

Спортскиот туризам и атрактивност на туристичката дестинација

Апстракт

Промовирањето на концептот на "Спортскиот туризам и атрактивност на туристичката дестинација", подразбира напуштање на дестинациската конвенционалност во понудата на различните туристички пазари и будење на тврдо поставената традиционалност која современиот турист веќе не ја препознава.

Жестоката конкурентност на денешниот меѓународен туризам и се посложените потреби кои динамиката на современото живеење ги наметна резултира со креирање на ист таков туристички производ кој под се поизострените критериуми на побарувачката станува се побогат. Појавата на специфичните облици на туризам претставува имплементација на нова концепција на развој на туристичката дестинација базирана врз принципот на одржливост и систематско истражување на пазарот. Додека бројот на меѓународни патувања континуирано расне и тоа со значајни стапки на раст - географската раширеност и бројот на патувања поврзани со спортот растат експоненцијално. Иако неговото препознавање во стручно - научната литература се јавува дури во деведесеттите години на минатиот век, а со тоа и посериозниот пристап во градењето на дестинациската политика за спортско - ориентирана понуда како резултат на некоја од неговите форми, нескромно е да се посочи симболиката на историскиот момент на зачетоците на туризмот, односно неговите аналогни форми, поврзани со тогаш најголемата спортска манифестација - античките олимписки игри. Апсолутната препознатливост на одредени дестинации како спортски без сомнение ја потенцира нивната атрактивност евидентирана преку континуитет на посетеност и раст на доаѓања и ноќевања консеквентно

Спортскиот туризам во нашата држава е отворена идеја, а не реализиран концепт. Проблемот за негова идентификација започнува уште во образовниот систем, што резултира со проблем на негово разбирање и примена во туристичката понуда која ја креираме. Ретко се случува да негови форми бидат дел од туристичкиот производ и тоа исклучиво како резултат на индивидуални заложби.

Идентификацијата на постоечките потенцијали, организациско поврзување на двата сектори спорт и туризам, перманентна едукациска инвестиција во човечки ресурси, висок истражувачки интензитет со соработка на спортската и туристичка теорија и пракса и пред се издигнување на генералната спортска и туристичка свест се дел од полињата за дејствување. Сето тоа треба да резултира со позиционирање на спортскиот туризам во македонскиот туристички производ како координиран и високо стандардизиран.

Клучни зборови: спорт, туризам, туристичка дестинација, спортски туризам, туристички производ, атрактивен туристички потенцијал

Sports tourism and the attraction of the tourist destination

Abstract

Promoting the concept of "Sports tourism and the attraction of the tourist destination" means abandoning the destination conventionality in the offer of different tourist markets and awakening of the hard positioned traditionalism which the modern tourist does not acknowledge anymore.

The fierce competition of the present day international tourism and the more complex needs imposed by the modern life dynamics resulted in creating the very same tourist product enriching under the influence of sharper criteria of the demand. The appearance of the particular form of tourism means implementing a new concept of development of tourist destination based on the principle of sustainability and systematic market research. Whilst the number of international travels continually increases with a remarkable rate of growth – the geographical spread and the number of travels connected with sports grow exponentially. Although its recognition in the expert-scientific literature appears yet in the 1990s, thus followed by a more serious approach in building a policy on sports-oriented offer as a result of some of its forms, it would be proper to indicate the symbolism of the historic moment of the origin of tourism, that is, its analogical forms, connected with a past greatest event - the Ancient Olympic Games. The absolute recognition of certain destinations as sports destinations, without any doubt emphasizes its attractiveness, evident through the continuity of visitation and the growth of arrivals and overnight stays consequently.

Sports tourism in our country is an open idea and not an implemented concept. The issue of its identification starts yet in the educational system, which results with a problem of understanding it and implementing it in creating the tourist offer. It is extremely rare some of its form to be a part of the tourist product and in cases it happens it is as a result of individual efforts.

What is set as an area of acting is identifying the existing potentials, organizational linking of both sectors sports and tourism, permanent educational investments in human resources, high level of research intensity with a cooperation between the sports and tourist theory and practice and, above all, raising the common sports and tourist awareness. All of this should result in positioning the sports tourism in the Macedonian tourist product as coordinated and highly standardized.

Key words: sports, tourism, tourist destination, sports tourism, tourist product, attractive tourist potential.