatnom edukacijom na načelu tečajeva i seminara kompanija koje direktno zapošljavaju određene profile ovih kadrova za vlastite potrebe. Budući se njihova uloga ne svodi samo na poznavanje sportskih aktivnosti nego i svih drugih aktivnosti animacije te komunikacije s gostima, zahtjevi koji se postavljaju pred njih su dosta visoki. Pored specifičnih znanja i vještina turizma i sportsko-rekreacijskih programa moraju posjedovati određene psihofizičke osobine, talent i osjećaj za kontakt s gostom te određenu razinu naobrazbe. U tom bi smislu stručnjaci educirani na kineziološkim (ili sportskim) fakultetima s obzirom na znanja koja stječu obrazovanjem, trebali imati određene prednosti pri zapošljavanju. Osobito se naglašava činjenica kako su za kreiranje i provođenje stručnih programa koji utječu na zdravlje sudionika potrebni isključivo stručnjaci kineziolozi.

4. LITERATURA

1. Bartoluci, M. (1985.). *Ocjena ekonomskih efekata sportske rekreacije u turizmu s posebnim osvrtom na Jadranski turizam Jugoslavije*. (Doktorska disertacija). Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
2. Bartoluci, M. (2003.). *Ekonomika i menedžment sporta*. Zagreb: Informator.
3. Bartoluci, M. i Maršanić, H. (2004.). Edukacija stručnjaka za sportsku animaciju / Education of sports animation professionals. U M. Bartoluci i

suradnici, *Menedžment u sportu i turizmu* (str. 289-299). Zagreb: Kineziološki fakultet, Ekonomski fakultet.

4. Cerović, Z. (1999.). Osobine animatora u turizmu. U M. Andrijašević, M. Bartoluci, et. al.: *Animacija u hotelijersko-turističkoj ponudi* (str. 107-116), Opatija: Hrvatska udruga hotelijera i restoratera.
5. Cetinski, V. (1999.). Oblici animacije u hotelijersko-turističkoj ponudi. U M. Andrijašević, M. Bartoluci, et. al.: *Animacija u hotelijersko-turističkoj ponudi* (str. 153-164), Opatija: Hrvatska udruga hotelijera i restoratera.
6. Pirjevec, B. (1998.). *Ekonomska obilježja turizma*. Zagreb: Golden Marketing.
7. Ravkin, R. (1999.). Pojam, cilj i načela animacije. U M. Andrijašević, M. Bartoluci, et.al.: *Animacija u hotelijersko-turističkoj ponudi* (str. 19-28), Opatija: Hrvatska udruga hotelijera i restoratera.
8. Relac i Bartoluci, 1987. *Turizam i sportska rekreacija*. Zagreb: Informator.
9. Thwaites, D. (1999.). Closing the gaps: service quality in sport tourism, *Journal of service marketing*, 13(6), 500-516.
10. Vukonić, B. i Čavlek, N. (ur.) (2001.). *Rječnik turizma*. Zagreb: Masmedia.