

ЕКСТРЕМНИ СПОРТОВИ У ФУНКЦИЈИ ТУРИСТИЧКОГ ПОТЕНЦИЈАЛА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

Аземовић Нецад¹, Мујановић Рифат², Мојсиловић Зоран³, Мујановић Дино²

¹Привредна Академија, Нови Сад, Србија

²Департман за Биомедицинске науке, Државни Универзитет у Новом Пазару, Србија

³Спортски центар у Косовској Митровици, Србија

PROFESSIONAL ARTICLE
COBISS.SR-ID [282701580](#)

UDC:
338.48-52(497.11)

Сажетак: На основу анализе кључних фактора успеха, евидентно је да Србија има релативно добар потенцијал за развој и интернационалну комерцијализацију овог производа. Чињеница да се туризам специфичних интересовања базира у највећој мери на очуваним природним ресурсима којима земља обилује, даје Србији веома добру шансу да дефинише, развије и на међународном тржишту пласира атрактивну понуду у овом домену туризма. Дефиниција екстремних спортова још није веома јасна. Екстремни спортови (акциони спортови и опасни спортови) су активности које укључују висок ризик опасности, брзину, висину, висок ниво психичке издржљивости високо специјализовану опрему и спектакуларне акробације. Углавном, екстремни спортови су активности које су везане за раст адреналинског притиска, који се јавља код самих учесника. Ове активности су веома често и опасне и било која грешка, резултује повредом па чак и смрћу. Стога индивидуалци за разлику од тимова преферирају екстремне спортове. Током 70-их и 80-их година 20. века термин екстремних спортова је искључиво коришћен за спортове са високом дозом ризика. Било како, данас, екстремни спортови укључују активности које подижу адреналин код учесника. Екстремни спортови се могу у суштини поделити на такмичарске и рекреативне активности. У раду су обрађени неки од екстремних спортова који су у већој или мањој мери развијени у Србији и који као такви већ имају утицај на туризам наше земље или имају потенцијала за утицај у будућности.

Кључне речи: екстремни спортови, туристичка понуда

УВОД

У савременом свету пуном напетости, журбе и стресова, стално се поставља питање како организовати живот, а да ови негативни ефекти не ремете нормално функционисање појединаца и група, односно да се негативности не одразе на људско здравље. Да би се стања напетости и стреса неутралисала или колико-толико ублажила, појединци, породице и групе људи траже различите видове релаксације и опуштања. У таквим ситуацијама често се опредељују за различите краће или дуже одморе у непосредној близини места сталног живљења или за краћа или дужа туристичка путовања на удаљеније просторе и друге државе. Организовање и спровођење одмора, у многим ситуацијама није адекватно, па се не постижу пожељни ефекти. Најчешће грешке су у томе што одмори имају карактер излежавања, односно током њиховог трајања нема активности или се оне веома малог интензитета.

Међутим, све више је људи који увиђају да се неутралисање напетих и стресних стања, али и опоравак организма и прикупљање нове енергије за даљи живот и нове обавезе најбоље обавља кроз различите активности. Поред овога, спортске активности као изазов и такмичење са другим и самим собом, али и као брига о свом здрављу привлаче велики број младих. Такође веома је важна и друштвена (социјална) улога спорта, код које је примарно навикавање на специфичне односе са другим људима, јер бављење спортом подразумева редовно вежбање, контролисано дозирање и анализирање активности. Екстремни догађаји у спорту су, током његове дуге историје пленили пажњу јавности. Подвизи спортиста, жељних да превазиђу сопствене могућности, временом су постали нормална ствар. У трагању за новим изазовима развили су се и

нови спортови названи екстремни или адреналински због своје необичности и различитости. Оно по чему су екстремни спотови различити у односу на друге спортове је велики степен ризика, те у свакој прилици нова и другачија узбуђења.

ЈОШ ЈЕДНОМ О ТУРИСТИЧКОЈ ПОНУДИ

Говорити о туристичкој понуди значи, пре свега говорити о **великом броју судионика**, који налазе своје место и имају одређену улогу у креирању тог дела туристичког тржишта. Најједноставније, сваки учесник тржишта, који настоји продати своју робу или услуге туризма, на одређени је начин представник, субјекат туристичке понуде. Економским речником речено, **количина роба и услуга која се нуди туристима на одређеном туристичком тржишту у одређено време и по одређеној цени** представља „туристичку” понуду тог тржишта. Туриста је заинтересован и вољан купити све што му у том тренутку изгледа привлачно, корисно или јефтино, што ће му бити успомена на дотични боравак. То уједно значи, да је на данашњем степену развоја туризма појам туристичке понуде потребно посматрати у најширем смислу. Ту **треба укључити све привредне и друштвене учеснике** једне земље, који на директан или индиректан начин доприносе ширењу и различитости укупне понуде и тиме могућем повећању туристичке потрошње, као економске резултате привременог боравка домаћих или иностраних туриста.



График бр.1. Предузеће-предузетник
Извор: W. Freyer: »Tourismus«, Oldenbourg Verlag, Munchen, 1988.

Да би се могло говорити о туристичкој понуди неопходно је задовољити четири критеријума:

- атрактивност простора
- саобраћајна повезаност (инфраструктура) - изграђен пријемни (рецептивни) капацитети и - промоција.

Не треба заборавити да на робном тржишту роба путује ка купцу, а на туристичком обрнуто.

а) Да би неко показао макар какав интерес за неким туристичким просторима он мора бити

атрактиван. Атрактивност се дефинише као способност специфичног елемента, или комбинације елемената, туристичке понуде у привлачењу већег броја посетилаца на одређено подручје с циљем економске валоризације. Тако постоји:

- атрактивност природних ресурса (атрактивност простора) - подразумева привлачност великог броја природних елемената као што су климатски, хидрографски, флора и фауна
- атрактивност друштвеног ресурса (атрактивност друштвених збивања и догађаја) - обухвата привлачност која је настала као резултат људског рада као што су: грађевине, културно-историјско наслеђе, забавни паркови и градови, те културни и историјски догађаји, до шоу - бизниса. Није свако природно или антропогено добро уједно и туристичко добро. Оцену тога даје, то јест показује интерес туристичке тражње, коју је уједно врло лако измерити и пратити оствареним бројем туристичких долазака посетилаца и величином оствареног туристичког промета. Треба набројати само неке од многобројних фактора од којих зависи степен атрактивности неког простора: удаљеност од емитивних тржишта, удаљеност од туристичких токова, интензитет развијености и концентрација туристичке понуде у неком простору, географски положај, клима, топографија, култура, ниво уређености и организованости у том простору итд. све до степена развијености капацитета за смештај и исхрану. Дакако, не сме се заборавити ни медијски промотивни утицај на степен заинтересованости за „упознавање” неке атрактивности, без обзира на време или простор.

Снага привлачности сваког туристичког ресурса мери се бројем посетилаца. Ако се атрактивност посматра са **географског** становишта онда се говори о атрактивности локалног, регионалног, националног или светског значаја. Ако се мери **дужина боравка туриста** на неком ресурсном подручју онда се говори о примарним или стационарним (задржавање туриста по неколико дана) и секундарним или излетничким атрактивностима (задржавање туриста мање од 24 часа).

б) Након одлуке и избору „атрактивног мотива” који човека покреће да на одређен начин искористи своје слободно време, следи **анализа могућности како доћи до одредишта**, тј. до одабране туристичке дестинације. Значи да купац, туристички потрошач треба изабрати начин путовања, саобраћајно средство итд., што има итекако важну улогу у одабирању дестинације. Зато је развој саобраћајне инфра и супраструктуре битан чинилац даљег туристичког развоја сваке туристичке дестинације. Јер, филозофија сваког путовања, а нарочито туристичког гласи: **што брже, што сигурније, штоудобније и што јефтиније**. Туризам без кавалитетне саобраћајне повезаности туристичких дестинација није квалитетан туризам, што довољно говори о зависности туризма од политике развоја саобраћаја као привредне гране. То, шире гледано, важи за политику развоја читаве земље.

в) Рецептивни (пријемни) капацитети су од значаја, будући да туриста напушта своје пребивалиште, па у одређеној туристичкој дестинацији мора користити рецептивне капацитете. Постоје :

- **директни рецептивни капацитети** – остварују приходе на темељу директне туристичке потрошње и обухватају основне и комплементарне објекте смештаја, објекте исхране и точења пића, објекте само за точење пића и објекте за забаву и рекреацију
- **индиректни рецептивни капацитети** – обухватају објекте чије одржавање финансира локална (само) управа на темељу боравишних такси, локалних пореза, субвенција и сл. (дворци, музеји, галерије, сакрални објекти, поште, банке, железнице и аутобуске станице, паркови, шеталишта, ботаничке баште итд.).

Туристичку промоцију треба схватити као једини могући комуникациони процес којим се туристичка понуда повезује са тражњом. Она је једна од основних претпоставки за формирање

туристичке понуде, јер понуда не може деловати без континуираних промотивних активности тј. сталног информисања свих дислоцираних купаца - туриста. **Туристичка понуда је врло широк појам, по правилу, изразито зависан од интереса тражње.** Многи понуђачи роба и услуга нуде посетиоцима своје производе и услуге, што за многе још не значи да и продају оно што нуде, или барем не у количинама које би желели. Разлога за то има више. Нуди се неадекватан производ, односно услуга, што подразумева неодговарајући асортиман, неодговарајући квалитет, високу цену итд. Међутим, најбитније је нагласити да оцену о „недостацима” доноси сам купац, који не налазећи „оно што тражи”, одустаје од куповине.

Профит из пословања на туристичком тржишту могу очекивати само они понуђачи који се могу прилагодити захтевима тражње, дакле купцу у најширем смислу те речи. За то је потребно врло много пословне умешности, финансијских средстава, едуковани људски ресурси и повољан однос околине према свим сегментима туристичке понуде.

За успешан тржишни наступ врло је битно знати карактеристике туристичке понуде, а то су:

- дислоцираност понуде од тражње
- хетерогеност понуде
- нееластичност туристичке понуде
- статичност понуде
- сезонски карактер понуде (Пирјевац, 2002).

ВРСТЕ ЕКСТРЕМНИХ СПОРТОВА И БЕЗБЕДНОСТ

Промене у савременој туристичкој тражњи одвијају се ка све већем интересу за путовања која су повезна са спортском и физичком активношћу што изнедрјује авантуристичке облике туризма. Како је у најразвијенијим земљама света дошло до сатурације одређених туристичких потреба захваљујући неслућеном порасту животног стандарда, уз проблеме које ствара „паклени круг” репресивних функција убрзаног напредног научнотехнолошког развоја почело је трагање за новим узбуђењима у сфери туристичких доживљаја. Због тога су се осамдесетих година прошлог века појавили екстремни спортови да би данас доживели потпуну експанзију. Под појмом екстремни спортови могу се подвести све спортске активности које преферијају брзину, висину, изузетне психичке и физичке напоре, специјалну опрему и висок ниво узбуђења и ризика (Булатовић, 2010). Могло би се рећи да је једна нова врста борбе са природом коју воде заиста храбри и вешти борци-туристи.

Палета екстремних спортова је данас богата и разноврсна. Набројаћемо неке:

- *Base Jumping*

Подразумева скокове са падобраном са фиксних објеката.

- *Bungee Jumping*

Подразумева скокове са безбедоносном сајлом са фиксних објеката.

- *Caving*

Подразумева истраживање пећина и крашких облика.

- *Mountain Biking*

Подразумева вожњу бицикли на планинским стазама и ван њих.

- *Paragliding*

Подразумева слободно једрење падобраном у ваздуху.

- *Skiing&Snowboarding*

Подразумева скијање, ски скокове на снегу. Сноуборд је спорт који укључује спуштање низ падину покривену снегом на дасци која је привезана за ноге човека. Сличан је скијању, али је инспирисан сурфовању и вожњи скејта. Овај спорт се развио у САД и постао је олимпијски спорт на зимским Олимпијским играма 1998. у Нагану.

- *Surfing*

Подразумева јахање морских таласа на сурф дасци.

- *Off Road 4x4*

Авантуристички програм намењен власницима теренских возила, љубитељима природе и авантуре. Подразумева кретање учесника теренским возилима по утврђеном програму и путевима.

- *Moto Cross*

Такмичарски и рекреативни програм намењен власницима "Moto cross" мотора. Подразумева вожњу мотора по неравним, брдовитим мото стазама.

- *Shooting Rally*

Један је од најекстремнијих програма у нашој земљи, јер садржи елементе екстремне и брзе вожње теренског аутомобила по некатегорисаном терену и практичну употребу оружја у неоубичајеним околностима.

- *Practical Shooting*

Такмичарски и рекреативни програм намењен провери стрелачке прецизности оружјем за личну безбедност.

- *Free Climbing*

Активности намењене спортском и рекреативном пењању на природној стени или на вештачкој стени.

- *Horse Riding*

Подразумева јахање коња.

- *Achieve*

Програм за проверу стреличарских способности како спортиста тако и рекреативца.

- *Nautika&Rafting*

Подразумева вожњу гуменим чамцима са 4-6 чланова посаде по брзим водама.

- *Sailing*

Пловидба на ветар помоћу једара.

- *Kayaking&Canoeing*

Пловидба у кануима и кајак чамцима по реци.

- *Tracking*

Пешачење по разноврсним и дивљим планинским пределима.

- *Hunting&Fishing*

Спортски и рекреативни лов и риболов.

- *Aero Cruise*

Програм намењен свима онима који воле да виде ствари из друге - птичије перспективе. Изводи се модерним спортским авионима којима управљају искусни пилоти.

- *Планинарење*

Планинарење је спорт у ком је један од главних циљева освајање врха неке планине.

- *Бициклизам*

Бициклизам је рекреација, спорт и начин кретања копном коришћењем бицикла, превозног средства на људски погон.

Постоји још много других врста екстремних спортова. (Стратегија развоја туризма Србије) Неки од ових спортова, постали су олимпијске дисциплине (нпр. snowboarding на зимским Олимпијским играма 2002. год.). "Сигурна смрт" се везује за неке од горе наведених спортова. Ову репутацију спортови су стекли због мањкавости у технологији и едукационим стандардима. Данас, технолошки напредак опреме и тренинг активности су смањили шансе од настанка повреда и

трагедија.Највећи број несрећа у овим спортовима последица је недостатка тренинга код такмичара и рекреативца или претеривања са циљем да се надмаше своје способности.Већина ових активности користи опрему, намењену тој врсти активности.Експерти се слажу да је битно да се опрема пре коришћења провери како би све било у најбољем реду.Непроверена опрема најчешћи је узрочник неочекиваних последица.

Сада је на питање шта су екстремни спортови дат одговор. Сигурно је да поједини спортови захтевају правилан тренинг, док остали спортови, као што је mountain bike, не траже неки професионални однос. Постоје три кључна питања за која се мора наћи одговор када је у питању даљи развој и унапређење екстремних спортова (Булатовић, 2010):

- инфраструктура,
- кадровски потенцијал и
- трајни извори финансирања.

МОГУЋНОСТ РАЗВОЈА ЕКСТРЕМНИХ СПОРТОВА У ТУРИЗМУ СРБИЈЕ

Елементи понуде и атракција Србије су бројни и издашни. Међутим њихово стављање на светско туристичко тржиште захтева претходно обликовање професионалних производа. Стратешко позиционирање и брендинг Србије као туристичке дестинације мора, стога, да пробуди интерес за путовањима у Србији на бази само одређеног броја производа који су већ готово спремни, или их је у врло кратком времену могуће припремити за међународну комерцијализацију. Реч је о следећим облицима туристичког промета:

- градски одмори
- догађаји
- МИЦЕ (MICE) и пославни туризам
- речно крстарење
- специјални интереси
- наутички туризам
- здравствени туризам
- планине и језера
- рурални туризам.

Ови облици туристичког промета у Србији треба да омогуће одрживи развој туризма, чиме би се дао допринос равномернијем регионалном развоју Србије и постепеном повећању благостања читаве српске популације.Јер, не треба заборавити да екстремни спортови представљају један од светских спортских и туристичких мегатрендова.Развој авантуристичких облика туризма директно је у вези са развојем ових спортова. За укључивање екстремних спортова у туристичку понуду неопходни су лиценцирани водичи, инструктори и спасиоци.Зато треба заокружити легислативу, школовати кадрове и организовати адекватну туристичку пропаганду (Унковић, 2008).

Облик туризма „специјални интереси” састоји се од више тржишних ниша, и представља одморишну активност која се догађа у необичном, егзотичном, удаљеном или дивљем окружењу.Уско је повезан са високим нивоом учествовања у активности од стране туриста, подразумева да је главни разлог њиховог доласка управо посебна (специјална) заинтересованост за упражњавање тих активности и најчешће се догађа на отвореном.Корисник очекује да доживи одређени ниво ризика и/или узбуђења, или, с друге стране, мирноће при чему жели првенствено да тестира своје способности у преферираној активности (Стефановић, 2010).Дакле, производ се заснива на активностима у природи као и активностима које као окосницу имају културно наслеђе дестинације.Активности производа посебних интереса се, поред тога, врло често вежу за друге туристичке производе.Бројне тржишне нише овог облика туристичког промета најчешће

се деле на благе (soft) и грубе (hard) активности (Черовић, 2006).

Производи посебних интереса су већином везани за одређену сезону, али пошто постоји велики број тржишних ниша у склопу овог производа, производ је атрактиван током целе године. Овај облик понуде обично представља трећи одмор у години или додатну активност током главног одмора, а траје између три и пет дана, кад је реч о трећем одмору, односно један дан ако се ради о употпуњавању главног одмора.

Главне благе (soft) активности су:

- камповање
- пешачење
- бициклизам
- речна експедиција
- возња 4 x 4
- активности везане за природу
- јахање
- лов
- риболов

Главне "грубе" (hard) активности су:

- возња кануом и кајаком
- проучавање кањона
- проучавање пећина
- планински бициклизам
- cross-country скијање
- планинарење и пењање
- параглајдинг
- рафтинг
- слободно пењање
- јеер safari

Активности везане уз културне ресурсе су:

- гастро интереси
- туре манастира
- туре културног наслеђа
- археолошка путовања

ЗАКЉУЧАК

Екстремни спортови немају задовољавајући значај у туризму Србије. Углавном се ради о комплементарном утицају. Само неки од њих су доста добро развијени и укључени директно у туристичку понуду наших туристичких агенција као што је то случај са сплаварењем и скијањем на дасци. Туристи могу да изаберу туристички аранжман који обухвата сплаварење са још неким додатним елементима туристичке понуде или приликом посете зимских туристичких центара одабрати аранжман који у својој понуди обухвата и скијање на дасци. Код неких других екстремних спортова као што су кајак и триатлон утицај на туризам се огледа на другачији начин, не кроз директно учешће у понуди туристичких агенција (јер таквих понуда у нашим агенцијама нема) већ више кроз пасивно посматрање ових такмичења. Као што је већ наведено у раду, такмичења из ових спортова у нашој земљи има доста, међутим колики је њихов реални утицај на туризам не може се са прецизношћу утврдити јер се у већини случајева не воде евиденције о броју посматрача на спортским догађајима овог типа. Као пример повезаности екстремних

спорта са туризмом може се навести организовано панорамско разгледање (параглајдинг, змајеви, падобран) Београда и околине са аеродрома Лисичији јарак. Такву понуду би могли организовати и други градови, у првом реду већи градски центри као што су Нови Сад, Ниш и Крагујевац. Спортови са изузетним потенцијалом за укључивање у туристичку понуду наше земље су планински бициклизам, параглајдинг, сплаварење, алпинизам и слободно пењање.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аврамовски, М. (2008). *Економика на туризмот*. Охрид: Факултет за туризам и угоститељство.
2. Булатовић, Д. (2010). Екстремни спортови као дио туристичке понуде у заштићеним подручјима Црне Горе. *Туристичко пословање*.
3. Дулчић, А. (2002). *Управљање развојем туризма*. Сплит: Економски факултет.
4. Пирјевац, Б. (2002). *Почела туризма*. Загреб: Економски факултет.
5. Стефановић, В. (2010). *Економика туризма*. Ниш: ПМФ.
6. Група аутора (2006). *Стратегија развоја туризма Србије*. Београд.
7. Черовић, С. (2006). *Истраживање туристичког тржишта*. Нови Сад: ПМФ.
8. Унковић, С. (2008). *Економика туризма*. Београд: Сингидунум.
9. Cater, C. (2006) World Adventure Capital. In: Buckley, R. (ed.) *Adventure Tourism* (pp. 429-442). Oxford: CAB International.

EXTREME SPORTS IN THE FUNCTION OF THE TOURIST POTENTIAL OF REPUBLIC OF SERBIA

Azemović Nedžad, Mujanović Rifat, Mojsilović Zoran, Mujanović Dino

Abstracts: *Based on the analysis of key factors to success, it is obvious that Serbia has relatively good potential for development and international commercialization of this product. The fact that the product of special interest is based to a great extent on the preserved natural resources which the country abounds gives Serbia a very good opportunity to define, develop and offer to international markets an attractive range of special interests. The definition of extreme sports has not still been very clear. Extreme sports (action sports and dangerous sports) are activities which involve high risks, speed and height, high level of psychological endurance, specialized equipment and spectacular acrobatics. Extreme sports have mainly been activities associated with the increasing adrenalin pressure of participants themselves. These activities are very often dangerous and any mistake can result in injury and even death. Therefore, individuals prefer extreme sports in contrast to teams. Throughout the 1970s and 1980s, „extreme sports” was the term exclusively used to describe sports with high dose of risk. Nevertheless, today extreme sports involve activities which increase adrenalin of participants. Extreme sports can generally be divided into competitive and recreation activities. The paper deals with some of the extreme sports that are more or less developed in Serbia and which as such already have an impact on the tourism of our country or have the potential to influence in the future.*

Key words: *extreme sports, tourist offer*