

Оригинални научни рад

УДК: 338.48-52(497.11)

Перспективе развоја спортског туризма у Врњачкој Бањи

Владан Петровић^{1*}

¹Боксерски Савез Србије – Национални судија

Сажетак: Спортски туризам све више узима маха у укупном развоју туризма наше земље. Врњачка Бања слони за једну од најразвијенијих туристичких општина у Србији. Туризам ове општине се непрестано развија. Захваљујући организовању спортских такмичења и изградњи нових спортских објеката од националног значаја, забележен је пораст броја туриста у Врњачкој Бањи. Тренутно стање спортске инфраструктуре и организовање спортских догађаја, као и значај који спорт има за укупан развој туризма у Врњачкој Бањи представљени су у овом раду. На основу резултата спроведеног истраживања могу се одредити смернице за даљи развој спортског туризма.

Кључне речи: спорт, туризам, развој, Врњачка Бања

JEL класификација: Z000, Z300

Development perspectives of sports tourism in Vrnjačka Banja

Abstract: Sports tourism is taking hold in the overall development of tourism in our country. Vrnjačka Banja is considered to be one of the most developed tourist municipalities in Serbia. The tourism of Vrnjačka Banja is constantly evolving. Owing to hosting sports competitions and the construction of new sports facilities of national importance, there has been an increase in the number of tourists in Vrnjačka Banja. This paper presents an overview of the current state of sports infrastructure and the organisation of sports events, as well as the importance of the sports for the overall development of tourism in Vrnjačka Banja. Based on the results of the research conducted, the guidelines for sports tourism further development can be determined.

Keywords: sport, tourism, development, Vrnjačka Banja

JEL classification: Z000, Z300

1. Увод

Спортски туризам представља један од посебних облика туризма, а његов настанак везује се за старе Грке и њихове Олимпијске игре. Главни мотив путовања код спортског туризма су активне или пасивне спортске активности. Спортски туризам је данас веома популаран вид туризма (тренд траје више од 20 година), а број одлазака на елитна такмичења се сваке године значајно увећава. Према подацима

*elgibe@icloud.com

компаније *Sport tourism expo* већ 2003. године спортски туризам је заузимао 10% укупног туристичког промета, односно бележио је вредност промета у висини од 51 милијарду долара и генерисао је преко 40 милиона ноћења у хотелима. Индустрија спортског туризма је 2010. године валоризована на око 600 милијарди долара годишње, што чини око 14% укупног промета оствареног у туризму. Годишњи раст индустрије спортског туризма износи и више од 10%, а предвиђања потврђују да ће удео спортског туризма бити све значајнији у глобалној туристичкој индустрији (Јовановић, 2013, 158).

Предмет овог рада је сагледавање утицаја спорта и спортског туризма на туристички развој Врњачке Бање и њене околине. Циљ рада је утврђивање значаја спортског туризма за туристички развој Врњачке Бање кроз сагледавање инфраструктурних, смештајних и спортских капацитета, као и спортских манифестација чији је она била домаћин и могућности за организацију истих.

2. Спортски туризам као тенденција на туристичком тржишту

Сам назив „спорт“ носи значење из латинског (диспорт), односно старогрчког језика (деспорт), што је у овим називима означавало нешто што је у блиској вези са игром, забавом и доколицом. У староенглеском језику је реч „диспорт“ означавала активност која се проводи у циљу забаве и разоноде, али и активност која подразумева физичко вежбање (Веселиновић, 2012, 7). Спорт представља сваку физичку или умну активност коју човек изводи по утврђеним правилима, у циљу такмичења са противником или противничким тимом. Спорт може бити самостални (појединац сам учествује у такмичењу са противником или противницима – нпр. трке, бокс, шах и сл.) или групни (два тима се такмиче за победу – фудбал, кошарка, одбојка и др.), док неки спортови као што је тенис могу бити и појединачни и групни.

Спортски туризам представља облик туристичког кретања у коме учесник – туриста путује из места сталног боравка у туристичку дестинацију, како би задовољио своје потребе за учествовањем или посматрањем неког спортског догађаја. Спортске активности и потрага за авантуром били су у прошлости значајан мотив за путовање, а у данашњим условима туризам који се на томе заснива један је од најпопуларнијих облика кретања. Последњих година, спортски туризам бележи импозантан раст по просечној годишњој стопи од готово 10%. На тржишту постоји посебна ниша коју чине, управо, учесници спортског и авантуристичког туризма. На популарност таквих туристичких кретања утичу услови живота, као и промене у жељама и укусима туристичке тражње. За све искусније туристе, традиционална понуда (купање, сунчање, разгледање) више није довољна, јер уместо пасивног одмора желе активности које подразумевају већи степен личног физичког и интелектуалног ангажовања или задовољење специфичних интересовања (Работић, 2012, 155).

Постоји три типа спортског туризма – туризам спортских догађаја, активни спортски туризам и носталгични спортски туризам.

Туризам спортских догађаја укључује посматрање малих, *hallmark* и мега спортских догађаја попут Олимпијских игара и Светских фудбалских првенстава. Као пример промотивних деловања спортских догађаја издваја се Атланта, у којој је 1994. године одржан Светски куп у фудбалу и Олимпијске игре 1996. године. Током припреме за Светски куп процењено је да ће догађај привући 50 милиона страних туриста у САД који ће потрошити 100 милијарди америчких долара. Овом типу

спортског туризма припада и организација других великих спонзорисаних догађаја, као и аматерских, школских такмичења у спорту (Ross, 2001, 3).

Активни спортски туризам укључује активно бављење појединца – туристе спортом, па се авантуристичке и бициклистичке туре, планинарење, скијање и други зимски спортови, голф, сурфовање, пецање и слично могу окарактерисати као активни спортски туризам.

Носталгични спортски туризам подразумева путовање у дестинације које су познате по неком великом спортском догађају које је одржано у прошлости. Учесник оваквог путовања посећује спортске музеје, спортске објекте или учествује у турама спортског тематског туризма (Cho, 2014, 33).

Ове три категорије спортског туризма, које је дефинисао Гибсон, могу се преклапати, и могуће је имати активни спортски догађај који укључује учеснике уместо гледалаца, као што и посета спортским тематским парковима може пружати садржаје који привлаче посетиоце и носталгичног, али и активног типа спортског туризма (Adair, 2004, 159).

Спортски туризам повољно утиче на укупни развој туризма туристичке дестинације. Како се туристичка сезона углавном односи на летње и зимске месеце у некој дестинацији, постоји проблем попуњавања смештајних и других капацитета ван туристичке сезоне. Ту наступа спортски туризам. Организација спортских догађаја у дестинацији ван сезоне доводи до попуњавања одређеног дела смештајних капацитета, у зависности од значаја догађаја. Опште је познато да организација Светских првенстава или Олимпијских игара довлачи огроман број туриста из свих делова света. У току таквих врста такмичења, у дестинацији долази до пребукираности, и врло често, туристи не проналазе одговарајући смештај, јер се најбољи и најприступачнији хотели и апартмани резервишу и годину дана унапред. Такмичења у спорту у савременом свету толико су распрострањена и развијена, како по нивоу спортских достигнућа, тако и по броју активних учесника и гледалаца, да се у вези са том манифестацијом почела формирати посебна теорија, која се бави изучавањем њихове организације и спровођењем, као и постизања, праћења, прогнозирања и развоја спортских резултата у појединим спортским гранама и дисциплинама. Из тих разлога се у врхунском спорту почео формирати модел система спортских такмичења, као посебан организационо-информациони систем, чија се структура огледа у великој разноврсности и сложености (Животић, 2007, 109).

Одржавање великих спортских такмичења углавном повољно утиче на раст и развој туризма дестинације у којој се оваква такмичења одржавају. Велики број људи жели да гледа Олимпијске игре или Светске купове у фудбалу или кошарци уживо, стога путују и на други крај планете како би учествовали на оваквим догађајима. Често се у прошлости дешавало да организовање оваквих такмичења промовише неку земљу и дестинацију, која раније није била довољно чувена, односно није имала довољно развијен туризам.

Одржавање оваквих такмичења привлачи и велики број туриста волонтера. Волонтерски туризам обухвата радне активности туриста, који имају низ разноврсних искустава, а за тај друштвени или еколошки рад не примају никакву надокнаду од организације у дестинацији (Wearing, 2002, 240).

3. Врњачка Бања као дестинација спортског туризма

Врњачка Бања годинама уназад ради на развоју спортског туризма. Изградњом многобројних објеката за спорт и рекреацију, али и организовањем различитих спортских такмичења и манифестација, полако постаје једна од најзначајнијих

дестинација спортског туризма у Србији. Многи спортски клубови из целе Србије, али и бивше Југославије, доводе своје тимове на припреме у Врњачку Бању.

Као што је већ раније наведено, спортски туризам може бити активни, носталгични (пасивни) и туризам спортских догађаја. Под спортским активним туризмом подразумевају се планинарење, скијање, зимски спортови, голф, бицикличке туре, авантуристичке туре и сл. Највеће могућности за развој у Врњачкој Бањи имају активни спортски туризам и туризам спортских догађаја.

Што се тиче активног одмора, туристи радо бирају Врњачку Бању као своје одређиште. У Врњачкој Бањи и њеној околини (планина Гоч и долина Западне Мораве) створени су идеални услови за задовољавање специфичних жеља туриста. Ловишта на Гочу, планински путеви за пешачење или екстремни бициклизам, ски центар за скијање и остале зимске спортове, параглајдинг, зона риболова на Западној Морави, многобројни терени за различите спортове широм општине, базени, вештачка стена за пењање и др. употпуњују спортску туристичку понуду Врњачке Бање.

Авантуристички туризам је дефинисан као доживљај који укључује узбуђење, опасност и ризик (Kane, 2002, 1). Овај облик спортског туризма је све заступљенији у свету, али и у Врњачкој Бањи. Туристи желе да доживе узбуђење летећи параглајдом, планинарењем, пењањем уз вештачку стену и сл. Рекреативни туризам је одавно заступљен у бањи. Туристи којима је главна мотивација рекреација већ деценијама користе све савременију понуду Врњачке Бање. Ловни туризам представља путовање појединца из једне у другу (природну) средину ради лова, а да при томе користи барем једну туристичку услугу (смештај, превоз...) (Matilainen & Keskinarkaus, 2010, 13). Већ споменута ловишта на Гочу „Врњачка река“ и „Бели извор“ пружају велике могућности за развој овог облика спортског туризма.

Већина спортских објеката у Врњачкој Бањи је под управом Установе „Спортски центар“. Ова установа је главни носилац развоја спортског туризма на територији бање. Под својом управом држи пет значајних спортских објеката – спортска хала „Владе Дивац“, олимпијски базен, комплекс фудбалских терена „Рај“, ски стаза на Гочу и стадион малих спортова „Коцка“. „Спортски центар“ је организатор спортских догађаја у Врњачкој Бањи, а такође се бави и истраживањем и стручним радом у области спорта.

У Врњачкој Бањи се током целе године одржавају спортски догађаји. Највећи број тих догађаја одржава се у спортској хали Владе Дивац, на отвореним теренима или у спортској хали малих спортова „Коцка“. До данас Врњачка Бања била је домаћин најразличитијим спортским такмичењима – од шаха, преко кошарке, фудбала, малог фудбала, рукомета, одбојке, такмичења у борилачким вештинама, стоном тенису и др. У бањи су одржана и нека престижна првенства међународног и регионалног типа, какво је рецимо било европско првенство у стоном тенису за младе или појединачно првенство у шаху (Врњачка Бања, Информативни портал).

У току трајања карневала одржава се и низ спортских такмичења и турнира, од којих се издвајају турнир у баскету и трка конобара. Плесна и фолклорна такмичења део су традиције Врњачке Бање, а подједнако значајно је споменути и такмичење у спортском риболову које се одржава на Подунавачким барама.

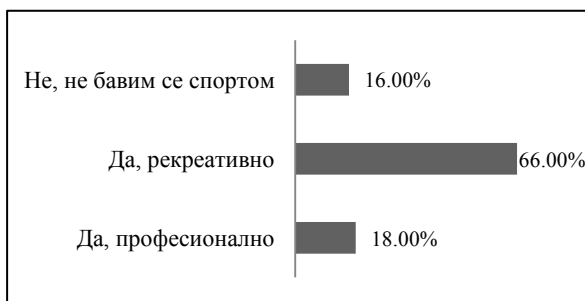
Један од најстаријих турнира у боксу на свету, Златна рукавица, одржава се у Врњачкој Бањи од 2015. до 2020. године. Врњачка Бања има част да буде домаћин и организатор једног оваквог догађаја у периоду од 5 година, и да угости боксере из 14 земаља света – Шведске, Норвешке, Грчке, Кипра, Румуније, Шпаније, Египта, Туниса, Уганде, Израела, Хрватске, Словеније, Црне Горе, Србије. На овом међународном такмичењу учествују такође и боксери из Русије, Украјине, Азербејџана и осталих држава света.

4. Анализа ставова туриста и спортиста о спортском туризму Врњачке Бање

За потребе овог рада спроведена је анкета о ставовима спортиста и туриста о спортском туризму Врњачке Бање. Прикупљено је 50 попуњених анкета. Већина испитаника је мушког пола – 70% (35 испитаника), док је удео испитаника женског пола 30% (15 испитаника). Према старости највећи број испитаника – 38% чине особе старије од 35 година, 28% испитаника припада раздобљу од 25–34 године, 18% чини омладина од 19–24 године, док преосталих 16% чине испитаници млађи од 18 година. Анкета је обухватила 15 питања која су везана за спортске објекте и спортске догађаје у Врњачкој Бањи. Структура одговора испитаника на одабрана питања биће презентована у наставку.

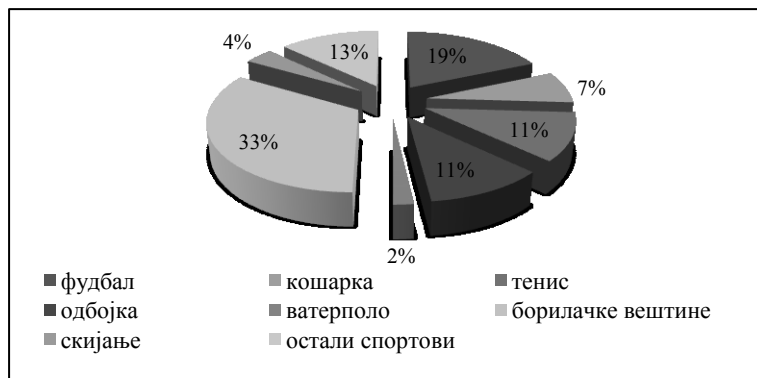
На питање „Да ли се активно бавите спортом?“ 9 испитаника је дало одговор „Да, професионално“, 33 испитаника је одговорило са „Да, рекреативно“, а свега 8 испитаника се изјаснило одговором „Не, не бавим се спортом“ (Слика 1).

Слика 1: Структура одговора на питање „Да ли се активно бавите спортом?“



На постављено питање „Којим спортом се бавите?“ највећи број испитаника – 33,33 % одговорило је да су то борилачке вештине, 18,52% испитаника се бави фудбалом, по 11,11% отпада на испитанике који се баве тенисом и одбојком, 7,41% испитаника игра кошарку, 3,71% скија, 1,85% игра ватерполо, док се 12,96% испитаника определило за одговор други спортови (Слика 2).

Слика 2: Структура одговора на питање „Којим спортом се бавите?“

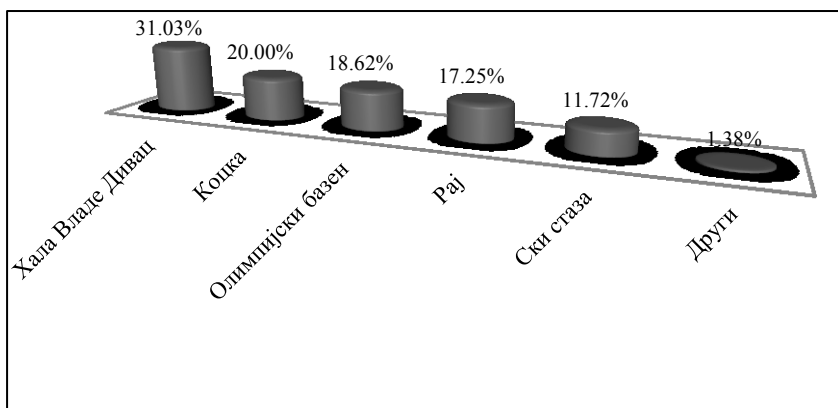


На питање „Да ли сте приликом боравка у Врњачкој Бањи присуствовали неком спортском догађају?“ 47 испитаника је одговорило потврдно, док је само 3 испитаника дало негативан одговор. На основу ових одговора може се закључити да су спортски догађаји одржавани у Врњачкој Бањи веома посећени, и представљају неку врсту туристичког обележја Врњачке Бање.

На питање које је повезано са претходним, а које гласи „Која је Ваша улога била приликом одржавања спортских догађаја?“, 32% испитаника се изјаснило да су били учесници на спортском догађају, док је 68% посматрало неко спортско дешавање. Ако се одговори на ово питање посматрају у апсолутним вредностима приметитиће се да је неколико испитаника спортским догађајима присуствовало и као учесник и као посматрач. Дакле, у апсолутним вредностима, учесника на спортским догађајима међу испитаницима је било 17, док је посматрача било 36.

Сазнања о најпосећенијем спортском објекту у Врњачкој Бањи добила су се на основу питања „Који сте спортски објекат до сада посетили?“. Структура одговора приказана је на Слици 3.

Слика 3: Структура одговора на питање „Који сте спортски објекат до сада посетили?“



Најпосећенији објекат за спорт у Врњачкој Бањи је спортска хала Владе Дивац. На ово питање дато је чак 145 одговора, што значи да је скоро сваки испитани туриста/спортиста у просеку посетио 3 спортска објекта у Врњачкој Бањи.

Структура одговора испитаника на питања о нивоу задовољства опремом спортских објекта које су посетили и укупној спортској инфраструктури Врњачке Бање представљена је на Слици 4. Одговори на ова питања обележени су распоном оцена од 1 до 5 (1 – Уопште нисам задовољан, 2 – Нисам задовољан, 3 – Углавном сам задовољан, 4 – Задовољан сам, 5 – Веома сам задовољан).

На основу прикупљених одговора које су дали туристи и спортисти у овој анкети може се закључити да опремљеност објеката и спортска инфраструктура задовољава просечне стандарде, мада се према графикону види да више оцене предњаче у односу на ниже. Дакле, ако се мери укупно задовољство опремљеношћу спортских објеката може се рећи да је 80% испитаника задовољно садашњим стањем (оцене од 3 до 5). Што се тиче укупне спортске инфраструктуре проценат задовољних испитаника је мало нижи – 72% испитаника дало је оцене 3, 4 и 5.

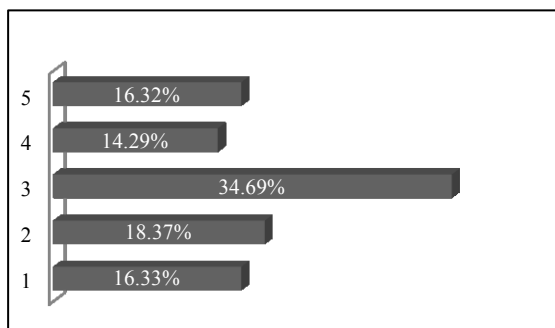
Слика 4: Структура одговора на питања о задовољству опремљеношћу спортских објеката и спортском инфраструктуром Врњачке Бање



На питање „По Вашем мишљењу који комплетно опремљени спортски објекат недостаје Врњачкој Бањи?“ највећи број испитаника слаже се да је хала за борилачке вештине управо оно што недостаје Врњачкој Бањи. Поред објекта за борилачке спортове (35%) по мишљењу туриста и спортиста Врњачкој Бањи је потребан и објекат за рекреативни спорт (19%) и тенис (18%). Уколико би се изградиле овакви објекти, поред постојећих и оних који су тренутно у изградњи (Национална кућа ватерпола и одбојке) спортска туристичка понуда Врњачке Бање била би значајно употпуњена.

Издава се још једно питање које се тиче нивоа задовољства опремом Врњачког парка за бављење спортом. На ово питање одговори су такође обележени оценама од 1 до 5 (1 – Уопште нисам задовољан, 2 – Нисам задовољан, 3 – Углавном сам задовољан, 4 – Задовољан сам, 5 – Веома сам задовољан) и приказани на Сlici 5.

Слика 5: Структура одговора о нивоу задовољства опремљеношћу Врњачког парка



На основу Сликe 5 може се закључити да туристи и спортисти нису превише задовољни опремљеношћу парка за бављење спортом. Иако је оценом 3 и у случају овог питања обележено највише одговора, из приложеног се види да мање оцене предњаче у односу на више.

На основу резултата анкетног истраживања може се закључити да постоји велика заинтересованост испитаника за спортски туризам у Врњачкој Бањи и такође се може доћи до закључка о томе шта је то што је потребно туристима који у Врњачку Бању долазе ради спорта, и на чему би у будућности требало порадити како би

спортски туризам, као део здравственог туризма, постао асоцијација на Врњачку Бању.

Уколико би се испунили сви захтеви спортских туриста, постигло би се потпуно задовољство код тог сегмента туриста. Увелико је познато да је задовољство туриста/потрошача веома битно за дестинацију, јер задовољни потрошачи ће довести више нових потрошача, који ће опет ако су задовољни, довести нове потрошаче (Маричић, 2011, 475).

5. Закључак

Здравствени туризам један је од водећих туристичких производа Србије, с обзиром на природна лечилишта, као и здравствене проблеме великог броја људи. (Миловановић и Милићевић, 2014, 41). За сада у Врњачкој Бањи доминира туризам који се заснива на превенцији, рехабилитацији и терапији коришћењем природних лековитих фактора и *wellness*-а. Неопходно је усмерити снаге на развој спортског туризма, као важне компоненте здравственог туризма, обзиром да Врњачка Бања има велики потенцијал.

Организовањем различитих спортских такмичења и манифестација, као и већим улагањима у спортске објекте, спортски туризам Врњачке Бање ће све више добијати на значају. Врњачка Бања располаже изузетним природним и климатским карактеристикама за развој алтернативних спортских дисциплина и организацију спортског тренинга. Потенцијали планине Гоч за планинарство, слободно пењање, нордијске скијашке дисциплине и параглајдинг још увек су недовољно искоришћени. Врњачка Бања има услове за даљи развој спортског туризма који све више добија на значају. Да би се даље пратили модерни трендови развоја спортског туризма неопходно је едуковати спортске и туристичке раднике на локалном нивоу и пратити и преузимати позитивна искуства из области спортског туризма која се дешавају у окружењу.

На основу истраживања спроведеног у овом раду добили су се конкретни одговори на питања шта треба предузети како би се наставио раст и развој спортског туризма у Врњачкој Бањи.

Резултати истраживања указују на то да се највише испитаника рекреативно бави спортом, као и да сматрају да је Врњачкој Бањи потребан објекат за рекреативни спорт, па би можда требало усмерити инвестиције и у том правцу. Објекти који су тренутно у изградњи – Национална кућа ватерпола и Национална кућа одбојке умногоме ће помоћи развоју Врњачке Бање као туристичке дестинације и развоју спорта и спортског туризма у њој.

Поред спортских објеката и центара требало би наставити са улагањем у инфраструктуру Врњачке Бање, како у реновирање и изградњу саобраћајних путева за прилаз, тако и у сам Врњачки парк са популарним справама за рекреативно бављење спортом, бицикличким и трим стазама, голф теренима и сл.

Спортске манифестације су нешто што привлачи велики број туриста у бању, па би требало порадити на увођењу и организацији нових манифестација и такмичења овог типа, како би се проширила и допунила понуда Врњачке Бање спортским туристима.

Општина Врњачка Бања све више стреми ка томе да бања постане препознатљива као најпопуларнија дестинација за спортски туризам у Србији, али и региону. Потребно је још доста труда и улагања како би се ово постигло, али општина лаганим и сигурним кораком иде ка остварењу свог циља стварањем услова за

долазак домаћих и страних инвеститора којима је развој спорта, такође, примарни циљ.

Литература

1. Adair, D. (2004). *Sport Tourism: Interrelationship, Impacts And Issue*. United Kingdom: Channel View Publications.
2. Веселиновић, Ј. (2012). *Менаџмент спортске организације*. Београд: Народна библиотека Србије.
3. Врњачка Бања. Информативни портал. преузето 20. октобра 2016, са www.evrnjackabanja.com/sportski-turniri/
4. Животић, Д. (2007). *Менаџмент у спорту*. Београд: Народна библиотека Србије.
5. Јовановић, В. (2013). *Тематски туризам*. Београд: Универзитет Сингидунум.
6. Kane, M. J. (2002). *Adventure Tourism: The Freedom to Play with Reality*. Dunedin. New Zealand: University of Otago.
7. Маричић, Б. (2011). *Понашање потражача*. Београд: Економски факултет.
8. Matilainen, A. & Keskinarkaus, S. (2010). *The Social Sustainability of Hunting Tourism in Northern Europe*. Helsinki: University of Helsinki.
9. Миловановић, В. и Милићевић, С. (2014). Управљање туристичким производима Србије у функцији унапређења конкурентности на међународном туристичком тржишту. *Менаџмент у хотелијерству и туризму*, 2(1), 38-48.
10. Работић, Б. (2012). *Селективни облици туризма*. Београд: Висока туристичка школа.
11. Ross, D. S. (2001). *Developing Sports Tourism*. Illinois: National Laboratory for Tourism and eCommerc.
12. Cho, H. (2014). *Development and Application of a Nostalgia Scale for Sport Tourism: A Multilevel Approach*. Clemson University: All Dissertations. Paper 1286.
13. Wearing, S. (2002). *Volunteer Tourism: Experiences That Make a Difference*. Wallingford. Oxon: CABI Publishing.

Примљено: 16.01.2017. Враћено на дораду: 11.02.2017. Прихваћено: 20.02.2017.