

Mogućnosti razvoja sportskog turizma

Possibilities of Sports Tourism Development

Prof. dr Tatjana Vujić
Univerzitet Sinergija Bijeljina

Sažetak - Tradicionalni oblik turizma "sunca i mora"

bio je glavno obilježje putovanja u cilju odmora, zabave, zdravlja i uživanja, do prije nekoliko decenija. Popularne primorske destinacije bila su odredišta dužih pojedinačnih ili masovno organizovanih odmora. Nove tendencije u razvoju turizma i specifični zahtjevi turista, mijenjaju doskorašnja obilježja sa motivima i sadržajima aktivnog odmora. Razvijanjem specifičnih oblika turizma – tematskog turizma (u koji svrstavamo i sportski turizam) savremena industrija turizma i putovanja dobijaju nova svojstva. Posjete sportskim događajima sve češće su razlozi za kraće odmore, ali isto tako i način rada i života savremenog čovjeka, uslovljeni razvojem tehnike, tehnologije i tržišta odredili su potrebu za sportsko-rekreativnim programima u turizmu. Zbog svoje opšte popularnosti, sport je doživio svoj procvat i u ekonomskom smislu, kroz razvoj sportske industrije. U radu se posebna pažnja posvećuje mjestu koje ima sportski turizam u ukupnoj turističkoj ponudi Republike Srpske, kao i prijedlozi za njegovu afirmaciju u globalnim okvirima.

Ključne riječi - sportski turizam, turistička kretanja u Republici Srpskoj, mogućnosti unapređenja sportskog turizma u Republici Srpskoj.

Abstract - The traditional way of „sun and sea“ tourism has been the main characteristic of vacation travelling, fun, health and pleasure until a few decades ago. Popular sea destinations were the key destinations for individual or massively organized vacations. New tendencies in the development of tourism and specific requests of tourists tend to change these characteristics in the direction of active vacation contents. Through the development of specific forms of tourism – thematic tourism (which includes also sports tourism), the modern industry of tourism and travelling is shaped in a new way. Visiting sports events becomes increasingly the reason for a short vacation. The way of modern life style determined by the development of technologies and the market also becomes an important determinant for the need of sports and recreation programmes in tourism. Due to its general popularity, sports has flourished also in economic terms through the development of the sports industry.

This paper dedicates special attention to the place of sports tourism in the complete tourist offer of the Republic of Srpska, as well as to proposals for its affirmation in the global framework.

Key words: Sports tourism, tourist developments in the Republic of Srpska, possibilities of improving sports tourism in the Republic of Srpska.

I. UVOD

Turizam, kao masovna društvena i ekonomska pojava, našao je svoj odraz u nekoliko posljednjih decenija. U tom kratkom razdoblju turizam se razvio u jednu od najširih i najznačajnijih društvenih tekovina savremenog čovječanstva. Ujedno, turizam je dobio obilježje veoma složene i važne ekonomske kategorije, sa izuzetno dinamičnim razvojem i brzim i dubokim kvalitativnim i kvantitativnim promjenama. Kao jedan od razloga za ovu pojavu, između ostalog, jeste i pojava sve većeg broja turističkih destinacija. Na zemljinoj kugli gotovo da nema naselja u kome nije boravio jedan posjetilac koji se može okarakterisati kao turista. Putovanje postaje sve brže i jednostavnije, sa relativno lako dostupnim destinacijama i na najudaljenijem dijelu planete. Konačno, sve je prisutniji trend turističkih posjeta u nezagađene i prirodno očuvane destinacije (Vujić, 2012)¹. Osim toga, mijenjaju se i zahtjevi savremenog turista, uz sve prisutniju tražnju šireg izbora turističke ponude bez sezonskih ograničenja. Povećanje civilizacijskog nivoa stanovništva u privredno najrazvijenijim zemljama, kao i poboljšanje kvaliteta života, utiču na sve veću individualizaciju i povećanu tražnju za nestandardnim turističkim proizvodima.² Novi pravci razvoja turizma ukazuju da promjene u turističkim trendovima zamjenjuju tradicionalne motive odmora sa motivima i sadržajima aktivnog odmora. Upravo aktivan odmor je sinonim turističkog odmora koji podrazumijeva sportske sadržaje, uključujući i brojne aktivnosti u atraktivnom prirodnom ambijentu. Istražujući potrebe savremenog čovjeka koji živi prebrzo i stresno i kojem nedostaje fizička aktivnost i kontakt sa prirodom, nalazimo da turizam treba da ostvari brojne ciljeve koji će njegovog konzumenta dovesti do zadovoljstva i oporavka. Porast svijesti o zdravlju, pa time i važnosti bavljenja sportom, odnosno rekreacijom, utiče na motiv odabira turističke destinacije. Zbog toga nije neobično što turizam i sport doživljavaju zajedničku ekspanziju izazvanu sve većim interesom, ali i potrebama savremenih potrošača. Svakako, i navijanje za svoju reprezentaciju, odnosno omiljeni

¹ Vujić, T. (2012): *Upravljanje održivim razvojem turizma sa posebnim osvrtom na Republiku Srpsku*, Zbornik radova sa X Međunarodnog naučnog skupa Sinergija 2012, Univerzitet Sinergija Bijeljina, str. 475

² Popesku, J. (2013): *Marketing u turizmu i hotelijerstvu*, Univerzitet Singidunum Beograd, str. 223

tim ili takmičara, predstavlja pravu atrakciju za veliki broj ljudi i potrebu prilagođavanja turističke ponude njihovim zahtjevima. Turista predstavlja značajan izvor prihoda za svaku zemlju. Stoga se svi nosioci turističke ponude trude da pruže nove proizvode koji će za konkurentsku cijenu pružiti nova iskustva, saznanja i prijatne doživljaje sve zahtjevnijim turistima. Sport obezbjeđuje značajan doprinos razvoju turizma u destinacijama u pogledu ekonomskih učinaka, izgradnje i poboljšanja infrastrukture (putne i smještajne), obogaćivanja ponude, što sve rezultira jačanjem turističkog imidža destinacije.

Turizam je definisan kao jedan od važnih privrednih potencijala Republike Srpske. Kao nedovoljno afirmisana destinacija u pogledu sportsko-rekreativnog turizma u svjetskim okvirima, u budućem periodu Republika Srpska može biti konkurentna, imajući u vidu izuzetne prirodne i antropogene potencijale za kojima savremeni turista traga.

II. DEFINISANJE SPORTSKOG TURIZMA

Sportski turizam predstavlja putovanja u kojima je primarna motivacija aktivno ili pasivno angažovanje u sportu i sportskim aktivnostima. Sportski turizam, kao specifičan segment turizma, izučavao je i definisao Majkl Hal (1992)³ koji je turistička putovanja motivisana sportom definisao kao nekomercijalni razlog za posmatranje ili učestvovanje na sportskom događaju izvan svog prebivališta. Do početka 90-tih godina XX vijeka, sportski turizam gotovo da nije posebno razmatran u okviru turizma. Upravo je i sintagma "sportski turizam", nastala prije dvadesetak godina, kao logička reakcija na sve veći broj turističkih putovanja motivisanih sportom i rekreacijom. Pojam sportskog turizma razvija se dalje u okviru turističke teorije i prakse kao poseban fenomen i specifična tržišna niša koja obuhvata:

- Posmatrački (navijački) turizam,
- Takmičarski turizam,
- Rekreativni turizam,
- Avanturistički i adrenalinski turizam,
- Prirodnjački turizam.

Nećemo pogriješiti ukoliko ovoj podjeli dodamo i zdravstveni, obrazovni, turizam dokolice (*leisure*) i poslovni turizam (Hudson, 2002; prema Jovanović, 2015)⁴.

Na osnovu pomenute podjele, mogu se izdvojiti i različite "vrste" korisnika usluga sportskog turizma:

- Posmatrači sportskih takmičenja,
- Učesnici (aktivni sportisti i rekreativci),
- Nostalgični sportski turisti (posjećuju sportske stadione, muzeje i sl.).

Kao posebna kategorija mogu se pomenuti i slučajni (*incidental*) sportski turisti, kao oni kojima sportske aktivnosti nisu u fokusu, ali povremeno koriste usluge sportskog turizma ili odlaze na sportska takmičenja.

U sportskom turizmu postoje dvije osnovne kategorije turista (Robinson, Gammon, 2004)⁵:

- *Hard tourism* – posjetioci koji aktivno ili pasivno učestvuju na sportskim takmičenjima,
- *Soft tourism* – posjetioci koji žele da se aktivno rekreiraju (skijanje, golf, biciklizam i sl.) sa akcentom na zdravom i aktivnom odmoru.

Pomenutoj podjeli možemo dodati i organizaciju priprema i putovanja za sportske timove.

III. ZNAČAJ SPORTSKOG TURIZMA

Sportske aktivnosti i potraga za avanturom bili su i u prošlosti značajan razlog za putovanja (Olimpijske igre na Peloponezu, borilačke vještine u Starom Rimu), da bi u današnjim okolnostima ovo bio jedan od najpopularnijih oblika kretanja (savremene Olimpijske igre, svjetska prvenstva i turniri). Sport je društveni, kulturni, odnosno socijalni fenomen, čiji značaj je istaknut i u Milenijumskim ciljevima Ujedinjenih nacija, gdje je, između ostalog, stavljen fokus na sport kao sredstvo koje može pomoći izgradnji svjetskog mira. Isto tako, sport sadrži i ekonomske aspekte, a sportska industrija svake godine generiše desetine milijardi evra (Hudson, 2002; prema Jovanović, 2015)⁶. Sportski turizam je najbrže rastući sektor turizma, sa uzlaznim trendom koji traje više od 20 godina. Sport je postao globalna industrija čiji se godišnji promet mjeri stotinama milijardi američkih dolara, a manifestacije poput Olimpijskih igara, Svjetskog prvenstva u fudbalu, *Grend slem* teniskih turnira, trke Formule 1 i drugih, predstavljaju prave generatore novca i privlače pažnju milijardi gledalaca širom svijeta, ali isto tako, i miliona turista koji ih posjećuju (Higham, 2005; prema Jovanović, 2015)⁷.

Prema podacima kompanije *Sport Tourism Expo*, 2003. godine u oblasti sportskog turizma ostvareno je 10% ukupnog turističkog prometa u vrijednosti od 51 milijarde dolara i realizovano je preko 40 miliona noćenja u hotelima. Industrija sportskog turizma u 2010. godini generiše 600 milijardi dolara godišnje, što čini 14% ukupnog prometa ostvarenog u turizmu (*Sport Tourism Expo*, 2011). Pomenuti pokazatelji potvrđuju predviđanja sve značajnijeg učešća ovog vida turizma u globalnoj turističkoj industriji. U prilog ovome idu i istraživanja EU Komisije koja pokazuju da je 73% državljana Evropske Unije u 2010. godini putovalo najmanje

⁵ Robinson, T. Gammon, S. (2004): *A Question of Primary and Secondary Motives: Revisiting and Applying the Sport Tourism Framework*, Journal of Sport Tourism, 9 (3), p. 222

⁶ Jovanović, V. (2015): *Tematski turizam*, Univerzitet Singidunum Beograd, str. 193

⁷ Jovanović, V. (2015): *Tematski turizam*, Univerzitet Singidunum Beograd, str. 196

³ Hall, C.M (1992): *Adventure, Sport and Health Tourism*, In Weiler, B. & Hall, C.M. Special Interest Tourism, London, Belhaven Press

⁴ Jovanović, V. (2015): *Tematski turizam*, Univerzitet Singidunum Beograd, str. 193

jedanput iz poslovnih ili privatnih razloga. Čak 36% putovanja ističu kao glavni motiv *putovanje i rekreaciju (rest and recreation)*, dok se za "klasičan" ljetni odmor na plaži odlučilo 18% turista.

Svjetska turistička organizacija (*UNWTO*) ističe da Nijemci i Holanđani najviše putuju u inostranstvo radi sporta i rekreacije, pa je po tom osnovu 2001. godine u Njemačkoj ostvareno 32 miliona putovanja van zemlje, a u Holandiji 7 miliona. Za obje zemlje ovo iznosi preko 50% svih putovanja u inostranstvo. Istovremeno, Francuzi ostvaruju 3,5 miliona putovanja u inostranstvo koja su motivisana sportom, što čini 23% svih putovanja van zemlje. Britanska Turistička organizacija *Visit Britain* navodi da je oko 20% putovanja u inostranstvo motivisano sportom. U SAD sportski turizam godišnje generiše preko 30 milijardi USD (*Travel Industry Asociation of America*) i oko 2/5 populacije (75 miliona ljudi) povremeno posjećuje sportske događaje.

Svakako da treba istaći pozitivne ekonomske aspekte sportskih događaja, koji se ogledaju kroz (Rabotić, 2012)⁸:

- veću mogućnost ostvarivanja nove potrošnje dolaskom posjetilaca na manifestacije,
- stimulisanje raznovrsnih poslovnih aktivnosti,
- ostvarivanje prihoda i porast zaposlenosti u kraćem roku,
- jačanje prestiža i imidža destinacije, kao i zainteresovanosti za ulaganja u turizam.

Smatra se da je motiv sporta i rekreacije zastupljeniji za vrijeme predsezone i posezone, što utiče na produženje turističke sezone i pomaže ublažavanju sezonskog karaktera turizma.⁹

IV. USLOVI ZA RAZVOJ SPORTSKOG TURIZMA U REPUBLICI SRPSKOJ

Zahvaljujući prirodnim vrijednostima i društvenim atraktivnostima, Republika Srpska ima mogućnosti za razvoj sportskog turizma. Najveću turističku vrijednost ovog prostora predstavljaju planine, rijeke i jezera. Postojeća infrastruktura – otvoreni tereni, bazeni, sportske dvorane, sportski sadržaji u okviru hotelskih kompleksa, predstavljaju dobru bazu za razvoj ovog oblika selektivnog turizma, koju svakako treba proširivati i modernizovati.

Dio turističke ponude Republike Srpske čini sportski turizam, ili "sportsko-avanturistički" turizam, kako je definisan *Strategijom razvoja turizma Republike Srpske za period 2011-2020. godina*¹⁰. Najčešće je zastupljen u sljedećim oblicima: raftingu, splavarenju na brzim rijekama, kajakaštvu, trekkingu (tracking - planinarenje uz pratnju planinskih vodiča),

hajkingu (hiking – duže šetnje u prirodi), klajmbingu (climbing – penjanje uz stijene), paraglajdingu (letenje zmajevima), skokovima specijalnim padobranima s planinskih stijena, planinskim biciklizmom, vožnji terenskim vozilima, džipijadama, jahanju u prirodi, speleologiji, lovu i ribolovu, preživljavanju... U pomenutoj Strategiji se navodi da za razvoj ovog vida turizma postoje dobre pretpostavke. Morfološka raznolikost prostora Republike Srpske i, uopšte, bogatstvo njene prirodno-geografske osnove, prepoznatljive kroz brojne komplementarne turističke vrijednosti: planina (Jahorina, Romanija, Vlašić, Treskavica, Maglić, Javor, Borja, Čemernica i dr.), visoravni, pećina, kanjona, klisura, brzih riječnih tokova (Drina, Tara, Vrbas, Una...), jezera, flore i faune, čine osnovnu pretpostavku razvoja i neke od komparativnih prednosti ovog vida turističkog ispoljavanja u odnosu na ostala. Najveću valorizaciju u oblasti sportskog turizma, dostigla je Jahorina (1529-1916 m nadmorske visine) sa izgrađenih 25 km takmičarskih staza na kojima je u vrijeme Zimskih Olimpijskih Igara 1984. godine, održano takmičenje u alpskom skijanju za žene. Na Jahorini se svake godine održavaju međunarodne skijaške "FIS" trke u alpskim disciplinama. Savremeno streljište za biathlon pruža uslove za vrhunska takmičenja evropskog nivoa, kao što je Balkanski šampionat održan 2004.godine.

Kada govorimo o takmičarskom sportskom turizmu, njegov razvoj zavisi najprije od ukupnog razvoja takmičarskih sportova u kojima sportisti učestvuju na međunarodnim takmičenjima, ali i od mogućnosti organizovanja međunarodnih sportskih takmičenja na prostoru Republike Srpske. Prema podacima Ministarstva porodice, omladine i sporta u Republici Srpskoj postoji 35 sportskih saveza i 6 sportskih saveza lica sa invaliditetom. Takođe, registrovano je oko 900 sportskih organizacija širom Republike Srpske. Najpoznatiji sportski kampovi na ovim prostorima su: Ljetna škola sporta – kamp u Trebinju, Košarkaški kamp "Three points" na Jahorini, Košarkaški kamp "Dejan Bodiroga" u Trebinju, kamp za fudbalere u Etno selu "Stanišići" u Bijeljini.

V. POKAZATELJI RAZVOJA SPORTSKOG TURIZMA U REPUBLICI SRPSKOJ

Turizam je definisan kao jedan od važnih privrednih potencijala Republike Srpske. Tako se u dokumentu *Ekonomska politika Republike Srpske za 2016. godinu*,¹¹ ističu aktivnosti njenih nosilaca na pružanju podrške prioritarnim vidovima turizma u skladu sa tržišnim zahtjevima, a što će rezultirati formiranjem ključnih turističkih proizvoda i njihovom promocijom. Pri tome će ključni kriterijumi odabira biti uticaj na privredni rast, posmatrano kroz povećanje broja noćenja i prometa u ugostiteljstvu.

Zvanična statistika prikazuje dolazak sve većeg broja stranih turista u Republiku Srpsku, koju je 2015. godine posjetilo 136.210 stranih turista. Isti u najvećoj mjeri posjećuju administrativne centre ("ostala turistička mjesta") –

⁸ Rabotić, B. (2012): *Selektivni oblici turizma*, preuzeto sa www.visokaturisticke.edu.rs

⁹ Bartoluci, M. i ostali (2013): *Modeli organizacije i kvaliteta sportsko – rekreacijskog turizma u Istri*, Zbornik radova 22. Ljetne škole kineziologa Republike Hrvatske (86-92)

¹⁰ *Strategija razvoja turizma Republike Srpske za period 2011-2020.godina*, Vlada RS, Banja Luka, 2011.

¹¹ *Ekonomska politika Republike Srpske za 2016. godinu* ("Službeni glasnik Republike Srpske", br. 110/15)

68,3%, planinska mjesta – 14,1% i banjska turistička mjesta – 12,0%. Istovremeno, domaći turisti ostvarili su 158.571 dolazak, pri čemu najviše posjećuju administrativne centre ("ostala turistička mjesta") – 52,5%, planinska mjesta – 23,2% i banje – 19,6%. Tokom 2015. godine, ostvareno je ukupno 686.944 noćenja, od čega su strani turisti realizovali 320.183 noćenja, što prikazuje stalni rast.¹²

Od ukupnog broja stranih turista, koji su tokom 2015. godine posjetili Republiku Srpsku, najveći broj je iz bivših jugoslovenskih republika: Srbije 32,9%, Hrvatske 12,9%, Slovenije 10,7%, Crna Gore 3,6%; ali i iz Turske 6,6%, zatim Italije, Austrije, Njemačke.

Prirodni i antropogeni faktori Republike Srpske omogućili su uspješnu organizaciju velikih međunarodnih takmičenja, od kojih ćemo izdvojiti: Svjetsko prvenstvo u raftingu 2009. godine, Evropsko prvenstvo u karateu 2009. godine i Svjetsko prvenstvo u kuglanju 2009. godine. Tokom 2010. godine organizovana su sljedeća prvenstva: Balkansko prvenstvo u kajak kanuu za juniore/ke i seniore/ke u Banjoj Luci, Balkansko prvenstvo u odbojki za juniorke u Banjoj Luci i Balkansko prvenstvo u džudou za seniorke u Trebinju. Na Olimpijskim igrama u Londonu 2012. godine, Republika Srpska je imala dva učesnika u sportskim disciplinama plivanje i atletika. Najuspješniji sportski događaji u 2013. godini bili su: Evropsko odbojkaško prvenstvo za kadete u Laktašima, Evropsko padobransko prvenstvo i Svjetski padobranski kup u Banjoj Luci, Svjetski kup ICF u kajak-kanuu na divljim vodama "Banja Luka – Vrbas 2013", Međunarodni rukometni TV turnir šampiona "Doboj 2013" i Međunarodna biciklistička trka Banja Luka – Beograd. Najuspješniji sportski događaji tokom 2014. godine bili su: Biciklistička trka "Banja Luka – Beograd", Evropsko prvenstvo za juniore u kajak i kanuu na divljim vodama "Banja Luka – Vrbas 2014" i Međunarodni plivački miting "22. april" u Banjoj Luci. Male Olimpijske igre Republike Srpske realizovane su 2015. godine, kao najmasovnije takmičenje kroz četiri nivoa: školsko, opštinsko, regionalno i republičko, na kome je učestvovalo (direktno ili indirektno) oko 90.000 učenika. Takmičenja su obuhvatala mali fudbal, košarku, odbojku, rukomet, atletiku i sportsku gimnastiku. Završna republička finala održana su u Banjoj Luci, Prijedoru, Bijeljini, Sokocu i Trebinju. U organizaciji Ministarstva porodice, omladine i sporta RS, održana je po trinaesti put Ljetna škola sporta, čiji je cilj rad sa mladima i sportsko usavršavanje. Većina sportskih saveza Republike Srpske organizovala je školu sporta u Trebinju, a programske aktivnosti su održane u Trebinju, Banjoj Luci, Bijeljini, Doboju, Gradišci, Sokocu, Gackom i na Jahorini.

Izdvojićemo najznačajnije međunarodne sportske manifestacije koje su održane u Republici Srpskoj tokom 2015. godine:

- FIS trka "Jahorina 2015",
- ATP Challenger "Banja Luka 2015",
- Vidovdanska trka "Brčko 2015",
- Međunarodni plivački miting "Banja Luka 2015",
- Biciklistička trka "Banja Luka – Beograd",
- Evropsko prvenstvo za seniore u kajak i kanuu na divljim vodama "Banja Luka – Vrbas 2015",
- Evropsko prvenstvo u raftingu "Banja Luka – Vrbas 2015",
- Međunarodni rukometni TV turnir šampiona "Doboj 2015"

I pored velikog značaja ovih manifestacija za razvoj sportskog turizma, tačan broj posjetilaca navedenih takmičenja nije zabilježen, niti su obavljena istraživanja na osnovu kojih bi se mogli sagledati finansijski efekti značajni za turizam. Nesumnjivo je da ova takmičenja dovode strane turiste i unapređuju turistički promet. U vezi sa tim potrebno je izvršiti analizu ponude i usmjeriti marketinške aktivnosti u cilju privlačenja većeg broja učesnika u ovaj vid turizma.

VI. MOGUĆNOSTI RAZVOJA SPORTSKOG TURIZMA U REPUBLICI SRPSKOJ

Republika Srpska, kao još uvijek nedovoljno afirmisana destinacija u pogledu sportsko-rekreativnog turizma, u budućnosti bi mogla biti veoma konkurentna jer posjeduje izuzetne prirodne i antropogene potencijale, koje savremeni turista stavlja kao najvažnije na listi zahtjeva. Uz minimalna ulaganja i konkurentne cijene, mogu se postići izvanredni rezultati. Definisanjem turističkog proizvoda, sa neophodnim tekućim razvojem infrastrukture (saobraćajne i smještajne), dolaskom većeg broja *low-cost* kompanija i adekvatnom marketing strategijom, nesumnjivo se može privući veći broj stranih turista. Sportske manifestacije mogu biti centralna tema sportskog turizma – organizovanje takmičenja i skupova planinara, paraglajdera, biciklista i ostalih manje ili više ekstremnih sportova. Dobrim organizovanjem ponude i isticanjem onih potencijala sportskog turizma koji mogu biti aktuelni tokom cijele godine, moguće je ostvariti pozitivne rezultate. Međunarodni sportski turniri, osim u gradovima, mogu se uspješno organizovati i u planinskim i banjskim mjestima. U vezi sa tim, neophodno je izgraditi kvalitetnije saobraćajnice i sportsko-rekreativne objekte i sadržaje (urediti skijaške staze i skijaške liftove). U banjskim mjestima sportski programi se mogu uspješno kombinovati sa programima zdravstvenog turizma (oporavak sportista, rekreativaca, invalidnih osoba itd.), kao i programi *wellness-a*. Velike mogućnosti razvoja sportskog turizma pruža ljetni sportskorekreativni turizam na vodama, u kojima bi nosioci turističke ponude mogli vidjeti svoju šansu.

¹² Bilten Ugostiteljstvo i turizam br. 12, Republički zavod za statistiku Banja Luka, 2016

Da bi sportski turizam postao značajniji oblik turizma na ovim prostorima neophodno je poboljšanje smještajnih uslova. Naime, turisti koji su zainteresovani za avanturistički sportski turizam najčešće biraju manje konvencionalan i jeftiniji smještaj, tako da im se može ponuditi smještaj u manjim hotelima, etno selima i kampovima. Suština je u dobroj organizaciji aktivnosti, iskusnim vodičima i opremljenosti za određeni sport i, naravno, cijeni. S druge strane, u turističkim mjestima u kojima se planira razvoj ekskluzivnog turizma za bogatije goste, koji upražnjavaju "skupe sportove" (golf, sportovi na vodi, jahanje isl.), smještajne kapacitete i sadržaje prilagoditi njihovim zahtjevima. Jedan od zadataka je i izgradnja adekvatnih sportskih objekata koji će osigurati sve uslove za održavanje sportskih manifestacija. Pri tome ne treba zaboraviti činjenicu da ovakvi sportski objekti poboljšavaju uslove za rekreaciju lokalnog stanovništva, razvoj takmičenja i treninga na lokalnom nivou, kao i činjenica da prisustvo vrhunskih sportista i sportskih ekipa pozitivno utiče na moral građana i pojačava interes mladih za sport.

Pomenuta Strategija razvoja turizma Republike Srpske sagledala je stanje sportsko-avanturističkog turizma, koji prikazujemo u nastavku:

Sportsko-avanturistički turizam
Stanje i problemi
turizam u razvoju, nepotpun turistički proizvod, slab marketing, neefikasan menadžment turističkih destinacija
Neophodne mjere
poboljšanje kvaliteta proizvoda, agresivniji marketing, efikasniji menadžment, podsticaj razvoju
Ciljne destinacije
Tara, Drina, Vrbas, Una; Zelengora, Maglić, Volujak
Ciljna tržišta
Primarno: strano – Austrija, Slovenija, Njemačka, Srbija Sekundarno: domaće
Tržišni segmenti
poslovni svijet, mlađi parovi, sportisti, individualci
Marketing
publicitet, promocioni paketi, internet, foto i video zapisi
Kanali distribucije
turističke agencije, turoperatori, sajtovi destinacija, medijska partnerstva

Osim pomenutog, neophodno je pomenuti u ulogu turoperatera i hotelijera u razvoju sportskog turizma. Bez obzira na laku dostupnost informacija o sportskim događajima, sve je više zainteresovanih turista koji žele da budu dio sportskih manifestacija. Turoperateri u ovome mogu da vide svoju šansu, te da formiraju turističke proizvode prilagođene novim zahtjevima tržišta, sačine kalendar manifestacija, te na taj način ostvare profit od ove specifične grane turizma.

Hotelijeri treba da obrate pažnju na izgradnju posebnih kapaciteta koji omogućavaju organizaciju kvalitetnih sportskih priprema, ali i sadržaje za sve zainteresovane za ovaj vid odmora. Uz posebno oglašavanje turističkog kompleksa, trebalo bi u ponudu uvrstiti i obilasko turističkih atrakcija.¹³ Svakako da ne treba izostaviti ulogu Turističke organizacije Republike Srpske i lokalnih turističkih organizacija, koji, u partnerstvu sa medijima, značajno mogu osigurati uspješan plasman ove vrste turističkog proizvoda na međunarodnom tržištu, kvalitetnim promocijnim aktivnostima. Pri tome, generalni cilj promocijnih aktivnosti mora biti izveden iz stratejskih ciljeva i smjernica razvoja turizma, koji se ogleda kroz formiranje odgovarajućeg nivoa i kvaliteta tražnje za turističkim proizvodom, kao i povećanje obima i strukture turističkog prometa. Njihov promocijni miks treba da istakne glavne karakteristike ovog vida turističkog proizvoda, raznolikost i brojnost njegovog sadržaja, tradiciju i gostoljubivost domaćeg stanovništva, naglašavajući da je u pitanju destinacija sa nezagađenom i očuvanom prirodnom sredinom. Nezaobilazan dio ponude sportskog turizma, svakako su sportski i sportsko-rekreativni programi, kreirani od strane stručnih lica iz ovih oblasti: sportskih animatora, trenera, instruktora, voditelja sportskih aktivnosti, profesora fizičke kulture.

VII. ZAKLJUČAK

Sportske aktivnosti i potraga za avanturom predstavljale su značajan motiv za putovanje i u prošlim vremenima, a u današnjim uslovima turizam zasnovan na ovim motivima jedan je od najpopularnijih oblika kretanja. Sa postojećim resursima i potencijalnim mogućnostima, Republika Srpska ima realne pretpostavke za razvoj sportskog turizma. Neophodno je da svi nosioci turističke politike na vrijeme sagledaju značaj koji obezbjeđuje ovaj vid turizma, u pogledu ekonomskih učinaka, urbane regeneracije, podizanja nivoa svijesti ljudi, poboljšanja infrastrukture, obogaćivanja turističke ponude i jačanja imidža destinacije. Prvi zadatak jeste kreiranje turističkog proizvoda na bazi istraživanja potreba savremenih zahtjeva turističke tražnje, koju će pratiti inoviranje postojeće turističke infrastrukture, obogaćene novim sadržajima. Osim toga, iskorišćenost postojećih kapaciteta, produžetak turističke sezone, uvođenje novih sadržaja, promocija turističkih potencijala zasnovana na savremenom marketinškom pristupu, agažovanost stručnih kadrova iz oblasti turizma, sporta i fizičke kulture, osnovne su

¹³ Tako se, na primjer, posjetiocima trka Formule 1 nakon takmičenja na Maleziji nude paket aranžmani u atraktivnom arhipelagu *Langkawi*. Obožavaocima čuvenih trka konja *Prix de L'Arc de Triomphe* u ponudi je vožnja Orijent ekspresom. U Južnoj Africi je nakon Mundijala posjetiocima ponuđen odlazak na foto safari. Navijačima kriket timova u Kejptaunu, nakon takmičenja se nudi obilazak jedinstvenih prirodnih ljepota planinskih vijenaca uz Indijski okean – *Garden route*.

pretpostavke razvoja i afirmacije sportskog turizma na ovim prostorima.

LITERATURA

- [1] Vujić, T. (2012): *Upravljanje održivim razvojem turizma sa posebnim osvrtom na Republiku Srpsku*, Zbornik radova sa X Međunarodnog naučnog skupa Sinergija 2012, Univerzitet Sinergija Bijeljina
- [2] Popesku, J. (2013): *Marketing u turizmu i hotelijerstvu*, Univerzitet Singidunum Beograd
- [3] Hall, C.M (1992): *Adventure, Sport and Helth Tourism*, In Weiler, B. & Hall, C.M. Special Interest Tourism, London, Belhaven Press
- [4] Jovanović, V. (2015): *Tematski turizam*, Univerzitet Singidunum Beograd
- [5] Robinson, T. Gammon, S. (2004): *A Question of Primary and Secondary Motives: Revisiting and Applying the Sport Tourism Framework*, Journal of Sport Tourism, 9 (3)
- [6] Rabotić, B. (2012): *Selektivni oblici turizma*, preuzeto sa www.visokaturisticika.edu.rs
- [7] Bartoluci, M. Škorić, S. Šindilj, M. (2013): *Modeli organizacije i kvaliteta sportsko – rekreacijskog turizma u Istri*, Zbornik radova 22. Ljetne škole kineziologa Republike Hrvatske
- [8] *Strategija razvoja turizma Republike Srpske za period 2011-2020.godina*, Vlada RS, Banja Luka, 2011.
- [9] *Ekonomska politika Republike Srpske za 2016. godinu* ("Službeni glasnik Republike Srpske", br. 110/15)
- [10] *Bilten ugostiteljstva i turizma br. 12*, Republički zavod za statistiku RS, Banja Luka, 2016.
- [11] Unković, S. Zečević, B. (2016): *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu
- [12] Čerović, S. Čomić, Đ. (2015): *Projektovanje i izgradnja hotela*, Univerzitet Singidunum Beograd
- [12] Kotler P. Bowen, J. Makens, J. (2003): *Marketing for Hospitality and Tourism*, Third Editin, Prentice Hall, New Jersey
- [13] <http://visitbritain.com>
- [14] <http://www.unwto.org>
- [15] <http://www.ustravel.org>