

PERSPEKTIVE RAZVOJA SPORTSKOG TURIZMA U CRNOJ GORI

Dragan Klarić

Univerzitet Adriatik, Fakultet za Menadžment, Zemunska 143, Meljine, Herceg Novi, Crna Gora,
dklarić@t-com.me

APSTRAKT

Sport i turizam su razvili dva međusobno zavisna društveno-ekonomska fenomena modernog društva, koji zahtijevaju stalno obnavljanje i prilagođavanje sve probirljivijim zahtjevima savremenih turista. Dosadašnja svjetska iskustva, kao i saznanja iz zemalja okruženja, pokazuju da su ulaganja u sportsko-rekreativni turizam kvalitetna i profitabilna investicija. Cilj istraživanja je da se dokaže da je razvoj masovnog turizma u Crnoj Gori produkovao jednoličnu ponudu, koja nije mogla obezbijediti dugoročno uspješan nastup destinacije na globalnom turističkom tržištu. Imajući u vidu brojne prirodne i društvene resurse, posebnu šansu za uspješan razvoj ima sportski turizam, tim prije, jer su brojne nacionalne institucije i privredni subjekti u okviru turističke privrede uvidjeli da brži razvoj ponude sportskog turizma i njeno prilagođavanje dugoročnim primjenama na međunarodnom tržištu sportskog turizma mogu ubrzati ekonomski razvoj Crne Gore u značajnoj mjeri. Novi koncept turizma sve više mora zadovoljavati činjenicu da gost bira mjesto odmora prema ponudi vanpansionskih sadržaja, pa tek onda bira hotel u kome će odsjesti.

Ključne riječi: Sportski turizam, ponuda sportskog turizma, tražnja u sportskom turizmu, upravljanje.

UVOD

Na globalnom turističkom tržištu Crna Gora nije obezbijedila dugoročno uspješan nastup. Razloge za takvu tvrdnju treba, prije svega, tražiti u dosadašnjem razvoju jednolične ponude. Ukoliko želi da zauzme odgovarajuće mjesto, na sve zahtjevnijem turističkom tržištu, neophodno je da Crna Gora, kao turistička destinacija budući razvoj usmjeri ka afirmisanju posebnih vidova selektivnog turizma. Imajući u vidu brojne prirodne i društvene resurse sa kojima raspolaže Crna Gora posebnu šansu za uspješan razvoj ima sportski turizam. Ako se zna dauspješnost i visokokvalitetnost turizma zavisi od privlačnosti destinacije tokom čitave godine, upravo sportski turizam može da doprinese da se taj, za sadašnji crnogorski turizam, najkritičniji aspekt donekle preduprijedi.

Crna Gore sa prirodnim potencijalima, geomorfološkim, kulturnim, hidrogeografskim i biogeografskim resursima ima sve preduslove za razvoj sportsko-rekreativnog turizma. Turistička destinacija, kakva je Crna Gora sa ovakvim prirodnim potencijalima, neophodno je da turistima ponudi neuporedivo više od pasivnog odmora.

Međutim, sasvim je sigurno da menadžment turističke privrede Crne Gore, počev od Ministarstva turizma, Nacionalne turističke otganizacije, pa sve do hotelskih menadžmenta nisu u potpunosti prihvatili činjenicu da je, poput turistički razvijenih zemljama, sportska ponuda nerazdvojni dio cjelokupne i kvalitetne turističke ponude. Različiti sportski sadržaji, objekti sportske infrastrukture, prirodni porencijali kao sadržaji turističke ponude u Crnoj Gori vrlo se sporo uključuju i afirmišu.

Izuzev turističkih radnika, ni stručna i naučna javnost u Crnoj Gori još uvijek se nije ozbiljno bavila razvojnim šansama sportskog turizma. Novi trendovi u ovom vidu selektivnog turizma zahtijevaju da se osmišljenom sportsko-turističkom proizvodu daje stručni i profesionalni pristup.

Osportskom turizmu, pogotovo na Crnogorskom primorju, razmišlja se jedino u januaru i februaru kada se na ovom dijelu Crne Gore na pripremama nalazi desetine fudbalskih ekipa. Nakon njihovog povratka kući sportski turizam postaje obična poštapalica turističkih i ne samo turističkih radnika.

Primjeri iz okruženja nam govore da su pojedine zemlje koje su prepoznale značaj sportskog turizma napravile neraskidivu vezu između menadžmenta turističke privrede, predstavnika lokalne uprave, menadžmenta sportsko-rekreativnih objekata i sportskih klubova na izradi zajedničkih projekata i nastupa na turističkom tržištu.

OSNOVNE KARAKTERISTIKE I DEFINICIJA SPORTSKOG TURIZMA

Sport i turizam su vjerovatno dvije aktivnosti sa najvećim socioekonomskim uticajem na svijetu danas. Takođe i dvije veoma jake sile koje ujedinjuju ljude. Temeljni kriterijumi za razlikovanje pojedinih vrsta turizma je motiv putovanja i boravka u određenoj turističkoj destinaciji. Među mnogobrojnim motivima često se spominje sport kao motiv turističkih putovanja. Sport i rekreacija su sastavni dio shvatanja savremenog turizma.

Većina stručne i nauče javnosti ističu da su sport i turizam pokrenuti na temelju neekonomskih motiva, i to u suštini istih... Pri tom ističući pravilo po kome, niti ljudi polaze na turistička putovanja niti se uključuju u sportsko rekreativne aktivnosti rukovođeni ekonomskim motivima u svrhu zarade. Oni to ne čine radi zadovoljavanja zdravstvenih, rasonodnih i kulturnih potreba. Međutim, to se ne može reći za profesionalni sport. Profesionalni sportisti na pripreme, takmičenja idu, između ostalog, i iz duboko ekonomskih razloga. Za svoj rad, postignute rezultate, potpisane ugovore i te kako su plaćeni. Prilikom razvrstavanja motiva putovanja u nekoj destinaciji, njihov boravak podvešćemo kao putovanja motivisana sportom.

Osim toga preklapanje infrastrukture ukazuju na njihove zajedničke potrebe. I sport i turizam zahtijevaju prostor i objekte, prirodne kao i one koje je čovjek sagradio. Objema trebaju usluge od strane posrednika, administratora, organizatora, vođa i drugih.

Brojna istraživanja pokazala su da sport sa različitim programima u turizmu nije samo faktor unaprijeđenja turističke ponude, već je i generator dodatnih ekonomskih prihoda. Ekonomski efekti sporta realizuju se u sklopu turističko-sportskih organizacija, ali i van turizma.

Raznovrsni oblici sporta doveli su i do novih oblika povezanosti s turizmom. U savremenom turizmu ističu se ovi oblici sporta:

- a) sport kao pokretač ljudi na putovanja, bilo kao gledalaca ili učesnika sportskih manifestacija;
- b) sport kao faktor rasonode turista, koji napuštaju mjesto boravka radi drugih motiva. Njima sport može poslužiti kao sredstvo aktivnog odmora, gdje do izražaja dolazi lično učešće i razvijanje kreativnih sposobnosti, ali i sredstvo za rasonodu ili rekreaciju posmatranjem sportskih događaja, u cilju popunjavanja sadržaja boravka i razbijanja monotonije (Relac and Bartuloci, 1987).

Široko definisan, sportski turizam uključuje putovanja van mjesta stanovanja kako bi se učestvovalo u rekreativnom takmičarskom sportu, na rekreativnom ili elitnom nivou. Kris Gratton i Piter Tejlor sportski turizam definišu „kao putovanje iz nekomercijalnih razloga radi učestvovanja ili posmatranja sportskih događaja izvan mjesta stanovanja (življenja, kuće), (Gratton and Teylor, 2000)

Zbog ranije iznijetog stava i o ekonomskim motivima putovanja i boravka sportista, po našem mišljenju, pod *sportskim turizmom* podrazumijevamo *pojedince ili grupu ljudi, koji samoinicijativno ili organizovano, iz nekomercijalnih ali i komercijalnih razloga, privremeno putuju van mjesta boravka rukovođeni sportskim motivima, bilo da učestvuju u fizičkim ili takmičarskim aktivnostima, bilo da posmatraju sportske događaje ili posjećuju sportske znamenitosti ili sportske atrakcije* (Klarić, 2016).

EKONOMSKI EFEKTI SPORTSKOG TURIZMA

Zbog manjkavosti adekvatnih statističkih podataka nemoguće je tačno odrediti udio sportsko-rekreativnog turizma u ukupnom turističkom proizvodu. Analize turizma rijetko istražuju motiv putovanja turista te ne mogu dati pouzdanu procjenu tačnog ekonomskog značaja sportskog turizma. Ipak, praćenjem broja ostvarenih noćenjanajbrže se može izračunati o ekonomskom uticaju sportskog turizma.

Mnogobrojna istraživanja u svijetu pokazala su da su ekonomski efekti sporta mnogo veći od ukupnog ulaganja u sport. Veliki postoci ulaganja u sport i rekreaciju mogu samo na prvi pogled iznenaditi, međutim, ako se zna da se u SAD-u 1989. godine čak 216.963.000 stanovnika bavilo raznim sportovima, što čini gotovo 80% ukupne američke populacije, ovi podaci postaju prihvatljiviji (Bartuluci, 2003). Veliki broj građana koji se bave sportom zahtijevaju i visoke troškove za sportsku opremu, što omogućava da se sve veći dio industrije, samim tim i trgovine, bave proizvodnjom i prodajom sportske opreme.

Analiza kako se ponašaju potrošačka izdvajanja za sport i rekreaciju pokazuje podatak da su u periodu od 1960. do 1998. godine SAD ostvarile rast BDP- a od 2,2 % godišnje, dok su se ulaganja u sport i rekreaciju godišnje uvećali za 5,3%. To znači da se ulaganja u sport i rekreaciju svrstavaju u grupu visoko elastičnih proizvoda. (Stipandić and Bartuluci, 1999). Na osnovu podataka objavljenih u magazinu Sports Travel procjenjuje se da samo u USA sportski događaji i turizam pokreću prihod od najmanje 118,3 milijardi dolara. To uključuje putovanja timova i učesnika takmičenja, korporativna putovanja, putovanja porodice i gledalaca, pustolovni i ekstremni turizam. Istovremeno, čitaoci Sports Travel Magazina rezervisali su 12.100.000 soba i prosječno potrošili 852 dolara za svako putovanje. Studija sjevernoameričkog turizma pokazuje da 25% cjelokupnog turističkog tržišta pripada sportskom turizmu, a u direktnom prihodu od turizma ovaj vid turizma učestvuje sa 32% (Hudson, 2003).

DRUŠTVENI EFEKTI SPOTRTSKOG TURIZMA

Istraživanje turizma u Velikoj Britaniji je utvrdilo da 26% ispitanika navodi sport kao glavnu svrhu putovanja. Tržišna vrijednost sportskog turizma u toj zemlji se procjenjuje na 3,9 milijardi dolara. I pored toga smatra se da sve sportske aktivnosti nije moguće precizno iskazati (posebno domaće), pa bi ukupna vrijednost mogla dostići i 5,3 milijardi dolara. Potrošnja kupaca sportske robe, kao i one vezane za sport, u Britaniji procijenjena je na 14,62 milijardi dolara godišnje (Westerbeek and Šmit, 2003). Jedna vankuverska firma specijalizovana za sport procjenjuje da se u Kanadi svake godine održi preko 150.000 sportskih događaja.

Dok se ekonomske funkcije turizma odražavaju prvenstveno na povećanje ekonomskog blagostanja receptivnih turističkih zemalja, dotle društvene funkcije turizma zajednički pridonose humanističkim vrijednostima turizma (Relac and Bartuluci, 1987). Neka istraživanja su pokazala da je kod sportskog turizma veoma važna kultura ponašanja, odnosno etički principi. Društveni efekti ovog vida selektivnog turizma se mogu vidjeti u očuvanju, pa čak i u ponovnom oživljavanju kulturnih običaja, raznih folklornih događaja i razonode, koji su skoro bili nestali.

Sportski turizam na mnogo načina donosi korist domaćem stanovništvu kao i sportskim turistima. Između ostalog ima pozitivan uticaj na upotrebu zemljišta, psihološke dobrobiti za domaće stanovništvo, promovisanje kulturnog razumijevanja, očuvanje tradicije i promovisanje rasne jednakosti sredstvima međunarodnih sankcija koje nameće svjetska i lokalna sportska zajednica. U procjeni uticaja velikih sportskih događaja često se ukazuje na jačanje regionalnih tradicija i vrijednosti kao pozitivnih uticaja, zajedno sa povećanom svijesću o postojanju ove oblasti kao turističke destinacije. Sportski turizam takođe može biti koristan za ohrabrivanje čuvanja i obnove tradicija. Kulturne tvorevine koje možda duguju svoje trajanje turizmu, mogu se naći u tradicionalnim sportovima koji se sada uglavnom koriste kao turističke atrakcije. Sve dok zajednica domaćina zadržava svoj originalni jezik, ona se razlikuje od mnogih svojih međunarodnih posjetilaca. Međutim, u sve većoj mjeri engleski postaje jezik sporta i turizma. Obzirom da ga koristi većina turista njegova rastuća upotreba se posmatra kao olakšanje poslovanja turizma. Sportski turizam upravo postaje velika prijetnja etničkim jezicima zato što je engleski postao jezik sporta širom svijeta (Plavša, 2004).

MOGUĆI SCENARIO POVEĆANJA SPORTSKIH NOĆENJA U CRNOJ GORI

Istakli smo da je, zbog nedostatka odgovarajućih podataka, nemoguće sklopiti kompletnu sliku ekonomskog udjela sportskog turizma u ukupnom prihodu turizma u Crnoj Gori. Najrelevantniji podaci koji govore o direktnim ekonomskim efektima sportskog turizma su ostvarena sportska noćenja. Pod „sportskim noćenjem“ podrazumijevamo noćenje turista ili aktivnih sportista, čiji je glavni motiv dolaska i boravka u nekoj turističkoj destinaciji vezan za korišćenje različitih sportskih sadržaja, aktivno učešće u sportskim takmičenjima, posmatranje sportskih takmičenja ili, pak, obilazak sportskih znamenitosti. U zavisnosti od motiva koji su ih vodili u određenu turističku destinaciju veoma često govorimo o grupnim aranžmanima u pred i potsezoni, pripremama sportskih ekipa pred početak ili u pauzi takmičenja, aktivnim i pasivnim akterima raznovrsnih turnira, učesnicima radničkih, studentskih, školskih sportskih igara, organizovanih aktivnih odmora i dr.

Izrečene rezerve u tačnost preklupljenih podataka, možemo sa velikom dozom sigurnosti zaključiti da se, zahvaljujući sportsko-rekreativnoj ponudi, u Crnoj Gori ostvario određen broj sportskih noćenja iz koga su slijedili i drugi vidovi turističke tražnje.

Na osnovu prikupljenih podataka, najviše sportskih noćenja ostvareno je na Crnogorskom primorju, zahvaljujući, prije svega, blagodatima za obavljanje priprema sportskih ekipa. Kada govorimo o aktivnom odmoru, koji direktno utiče na povećanje ostvarenih sportskih noćenja, u većini gradova u Crnoj Gori struktura gostiju, u pogledu navika i potreba, pokazuju želju za upražnjavanje sportsko-rekreativnih sadržaja.

Zbog odigravanja većine međunarodnih utamica nacionalnih reprezentacija, zatim učešća pojedinih klubova u evropskim klupskim takmičenjima, na kojima je, izuzev aktivnih sportista, učestvovao i znatan broj navijača, pasivnih učesnika sportskog turizma, u glavnom gradu Podgorici ostvaren je znatan broj sportskih noćenja. Planinsko-sportski turizam i dalje predstavlja neiscrpnu mogućnost razvoja i unapređenja sportskog, prije svega avanturističkog turizma.

U tabeli 1. prikazana je projekcija kretanja sportskih noćenja u Crnoj Gori u periodu od 2015. do 2021. godine. Uz pretpostavku da se ukupan broj noćenja u Crnoj Gori uvećavao godišnje, samo po stopi od 1%, a da se izgradnjom odgovarajuće sportske infrastrukture, organizacijom prestižnih sportskih takmičenja i stvaranjem imidža poželjne sportske destinacije za pripreme vrhunskih sportista, obezbijede optimalni uslovi za razvoj ovog vida selektivnog turizma, do 2021. godine, broj sportskih noćenja u odnosu na ukupan broj noćenja u Crnoj Gori dostigao bi procenat od 6%, što već sada imaju države u neposrednom okruženju. Prema toj projekciji, broj ostvarenih sportskih noćenja uvećao bi se za preko četiri puta (Klarić, 2016).

Tabela 1. Projekcija kretanja sportskih noćenja u Crnoj Gori

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ukupno noćenja	11.054.947	11.165.496	11.277.150	11.389.921	11.503.820	11.618.858	11.735.676
Sportska noćenja	165.824	223.309	338.331	455.596	575.191	639.-037	704.140
Učešće u %	1.5	2.00	3.00	4.00	5.00	5.50	6.00

U većini opština u Crnoj Gori postoji neophodna infrastruktura za organizaciju sportskih manifestacija državnog ili lokalnog karaktera, a u pojedinim gradovima poput: Podgorice, Nikšića, Bara, Budve, Bijelog Polja i Herceg Novog, mogu se organizovati i sportske manifestacije od međunarodnog značaja. U zavisnosti od važnosti manifestacije, ponašaće se i učesnici, turisti, ali i samo domicilno stanovništvo. Nažalost, iskustva nam govore da se u Crnoj Gori, izuzev nekoliko značajnih sportskih manifestacija, organizuju uglavnom sportska takmičenja i događaji skromnog značaja, bez velike zainteresovanosti gledalaca, sa malim brojem učesnika i uglavnom jednodnevnog karaktera. Osim toga, riječ je o sportskim manifestacijama koje nemaju kontinuitet i tradiciju i koji se uglavnom finansiraju iz opštinskih budžeta.

Turistički i sportski radnici, radeći sihronizovano i sa unaprijed usvojenom strategijom, u mogućnosti su da organizacijom sportskih manifestacija lokalnog ili regionalnog karaktera dodatno utiču na povećanje sportskih noćenja, što podrazumijeva i uvećane prihode od sportskog turizma.

U tabeli 2. prikazali smo ekonomske efekte organizacije lokalnih i regionalnih takmičenja na primjeru Budve, predstavljene kroz broj ostvarenih noćenja. Na Budvanskoj rivijeri postoje optimalni uslovi za organizaciju sportova predstavljenih u tabeli.

Tabela 2. Projekcija ostvarenih sportskih noćenjalokalnih i regionalnih takmičenja u Budvi

Vrsta sporta	Broj ekipa	Broj članova	Broj noćenja	Ukupan broj noćenja
Fudbal	10	30	5	1.500
Odbojka	8	15	4	480
Košarka	8	15	4	480
Rukoimet	8	15	4	480
Vaterpolo	6	15	3	270
Boćanje	7	5	3	105
Sportski ribolov	10	5	1	50
Borilački sportovi	20	20	2	800
UKUPNO:	77	120	26	4.265

Ako analiziramo podatke iz tabele 2, primijetićemo da je, zahvaljujući sportskim manifestacijama, za samo pet dana u hotelima ili privatnom smještaju u Budvanskoj rivijeri moguće napraviti preko 4.000 noćenja. U bilo kom periodu godine, izuzev dvoranskih sportova, istovremeno se mogu održavati takmičenja, bez obzira da li je riječ o seniorskoj, omladinskoj, juniorskoj ili pionirskoj konkurenciji, u gotovo svim sportovima.

Sportski i turistički radnici moraju voditi računa o kvalitetu sportskih objekata prilikom organizacije sportskih manifestacija. Iluzorno bi bilo ponuditi, više nego skromna fudbalska igrališta sa neodgovarajućom podlogom i pomoćnom infrastrukturom, vodećim evropskim klubovima za obavljanje treninga u pripremnom periodu.

Međutim, to nikako ne znači da fudbalska tržišta, kao na primjer njemačko, pogotovo rusko, nije interesantno našim turističkim radnicima. Naime, treba znati i potencijal, recimo četvrtih liga pomenutih država, koja broje stotine klubova. Budžeti tih klubova nekoliko desetina puta su veći od budžeta klubova koji se takmiče u Prvoj crnogorskoj fudbalskoj ligi. Ako tome broju dodamo i amaterske klubove koji takođe imaju potrebe za pripremanjima ili učešćem na odgovarajućim turnirima, shvatićemo o kakvom se potencijalu radi.

Grupisanje sportske infrastrukture u klastere, pogotovo na Crnogorskom primorju i u sjevernim dijelovima Crne Gore, treba da bude zajednički strateški interes i kada je u pitanju sportski turizam.

Tako na primjer, na razdaljini od 85 km od Ulcinja do Kotora postoji 11 fudbalskih terena. Ukoliko neki fudbalski klub želi da pripreme obavi u Budvi, na 25 km od ovog grada, na raspolaganju ima sedam fudbalskih terena. Razdaljinu od Budve do Jaza, odnosno Radanovića, luksuzni autobus prelazi za 10, odnosno 25 minuta. Imajući ove pokazatelje u vidu, sasvim je svejedno da li će klubovi koji prepreme obavljaju u Radanovićima, odnosno Jazu, odsjesti u nekom od hotela u Budvi ili Tivtu. Razlika u vremenu koji se gubi od hotela do igrališta na Jazu, između polaska iz Tivta ili Budve, je svega desetak minuta. Udruženi u fudbalski klaster, hotelijeri i sportski radnici na Crnogorskom primorju stvorili bi dodatni proizvod sa kojim bi mogli ravnopravno da se pojave na sve zahtijevijem sportskom tržištu (Klaric, 2012).

PRAVCI RAZVOJA SPORTSKOG TURIZMA U CRNOJ GORI

Sportski turizam će u narednom periodu još značajnije uticati na povećanje nacionalnog dohotka, otvaranje novih radnih mjesta i poboljšanje platnog bilansa mnogih država. Sport ima potencijal da Crnoj Gori ponudi ublažavanje, ako ne i rješavanje, krucijalnog problema – sezonskog karaktera turističke ponude. Sportski turizam u stanju je da pruži dostupne i jeftine mogućnosti dodatne promocije destinacije, popunjavanja infrastrukture i korišćenje usluga u punom kapacitetu (Ministarstvo održivog razvoja i turizma Crne Gore, 2014).

Ove činjenice moraju biti svjesni u turistički radnici u Crnoj Gori. Da bi to uradili, neophodno je da shvate i prepoznaju koje sve razvojne šanse sa sobom nosi ovaj vid selektivnog turizma. Sva istraživanja pokazuju da će sportski turizam u budućnosti bilježiti dinamičan rast. Priroda sportskog turizma ostaće u velikoj mjeri nepromijenjena, iako se mogu očekivati i nove forme koje će najvjerovatnije biti hibridi sadašnjih. Pri tome, neophodno je znati da će sportsko orjentisani pitnici u budućnosti biti dodatno edukovani, stručno potkovani i propisno opremljeni, što podrazumijeva da će sa sobom donijeti nove zahtjeve.

Ekonomska društvena valorizacija prirodnih potencijala Crne Gore dominantno se oslanja na ljetnu, kupališku turističku sezonu. Planina Lovćen, bliskim ostojanjem od Budve, na primjer, nije prepoznata kao komplementarna razvojna šansa Budve. Instalirani smještajni kapaciteti opštine Budva u zimskoj sezoni su skoro potpuno neiskorišćeni. Nigdje na Mediteranu, na distance od pet kilometara, nemamo more i planinu tako sklasko tehnološki povezane kao što je to u ambijentu Budve, odnosno njene obale i snjegova Lovćena (Nikčević, 2013).

Sve promjene u sportskom turizmu, sa studioznim i stručnim programima, moraju dočekati turistički radnici u Crnoj Gori. Da bi sportski turizam zaživio u Crnoj Gori i dostigao stepen razvijenosti vodećih turističkih destinacija, u svim gradovima na Crnoj Gori, koja slove za turističke destinacije, trebalo bi formirati posebnu agenciju, komitet, posvećen sportskom turizmu. Ova agencija bi trebalo da uključi predstavnike lokalne uprave, hotela, restorana, saobraćaja, preduzeća, vlasnike sportskih objekata, turističke posrednike, predstavnike sportskih klubova. Komitet bi predlagao i razmatrao različite mogućnosti organizovanja sportskih događaja. Ukoliko se radi o organizaciji velikih međunarodnih takmičenja, u kompletan projekat neophodno je uključiti i predstavnike Vlade. Treba sve uraditi da svijet sazna šta Crna Gora može da ponudi.

Lokalne samouprave, baš kao i Vlada Crne Gore, napokon moraju prekinuti sa dosadašnjom praksom i shvatiti da sportske manifestacije koje se organizuju moraju obezbijediti samofinansiranje na duži period. Naravno, to nikako ne znači da sportski događaji nemaju podršku gradova organizatora ili Vlade, ali ta podrška treba da ide u pravcu ne finansijske pomoći, koliko podrške u smislu promotivnih i organizacionih pitanja. Kada govorimo o sportskim manifestacijama koje se održavaju, ili bolje reći koje su se održavale, u Crnoj Gori, sa pravom možemo reći da nisu uspjele da postanu tradicionalne, odnosno da imaju duži kontinuitet. Jednokratni događaji, baš kao i jedna kupovina, nisu poželjni i od takve prakse treba odustati. Naravno, izuzetak čine one sportske manifestacije i takmičenja koji dovode do značajnih novih investicija, gradnje nove sportske infrastrukture koji će, nakon završetka takmičenja, ostati na korišćenje crnogorskim sportistima ili turističkoj privredi.

ZAKLJUČAK

Dosadašnji razvoj turizma u Crnoj Gori umogome je produkovao jednoličnu ponudu, koja nije obezbijedila dugoročno uspješan nastup destinacije na globalnom turističkom tržištu. Imajući u vidu brojne prirodne i društvene resurse, posebnu šansu za uspješan razvoj ima sportski turizam. Crna Gora sa prirodnim potencijalima, geomorfološkim, klimatskim, hidrogeografskim i biogeografskim resursima ima sve preduslove za razvojem sportskog turizma. Jednostavno, priroda je uradila svoje i prepustila sportskim i turističkim radnicima da valorizuju te ljepote. Stručna i naučna javnost u Crnoj Gori još uvijek se nije ozbiljno bavila problematikom sportskog turizma. Novi trendovi u ovom vidu selektivnog turizma zahtijevaju da se odosadašnja svjetska iskustva, kao i saznanja iz zemalja iz okruženja, pokazuju da su ulaganja u ovaj oblik turizma kvalitetna i profitabilna investicija

Istraživanja pokazuju da najveću stopu rasta iz godine u godinu bilježe vidovi turizma povezani sa boravkom u čistoj netaknutoj prirodi, uz bavljenje nekim vidom rekreacije ili ekstremnih sportova.

Sve promjene u sportskom turizmu sa studioznim i stručnim programima moraju dočekati turistički radnici u Crnoj Gori. Da bi sportski turizam zaživio u Crnoj Gori i dostigao stepen razvijenosti vodećih turističkih destinacija, u svim gradovima na Crnoj Gori, koja slove za turističke destinacije, trebalo bi formirati posebnu agenciju, komitet posvećen sportskom turizmu.

Brojna istraživanja pokazala su da sport sa različitim programima u turizmu nije samo faktor unaprijeđenja turističke ponude, već je i generator dodatnih ekonomskih prihoda. Ekonomski efekti sporta realizuju se u sklopu turističko-sportskih organizacija, ali i van turizma.

Sami sportski objekti, ma kakvog oni bili sadržaja, ne mogu pružiti kvalitetnu sportsko-rekreativnu ponudu bez odgovarajućeg stručnog kadra. Obrazovni sistem u Crnoj Gori ne prati trendove modernog, pogotovo sportskog, turizma. Zbog nedostatka stručnih kadrova sa zadovoljavajućim nivoom opštih i specifičnih znanja, Crna Gora mora urgentno, temeljito i sistematski raditi na prevazilaženju ovog problema ukoliko želi da odgovori zahtjevima sve probirljivijih turista kojima je sport glavni motiv dolaska u Crnu Goru. Na taj način istovremeno Crna Gora izgradila bi imidž prepoznatljive destinacije za sportske turiste.

LITERATURA

- Bartoluci M., (2003). *Ekonomika i menadžment sporta*, Fakultet za fizičku kulturu, Zagreb.
- Bartoluci, M., Čavlek, N., (2007). *Turizam i sport - razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb.
- Bartoluci M and Relac M (1987). *Turizam i sportska rekreacija*, Informer, Zagreb.
- Gratton and Teylor, (2000): *Economics of sport and recreation*, London and New York
- Klarić D, (2016). *Sportski turizam u Crnoj Gori*, INPE, Cetinje.
- Klarić D, (2012). *Sportski turizam na Crnogorskom primorju*, Fakultet za menadžment Herceg Novi.
- Hasert, K. (1995). *Crna Gora, tom I, putopisi*, CID, Podgorica
- Haword R. D., Crompton, L. J. (2003): *Financing Sport*, Fitness Information Technology
- Hudsom S, (2003). *Sport and adventure tourism*, The Haworth Hospitality Presas, New York. London. Oxford.
- Plavša J, (2004). *Sportski turizam*, Department za turizam i geografiju, Novi Sad.
- Nikčević R, (2013). *Zimsko turistički centar Buda-Lovćen, Idejna projekcija*, Podgorica.

OSTALI IZVORI

- Zakon o sportu Crne Gore (2004). Službeni list RCG.
- MONSTAT, Statistički godišnjak Crne Gore 2015
- Ministarstvo turizma Crne Gore, (2005). *Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori*, Međunarodni institut za turizam, Ljubljana.
- Ministarstvo održivog razvoja i turizma, (2014). *Strategija razvoja sportskog turizma*, Podgorica.
- Službeni dokument 14. susreta evropskih ministara za sport, Strazburg 1994., *Ekonomska važnost sporta u Evropi*.

PERSPECTIVES FOR DEVELOPMENT OF SPORTS TOURISM IN MONTENEGRO

Dragan Klarić

Adriatic University, Faculty of Management, Zemunska street 143, Meljine, Herceg Novi, Montenegro, dklaric@t-com.me

ABSTRACT

Sport and tourism have developed two interdependent socio-economic phenomena of modern society, which require constant renewal and accommodation to the increasingly discerning requirements of modern tourists. Previous experiences from all around the world, as well as acquired knowledge from the neighbouring countries, show that investments in sports and recreational tourism are smart and profitable investments. The goal of the research is to prove that the development of mass tourism in Montenegro had produced a unvaried offer, which could not provide a long-term successful presence of certain destination in the global tourism market. Having in mind numerous natural and social resources, sports tourism has a particular chance for successful development, especially since various national institutions and economic subjects within the tourism industry have realized that faster development of sports tourism and its adaptation to long-term applications in the international market of sports tourism can accelerate the economic development and growth of Montenegro to a significant extent. The new concept of tourism must be able to respond to an increasingly obvious fact that first of all the guest chooses a place for his vacation, a place to rest according to the offer outside of the boarding house facilities, and only then chooses the hotel where he will stay.

Keywords: Sports tourism, offers in sports tourism industry, demand in sports tourism, management.