

UDK: 796:338.48

*Vukan Vujović, Fakultet za hotelijerski i turistički menadžment, Departman  
za posleddiplomske studije i međunarodnu saradnju, Beograd*

*Peko Vujović,*

*Marijana Tišma, Fakultet za sport i turizam, Departman za sport, Novi Sad*

## **SAVREMENI SPORT I TURIZAM KAO DVE UZAJAMNO PODSTICAJNE I KOMPLEMENTARNE OBLASTI**

### **1. UVOD**

Počeci razvoja i veza između sporta i turizma započeti su još u staroj grčkoj i nastavljaju se kroz razne vidove i oblike u svim narednim društvenim epohama i traju do današnjih dana. Veza između ova dva pojma je neraskidiva i nerazgraničena u potpunosti.

Dvadeseti vek je bio period nezapamćenog opšteg društveno-ekonomskog razvoja samim tim i sporta i turizma. Popularnost sporta pri odmoru drastično je porasla 70-tih godina. Ovo je prouzrokovalo porast turističke ponude za odmore sa sportskim sadržajem, a samim tim uticalo i na turizam. Obzirom da se sam turizam još uvek širi, i imajući u vidu činjenicu da ljudi značajnu pažnju polažu na telo i zdravlje, kao i na aktivnosti, može se očekivati dalji razvoj sportskog turizma. Što neka lokacija ima više sportskih resursa izgrađenih ljudskom rukom ili prirodnih, veći su izgledi da će privući turiste i razviti turizam. Zahvaljujući ovoj činjenici turistička delatnost razvila je sportske atrakcije i izgradila sportske objekte u pokušaju da što više razvije turizam, noseći raznolikost u svoju ponudu i proširujući tržište.

Danas je sve jasnije izražen zajednički interes-uticaj sporta i turizma kao industrije usled čega je kao posledica nastao sportski turizam koji je koncipiran razmatranjem sporta kao turističke atrakcije, odnosno isticanjem i definisanjem kvaliteta sporta koji zajedno predstavljaju jedinstven doprinos turizmu (Ministry of Jobs, Tourism and Innovation, 2011).

Određivanjem omiljenih sportskih aktivnosti u raznim zemljama, mogu se utvrditi i mogući trendovi u aktivnostima sportskog turizma. Upoređivanjem glavnih trendova u sportovima 16 zemalja iz svih delova sveta (Bugarska, Kanada, Češka, Slovačka, Finska, Francuska, Velika Britanija, Indija, Italija, Japan, Holandija, Novi Zeland, Nigerija, poljska, Portugal i SAD) može se zaključiti da su vodeće aktivnosti: pešačenje, trčanje, plivanje. Prirodni uslovi sredine su objedinjujući faktor i razlog masovne rasprostranjenosti pomenutih sportskih disciplina. Popularnost različitih sportova varira i u zavisnosti od mode, nacionalne ostavštine, uspeha nacionalnih sportskih zvezda ili aseva. Dok je najznačajnija odlika i aktuelni globalni trend fragmentacija učešća turista kroz veliki broj različitih sportskih aktivnosti. Između 10-20% turističke populacije bogatih zemalja zainteresovano je ili uzima učešće u odmorima sa sportskim aktivnostima. Međutim, ukoliko se umesto odmora u kojima je sport glavna svrha, razmotre odmori u kojima je sport sporedni aspekt, pomenuto učešće raste čak između 25-80%. Zbog povećanja učešća u sportskim aktivnostima, može se konstatovati

da sport postaje važan element povećanja obima turističkih aktivnosti. Kao trend se takođe može izdvojiti upražnjavanje nekoliko sportskih aktivnosti istovremeno i traženje raznolikosti među odabranim aktivnostima.

## 2. MATERIJAL I METODE

U istraživanju je primenjen bibliografsko-spekulativni pristup, dok je istraživanje bilo teorijsko-empirijskog karaktera. Od opštenačnih metoda upotrebljena je potpuna analiza, sa elementima deskriptivnog i eksplikativnog karaktera. U razradi rada upotrebljeni su i razmotreni ekonomski aspekti uticaja sportskih aktivnosti na efekte turističkog poslovanja destinacija. Tako da je reč o transverzalnoj masovno istraživane pojave ili odnosa. Prema kriterijumu metodološke prirode istraživanje je sistematsko-neeksperimentalnog tipa.

Od statističkih varijabli su primenjene zavisne ili kriterijumske, dok je po kriterijumu njihove merne prirode u pitanju kombinacija kvalitativnih i kvantitativnih. U prvom slučaju radi se o atributivnim ili opisnim obeležjima, a u drugom o numerički izraženim pokazateljima.

## 3. REZULTATI I DISKUSIJA

Sport se može posmatrati kao kulturno iskustvo fizičke aktivnosti, a turizam kao kulturno iskustvo mesta. Nezavisno jedan od drugog, oni su značajni aspekti delatnosti vezanih za odmor. Međuzavisnost sporta i turizma još uvek nije u potpunosti razjašnjena u teoriji i praksi. Međutim, svakako da sportski turizam, kao tvorevina i rezultat međusobne interakcije, zahteva veoma organizovanu infrastrukturu i specifičan profil učesnika, koga odlikuje upravo povezanost iskustva kulturnih i fizičkih aktivnosti.

Da bi se što bolje razjasnile veze između sporta i turizma potrebno je analizirati sledeće elemente (Plavša, 2009):

- prirodu sporta, turizma i sportskog turizma;
- teorijski okvir odnosa između sporta i turizma;
- klasifikacionu šemu sportskog turizma;
- prateću infrastrukturu; i
- karakteristike sportista, turista i sportskih turista.

*Sport* u modernom svetu, kao komponenta turističkih odmora, podrazumeva u svom učešću nešto malo više od pukog uživanja. Ove razlike moguće je prevazići kroz postojanje pojma rekreacije, i to za neprofesionalne nivoe sportskog učešća. Zapravo, sport predstavlja poseban segment turističke privrede, odnosno turizma.

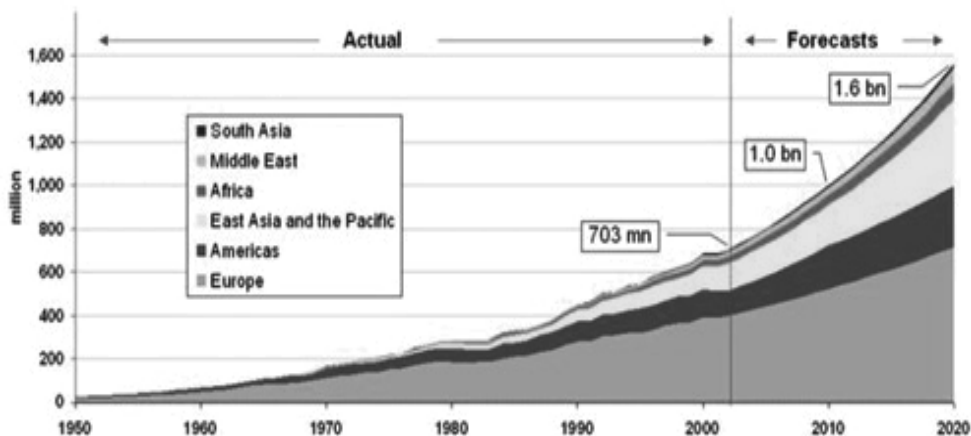
Sušтина *turizma* fokusira se na prirodu iskustva posetioca u smislu kulturnog doživljaja mesta. Turistički doživljaj zavisi od utiska autentičnosti, kao i od toga da li je turistički doživljaj mesta isceniran ili pravi. Turistička putovanja često znače pokušaj da se ponište otuđeni oblici postojanja, koji su nametnuti svakodnevnim životom. U teoriji i literaturi turizam se najčešće posmatra kao ljudska potreba nastala iz savremenog načina života. U tom smislu, sport predstavlja osvežavajuću oazu za tzv. savremeno putujuće čovečanstvo.

*Sportski turizam* po definiciji podrazumeva tri oblika aktivnosti: putovanje zbog učešća u sportu (aktivno učešće), putovanje radi posmatranja sporta (pasivno učešće) i putovanje radi upražnjavanja sporta (rekreativno učešće). Ovaj oblik turizma dovodi do privremenog kretanja ljudi izvan njihovih domova i radnih mesta, a uključuje događaje koji nisu poput onih iz svakodnevnog života (bilo u službi odmora ili poslovnih kretanja). Drugim rečima, priroda sportskog turizma povezuje doživljaj mesta sa doživljajem sportskih ili fizičkih aktivnosti (odnosno lokacije).

Sportski turizam predstavlja veoma zanimljivu i rastuću oblast, koja ima jedinstvenu sposobnost da privuče veliki broj posetilaca, pružajući učesnicima (putnicima) koji tragaju (traže) sportski doživljaj da dožive sport i koji po svom obimu, složenosti i potencijalu prete da izraste u potpuno novu industrijsku oblast.

Prema podacima Svetske turističke organizacije (WTO) iz 2000. godine oblast sportskog turizma generisala je 453 milijarde US dolara od ukupnog prometa na globalnom turističkom tržištu, dok je u 2008. godini zabeležen porast globalno ostvarenog prihoda na 600 milijardi US dolara, sa učešćem na međunarodnom turističkom tržištu od 10%. Period do 2020. godine biće okarakterisan daljim konstantnim rastom u pogledu globalnog učešća i tržišno ostvarenog prihoda. Očekuje se da će u do pomenute završne godine ukupan ostvareni prihod od sportskog turizma biti i više nego udvostručen i iznositi 1.600 milijardi US dolara (slika 1):

*Slika 1. Prognoza razvoja sportskog turizma*



(izvor: <http://www.sporttourismexpo.com/sport-tourism>)

Kada je reč o *teorijskom okviru odnosa sporta i turizma* mora se istći da je u današnje vreme ovaj odnos uzajamno koristan, što podrazumeva sledeće: sport putem širokog dijapazona sportskih događaja podržava turizam, dok turizam putem putovanja na veće udaljenosti potpomaže sport. Bazni model odnosa (Standeven, Knop, 1999) definiše odnos sporta i turizma kao interaktivan, ističući u prvom planu model

*dvodimenzionalne klasifikacije* sportskog turizma, koji podrazumeva da se sportski turizam odvija zapravo na preseku doživljaja sporta i turizma.

Sport je poseban segment turističke privrede, a sportski turizam se odigrava u okviru zajedničke *infrastrukture sporta i turizma*. Pod infrastrukturom se podrazumeva baza koja je potrebna za izvođenje ovih aktivnosti (objekti, organizacija, prevoz). Pored bazne infrastrukture, kao neophodni uslovi mogu se izdvojiti sledeći neophodni uslovi: pojedinci i interesne grupe, trgovački posrednici i operateri (odnosno: dobrovoljni, profitabilni i sektor organizacione i finansijske podrške). Drugi faktori neophodni za podršku turizmu, kao kompatibilnom tržišnom sektoru, uključuju: organizacionu strukturu, administraciju i ugovore unutar i između zemalja (regionalne, nacionalne i međunarodne). Dakle, reč je o širokom spektru međusobno utičućih i povezanih faktora koji čine prostorno-funkcionalni okvir za odvijanje sportskog turizma.

*Karakteristike sportista, turista i sportskih turista* takođe doprinose odvijanju odnosa na relaciji: sport-turizam. Prikazane su u vidu sledeće tabele (tabela 1):

**Tabela 1. Opšte karakteristike sportista, turista i sportskih turista**

SPORTISTI	TURISTI	SPORTSKI TURISTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Učestvuju u sportu aktivno</li> <li>• Najveće učešće mladih osoba (uz blago povećanje starosne granice)</li> <li>• Veće učešće osoba nižeg socio-ekonomskog statusa (šansa za bolji životni prosperitet, društveno samopotvrđivanje i psihološko samoostvarenje ličnosti)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Učestvuju u sportu pasivno</li> <li>• Svih uzrasnih kategorija (uz dominantnu prisutnost osoba 40-50 godina starosti)</li> <li>• Veće učešće osoba višeg socio-ekonomskog statusa (nemanuelni radnici, samostalni preduzetnici, društvene elite itd.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Učestvuju u sportu rekreativno</li> <li>• Najbrojnija starosna kategorija uzrasta 15-34 godine</li> <li>• Pretežno učešće osoba srednjih društvenih slojeva (sa avanturističkim duhom ili individualno opredeljenim naklonjenostima ka aktivnošću i ličnim samozadovoljstvima)</li> </ul>

Neke pozitivne primere odnosa sporta i turizma moguće je preciznije sagledati kroz uvid u ostvarene društveno-ekonomske efekte ili uticaje pojedinih sportsko-rekreativnih aktivnosti i disciplina na lokalnu (regionalnu) zajednicu, kao i šire prostorno okruženje (Hudson, 2003). Među pomenutim primerima korisno je istaknuti pre svega: *planinsko-avanturističke sportove* (skijanje, biciklizam, trekking, penjanje po liticama, paraglajding) i *sportove na vodi* (splavarenje brzacima, vožnja čamaca/kanua, surfovanje na talasima, džet skijanje, jedriličarstvo).

Dobar primer porasta interesa za za sportski turizam, njegove objekte i ekonomske koristi je zimski ili SKI turizam, prvenstveno *skijanje*, kao najpopularnija disciplina. Skijanje upražnjava 85-90 miliona ljudi širom sveta. U Alpima postoji čak oko 40.000 ski staza i 14.000 ski liftova koji mogu da prevezu 1,5 miliona skijaša svakog sata. 50 miliona turista poseti Alpe svake godine, dok preko ovih planina u istom

vremenskom intervalu prede čak 7 miliona putničkih vozila. *Planinski biciklizam* je takođe naglo stekao popularnost poslednjih godina. Samo u Velikoj Britaniji postoji oko 5,5 miliona planinskih bicikli (što predstavlja 60% prodaje bicikala godišnje u toj zemlji). *Treking* podrazumeva lagana postepena putovanja po planinama, u obliku dnevnih maršuta (tj. unapred osmišljenih distanci). Praktikuje se u mnogim regijama, poput: Himalaja, Kavkaza (Tadžikistan, Uzbekistan), Amazonije, Južnoameričkih Andi, Sever Aljaske, džungle Bornea, Indijskoj visoravni, Visokom Atlasu (Maroko), Pamiru (Turkistan), Bernski Oberland (Švajcarska) i planinama Novog Zelanda (NP „Abel Tasman“ i dr.). Ova pešačenja traju i po više nedelja, ostvarujući tokom posete značajne ekonomske prihode. *Penjanje po liticama* ili slobodno penjanje svoju novu dimenziju i omasovljenje dobija putem izgradnje veštačkih zidova za penjanje (Climbing-walls), čak i u zatvorenim prostorima. Najveći broj ovih zidova nalazi se u Velikoj Britaniji i na Novom Zelandu, kao zemljama visokog standarda, jer je u pitanju relativno „skup sport“ (sigurnosna oprema). Dok je popularnost tzv. vazdušnih sportova, među kojima je i *paraglajding*, vezana za postojanje termalnih struja (vazdušne struje kao posledica razlike u pritiscima i povećanja temperatura). Neophodnost dolaska na mesto izvođenja skoka, takođe uključuje dodatne ekonomske činioce (prevoz, kampovanje, ishrana i sl.) koji dovode do porasta prihoda.

Sa druge strane, svim *vodenim sportovima* je zajedničko sledeće: izuzetna masovnost (u 1990-oj godini samo u Velikoj Britaniji učešće je uzelo između 1,5 i 2 miliona stanovnika) i globalna rasprostranjenost (nepreglednost vodenih površina). Veliki broj sportova vezanih za vodu, uključuje upotrebu čamaca i plovila svih vrsta (kajaci, gliseri, hidro-gliseri, katamarani, jedrilice i sl.) što iziskuje izdvajanje ogromnih materijalnih sredstava za održavanje, iznajmljivanje i korišćenje. Kada je reč o ekstremnijim oblicima vodenih sportova, pored osnovnih uslova neophodni su i dodatni (brzina vodenog toka, postojanje ogromnih talasa i sl.).

Iz izloženih primera moguće je uvideti isprepletenost uticaja i umreženost veza između prirodnih (turističkih) resursa i aktivnosti sportskog turizma.

#### 4. ZAKLJUČAK

Govoreći o povećanom učešću ljudi, sport i turizam postali su neraskidivo povezani, a ta veza uključuje ubuduće i mnoge trgovinske posrednike, kao i probleme koji proizilaze iz sve veće integracije na lokalnom, nacionalnom i međunarodnom nivou.

Na prelazu iz XX u XXI vek nema epohalnih promena u sportu i turizmu, ali se dešavaju stalne lagane korekcije i usavršavanja. Neke od njih su: strukturalne promene u populaciji, povećanje broja međunarodnih putovanja (povećanjem slobodnog vremena i opšteg standarda stanovništva), smanjenje dužine prosečnog putovanja, trend skraćivanja dužine odmora (više kraćih umesto jednog dužeg), povećanje raznolikosti sportskog učešća, sve veća obaveštenost turista, sportista i sportskih rekreativaca, razvoj novih tržišta sportskog turizma itd.

Prema nekim procenama, s obzirom na brzi razvoj i sve brži rast oblasti sportskog turizma uz potencijalne ekonomske doprinose koje donosi, u prvim decenijama 21. veka, sport, a posebno sportovi i aktivnosti koji pružaju aktivan odmor ljudima u

simbiozi sa turizmom i šou biznisom dospeće u sam vrh poslovno atraktivnih sektora svetske ekonomije.

#### LITERATURA:

1. Ministry of Jobs, Tourism and Innovations (2011), *Sport Tourism, (Guide)*, Tourism BC, Vancouver, Canada.
2. Plavša, J. (2009), *Sportsko-rekreativni turizam, (Scripta)*, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad.
3. E-izvor: <http://www.sporttourismexpo.com/sport-tourism> (preuzeto dana: 28.02.2013.)
4. Standeven, J., Knop, P. (1999), *Sport Tourism, Human Kinetics, Champaign, SAD.*
5. Hudson, S. (2003), *Sport and Adventure Tourism*, The Haworth Hospitality Press (Ed.), London.

#### MODERN SPORT AND TOURISM AS TWO MUTUAL SUPPORTIVE AND COMPLEMENTARY FIELDS

*The development of the relationship between sport and tourism started yet in Ancient Greece and are continuing through the various forms and types in a subsequent epochs and last to these days. The twentieth century was a period of unprecedented general socio-economic development, and thus the development of sport and tourism. Democratization, the rise of social standards, and social modernization have led to an increasing number of members of the world community which has the opportunity to participate in a various sports-recreational activities. Sport increasingly more represents a distinctive and very important social segment of the activities connected with the rest and relaxation. The interdependence of sport and tourism has not been yet fully elucidated. Sports tourism, in practice, has become extremely important and represents a particular segment of tourism and tourist offer.*

*The aim of this paper is to consider and point out to some aspects of their mutual dependence and conditionality, by analysis of the impact of some dominant sports on development and modernization of tourism resources, through customizing of the offered tourism facilities to the better and more quality sports-recreational destination, and to the impact and importance of tourism resources in the affirmation of some new sports disciplines.*

*Task of the paper is to show the complexity of the sports tourism impact on the wider community, in the form of development as an economic sector, factor of improvement and enrichment of the site offering, with undeniable impact on the increase of the general cultural level of the population and increasing of life quality under the slogan: "training is a health."*

**Key words:** destination, sport, tourism, sport tourism, sport recreation.