

SOCIJALIZACIJA KAO FAKTOR UTICAJA NA ZADOVOLJSTVO UČESNIKA PLANINARSKOG MARATONA NA FRUŠKOJ GORI

Jelica Marković, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

Violeta Zubanov, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

Lukrecija Đere, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad

Sažetak

Zadovoljstvo potrošača je garancija uspeha u svim delatnostima, pa tako i u onima koje se tiču organizovanja sportskih manifestacija. Kao posledica kvaliteta manifestacije javlja se zadovoljstvo posetilaca koje u značajnoj meri utiče na njihovu lojalnost i usmenu promociju, te je ispitivanje ovih kategorija naročito važno organizatorima manifestacije u cilju kontrole i njenog poboljšanja. Sportske manifestacije mogu biti posmatrane i u širem kontekstu, u kome nije od primarnog značaja ostvarivanje sportskih rezultata, nego se više izražava netakmičarski karakter manifestacija. Tako, sportske manifestacije uključuju i rekreaciju, relaksaciju i zabavu, odnosno razonodu, sa bitno drugačijim pristupom i ciljevima organizovanja. Manifestacije tog tipa dovode do interkulturalne razmene, povećavaju stepen socijalizacije i promovišu fizičke aktivnosti u funkciji poboljšanja zdravlja. Uvažavajući činjenicu da Planinarski maraton na Fruškoj gori ima brojne učesnike i da je postao faktor uticaja na turizam cele Vojvodine, istraživanje koncipirano na ovaj način ima za cilj analizu kvaliteta sa stanovišta zadovoljstva njegovih učesnika. Za prikupljanje podataka korišćena je tehnika anketiranja. Uzorak je obuhvatio 134 učesnika 35. Fruškogorskog maratona. Merenje kvaliteta ove manifestacije izvršeno je pomoću modifikovanog modela SEQSS koji se sastoji iz četiri dimenzije: kvalitet programa maratona, kvalitet interakcije, kvalitet ishoda i kvalitet fizičkog okruženja. Rezultati pokazuju da je kvalitet svih merenih dimenzija na visokom nivou, a da dimenzija *kvalitet ishoda*, u koju spadaju socijalizacija i valenca, u najvećoj meri utiče na zadovoljstvo učesnika.

Cljučne reči: socijalizacija, zadovoljstvo učesnika, Fruškogorski maraton, turizam

SOCIALIZATION AS A FACTOR OF INFLUENCE ON THE SATISFACTION OF PARTICIPANTS OF THE FRUŠKA GORA MOUNTAINEERING MARATHON

Abstract

Customer satisfaction is a guarantee of success in all fields, including those related to the organization of sport events. As a consequence of the event quality appears visitor satisfaction which significantly impacts on the their loyalty and "word of mouth" promotion, so examination of these categories is especially important to the event organizers in order to control and improve the event. Sports events can be viewed in a broader context, where it is not of primary importance reaching the sports results, but is more emphasized its non-competitive nature. In this case,

the sport events include recreation, relaxation, entertainment and leisure, with a significantly different approach and intentions of the organization. Such events lead to intercultural exchange, increase the level of socialization and promote physical activity as a function of improving health. Having in mind that it assumed the characteristics of mass and has become an influential factor in the Vojvodina tourism, this study aims to analyze the quality of the Mountaineering marathon on Fruška gora from the perspective of the participants' satisfaction. For collecting the data, it was used the questionnaire. The sample included 134 participants of the 35th Mountaineering marathon on Fruška gora. For measuring this event quality, it was used modified model SEQSS with 4 dimensions: quality of marathon program, quality of interaction, quality of outcomes and quality of the physical environment. The results have shown that the quality of all measured dimensions is at a high level and that measuring dimension the *quality outcome*, which includes the socialization and valence, has the greatest impact on the satisfaction of the participants.

Keywords: Socialization, Satisfaction of the participants, Fruška gora marathon, Tourism

TIMS Acta (2015) 9, 127-134

Uvod

Manifestacije su integralni deo turizma, imaju veliki značaj za povezivanje ljudi u raznovrsnom okruženju i prilika su da se stanovnici određenog područja druže i zabavljaju. Postoje manifestacije koje globalno privlače stotine miliona ljudi godišnje (Jovanović & Delić, 2010). Značaj manifestacija se može posmatrati kroz unapređenje kulturnog, ekonomskog i društvenog potencijala neke oblasti. Kulturni značaj se ispoljava kroz očuvanje i promociju tradicije i kulturne baštine, društveni značaj u unapređenju socijalizacije lokalne zajednice, ali i u privlačenju stranih i domaćih gostiju. Ekonomski značaj se ogleda u povećanju prihoda i stvaranju novih prilika za valorizaciju ukupnih potencijala. Konačno, manifestacije su sredstvo za promociju destinacija, regija i država, odnosno njihovih prirodnih vrednosti, materijalnog i kulturnog nasleđa. Manifestacije, kao oblik savremenog turizma, u vezi sa kulturom (muzički festivali, koncerti, izložbe, itd.), sportom (regate, skijanje na vodi, maratoni itd.), tradicijom (karnevali, gastronomija, folklor, itd.), dobijaju sve veći značaj u savremenom turizmu mnogih regiona (Getz, 2005). Prema postojećim istraživanjima (Crompton, Mackay, & Fesenmaier, 1991, p. 430), motivi koji stimulišu posetioce da prisustvuju manifestacijama su:

- *novina*: želja za novim i drugačijim iskustvima koje podstiču putovanja izazvana potrebom da se iskuse uzbuđenja, avanture, iznenađenja i ublaži dosada;
- *socijalizacija*: želja za druženjem;

- *prestiz/status*: želja za visokim položajem u očima drugih ljudi;
- *odmor i rekreacija*: želja za osveženjem fizičke i mentalne energije i ublažavanjem stresa;
- *edukacija/intelektualno bogaćenje*: želja za sticanjem znanja i proširivanjem intelektualnog horizonta;
- *jačanje porodičnih odnosa*: želja za poboljšanjem odnosa u porodici;
- *regresija*: želja za vraćanjem u detinjstvo.

Planinarski maraton na Fruškoj gori

Predmet ovog rada je proučavanje kvaliteta sportsko-rekreativne manifestacije „Planinarski maraton na Fruškoj gori“ sa aspekta zadovoljstva njenih učesnika. Održavanje savremene, i publici atraktivne sportske manifestacije, zahteva postojanje i interakciju sledećih bitnih elemenata:

- sportskog objekta, odnosno uređenog mesta na kojem se održava sportsko takmičenje;
- vremena predviđenog za održavanje programa određene sportske manifestacije;
- sportista, odnosno aktivnih učesnika sportske manifestacije koji se takmiče za ostvarivanje sportskog rezultata;
- sportske opreme, koja je neophodna za aktivno učestvovanje sportista u toku održavanja sportske manifestacije;
- sportske publike koja predstavlja tražnju za

sportskim proizvodom u profesionalnom sportu;

- pratećih proizvoda i usluga koji proširuju ponudu i prihode određene sportske manifestacije (Andrejević & Grubor, 2007).

Specifičnost Planinarskog maratona na Fruškoj gori je odsustvo publike, a masovnost se postiže brojem učesnika. *Prostor održavanja i program* bitno utiče na percepciju kvaliteta manifestacije.

Maraton se održava u šumskom i brdovitom pojasu nacionalnog parka planine Fruška gora koja se kao ostrvska planina izdiže iz Panonske nizije zahvatajući površinu od 255 km². Nazivaju je i srpskom Svetom gorom jer se na relativno malom prostoru nalazi 16

srednjovekovnih manastira. Start i cilj Fruškogorskog maratona nalaze se u vikend-naselju Popovica, koja je smeštena 10 km južno od Novog Sada, odnosno 5 km od Sremske Kamenice. Program maratona obuhvata 17 obeleženih staza počev od staze dužine 4.373 m, namenjene za manju decu, preko malog, srednjeg, velikog i ultramaratona, do ultramaratona plus sa stazom dugom 111.151 m. Učesnicima se savetuje da odaberu stazu koja najviše odgovara njihovoj kondiciji i zdravstvenom stanju. Vreme predviđeno za održavanje maratona su dva dana vikenda krajem aprila ili početkom maja meseca. Start je subotom u 9.00h kada se vrši i registracija učesnika (Nastasić, 2012).

Slika 1. Staze planinarskog maratona na Fruškoj gori
Izvor: (Miljanović, 2015)



Organizovanje ovakve manifestacije donosi brojne koristi lokalnoj zajednici. Pored ekonomske koristi, manifestacija utiče na pozitivan imidž destinacije, dovodi do interkulturalne razmene, povećava nivo socijalizacije i promoviše fizičke aktivnosti u funkciji zdravlja. S obzirom na to da se održava u Nacionalnom parku u kome se nalazi 16 srednjovekovnih manastira, ujedno promoviše religiozni i ekoturizam.

Prilikom proučavanja kvaliteta manifestacije, imajući u vidu okupljanje velikog broja ljudi, neophodno je ispitati *stepen interakcije*. Interakcija kao uzajamni međusobni uticaj osoba ili grupa na ukupna zbivanja u društvu ili na njihovo međusobno ponašanje podrazumeva postojanje razlika između učesnika interakcije koji se iskazuju

kroz određene indikatore razlika (Gofman, 2000). Na Fruškogorskom maratonu je identifikovano postojanje dva osnovna tipa interakcije: interakcija organizator-učesnik i interakcija učesnik-učesnik.

Za organizatore sportskih manifestacija bitno je proučavati i *privlačno dejstvo manifestacije*. Psiholozi su pokušavali da naprave analogiju između društvenog života i načina rada atoma i molekula. Svojevremeno se imalo da imaju pozitivno ili negativno naelektrisanje – valencu – zahvaljujući kome se privlače ili odbijaju, pripisano je i emocijama. Valenca znači privlačnost, afektivnu orijentaciju pojedinca prema određenom cilju, tj. ishodu i može biti: pozitivna, nulta i negativna. Pravo značenje osećanja sa „negativnom valencom“ jeste da dovodi do

odbijanja između živog bića koje ga oseća i predmeta koji „izaziva” pojavu ovog osećanja (Milivojević, 2014). Valenca u manifestacionom turizmu podrazumeva vezu privlačenja između manifestacije i publike. Ukoliko je valenca pozitivna, manifestacija ima izuzetno veliku moć privlačenja. Na Frušogorskom maratonu 2012. godine je učestvovalo 14.007 učesnika (Planinarski savez Vojvodine, 2015).

Socijalizacija kao faktor zadovoljstva

Čovek je izrazito socijalno biće. Kao ličnost ne može se formirati izolovano od drugih, nego tek u kontaktima sa drugima. Rođenjem postaje deo zajednice, počinje život kao član porodice koja je mnogobrojnim vezama uključena u širu društvenu zajednicu. Smisao socijalizacije je priprema za društveni život, neizbežan za egzistenciju i razvoj. To je osposobljavanje pojedinca za snalaženje u društvu, uspešno rešavanje životnih problema i aktivno učestvovanje u društvenom životu da bi bio zadovoljan i da bi društvo funkcionisalo i napredovalo. Osnovni cilj procesa socijalizacije je da ljudi putem učenja i interakcije sa roditeljima, vaspitačima, nastavnicima i ličnostima iz kulturnog i javnog života, kao i osobama iz njihove okoline i dalje porodice, nauče onaj tip ponašanja u međuljudskim odnosima koji je karakterističan za datu kulturu, uz mogućnost adaptacije na životnu sredinu i njene uslove. Kod ljudi postoji intenzivna potreba za grupnom pripadnošću, a s obzirom na to da su ljudi društvena bića, izvestan stepen socijalizacije je neophodan za normalan kvalitet života. Socijalizacija i razvoj ličnosti se ostvaruju pod uticajem socijalnih agenasa (faktora) u sredini koja ima grupna obeležja. Glavni činioci socijalizacije su porodica, škola, vrtić, društvene organizacije i mediji. Socijalizacija se ostvaruje i učestvovanjem u sadržajima fizičke kulture, u sportskim društvima, klubovima i sportskim organizacijama u okviru kojih dolazi do formiranja i razvoja sportskih grupa, te sportskim manifestacijama koje okupljaju veliki broj ljudi sličnih preferencija (Rot & Radonjić, 1992).

Frušogorski maraton okuplja razne starosne strukture društva: đake osnovnih škola koje vode profesori fizičkog vaspitanja, decu sa roditeljima, srednjoškolce, studente, ljude srednjih godina, penzionere. Iz tog razloga, proučavanje socijalizacije kao faktora

zadovoljstva učesnika manifestacije je od izuzetnog značaja i za organizatore događaja i za učesnike. Sport se često smatra poželjnim sredstvom socijalizacije jer se kroz pravila i norme koji u sportu postoje, pojedinac, koji je angažovan u takvom fiktivnom svetu kao što je sportski, pogotovo aktivno, lakše uključuje u stvarni svet radi pozitivne afirmacije (Kuljić, 2014).

Metod

Ovo istraživanje je imalo za cilj da identifikuje faktore uticaja na zadovoljstvo učesnika Planinarskog maratona na Fruškoj gori koji se svake godine u proleće organizuje na planini Fruška gora u blizini Novog Sada u Srbiji. Podaci su prikupljeni anketiranjem, dok se analiza rezultata vršila u softverskom programu za statističku obradu podataka SPSS 11.0. Za obradu demografskih podataka upotrebljena je deskriptivna statistika. Vrednosti aritmetičke sredine korišćene su za analizu ocene kvaliteta manifestacije i sveukupnog zadovoljstva učesnika. Za utvrđivanje korelacije između dimenzija kvaliteta manifestacije i sveukupnog zadovoljstva učesnika korišćen je Pirsonov koeficijent, dok je za merenje uticaja dimenzije kvaliteta maratona na sveukupno zadovoljstvo učesnika korišćen regresioni model.

Karakteristike uzorka

Upitnici su distribuirani u vikend-naselju Popovica u maju 2012. godine. Deljeni su učesnicima koji su pristizali na cilj. Ukupno je podeljeno 150 upitnika od kojih je za analizu uzeto 134. Ostalih 16 upitnika je nakon vizuelnog pregleda isključeno zbog nepopunjavanja pojedinih pitanja. Uzorak je obuhvatio 62,7% osoba ženskog pola i 37,3% osoba muškog pola. U starosnoj strukturi bilo je najviše pripadnika starosne grupe od 21 do 25 godina – 43,3%, zatim od 16 do 20 godina 23,9%, od 26 do 30 godina 10,4% i od 31 do 35 godina 9%. Ostale starosne grupe su imale udeo manji od 5%.

Instrument

Osnov za merenje kvaliteta manifestacije Frušogorski maraton, bio je model SEQSS. (Ko, Zhang,

Cattani, & Pastore, 2011). Međutim, zbog specifičnosti maratona gde je masovnost postignuta brojem učesnika, a ne brojem gledalaca, kvalitet manifestacije su ocenjivali upravo učesnici zbog čega je model SEQSS prilagođen učesnicima.

Konačno, instrument za merenje kvaliteta manifestacije Fruškogorski maraton prikazan je u Tabeli 1. Bilo je ukupno 31 ispitanih elemenata. Elementi su

predstavljani kao iskazi koji su mereni sedmostepenom Likertovom skalom (1 = „u potpunosti se ne slažem”, 7 = „u potpunosti se slažem”). Kao dodatak instrumentu, postavljeno je i pitanje kojim je mereno sveukupno zadovoljstvo učesnika, takođe sedmostepenom Likertovom skalom, bazirano na postojećim istraživanjima (Howat, Murray, & Crilley, 1999; Theodorakis, Kambitsis, & Laios, 2001).

Tabela 1. Instrument za merenje kvaliteta događaja „Frukogorski maraton”

Dimenzije	Sub-dimenzije	Broj stavova
Kvalitet programa	Opseg programa	3
	Operativno vreme	3
	Dostupnost informacija	3
Kvalitet interakcije	Interakcija organizatora i učesnika	4
	Međusobna interakcija učesnika	3
Kvalitet ishoda	Valenca	3
	Socijalizacija	3
Kvalitet fizičkog okruženja	Ambijent	3
	Dizajn	3
	Signalizacija	3

Izvor: Ko et al., 2011

Rezultati istraživanja

Aritmetičke sredine i standardne devijacije svih 10 sub-dimenzija kvaliteta date su u Tabeli 2. Najniže je

ocenjena subdimenzija međusobna interakcija učesnika ($M=5,2527$, $SD=1,44615$), a najviše, subdimenzija valenca ($M=6,3651$, $SD=0,77763$).

Tabela 2. Aritmetičke sredine i standardne devijacije sub-dimenzija kvaliteta Fruškogorskog maratona

Subdimenzije	Aritmetička sredina (M)	Standardna devijacija (SD)
Opseg programa	5,5191	1,05501
Organizacija vremena	6,3122	0,99438
Dostupnost informacija	5,9409	1,08059
Interakcija organizatora i učesnika	5,8443	1,19997
Međusobna interakcija učesnika	5,2527	1,36664
Socijalizacija	5,6882	1,23676
Valenca	6,3651	0,77763
Ambijent	6,0508	0,96055
Izgled/Dizajn lokaliteta	5,5104	1,09185
Signalizacija	5,9788	1,19418

Tabela 3 pokazuje aritmetičku sredinu i standardnu devijaciju četiri dimenzije kvaliteta i sveukupnog zadovoljstva učesnika i njihovu korelacionu vezu. Može se videti da je najveću ocenu dobila dimenzija kvalitet krajnjeg ishoda, a najnižu ocenu kvalitet interakcije. Pirsonov koeficijent korelacije pokazuje da postoji

pozitivna korelaciona veza srednjeg i jakog intenziteta između sve četiri dimenzije kvaliteta. Kada je u pitanju sveukupno zadovoljstvo učesnika korelaciona veza je najjača sa dimenzijom krajnjeg ishoda, a najniža sa kvalitetom fizičkog okruženja.

Tabela 3. Aritmetičke sredine i standardne devijacije dimenzija kvaliteta i zadovoljstva učesnika Fruškogorskog maratona i Pirsonov koeficijent

Dimenzije	M	SD	1	2	3	4
1. Kvalitet programa	5,988	0,6942				
2. Kvalitet intaracije	5,567	1,1237	0,695(*)			
3. Kvalitet ishoda	6,038	0,9271	0,727(*)	0,779(*)		
4. Kvalitet fizičkog okruženja	5,829	0,8862	0,637(*)	0,787(*)	0,572(*)	
Sveukupno zadovoljstvo	6,46	0,876	0,481(*)	0,500(*)	0,789(*)	0,381(*)

* korelacija je značajna na nivou 0.01

Kako je ustanovljena pozitivna korelaciona veza između dimenzija kvaliteta i sveukupnog zadovoljstva, pristupilo se regresionoj analizi. Sveukupno zadovoljstvo

učesnika je bila zavisna varijabla, a sve četiri dimenzije kvaliteta nezavisne varijable.

Tabela 4. Uticaj dimenzija kvaliteta na sveukupno zadovoljstvo učesnika „Fruškogorskog maratona“

Dimenzije kvaliteta događaja	Beta	Sig
Kvalitet programa	-1,214	0,231
Kvalitet interakcije	-0,492	0,625
Kvalitet krajnjeg ishoda	6,313	0,000
Kvalitet fizičkog okruženja	-0,449	0,656

R=0,801, R Square =0,642, Adj. R=0,610, F= 19,735, p<0,001

Visok koeficijent korelacije (R=0,801) govori da je jaka veza između kombinacije dimenzija kvaliteta događaja Fruškogorski maraton i sveukupnog zadovoljstva učesnika.

Koeficijent determinacije (R²=0,610) govori da promene sveukupnog zadovoljstva 61% zavise od promena dimenzija kvaliteta manifestacije posmatranih zajedno. Rezultat je pokazao da najveći uticaj na sveukupno zadovoljstvo ima dimenzija *kvalitet ishoda*, a da ostali segmenti nisu bili na nivou statističke značajnosti.

Diskusija

Kvalitet Planinarskog maratona na Fruškoj gori evaluiran je sa stanovišta učesnika maratona analizom

prosečnih ocena deset subdimenzija modela SEQSS.

Dimenzija *kvalitet programa* se odnosi na odliku programa kroz koju učesnici mogu da iskuse sport ili rekreaciju. U kontekstu maratona ispitivano je da li je ovaj događaj ponudio dovoljan broj staza prilagođenih za različite kondicione sposobnosti učesnika, kakva je atraktivnost staza, da li je događaj počeo na vreme, da li je dobra satnica za prolazak kroz određene punktove, da li se lako mogu dobiti informacije o maratonu pre njegovog održavanja, kao i na licu mesta, itd. Prilikom istraživanja ova dimenzija kvaliteta je visoko ocenjena (M=5,9885, SD=0,69426). Prosečne ocene subdimenzija za dimenziju kvalitet programa bile su *opseg programa* (M=5,5191), *organizacija vremena* (M=6,3122) i *dostupnost informacija* (M=5,9409).

Stavovi, ponašanje i osobine organizatora direktno utiču na evaluaciju usluge kod učesnika. Takođe, učešće u sportu i rekreaciji je društveni proces, što znači da na percepciju učesnika o usluzi utiču i ponašanje i stavovi ostalih učesnika. U kontekstu maratona ispitivan je odnos organizatora prema učesnicima maratona: da li posao obavljaju dovoljno brzo i efikasno, imaju li razumevanja za specifične potrebe učesnika, da li se ostali učesnici pridržavaju pravila i regulativa itd. Dimenzija *kvalitet interakcije* na maratonu je najniže ocenjena ($M=5,5671$, $SD=1,12375$). *Međusobna interakcija* učesnika ($M=5,2527$) je niže ocenjena od *interakcije organizatora sa učesnicima* ($M=5,8443$). Stoga, organizatori bi trebalo da obučavaju svoje članove kako da se ponašaju prema učesnicima i kako da obavljaju zadatke brzo i efikasno. Takođe, organizatori bi trebalo više da ukazuju na propisani kodeks ponašanja učesnika na maratonu. Budući da se staze nalaze u nacionalnom parku i da prolaze pored brojnih manastira na Fruškoj gori, trebalo bi posebno obratiti pažnju na očuvanje sredine i na ponašanje u verskim objektima. Takođe, mogla bi da se vrši stroža kontrola učesnika u pogledu pridržavanja pravila maratona. Na taj način će učesnici biti zadovoljniji ponašanjem drugih učesnika čime će se poboljšati i međusobna interakcija.

Dimenzija *kvalitet ishoda* se odnosi na koristi koje su učesnici dobili učešćem na maratonu. Motivi za učešće u sportu i rekreaciji su specifični, a neki od njih su, fizički izgled, zabava, uzbudljivost, socijalna interakcija, itd. (Chen, 2010). Ono šta učesnik dobija kao rezultat učešća na događaju je veoma važan element u funkciji njegove percepcije kvaliteta. U kontekstu maratona ispitivano je da li su učesnici proveli kvalitetno vreme sa porodicom i prijateljima, da li će postati lojalni učesnici, itd. Dimenzija *kvalitet ishoda* je dobila najvišu ocenu ($M=6,0383$ $SD=0,92716$). Prosečne ocene subdimenzija za dimenziju *kvalitet ishoda* bile su *socijalizacija* ($M=5,6882$) i *valenca* ($M=6,3651$).

Konačno, *dimenzija kvaliteta fizičkog okruženja* odnosi se na izgrađenost i izgled objekta u kome se dešavaju sportske i rekreativne manifestacije, kao i njihova opremljenost i signalizacija. Kako se maraton dešava na otvorenom prostoru, kvalitet ove dimenzije je prilagođen toj činjenici. U ovom kontekstu ispitivana je podobnost terena za održavanje maratona, njegova bezbednost i

čistoća, pristup lokalitetu, obeležavanje staza, vidljivost znakova, itd. Sveukupno, kvalitet ove dimenzije je ocenjen $M=5,8295$ i $SD=0,88626$. Aritmetičke sredine subdimenzija iznosile su: *kvalitet ambijenta* ($M=6,0508$), *dizajn* ($M=5,5104$) i *signalizacija* ($M=5,9788$). U ovom segmentu je najnižu ocenu dobio pristup lokalitetu u okviru subdimenzije dizajn. Organizatori su, za ovu priliku, angažovali gradsko saobraćajno preduzeće za prevoz učesnika od grada Novog Sada do tačke starta i cilja maratona. Zbog velikog broja učesnika, autobusi su često preopterećeni putnicima, a saobraćaj se na nekim deonicama teže obavlja. Iz tog razloga, potrebna je reorganizacija pristupa koja se može ostvariti agažovanjem većeg broja vozila i izmeštanjem tačke iskrcavanja/ukrcavanja putnika na startu.

Prosečna ocena sveukupnog zadovoljstva učesnika je $M=6,46$, što je više od prosečne ocene dimenzije kvaliteta događaja.

Zaključak

Na temelju sporta i rekreacije nastale su brojne turističke manifestacije, poput maratona i pešačenja u prirodi, koji imaju masovni karakter i čija svrha nije samo postizanje sportskog rezultata već i relaksacija, razonoda, održavanje fizičke kondicije, druženje, jačanje porodice, itd.

Fruškogorski maraton je manifestacija koja ima veoma važnu ulogu u turističkoj ponudi Vojvodine. Prostor i ambijent u kome se odvija maraton veoma doprinosi kvalitetu manifestacije, kao i program sa širokom paletom staza koje su prilagođene različitoj kondicionoj sposobnosti učesnika. Dobra obeležnost staza i signalizacija kontrolišu veliki broj učesnika, a dobra međusobna interakcija između organizatora i učesnika, kao i između samih učesnika, čini da manifestacija protekne bez većih problema, povreda i nesuglasica.

Rezultati istraživanja su pokazali da je kvalitet sportsko-rekreativne manifestacije Fruškogorski maraton sa stanovišta percepcije učesnika na veoma visokom nivou i da učešće na maratonu stvara visok nivo zadovoljstva. Daljom analizom je utvrđeno da ishod odnosno *socijalizacija* i *valenca* imaju najveći uticaj na zadovoljstvo učesnika. To potvrđuje da grupna fizička aktivnost i boravak u prirodi doprinose socijalizaciji i

da je za jačanje socijalizacije veoma dobro učestvovati u manifestacijama ove vrste. Pozitivna valenca govori u prilog tome da je osećaj nakon istrčanog maratona lep, uprkos fizičkom zamoru i da doprinosi ukupnom zadovoljstvu.

Ovo istraživanje je potvrdilo da je, prilikom organizacije sportsko-rekreativnih manifestacija, krajnji rezultat odnosno ishod koji se ostvari od najvećeg značaja za zadovoljstvo učesnika ili publike po čemu se razlikuje u odnosu na druge vrste manifestacija poput karnevala, kongresa, gastronomskih manifestacija itd. na kojima su za sveukupno zadovoljstvo od bitnog značaja i ostali segmenti organizacije.

Buduća istraživanja se mogu baviti analizom potreba i motiva učesnika da bi se ispitalo da li je upravo socijalizacija glavni motiv za učešće u manifestacijama ove vrste.

LITERATURA

- Andrejević, A., & Grubor, A. (2007). *Menadžment događaja*. Novi Sad: Fakultet za uslužni biznis.
- Chen, P. (2010). Differences between male and female sport event tourists: A qualitative study. *International Journal of Hospitality Management, 29*(2), 277-290. doi:10.1016/j.ijhm.2009.10.007
- Crompton, J., Mackay, K., & Fesenmaier, D. (1991). Identifying dimensions of service quality in public recreation. *Journal of Park and Recreation Administration, 9*(3), 15-28.
- Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. 2nd ed. New York: Cognizant Communication Corporation
- Gofman, E. (2000). *Kako se predstavljamo u svakodnevnom životu*. Beograd: Geopetika.
- Howat, G., Murray, D., & Crilley, G. (1999). The relationship between service problems and perceptions of service quality, satisfaction, and behavioral intentions of Australian public sports and leisure customers. *Journal of Park and Recreation Administration, 17*(2), 42-64.
- Jovanović, V., & Delić, U. (2010). Karakteristike manifestacija i njihov uticaj na razvoj turizma u Srbiji. *Singidunum revija, 7*(2), 203-220.
- Ko, Y.J., Zhang, J., Cattani, K., & Pastore, D. (2011). Assessment of event quality in major spectator sports. *Managing Service Quality, 21*(3), 304-322. doi:10.1108/09604521111127983
- Kuljić, R. Socijalizacija i sport. Preuzeto 6. oktobra 2014. godine sa http://www.uiss.org.rs/Dokumenta/Seminari/Seminar2009_10/Predavanja/Sociologija%20sporta.pdf

Miljanović, N. Staze Planinarskog maratona na Fruškoj gori. Preuzeto 16. marta 2015. godine, sa <https://natasamiljanovic.files.wordpress.com/2013/10/staze-planinarskog-maratona-na-fruc5a1koj-gori.jpg>

Milivojević, Z. Formule življenja. Negativno ili neprijatno osećanje. Preuzeto 6. oktobra 2014. godine, sa <http://www.politika.rs/rubrike/spektar/zivot-i-stil/Negativno-ili-neprijatno-osecanje.lt.html>

Nastasić, M. Planinarski maraton na Fruškoj gori. Preuzeto 23. avgusta 2013. godine, sa <http://www.psdzeleznicarns.org.rs/fruskogorski-maraton/opste/>

Planinarski savez Vojvodine. Planinarski maraton na Fruškoj gori. Preuzeto 16. marta 2015. godine, sa <http://www.planinari.org.rs/maraton/masovnost.html>

Rot, N., & Radonjić, S. (1992). *Psihologija*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.

Theodorakis, N., Kambitsis, C., & Laios, A. (2001). Relationship between measures of service quality and satisfaction of spectators in professional sports. *Managing Service Quality, 11*(6), 431-438. doi:10.1108/09604520110410638

Datum prijave rada: 10.12.2014.

Datum prihvatanja rada: 09.04.2015.

Kontakt

Jelica Marković, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad,
Radnička 30a
E-mail: jelica.markovic@tims.edu.rs

Violeta Zubanov, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad,
Radnička 30a
E-mail: violeta.zubanov@tims.edu.rs

Lukrecija Đeri, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad,
Trg Dositeja Obradovića, 2
E-mail: djerilukrecija@gmail.com