

ТУРИЗМОЛОШКА КАТЕГОРИЗАЦИЈА СПОРТСКИХ МАНИФЕСТАЦИЈА

Жељко Бјељац¹, Невена Ђурчић^{**}, Ана Иволга^{***}*

*Географски институт „Јован Цвијић” САНУ, Београд, Србија

**Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад, Србија

***Ставропољски државни пољопривредни универзитет, Факултет за друштвене и културне услуге и туризам, Ставропољ, Русија

Апстракт: Спортске манифестације су програми где доминирају креативни и комплексни садржаји пре свега спортског, али и рекреативног и забавног карактера. Као такве, остварују туристичке ефекте и циљеве и имају друштвено-економски значај за место, регион или државу одржавања. Да би се одредио значај спортских манифестација као елемента туристичке понуде Србије (самостално или као део туристичке дестинације), у раду је извршена категоризација традиционалних спортских манифестација у Србији.

Кључне речи: туризам, спортови, манифестације, категоризација, Србија

Увод

Спорт и туризам су светски веома значајне индустрије, које су у великом броју случајева повезане и компатибилне. Према Заухару (Zauhar, 2003, 27), „спорт је изузетно важан мотив за туризам и туристичка кретања кроз историју и та повезаност је израсла у масовна туристичка кретања", Schumacher (2003, xvii-xviii) дефинише спортски туризам; „као путовања од куће, због бављења спортом или посета (гледања) спортских такмичења (путовања у сврси такмичења у разним професионалним спортским дисциплинама, рекреативним, фитнес активностима), односно спортско посматрачких активности (путовања у сврси посматрања спортских такмичења, рекреације, коришћења слободног времена)"

У научно стручној литератури, спортски туризам обухвата рангирање спортских догађаја (манifestација) од мега спортских догађања (попут олимпијских игара, светског првенства у фудбалу), медијум (попут националних или регионалних спортских догађаја) и малих спортских догађаја (локална спортска такмичења). У зависности од величине и значаја спортске манифестације, спорт има различиту улогу у оквиру промовисања туристичке дестинације, као и различите вредности. То може бити кроз очување природне средине, као и кроз капиталне инвестиције у инфраструктуру (где се стимулише и развој домаће привреде), организовање бројних забавних и уметничких програма карактеристичних за место/регион/државу организатора, и сл. (Аврамовски 1996; Бјељац, 2006; 2010; Getz, 2008; Kaplanidou, Vogt, 2006; Turco, 1998; Rydin, Seymour&., Lorimer, 2011). Гратон и сарадници (Gratton, Dobson, & Shibli, 2000), издвајају велике спортске догађаје, који се одржавају сваке године (нпр. АТП и WТА турнир у Вимблдону) и велике спортски догађаји који се повремено одржавају. Wilson, (2006) издваја и мале манифестације где број такмичара често надмашује број гледалаца, а често се одржавају током године, и имају мало интересовање од стране националних медија, као и ограничене економске активности. Спортске манифестације тог типа се одржавају у мањим или насељима средње величине са циљем да омогуће пропорционално (у односу на величину и број становника) већу економску добит, него што би била да се одржи у великим урбаним срединама) (Veltri, Miller, & Harris 2009).

Ако се спортско такмичење претвори у систем праћен поступцима својственим за формирање интегралног туристичког производа (туристичку дестинацију), тада настаје спортска туристичка манифестација. У том случају спорт чини њену примарну компоненту, односно, вредност и понуду, а остале вредности и облици понуде имају задатак да делују стимулативно и комплементарно. Такође, издвајају се дечије спортске манифестације (где су деца главни актери спортских такмичења, (попут Спортске олимпијаде школске омладине Србије), као и спортска такмичења где су главни актери животиње (Бјељац 2010)². У оквиру различитих врста манифестације, спортска дешавања имају пратећи карактер (представљају само пратећи програм манифестације). То је случај

² Где су главни актери такмичења животиње: коњичке трке и игре (Љубичевске коњичке игре, Зобнатичке коњичке игре, фијакеријаде) и сл; Ц.А.Ц. и Ц.А.Ц.И:Б такмичења (изложбе расних паса и мачака); такмичења у спортском риболову и др. У оквиру ових манифестација су изражене и друге садржајне компоненте манифестације (забавни, културно-уметнички програми, гастрономија (кулинарство).

код забавних³ и етнографских⁴ туристичких манифестација (Бјељац 2010; Bjeļjac, Radovanović 2003; Bjeļjac., Ćurčić, 2010).

Осим спортско професионалних (такмичарских), организују се и спортско-рекреативне манифестације (спортске приредбе рекреативног карактера и могу имати и одређени туристички потенцијал, али и културно-историјски, образовни, социјални (директно упознавање са простором одржавања и његовим природним и антропогеним туристичким вредностима) (Бјељац Ж (2010). Односно то су спортски догађаји које карактерише велика масовност, уживања и међусобно дружење, дружење, испитивање сопствене издржљивости, очување здравља тј „сваки учесник је победник“⁵ (Bjeļjac, Radovanović 2003; Nogawa, Yamaguchi, & Nagi, 1996). Карактеристичне су по спортским садржајима, масовности учесника и пратећем забавном и другим програмима

Критеријуми за категоризацију спортских манифестација

Свака спортска дисциплина има своје критеријуме којима се рангирају спортисти појединачно или екипно (од локалног до светског нивоа), а према правилницима националних, европских и светских спортских организација и савеза. Календари одржавања спортских приредби се међусобно уклапају на различитим нивоима.

Један од примера таквих правилника је *Правилник о критеријумима категоризације спортова, мисаоних спортских игара и спортских вештина у Републици Србији* (2009) (табела 1), прописују се критеријуми и категоризација спортова, мисаоних спортских игара и спортских вештина (спортских грана) у Републици Србији, који су утврђени за 74 спорта.

³ Одржавају се током летњих месеци и представљају допуну туристичкој понуди региона или места одржавања, када се организују спортски и други програми: рибарске вечери, регате, мотобајк сусрети, ревијална спортска такмичења у фудбалу, рукомету; пливању, малом фудбалу, баскету и сл.

⁴ У оквиру ових манифестација су и манифестације које промовишу старе спортове, спортске игре и народне вештине. Кроз ове манифестације се промовише и потенцијална туристичка дестинација, али имају за циљ чување српске традиције и идентитета. Такве манифестације су: „Хајдучке вечери“ (Богатић), „Дани Станоја Главаша“ (Глибовац), „Личка олимпијада“ (Апатин), „Банатске шоре“ (Томашевац).

⁵ Сеоска олимпијада, Међуопштинске омладинске спортске игре (МОСИ), Радничке спортске игре, Фрушкогорски планинарски маратон, Београдски маратон и др.

Табела 1. Критеријуми и категоризација спортова, мисаоних спортских игара и спортских вештина у Србији

Критеријуми

Национални друштвени значај	Заступљеност у свету; Медијска популарност спорта у свету
Међународна традиција	Светска организација; Континентална организација; Број земаља чланица; Систем такмичења
Национална традиција	успех – масовност; савез; међународни успех; клубови; број чланова; Систем такмичења
Национална медијска заступљеност и популарност	
Финасијска самосталност спорта у свету и на националном нивоу;	
Рекламна активност у свету и код нас;	
Утицај на учеснике	моторички, психолошки, социјални, здравствени, васпитни
Пристапачност	правила; систем такмичења; мултидисциплинарност; цена; организациони захтеви
општи утицај на квалитет живота.	

Извор: http://www.wrestling-serbia.org.rs/pravilnici/kategorizacija_sp_grana (2009)

Категоризација обухвата укупно 100 бодова). На основу ових критеријума, издваја се четири категорије спортова:

- Прва група 85-100 бодова (атлетика, фудбал, кошарка, одбојка, пливање, рукомет, стрелаштво, ватерполо, веслање, тенис);
- Друга група 70-84 бодова (бициклизам, бокс, џудо, гимнастика, кајак-кану, карате, куглање, рвање, стони тенис, кик бокс, теквондо, ваздухопловство, планинарство)
- Трећа група 45-69 бодова и
- Четврта група 30-44 бодова

Издваја се и *Правилник за организацију такмичења „Трофеј Београда“*, којим се промовишу град Београд и спорт у коме се организује. Да би остварио свој циљ мора да испуни највише критеријуме и спортске стандарде у организацији. Има за циљ промоцију спорта у коме се организује, нарочито промоцију спорта код најмлађих (*Правилник за организацију, 2012*) „Трофеј Београда“ се организује у следећим спортовима: атлетика; кошарка; карате; стреличарство; рвање; шах; одбојка; рукомет; теквондо; ватерполо; пливање; ауто трке; веслање; фудбал; клизање; бициклизам; амерички фудбал; кик бокс; бокс;

једриличарство; цудо; синхроно пливање; скокови у воду; сковош; асо и комбат савате; триатлон; скијање; боди билдинг; рагби 13; безбол и софтбол; орјентиринг; стрељаштво; ваздухопловни спортови; стони тенис; пењање (climbing tribe); ск ритам; тенис.

Од 2011. године, у организацији Sportcal (Sport market Intelligence)⁶ (Велика Британија) траје *међународни пројекат Global Sport Impact (GSI)*, са циљем да се направи међународно прихватљива, стандардна методологија за мерење великих спортских догађаја (мега спортски догађаји; Мулти спортске игре; Светска/континентална првенства и велики шампионати; други велики спортски догађаји и светске серије (World series)). План овог пројекта је да се анализира преко 600 великих мултидисциплинарних спортских такмичења у дванаестодишњем периоду (период 2009-2020. година). У изради овог пројекта паралелно учествују са, једне стране, спортске федерације и дестинације (домаћини великих спортских такмичења), као и водећи експерти и стејкхолдери у спортској индустрији, Истражују се, као критеријуми: економски; друштвени; спонзорство; спорт; медији.

Гибсон и сарадници (Gibson, Kaplanidou, & Kang, 2012) у својим истраживањима издвајају: друштвени, економски и еколошки утицај на *спортске манифестације које су мањих размера и обима* (које се одржавају и у мањим градовима и локалним заједницама), у односу на мега и друге велике спортске манифестације. По њима, као и по другим ауторима (Вјелјас, Radovanović, 2003; Higham, 1999; Liu, 2003) ова врста манифестација може бити одржива форма развоја туризма у локалним заједницама. За разлику од истраживања GSI, овде се износе истраживања која се доста критички осврћу на улогу Мега спортских догађаја у одрживом развоју спортског туризма (а и туризма уопште), попут „одрживости позитивних вредности за домаћина мега манифестације (по завршетку исте); последица финансијских оптерећења; искоришћености изграђених објеката инфра и супраструктуре; еколошког утицаја; негативног друштвеног насеља (расељавање становништва, социо културни односи и сл); питање пораста туристичке посете месту (држави) где се одржавала манифестација, чак и годинама после (Brown, 2006; Hal., Hodges, 1996; Lee, Taylor, 2006; Smith, 2009).

⁶ The Global Sport Impact project (2012); The Global Sports Impact Report 2015- A review of 2014.: Executive summary (2015). www.sportcal.com

На основу истраживања Ж: Бјељца (2006, 2010) издваја се географска и економска групе критеријума. Ова валоризација је била основ за израду *Правилника о класификацији и категоризацији манифестација у Србији*. На изради овог правилника учествовали су научни радници, новинари и организатори туристичких манифестација⁷. Категоризација и класификација манифестација организује се у циљу унапређења туристичке понуде Србије и постизања бољег квалитета понуђених туристичких производа и услуга. Стандарди за категоризацију туристичких манифестација садрже обавезне елементе који су утврђени за одређену категорију на основу којих се одређује број бодова.. Критеријуми се деле на програмске, географске, економске и друштвене (табела 2).

Табела 2 . Критеријуми за категоризацију и класификацију спортских манифестација у Србији

Критеријуми	
Географска група	географско порекло и број посетилаца и учесника; локација одржавања, саобраћајна приступачност и повезаност, време одржавања, број посетилаца и учесника
Програмска група	садржина; број пратећих манифестација; задовољство посетилаца и учесника; културна и уметничка вредност; традиционалност; термин одржавања.
Економска група	капиталне инвестиције; финансијска одрживост; медијски и промотивни утицај; сарадња са туристичким организацијама и туристичком привредом.
Друштвена група	Утицај на заједницу; стејкхолдерски односи; еколошки ефекти; прилагођеност особама са хендикепом; укљученост волонтера; ранг манифестације

Извор: Правилник о категоризацији и класификацији манифестација у Србији (Бјељца и др 2013)

Општи критеријуми категоризације

На основу истраживања презентованих у раду, могу се као заједнички издевојити четири групе критеријума. То су економска, медијска, друштвена (социјална) и еколошка група.

Економска група критеријума – Економски утицај је постао главни фактор који користе државе/градови када хоће да буду домаћини манифестације, јер преко инвестирања (капиталне инвестиције, инфраструктура), очекују

⁷ Ж. Бјељца (Географски институт „Јован Цвијић“ САНУ, Београд); С. Штећић, (Висока струковна туристичка школа, Београд); М. Лазор (Новосадски сајам) М. Остојић (Туристичка организација општине Ивањица), М. Цветковић (Часопис „Водич кроз туристичке манифестације“, Земун), П. Луковић (Часопис „Туристички путоказ“, Београд), *Правилник о категоризацији и валоризацији манифестација у Србији*, Туризам и Манифестације-ТИМ Србије (2013).

повратак и зараду од својих улагања и током манифестације, али и после ње. Међутим, постоји и негативна страна економских инвестирања у спортску манифестацију, посебно код улагања у капиталне инвестиција и инфраструктуру (инвестирања која после манифестације нису употребљива и доносе само економске губитке (Бјељац 2010). Значај организовања великих спортских манифестација, доприноси међународној промоцији државе, а самим тим већим профитом државе у области пружања услуга, туризма и широке потрошње.

Слично је и код манифестација мањег обима, где резултати великог броја истраживања показују да приход од зараде домаћину такве манифестације долази од смештаја и исхране; да је економска корист, већа него трошкови; да организатори таквих манифестација користе већ постојеће спортске и друге објекте; доводе људе који их вероватно никад не би посетили, осим током манифестације, приход им обезбеђују хотели и ресторани, малопродајни објекти, бензинске пумпе и сл. Према тим истраживањима, кључно би било направити неку врсту економског порфолиа града домаћина, чиме би се обезбедио и сталан прилив туриста. Као економски индикатори издвајају се Колико је просечно време боравка (ноћења) учесника (спортиста) и посетилаца (гледалаца)? Колико буде укупан број ноћења у смештајним објектима? Колико новаца такмичари и посетиоци потроше током манифестације и шта је главни утицај који доводи до тога? (Daniels, Norman, 2003; Horne, 2000; O'Brien, Chalip, 2008; Walo, Bull, & Breen 1996). Сарадња организатора са туристичким организацијама и туроператорима и туристичким агенцијама (у смислу промоције манифестације, организованог довођења и прихвата посетилаца на манифестацију и анимирања посетилаца током манифестације (организовање излета у околину и других адекватних програма) је такође један од значајнијих економских критеријума (Бјељац и др 2013)

Иако посебно посматран, као узрочно последични део економског утицаја овде се може посматрати и утицај спонзорства.⁸ Ово је област која се често игнорише од стране града или/и државе домаћина. Спонзори потроше

⁸ Спонзорство се може дефинисати као директно обезбеђивање ресурса у виду новца, опреме и сл. од стране спонзора неком појединцу или другој организацији, односно спонзорисаном, са циљем омогућавања настављања активности, у замену за користи по основу остваривања промотивне стратегије и циљева спонзора. Спортским организацијама и спортским такмичењима спонзорство у значајној мери обезбеђује ресурсе потребне за остваривање планираних активности и програма, док власницима клубова, организаторима спортских догађаја и самим спортистима обезбеђује значајне финансијске приходе. За организације и појединце (спонзоре), спонзорство се јавља као моћна маркетиншка активност која има моћ да јача корпоративни имиџ, мења ставове потрошача и остварује приснију комуникацију са постојећим и потенцијалним клијентима (Škorić, 2014).

милионе долара сваке године, али су врло ретко њихове активности (спонзорства), укључиване у истраживања утицаја на спортске манифестације (али и на било које друге). Према GSI истраживањима, 20 највећих (најпознатијих) светских брендова је укључено у спонзорисање бар једне велике спортске манифестације. Као питања се постављају: колико су ти брендови повезани са манифестацијама и како могу заједнички да се идентификују.

Утицај медија је на организовање, промоцију и праћење самог тока манифестације (догађаја) је од великог значаја, јер могу допринети веома позитивном или веома негативном приказу манифестације. С обзиром да у новије време Интернет и други дигитални медији све више преузимају примат у односу на штампане, веома је компликовано наћи стандардне, заједничке инструменте за мерење медијског утицаја. Главна питања у оквиру истраживања су: Да ли је медијски утицај од користи за све учеснике у процесу организације манифестације? Рекламе се узимају као стандардни инструмент за мерење медијског утицаја, али да ли се преко њих огледа стварно стање медијског утицаја на велике спортске манифестације? Пошто су онлајн медији и друштвене мреже постали кључни медији, ко је главни у тим медијима, и како да се мери медијски утицај? (Global Sport Impact, 2011-2015, www.sportcal.com)

Друштвени утицаје је веома тешко мерити, зато што је то нематеријалне природе и скоро је немогуће то претворити у новчану вредност. Како се могу вредновати понос и социјални услови у материјалним вредностима? У овом делу се истражују различите области друштвених утицаја, попут волонтирања, учешћа младих, социокултурни односи такмичара и посетилаца манифестације са једне и домицилног становништва са друге стране, као и образовања, и стања животне средине; колико политика утиче на организовање и ток манифестације?

Свест о догађају у граду домаћину / нацији, утицај на имиџ домаћина града/нације. искоришћеност постојећих објеката инфра и супраструктуре уз волонтирање су два кључна фактора за пораст друштвене, физичке и економске користи код домаћина манифестације; кроз развој културног, еко и других видова туризма, као ширег концепта одрживости; спајања друштвених и културолошких разлика такмичара, посетилаца и становништва домаћина манифестације (у позитивном, али и у негативном смислу); туристичка опажања, мотивације, задовољства посетилаца и такмичара током манифестације; Као индикатори истраживања социјалног (друштвеног) утицаја издвајају се: Осим спортских такмичења (такмичари)

и посматрања истих (гледаоци који су ван места одржавања), којим се другим активностима баве у месту (регији, држави) домаћину манифестације? Који су примарни мотиви присуства манифестацији? Генерално који су нивои задовољства посетилаца и такмичара? На које све начине се домицилно становништво укључивало у манифестацију? (Global Sport Impact, 2011-2015; Бјељац 2010; Horne, 2000; O'Brien, Chalip, 2008; Walo et al., 1996; Cater, 1993; Daniels, Norman, 2003); Fredline, 2005; Fyall, Jago, 2009;. Gibson et al., 2012; Liu, 2003; Ziakas, 2010).

Спортски утицај – да ли спортисти-учесници на Олимпијским играма имају већи значај од учесника на Светском фудбалском првенству? Шта је спортски утицај и како га мерити? Да ли је број такмичара или број држава учесница важан, или се треба фокусирати на квалитета спортиста који учествују на такмичењима? Колики је број региона у свету који су домаћини спортским манифестацијама, и који број такмичара из региона учествује на тим такмичењима? Све је већи број спортова (и спортских федерација), који у различитим облицима све више и више организују масовна такмичења и њихове велике спортске приредбе (континентална и светска првенства). Који облик учешћа треба узети и који број учесника генерисати као заједнички инструмент за мерење утицаја? (Global Sport Impact, 2011-2015).

Еколошки утицаји – истраживања еколошких утицаја на спортске манифестације су релативно мање заступљени у литератури која обухвата спортске манифестације (догађаје) (Бјељац 2010; Daniels, Norman (2003); Углавном се проучавају кроз одрживи развој постојећих спортских објеката и капацитета и то као део стратегија економског развоја. Collins, Jones, & Munday (2009), у својим истраживањима указују да ће менаџмент који се бави одрживим развојем (еколошким) постајати један од кључнијих стејкхолдера). Као индикаторе истраживања еколошких утицаја Gibson и др, (2012) издвајају: Које врсте објеката (спортских и других) се користе? На које начине су домаћин манифестације и спортска асоцијација организатор укључени у промоцију заштите животне средине и одрживог развоја?

Категоризација спортских манифестација у Србији

Ако се критеријуми за категоризацију великих међународних спортских такмичења⁹ примене на Србију, могу се добити следећи резултати. Од Универзијаде у Београду, у Србији је до 2014. године, одржан велики број међународних спортских такмичења. Постоји мало података који показују који је утицај спортских манифестација на БДП, као и колика је директна и индиректна економска добит, а није било значајнијих *капиталних инвестиција*. Углавном је све своди на значајније или мање значајније инвестиције у обнављању постојећих спортских и других пратећих објеката (пре свега хотелско-угоститељских).

За велика спортска такмичења (Универзијада, Европска првенства у рукомету, ватерполу; финале Девис купа, као и за европско првенство у фудзалу) је била велика покривеност домаћих и страних електронских и штампаних *медија*, преко друштвених мрежа, што је значајно утицало на позитивно утицало на промоцију Србије и Београда у иностранству), као и на упознавање, односно бољу промоцију наведених спортова. Са друге стране, сва међународна спортска такмичења, у другим местима у Србији су у домаћим медијима спорадично праћена и позната само оном кругу гледалаца који прате те спортске дисциплине¹⁰. Тако се може речи да је медијски утицај на ове остале спортске дисциплине био скоро занемарљив. Овде се мора поменути и туристичко промотивни утицај. Туристичка организација Србије има само у почетку значајнији утицај у промоцији, прилоком организовања промотивних путовања новинара из иностранства који су акредитовани на манифестацији. Појављује се и као део спонзорског пула. Туристичка организација Београда, код великих спортских манифестација, које се одржавају у Београду, има значајнији промотивни утицај, који се огледа и кроз организовање разних туристичких тура за госте (посетиоце, спортисте) манифестације.

Спортски утицај је у Србији и најизраженији. Постоје солидни услови за развој спорта (спортиста, врхунских спортских резултата, тренерско педагошку основу), који би већим улагањем у спортску инфраструктуру и базични спорт био још квалитетнији. Спортске манифестације имају утицај

⁹ Правилник о критеријумима категоризације спортова, мисаоних спортских игара и спортских вештина у Републици Србији (2009); Global Sport Impact (2012-2015)

¹⁰ Нпр. Војно првенство света у кросу (Апатин); европско појединачно школско првенство (Суботица); FIS слалом (Стара планина, Копаоник, Златибор, Мокра гора), Светско првенство асут савате за јуниоре (Кладово); европски куп за јуниоре софтбоул (Зајечар) и др.

и на промоцију и развој спорта (поготово спортских, мање познатих дисциплина), код млађе популације.

Друштвени утицај је код организовања спортских манифестација у Србији доста присутан, у позитивном контексту. Када се организује спортска манифестација, увек се говори о гостољубивости становништва у Србији. Социо културни контакти спортиста (такмичара), посетилаца из иностранства и домицилног становништва углавном имају позитиван и велики значај (путем волонтирања, угоститељске понуде и донекле туристичке). То такође утиче на добар имиџ, али има и потенцијалних елемената за негативан имиџ. Гостопримство, социо ултурни контакти и туристичка промоција нису довољни да се осим тренутног повећања туристичког промета (броја ноћења страних туриста), искористи прилика и за организовање туристичких посета (излета) ка туристички атрактивним просторима у Србији (ван градова домаћина великих спортских такмичења). То је препуштено самим посетиоцима.

Категоризација манифестација према Правилнику о класификацији и категоризацији манифестација у Србији

Осим великих спортских такмичења, издваја се и велики број традиционалних међународних спортских турнира, митинга и такмичења. На територији Србије, годишње се одржава око 2500 традиционалних манифестација. Од то броја око 400 је спортских (www.manifestacije.com).

На основу критеријума (Бјељац 2010; Бјељац и др 2013) издвојене су спортске (такмичарске и рекреативне) забавне и традиционалне спортске игре и вештине) манифестације, које могу представљати неки од видова туристичке понуде. Највећи део наведених спортских манифестација представља само допуну туристичког боравка посетилаца који су заинтересовани за неку од наведених врста спортова (посебно код спортско професионалних такмичења). Углавном се одржавају у Београду, Новом Саду, а мање у Нишу, Крагујевцу и другим већим урбаним целинама.

Међутим, постоје и спортске манифестације, које према локацији одржавања, аутентичном и разноврсном програму представљају самосталан туристички производ, значајан елемент туристичке понуде, али и представљају значајан туристички потенцијал (посебно ако су повезане са другим видовима туризма). Такође представљају и значајан туристичко промотивни елемент. На основу Правилника (Бјељац и др 2013), у раду је извршена категоризација спортских манифестација које су интересантне и

са туристичког аспекта. Издвајају се четири категорије, а укупан број је 100:

Прва: манифестације са најмање 75 бодова и представљају самосталну вредност и самосталан туристички производ

Друга: манифестације од најмање 45 бодова и представљају, значајан елемент туристичке понуде дестинације

Трећа: манифестације од најмање 30 бодова и представљају манифестације са значајним развојним потенцијалом

Четврта: манифестације са најмање 15 бодова, и то су манифестације у почетној фази развоја

Према извршеном бодовању, издвајају се традиционалне спортске манифестације које представљају самосталну вредност и самосталан туристички производ и припадају првој категорији туристичких манифестација у Србији. То су: Дунавска ТИД регата, (82 бодова), Дринска регата (79) и Весели спуст (75).

Дунавска ТИД регата (Tour international Danubien) је највећа и најдужа речна Регата на свету, траје 73 дана и превесла се 2455 км реком Дунав. ТИД-Регата је веома популарна у свету и поред учесника из подунавских земаља има учесника и са других континената. Учесници Регате су деца, одрасли и старије особе оба пола. Основна идеја и циљ Регате је здраво коришћење слободног времена, одржавање кондиције и општег здравља људи, неговање пријатељства међу људима, толеранција и поштовање различитих националности и вера, као и заштита и очување животне средине. Она у великој мери доприноси угледу и промоцији Републике Србије, јер управо страни туристи чине већину учесника ове Регате. Стартује сваке године из немачког града -Инголштата, последње недеље месеца јуна а завршава се у румунском месту Свети Ђорђе. Од друге половине јула, до прве недеље августа пролази кроз Србију. Траса Регате у Србији (станишта): Апатин, Бачка Паланка, Нови Сад, Стари Сланкамен, Београд, Смедерево, Велико Градиште, Добра, Доњи Милановац, Текија, Кладово, Брза Паланка. (www.manifestacije.com). Кајакашима се организују садржаји и програми, у којима их домаћини упознају са културом, историјом, фолклором, обичајима и туристичким потенцијалима градова и општина. Посете туристичким знаменитостима у местима стајалиштима су у организацији и под покровитељством општинских туристичких организација. У Србији је организатор Кајакашки савез Србије, а регата се одржава од 1956. године. Број посетилаца ове манифестације, буде и неколико десетина хиљада.

Дринска регата је најстарија манифестација туристичко-рекреативног карактера на реци Дрини која се одржава од 1995. године, у организацији С.Т.Ц. „Бајина Башта“ и Општина Бајина Башта у спомен на древну традицију дринских сплавара. Траје три дана. Бајина Башта-Перућац-Љубовија. Дринска регата је централна туристичко-рекреативна манифестација која би требало да представи туристичку понуду овог краја. Регата је најпосећенији догађај у Западној Србији и централна летња манифестација на води. За учеснике и посетиоце регате организује се разноврстан забавно музички и спортско рекреативни програм. Број посетилаца је неколико десетина хиљада. (www.manifestacije.com).

Весели спуст је дводневна манифестација, спортско-рекреативног, еколошког, туристичког и културно-забавног карактера у организацији Кајак клуба Ибар, града Краљева и Туристичке организације. Организује се од 1990. године. Траса регате је од средњевековног града Маглића до града Краљева. На овој спортско рекреативној регати учествује и до 10000 људи (www.manifestacije.com). Програми су забавно музичког карактера и спорско рекреативног карактера.

Ове три манифестације, иако се одржавају на рекама, представљају и вема важан елемент туристичке понуде Србије као дестинације на светском туристичком тржишту. Река Дунав је део Паневропске културне руте Трагом римских императора и Путеви вина; националне културне руте „Тврђаве на Дунаву“, а на његовим обалама су најзначајнији центри градског и културног, манифестационог (Београд, Нови Сад), риболовног као и наутичког туризма. Ту су и два национална парка (Фрушка Гора, Ђердап), као и значајни објекти геонаслеђа и биодиверзитета (заштићени природни простори). Река Дрина је карактеристична по спортско рекреативном риболовном и наутичком туризму, а поред њених обала налазе се планина Тара (национални парк), Ваљевско – Подрињске планине (Дивчибаре), Златар, као значајни центри планинског туризма у Србији, авантуристички, манифестациони (Вуков сабор) и др Мултикултуралност и мултиетничка структура у доњем току реке Дрине, значајни су и за развој културног туризма. Река Ибар је карактеристична по тзв рафтинг туризму, на њеним водама се одржавају значајна национална и међународна такмичења у веслању, кајаку и кануу, али спортско рекреативна такмичења. Долином реке Ибар иде и траса националне културне руте „Долина краљева у долини Ибра“(Нови Пазар-Рашка-Краљево), где су лоцирани манастири, утврђења и други културно историјски споменици из 14. и 15. века, простор где је формирана прва

српска држава (Бјелџац и др 2006; Терзић 2014; Terzić, Bjeljac, & Jovanovic R 2014; Terzic, Bjeljac, Jovicic, & Penjišević 2014).

У другој категорији, као манифестације које представљају, значајан елемент туристичке понуде дестинације, а издвајају се: Бицикличка трка кроз Србију (70); Фрушкогорски планинарски маратон и Међуопштинске омладинске спортске игре (тронеђа Србије, БиХ и Црне горе) (по 68); Београдски атлетски маратон (67); Љубичевске коњичке игре (66); „Трофеј Београда“¹¹ и Зобнатичке коњичке игре (по 61 бод).

Из ове групе се издваја *Бицикличка трка кроз Србију* (Tour de Serbie) Кроз Србију пролази Дунавска бицикличка рута која носи ознаку Euro Velo 6, што значи да се налази на траси Атлант – Црно море Европске бицикличке федерације (ЕСФ). Разноврсност рељефа Србије, поред рекреације за бицикliste аматере, траса је добра и за Међународну бицикличку трку „Кроз Србију“, основану 1939. Трка сваке године пролази другом рутом, при том и промовише туристички атрактивне дестинације у Србији.

Издавају се и спортске манифестације, старе спортске игре и вештине које по својој аутентичности и квалитетном програму представљају значајан туристички потенцијал, у контексту развоја недовољно развијених простора у Србији, путем развоја руралног туризма или презентацијом културног наслеђа. То су: Личка олимпијада (бања Јунаковић, Апатин) (49 бодова)¹²; Дани Станоја Главаша (Глибовац, Смедеревска Паланка)¹³ (34) и „Светско првенство“ у Банатским шорама (Томашевац, Зрењанин)¹⁴ (41 бод).

¹¹ Сва спортска такмичења која се одржавају као део „Трофеја Београда“ су обухваћена заједно.

¹² Традиционалне спортско – витешке игре, српског становништва досељеног из Хрватске (простор Лика, Кордун, Банија) на територију Бачке, засноване на испољавању снаге и вештине у дисциплинама: трка у врећама, вучење куке, скок у даљ из места, претезање штапа, надвлачење конопца, пењање уз стожину, обарање руку, бацање камена са рамена, уз презентацију старих обичаја, промоцију фолклора и гастрономије. Одржава се од 2010. године, 28. јуна (Видовдан). www.banja-junakovic.rs/licka-olimpijada/

¹³ Посвећена је Станоју Главашу (Глибовац 1763.,-Банчина 1815, хајдук, војвода Смедеревске нахије, заменик војводе Карађорђа у првом српском устанку против Турске). Програм обухвата: надметање за титулу харамбаше у дисциплинама: скок у даљ из места, бацање камена с рамена, борба на греди, обарање руку, надвлачење клипка и бацање потковице, наступе културно-уметничких друштава, позоришних уметника, познаваоца српске историје, етноизложбе. Одржава се од 2005. године (www.upoznajsrbiju.co.rs/manifestacija/,dani-stanoja-glavasa).

¹⁴ Стара пастирска игра на простору Баната, којој је сличан безбол (на основу аутобиографске књиге научника Михајла Пупина (од „Пашњака до научењака“) где се наводи да је лоптицу и правила у САД донео 1874. године и да је тако је настао безбол. По угледу на финала у безболу, америчком фудбалу и

Закључак

Спорт и туризам су у комплексној, узрочно последичној вези, као две, можда и најважније и економске индустрије, аки и појаве које имају и значајан утицај у социо културном и друштвено политичком животу на Земљи. Спортске манифестације су догађаји преко којих се највише манифестује сва та комплексност. Да би се то детаљније утврдила повезаност спорта и туризма, постојала је потреба да се изврши класификација и категоризација спортских манифестација. У свету, и у Србији, постоје истраживања која покушавају преко бројних критеријума да утврде који су то инструменти који би помогли да се измери утицај спортских манифестација (од локалног до глобалног нивоа) (GSI истраживање критеријума, односно, Правилник о категоризацији и класификацији манифестација) Нешто што је заједничко већини истраживања је издвајање економских, медијских, еколошких и друштвено социјалних утицаја. У Србији се као значајна издваја и географска група критеријума, а као јединствен у свету направљен је и Правилник о класификацији и категоризацији манифестација у Србији, са циљем да се издвоје традиционалне спортске манифестације које представљају и важан елемент туристичке понуде Србије. На основу тих истраживања издвајају се Дунавска ТИД регата; Дринска регата, Весели спуст,; Бицикличка трка кроз Србију.

Захвалност. Овај рад је део истраживања у оквиру пројекта 47007ИИИИ, финансираног од стране Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије

Литература

- Аврамовски, М (1996) *Маркетинг на големите манифестацији*, Институт за истражување на туризам при Факултетот за туризам и угостителство, Охрид
- Бјељац Ж (2006) Туристичке манифестације у недовољно развијеним просторима Србије, *Гласник Српског Географског Друштва* 86(1): 245-256.
- Бјељац Ж, (2010), Туристичке манифестације у Србији, Посебна издања Географског Института „Јован Цвијић“ САНУ, бр.82.
- Бјељац Ж Ђурчић Н (2007) Туристичке манифестације на простору Западног Поморавља, *Гласник Српског Географског Друштва*, 87(2): 228-240.
- Вјељас Ж., Ђурчић, Н (2010) Туризмолошка valorizacija etnografskih manifestacija u Srbiji; *Etnoantropološki problemi* 5(3): 227-242.
- Бјељац Ж, Ђурчић Н (2015) Манифестација или Догађај (EVENT) у туризмолошкој теорији и пракси, *HOTELLINK* 23/24, 140-148.
- Вјељас Ж, Radovanović М (2003) Sports Events as a Form of Tourist Offer, as Relating to the Volume and Character of Demand, *Journal of Sport tourism*, 8(4), 260-269.

- Bjeljac Ž., Terzić A., Petrović M.D. (2015) *Cultural routes – The development of new tourist destination in Serbia*, Book of proceedings of 3rd International conference, Sustainable Development of Tourism Market: International Practices and Russian Experience”, Stavropol state Agrarian university, Faculty of Social and Cultural Service and Tourism, Russia, 14-19.
- Бјелјац Ж, Штрбац Д, Пурчић Н (2006), Туризам у пограничном простору Србије према Босни и Херцеговини, *Зборник Географског факултета*, Београд 54 (163-182)
- Бјелјац Ж, Штепић С, Лазор М, Остојић М, Цветковић М и П. Луковић (2013) *Правилник о категоризацији и валоризацији манифестација у Србији*, Туризам и Манифестације-ТИМ Србије
- Brown, D. (2006). Olympics does not mean tourism victory. eTurbonews: eTN. Retrieved from www.travelwirenews.com
- Cater, E. (1993). Ecotourism in the third world: Problems for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 14(2), 85–90;
- Collins, A., Jones, C., Munday, M. (2009). Assessing the environmental impacts of mega sporting events: Two options? *Tourism Management*, 30, 828–837
- Daniels, M., Norman, W. (2003). Estimating the economic impacts of seven regular sport tourism events. *Journal of Sport Tourism*, 8, 214–222.;
- Fredline, E. (2005). Host and guest relations and sport tourism. *Sport in Society*, 8, 263–279.
- Getz, D (2008) Event tourism: Definition, evolution, and research *Tourism Management* 29, 403–428
- Gibson J.H, Kaplanidou K., Kang S.J (2012) Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism, *Sport management review*, 15: 160-170
- Kaplanidou, K., Vogt C, (2006). A structural analysis of destination travel intentions as a function of web site features. *Journal of Travel Research*, 45: 204-216.
- Gratton, C., Dobson, N., Shibli, S. (2000). The economic importance of major sports events: A case study of six events. *Managing Leisure*, 5: 17–28
- Hall, C., Hodges, J. (1996). The party’s great, but what about the hangover? The housing and social impacts of mega-events with special reference to the 2000 Sydney Olympics. *Festival Management and Event Tourism*, 4, 13–20.
- Higham, J. (1999). Commentary—Sport as an avenue of tourism development: An analysis of the positive and negative impacts of sport tourism. *Current Issues in Tourism*, 2(1), 82–90;
- Horne, W. (2000). Municipal economic development via hallmark events. *Journal of Tourism Studies*, 11(1), 30–36;
- Kim, N., Chalip L (2004) Why Travel to the FIFA World Cup? Effects of Motives, Background, Interest, and Constraints. *Tourism Management* 25:695–707.
- Lee, C., Taylor, T. (2006). Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: The case of 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26,595–603
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11, 459–475.
- Nogawa H, Yamaguchi Y, Hagi Y (1996) An empirical research on Japanese sport tourism in sport-foral-events: case studies of a single-night event and multiple-night event, *Journal of Travel Research* 35(2):45–55
- O’Brien, D., Chalip, L. (2008). *Sport events and strategic leveraging: Pushing towards the triple bottom line*. In A. Woodside & D. Martin (Eds.), *Tourism management: Analysis, behavior and strategy* (pp. 318–338). Wallingford, Oxford: CAB International
- Rydin, Y., Seymour, R., Lorimer, S. (2011). *Sustainability in the Sports Sector*. The UCL Environment Institute Seminar Series Report, September
- Škorić M (2014) *Sponzorstvo u sportu* <http://savremenisport.com/teorija-sporta/sportski-marketing/9/255/sponzorstvo-u-sportu>

- Smith, A. (2009). Theorising the relationship between major sports events and social sustainability. *Journal of Sport Tourism*, 14, 109–120
- Schumacher D (2003) *Preface* In S. Hudson (Ed.), *Sport and Adventure Tourism*. Binghamton: Haworth Press xvii-xxi
- Терзић А (2014) Перспективе развоја културне руте "Тврђаве на Дунаву" у функцији обogaћивања туристичке понуде Србије, едиција Посебна издања Географског Института „Јован Цвијић" СА, књ.88
- Terzić A, Bjeljac Ž, Jovanovic R (2014) *Zaštita, revitalizacija i upotreba nasleđa kroz sistem formiranja kulturnih ruta - evaluacija master plana Put Rimskih careva "Kultura"*, 143: 319-335
- Terzic A, Bjeljac Z, Jovicic A, I Penjišević (2014) Cultural Route and Ecomuseum Concepts as a Synergy of Nature, Heritage and Community Oriented Sustainable Development Ecomuseum „Ibar Valley“ in Serbia, *European Journal of Sustainable Development*, 3(2), 1-16.
- Turco, D. M (1998) Traveling and turnovers measuring the economic impacts of a street basketball tournament *Journal of Sport Tourism*, 5 (1), 227-241
- Walo, M., Bull, A., Breen, H. (1996). Achieving economic benefits at local events: A case study of a local sports event. *Festival Management and Event Tourism*, 4, 95–106
- Wilson, R. (2006). The economic impact of local sport events: Significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events. *Managing Leisure*, 11, 57–70.
- Zauhar, J. (2003). Historical perspectives of sport tourism. In S. Hudson (Ed.), *Sport and Adventure Tourism* (pp. 27-48). Binghamton: Haworth Press
- Ziakas, V. (2010). Understanding an event portfolio: The uncovering of interrelationships, synergies, and leveraging opportunities. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2, 144–164;
- http://www.wrestling-serbia.org.rs/pravilnici/kategorizacija_sp_grana (2009); преузето 15.05.2016
- Правилник за организацију такмичења „Трофеј Београда"* (2012), Спортски савез Београда; преузето 16.05.2016
- The Global Sport Impact project (2012); The Global Sports Impact Report 2015, A review of 2014.: Executive summary (2015). www.sporcal.com преузето 12.01.2016
- www.manifestacije.com преузето 17.06.2016.