

UTVRĐIVANJE MEĐUREGIONALNIH DISPARITETA U RAZVOJU TURISTIČKE PRIVREDE SRBIJE¹

Tamara Gajić, Aleksandra Vujko, Vesna Vugdelija Kočić
Visoka poslovna škola strukovnih studija u Novom Sadu

Rezime. U sveobuhvatnom privrednom razvoju mnogih država turizam je prepoznat kao značajna privredna delatnost, bitan izvozni proizvod i pokretač celokupnog ekonomskog razvoja. Razvoj turističke privrede doprinosi regionalnom razvoju, a radna mesta otvaraju se čak i u područjima industrijskog i ruralnog nazadovanja, te onih područja koja prolaze kroz urbanu obnovu. Drugačije rečeno turizam je agens oživljavanja mnogih privrednih i neprivrednih delatnosti, te razvoja nedovoljno razvijenih područja i stimulacije zapošljavanja i posebno značajan faktor u daljem razvoju ekonomskih odnosa sa inostranstvom. Saznanje o postojanju dispariteta u turističkom razvoju u svetu nametnulo se i pri koncipiranju ovog istraživačkog poduhvata kao aktuelne teme, a u radu se prikazuje prividnost turističke samostalnosti svake regije u Srbiji, te se ukazuje na značaj međuregionalnog povezivanja u cilju učvršćivanja pozicije Srbije kao potencijalne turističke destinacije na evropskom i svetskom turističkom tržištu. U radu su izneti podaci dobijeni istraživanjem sekundarnih publikacija i statističke dokumentacije.

Ključne reči: turizam, regionalna razvijenost, Srbija.

1. Uvod

Prema izveštajima WTO (Svetska Turistička Organizacija) u 2008. godini zabeleženo je 808 miliona međunarodnih dolazaka, te 682 miliona dolara ukupnog svetskog prihoda što predstavlja 40% svetskog izvoza. Čak 11% svih kapitalnih investicija u svetu usmeri se u turizam, te je prema tome ovo najjača industrija sveta i za mnoge zemlje značajan izvozni proizvod. To potvrđuje i pretpostavka da će se broj dolazaka i prihodi od svetskog turizma udvostručiti do 2015. godine, što dodatno povećava važnost turizma kao privrednog sektora. Turizam je oduvek bio i ostaće jedan od sektora privrede gde se Srbija najdirektnije suočava sa svetom u ekonomskom, političkom, društvenom i kulturnom pogledu, te je samim

¹ *Stručni rad: Primljeno u redakciju 14.02.2014, prihvaćeno za objavljivanje: 6.06.2014*

tim turizam i doprineo afirmaciji svih privrednih sistema. Permanentno omasovljavanje turističkog prometa čini jedan od osnovnih pečata savremene civilizacije, dok turistička kretanja postaju sastavni deo svakodnevnog života velikog dela populacije. Poslednje decenije dvadesetog veka su stvorile za inostrani turizam Srbije vrlo nepovoljnu konstelaciju u kojoj su postali evidentni svi dugoročnije akumulirani problemi u samom turizmu, a još više problemi njegovog nedefinisanog mesta i uloge u privredi i društvu kao celini.

Do stagnacije razvoja turizma u Srbiji i plasiranju na međunarodnom turističkom tržištu dolazi upravo u vreme kada druge evropske zemlje uglavnom beleže visok nivo turističke razvijenosti, kod kojih je turizam ujedno i doprineo razvoju nacionalnih ekonomija zemalja i njihovih regiona, te postao snažan faktor međunarodnih ekonomskih odnosa i agens oživljavanja celokupne privrede. To dalje upućuje na zaključak da razlozi ovakvog položaja Srbije na međunarodnom turističkom tržištu stoje u kauzalnom odnosu sa dinamikom razvoja turističke ponude, njenog kvaliteta i dostignutog stepena konkurentnosti na tržištu.

Generalno posmatrajući Srbija je zemlja bogata turističkim resursima, ali do sada nije pronađen pravi način na koji bi se sve te vrednosti valorizovale i prezentovale na turističkom tržištu. Zna se da su turistička kretanja u masovnijem obliku zastupljena u gradskim, banjskim i planinskim područjima, ali se mora istaći nužnost snažnijeg povezivanja svih regija u cilju prosperitetnijeg turističkog razvoja. Primat se daje prelivanju turističkih kretanja iz visoko razvijenih receptivnih i emitivnih područja u ona područja sa najslabijom razvijenošću kada je turistički sektor u pitanju. Na taj način će se smanjiti razlike u razvijenosti turističke privrede, ali i u drugim segmentima privrede koje su komplementarne turizmu. Pozitivni uticaji biće osetni u svim sferama života počevši od ekonomskih, socijalnih, kulturnih i sl., ali će na taj način visoko razvijene oblasti Srbije uticati na dalje omasovljavanje turizma i prezentovanje države na svetskom turističkom tržištu, otkrivajući delove zemlje ili turističke proizvode koji do tada realno nisu imali ekonomskih i drugih uslova za ulazak u turističku ponudu.² Za sada se može govoriti samo o parcijalnom turističkom uspehu koji je zapravo samo prividan, a isto tako se sa sigurnošću može tvrditi da će se najveći uspeh postići kada se dostigne i veći stepen međuregionalne turističke povezanosti.

² Gajić, T.: Turizam u funkciji intenzifikacije privrednog razvoja receptivnih i emitivnih područja – primer Južnobačkog okruga, Industrija, Beograd, 3/2010, str.139-155. (2010)

2. Pregled literature i vladajućih stavova sa osvrtom na određujuće faktore i značaj razvoja turizma pojedinih regija Srbije

Turizam nastaje i razvija se u prostoru samo onda kada su ispunjeni svi uslovi da ljudi napuste mesto stalnog boravka i provedu izvesno vreme u nekom turističkom mestu ili putovanju. Određujući faktori razvoja turizma su različite prirode, a savremena turizmologija razlikuje dve vrste determinanti (faktora): objektivne (racionalne) i subjektivne (iracionalne). Bitno je istaći da je ukupnost racionalnih i iracionalnih faktora jedinstvena celina³. Oni su smešteni unutar društveno-političkog sistema i ekonomskog okvira konkretne zemlje ili regiona i vrše neposredan, širok, raznovrstan i odlučujući uticaj na sve aspekte turizma u njegovom pulsiranju i razvoju. U objektivne determinante spadaju: životni standard, fond raspoloživog slobodnog vremena, proces urbanizacije i turistička ponuda, dok se u subjektivne determinante ubrajaju: turistička tradicija i kultura, pomodarstvo, oponašanje, snobizam i dr. Da bi se utvrdio stepen razvijenosti turizma u svakoj regiji, potrebno je osvrnuti se na navedene racionalne i iracionalne faktore, što je jedno zahtevno i kompleksno istraživanje, kako ekonomskih tako i socioloških nauka (Goodwin, 2007). Ono na čemu se primarno zasniva tema ovog rada je uvid u postojeću međuregionalnu nejednakost po pitanju razvijenosti turističke privrede, osvrćući se samo na osnovne pokazatelje disproporcionalnog turističkog razvoja. Turistički proizvodi Srbije krajnje uprošćeno shvaćeni su kao deo njene regionalne turističke ponude, predstavljaju krajnji rezultat međusobno povezanih i usklađenih postupaka unutar kojih se vrši kvantitativno-kvalitativni preobražaj turističkih sirovina ovog prostora u njegovo turističko bogatstvo, odnosno regionalnu turističku ponudu Srbije, a zatim u opšti turistički proizvod. Faktori koji nisu u formiranom lancu faktora regionalne turističke ponude tj. u opštem turističkom proizvodu ne nalaze se pod dejstvom mera turističke politike.

Zakovitost kvantitativno-kvalitativnog nepodudaranja sastavnih delova turističkog bogatstva utvrđena je kod svih regija u Srbiji. Sa kvantitativnog stanovišta primat je na strani prirodnih atraktivnih faktora, a po kvalitetu on pripada društvenim faktorima. Međutim, uprkos svom resursnom bogatstvu, slaba razvijenost komunikativnih faktora

³ Hall, C.M.: *Tourism and Regional Competitiveness, Developments in Tourism Research, Advances in Tourism Research Series*, Elsevier, The Netherlands, pp. 217-233. (2007)

onemogućava intenzivno iskorištavanje turističkih potencijala svih regija Srbije. Mogućnost vezivanja turističkih kretanja za prostore sa rekreativnim i atraktivnim sadržajem unutar države uslovljeno je opštom političkom situacijom te zemlje.⁴ U situaciji kada je naglašen primat političkih na štetu preostalih objektivnih i subjektivnih određujućih faktora i inicijativnih turističkih aktivnosti stanovništva, vrednost kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja turističke tražnje je gotovo u potpunosti degradirana. Mora se istaći da Srbija do sada nije predstavljala značajno područje turističke tražnje, ali nezavisno od ovih činjenica zbog svojih realno postojećih pozitivnih karakteristika Srbija će postati potencijalna turistička destinacija, a to treba vezati za ogromnu neiskorištenu turističku ponudu koja tek treba da bude plasirana na turističko tržište.

Turistički kvalitet prostora regija Srbije zavisi od prirodnih i društvenih faktora koji čine turističko bogatstvo. To bogatstvo povezano sa saobraćajem, prihvatnim, posredničkim i organizacionim faktorima kao i ostalim delovima ekonomske infrastukutre i suprastrukture u funkciji turizma određuje vrednost nekog prostora za razvoj turističko-rekreativnih aktivnosti. Pretpostavka za postizanje optimalnih rešenja jeste prethodna regionalizacija prostora i rangiranje i određivanje funkcija turističkih regija odnosno njihovo konstituisanje unutrašnjih struktura. Nužnost racionalnog postupanja i krajnjeg ekonomiziranja putem definisanja namene površina na regionalnim načelima je objektivna. Regionalni pristup planiranja turističkog razvoja i prostora stvara najpovoljnije mogućnosti da se postignu optimalni odnosi, kako unutar pojedinih turističkih regija, tako i između različitih turističkih regija.⁵ Bitno je istražiti teritorijalne celine ili regije turističkog bogatstva, materijalne osnove turizma i ostalih delova ekonomske infrastrukture. Granica turističke zone je tamo gde dolazi do slabljenja onog faktora koji je bio najuticajni za određivanje granice ili tamo gde se mešaju uticaji sa drugim zonama.

Sagledavanjem različitosti među regionima ujedno se ispituje postojanje njihove međusobne povezanosti u određenim segmentima (Inskeep, 2004). Opredeljenje za istraživanje regionalnog turističkog razvoja na primerima regiona koji su različiti po: turističkom prometu, broju turističkih kapaciteta, radnom potencijalu i drugim bitnim svojstvima i ekonomskim činiocima značajnim za razvoj, pruža bogatu empirijsku građu za proveru i verifikaciju kako teorijskih stavova, tako i drugih usvojenih analitičkih

⁴ Shafer, E.: *Tourism Analysis*, *Tourism Management*, 8(2), p. 179-182. (1997)

⁵ Stephenson, M.: *The Socio-Political Implications of Tourism*, *Developments in Tourism Research*, *Advances in Tourism Research Series*, Elsevier, p. 171-184, The Netherlands. (2007)

metoda, sa naglaskom na otkrivanje onih činilaca koji su bitni za razvoj i na način njihovog međusobnog povezivanja.

3. Analiza regionalne turističke razvijenosti Srbije

Neravnomernost u razvoju se, po pravilu, zapaža u svim zemljama sveta. Njen najčešći izraz je odnos između razvijenih i nerazvijenih regiona. Ova dva tipa regiona daju sliku dualističke regionalne strukture. Neravnomernost u teritorijalnom turističkom razvoju Srbije vuku korene iz prošlosti, a uglavnom su uslovljene polarizacijom turističke privrede. Međutim, da bi se objasnio neravnomeran razvoj u Srbiji, nije potrebno vraćati se u prošlost i insistirati na korenima zaostajanja u turističkom razvoju, jer to na prvi pogled izgleda deplasirano. Ispitivanje prošlosti bilo bi potrebno tek da se ustanove primarni uzroci zaostajanja i da se utvrdi zašto se neravnomernosti u razvoju, uprkos opsežnim ulaganjima, u razvoj produbljuju.⁶ Osnovna teorija regionalnog turističkog razvoja polazi od činjenice da se razvoj ne događa svuda i u isto vreme. Jedanput stečena prednost pokazuje težnju da se trajno zadrži. Pokretačke snage turističkog razvoja pokreću kumulativan proces razvoja udaljavajući se od drugih regiona, koji su zaobiđeni. Iz toga proizilazi zaključak da zakonitost nije uspostavljanje teritorijalne ravnoteže razvoja. Ali, ako je tačno da je u regionalnom razvoju reč o dijalektičkom procesu u kome je polarizacija do određenog stepena neizbežna i ekonomski opravdana, onda je stvar ocene da li je razvoj čitave turističke privrede dostigao onu tačku kada efekat širenja, ne samo iz socijalnih nego i iz ekonomskih razloga, dobija prednost. U tom slučaju svi faktori zaostajanja turističkog razvoja morali bi naći rešenje u jednoj sveobuhvatnoj regionalnoj politici, koja bi se u svojoj biti suprostavila daljoj polarizaciji među regionima. U okviru takve politike bi trebalo istaći ciljeve razvoja, koji su zapravo duboko ukorenjeni u turizmu i ekonomiji i vrlo jednostavno formulisani (Mathieson, 2006). Oni predviđaju da se u procesu turističkog razvoja svi regioni brzo razvijaju, a da se međusobne razlike postepeno sužavaju, odnosno da u perspektivi potpuno iščeznu. Iako ciljevi na neki način ukazuju i na to da pod ravnomernim razvojem ne treba podrazumevati nivelaciju razvoja i po svaku cenu dovođenje do prosečnih stanja, on ipak ne predviđa vreme kada bi se te razlike mogle smanjiti, a pogotovo nestati. Zbog toga formulacija ovako postavljenog cilja predstavlja istovremeno njegovu i snagu i slabost. Snaga je u tome što je cilj u svom osnovnom značenju dovoljno određen da u sebi sadrži čvrste ekonomske i političke obaveze.

⁶ Haulot, 1995

Slabost ovako formulisanog cilja je u njegovoj nedovoljnoj preciznosti i razrađenosti. Ne postoji vizija o vremenu u kome bi trebalo da dođe do izjednačavanja turističkog razvoja u regijama, ali se postavlja pitanje kako uticati na smanjenje velikih razlika u razvijenosti turističke privrede u regijama Srbije.⁷ Vremenski horizont se ne može tretirati kao plansko-tehničko pitanje, a izjednačavanje u smislu šansi je dugoročan proces, koji se ne može shvatiti kao beskonačno odlaganje, dalje produbljivanje jaza ili zadržavanje sadašnjih jako izraženih međuregionalnih razlika. U pitanju je da li izjednačavanje u materijalnom razvoju treba postaviti kao cilj ako je neravnomernost istorijsko nasleđe koje se ne odnosi samo na materijalnu, nego je ta neravnomernost možda i veća u domenu obrazovanja, zaposlenosti i ekonomske strukture stanovništva. Osim toga, turistički razvoj se ostvaruje u veoma različitim kombinacijama među strukturama, tako da svako konkretno globalno područje predstavlja određen, a poseban sklop neravnomerno razvijenih struktura. Takva neravnomernost se ostvaruje i u vremenu i u prostoru. Ako se neravnomernost javlja u prostoru, dolazi do neravnomernog razvoja među regionima, čiji su uzroci dvojake prirode: jedne sačinjavaju prirodni uslovi, a druge uslovi društvene sredine, odnosno kontakti među regionima, koji ne predstavljaju samo uslov neravnomernog razvoja već ujedno i uslov za razvoj uopšte. U kojoj je meri neravnomernost u turističkom razvoju regiona više naglašena, utoliko interpretacija razvijenosti stvara veće teškoće, jer su i dimenzije razvijenosti različite. Te dimenzije je moguće sagledati: preko dimenzija koje izražavaju faktore od kojih zavisi opšta društvena, ekonomska i turistička razvijenost, te preko dimenzija koje ove razvijenosti definišu kao stepen zadovoljenja ljudskih potreba. Ova je podela uslovna, s obzirom na to što se i zadovoljenje ljudskih potreba može smatrati jednim faktorom koji utiče na opšti nivo društvene, ekonomske i turističke razvijenosti. Treba imati u vidu da pojedini faktori dobijaju različit značaj u pojedinim istorijskim fazama, ali nije isključeno da bi se i naše društvo trebalo nalaziti u fazi kada turistički razvoj zavisi od ljudskog faktora koji isključuje sposobnost ljudi, njihovo znanje, smisao za organizaciju itd. Od tih vrednosti sve više zavisi ekonomska, politička, privredna stabilnost zemlje i zato ih je potrebno afirmisati, jer ljudski faktor još uvek zaostaje za materijalnim faktorom u regionalnim istraživanjima. Činjenica koja se ne može negirati jeste da je do produbljivanja jaza među regionima Srbije došlo i da je taj proces isuviše naglašen.

Pri realizaciji primarnog cilja o ravnomernijem turističkom razvoju regiona neophodno je izvršiti izbor prioriteta u razvoju, a pri tome imati u vidu faktor vremena, jer se svi procesi odvijaju u vremenu pa je vremenski horizont od posebnog značaja za svesnu koordinaciju i usmeravanje tih

⁷ Gajić, 2009

procesa. Što se razvoj dinamičnije odvija, to se i uloga vremena sve više povećava. Mogućnost sagledavanja ekonomske racionalnosti zavisi od izabranog vremenskog horizonta. Kada taj horizont nije kratak ekonomski je efikasnija ona varijanta koja je u skladu sa dugoročnim povećanjem stope rasta produktivnosti rada, a ne ona koja obećava kratkoročna rešenja u materijalnom smislu i kratkovremene uštede. Vremenske neusklađenosti u tome mogu biti uzrok narušavanja ravnoteže, koja je uslov za nesmetani proces ekonomskog razvoja. Vremenski horizont pojedinog područja valja prilagoditi inherentnom logičnom ciklusu vlastitog razvoja. S tim u vezi treba reći da dugoročan pristup razvoju mora biti u kontinuitetu (Bowen, 2000). No značajan faktor razvoja kao što je zaposlenost u turizmu ne može se dugo odlagati. Kako se neravnomernost u razvoju ne može dugo tolerisati, to se vremenska komponenta za aktiviranje ovih faktora i raspolaganje minimalnim uslovima da se taj proces pokrene mora utkati u prioritete razvoja. To se nije činilo dosada, a sami ciljevi razvoja predstavljaju složeno ustrojstvo raznorodnih pojava ili potreba. Oni se ostvaruju u vremenu i prostoru, te ukoliko ciljevi imaju dugoročan karakter za njihovo sprovođenje treba imati u vidu makroekonomsku zonu. Ukoliko ciljevi imaju srednjeročan karakter, treba da se oslanjaju na mrežu ekonomskih regiona. To u osnovi podrazumeva da su regioni po teritoriji granični ili su ako nisu onda im strukture odgovaraju tom aspektu razvoja. Pri takvom uslovu regioni postižu određene efekte, a mogli bi podsticati i prioritete u razvoju. Postigao bi se i racionalniji razmeštaj proizvodnih snaga, za čije je usaglašavanje neminovno povezivanje granskog i regionalnog razmeštaja, čime se daje prednost teritorijalnom širenju aktivnosti u svim regionima, a od posebnog je značaja što težnja ka ravnomernijem razvoju doprinosi i povoljnijem razvoju šire društvene zajednice. Time se takođe svesno ide na opredeljenje teritorijalne raspodele rada, koja odražava sposobnosti i mogućnosti svakog regiona u prevazilaženju neravnomernog turističkog i privrednog razvoja. Za regione je bolje da razvijaju turizam, jer je to aktivnost koja će obezbediti dinamičniji razvoj celokupne privrede. Međutim, za neke regije je značajnije da razvijaju primarne delatnosti ukoliko su to njihove perspektive, dok je u svim drugim regionima neophodan brži razvoj tercijarnog sektora, jer osim što ovaj sektor zaostaje u svim regionima, njegovo aktiviranje dovodi do značajnih pokretanja mnogih privrednih procesa. Nužno je da dođe do aktivnog angažovanja svakog regiona u razvoju, što je u krajnjoj instanci i preduslov za realizaciju postavljenih ciljeva na međuregionalnom turističkom planu. Neravnomernost verovatno neće iščeznuti, ali će se uvideti značajnije povećanje razvijenosti i smanjivanje jaza među regionima.

U ovom delu rada izvršiće se uporedna analiza turističke razvijenosti regiona Srbije. Može se uočiti da postoje značajne disproporcije među regionima u turističkom prometu. Osnovni smisao regiona sastoji se u

tome da oni predstavljaju optimalni teritorijalno-geografski, analitičko-planski okvir, odnosno sredstvo zajedničkog rešavanja i usmeravanja kompleksnih pitanja turističke regionalne razvijenosti. Za sva pitanja sa regionalnog aspekta može se utvrditi da od rešavanja problema na regionalnom nivou zavisi bolje funkcionisanje privrede na području regiona i povoljniji društveno-ekonomski razvoj društvene zajednice. Na regione treba gledati kao na objekte privrednog razvoja i kao teritorijalne segmente celokupne turističke privrede. Turistički region treba da pokriva određene delove teritorije među kojima treba da se uspostavi čvrsta uzajamna povezanost i organizovanost. Bez ovakve teritorijalne podele teško se prevaziđu svi problemi nerazvijenih delova koji predstavljaju manifestaciju poremećaja racionalne teritorijalne strukture privrede sa posledicama koje nisu samo ekonomske. Region treba da bude dovoljno snažan da na osnovu raspoloživih resursa može da razvija turističku delatnost. Nastoji se postići optimalna prostorna ravnoteža.

Tabela 1. Turistički promet, te ostvarena noćenja u Srbiji za period od 2003 - 2008. godine (hilj.)

Godina	Republika Srbija					
	Ukupno	Centralna Srbija	Vojvodina	Ukupno	Centralna Srbija	Vojvodina
	dolasci			noćenja		
	Ukupno					
2003	1998	1752	246	6685	5999	686
2004	1972	1733	239	6643	5957	686
2005	1989	1728	261	6499	5764	735
2006	2006	1739	267	6592	5869	723
2007	2306	1992	314	7329	6494	835
2008	2266	1936	330	7334	6453	881
	Domaći turisti					
2003	1659	1462	197	5893	5318	575
2004	1580	1397	182	5792	5223	568
2005	1536	1345	191	5507	4926	581
2006	1537	1348	189	5577	5019	558
2007	1610	1394	216	5853	5249	604
2008	1620	1394	226	5935	5286	649
	Strani turisti					
2003	339	290	49	792	681	111
2004	392	335	57	851	733	118
2005	453	383	70	992	838	154
2006	469	391	78	1015	850	165
2007	696	598	104	1476	1245	231
2008	646	542	104	1399	1167	232

(Izvor: Statistički godišnjak Srbije, Republički zavod za statistiku, Beograd).

Tabela 1. daje prikaz ostvarenog turističkog prometa u pojedinim delovima Srbije za određene godine. Inače ovaj pokazatelj turističke

Utvrđivanje međuregionalnih dispariteta
u razvoju turističke privrede Srbije

razvijenosti je najmerodavniji, jer omogućava uvid u trenutno stanje, tačnije dostignuti stepen turističke razvijenosti, kao i moguća predviđanja budućeg razvoja turističkih kretanja na prostorima Srbije. Međutim, tabela 2. daje uvid u teritorijalnu nesrazmernost u razvijenosti turističkih kretanja ili tačnije ukazuje na one delove Srbije koji privlače najveću turističku tražnju već dugi niz godina. Uočava se da su najposećeniji gradski centri, planine i banje, sa jedne strane zbog kvaliteta i kvantiteta turističke ponude, ali i iz drugih ekonomskih, društvenih i političkih razloga i stepena razvijenosti koji se teži održati, te slabog razvijenog sistema upravljanja turističkim razvojem ostalih područja države i nezainteresovanosti vladajućih sistema i investicionih subjekata. Činjenica je su osamdesete godine bile najuspešnije po pitanju razvijenosti turizma, a tadašnja Jugoslavija imala je dobru poziciju na tržištu u Evropi. Zahvaljujući svojim turističkim atraktivnostima koje predstavljaju trajne faktore razvoja. Nakon te godine dolazi do velikih oscilacija i stagnacije u razvoju inostranog turizma u Srbiji, što upućuje na zaključak da su takva kretanja delom i rezultat pomanjkanja odgovarajuće dugoročne, smišljene i konzistentne politike razvoja turizma u Srbiji.

Tabela 2. Ostvareni turistički promet / noćenja turista u pojedinim regijama Srbije (2008. godine).

Ukupno	Glavni centri	Banjska mesta	Planinska mesta	Ostala turistička mesta	Ostala mesta
2266/7344	772/1418	366/2368	449/1912	577/1378	102/258
Ležaji					
Ukupno	Glavni centri	Banjska mesta	Planinska mesta	Ostala turistička mesta	Ostala mesta
116182	18530	42243	21782	25051	8576

(Izvor: Statistički godišnjak Srbije, Republički zavod za statistiku).

Broj zaposlenih predstavlja nemonetarni pokazatelj turističke razvijenosti. Ovaj indikator pokazuje uključenost radnog potencijala u stvaranje materijalnih i duhovnih vrednosti regiona. Zaposleno osoblje sve više predstavlja polugu razvoja i svojim sposobnostima doprinosi iskorišćavanju proizvodnih kapaciteta i visini postignutih efekata, a ti su efekti najsloženiji za analizu.

Sve ljudske delatnosti su teritorijalizovane i nije moguće uspostaviti interregionalnu uskladenost između bilo kakvih teritorijalnih jedinica. U tabeli 3. dati su osnovni pokazatelji regionalne turističke razvijenosti, odnosno regionalne raspoređenosti radnog potencijala, smeštajnih kapaciteta, te ostvarenog prometa za 2005. godinu. Nameće se potreba dubljeg istraživanja dualističke uloge radnog potencijala. Na jednoj strani

radni potencijal je sastavni deo proizvodnih snaga, a na drugoj strani sastavni deo stanovništva. To njegov razmeštaj čini kompleksnijim. Kao faktor proizvodnih snaga radni potencijal istupa kao sredstvo socio-ekonomskog razvoja, a kao faktor dela stanovništva – kao cilj tog razvoja. Razmeštajem se treba postići upravljanje osnovnim funkcijama radnog potencijala, a to su: proizvodna, potrošačka, i reproduktivna funkcija. Nameće se potreba da razmeštaj radnog potencijala bude u funkciji i proizvodnih snaga i stanovništva, a osim toga, da se funkcionalnost radnog potencijala usaglasi sa širom zajednicom i njenim segmentima. U osnovi region je otvoren sistem, a otvoren sistem je i kategorija radnog potencijala. Zbog toga razvoj regiona ne zavisi samo od njegovih unutrašnjih procesa nego i od spoljnjih, a to je svojstveno i kategoriji radnog potencijala. U tom smislu razmeštaj radnog potencijala po regionima, kao spona jednog otvorenog sistema sa drugim otvorenim sistemom, pozvan je da obezbedi podudarnost elemenata proizvodnih snaga, sa jedne i onih u funkciji stanovništva, sa druge strane. Zbog toga je potrebno sagledati ekonomske mogućnosti regiona i raspoloživost radnog potencijala regiona, da bi se ustanovile najpogodnije mogućnosti za razvoj od kojih su: da racionalan razmeštaj radnog potencijala utiče na porast produktivnosti rada, da se prema potrebama privrede opredeljuje obim radnog potencijala i da perspektiva razvoja regiona treba da se zasniva na budućim, a ne trenutnim potrebama, jer je tempo ekonomskog razvoja uslovljen kvalitetom radnog potencijala, a razvoj proizvodnje je u uskoj zavisnosti sa obezbeđenjem radnih mesta i iskorišćavanjem radnog potencijala. A kako mesto svakog regiona u društvenoj podeli rada ne zavisi od njegovih resursa, nego i od njegove konkurentske sposobnosti po nivou efektivnosti sa resursima drugih regiona, to racionalan razmeštaj radnog potencijala i stepen njegove iskorištenosti u velikoj meri doprinose bržem ekonomskom razvoju.

Tabela 3. Osnovni pokazatelji regionalne turističke razvijenosti za 2005. godinu
(turistički promet, broj tur. objekata, br. zaposlenih, broj sedišta i ležaja, te ostvareni promet u hilj. din.).

Region	Broj Turista	Broj objekata	Broj zaposlenih	Broj ležaja	Broj sedišta	Promet u hilj. din.
Republika Srbija	1988469	1928	35684	87325	269998	14724583
Centralna Srbija	1727966	1401	30474	79686	217235	12786080
Vojvodina	260503	527	5210	7639	52763	1938503
Grad Beograd	674785	453	9960	12817	57771	5979408
Severnobački	45712	80	677	1032	6965	291727
Srednjobanatski	29438	48	518	577	5223	193979

Utvrđivanje međuregionalnih dispariteta
u razvoju turističke privrede Srbije

Severnobanatski	26161	23	382	784	4116	150109
Južnobanatski	23688	51	480	1226	7336	192764
Zapadnobački	20109	149	703	623	9246	181372
Južnobački	83466	128	1799	2378	14912	731699
Sremski	31299	48	651	1019	4965	196853
Mačvanski	42446	58	1017	4387	8552	340393
Kolubarski	52606	72	876	4073	6922	281940
Podunavski	23670	41	1080	1086	8208	175251
Braničevski	27125	44	834	1535	6841	265792
Šumadijski	27062	42	1100	2131	9338	366243
Pomoravski	27385	32	729	1200	6247	144074
Borski	69224	59	1027	2658	7596	47658
Zaječarski	77640	57	1121	4165	9499	97299
Zlatiborski	213442	94	2505	8836	17421	99586
Moravički	65031	58	1302	8366	9260	88032
Raški	211665	86	2316	12757	18453	228468
Rasinski	61420	56	1362	3012	11560	506907
Nišavski	71155	68	1947	3533	11338	410705
Toplički	24588	19	609	2097	3246	196830
Pirotski	11977	30	615	1054	5088	201802
Jablanički	19824	64	989	3491	9168	223966
Pčinjski	26921	68	1085	2488	10727	431726

(Izvor: Statistički godišnjak Srbije, Republički zavod za statistiku, Beograd).

Regionalnu konstelaciju Srbije obeležavaju mnogobrojne raznolikosti i veoma heterogen stepen privredne razvijenosti užih područja. Regionalne disproporcije posledica su prirodnih i istorijskih uslova razvoja, stepena korištenja prirodnih resursa, strukture privrede, razmeštaja i razvoja proizvodnih snaga. Značajne razlike u dostignutom stepenu privredne razvijenosti pojedinih područja ne samo što su društveno neprihvatljive, nego postaju kočnica opšteg razvoja, pa je sve veća pažnja usmerena na postizanje skladnijeg regionalnog razvoja, kao uslova optimalnog razvoja ne samo pojedinih područja već i Srbije u celini. Na području turizma i ugostiteljstva naročito su izražene razlike u razvijenosti po pojedinim područjima, prvenstveno zbog različitih prirodnih uslova. Objekti viših kategorija lokacijski su determinisani, za razliku od nekih proizvodnih kapaciteta koji su lokacijski neutralni. Osim prirodnih atraktivnosti, kao bitnog faktora za razvoj turizma, postoji čitav niz preduslova od infrastrukturnih, kulturno-istorijskih, organizaciono-kadrovskih koji su potrebni da bi se mogli koristiti i oni najpovoljniji prirodni uslovi. Srbija ima, s obzirom na prirodne uslove, u osnovi nedovoljno istražene mogućnosti za razvoj turizma, pri čemu predstavlja onu ponudu visokog prirodnog kvaliteta koja je konkurentna velikom broju evropskih država. Povoljan geografski položaj pruža mogućnosti za razvoj tranzitnog

turizma, budući da se nalazi na raskrsnici važnih međunarodnih puteva koji povezuju Evropu sa Bliskim istokom.

Srbija ima uslove i za razvoj kontinentalnog turizma, zbog bogatstva termalnih izvora, atraktivnih planinskih predela, zatim zbog mogućnosti razvoja lovnog, seoskog i drugih specifičnih oblika turizma. Sve te mogućnosti u dosadašnjem razvoju nedovoljno su korištene, te je zapaženi razvoj turizma ostvaren uglavnom na planinskim područjima i gradskim jezgrama. Neravnomernost regionalnog razvoja turizma u Srbiji ilustruju podaci o prometu te ostvarenim noćenjima turista (tabela 1). Kvantitativni i kvalitativni razvoj pojedinih regija može biti ostvaren samo kao deo opšteg razvoja privrede i društva u celini. Stepen koncentracije smeštajnih kapaciteta na pojedinim užim područjima već je takav da je kvalitetan razvoj moguće ostvariti prvenstveno obogaćivanjem sadržaja turističke ponude i povećanjem turističke potrošnje, a manje prostornom ekspanzijom izgradnje. Mogućnosti su velike i nedovoljno istražene, a korišćenje upravo tih mogućnosti treba podsticati raznim merama smišljene aktivne politike regionalnog razvoja u cilju postizanja skladnijeg regionalnog razvoja turizma. Međuzavisnost razvoja turizma regija treba sagledati prvenstveno kao široku lepezu raznovrsne ponude, koja daje veliku šansu razbijanju monotonije tokom boravka turista u područjima masovnog turizma, a omogućava ostvarivanje turističkog prometa i onim područjima koja imaju specifična obeležja, iako ne predstavljaju *izraziti i autonomni magnet* za masovni turizam.

Utvrdjivanje tih specifičnosti i povezivanja turizma među regijama nameće potrebu za posebnim istraživanjima za svako područje, uz definisanje prostora, utvrđivanje karaktera i organizacije te ponude te programa za prezentaciju vrednih specifičnosti odnosno područja. Pri tome bi trebalo kroz celovitu i jedinstvenu propagandu prezentovati međunarodnom turističkom tržištu raznovrsnost turističke ponude Srbije.

4. Zaključna razmatranja uz osvrt na mere aktivnosti za unapređenje razvoja turizma u Srbiji

Glavni pokazatelji generatorske snage turizma doprineli su da ova delatnost bude svrstana u grupu prioriternih razvojnih pravaca, sa posebnim interesom države u pogledu njenog usmeravanja i podsticanja. Poboljšanje kvaliteta turističke ponude Srbije je budućnost njenog razvoja. Pre svega govori se o rekonstrukciji i renoviranju ugostiteljskih objekata, izgradnji novih što je jednim delom već i započeto, na bazi međunarodnih standarda i pravnih propisa o kategorizaciji, uvođenju novih tehnologija u usluživanju i rezervacijama, uvođenje standarda u putničkim agencijama i

Utvrđivanje međuregionalnih dispariteta u razvoju turističke privrede Srbije

kod ostalih organizatora turističkih putovanja i sl. Turizam bitno doprinosi da globalni poremećaji nacionalne privrede ne budu još veći i teži. Turistička privreda je u odnosu na osnovna žarišta nestabilnosti (platni bilans, inflaciju, zapošljavanje, investicije, opštu potrošnju, slabost privredne strukture, regionalni razvoj) delovala izrazito pozitivno. U poređenju sa drugim privrednim granama, turizam već godinama daje najviši apsolutni devizni prihod, zatim ima uticaj na smanjivanje inflacije. Stabilizaciono delovanje turizma determinišu ciljevi: doprinos postizanju i održavanju stope zaposlenosti, smanjenje regionalnih disproporcija u ekonomskom razvoju, iskorištavanje pozitivnih tendencija u kretanju turističke potražnje i turističke potrošnje itd.

Regionalni razvoj nesumnjivo predstavlja jedan od najvažnijih društveno-ekonomskih problema, a primena politike ravnomernosti u regionalnom turističkom razvoju javlja se sa kašnjenjem. Sredstva koja se koriste za razvoj turistički nerazvijenih područja nisu bila dovoljna da izmene, već samo da ublaže tendenciju produblivanja regionalnih razlika. Jednom stečena prednost u turističkom razvoju ostaje, dok je razvoj drugih samo prividan. Smatra se da heterogeni regionalni interesi nisu dozvolili da se postavi i realizuje koncepcija regionalnog razvoja na ekonomski racionalnim osnovama, što bi doprinelo rastu celokupne privrede i smanjilo deformacije u teritorijalnoj strukturi turističke privrede. Zanimarivanje atraktivnih područja, koja su svojim prirodnim uslovima mogla doprineti povećanju proizvodnje, izbegavanju ili sniženju potrebnih investicija, kao i troškova eksploatacije već izgrađenih turističko-ugostiteljskih objekata, takođe dolazi u red propuštenih mogućnosti, koje su se mogle iskoristiti adekvatnom politikom regionalnog razvoja. Smatra se da su zastupljene društvene racionalnosti, koje su mogle doprineti bržem razvoju turizma, a koje su propadale u sukobu regionalnih i opštih interesa. Takvi uslovi obeshrabрили su pokušaje da se postavi koncepcija regionalnog razvoja.

Bez radikalnijih promena u organizaciji turističke baze neće se biti u stanju iskoristiti šanse na turističkom tržištu. Svi osnovni izlazi iz dosadašnjeg stanja turističkog privređivanja moraju se kretati u okviru vrlo ozbiljnog napora za integrisanje turizma u šire ekonomske tokove i procese, uz naglašenu sistematsku i stimulišuću društvenu podršku, znatno veću nego sada. Takođe je do sada dato mnogo predloga kako da se ostvare osnovne pretpostavke za brži razvoj turizma, neka pitanja su rešena, ali je i dalje ekonomski položaj turističke privrede nedefinisan, nema dugoročnih rešenja, mere tekuće ekonomske politike su neadekvatne i prekasno se donose. Neke od mera za unapređenje turizma Srbije navedeni su u sledećem pasusu:

- kao primarni zadatak potrebno je sagledati mesto i uticaj turizma kao kompleksa u stvaranju razloga i uzroka globalnih ekonomskih poremećaja, kao i na traženje odgovarajućih rešenja;
- zatim sagledati trenutno stanje turističke privrede po pojedinim regijama, tačnije izvršiti parcijalnu analizu turističke razvijenosti;
- utvrditi stepen povezanosti i mogućnosti smanjivanja međuregionalnih razlika razvijenosti turizma Srbije;
- neophodno je utvrditi dugoročne uzroke nepovoljne situacije u većini regija, te sagledati mogućnosti njihovog otklanjanja;
- sagledati osnovne karakteristike dosadašnjeg razvoja i trenutnog stanja turističke privrede Srbije, sa naglaskom na njenu orijentaciju na međunarodno tržište;
- da se kritički razmotre uslovi pod kojima se dosad razvijala turistička privreda kako pojedinačno u regijama, tako i na nivou države;
- da se oceni stabilizaciona uloga turizma u rešavanju ekonomskih problema;
- da se utvrdi koje su neiskorištene mogućnosti turizma koje će doprineti stabilizaciji turističkog, ekonomskog i društvenog sistema;
- da se definišu ciljevi, osnovna rešenja i mere pomoću kojih bi turizam mogao snažnije doprineti stabilizaciji i ubrzati njene efekte;
- da se ocene i predlozi vezani za razvoj turizma moraju zasnivati na bitnoj specifičnosti turističkog privređivanja, koja proizilazi iz činjenice da se radi o složenoj i kompleksnoj delatnosti. Ta činjenica se posebno manifestuje u karakteru turističkog tržišnog proizvoda koji je kompleksan: sa gledišta outputa, dakle finalnog proizvoda, kojim turizam istupa na tržište, taj proizvod se sastoji iz niza pojedinačnih usluga (privrednih, neprivrednih), ali koje moraju na tržištu delovati kao jedinstvena i kompleksna usluga. Sa stanovišta inputa u stvaranju svake od tih pojedinačnih usluga, u čemu je neophodno učestvovanje velikog broja proizvođača roba i usluga, bez čega se ne može formirati kvalitetan tržišni proizvod.

Sve destinacije u Srbiji o kojima je bilo reči i za koje su dati podaci bi trebalo da preuzmu inicijativu u cilju povećanja trenutnog nivoa sadržaja i ponude, a to se smatra ozbiljnom strategijom za repozicioniranje ovih destinacija ka visokom tržištu. To je veoma bitno s obzirom na rast konkurencije, jer veliki broj turista upravo odlazi u te konkurentne zemlje. Sve regije Srbije su morale da u svom razvoju da uspostave destinacijski lanac vrednosti, tačnije da povežu ili da upravljaju svim turističkim proizvodima ili uslugama koje se nalaze u njihovoj ponudi, kako bi kontrolisano vladale turističkim poslovanjem. Kod nekih destinacija ili regija je to očigledno, dok kod drugih nije taj sistem nije ni

sproveden. Regije bi trebalo da funkcionišu kao integrisane destinacije, a celokupna ponuda smeštaja i ishrane se vezuje za destinacijski prostor. Struktura smeštaja je raspoređena u vidu hotela, motela, pansiona, a ona je naravno prilagođena zahtevima turističke tražnje. Postojeći objekti su već renovirani, dok jedan znatan deo njih to tek predstoji. Najveći deo smeštaja kategorisan je sa tri i četiri zvezdice, a vrlo malo, izuzev u gradskim centrima sa pet zvezdica. Turizam je većinom kulturnog, gradskog, ruralnog, planinskog i poslovnog karaktera. Saobraćajna povezanost ovih regija nije u svim delovima na zavidnom nivou, ali je činjenica da država ulaže u saobraćajnu infrastrukturu izgradnju. Slabije je razvijen i sistem informisanja što u velikoj meri i utiče na povećanje neintegrisanosti ili jaza između delova države, te naravno i slabijeg preliivanja dohodovnih sredstava iz jedne regije u drugu. Sve destinacije se inače promovišu kao celina u okviru države Srbije i veoma retko su to promocije zasebnih vrednosti.

Turizam se posmatra kao jedna globalna aktivnost koja se sve više stabilizuje zbog različitih dejstava globalnog ekonomskog sistema. Kaže se da turizam sa punim pravom polako postaje primarna delatnost mnogih zemalja i njihovih regija. Turizam predstavlja najveću priliku transformacije srpske privrede u izgradnji konkurentnosti na jedinstvenom evropskom tržištu. Ključnu ulogu u procesu preoblikovanja srpskog turizma imaju koncepcija i strategija razvoja na makro nivou zemlje i njenih regija. Bez obzira na sve nesigurne prilike u pojedinim regijama Srbije, predviđa se da će privredna klima rezultirati velikim porastom turizma narednih godina 21. veka.

5. REFERENCE

1. Bakić, O.:Srbija na međunarodnom turističkom tržištu, Nova trgovina, br. 7, str. 8. (1997)
2. Blagojević, S.: Podsticanje razvoja turističke privrede, Turizam br. 9, PMF, Departman za Geografiju, Turizam i Hotelijerstvo, Novi Sad, str. 90-92. (2005)
3. Cheong, R.: Tourism and Travel, *Tourism Management*, 16(6), p.417-422. (1995)
4. Bowen, J.: The Interface Between Tourism and Agriculture, *Journal of Rural Studies*, pp. 23-28. (2000)
5. Gajić, T.: Upravljanje razvojem turizma Južnobačkog okruga, Doktorska disertacija, PMF, Departman za Geografiju, Turizam i Hotelijerstvo, Novi Sad. (2010)
6. Gajić, T.: Management of Tourist Demands, Offers and Sustainable Development of Rural Tourism, *Academica Turistica*

- II, *Journal for Theory and Practice of Tourism*, Portorož, Slovenija, 1-2/2009, p.17-24. (2009)
7. Gajić, T.: Karakteristike razvoja i uticaja turizma na privredu Vojvodine, *Ekonomika poljoprivrede*, 2/2009, str. 303-319. (2009)
 8. Gajić, T.: Ekonomsko aktiviranje ljudskih resursa u turizmu, *Ekonomika poljoprivrede*, 1/2010, str. 61-79. (2010)
 9. Gajić, T.: Turizam u funkciji intenzifikacije privrednog razvoja receptivnih i emitivnih područja – primer Južnobačkog okruga, *Industrija*, Beograd, 3/2010, str.139-155. (2010)
 10. Goodwin, H.: Measuring and Reporting the Impact of Tourism Poverty, *Developments in Tourism Research, Advances in Tourism Research Series*, Elsevier, pp.63-76, The Netherlands. (2007)
 11. Grupa autora.: Važnija pitanja inostranog turizma u Srbiji, Istraživački projekat „Turistički potencijali Srbije“, sv.3, Odsek za turizmološke nauke PMF, Beograd. (1998)
 12. Hall, C.M.: Tourism and Regional Competitiveness, *Developments in Tourism Research, Advances in Tourism Research Series*, Elsevier, The Netherlands, pp. 217-233. (2007)
 13. Hawkins, D.: Impact of tourism, *Tourism Marketing and Management Handbook*. Prentice Hall, p. 219-222. (1990)
 14. Haulot, A.: The economic and social value of tourism, *Tourism Management*, 14(5), p. 392-396. (1995)
 15. Hunziker, R.: *Revenue de Tourisme*. Bern, Switzerland. (1961)
 16. Inskeep, E.: *National and Regional Tourism Planning*. International Business Press, London. (2004)
 17. Jovičić, Ž.: *Turizam Srbije*, Institut za turizam, Turistička štampa, Beograd. (1989)
 18. Mathieson, A.: Economic, Physical and Social Impacts, *Journal of Tourism Studies*, 1(2), p.2-9. (2006)
 19. Nordin, S.: *Tourism of Tomorrow*, European Tourism Research, Ostersund. (2005)
 20. Romelić, J.: *Turističke regije Srbije*, PMF, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad. (2008)
 21. Romelić, J., Tomić, P.: *Uticaj turističkih kretanja na materijalnu bazu turizma u Srbiji*, Turizam, PMF, Departman za Geografiju, Turizam i Hotelijerstvo, Novi Sad, br.5, str. 96-98. (2001)
 22. Romelić, J., Tomka, D.: *Turistički potencijali Srbije*, Zbornik radova: *Turistički potencijali Jugoslavije*, Institut za Geografiju, Novi Sad, str. 47. (1996)
 23. Shafer, E.: *Tourism Analysis*, *Tourism Management*, 8(2), p. 179-182. (1997)
 24. Stephenson, M.: *The Socio-Political Implications of Tourism*, *Developments in Tourism Research, Advances in Tourism Research Series*, Elsevier, p. 171-184, The Netherlands. (2007)
 25. *Statistički godišnjaci Srbije*, Republički zavod za statistiku Srbije.

26. Stipanuk, D.: Tourism and Economy, Tourism Management, p.267-278. (2005)
27. Vukićević, M.: Ekonomika i organizacija turizma, Institut za geografiju, Novi Sad. (1992)
28. WTO (2001) Tourism 2020 Vision, WTO, Madrid.

DETERMINATION OF INTER-REGIONAL DISPARITIES IN THE DEVELOPMENT OF SERBIAN TOURISM

Tamara Gajić, Aleksandra Vujko, Vesna Vugdelića Kočić
Visoka poslovna škola strukovnih studija u Novom Sadu

Abstract. In the overall economic development of many countries tourism is recognized as an important economic activity, an important export product and driver of overall economic growth. The development of the tourism industry contributes to regional development and create jobs even in industrial areas and rural decline, and those areas undergoing urban renewal. In other words tourism agent revival of many economic and non-economic activities, and the development of underdeveloped areas and the stimulation of employment especially important factor in the further development of foreign economic relations. The knowledge of the existence of disparities in tourism development in the world and impose the conception of the research enterprise as current issues, and this work shows the illusion of independence of each tourist region in Serbia, and points to the importance of inter-regional connectivity in order to strengthen the position of Serbia as a potential tourist destination in European and world tourist market. This paper presents the data obtained in the secondary publications and statistical documentation.

keywords: tourism, regional development, Serbia.

