

FAKULTET ZA MEDITERANSKE POSLOVNE STUDIJE – FMS TIVAT

Specijalistički rad

SPORTSKI TURIZAM KAO POSEBNI OBLIK TURIZMA –
MOGUĆNOSTI I ZNAČAJ

Predmet: Slobodno vrijeme i teorija animacije

Kandidat
Miloš Spalević

Mentor

Doc.dr Andrija Petković

TIVAT

SADRŽAJ

SAŽETAK	3
1. UVOD	4
2.DEFINISANJE OSNOVNIH POJMOVA U TURIZMU	6
2.1 Definicije turizma	7
3. ISTORIJSKI RAZVOJ TURIZMA	10
3.1 Turizam u starom vijeku	10
3.2 Turizam u srednjem vijeku	12
3.3 Počeci organizovanih turističkih putovanja	13
3.4 XX vijek – vijek masovnog turizma	16
4. PODJELA TURIZMA	18
4.1 Statistička podjela	18
4.2 Podjela UNWTO	19
5. TURISTIČKE DESTINACIJE	20
6. RAZVOJ I ZNAČAJ TURISTIČKIH MOTIVA	24
7. POSEBNI OBLICI TURIZMA	26
7.1 Ekoturizam	27
7.2 Turizam u korist siromašnih	28
7.3 Recesijski turizam	29
7.4 Medicinski turizam	30
7.5 Edukacijski turizam	30
7.6 Kreativniturizam	31
7.7Mračni turizm	32
7.8 Ukleti turizam	33
7.9 Svemirski turizam	34
8. ZNAČAJ RAZVOJA SPORTSKOG TURIZMA	34
8.1 Definisanje pojma sportski turizam	35
8.2 Pozitivni i negativni efekti razvoja sportskog turizma	38
9. ZAKLJUČAK	40
10. BIBLIOGRAFIJA	42

SAŽETAK

Savremeni razvoj turizma karakteriše razvoj posebnih oblika turizma, među kojima je i sportski turizam. Turizam i sport su dva oblika međusobno povezanih djelatnosti u sferi turističke rekreacije. Srodnost tih pojava, kao i bliskost njihovih funkcija proizlazi iz činjenice prema kojoj su nositelji tih dviju pojava u pravilu isti subjekti. Razvoj sportskog turizma, a u ovom slučaju govorimo o velikom broju turističkih destinacija u stvari predstavlja svojevrsan odgovor na fenomen "sezonalnosti turizma".

Ključne riječi: sport, turizam, razvoj, sportski turizam, posebni oblici turizma.

SUMMARY

The modern development of tourism is characterized by the development of special forms of tourism , including tourism and sport . Tourism and sport are two forms of interrelated activities in the sphere of tourism and recreation . Similarity of these phenomenon , as well as the closeness of their functions stems from the fact according to which the lead these two phenomenon generally the same subjects . The development of sports tourism , and in this case we are talking about a large number of tourist destinations is in fact a kind of response to the phenomenon of " seasonal tourism " .

Keywords : sports, tourism , development , sports tourism , special forms of tourism

1. UVOD

Turizam je jedna od najvažnijih ekonomskih djelatnosti u sadašnjosti a sve tendencije nesumnjivo ukazuju na to da će sasvim sigurno to biti i u budućnostiekonosmkog razvoja svih onih destinacija koje su turizam naglasile kao svoju osnovnu privrednu djelatnost. Jedna od takvih destinacija jeste i Crna Gora. Sam turizam obuhvata brojne pojave i odnose koji nastaju za vrijeme turističkog putovanja. Turizam ima značajan uticaj na ekonomski, socijalni, ekološki ali i kulturni aspekt života, kako u svijetu, tako i u Crnoj Gori. Turizam za Crnu Goru, možemo reći, predstavlja glavni pokretač društvenog i ekonomskog razvoja.

Savremeni razvoj turizma karakteriše razvoj posebnih oblika turizma, među kojima je i sportski turizam. Turizam i sport su dva oblika međusobno povezanih djelatnosti u sferi turističke rekreacije. Srodnost tih pojava, kao i bliskost njihovih funkcija proizlazi iz činjenice prema kojoj su nositelji tih dviju pojava u pravilu isti subjekti. Veza između sporta i turizma datira od prvih početaka njihovog razvoja. Sport u savremenom turizmu nema samo perceptivnu ulogu, nego je on ujedno važan sadržaj boravka u kojem turisti postaju aktivni sudionici različitih sportova: sportova na vodi, tenisa, golfa, skijanja, jahanja, sportskih igara idr.

Temelje sportskog turizma položio je Gliptis napisavši da:

- akademici i praktičari smatraju sport i turizam dvjema odvojenim aktivnostima" i predstavivši potpunu integraciju spomenutih dviju pojava.¹

Sportski se turizam definiša kao :

- putovanje koje potiče pojedinca da privremeno napusti svoje svakidašnje mjesto boravka da bi aktivno sudjelovao u sportu, postao gledatelj sportske aktivnosti ili nekoga događaja povezanog sa sportom.²

¹ Glyptis, S. A.: Sport and Tourism in Western Europe. London: British Travel Education Trust. 1982.

² Valek Slak, N.; Jurak, G.; Bednarik, J., Statističke razlike između slovenskih sportskih turista i slovenskih turista čija su putovanja motivirana drugim razlozima, Acta turistica, Vol.23 No.1 Lipanj 2011., str. 74

Selektivni turizam, predstavlja svojevrsni odgovor na probleme u savremenom turizmu prouzrokovane masovnim turizmom i njegovom infrastrukturom.

Odgovor savremeni teoretičari turizma nalaze upravo u razvoju alternativnih (selektivnih) oblika turizma, odnosno putovanja koja nisu masovna, shematska i bezlična.

- Tako navedeni oblici selektivnog turizma koji se u literaturi nazivaju još odgovornim turizmom, individualnim turizmom, turizmom posebnih oblika (interesa), alternativnim turizmom i sl., predstavljaju suprotnost svojim sadržajem prema negativnostima što ih je donio masovni turizam, a s ciljem potpunijeg zadovoljavanja posebnih želja i potreba suvremenih turista.³

U ovom radu ukazaće se na mogućnosti, odnosno prednosti koje pruža razvoj ovog oblika turizma u određenom području i to posebno na onom koje karakteriše sezonalnost turizma. No, uticaj sportskog turizma na prevladavanje problema sezonalnosti nije njegova jedina prednost.

Razvoj turizma, pa tako i sportskog, u destinacijama generiše brojne, kako društvene, tako i ekonomske učinke koji su u stvari oni učinci koji su od primarnog interesa stanovništva određene turističke regije.

Kako direktni, pojavljuju se i indirektni ekonomski učinci u različitom obliku a nazivaju se posrednim ekonomskim učincima. To se sagleda kroz elemente:

- jačanja motivacije za izbor turističke destinacije,
- povećanja izvanpansionske potrošnje te unaprjeđenja raznolikosti i kvalitete turističke ponude i sl.
- aktiviranje i podsticanje komplementarnih aktivnosti kroz turizam i
- proširenje turističke sezone i veće turističke potrošnje

.

³ Geić, S.: Menadžment selektivnog turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2010.

2.DEFINISANJE OSNOVNIH POJMOVA U TURIZMU

Ono što se sa punim pravom, bez mnogo dilema može tvrditi jeste da je turizam danas ako ne najbrže rastuća, a ono svakako jedna od najbrže rastućih i ujedno jedna od najprofitabilnijih industrija u svijetu, s bezbrojnim mogućnostima za ekonomski razvoj kako regija tako i država u cijelini, barem onih koje su strateškim planovima turizam opredijelile kao svoju glavnu privrednu djelatnost. Današnje vrijeme brzih promjena traži suzdržanost kada se govori o kratkoročnim, a pogotovo dugoročnim predviđanjima jer ogroman je broj faktora koji utiču na turistička zbivanja, tako da je realan objektivan pogled unaprijed moguć samo za vrlo kratko vremensko razdoblje.

Definicija turizma koju su oblikovali čuveni teoretičari V.Hunciker i K.Krapf, prihvaćena uz male dopune 1954. godine od Međunarodnog udruženja naučnih i turističkih stručnjaka AIEST, glasi:

- Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.⁴

Dakle na osnovu ove opšte prihvaćene definicije možemo konstatovati da turizam predstavlja onu privrednu granu koja obuhvata skup poslovnih organizacija, rada i državnih agencija koje vrše kretanje roba i usluga i drže sredstva za transport, programe i resurse za putovanja i odmore. Isto tako, turistički sektor (privreda) može da se definiše kao skup onih privrednih i trgovinskih delatnosti koje proizvode robe i usluge namenjene za strane i domaće turiste. Prema tome, turistička privreda uključuje: prevoz putnika, putničke agencije, turoperatore, usluge za smještaj i ishranu, odmor i zabavu, proizvođače suvenira, umjetničkih proizvoda, vladine organizacije za regulisanje i nadzor turističke privrede .

⁴ www.aiest.org

Osnovu turizma kao privredne djelatnosti sačinjavaju: saobraćaj, ugostiteljstvo, trgovina na malo, putničke (turističke) agencije, zanatstvo i komunalne delatnosti.

Osnovne karakteristike turizma su: raznovrsnost (heterogenost), neproizvodan karakter rada, sezonski karakter poslovanja, visok stepen elastičnosti tražnje i neelastičnosti ponude

Da bi neko postao turistom, mora otputovati iz svog mjesta stalnog boravka u neko drugo mjesto da bi tamo privremeno boravio. Mjesto privremenog boravka je turističko odredište, odnosno turistička destinacija. To mjesto posjeduje resurse zbog kojih je turist došao, odnosno zbog kojih je posjetilac odabrao tu turističku destinaciju. Turista je lice, koje putuje sa svakim ciljem, osim zbog zarade i promjene stalnog mjesta svog boravka, pri čemu treba posebno naglasiti da to trajanje boravka van svog mjesta boravka ne bude manje od 24 časa (manje od 24 časa je izletnik), ali istovremeno ne može da traje više od šest mjeseci.

Turisti su lica, koja putuju u cilju službenih putovanja, konferencija, kongresa, različitih susreta, odmora, liječenja, učenja, zbog porodičnih, religioznih i sportskih razloga. Ta definicija data je na konferenciji OUN 1954. i potvrđena na Rimskoj konferenciji o turizmu i ekskurzijama 1963, služi kao osnova za sprovođenje međunarodne turističke statistike, turističkog prava, viznih formalnosti. Turistima se smatraju takode posade aviona ili brodova, ako ostaju duže od 24 časa. Turistima se ne smatraju radnici na privremenom radu ili dnevni migranti, lica bez stalnog mjesta boravka, izbjeglice, vojni kontingenti u vojnim bazama, privremeni i stalni imigranti, diplomate, predstavnici konzulata, tranzitni putnici...

2.1 Definicije turizma

Turizam je kao masovni fenomen proučavan, naročito od sredine 60-ih godina prošloga vijeka, kao pojava koja je u velikoj mjeri doprinjela da se svijet mijenja. Upravo

zbog toga mu se kao fenomenu prilazilo iz različitih pravaca, sa željom da se on sagleda sa više strana i da se kao takav na najbolji mogući način rastumači.

Iz raznolikosti samog pristupa turizmu, koji je i sam po sebi kao pojava veoma kompleksan proistekla je i šarolikost grupa u okviru kojih se mogu sistematizovati postojeće definicije turizma. Pored već navedene univerzalne definicije turizma koja je 1971.godine priznata od strane Međunarodnog udruženja eksperata za turizam, a koja je u manjoj ili većoj mjeri uspješno objedinila sve elemente koji determinišu turizam kao fenomen, možemo razlikovati još tri osnovne grupe definicija turizma, na osnovu segmenata kojim se bave:

- a) nominalističke
- b) privredne
- c) statističke

Nominalizam u stvari predstavlja učenje srednjovjekovne filozofije (kod problema univerzalija) po kome postoje i primarne su samo pojedinačne stvari, dok se za razliku od njih opšti pojmovi i opšte ideje određuju samo kao misaone tvorevine i imena za pojedinačne stvari. U "problemu univerzalija" suprotno od nominalizma je realizam. Kada govorimo o nominalističkim definicijama onda je posebno potrebno napomenuti da je riječ o definicijama koje su najčešće prisutne u njemačkoj i švajcarskoj literaturi.

U grupu nominalističkih definicija turizma spadaju i one koje turizam određuju kao:

- Turizam je pojava kad neka osoba putuje i boravi izvan mjesta svog stalnog boravka i tamo se koristi turističkom radinošću.
- Turizam je kretanje u prostoru izvan mjesta stalnog boravka u cilju upoznavanja novih stvari, ljudi i njihovog života za vrijeme prolaznog boravka u drugom mjestu.
- Turizam znači putovanje u svrhu zabave, odmora, zdravlja, uživanja u prirodi, iz radoznalosti da se vide novi krajevi i ljudi, iz sporta itd.

Osnovni nedostatak nominalističkih definicija leži u tome što one objašnjavaju bit pojave turizma iz samog imena, pa se iz njih ne vidi bit pojave koja zadire u sve pore ekonomskog i sociokulturnog života nekog prostora.

Druga grupa, privrednih definicija, prodire u suštinu objašnjenja turizma, kada se on posmatra kao privredna djelatnost. Ova grupa definicija je dosta prisutna u anglosaksonskoj literaturi (Velika Britanija, SAD).

- Turizam je dio nacionalne ekonomije koji snabdijeva turiste koji posjećuju lokalitete izvan svog stalnog mjesta boravka gdje žive i rade.

- Turista (pa zato uzrokovan i turizam) je čovjek koji odlazi u stranu zemlju zbog bilo koje namjere osim zarade i stalnog boravka, te koji tamo troši novac što ga je na drugom mjestu zaradio.

- Turizam je nova potreba ljudi koja je prouzrokovana i omogućena opštim porastom životnog standarda.

U treću grupu, statističkih definicija treba uvrstiti sve one dugogodišnje napore da se dođe do definisanja pojma turiste, kako bi se omogućio statistički obuhvat turističkog prometa (tj. broja turista i broja njihovih noćenja) i njihove potrošnje. Komitet za statistiku Lige naroda, na svom zasjedanju 22. januara 1937. godine usvojio je sledeću definiciju:

- Izraz turist treba, u principu, primjenjivati kao oznaku za svaku osobu koja putuje na 24 časa ili više u neku zemlju u kojoj nema prebivalište (stalni boravak).

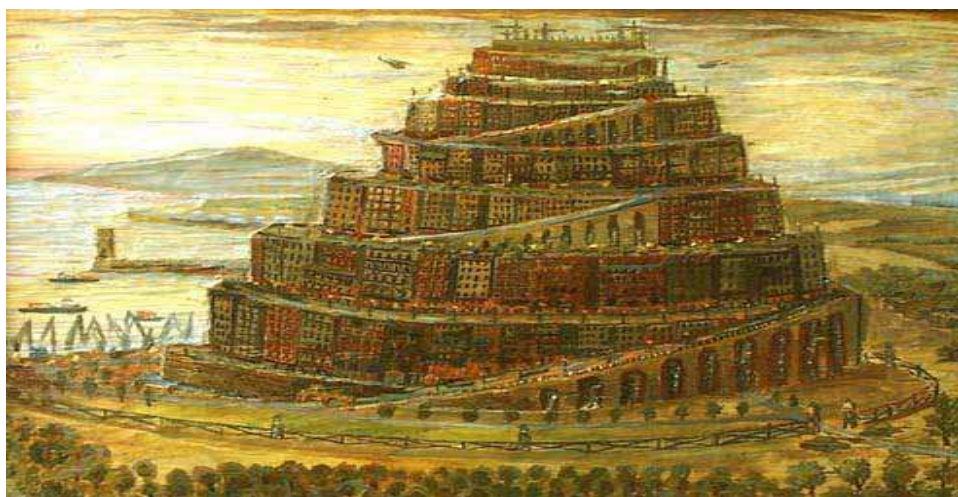
Ovu definiciju je usvojila i Međunarodna unija zvaničnih turističkih organizacija (IOOTO), na svom Kongresu 1950. godine. Na konferenciji Ujedinjenih nacija u Rimu 1963. godine ova definicija je dopunjena pojmom «posjetilac», čime je uveden nov termin za osobe koje učestvuju u turističkim putovanjima. Pojam «posjetilac» podrazumijeva svaku osobu koja posjećuje neko mjesto izvan svog stalnog boravka, iz bilo kojeg razloga izuzev stalnog ili povremenog zaposlenja.

Pojam «posjetilac» obuhvata turistukao privremenog posjetioca, koji u mjestu koje posjećuje boravi duže od 24 časa sa motivom rekreacije (razonoda, sport, zabava...) ili poslovnih, porodičnih ili prijateljskih sastanaka i izletnika kao privremenog posjetioca koji u mjestu koje posjećuje boravi kraće od 24 časa, uključujući i putnike na kružnim putovanjima.

3. ISTORIJSKI RAZVOJ TURIZMA

3.1 Turizam u starom vijeku

Prva putovanja uslovljavana raznoraznim prirodnim i objektivnim nepogodnostima (glad, ratovi, prirodne nepogode), jer da bi ih izbjegli pojedinci su ili čitave skupine odlazili na put, često i bez povratka. S razvojem robne razmjene jača povezanost među zajednicama, što dovodi do veće pokretljivosti pojedinih grupa ljudi. Sa početkom pojave novca odnosno principa robonovčane razmjene u Vavilonu kao i pronalaskom točka u periodu od oko 4000. godine prije Hrista, krenulo se sa putovanjima i ka udaljenijim destinacijama.



Slika 1. - Vavilon

⁵ www.forum.krstarica.com

Pri ovome posebno treba napomenuti da je u starom vijeku prostor Sredozemlja predstavljao središte evropske i svjetske civilizacije. Na tom području koncentrisana je ekonomska, politička i kulturna snaga ekumene, a mnoga područja Zemlje u tom su periodu još uvijek bila neotkrivena. Kroz čitavo antičko razdoblje važnu ulogu imaju kopneni i pomorski trgovački putevi kojima se prevozi roba i međusobno povezuju najudaljeniji krajevi.

Istaknuti putnici antike bili su Feničani koji plovo i trguju uzduž cijelog Sredozemlja. U to vrijeme i u drugim krajevima svijeta, za Evropljane još neotkrivenim, kao što su Kina, Indija i Okeanija, trgovina je bila glavni podsticaj putovanju. Već tada bilježe se i prva putovanja prazlozima koje danas smatramo izrazito turističkim. Prema zapisima nađenim u Luksoru, egipatski faraon (žena), Hatshepsut putovala je u zemlju Punt (vjerovatno današnju Somaliju), a na postolju jednog spomenika u Tebi nađena su zapisana imena grčkih turista već u 5. vijeku prije Hrista.



Slika 2. – Egipatska faraonka Hatsheput

⁶ www.ancient.eu

U ranom starom vijeku putovalo se uglavnom na manje udaljenosti, a važan podsticaj osim trgovina bila su sportska takmičenja, mada se nikako ne smiju zanemariti i religijski i zdravstveni razlozi. Istorija pri tome bilježi da je nekoliko mjesta u staroj Grčkoj bilo masovnije posjećeno od drugih: Delfi i Delos kao religijska odredišta, Olimp kao religijsko i sportsko odredište, te Eubeja i Epiaurum kao mjesta ljekovitih svojstava. Jedan od najvažnijih događaja u staroj Grčkoj bile su Olimpijske igre. Najpoznatije su bile Olimpijske igre posvećene Zevsu koje su se održavale svake četvrte godine. Istorija Olimpijade bilježi da su se za vrijeme održavanja igara u helenskom svijetu bila obustavljena sva neprijateljstva te se Grčkom moglo nesmetano putovati.

Upravo se i zbog tih razloga najviše putovalo u vrijeme mira i procvata grčkih gradova, a kasnije i Rimskog Carstva., tj. onda kada su postojali stabilni politički i sigurnosni uslovi. U to je vrijeme i nastao je pojam „svjetskih čuda“, koja su kroz čitavo antičko razdoblje svjetske istorije bila mjesta čuvena po svojoj jedinstvenosti i privlačnosti. Propašću Rima koje se dogodilo u 4. i 5. vijeku poslije Hrista te nastajanjem brojnih malih državica, putovanja postaju opasna i zamiru...

3.2 Turizam u srednjem vijeku

Razdoblje srednjeg vijeka označava nazadovanje na mnogim područjima političkog, društvenog i kulturnog života u Evropi, što se odrazilo i na smanjenje intenziteta putovanja, a posebno onih putovanja zbog razonode i zabave. Zbog opasnosti od razbojničkih pljački, putovanja postaju nesigurna i na njih se kreće samo u onim okolnostima ako su neophodna, a razlozi da se na njih neko odluči uglavnom se svrstavaju u kategoriju poslovnih razloga. Postupnim sređivanjem političkih prilika, jačanjem središnjih vlasti te rekonstrukcijom rimske cestovne mreže, putovanja u Evropi postaju učestalija.

U početku su to bili pohodi evropskih krstaških vitezova u Palestinu, a kasnije hodočašća vjernika u mnogobrojna svetišta. Najposjećenija mjesta postaju Rim i

Palestina kao središta hrišćana, Meka kao središte muslimana, te Lasa kao budistički vjerski centar.

Krajem srednjeg vijeka započinje razdoblje velikih svjetskih geografskih otkrića tokom kojeg su osvojeni do tada nepoznati dijelovi ekumene, obje Amerike (Kristofer Kolumbo i Amerigo Vespući), zatim Australija i Okeanija (Fernando Magelan, Tasman). Velikim otkrićima prethodila su pojedinačna putovanja istraživača , misionara i trgovaca posredovanjem kojih su uspostavljeni prvi dodiri između Evrope i Dalekog istoka. Među prvim putnicima na Daleki istok najpoznatije ime je Marka Pola, prema nepouzdanom predanju i nedovoljno prihvatljivim istorijskim činjenicama Korčulanina koji je proputovao cijelu Aziju i prvi opisao daleke krajeve i njihova bogatstva.

Brojna otkrića podstakla su u početku putovanja pojedinaca- pomoraca, istraživača, trgovaca i avanturista, a kasnije i velikog broja naseljenika, a danas pak mnogi turisti posjećuju i najudaljenije dijelove svijeta zbog odmora, zabave i razonode.

3.3 Počeci organizovanih turističkih putovanja

Nagli i pomalo neočekivani ekonomski napredak u Evropi kojem su temelj nova tehnička dostignuća, posebno na području industrije i prometa, uzrokovalo je i veće promjene u organizaciji i samom sprovođenju putovanja te se od sredine 19. vijeka može govoriti o počercima organizovanog turizma, odnosno o onome periodu kada se stvaraju tehnički i organizacijski preduslovi za masovnija putovanja, a u francuski jezik ulazi u upotrebu riječ turista.

Taj se naziv, naravno u to vrijeme, upotrebljava za putnike koji obilaze strane zemlje iz radoznalosti i razonode. Premda se riječ izvorno odnosila na putovanje u inostranstvo , s vremenom je dobila šire značenje i primjenjuje se na sve turiste bez

obzira borave li u inostranstvu ili posjećuju mjesta u svojoj domovini, a kasnije je taj pojam, zbog potrebe statističkog bilježenja pojave, vrlo jasno definisan.

Prvo organizovano putovanje vezano je za ime Tomasa Kuka. On je organizovao prevoz 570 turista, koji su 1841. godine trebali da učestvuju na kongresu. Tada je prvi put dobijen popust u cijeni grupnog putovanja. Kuk je predložio železnici svoju uslugu u organizaciji i boljoj iskorišćenosti ovog prevoznog sredstva uz pružanje povoljne cijene prevoza. Tako je Kuk iznajmio cijelu kompoziciju i organizovao prevoz putnika. Za učesnike je obezbjedio čaj i svečanu muziku, a cijena ovog aranžmana po osobi je iznosila jedan šiling.

Postigavši za mnoge neočekivano dobar poslovni uspjeh Tomas Kuk je ubrzo osnovao putničku agenciju koja se, zbog rasta interesa za ovakvom vrstom putovanja, naglo razvijala. Godine 1851. organizovao je posjetu svjetskoj izložbi u Londonu, 1864. prvo putovanje iz Engleske u Švajcarsku; 1869. slijedi prvo putovanje izvan Evrope, u Egipat, a u 1871. godini organizovao je prvo putovanje oko svijeta.



Slika 3 – Plakat za jedno od organizovanih putovanja Tomasa Kuka

U to vrijeme karakteristična je dominacija željezničkog saobraćaja, odnosno željeznice kao prevoznog sredstva, koja postaje i najvažniji tehnički faktor pri povećanju broja turista i preduslov njihove prostorne ekspanzije. Postoje sve važniji i brodski saobraćaj i turistička putovanja prekooceanskog tipa. Pionir transatlantskih putovanja je, uz Tomasa Kuka koji je prvi organizovao putovanje oko svijeta padobranom, Samuel Cunard koji je sredinom 19. vijeka prvi uspostavio redovnu putničku brodsku liniju između Evrope i Amerike.

Sredinom 19. vijeka raste interes za odmaranjem u primorskim mjestima koja svoju popularnost zasnivaju na zdravstvenim svojstvima morske vode. Međutim, povod za odlazak na more u to vrijeme nije bilo kupanje u moru, već kupke morske vode koje su se, hladne ili tople, pripremale u javnim kupalištima i hotelima. Na primjer, Nica u Francuskoj postala je turistička destinacija poznata po luksuznim hotelima, raskošnim

⁷ www.search.credoreference.com

vilama i širokim bulevarima među kojima je najpoznatija Promenade des Anglais koji je dobio ime po Englezima, kao prvim turistima u Nici. Turizam na taj način postaje jednim od glavnih izvora prihoda lokalnog stanovništva i daje podsticaj za ekonomski razvoj pa se u turističkim mjestima utemeljuju različita društva za uređenje i proljepšavanje mjesta, za izgradnju kupališta, za promet stranaca i sl.

Za ovaj period karakteristično je i da su se prvi put u upotrebi našli pojmovi turist i turizam. Oni su zvanično korišćeni 1937. godine od strane Lige naroda. Turizam je definisan kao putovanje ljudi na 24 sata ili duže u neku zemlju u kojoj nemaju stalan boravak. Uz navedenu definiciju su navedene četiri grupe osoba, koje se smatraju turistima:

- oni koji putuju u svrhu razonode
- osobe koje idu na skupove u vezi sa misijama bilo koje vrste
- osobe na poslovnim putovanjima
- osobe na morskim krstarenjima, makar njihov boravak bio kraći od 24 časa.

Ovu definiciju je usvojila poslije rata i Međunarodna organizacija službenih turističkih organizacija na sastancima u Dublinu 1950. i Londonu 1957. godine sa jednom dopunom, da su studenti i omladina u pansionima i na školovanju u inostranstvu uključeni u turiste.

3.4 XX vijek – vijek masovnog turizma

Najbrži rast turizma, međutim nastupa sredinom 20. vijeka, tj. tek nakon Drugog svjetskog rata kada su stvoreni saobraćajni i svi drugi preduslovi za njegovo prostorno širenje. Prekretnicu u razvoju turizma donijeli su saobraćajni i organizacijski faktor – razvoj vazduhoplovnog saobraćaja, tj. upotreba aviona većeg kapaciteta koji su

emitivnim evropskim zemljama približili mediteranske destinacije uz posredničku ulogu turoperatora koji su nudeći paket-putovanja po povoljnim cijenama, učinili dostupnim i pristupačnim mnoge udaljenije destinacije.

U većini industrijskih zemalja rad je sveden na sedam sati dnevno, radna sedmica skraćena je na pet dana, a povećao se i broj dana godišnjeg odmora te prazničnih dana, uz istovremeno skraćivanje životnog radnog vijeka. Sve to dovelo je i do povećanja slobodnoga vremena, koji se uz finansijski boljitak postavio kao osnov za razvoj turizma.

Pojam masovnog turizma uobičajno se veže za velik udio unaprijed isplaniranih i unificiranih paket-putovanja u organizaciji turističke agencije. U Evropi pretežno putuju stanovnici njenog sjevernoga i zapadnoga dijela u destinacije Sredozemlja koje privlače toplom klimom, suncem i morem, kao osnovnim atrakcijama. Putuje se na glavni godišnji odmor i to ljeti, a s razvojem alpskih destinacija postaje sve više popularan i skijaški odmor zimi, kao protivteza ljetnom odmoru s kupanjem, sunčanjem i razgledavanjem turističkog odredišta. Za prihvatanje turista grade se veliki hoteli ili cijela turistička naselja (kombinacija hotela, apartmana, kampova) kojih je ponuda u mnogim zemljama prilično jednolična , pa ih nazivaju i turističkim getoima.

Masovni turizam postakao je ekonomski razvoj u mnogim razvijenim sredinama koje osim prirodnih ljepota i nisu imale drugih razvojnih mogućnosti te je umnogome podigao standard nudeći domicilnom stanovništvu koji put i jedinu mogućnost za zapošljavanje. Pored ovoga masovni turizam uzrokuje osim povoljnih i nepovoljne učinke koji se prepoznaju u narušavanju izvorne ljepote nekoga mjesta, zagađivanju okoline zbog prekomjerne izgradnje te mnogim drugim ponekada katastrofalnim negativnim učincima.

Shodno orijentaciji na masovni turizam, u strukturi turističke ponude prevlađuje privatni smještaj i kampovi, zatim hoteli srednje kategorije i turistički apartmani (naselja). Kako intenzivan turistički razvoj nije istovremeno pratila i izgradnja posebne turističke infrastrukture (ceste, vodovod, telefonska mreža) i nadgradnje (trgovine, sportski tereni, muzeji i sl.) mnoge destinacije u turističkoj sezoni bivaju preopterećene, a to uzrokuje nedovoljno kvalitetne turističke usluge.

4. PODJELA TURIZMA

4.1 Statistička podjela

U zavisnosti od oblika dešavanja, motiva putovanja, načina na koji se putuje, turističkih destinacija koje se posjećuju turizam se razvrstava na više oblika u više kategorija. Jedna od najvažnijih podjela jeste ona koja se radi na osnovu tkz. statističke analize. Za statističko evidentiranje turistička kretanja je potrebno proje svega razvrstati s obzirom na kriterije koje je u svim zemljama lako primjeniti. Zavisno o porijeklu posjetilaca, odnosno uzimajući u obzir zemlje iz koje dolaze i zemlju koja se posjećuje razlikuju se tri vrste turizma, i to:

a) domaći turizam – stanovnici zemlje A putuju po zemlji A. Na primjer stanovnik Crne Gore posjećuje radi turističkog putovanja neko drugo mjesto u Crnoj Gori

b) ulazni turizam - stanovnici zemlje B putuju po zemlji A. Na primjer stanovnik Austrije putuje u Crnu Goru gdje provodi odmor.

c) izlazni turizam – stanovnici zemlje A putuju po zemlji B. Primjer: Stanovnik Crne Gore odlazi na putovanje u Austriju ili neku drugu zemlju i tamo provodi odmor.

Na osnovu ove podjele možemo vidjeti da ulazni turizam u stvari podrazumijeva prihvatanje gostiju u zemlju, dok izlazni turizam znači odlazak domaćih turista preko nacionalnih granica. Svaki turist koji putuje iz zemlje svojeg prebivališta u neku drugu zemlju, može se istovremeno opisati kao izlazni i kao ulazni turist, ovisno o tome sa stajališta koje zemlje se sa aspekta statistike posmatra. Recimo turista iz Crne Gore koji putuje u Austriju za crnogorsku evidenciju predstavlja izlaznog turistu, dok se u Austriji posmatra kao ulazni turista. U tom smislu jedan od osnovnih ciljeva svake zemlje jeste da poveća broj domaćih i stranih gostiju, odnosno da poveća ulazni turizam, a da istovremeno smanji broj odlazaka u inostranstvo kako bi se povećali prihodi od turizma, a smanjili izdaci.

Turistički tokovi pokazuju da posjetioci putuju unutar jedne zemlje ili iz jedne u drugu, pa se i smjer kretanja kosti kao kriterijum za određivanje pojedinih vrsta

turizma. Turizam u granicama neke zemlje ili njezin unutrašnji turizam obuhvata turističku aktivnost stanovništva. Za razliku od njega međunarodni turizam predstavlja onaj oblik turizma koji se odvija između pojedinih zemalja, što znači da obuhvata ulazni i izlazni turizam. U međunarodnoj turističkoj statistici teško je primjenjivo bilježenje osoba, pa se koristi broj dolazaka ili odlazaka. Iz toga proizilazi i poteškoća u evidentiranju turističkog prometa na nekom području, jer se ista osoba u toku putovanja nekoliko puta može prijaviti u različitim mjestima ili smještajnim objektima, pa se javlja statistička greška u vidu registrovanja više ulazaka. Zbog toga se upravo za potrebe smještajnih objekata koji nude turističke usluge koristi još jedan podatak - broj ostvarenih noćenja. Na taj način svi smještajni kapaciteti mogu računati stepen svoje iskorištenosti, prosječnu dužinu boravaka gostiju pojedine nacionalnosti te izvoditi i druge pokazatelje uspješnosti poslovanja.

4.2 Podjela UNWTO

Svjetska turistička organizacija (UNWTO), u skladu sa svojim kriterijumima turizam dijeli na sljedeće vrste:

a) **domaći turizam** (domestic tourism) – uključuje turistička putovanja (i boravak) domicilnog stanovništva (rezidenata) u različite destinacije unutar granica vlastite zemlje.

b) **receptivni turizam** (inbound tourism) – uključuje turiste ne-rezidente koji borave u posmatranoj zemlji.

c) **emitivni turizam** (outbound tourism) – uključuje turistička putovanja rezidenata u druge zemlje.

d) **interni (unutrašnji) turizam** (internal tourism)– predstavlja kombinaciju, ukupnost domaćeg i receptivnog turizma (prati se turistički promet npr. svih crnogorskih i stranih državljana na području Crne Gore) .

e) **nacionalni turizam** – (national tourism) uključuje sva turistička putovanja domicilnog stanovništva (rezidenata) u zemlji i inostranstvu

f) **međunarodni turizam** – (international tourism) uključuje kombinaciju, ukupnost receptivnog i emitivnog turizma

g) **intraregionalni turizam** – podrazumijeva sva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju te iste regije (npr. turistička putovanja Evropljana unutar Evrope)

h) **interregionalni turizam** – podrazumijeva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju neke druge regije (npr turistička putovanja Evropljana izvan Evrope.

5. TURISTIČKE DESTINACIJE

Kada se govori o turističkoj destinaciji treba reći da ona ima, kao uostalom i sam pojam turizma, prilično kompleksno značenje, te da kao pojava zavisi od veoma širokog dijapazona faktora i da u mnogome utiče na pravac sveopšteg razvoja prostora, ali i društva uopšte.

Upravo je iz tog razloga prvo potrebno odgovoriti na jedno ključno pitanje: „Šta je to zapravo turistička destinacija?“ U tom kontekstu se može reći da je turistička destinacija zapravo ono mjesto koje svojim prirodnim i ljudskim faktorom izgrađenim kompleksima u principu privlači veliki broj turista.

Isto tako, treba istaći da sam termin destinacija potiče od latinske riječi *destinati* što znači određenje, opredjeljenje, namjena, krajnji cilj, odredište, što je potpuno u skladu i sa samom definicijom turizma, koja u prvi plan pored kretanja i potrošnje ističe

upravo prostor kao krajnji cilj, odnosno odredište, na kome se u skladu sa potrebama i opredjeljenjem vrše različite aktivnosti.

Tako možemo reći da se pod turističkom destinacijom podrazumijeva manje ili više zaokružena geografska cjelina koja raspolaže atraktivnim, receptivnim i komunikativnim faktorima, to jest svim onim prirodnim, društvenim, antropogenim, kulturno-istorijskim, saobraćajnim smještajnim predispozicijama, zatim da uključuje ishranu, odmor i rekreaciju, kao i zabavu turista, što ustvari predstavlja izgrađenu i zaokruženu turističku ponudu.⁸

Ono što je posebno potrebno naglasiti jeste da jedna turistička destinacija za koju smo ranije mogli reći da zadovoljava ukuse turista u savremenim turističkim težnjama prestaje da bude atraktivna sama takva kakva jeste i neophodno je u nju reinvestirati, u skladu sa zahtjevima modernoga vremena. Jer, kriterijumi turiste iz dana u dan postaju sve viši, a zahtjevi sve veći. Ipak, ono što ostaje, a što i jeste najznačajnije je da najatraktivnije turističke destinacije nisu prvobitno naspravljene da bi privukle turiste, već da u same takve po sebi predstavljale interesantna odredišta a tek kasnije bile komercijalizovane. Ovo se naravno odnosi prevashodno na prirodne, a ne vještački sagrađene turističke destinacije.

U svakom slučaju ono što se može konstatovati jeste da

- ... bilo da su postojale prije pojave turizma, u modernom smislu te riječi, ili ih je čovjek izgradio radi privlačenja turista, atraktivnosti ili atraktivni faktori se mogu podijeliti na:

1. Spoljašnje (zoo vrt, safari park, arheološki lokaliteti ...)
2. Unutrašnje (dvorci, palate, zamkovi...)
3. Prirodne (reljef, klima, hidrografija...)
4. Antropogene (kulturno-istorijski spomenici, muzeji, galerije...)
5. Primarne atraktivnosti
6. Sekundarne atraktivnosti⁹

U zavisnosti od toga da li određena atraktivnost čini primarnu ili sekundarnu važnost za određenu destinaciju govori se o primarnim i sekundarnim destinacijama.

⁸ Oliver Bakić, Menadžment turističke destinacije, Ekonomski fakultet Beograd, Beograd, 2000.godina

⁹ Srđan Štetić, Poslovanje turističkih agencija, Savezni centar za unapređenje hotelijerstva i ugostiteljstva, Beograd. 2000.godina

Takođe, za razliku od primarnih, sekundarne turističke destinacije po pravilu privlače turiste samo na kraći vremenski period. Takve sekundarne turističke destinacije obično se nalaze između dvije primarne turističke destinacije, tako da se o njima može govoriti i kao o tranzitnim destinacijama.

TABELA: TOP 20 TURISTIČKIH DESTINACIJA U SVIJETU

Ime destinacije	Grad (Država)	Prosječan broj godišnjih posjeta
Times Square	New York (SAD)	35,2 miliona
National Mall	Washington (SAD)	25
Disney World's Magic Kingdom	Lake Buena Vista (SAD)	16,6
Trafalgar Square	London (Engleska)	15
Disneyland Park	Anaheim (SAD)	14,7
Niagara Falls	Ontario/New York, (Kanada i SAD),	14
Disneyland i Disney Sea	Tokio (Japan)	12,9
Katedrala Notre-Dame	Pariz (Francuska)	12
Disneyland Paris	Marne-La-Vallee (Francuska)	10,6
Kineski zid	Kina	10
Nacionalni park The Great Smoky Mountain	Tennessee/Sj. Karolina (SAD)	9,2
Universal Studios Japan	Osaka (Japan)	8,5
Bazilika Srca Isusova na Montmartreu	Pariz (Francuska)	8
Muzej Louvre	Pariz (Francuska)	7,5
Zabranjeni grad/Trg Nebeskog mira	Peking (Kina)	7
Eiffelov toranj	Pariz (Francuska)	6,7
Universal Studios	Orlando (SAD)	6
SeaWorld Florida	Orlando (SAD)	5,7
Pleasure Beach	Blackpool (Engleska)	5,7
Fisherman's Wharf/Golden Gate rekreativni park	San Francisco (SAD)	5

10

¹⁰ www.unwto.org

6. RAZVOJ I ZNAČAJ TURISTIČKIH MOTIVA

Sve negdje do 20. vijeka veoma je mali broj ljudi koji putuje radi zadovoljstva. U stvari može se konstatovati da je većina putovanja podstaknuta trgovinom, odlaskom na hodočašća i drugim religijskim motivima sa jedne strane ili edukacijskim razlozima sa druge strane. Rekreativna putovanja u srednjovjekovnoj Evropi bila su uglavnom ograničena na dnevne izlete i male udaljenosti.

Zbog toga je prije svega potrebno posebno naglasiti da je u današnje vrijeme turistička motivacija složenija i najčešće obuhvata više razloga za putovanja. Na primjer, ako se odlazi nekamo radi kulturnih razloga, koncerti koji se održavaju u izabranoj destinaciji pomažu u donošenju konačne odluke o odlasku baš u to mjesto. Sportski motivi, često su razlog da neko određenu turističku destinaciju posjeti u vrijeme održavanja važnih i velikih sportskih nadmetanja kao što su npr. Olimpijske igre, svjetska i evropska prvenstva i sl.



11

Slika 4 – Olimpijska zastava – motiv za brojna putovanja

¹¹ www.dreamstime.com

Najjednostavnija je ona klasifikacija koja razlikuje dva osnovna razloga za putovanje : odmor i posao. Manjkavost ovakvog načina podjele motiva za putovanje jeste u tome što je ovakva podjela, međutim, nedovoljna za proučavanje turističkih kretanja, pa je i statistička podjela s kojom smo se već upoznali nešto detaljnija. Istraživanja u turizmu pokazala su da su najčešći razlozi za turističko putovanje sljedeći:

1. Odmor i rekreacija
2. Razgledanje, kružno putovanje
3. Prisustvo seminaru, konferenciji, izložbi
4. Poslovni razlozi
5. Posjeta prijateljima i rođacima
6. Religija
7. Zdravlje
8. Posjeta kulturnim priredbama i manifestacijama
9. Sport i slične aktivnosti
10. Šoping

Motivi dolaska turista u pojedine zemlje razlikuje se u zavisnosti o preovladavanju obilježjima turističkog proizvoda. Tako su, npr. prema nekim istraživanjima osnovni motive dolaska u Crnu Goru odmor i relaksacija, zatim prirodne ljepote, dok su svi ostali motivi manje ili puno manje zastupljeni.

Motivi se uvijek vežu za odlazak u neko mjesto. To znači da proces motivacije obuhvata istovremeno i spoznaju o potrebi i saznanje o turističkoj ponudi koja može zadovoljiti prepoznatu potrebu i mišljenje o turističkom mjestu u kojem se događaju takve aktivnosti, dakle ono mjesto koje je prepoznato kao takvo da može zadovoljiti određenu potrebu. Kada se sve to podudara, dolazi do motivacije za posjetu nekom određenom turističkom mjestu..

Drugim riječima, motivacija je u isto vrijeme opšta i specifična. Uz opštu želju za bijegom od svakidašnje okoline, obveza i posla, osjećamo i motivaciju za posjetu

nekoj određenoj zemlji ili mjestu kao i motivacija za preduzimanje specifičnih aktivnosti dok boravimo na odmoru, npr. igranja tenisa, razgledanja kulturne baštine, posjeta određenom sportskom borilištu, koncertu ili neki drugi sličan razlog.

Upravo iz različitosti motiva kojima se determiniše odlazak nekog turista na određeno turističko mjesto i posjetu turističkoj destinaciji jeste se i razvila potreba razvijanja specifičnih oblika turizma koji imaju zadatak da zadovolje probirljive ukuse modernog turista.

7. POSEBNI OBLICI TURIZMA

Posebni oblici turizma vezani su za želju turističkih poslenika, kao i određenih turističkih destinacija da na turističkoj mapi svijeta budu prepoznatljivi po određenom turističkom proizvodu i jedinstvenim i specifičnim turističkim proizvodima zbog kojih će privlačiti što veći broj turista zainteresovanih za određenu, specifičnu ponudu.

Ovaj se vid turizma odnosi na razne ogranke specijalizovanog turizma koji se razvio tokom godina, svaki sa svojim određenim ciljem. Mnogi od ovih danas su u normalnoj upotrebi u turističkoj industriji. Ostali su trenutni koncepti koji se tek razvijaju i mogu ili ne moraju se razviti u popularnoj upotrebi.

Primjeri ovih oblika turizma su: Agroturizam, Ekstremni turizam, Medicinski turizam, Seks turizam, Rodni turizam, Geološki turizam, Nautički turizam, Slum turizam, Gastro turizam, Rodoslovni turizam, Pop-kultura turizam, Ratni turizam, Kulturalni turizam, Vjerski turizam, Velnes turizam, Safari turizam... Ostali izrazi korišteni u ovim oblicima turizma prvenstveno se odnose na one koji koriste destinaciju u svom opisu.

Posljednjih decenija dakle, kako je već navedeno, pojavljuje se novi trend u turizmu, posebno u Evropi gdje su kratka turistička putovanja sve učestalija. Turisti imaju različite budžete i ukuse, te se veliki broj hotela i odmarališta prilagođuje ovim vrstama turista. Tako na primjer neki turisti preferiraju jednostavan odmor na plaži, drugi traže tihe i povučene hotele dok neki traže više specijalizirane oblike turizma.

Tome je najviše doprinio razvoj tehnologije i prijevoznih sredstava (veliki avioni ili nisko budžetni avio prijevoznici) mnoge oblike turizma učinili su pristupačnijim većem broju potencijalnih korisnika. WHO je 2009. godine procijenio da u avionima u svakom trenutku boravi oko pola miliona putnika. Također dogodile su se i brojne promijene u načinu života, tako da sve veći broj starijih putnika, odnosno onih koji se nalaze u penziji održava cjelogodišnji turizam na mnogim odredištima, što se također može pripisati i Internet prodaji turističkih aranžmana. Pojedine Internet stranice tako danas nude dinamične aranžmane posebno prilagođene svakom gostu sa ukupnom cijenom prema zahtjevu korisnika.

U tom smislu danas i možemo razlikovati brojne oblike turizma iz kojih su kasnije proizašli još specifičniji oblici turističkih putovanja.

7.1 Ekoturizam

Ekoturizam, također je poznat i pod pojmom ekološki turizam, a odnosi se na odgovorno putovanje u većinom zaštićena područja koja su sama po sebi osjetljiva, te je cilj ostaviti što manje uticaja na okolinu i kulture oko sebe. Ovaj vid turizma pomaže u edukaciji turista, omogućuje sredstva za očuvanje odredišta, direktno utiče na ekonomski razvoj i političku razvijenost lokalne zajednice, promoviše poštovanje različitih kultura i ljudskih prava.

- Odnosite samo uspomene, a ostavite samo otiske (stopala u pijesku) - česti je slogan zaštićenih područja.

Turistička odredišta se polako prilagođavaju sve većem globalnom trendu smanjenja emisije CO₂ (ugljendioksida).

7.2 Turizam u korist siromašnih

Turizam u korist siromašnih je onaj koji pokušava pomoći najsiromašnijim ljudima u zemljama u razvoju, te privlači sve više pažnje onih koji su izravno uključeni u razvoj. Ovoj vid turizma se očitavae u malim projektima lokalne zajednice i pokušajima tijela nadležnih za turizam pojedinih država na globalnom planu.

Istraživanje koje je obavio "Institut za prekomorski razvoj" upućuje na to da ovakav oblik turizma definitivno nije najbolji način za pomaganje najsiromašnijim ljudima iz razloga što potrošena sredstva turista u iznosu od svega 25% (u mnogim državama i manje) završavaju kod onih kojima je taj novac najpotrebniji. Uspješni primjeri ovog oblika turizma su planinarenje u Tanzaniji ili kulturni turizam u Luang Prabang (Laos).



12

Slika 5 Luang Prabang - Laos

7.3 Recesijski turizam

Recesijski turizam je trend u putovanjima koji se razvio paralelno sa svjetskom ekonomskom krizom. Ovaj oblik turizma prvi je precizirao američki preduzetnik Met Landau 2007. godine. Recesijski turizam je određen nisko budžetnim turistima koji zahtijevaju visoku kvalitetu doživljaja i većinom se odvijaju na starim odmaralištima. Razna središta recesijskog turizma doživjela su poslovni bum upravo u vrijeme recesije ponajprije zahvaljujući niskim cijenama i tržištu gdje su ljudi za svoj novac tražili sve više.

¹² www.alekseitrofimov.eu

7.4 Medicinski turizam

Kada postoji značajna razlika u cijeni medicinskih usluga između država ili postoji različita zakonska regulativa dopuštenih medicinskih zahvata pojavljuje se oblik turizma koji nazivamo medicinski turizam. Kombinacija medicine i turizma relativno je nov tip turizma koji beleži visoke stope rasta, pa danas vrednost tržišta zdravstvenog turizma iznosi preko 100 milijardi dolara. Trend rasta nastaviće se i u budućnosti, a na njegovo usporavanje može uticati isključivo nedostatak kapaciteta, a nikako pad potražnje. Danas se 5% svih međunarodnih putovanja odnosi se na medicinski turizam. U strukturi sadašnjeg ukupnog prometa medicinskog turizma 40 % otpada na stomatološke usluge, 42% na ortopediju, kardiologiju, kardiohirurgiju i neurohirurgiju, a 15 % na estetsku hirurgiju.

7.5 Edukacijski turizam

Edukacijski turizam se razvio iz rastućeg trenda usvajanja novih znanja, ali i prenošenja svoji znanja na druge, kao i poboljšavanje vlastitih sposobnosti izvan učionica. U edukacijskom turizmu glavni fokus je stavljen na upoznavanje sa kulturom i novim znanjima, ili rad i primjena znanja usvojenih u učionici u životnim okolnostima.

7.6 Kreativni turizam

Kreativni turizam se razvio paralelno sa počecima samog turizma kao vrsta kulturološkog turizma. Evropski korijeni kulturološkog turizma potiču iz vremena "Grand Tour" turizma, u kojemu su većinom djeca aristokratije putovala sa ciljem razmjene iskustva i sticanja novih znanja.



13

Slika 7 – Upoznavanja sa kulturom Zulu plemena

Kreativni turizam nedavno je dobio i poseban naziv zahvaljujući dvojcu Krispin Rejmond i Greg Ričards, koji su kao pripadnici udruženja "Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS)", usmjerili brojne projekte Evropske komisije, uključujući i kulturološki i turizam, poznatiji i kao održivi turizam. Oni su definsali "kreativni turizam" kao onaj koji se odnosni na aktivno učestvovanje putnika u kulturi lokalne zajednice kroz interakciju u radnim grupama i neformalno učenje kroz iskustvo. U međuvremenu koncept kreativnog turizma prisvojile su visoko prepoznatljive organizacije kao što su UNESCO, koji podučava da "Kreativna mreža gradova", podupire

¹³ [www. commons.wikimedia.org](http://www.commonswikimedia.org)

kreativni turizam kroz izvorno iskustvo i aktivno razumijevanje unikatnih značaja posjećenog odredišta.

Odnedavno kreativni je turizam dobio na popularnosti i kao oblik kulturnog turizma koji podstiče turiste da se aktivno uključe u domicilnu kulturu zajednice koju posjećuju. Veći broj država nudi primjere ovog oblika turizma a uključuju Veliku Britaniju, Austriju, Francusku, Bahame, Jamajku, Španjolsku, Italiju i Novi Zeland.

Rastući interes turista za ovaj novi oblik putovanja i otkrivanja lokalnih kultura može se ponajprije pripisati turističkim agencijama i njihovim stručnjacima koji su usmjerili pažnju dijela turista usmjeravajući njihovu pažnju na specifičnosti lokalne kulture (razne radionice o lokalnim običajima, gastronomska ponuda i slično), a sve to uz maksimalno korištenje lokalne infrastrukture (iznajmljivanje lokalnih sportskih dvorana, javnih kuhinja, ali i drugih javnih površina).

7.7 Mračni turizam

Jedan rastući segment turizma naziva se "Crni turizam" (Lenon I Folei). ¹⁴Ovaj oblik turizma uključuje posjete "mračnim" mjestima kao što su bojišta, poprišta najtežih zločina ili genocida (npr. koncentracijske logore). Mračni turizam ostaje maleni segment u turizmu motivisan različitim pobudama kao što su tuga za bližnjima, sjećanje, obrazovanje, znatiželja, pa čak i zabava. Začeci ovog oblika turizma datiraju još iz srednjeg vijeka.

¹⁴ J. John Lennon, Malcolm Foley, Dark Tourism, Continuum, 2000

7.8 Ukleti turizam



15

Slika 8 – Vrhovi Kilimandžara

Poznatiji i kao Turizam prokletih ili Turizam zadnje prilike. Ovaj vid turizma uključuje putovanja na mjesta koja su ekološki ili na neki drugi način na rubu katastrofe (npr. snježni vrhovi planine Kilimandžaro u Africi, glečeri Patagonije kojima prijete otapanje ili koralni grebeni Velikog koralnog grebena) prije nego bude prekasno.

Ovaj vid turizma prvi je puta specificirao Kenet Šapiro glavni urednik magazina "Travel Age West" 2007. godine te je kasnije proučavan i u The New York Times-u, vjeruje se da je ovaj oblik turizma u velikom porastu. Veći broj stručnjaka razlog za rastući trend ovog vida turizma vide u održivom turizmu zbog činjenice što se ova turistička odredišta smatraju ugrožena od činioca kao što su globalno zagrijavanje, prenapučenost i globalne klimatske promjene. Drugi dio stručnjaka koji se bavi ovom

¹⁵ www.joeandancy.com

problematicom ukazuje na činjenice da upravo povećani dolazak turista na ove lokacije povećava njihovu ugroženost.

7.9 Svemirski turizam

Ovaj vid turizma do sada je vrlo ograničen i svodi se na Rusku svemirsku agenciju koja je jedina do sada i pružila ovu mogućnost. Svi pokazatelji predviđaju ovom vidu turizma rast na promet vrijedan nekoliko milijardi dolara godišnje do 2030.g.

8. ZNAČAJ RAZVOJA SPORTSKOG TURIZMA

Razvoj sportskog turizma, a u ovom slučaju govorimo o velikom broju turističkih destinacija u stvari predstavlja svojevrstan odgovor na fenomen “sezonalnosti turizma”. Ili kako to u svom zajedničkom istraživanju navode Vukonić i Cavtek:

- ... sezonskim kretanjem turista koje je posljedica raspoloživog slobodnog vremena, koje je u većini zemalja koncentrisano u ljetne i zimske mjesec. ¹⁶

Kao posljedica takvog fenomena koji se tiče sezonskog kretanja turista javlja se neravnomjerna distribucija turističkog prometa koja kao svoj nusproizvod ima brojne negativne učinke a najnepovoljnije se odražava na smještajne kapacitete i njihovu nedovoljnu iskorišćenost kao turističkih objekata, što je u direktnoj vezi is a smanjenjem zaposlenosti, odnosno prinuđenosti turističkih ponuđača da svojim zaposlenicima daju posao tkz. sezonskog karaktera. Kako bi ovakve posljedice bar djelimično bile ublažene gotovo svi valjani turistički planbovi u centar svoga zanimanja i interesa stavljaju mogućnost produžetka turističke sezone, odnosno nužnost redistribucije turističkog prometa. Kakos mo već ranije rekli to se može postići razvojem pojedinih tkz. specifičnih

¹⁶ Vukonić. B. i Cavlek, N. (ur.) Rječnik turizma,. Zagreb, Masmedia,2001

oblika turizma koji pored ostalog pomažu u preovladavanju problema sezonalnosti turističkih destinacija. Jedan od najznačajnijih specifičnih oblika turizma u tom smislu jeste sportski turizam.

Međutim ono što je posebno potrebno naglasiti jeste da prevladavanje sezonalnosti turističke destinacije nije jedini razlog ili bolje reći benefit koji se postiže razvojem sportskog turizma. Pored ovoga posebno je potrebno naglasiti i socijalne prednosti koji se razvojem sportskoga turizma nude, ali i akcenat staviti na posredne ekonomske benefite koje takvo opredjeljenje nudi. Oni se javljaju u različitim oblicima, a svakako su najvažniji:

- povećanje motivacije turista za određenu turističku destinaciju
- povećanje izvanpansionske potrošnje
- unaprijeđenje raznovrsnosti turističke ponude
- poboljšavanje kvaliteta turističke ponude i sl.

8.1 Definisanje pojma sportski turizam

Kada se krene u rješavanje problematike definisanja sportskoga turizma, onda postoji jedan problem ili bolje rečeno pravilo, a ono glasi – koliko autora toliko i različitih definicija u određivanju pojma sportskog turizma. Ovo u stvari nastaje kao posljedica toga što svaki autor koji se bavi ovom problematikom polazi sa svoga shvatanja i stanovništva i od različitog postavljanja pretpostavki vezanih za sportski turizam.

U suštini većina autora se slaže da je najvažnije problematici definisanja pojma sportski turizam prići sa aspekta motivacije, budući da on sam po sebi predstavlja takav oblik turizma u želji za prevladavanjem sezonalnosti turističke destinacije. Kako Bartoluci tvrdi ono što odvaja segmentirane oblike turizma od drugih jeste:

- motivacija za putovanjem i sadržaj boravka u određenoj turističkoj destinaciji¹⁷

Dakle naglasak se u ovom slučaju, odnosno pri ovakvoj tržišnoj segmentaciji stavlja na definisanju primarnoga turističkoga motiva. Odnosno sam po sebi sadrži odgovor na pitanje: Šta je to što jednu turističku destinaciju čini dovoljno atraktivnom da turisti predstavlja motiv njegovog dolaska ?!?

Odgovor leži u kako reprezentativnosti određene turističke destinacije tako i u mogućnosti socijalizacije odnosno držanja sa ljudima sličnih afiniteta i sličnog životnog stila, koji imaju zajednički interes prilikom zadovoljavanja njihovih specifičnih turističkih potreba i interesovanja.

Bartoluci u tom smislu navodi kako se "turizam u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u turističkom odredištu naziva sportski turizam"¹⁸.

Prema istom autoru sportski se turizam pojavljuje u različitim oblicima i to kao:

- takmičarski sportski turizam
- zimski sportsko rekreativni turizam
- ljetni sportsko rekreativni turizam.

Kada govori o fenomenu takmičarskog sportskog turizma Bartoluci posebno naglašava da njega karakteriše želja za nadmetanjima, te ga postavljenog na tim temeljima određuje kao:

- sva putovanja radi učestvovanja u određenim sportskim takmičenjima od domaćih do međunarodnih.¹⁹

Sportski turizam kao poseban segment turizma izučavao je i definisao Majkl Hal koji je turistička putovanja motivisana sportom odredio kao nekomercijalni razlog za posmatranje ili učestvovanje na sportskom događaju van prebivališta.

Takođe, ono što je jako bitno jeste istaknuti i njegovu podjelu vidova sportskog turizma kao i razvrstavanje sportskog turizma na pet podkategorija. To su:

¹⁷ Bartoluci, M. Ocjena ekonomskih efekata sportske rekreacije u turizmu posebnim osvrtom na Jadranski turizam Jugoslavije, (Doktorska disertacija), Ekonomski fakultet Sveučilista u Zagrebu, 1981.

¹⁸ Ibid

¹⁹ Bartoluci, M, Odnos turizma i sporta. u *Zbornik radova Međunarodnog znanstvenog skupa "Menedžment u sportu i turizmu"*, „Sport u turizmu" (str. 11-21), Zagreb 2004.

- Posmatrački turizam – putuje su u želji praćenja određenih sportskih dešavanja ili obilasku sportskih objekata
- Rekreativni turizam – rekraeativno učestvovanje u određenim dešavanjima vezanim za sport
- Avanturistički (adrenalinski turizam) - za adrenalninski turizam je najbitnije prirodno okruženje koje pruža mogućnost za aktivnosti kao što su: šetnje (*tracking*), planinarenje, kanjoning, biciklizam, splavarenje, paraglajding i letenje zmajem, konjički sport, veslanje, itd.
- Prirodnjački turizam

Uporedo sa razlikovanjem različitih oblika sportskog turizma, posebno je osvrst potrebno napraviti i na različite vrste sportskih turista u zavisnosti od motiva koji ih inspirišu da posjećuju određenu turističku destinaciju. U tom smislu najrasprostranjenija je ona podjela koje se pridržava veći broj autora, a koje sportske turiste razvrstava na :

Kategorije sportskih turista	Očekivanja sportskih turista
Profesionalni sportisti	Ključna reč za ovu grupu je efikasnost. Sportistima su neophodni kvalitetni trening centri, dobar smeštaj, povoljni klimatski uslovi, medicinska nega i mogućnost da dobijaju hranu prilagođenu trenutnim potrebama.
Učesnici masovnih sportova	Cilj ove grupe je unapređenje zdravlja i održavanje fizičke kondicije. Ključni faktor za ovu grupu su kvalitetni tereni i dostupnost destinacije u periodu odmora.
Rekreativci	Za ovu grupu prestiž igra značajniju ulogu od sportskih ambicija. Sportske aktivnosti i interesi za kulturu imaju podjednaki uticaj na ovu grupu.
Pasivni sportski turisti	Ova grupa turista se ne bavi aktivno sportom već posećuje velika sportska takmičenja. Oni zahtevaju velike i moderne sportske objekte (stadione i sportske hale).

20

²⁰ Ibid

8.2 Pozitivni i negativni efekti razvoja sportskog turizma

Kada se govori o pozitivnim odnosno negativnim efektima razvoja sportskog turizma, onda se prvo mora poći od efekata koje donosi turizam i njegov razvoj uopšte. Prevažodno se mora naglasiti nesumnjiva činjenica da je planiranje razvoja turizma na nekom području izuzetno složen, kompleksan, a nerijetko i dugotrajan process jer se sve moguće posljedice, odnosno učinci, ovog razvoja moraju pažljivo proučiti i uzeti u obzir. Jer...

- ... socioekonomske koristi od turizma su velike ali, koristi mogu biti popraćene štetnim posljedicama. ²¹

Drugim riječima, u istraživanjima učinaka razvoja turizma na neko područje razmatraju se pozitivni, ali i negativni učinci koje generiše razvoj turizma u nekoj destinaciji. Pri tome se uobičajeno razlikuje društvene i ekonomske skupine učinaka.

Razmatranje ekonomskih učinaka razvoja turizma dominiralo je do pojave tzv. savremenih teorija turizma.

- tada se počinju javljati radovi autora izvan ekonomske sfere – sociologa i antropologa najviše - koji donose nove vjetrove u već ustaljena gledišta o posljedicama turističkog razvoja ²²

Poslije toga sledeći veliki zaokret u razmatranju posljedica razvoja turizma događa se uspostavljanjem veze između ekologije i razvoja uopšte, novih industrijskih sadržaja, novih oblika komunikacija, unaprijeđenja turističke ponude. Naime, održivi razvoj vodeća je paradigma s kraja dvadesetog i početka dvadeset i prvog vijeka. Nastaje kao svojevrsna reakcija na činjenicu da ljudske aktivnosti negativno djeluju na prirodne procese i društvene sadržaje, iako se odvijaju s ciljem razvoja ekonomije, privrede, a i razvoja društva uopšte.

Drugim riječima, posljedice koje razvoj turizma ostavlja i na okolinu postaju sastavnim dijelom istraživanja. Tako npr., Inskip navodi kako se:

²¹ Ratko Dobre, Osnove turizma – teorija i praksa, Visoka škola za turistički menadžment, Šibenik, 2006.godine

²² Ibid

-... u planiranju turističkog razvoja moraju istražiti učinci turizma na okolinu jednako koliko i socioekonomski učinci pri čemu je veoma važno povući jasni znak nejednakosti između pozitivnih i negativnih učinaka.²³

Potpuno identična situacija kao i u istraživanju turizma jeste ona koja se odnosi na istraživanje efekata u razvoju sportskog turizma. Prema Vidu i Bulu i brojne su sociološke, ekonomske i kulturne prednosti u razvoju sportskog turizma, odnosno:

- ... eksploataciju povezanosti između sporta i turizma . U analiziranju učinaka povezivanja sporta i turizma korisno je razmotriti nekoliko mogućih učinaka koje se svrstavaju u sljedeće skupine: koristi sudionicima u sportskim uslugama, koristi turistima, zajedničke koristi sudionicima u sportskim uslugama i turistima, ekonomski razvoj zajednice i negativne aspekte veze između sporta i turizma. ²⁴

U tom se smislu razmatraju brojne, kako pozitivne, tako i negativne posljedice razvoja sportskog turizma: od mogućnosti upotrebe sportskih i turističkih sadržaja od strane turista i lokalnog stanovništva, povećanih mogućnosti za učestvovanje u sportskim aktivnostima, preko pitanja finansiranja ovih sadržaja, mogućnosti ostvarivanja ekonomskih koristi od pružanja sportskih i sportskorekreativnih usluga, pa do negativnih posljedica koje se najčešće pojavljuju u obliku uticaja na prirodne resurse.

²³ Inskeep, E, *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold. 1991.godine

²⁴ Weed, M. & Bull, Ch., *Sports tourism - participants, policy and providers*. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004

9. ZAKLJUČAK

Sportski turizam, kao selektivni vid turizma po svom obliku suprotan je konceptu masovnog turizma koji je u značajnoj mjeri prisutan na području Sredozemlja, uključujući i Crnu Goru i to ponajviše kroz apartmanizaciju turističkih destinacija.

Selektivni oblici turizma javljaju se kao odgovor na brojne negativnosti koje je izazvao masovni turizam. Sport i turizam su pojave koje pomažu čovjeku da zadovolji svoje potrebe odmorom i rekreacijom. Oba fenomena u službi su čovjeka, u saglasnosti sa njegovim potrebama koje mijenja i prilagođava sebi.

Danas je u svijetu vidljiv rastući trend bavljenja sportom i brige za zdravlje pa ne čudi činjenica da se sve veći broj destinacija okreće razvoju sportskog i sportsko-rekreativnog turizma kao jednom od važnijih oblika selektivnog turizma u ukupnoj turističkoj ponudi.

Turizam na području crnogorskog primorja je jedna od najvažnijih djelatnosti, međutim za sada je riječ o modelu turizma koji nije u skladu sa svjetskim trendovima savremene turističke potražnje. Turistička ponuda još uvijek se temelji na modelu kupališnog turizma premda postoji snažan potencijal za razvoj selektivnih oblika turizma, kao što je i sportski turizam. Problematika je prisutna prvenstveno zbog lošeg stanja postojeće sportske infrastrukture te nedostatka stručnog osoblja u organizaciji takvih manifestacija koje bi upotpunile sportsko - turističku ponudu.

U tom smislu od važnosti je selektivni vid sportskog turizma jer rezultati svih ozbiljnih istraživanja u utvrdili su da:

1. Sportski turizam utiče na motivaciju za izbor turističke destinacije.
2. Sportski turizam produžava turističku sezonu
3. Sportski turizam povećava izvanpansionsku potrošnju
4. Sportski turizam unapređuje raznolikost i kvalitet turističke ponude županije
5. Sportski turizam je usklađen sa ukupnim razvojnim turističkim planovima Crne

Gore

Sportski turizam značajno pridonosi postojećem i potencijalnom turističkom razvoju. Potrebno je jasno utvrditi da sportski turizam ima značajne ekonomske učinke, u

vidu ostvarenja dodatnih prihoda, prihoda od ulaznica, turističkog prihoda i sl. Nadalje, za potrebe raznih sportskih manifestacija na određenom području izgrađuju se brojni sportski objekti koji se i kasnije koriste za brojna događanja, takmičenja i sl. Osim brojnih sportskih objekata, izgrađuju su i mnogi drugi infrastrukturni i smještajni i ugostiteljski objekti koji se koriste u turističke svrhe. Manifestacije pozitivno utiču na zadovoljstvo lokalnog stanovništva, povećanjem zaposlenosti, uključivanjem u organizaciju, održavanjem i kontrolom manifestacije.

Riječ je o iznimno velikim investicijama, čija se isplativost ne može gledati u kratkom roku. Riječ je o objektima koji bi ostali na korištenje lokalnom stanovništvu, o objektima koji bi i poslije bili mjesto održavanja brojnih sportskih i ostalih događanja, u budućnosti kao temelj sportskog turizma.

10. BIBLIOGRAFIJA

- Bakić O., Menadžment turističke destinacije, Ekonomski fakultet Beograd, Beograd, 2000.godina
- Bartoluci, M. Ocjena ekonomskih efekata sportske rekreacije u turizmu posebnim osvrtom na Jadranski turizam Jugoslavije, (Doktorska disertacija), Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 1981.
- Bartoluci, M, Odnos turizma i sporta. u Zbornik radova Međunarodnog znanstvenog skupa "Menedžment u sportu i turizmu", „Sport u turizmu" , Zagreb 2004.
- Inskeep, E, *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold. 1991.godine
- Valek Slak, N.; Jurak, G.; Bednarik, J., Statističke razlike između slovenskih sportskih turista i slovenskih turista čija su putovanja motivirana drugim razlozima, Acta turistica, 2011.
- Vukonić. B. i Cavlek, N. (ur.) Rječnik turizma,. Zagreb, Masmedia, 2001
- Glyptis, S. A, Sport and Tourism in Western Europe. London: British Travel Education Trust. 1982
- Geić S, Menadžment selektivnog turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2010.
- Dobro R, Osnove turizma – teorija i praksa, Visoka škola za turistički menadžment, Šibenik, 2006.
- Lennon J., Foley M, Dark Tourism, Continuum, 2000
- Štetić S., Poslovanje turističkih agencija, Savezni centar za unapređenje hotelijerstva i ugostiteljstva, Beograd. 2000.godina
- Weed, M. & Bull, Ch., Sports tourism - participants, policy and providers. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004
- www.aiest.org
- www.alekseitrofimov.eu
- www.ancient.eu

- www.commonswikimedia.org
- www.dreamstime.com
- www.forum.krstarica.com
- www.joeandancy.com
- www.search.credoreference.com
- www.unwto.org