

РЕПОЗИЦИОНИРАЊЕ СРБИЈЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ¹

Владана Хамовић², Д. Цвијановић², Д. Бошковић³

Резиме. Туристичка делатност се сврстава међу најдинамичније и најпропулзивније привредне гране, са вишеструким мултипликативним ефектима. То туризму даје снажну покретачку функцију у широком спектру делатности. У значајније карактеристике савремене туристичке тражње, битне за развој туризма на руралним просторима свакако спада констатација да се проширује тражња ка неурбанизованим руралним и заштићеним природним пределима, планинама, бањама и селима са значајнијим здравствено-рекреационим и културно-историјским вредностима. Заједно са тим се повећавају и захтеви за еколошким квалитетом и здравствено-рекреативном функцијом рецептивних простора, који при томе морају да буду погодни за кретање, рекреацију и могућност примене жељених активности.

Одрживи туризам би морао да учини оптималним коришћење околишних природних ресурса, одржавајући битне еколошке процесе и помажући очувању наслеђа и биодиверзитета јер социо-културну аутентичност неке заједнице/домаћинства, штити њихово културно наслеђе и традиционалне вредности доприноси и разумевању и толеранцији других култура.

¹ Рад је рађен у оквиру пројекта „Мултифункционална пољопривреда и рурални развој у функцији укључења Републике Србије у ЕУ“ МНТР Владе Републике Србије и пројекта “ Конкурентност и компаративни одрживи рурални развоја Истре и Колубарског региона” у оквиру програма научно техничке сарадње Р. Србије и Р. Хрватске.

² Др Владана Хамовић, научни саветник, проф. др Драго Цвијановић, научни саветник, Институт за економику пољопривреде, Београд, Волгина 15, Србија, тел:+381112972863, e-mail:vladana_h@mail.iep.bg.ac.yu, drago_c@mail.iep.bg.ac.yu.

³ Проф. др Десимир Бошковић, Институт за пољопривреду и туризам, Пореч, Р Хрватска.

Кључне речи: развој туризма, туристичка тражња, рурални простори, еко туризам, органска храна

Светска туристичка кретања

Према прогнозама Светске туристичке организације, динамика светског туристичког промета у свету би 2010. године могла достићи једну милијарду туриста, док би 2020. године тај број износио око 1,56 милијарди туриста, уколико не дође до значајнијих поремећаја на тржишту туристичке понуде и тражње. Судајући по проценама Светског савета за путовања и туризам (WTTC), туризам је у 2001. години учествовао са 4,2% у светском бруто друштвеном производу, запосленост у привреди везаној за туризам чинила је 8,2% укупне светске запослености, учешће у укупном светском извозу износило је 12,8%, док је апсорбовање укупних инвестиција износило 9%.

При томе, предвиђа се да би туристичка потрошња могла износити преко две хиљаде милијарди САД долара (према данашњих 445 милијарди САД долара), и тиме учинила туризам водећом светском индустријом. Туристичка делатност се сврстава међу најдинамичније и најпропулзивније привредне гране, са вишеструким мултипликативним ефектима. То туризму даје снажну покретачку функцију у широком спектру делатности, који се све више укључује у приоритете привредног развоја бројних рецептивних земаља и њихових појединих делова. Ова предвиђања су заснована на годишњој стопи раста од 4,3% за путовања и 6,7% за потрошњу, што је много више од очекиваног раста од 3% годишње у светском БНП. Већ 1997. године приходи туризма учествовали су са нешто преко 8% у укупном светском приходу, а са готово 34% у укупном приходу од услуга. Таквом развоју туристичких кретања допринела је и могућност коришћења електронских информација о путовањима и могућностима резервација смештаја широм света.

Карактеристике савремене туристичке тражње

Мада неке процене указују да се око 75% укупне светске туристичке тражње усмерава ка природним вредностима и просторима, тешко је прецизније одредити колики се део огромног светског туристичког промета одлива ка руралним просторима (у 2006. години број учесника у међународним туристичким кретањима износио је око 846 милиона). Ако се има у виду, међутим, изражена селективност тражње, може се констатовати да се њен знатан део усмерава ка руралним просторима. Наравно, ово се односи на оне дестинације у којима се овај сегмент укупног туристичког производа налази на вишем нивоу развијености и организованости. У

значајније карактеристике савремене туристичке тражње, битне за развој туризма на руралним просторима свакако спада констатација да се проширује тражња ка неурбанизованим руралним и заштићеним природним пределима, планинама, бањама и селима са значајнијим здравствено-рекреационим и културно-историјским вредностима. Заједно са тим се повећавају и захтеви за еколошким квалитетом и здравствено-рекреативном функцијом рецептивних простора, који при томе морају да буду погодни за кретање, рекреацију и могућност примене жељених активности.

Богатство, очуваност и атрактивност природних ресурса, велики број традиционалних сеоских домаћинстава као и све већи интерес међународног туристичког тржишта за доживљајима руралног туризма и органском храном, прилично су чврста подлога за његов даљи развој у Србији. Одговорни и одрживи развој туризма задовољава потребе савремених туриста и слободу туристичких кретања, као и задовољење економских, друштвених и осталих потреба, али уз одржавање карактеристика природног и друштвеног окружења и културног наслеђа.

Стратешко позиционирање туристичке понуде Србије

Стратешко позиционирање туристичке понуде одређене дестинације у Србији се не може урадити у кратком року. Али оно са чим се већ располаже може се брзо употребити као брендинг туристичке дестинације и припремити за комерцијализацију како на домаћем тако и на међународном тржишту. Селекција је у рукама менаџмента туристичке дестинације и њихове ваљане процене о производима и корацима за њихову тржишну експлоатацију.

Основни правци даљег развоја у већини српских места су *планине и језера*, која већ имају значајну позицију у туризму Србије, посебно на домаћем тржишту, затим *бање*, јер су потенцијали многих бања, велики природни ресурси који се нужно морају валоризовати као и *рурални туризам*, зашта објективно постоје добре основе и где се са минималним улагањима и потребним адаптацијама, може кренути у комерцијализацију капацитета. Осим ова три основна вида туристичког деловања, постоје услови за развој *туризма посебних интересовања*, који за подлогу има богатство природног и антропогеног елемента на читавој дестинацији, што пружа велике могућности туристичке комерцијализације (спортски, ловни, риболовни, излетнички и рекреациони туризам, културно-историјски).

Да би у овим сегментима постала конкурентна у међународним размерама, Србија мора следити светске трендове и бити у стању да понуди атрактивне аранжмане током целе године. Управо с тога мора да се примени стратегија диференцијације и оригинална и необична искуства. Актуелни

приступ би могао да буде и комбинација понуде и заједничка промоција актуелних чинилаца понуде, на пример боравак на планини са одговарајућим садржајем боравка који укључује и посете оближњој бањи, ради друге врсте рекреације. Међутим, за дугорочан успех потребна су и велика финансијска улагања у саобраћајну инфраструктуру, комплетну модернизацију и/или реконструкцију смештајних објеката, односно читаву туристичку инфра и субструктуру туристичких центара и дестинација.

Кад је реч о тржишној стратегији, Србија би морала да се оријентише на тзв. фокус стратегију, а то значи да тежиште мора да стави на изабрана и за њу традиционално оријентисана тржишта, а посебно у регионалном окружењу.

Богатство, очуваност и атрактивност природних ресурса, велики број традиционалних сеоских домаћинстава, постепени раст животног стандарда домаће популације као и све већи интерес међународног туристичког тржишта за доживљајима руралног туризма, прилично су чврста подлога за развој његових кључних производа у целој Србији. Кључни производи **руралног туризма** су **агротуризам**, који уствари значи да неке локације са својом понудом пружају туристима прилику да се укључе у свакодневни сеоски живот са могућношћу посматрања или учествовања у традиционалним пољопривредним радњама. Овај вид туризма је код нас ипак у почетној фази и оријентисан је на домаће тржиште; затим, **еко туризам**, као вид туризма који подржава заштиту природних ресурса и изразито је популаран у земљама западне Европе, што указује да овај сегмент понуде треба и усмерити ка овим земљама; **етно туризам**, који подржава обичаје одређеног краја, традицију и навике и жели да их промовише кроз конкретне облике живота и **комбиновани облици руралног туризма** и специјалних интереса, што обухвата активност у природи, рекреацију и одмор (лов, риболов, планинарење, бициклизам, јахање, пешачење и сл.), али и обилазак значајних културних, историјских и археолошких карактеристика одређеног подручја. Дакле треба разликовати разне облике односно сегменте руралног туризма и прилагодити се оном чији се услови у највећој мери испуњавају.

Услови за развој екотуризма у Србији

Екотуризам као специфична тржишна опција руралног туризма и као део ширег концепта одрживог туризма, дефинисан је као одговорно путовање у области природе које чува животну средину и културне вредности и подржава благостање локалног становништва, представља велику развојну шансу за туризам Србије. Јер се туристички производ Србије управо заснива на разноликости природних и осталих ресурса, очуваности природне средине,

богатству културно-историјских споменика и гостољубивости становништва. Усвајање концепта одрживог развоја и управљање екотуризмом, уз коришћење искустава других земаља може допринети одговарајућем позиционирању Србије као екотуристичке дестинације на домаћем и иностраном туристичком тржишту.

Добро очувана природа представља једну од основних конкурентских предности развоја туризма Србије. разноврсност природних ресурса је додатни разлог да се развој екотуризма сматра важним средством одрживог развоја и конзистентним и дугорочним приступом у циљу постизања одрживости. Основу за развој еко туризма представљају заштићена подручја природе- пет националних паркова, три рамсар локалитета, један резерват биосфере, 120 резервата природе, 20 паркова природе, око 470 споменика природе као и 215 биљних врста и 427 животињских врста које су означене као природне реткости.

Неколико земаља је прихватило посебне стратегије еко туризма и неопходна је подршка од стране државе. Планови имају циљ да се усресреде на развој одговарајуће инфраструктуре туризма и на способност за развој туризма у областима природе уз високо уважавање руралног становништва. Аустралија и Бразил. Имајући у виду да је екотуризам растуће тржиште, владе широм света исказују растући интерес за привлачење пажње овом виду туризма.

Имајући у виду укупне ресурсе за развој екотуризма у Србији, садашње стање развоја, развојне амбиције и очекивана кретања на иностраном тржишту, влада би требало да донесе националну стратегију развоја екотуризма и дефинише основе за њену примену (Бугарска је то урадила). Посебно је важно да развој екотуризма у Србији треба да буде не само средство за постизање укупног одрживог развоја туризма већ и адекватан приступ за репозиционирање Србије као туристичке дестинације на међународном тржишту стварањем пожељног имица земље са богатим природним и културним ресурсима.

Туристички еко потенцијал - производња органске хране

Туристички потенцијали Србије је и производња здравствено-безбедне хране чије су еколошке предности довољно експлицитне, упркос свим претрпљеним спољним и унутрашњим утицајима.

Србија би могла да буде препозната као незагађена средина, еколошка оаза, која има око 80% потпуно незагађеног пољопривредног земљишта, што

би се могло сертифицивати врло брзо у органској пољопривредној производњи.

Према Organic Trade Assotiation, органска пољопривреда је целовит систем руковођења производњом који промовише и подстиче здраве афросистеме, биодиверзитет, биолошке циклусе, биолошку активност земљишта, једном речју, органска пољопривреда и органска производња подразумевају коришћење метода и средстава која су у складу са природом и која је не нарушавају ни у ком погледу.

Сертифициван производ органске хране подразумева да у његовом процесу производње нису коришћени пестициди, минерална ђубрива, хормони раста и адитиви, да није добијен генетски модификован производ, да у поступку прераде нису коришћени штетни додаци.

Органски производи заузимају тек око 1% светског тржишта хране, али је потражња за овим производима последњих година све већа, баш како расте и свест еколошки заинтересованих потрошача.

Економски развијене земље западне Европе, Америка, Канада и Аустралија имају развјену свести о повећању потражње за органским производима. У земљама западне Европе, просечан индекс раста потреба за органском храном се креће око 20-25% на годишњем нивоу, што значи да ће ускоро удео промета ове здравствене исправне и одговарајуће сертифициване хране бити чак и око 5%, што на светском нивоу значи достизање промета од око 100 милијарди долара.

Суштина је да земље развијене економије и индустрије имају загађеније пољопривредно земљиште које би се тешко могло квалификовати за органску пољопривредну производњу. С тога се увозе органски производи из земаља југоисточне Европе, што аутоматски асоцира на могућност нашег укључења у тражене токове.⁵

Србија идеје о еко туризму може да позиционира тако да експлицитно исказује своју оријентисаност према чистој природи и одрживом развоју туризма. Примарна органска пољопривреда производња је код нас почела да се прво развија у Војводини, али се сада сертифицивани производи могу наћи и у деловима централне и јужне Србије.⁶

⁵ Искоришћеност ових предности у туристичком смислу код нас, може се разматрати кроз понуду производа органске хране у нашим ресторанима и туристичким објектима. Али, осим неколико специјализованих ресторана у Београду, ретко се могу наћи јела органске хране у домаћем менију.

⁶ У неким земљама западне Европе, где је посебно развијен еко - рурални туризам, веома су атрактивне мале органске фарме, где туристи осим што се непосредно

Развој одрживог туризма у Србији

Поступци у вези управљања са одрживим развојем туризма су применљиви у свим облицима и у свим дестинацијама умајући у виду и масовни и сегментарне облике туризма. Принципи одрживости се односе на енвиронменталне, економске и социо-културне аспекте развоја туризма, а управо равнотежа ова три елемента обезбеђује дугорочну одрживост развоја туризма. Према томе, одрживи туризам би морао да учини оптималним коришћење околишних природних ресурса, одржавајући битне еколошке процесе и помажући очувању наслеђа и биодиверзитета јер социо-културну аутентичност неке заједнице/домаћинства, штити њихово културно наслеђе и традиционалне вредности доприноси и разумевању и толеранцији других култура. Тако, стварајући друштвено-економске користи, обезбеђује се дугорочно одрживо пословање које се распоређује на све интересне групе, укључујући и стабилно запослење, и могућност стварања прихода и социјално старање о осталим члановима домаћинства и тако доприноси смањењу незапослености и сиромаштва.

Многа места у Србији имају респектабилне ресурсе за развој одрживог туризма које треба да буду стављени у функцију не само тих места већ и много ширег окружења. Утолико пре што туризам има све предиспозиције, осим финансијских, да постане фактор даљег укупног развоја у Србији, нарочито ако се има у виду његово мултипликовано дејство на привреду. Највећи део природних и туристичких атрактивности тек треба да буде укључен у даље планове и програме развоја Србије, а затим и у све савремене туристичке и привредне токове у земљи. Са укључивањем бројних привредних делатности у дужем временском периоду, туризам може постати фактор стабилизовања и раста укупних економских и привредних активности. У свему томе важну улогу треба да има селективан, тржишно оријентисан, правилно координиран, стратегијски развој целе дестинације. На тај начин позитивни резултати који би морали да буду, и јесу императив туристичког и укупног привредног развоја, су реално и остварљиви.

У годинама које су пред нама, а посебно са аспекта уласка у заједницу земаља ЕУ, потребно је озбиљно приступити позиционирању сваке туристичке дестинације на туристичком тржишту која има објективних услова за то и то са аспекта, планинског, бањског и руралног туризма. У том погледу, један од приоритетних задатака који стоји како пред сваком дестинацијом која има услова за туристички развој тако и пред свим факторима туристичке понуде, да активно раде на изградњи имиџа, који би са једне стране лакше позиционирао туристичку

снабдевају, могу да учествују и у припреми, па чак и у самој производњи органске хране. Наравно, све је пропраћено оговарајућом инфраструктуром, као што је мрежа путева, ограде, разне украсне вегетације, потоци, мали водени базени, чиме се појачава и визуелна атрактивност органских фарми.

понуду одређеног краја према потенцијалним тржиштима, а са друге стране и заинтересовао потенцијалне туристе.

Закључак

Дакле, репозиционирање Србије као туристичке дестинације садржано је у следећем:

- дефинисање основних праваца даљег развоја туризма сходно испољеној туристичкој тражњи на домаћем и страном тржишту;
- богатство, очуваност и атрактивност природних ресурса, велики број традиционалних сеоских домаћинстава као и све већи интерес међународног туристичког тржишта за доживљајима руралног туризма и органском храном, прилично су чврста подлога за његов даљи развој у Србији;
- одговорни и одрживи развој туризма задовољава потребе савремених туриста и слободу туристичких кретања, као и задовољење економских, друштвених и осталих потреба, али уз одржавање карактеристика природног и друштвеног окружења и културног наслеђа.
- уз оптимално коришћење енвироменталних ресурса који се чине кључни за развој туризма, подстаћи производњу органске хране, одржавајући при томе битне еколошке процесе и помажући очувању природног наслеђа и биодиверзитета;
- обезбеђује одрживо дугорочно пословање стварајући друштвено-економске користи, равномерно за све интересне групе, што значи стабилно запослење, могућност стицања прихода и социјално старање за домаћинства, што би уједно утицало и на смањење сиромаштва;

Литература

1. DFV, "Nachhaltige Entwicklung: Tourismus und Umwelt"
2. Hamović, V., (2004), Kvalitet usluga i zaštita potrošača u turizmu, Besjeda, Banja Luka
3. Horner, S., Swarbrook, J., (2004), *International cases in tourism management*, Elsevier, London
4. <http://www.wttc.org/reports/wttc99ver1.3doc>
5. Ph. Kotler, Keller K. (2006), *Marketing menadžment*, Data status, Beograd

6. Vujović, S., (2005), *Stvaranje materijalne osnove nove turističke destinacije*, PMF, Novi Sad
7. Weaver, D., Lawton, L., (2008), *Menadžment u turizmu*, Data status, Beograd

Примљено: 14.07.2009.

Одобрено: 28.09.2009.

REPOSITIONING SERBIA AS A TOURIST DESTINATION

Vladana Hamović¹, PhD, Drago Cvijanovic¹, Ph.D., Desimir Bošković², PhD,

¹ Institute of Agricultural Economics, Belgrade, Serbia

² Institute for Agriculture and Tourism, Poreč, Croatia

Summary

Tourist activity aligns among the most dynamic and most propulsive economic branches, with multiple effects. It implies tourism's strong movable function in wide spectrum of activities. Among more significant characteristics of modern tourist demand, important for tourism development in rural areas, definitely inserts an observation that the demand enlarges towards non-urban rural and protected natural regions, mountains, spas and villages with more significant healthy-recreational and cultural-historical values. Parallel with that increase requirements for ecological quality and healthy-recreational function of receptive spaces, which must be appropriate for moving, recreation and possibility for applying chosen activities.

Therefore, sustainable tourism should make optimal utilization of surrounding natural resources, sustaining important ecological processes and supporting preservation of heritage and biodiversity, while socio-cultural authentication of specific community/household protects their cultural inheritance and traditional values and contributes to understanding and tolerance of other cultures.

Key words: tourist development, tourist demand, rural spaces, eco-tourism, organic food.

Author's Address:

Dr Vladana Hamović,
Institut za ekonomiku poljoprivrede
Volgina 15
Beograd, Republika Srbija
tel:+381112972863
e-mail:vladana_h@mail.iep.bg.ac.yu