



УНИВЕРЗИТЕТ СИНГИДУНУМ

БЕОГРАД

**ДЕПАРТМАН ЗА ПОСЛЕДИПЛОМСКЕ СТУДИЈЕ
И МЕЂУНАРОДНУ САРАДЊУ**

**ДУШТВЕНИ И ПРИРОДНИ
УТИЦАЈИ ТУРИСТИЧКОГ
РАЗВОЈА**

СА ПОСЕБНИМ ОСВРТОМ НА РЕПУБЛИКУ СРБИЈУ

МАСТЕР РАД

**Ментор:
Проф. др Черовић Слободан**

**Студент:
Тришић Игор
М 9206/08**

Београд, 2009.

САЖЕТАК

Убрзан раст туристичке индустрије током протеклих година повећао је потребу за ефикаснијим управљањем туристичким развојем. Туризам генерише различите ефекте, позитивне и негативне, на привреду, друштво и окружење широм света. Главни позитивни економски и друштвени ефекти туризма односе се на девизну зараду, ефекат на национални приход и запосленост. Такође туризам може допринети заштити простора, конзервацији и ревалоризацији социо – културног и природног окружења. Међутим туризам може донети и различите проблеме као што су: Опасност од превелике економске зависности од туризма и погоршање енвайронменталног квалитета, промену или губитак локалног идентитета и вредности. У истраживању утицаја туризма на људске ресурсе, локалну заједницу и животну средину, коришћена је компаративна метода у поређењу са искуствима иностраних туристичких дестинација сличног типа. Посебна пажња посвећена је интегралном приступу туристичког планирања, просторно – планским аспектима туристичког развоја и програмима управљања животном средином у туристичким областима. Мада туризам игра виталну улогу у привредама многих земаља, званична статистика често не пружа свеобухватан преглед свих користи и негативних утицаја. Може се закључити да је туристичка индустрија веома разноврсна и да су различити учесници укључени у обезбеђење туристичких услуга и у управљање туристичким развојем.

Кључне речи: Туризам, управљање, статистика, стратегије, фактори, људски ресурси, животна средина, заштита, одрживи развој.

ABSTRACT

The explosive growth of the tourism industry over the past years has increased the need for the effective management of tourism development. Tourism generates different effects, both positive and negative, on the economy, society and environment over the world. The main positive economic and social effects of tourism relate to foreign exchange earnings, effect on national income and employment. In addition, tourism can contribute to the protection, conservation and revaluation of socio – cultural and natural environment. However, tourism can bring with it different problems such as: The danger of over – dependance on tourism and deterioration of environmental quality, change or loss of local identity and values. In the research of tourism impacts on human resorts, local community and environment, a comparative method is used enabling comparisons between domestic and foreign tourist destinations of similar types. Special stress is given to integral approach planning of tourism, spatial aspects of tourism development and programmes for managing the environment in tourist areas. Although tourism plays a vital role in the economies of many countries, the official statistics often does not provide all benefits and negative impacts. We can to conclusion that tourism industry is highly heterogeneous and various participants are involved in the provision of tourism services and management of tourism development.

Key words: Tourism, management, statistic, strategies, factors, human resorts, environment, protection, sustainable development.

САДРЖАЈ

I	Увод.....	4
II	Методолошки приступ раду.....	6
III	Економски и друштвени аспект туризма.....	10
3.1	Хетерогеност структуре.....	11
3.2	Карактеристике туристичке тражње и понуде.....	11
3.3	Сезонски карактер пословања.....	13
3.4	Специфичности у погледу карактера рада.....	13
IV	Анализа туристичког промета и потрошње.....	14
4.1	Туристички промет и потрошња у свету.....	14
4.2	Туристички промет и потрошња у Републици Србији.....	15
V	Друштвени утицаји туризма.....	17
5.1	Туризам и људски ресурси.....	17
5.1.1	Утицај туризма на активирање људских ресурса у свету.....	20
5.1.2	Људски ресурси у туризму Републике Србије	22
5.1.2.1	Угоститељство.....	23
5.1.2.2	Туристичке агенције и организације.....	26
5.1.2.3	Облици туризма који пружају могућност већег ангажовања људских ресурса у Републици Србији.....	29
5.1.3	Проблеми у ангажовању људских ресурса у туризму.....	32
5.2	Привредни утицаји туризма.....	35
5.3	Социо – културни утицаји туризма.....	36
VI	Природни утицаји туризма.....	42
6.1	Утицаји туризма на ваздух.....	43
6.1.1	Деградација озонског омотача.....	43
6.1.2	Ефекат стаклене баште.....	45
6.1.3	Ефекат киселих киша.....	46
6.2	Утицај туризма на загађивање вода.....	47
6.2.1	Расположивост ресурса воде.....	47
6.2.2	Загађивање копнених вода.....	48
6.2.3	Загађивање морских вода.....	50
6.2.4	Загађивање вода у Републици Србији.....	52
6.3	Утицај туризма на приобална подручја.....	53
6.4	Утицај туризма на планинске регије.....	58
6.5	Утицаји туризма на градске туристичке центре.....	62
VII	Спречавање лоших утицаја туризма.....	65
7.1	Заштита и зонирање простора у свету.....	66
7.1.1	Врсте заштићених природних добара у свету.....	68

7.1.2	Зонирање простора.....	69
7.1.3	Међународне конвенције и декларације.....	70
7.2	Заштита и зонирање простора у Републици Србији.....	72
7.3	Носећи капацитет простора.....	75
7.4	Етички кодекси понашања потрошача у туризму.....	79
VIII	Закључак.....	86
IX	Литература.....	88

УВОД

Стагнација привреде, стално смањивање броја становника одређених простора, попут планинских, приморских, руралних а у последње време и појединих градских насеља, један је од доминантних економских и демографских проблема. Често се у многим научно – стручним радовима као фактор ревитализације наводи туризам. Његов би развој у овим подручјима са слабијим економским и људским потенцијалима али са очуваним природним и богатим етно – социјалним вредностима (који су другим привредним гранама неимплементативни), не само зауставио иселавања, већ евентуално довео до повратних миграција и економског опоравка. То би допринело и привредном уравнотежењу јер би управо простори који нису туристички валоризовани добили шансу да се укључе у важне туристичке потенцијале. Стога се са правом туризму преписује моћ да поспеши друштвено – економски и демографски развој земље и није чудо да се о туризму говори као о развојном катализатору. Са друге стране појављују се утицаји туристичког развоја на простор и окружење. Такви утицаји највише се остварују на медије животне средине попут ваздуха и вода а ништа мањег обима нису ни утицаји на приобална подручја, градске и планинске центре. Стављањем акцента на интензиван туристички развој готово у свим земљама света, врло често се поред простора негативно експлоатишу и људски ресурси. Није редак случај када туристички развој врши позитивне или негативне утицаје на комплетну локалну заједницу одређеног простора. Код негативних социо - културних утицаја врло често туризам нема могућност даљњег развоја. Локално становништво га одбацује јер недозвољава даљу деградацију културе и простора у којем живи. Зато су неопходне имплементације стратегија правилног туристичког развоја земаља широм света.

Туризам је масовна друштвена појава чија је основа путовање и потрошња. Настао је у IX а своју масовност стиче у XX веку. Ова одлика траје до данас о чему говоре и следећи статистички подаци које објављује Светска туристичка организација: У међународна туристичка кретања 2007. године се укључивало скоро 903 милиона учесника. Истовремено процене су да се у домаћем туризму у оквиру појединих националних територија, у туристичка кретања укључује око 34 милијарде људи. То значи да са међународним туризмом у туристичка кретања данас се укључује 75 – 80 % укупног броја људи у свету којих данас има преко 6 милијарди¹.

Према подацима Светске туристичке организације из 2007. године, међународна туристичка потрошња износи 856 милијарди америчких долара, односно приближно 625 милијарди еура. Од овог износа 16 % потрошње је на превоз, што чини 3 милијарде америчких долара дневно. Према истом извору података а према подацима из 2005. године, у свету је забележено 805,8 милиона међународних туриста а најатрактивнију дестинацију и даље представља Европа са 441,6 милиона међународних туриста, што је ставља на листу најпосећенијих региона света. Следе Азија и Пацифик 155,7; Америка и Северна и Јужна 133,4; Блиски Исток 37,8 и Африка са 37,3 милиона међународних туриста.

Према Светској туристичкој организацији прогнозе за 2020. годину су да ће бити око 1,6 милијарди међународних туриста у свету а којом приликом ће се остварити међународна туристичка потрошња од 2 милијарде америчких долара. Најатрактивнији региони биће Европа са око 717 милиона међународних туриста, затим Источна Азија и Пацифик са 397 милиона, Америка 282 милиона, за којима ће следити Африка, Блиски Исток и Јужна Азија.

¹Бакић, О., Николић, М., 2008, *Основе туризма и угоститељства*. Завод за уџбенике, Београд. (стр.9).

Циљеви стратегије привредног раста Републике Србије за 2010. годину су да:

- Туризам оствари учешће од 3 % у БДП земље
- Туризам оствари учешће од 8 % у укупном броју запослених у земљи
- Туризам оствари учешће од 7 % у укупним инвестицијама
- Повећа број иностраних долазака за 50 % у односу на 2000. годину, односно оствари приход од иностраног туризма у висини од 43 % секторског прихода².

Поред прерасподеле дохотка из једног у друго подручје националне територије што је одлика домаће туристичке потрошње, за земљу су још важнији директни, индиректни и мултипликативни утицаји иностраног капитала на привреду земље. Поред директних економских утицаја какви су утицаји на друштвени производ и национални доходак, утицаји на платни биланс земље, утицаји на развијање недовољно развијених подручја; у овом раду акценат биће стављен на директни економски утицај туризма на активирање људских ресурса као важног сегмента који утиче на позиционирање земље на светској туристичкој сцени. Поред економских врло важну улогу имају и природни утицаји туризма који су неизбежан пратилац туристичког развоја. Данас су присутни проблеми деградације и загађивања животне средине који имају глобалну конотацију и опасни су по опстанак многих врста, па и читавог живота на планети. Земља је стара најмање 4,5 а живот се почео развијати пре 3 милијарде година. Човек је почео да се бави пољопривредом и да живи у сталним насељима пре око 12.000 година. Индустријска револуција и раст милионских градова почели су да се дешавају пре мање од 250 година. Иако људи мењају животну средину од почетка пољопривредне производње, ниво промена који је данас присутан највећи је у историји света. У свим овим променама туризам има врло значајно место у улогу. Да би се задовољиле све веће туристичке потребе, не бирају се средства којима се оставља дубок траг и оштећења у читавим екосистемима и биодиверзитетима.

Како Република Србија заузима полако кључну позицију на светском туристичком тржишту, појављује се интензивна потреба за одрживим туристичким развојем и људским ресурсима у смислу кадрова. Нова радна места понекад остају и упражњена јер се као и у другим земљама региона, тако и у Србији појављује дефицит стручне радне снаге, па ове послове обављају и лица која поседују приближне и друге квалификације, што за последицу понекад има и лош утицај на комплетну туристичку понуду. Такође, један од проблема и у Републици Србији су и вршење послова на одређено време, најчешће у сезони, непријављеност радника, односно вршење послова на „Црно“, обављање „Сумњивих“ послова под окриљем туризма, као и отпуштање радника што је последица глобалне светске економске кризе а која последица не мимоилази светска ни домаћа туристичка тржишта. Правилна валоризација туристичких мотива, ваљана маркетинг концепција, добри менаџмент планови и стратегије одрживог туристичког развоја могу у многоструко ублажити ове проблеме.

²Horwath Consulting Zagreb & Економски факултет у Београду, 2005, *Стратегија туризма Републике Србије*. Први фазни извештај, Београд. (стр.34).

II МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТУП РАДУ

Тема истраживања у овом раду јесте туризам и његови утицаји на друштвене сегменте и природно окружење. Од друштвених утицаја истичу се ангажовање људских ресурса у туризму и социо - културни утицаји на локалну заједницу. Кроз делатности комплетне туристичке привреде средина у којој човек живи мења се из дана у дан, губећи свој примарни изглед и својства. Зато се свака измена животне средине, која се неповољно одражава на активности живе и неживе природе, означава као деградација животне средине. У њој је туризам заузео значајно место и улогу. Истовремено су развој и конкурентност туризма условљени квалитетом животне средине.

Методолошки приступ чини основу научног значаја јер појава какав је туризам, једино са квалитетно одрађеним методолошким основама, може имати и изузетан научни значај. Посвећеност истакнутих научних дисциплина овој друштвеној појави, у гро план истиче ништа друго но саму *методологију*. Реч **МЕТОДОЛОГИЈА** је кованица од две изворне речи: **метод** (или изворно на грчком језику *metodos*, а на латинском *methodus*, што означава поступак, систем, ред, смишљени и плански ред, истраживање, начин разумевања и деловања) и **логос** (што дословно значи мисао, учење, наука о методи, наука о смишљеном и планском поступку при раду - истраживању, док на грчком логос значи реч, ум, разум, мисао, разматрање). Метод је утврђени поступак или начин истраживања (анкетом или експериментом) једног ужег проблема или дела проблема, неког хомогеног процеса по садржају и структури док је научни метод циклус фаза које се користе за развој и доградњу теорија³.

Циљ овог рада јесте истраживање прикупљених података као и њихово испитивање, затим анализирање како, на који начин и у којој мери туризам утиче на окружење и активирање људских ресурса, како у свету тако и у Републици Србији; као и давање појединачних предлога за ревитализацију појединих сектора у туризму, што би за последицу а као коначан циљ требало да има веће ангажоване материјалне и људске ресурсе. Такође један од приоритетних циљева јесу представљање и приказ утицаја туризма на запошљавање становништва по одређеним секторима, као и приказ утицаја на поједине медије окружења. Треба нагласити да се приликом израде овог рада обратила и пажња на све сегменте привреде који могу овисити о туризму кроз индиректни економски утицај. При давању предлога за omasовљавање туризма у Републици Србији треба свакако узети у обзир све већу разноликост туристичких потреба. Кроз нове моделе туризма а у смислу предлога, које би требале да прате и веће инвестиције од стране државе, као и имплементацију мера за стимулисање одрживог развоја туризма; поред увећаног промета туриста, повећао би се и број запослених лица а простор у којем се реализују туристичка кретања остао би атрактиван и за многе генерације.

Предмет истраживања у овом раду су утицаји које туризам има на ангажовање људских ресурса у секторима привреде и могућностима оптимизације доприноса туризма у укупном запошљавању кроз одговарајућу стратегију туристичког развоја. Анализирани су туристички промет и потрошња у свету, како би се направила паралела са тренутним стварним стањем туризма у Републици Србији. Такође анализом су обухваћени домаћи сектори попут министарства и туристичких организација, хотелијерства, ресторатерства, туристичких агенција и сектор саобраћаја који даје удео у запослености а који има директних веза са туризмом. Важан сегмент истраживања су и различити послови у туризму а који се не могу наћи ни у једној групи статистичких података јер се одвијају нелегално како би се избегли трошкови такси и пореза. Ова последња група послова, великим делом своје место заузима у приватним секторима земље а велики проблем представља и недоступност овим подацима. Посебан

³Бањанин, М., 2006, *Научноистраживачка методологија*. Dispublic, Београд. (стр.1).

акценат биће стављен на податке колико је стварно запослених лица у секторима привреде који директно или индиректно овисе о туризму. Са обзиром да расположиви подаци говоре о релативно ниском броју, биће дати предлози како првенствено повећати основе за већи туристички промет а кроз ревитализацију већ постојећих и активирање нових облика и видова туризма. Поред наведених друштвених, важан предмет истраживања овог рада су и природни утицаји туризма, какви су врсте и облици позитивних или негативних утицаја на поједине медије окружења и изабране осетљиве дестинације. Туристичка експанзија и њени негативни утицаји огледају се највише кроз непланску изградњу рецептивних објеката туристичке привреде, што за последицу има заузимање великих површина земљишта а понекад и комплетна нарушавања амбијенталних природних целина и станишта. У овом раду анализирају се утицаји туризма на ваздух, воде, планинске и градске центре као и на приобална подручја. Значајан вид деградације је загађивање ваздуха путем штетних издувних гасова који са сигурношћу воде великој климатској промени као што је глобално отопљавање или порасту глобалне просечне температуре, што ће за последицу имати низ промена у природи од којих ће већина бити погубна за комплетан живи свет на Земљи. Поред деградација ваздуха значајно је и загађивање вода путем канализације, отпадних индустријских вода, разним чврстим материјама и пољопривредним хемијским препаратима, који преко земљишта доспевају у водене токове. Међу најзначајније видове и облике деградације животне средине, којима туризам доприноси у великој мери свакако спадају: Деградација озонског омотача, ефекат стаклене баште, ефекат киселих киша, загађивање вода и деградација приобалних подручја, сеча шума, еколошки утицаји на градске и планинске центре, утицаји на биљни и животињски свет и други.

Хипотезе су недоказане или непотврђене пропозиције или претпоставке које претходно или привремено објашњавају одређене чињенице или феномене. Њих са научног аспекта треба доказати или оповргнути. У овом раду неке од основних хипотеза биле би:

- У раду се полази од једне главне хипотезе да стратегија туристичког развоја егзистира на темељној основи да су имплементација управљачких процеса и развој комплетне инфраструктуре кључне формуле за већим ангажовањем људских ресурса. Туристички развој како у свету тако и код нас, производи добитке али и намеће мање трошкове на привреду и да се кроз одговарајућу правилну политику развоја ови негативни трошкови могу елиминисати а у великој мери повећати добици и упосленост људских ресурса. Упоредо, масовни туристички развој прати и негативна последица каква је деградација простора. Енвиронментални утицаји на окружење издвајају се као најважнији.
- У великом броју земаља у свету као и у региону, релативно правилно су валоризовани сви природни и културни мотиви у смислу туристичких потенцијала. Већина их је стављена на располагање туризму а који већ увелико остварују позитиван индиректан утицај на привреду тих земаља. Поред индиректних и мултипликативних утицаја иностраног туризма, повећан је и директан утицај на људске ресурсе кроз њихово веће ангажовање и упосленост. Тако да туризам већине земаља остварује све већи удео у укупном запошљавању радно способног становништва. Такође, вешто се искључују и текући проблеми који прате упошљавање у областима туризма, попут обављања послова на незаконите начине, рада у сезонским условима, непријављености и не плаћања пореза и доприноса од стране послодаваца, као и неквалификованост радне снаге, односно дефицит стручног особља.
- Једна од хипотеза је да стратегија туристичког развоја егзистира на основи одрживости свих субјеката туристичке привреде и да они морају дати великог удела у спречавању свих видова деградације животне средине и окружења. Такође, неопходно је доношење и придржавање великог броја прописа и норми као и развој еколошке – енвиронменталне свести и стално усавршавање знања кроз све видове едукација. Као потрошачи ми у току

живота трошимо огромне количине новца на храну, гориво, саобраћај, кућне потребе и друге услуге међу које спада и туристичка потрошња. Многе од тих услуга базиране су на глобалном систему ресурса и наш избор у њиховом коришћењу у знатној мери може обликовати животну средину.

- Република Србија има изузетне потенцијале за развој великог броја облика туризма који могу испунити све „Префињеније“ и истанчане укусе и потребе иностраних туриста. Тако да би нови облици туризма попут: Градских одмора (City break), пословног туризма + MICE, планинског и језерског туризма (Mountain & Lake holidays), руралног туризма, здравственог и бањског туризма (SPA/Wellness), догађаја (Events), кружних тура (Touring) и туризма специјалних интереса, са сигурношћу позиционирали Републику Србију на туристичкој сцени. Првенствено већина ових видова туризма искористила би потенцијале базиране на културној и природној основи. Већа улагања би требала бити усмерена на изградњу рецептивних објеката високих категорија у градским и планинским срединама. Такође неизбежна су и наменска средства за ревитализацију већ постојеће рецептивне базе, као и улагања у кадрове што је првенствено од посебног значаја.

Да би се потврдиле наведене хипотезе, планира се да посредством квалитативне и квантитативне анализе, прикупимо релевантне чињенице, којима ће главна хипотеза а и друге три бити потврђене.

Методе рада

Теоријско – методолошки приступ представља најапстрактнији део метода, чија је функција вишеструка. „Општи метод, као снажно светло рефлектора, упућује истраживача на онај слој реалности, коме се придаје највећи значај и где треба тражити најважније чињенице и евентуалне узроке који изазивају појаву која је предмет нашег проучавања. Он истовремено садржи и извесне принципе, помоћу којих се тумаче чињенице. Научни метод је циклус фаза које се користе за развој и доградњу теорија“⁴. У овом раду биће коришћене следеће методе рада:

Метод статистичке обраде података

Прикупљени подаци се анализирају што као крајњи циљ има доношење закључака и судова о постојећем стању. Извори података су разне статистичке и научне грађе истакнутих аутора из области економије, екологије и туризма, као и подаци којима располажу различите институције.

Дедуктивна метода

Ова метода приступа, егзистира на адекватном прилажењу дефиницијама, појавама и подацицима, како би се правилно формирала стварна слика чињеничног стања. Приступ мора бити објективан а темељен на реалним могућностима са којима се располаже. У основи приступ мора бити селективан како би се истакло битно у складу са темом рада.

⁴Печујлић, М., Милић В., 2003, *Методологија друштвених наука*. Визартис, Београд. (стр.22).

Метода компарације

Упоредни метод у овом раду обухвата и базиран је на упоређивању анализираних података, у овом случају података из области економије и одрживог туристичког развоја, са подацима који би могли бити модификовани након имплементације одређених предлога у смислу мера за омасовљавање туризма и већим ангажовањем људских ресурса. Поређење података такође може послужити и што се тиче земаља у региону, ако се полази од претпоставке да су основе и могућности за различите појаве исте.

Метод анализе

Рад полази од садашњих ефеката ка изучавању узрока. Анализирање расположивих и одабраних података утемељено је на повећању користи за државу, друштво у целини, природно окружење и на начинима на који се ти резултати могу унапредити. Са обзиром да настанак и постојање појединих појава какве су и појаве у туризму, никада нису условљене постојањем само једног узрока, у обзир а у поступак анализе треба узети и мноштво различитих услова и фактора.

Метод приказа

Прикупљени, анализирани и одабрани подаци приказују се путем текста, графичког и табеларног приказа, слика, скица и илустрација.

III ЕКОНОМСКИ И ДРУШТВЕНИ АСПЕКТ ТУРИЗМА

Убрзани раст туристичке индустрије у свету, током протеклих неколико деценија, повећао је потребу за ефикаснијим управљањем туристичким развојем. Туризам све више генерише различите ефекте, позитивне и негативне, на привреду, друштво и окружење земље. Као појава има велику и корениту генезу. Његов настанак и развој може се пратити од освитка људске цивилизације па до данашњих времена⁵. Као појава настао је у XIX а своју масовност стиче у XX веку. Али његова генеза се може пратити далеко у прошлост. Као полазну тачку треба узети степен развоја производних снага, као и сам карактер производних односа. Узроци настанка туризма су свакако појава слободног времена и слободних новчаних средстава. Епоха развоја туризма може се поделити на две етапе:

- Епоха туризма привилегованих класа и
- Епоха савременог туризма⁶.

До сада су многи истакнути аутори давали различите дефиниције туризма. Најадекватнија је дефиниција двојице швајцарских аутора Валтера Хунцикера и Курта Крапфа: „**Туризам је скуп односа и појава насталих приликом путовања и боравка странаца у неком месту, уколико тај боравак не значи стално настањивање и није везан за стицање зараде**“⁷. Ову дефиницију усвојило је и Међународно удружење научних туристичких експерата (AIEST).

При изучавању туризма као привредне делатности полази се од тога да на једној страни постоје потрошачи туристичких услуга – туристи који располажу новчаним средствима а на другој страни туристичка привреда. Њена основна улога је да обезбеди задовољење различитих потреба ових потрошача. Стога при дефинисању туризма као привредне делатности неопходно је посебно посматрати потрошаче на страни тражње од делатности које сачињавају туристичку привреду на страни туристичке понуде. Туристичка привреда се у многоме разликује од осталих привредних делатности. Те основне карактеристике у делима многих аутора истичу се кроз формулацију **Специфичности туристичке привреде**. Као најважније специфичности туристичке делатности, аутор Проф. др Слободан Унковић у делу *Економика туризма*, 2008, на страни 29. наводи:

- Хетерогеност структуре
- Висок степен еластичности тражње у односу на нееластичност понуде
- Наглашен сезонски карактер пословања и
- Специфичности у погледу карактера рада ове делатности.

⁵Бакић, О., 1996, *Управљање маркетингом у пословној и туристичкој политици*. Чигоја, Београд. (стр.11).

⁶Унковић, С., Зечевић, Б., 2008, *Економика туризма*. Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд. (стр.6).

⁷Бакић, О., Николић, М., 2008, *Основе туризма и угоститељства*. Завод за уџбенике, Београд. (стр.20).

3.1 Хетерогеност структуре

Да би се разумела разноврсност туризма, потребно је сагледати структуру туристичких потреба. Оне су разноврсне а у новије време преображене у што захтевније и у посебним сегментима специфичне, којима велике светске туристичке понуде са тешкоћама излазе у сусрет. Свакако међу основне не спадају више само потребе за смештајем и исхраном већ егзистирају са потребама у што већем обиму и садржају програма, који требају бити укључени у туристички садржај боравка. Што је ова туристичка потреба већа, изискује и укључење и великог броја учесника на страни понуде. Самим тим отвара се могућност за широк спектар потреба за активираним људским ресурсима на страни привредне и непривредне делатности. Читав један систем хетерогености туризма укључује: Угоститељство, саобраћај, путничке агенције, туристичке организације, тровину, комуналну инфраструктуру, занатске услуге, културне институције, заштићена природна добра која су на располагању туризму, па и одређене сегменте високих државних институција каква су министарства. Може се извести закључак да туризам не егзистира као посебна и независна делатност привреде и да што су везе јаче, може се очекивати и већа економска добит од стране туризма на локалној и националној инстанци. Такав један приказ може се видети у табели бр.1, где су елементи који сачињавају туристички агрегат означени са „С“ а по основу којих се може вршити даља класификација:

$$C_1 = A_1, A_2, A_3, \dots A_n$$

Свака од појединачних активности из туристичког агрегата (С), састоји се од великог броја хомогених подгрупа – подсистема (А).

Табела 1: *Елементи који сачињавају туристички агрегат*

C_1	Средства транспорта: Авиони, аутомобили, железнице, поморски и речни саобраћај
C_2	Објекти за смештај и исхрану: хотели, мотели, пансиони, приватна домаћинства итд.
C_3	Путничке агенције
C_4	Туристички водичи
C_5	Остали објекти за исхрану туриста
C_6	Продавнице за продају специфичних артикала које купују туристи
C_7	Произвођачи специфичних туристичких артикала
C_8	Фолклорна уметност
C_9	Разни облици организационе форме обезбеђења забаве и разоноде

Извор: Унковић, С., Зечевић, Б., 2008, *Економика туризма*. Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд. (стр. 30). *Урађено од стране аутора.*

3.2 Карактеристике туристичке тражње и понуде

Туристичко тржиште се састоји од *тражње*, *понуде* и *цена*. По овим саставним елементима нема разлике између осталих тржишта. У сегменту узајамних односа ова три елемента појављују се одређене различитости у погледу других тржишта.

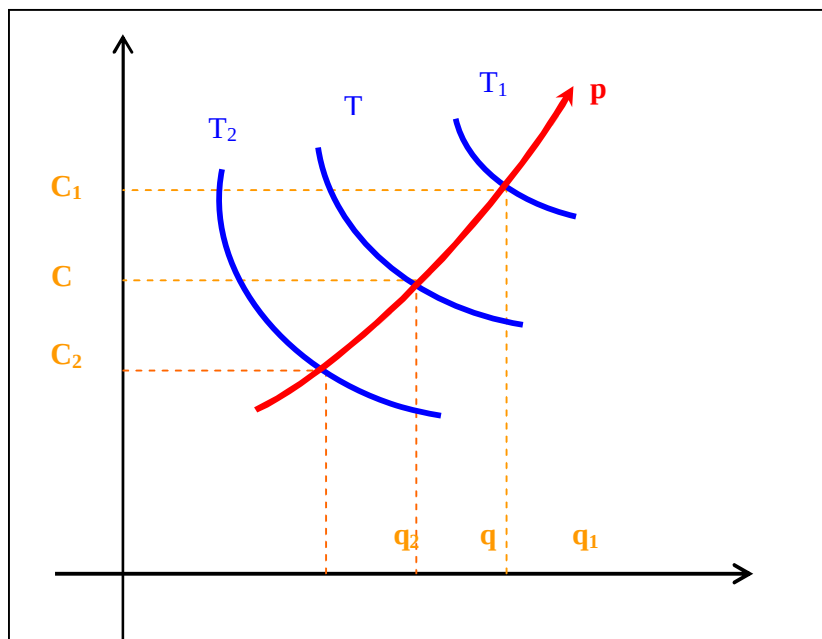
Једна од специфичности која проистиче из туристичких потреба јесте *хетерогеност туристичке тражње*. Тражња је хетерогенија уколико су различитије потребе за смештајем,

исхраном, забавом и посебним садржајима. Стога је потребно врло важно анализирати туристички производ који је због наведених елемената структурално различит. *Туристичка тражња је мобилна* и усмерава се ка понуди а која карактеристика туристичко тржиште чини различитијим од осталих. Процес производње у туризму поклапа се са туристичком потрошњом и не постоји могућност да се туристички производ – услуга ускладишти. Такође, важна специфичност тражње је њена *еластичност у односу на економске (промене у доходу, промене у ценама и осетљивост на пропаганду) и неекономске факторе (ратови, кризе и разне елементарне непогоде)*⁸.

Једна од елементарних карактеристика туристичке понуде, која чини туристичко тржиште јесте: Нееластичност, ригидност односно кругост, сезонски карактер пословања, немогућност складиштења услуга и споро прилагођавање туристичкој тражњи⁹.

Проучавајући појам понуде и тражње и њихову хетерогеност, долази се и до закључка да је цена у туризму променљива новчана вредност за пружене услуге, што туризам и у овом сегменту разврстава од других привредних делатности. Променом у понуди или тражњи јавља се промена у цени за одређеном робом односно услугом. Уз стабилну понуду, цена је управо пропорционална променама у тражњи. То се може приказати на графикону број 1:

Графикон број 1: **Реципрочна промена тражње и цена у туризму**



C – цена, q – количина, Cq – равнотежна цена и количина, T – тражња, p – понуда, C₁q₁ – равнотежна цена и равнотежна количина при повећању тражње

Извор: Штетић, С., Шалов, П., 2000, *Пословање туристичких агенција*. Савезни центар за унапређење хотелијерства – угоститељства, Београд. (стр.16). *Урађено од стране аутора.*

Из графикона број 1 може се закључити следеће: По повећању тражње за одређеним робама или услугама, Cq расте јер се крива тражње креће из стања T у стање T₁. При смањењу тражње долази до померања криве из истих тачака (са T у T₁) што условљава смањење равнотежне цене и количине.

⁸Бакић, О., Николић, М., 2008, *Основе туризма и угоститељства*. Завод за уџбенике, Београд. (стр.32).

⁹Штетић, С., Шалов, П., 2000, *Пословање туристичких агенција*. Савезни центар за унапређење хотелијерства – угоститељства, Београд. (стр.13).

3.3 Сезонски карактер пословања

Са обзиром да се туристичка тражња концентрише на релативно краћи временски период у току године, ова се појава у великој мери одражава и негативно на ангажовање људских ресурса у области туризма. Такве су углавном планинске и приморске туристичке регије, док је у градским овај утицај нешто блажи, имајући у виду дужи временски период пролећних и јесењих месеци у току године. Поред зимског сезонског периода када су посећенији планински региони, посматрано у светским размерама, може се рећи да је највећи део туристичке тражње концентрисан на период летњих месеци¹⁰.

Из поменутог произлази да су циљеви многих влада настојање да се туристичка сезона продужи што је дуже могуће, односно да се тражња равномерно распореди на читаву годину. Исто важи и за Републику Србију чија је туристичка стратегија развоја базирана на обогаћивању туристичког садржаја кроз разне видове и облике туристичких кретања а све са циљем да се омогући прилив туриста током читаве године, како би се избегао сезонски карактер пословања. У такве облике туризма спадају: Градски одмори (City break), пословни туризам + MICE, планински и језерски туризам (Mountain & Lake holidays), рурални туризам, здравствени и бањски туризам (SPA/Wellness), догађаји (Events), кружне туре (Touring) и туризам специјалних интереса; који би уз могуће инвестиције за последицу поред смањеног сезонског утицаја, имали и већу ангажованост – упосленост људских ресурса током читаве године.

3.4 Специфичности у погледу карактера рада

Напред је већ било речи да се туризам састоји из већег броја привредних и непривредних делатности, те да је коначан производ у туризму услуга. Да би се добио овај финалан производ неопходно је ангажовање људске радне снаге, средстава и предмета рада. Уколико се у туризму као резултат конкретног процеса рада јавља материјални производ или материјална услуга, онда је реч о производном раду, односно о производној делатности. Ове делатности директно утичу на формирање друштвеног производа и националног дохотка. Такви су индустрија, рударство, грађевинарство, пољопривреда, шумарство, производно занатство, робни саобраћај, део путничког саобраћаја, део угоститељства и незнатан део трговине^α.

Уколико се као резултат конкретног процеса рада јавља лична услуга, ради се о непроизводним делатностима. У овим делатностима не ствара се друштвени производ и национални доходак, већ оне учествују у њиховој прерасподели. Овде спадају трговина у већем делу пословности, банкарство, део пословања угоститељства - хотелијерство и путнички саобраћај који није условљен нормалним потребама производних делатности. Сагледавајући све чињенице, долази се до закључка да је туризам великим својим делом непроизводна привредна делатност – без дела угоститељства и занатства. Највећим својим делом не сматра се ствараоцем друштвеног производа и националног дохотка већ на њих утиче страни капитал путем преливања из других земаља а по основу туризма. Код преливања новца националног дохотка из других земаља, кроз такозвани „Невидљиви извоз“ и одливање дохотка кроз тзв. „Невидљиви увоз“; може се констатовати да туризам као привредна непроизводна делатност врши утицај на повећање или смањење националног дохотка, утиче на платни биланс земље а уједно врши и мултипликативни ефекат на привреду земље.

¹⁰Унковић, С., Зечевић, Б., 2008, *Економика туризма*. Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд. (стр. 154).

^α исто као 10.

IV АНАЛИЗА ТУРИСТИЧКОГ ПРОМЕТА И ПОТРОШЊЕ

4.1 Туристички промет и потрошња у свету

Међународни туризам у свету има одлику интензивног раста. Према подацима са којима располаже Светска Туристичка Организација (WTO) у 2005. години, забележено је учешће од 805,8 милиона страних туриста, који су за задовољење својих туристичких потреба ван земље свог сталног боравка утрошили 682,7 милијарди USD. У 2007. години, према још незваничним подацима приближно је 908 милиона учесника у међународном туризму а туристичка потрошња укључујући и удео превоза са 16 % износи приближно 856 милијарди USD¹¹. Према истом извору података, процене за 2008. годину су да се овај број повећао на 924 милиона међународних туриста, што је за 16 милиона више у односу на 2007. годину. А садашња стопа развоја туризма могла би бити од 4 до 4.1 %. Наведени подаци су приказани у табели број 2 и 3:

Табела број 2: *Међународни туристички доласци у периоду од 2000. до 2008. године*
у милионима туриста

година	Свет	Африка	Америка	Азија и Пацифик	Европа	Блиски Исток
2000	687	28,3	128,1	110,5	395,9	24,2
2001	686,7	29,1	122,1	115,7	395,2	24,5
2002	707	30	116,7	124,9	407	28,5
2003	694,6	31,6	113,1	113,3	407,1	29,5
2004	765,1	34,5	125,7	144,2	424,4	36,3
2005	805,8	37,3	133,4	155,7	441,6	37,8
2006	846	41	136	167	461	41
2007	908	44,9	142,5	185,4	488	47,5
2008	924	4,9	147,6	188,3	488,5	52,9

Извор: www.unwto.org, (Tourism Market Trends, 2006 Edition-Annex) и Унковић, С. „Туристичко тржиште“. 2008, белешке са предавања¹². Урађено од стране аутора.

Табела број 3: *Међународна туристичка потрошња у периоду од 2000. до 2005. године*
у милијардама USD

година	Свет	Африка	Америка	Азија и Пацифик	Европа	Блиски Исток
2000	481,6	10,5	130,8	90,2	232,5	17,6
2001	469,9	11,5	119,8	92,9	227,5	18,1
2002	488,2	12	113,5	101,4	241,9	19,4
2003	534,6	16,1	114,2	98,4	283,4	22,5
2004	634,7	19,2	132	129,5	328,5	25,5
2005	682,7	21,5	144,6	140,8	348,3	27,6

Извор: www.unwto.org (Tourism Market Trends, 2006 Edition-Annex) и Унковић, С. „Туристичко тржиште“. 2008, белешке са предавања. Урађено од стране аутора.

¹¹www.unwto.org и Унковић, С., 2008, *Туристичко тржиште*, белешке са предавања.

¹²Подаци за године 2006. 2007. и 2008. су незванични и могућа је мања корекција.

Прогноза туризма за 2020. годину, коју је објавила Светска Туристичка Организација, најбоље се може сагледати кроз следећу табелу (број 4),

Табела број 4: *Прогноза туризма за 2020. годину*

	Base Year	Forecasts		Market share		Average annual
	1995	2010	2020	(%)		growth rate (%)
	(Million)			1995	2020	1995-2020
World	565	1006	1561	100	100	4.1
Africa	20	47	77	3.6	5.0	5.5
Americas	110	190	282	19.3	18.1	3.8
East Asia and the Pacific	81	195	397	14.4	25.4	6.5
Europe	336	527	717	59.8	45.9	3.1
Middle East	14	36	69	2.2	4.4	6.7
South Asia	4	11	19	0.7	1.2	6.2

Извор: www.unwto.org/facts/eng/vision.htm (25.02.2009.)

Из приложеног може се закључити да се са 1,006 милијарди међународних туриста, колико се прогнозира у 2010. години, тај број повећати на 1,6 милијарди у 2020. години. У обе године које су обухваћене прогнозама, Европа је водећи регион по броју међународних туриста. За њом следе Источна Азија и Пацифик, Америка, Африка, Блиски Исток и Јужна Азија.

Према WTTC - у 2015. године, сектор путовања и туризма света ће генерисати:

- 10.678,5 милијарди USD укупне економске активности,
- Директно 2,9 % укупне запослености у свету, укупно (директно и индиректно) 8,9 % од укупне светске запослености (1 од 11,2 запослена),
- Директно 3,9 % БНП и укупно (директно и индиректно) 10,6 % светског БНП,
- 10 % капиталних инвестиција у свету¹³.

4.2 Туристички промет и потрошња у Републици Србији

У последњих 20 - ак година Србија је као туристичка дестинација била углавном изван међународне туристичке конкуренције, о чему сведоче данашњи скромни статистички подаци. У исто време, догодиле су се и велике промене на међународном туристичком тржишту, које су такође заобишле Републику Србију јер своју туристичку понуду она није прилагодила овим светским трендовима. Међународни туристички промет у Србији данас ни приближно не достиже цифре које су у земљи биле остварене 1990. године. Иако је очигледно да се приходи од међународног туризма од минимума 1999. године интензивно повећавају из године у годину. Тако су се у периоду од 2000. до 2004. године повећали за око 10 пута, те према званичним подацима НБС за 2004. годину, достигли су износ од 221 милион USD, што је чинило 53 % од остварених прихода 1990. године или 414 милиона USD¹⁴.

¹³Зечевић, Б., 2008, *Економика туризма*. Power Point презентација, белешке са предавања.

¹⁴Horwath Consulting Zagreb & Економски факултет у Београду, 2005, *Стратегија туризма Републике Србије*. Први фазни извештај, Београд. (стр.111).

Према истим подацима за 2008. годину (период јануар - новембар), укупан девизни прилив остварен по основу туризма износи 874,7 милиона USD¹⁵.

Према подацима Републичког завода за статистику, извештај о туристичком промету који се односи на туристе који су користили услуге смештаја у пословним јединицама туристичко – угоститељских организација и у приватним домаћинствима, показује да је у периоду од јануара до децембра 2008. године у Републици Србији (без АП Косова и Метохије) боравило укупно 2, 266.166 гостију, што је за 2 % мање у односу на 2007. годину. Од овог броја 1,619.672 су домаћи туристи, односно 71 % од укупног броја гостију. 646,494 или 29 % од укупног броја чине страни туристи. У 2008. години, према истим подацима остварено је 7,334.106 ноћења, од чега су 81 % од укупног броја ноћења остварили домаћи туристи, односно 1,398.887 ноћења или 19 % од укупног броја ноћења су остварили страни туристи. Мерено бројем ноћења, инострани туристи највише су боравили у Београду, укупно 738.954 ноћења, што је 12 % мање него у 2007. години; затим следе: Нови Сад са 94.795, Златибор 46.339, Копаоник 41.304, Ниш 39.961, Врњачка Бања 38.630 ноћења итд. Највећи број од укупног броја ноћења остварили су туристи из следећих земаља: Црна Гора 174.857, Босна и Херцеговина 152.939, Немачка 80.819, Словенија 80.703, Италија 80.092, Хрватска 71.787, Русија 54.035, Македонија 52.908, Грчка 49.961 и остали 552.033 ноћења¹⁶.

Укупан број остварених ноћења у Републици Србији у 2008. години, по врстама туристичког места може се приказати на табели број 5:

Табела број 5: *Укупан број ноћења према врсти туристичког места у 2008. години*

Врста туристичког места	укупно	Индекс 2008/2007	Домаћи гости	Индекс 2008/2007	Инострани гости	Индекс 2008/2007
<i>Република Србија</i>	7,334.106	100	5,935.219	101	1,398.887	95
<i>Главни административни центри</i>	1,417.859	93	584.110	99	833.749	89
<i>Бањска места</i>	2,367.730	101	2,266.766	101	100.964	110
<i>Планинска места</i>	1,912.008	99	1,776.294	98	135.714	107
<i>Друга туристичка места</i>	1,377.867	105	1,101.637	105	276.230	107
<i>Остала места</i>	258.642	117	206.412	126	52.230	90

Извор: www.serbia-tourism.org/srpski/vesti2 (20.02.2009.) *Урађено од стране аутора.*

У Србији је нужно побољшање конкурентности туристичке понуде активирањем великог и неискоришћеног туристичког потенцијала а у складу са адекватним позиционирањем на туристичком тржишту. Унапређење конкурентности понуде може се брже остварити на локалним нивоима где постоје базични производи и где је могуће да се постигне брза сагласност јавног и приватног сектора о моделима, стратегијама и ризицима реструктурисања и репозиционирања комплетне постојеће и потенцијалне туристичке понуде.

¹⁵ www.nbs.rs, *Платни биланс*, Структура девизног прилива од туризма јануар-новембар 2008. године (01.03.2009).

¹⁶ www.serbia-tourism.org/srpski/vesti2 (20.02.2009).

V ДРУШТВЕНИ УТИЦАЈИ ТУРИЗМА

Својим већим делом туризам је привредна непроизводна делатност. На привреду земље туризам врши директан и индиректан утицај. У овом раду посебна пажња биће стављена на истраживање података о ангажовању људских ресурса у туризму кроз директну и индиректну упосленост, што је у 21. веку приоритет влада многих земаља. Упоредо са запошљавањем становништва друштвени аспект туризма огледа се и кроз друге утицаје какви су: Културни, образовни, здравствени, боље разумевање међу људима различитих земаља, раса и религија итд. Културни значај огледа се у све већим укључивањима људи у туристичка кретања ради упознавања историјског и културног наслеђа појединих народа. Такође атрактивно дејство представљају и достигнућа из разних области, који су свакако обележје појединог народа. Поред поменутог, туризам у великој мери утиче на образовање становништва како локалне заједнице, тако и на образовање учесника туристичких кретања. Путујући у друге крајеве туристи се ближе упознају и са географским, климатским, антрополошким, социјалним и осталим условима у којима живи становништво. На тај начин се повећава општи културни ниво и свест. Кроз упознавање са другим људима из различитих крајева света, стварају се услови за боље узајамно разумевање и подршку и повећава се број оних који желе мир у свету. Стога се са право туризму преписује епитет „Пасоша мира“. Преношење позитивних навика и обичаја из других земаља, такође је један од друштвених утицаја туризма. Страни туристи доносе са собом одређене обичаје, навике и слично. Врло често те навике и обичаји бивају лоши, те проналазе одбојност од стране локалне заједнице. Понекада и сами туристи инсистирају на променама локалног стила живота што даље ствара разне конфликте. Ово је негативна страна друштвеног утицаја туризма, која се да анализирати кроз социо - културне утицаје туризма.

5.1 Туризам и људски ресурси

Један од примарних циљева економске политике влада свих земаља јесте постизање задовољавајућег броја запослености становништва. Туристички сектор може се појавити као основа великом броју радних места, како у јавном тако и у приватном сектору привреде, кроз запошљавање радно способног становништва. Ово треба посматрати кроз улогу људског рада у делатностима које сачињавају туристичку привреду, као и делатностима терцијалног сектора привреде који укључује запошљавање становништва уопште. Основни кључ за већу упосленост становништва у туристичкој делатности егзистира свакако на повећаном туристичком промету и потрошњи страних и домаћих туриста. Такође, повећање промета и потрошње условљава и повећан број запослених у непривредним делатностима које директно учествују у подмирењу потреба туриста. И поред тога што је већина послова у туризму сезонског карактера, туризам у многим земљама је од посебне важности јер нема алтернативне могућности за запошљавање у другим секторима привреде. Такође велики број земаља у развоју са високим стопама раста становништва и високим степеном запослености радно способног становништва, непрестано обезбеђују послове у туризму за растућу радну снагу.

Запосленост коју туризам формира може бити **директна** и **индиректна**.

Директна запосленост укључује послове условљене специфичном потребом снабдевања и пружања услуга туристима. То су послови у туристичкој индустрији којима се директно подмирују потребе. Такви су послови у угоститељству са секторима хотелијерско и ресторатерство, послови у туристичким агенцијама и организаторима путовања, послови у саобраћају који своје капацитете ставља на располагање туристима попут авио, железничког, друског и бродског саобраћаја, затим послови у разним културним институцијама, послови аниматора гостију, разне рецептивне водичке и преводилачке службе и велики спектар осталих послова.

Индиректна запосленост обухвата све оне послове по другим делатностима привреде, који директно снабдевају туристичку индустрију. Такви послови односили би се на секторе пољопривреде, грађевинарства, металургије, разне друге индустријске гране, занатство итд.

WTTC разликује следеће категорије запослености у туризму:

1. Запосленост у туристичкој индустрији која укључује послове у директном контакту са туристима. Такви су хотели, ресторани, туристичке агенције, малопродаја, забава и слично.
2. Запосленост у туристичкој привреди укључује послове у туристичкој привреди и индиректне послове какви су:
 - Снабдевачи туристичке индустрије попут авионске, снабдевање храном, велепродаје, рачуноводствене фирме, прање веша итд.
 - Владине агенције изградњом капиталних и извозних добара а који се користе у туристичкој индустрији.
 - Набавка добара а у коју групу спада производња челика, дрвета, пластике, стакла, деривата нафте итд.¹⁷.

Права процена утицаја туризма на запошљавање мора да обухвати податке о директној и индиректној запослености. Ова статистичка анализа није једноставна ни код појединачних података из групе директног запошљавања. Разлог је немогућност потпуног издвајања туристичког сектора у појединим земљама од осталих привредних грана. И у развијеним привредама појединих земаља, стварни број запослених у туризму понекада није веродостојан. Запосленост у ресторатерској и хотелској индустрији као и у објектима забаве указује да њихово постојање није условљено искључиво због туристичке тражње, нити се услуге у оваквим објектима пружају једино туристичкој клијентели. Навођени подаци у разним изворима не узимају у обзир ове потенцијалне чињенице већ се сматра да у већем обиму свога пословања зависе од туризма. Многи аутори туристичку запосленост издвајају по следећим секторима:

- Хотели и остали објекти за смештај
- Ресторани, кафеи итд.
- Барови и ноћни клубови
- Државни објекти
- Путничке агенције и туроператори
- Библиотеке, музеји и остале културне установе
- Спортски и рекреативни објекти¹⁸.

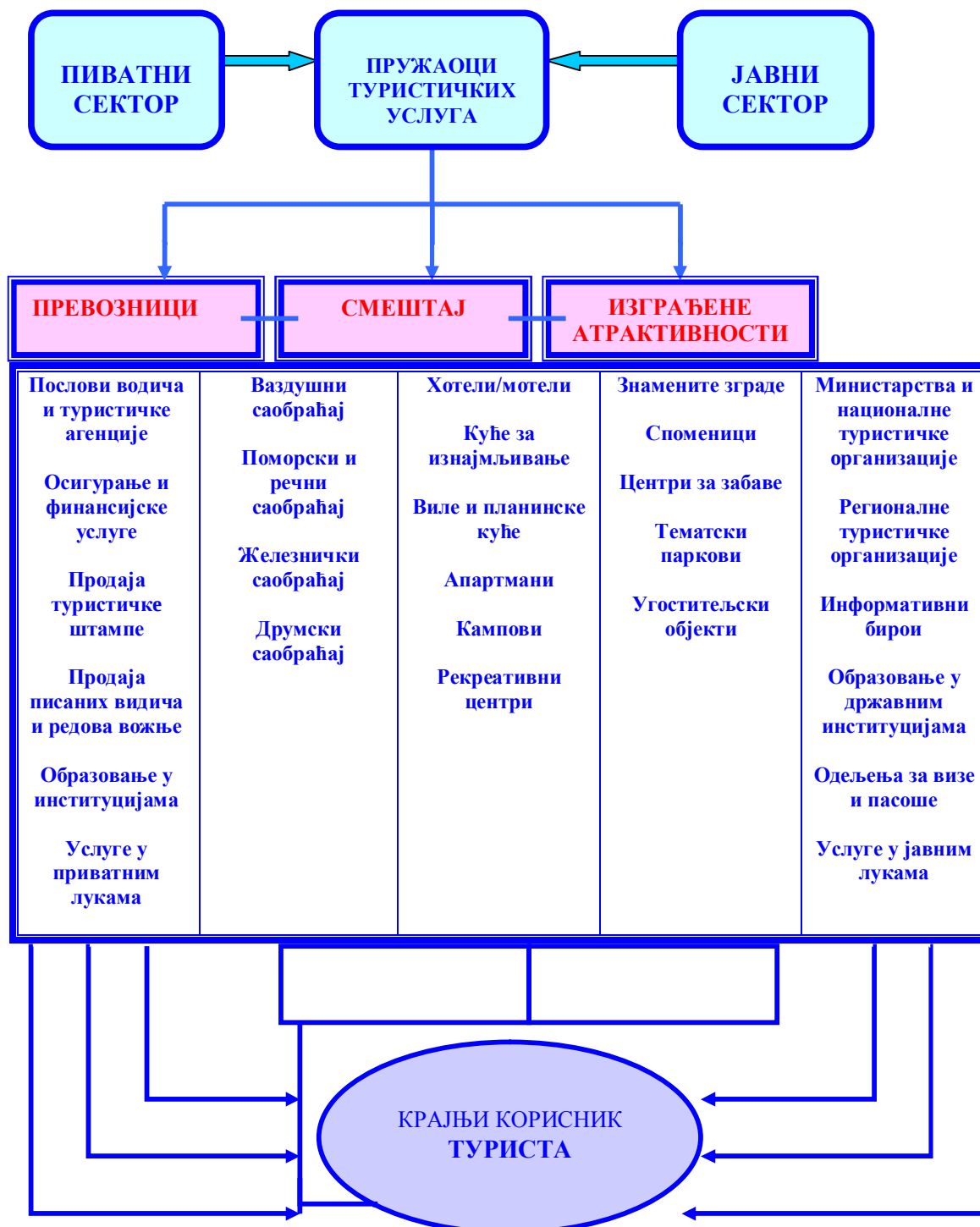
¹⁷WTTC, 2002, *World – The Travel & Tourism Economy, Special end of year update*. London.

¹⁸Bargett, L., 2000, *The Tourism Industry, Employment*. Economic Policy and Statistics, The UK Parliament, London. (стр.7).

Структура запослености у сектору туристичке привреде може се сагледати кроз графички приказ:

Графичка скица број 1: *Могући послови у туристичком сектору*

МРЕЖА СЕКТОРА ТУРИСТИЧКЕ ПРИВРЕДЕ



Извор: Спасић, В., 2004, *Пословање туристичких агенција и организатора путовања*. МС Студио, Београд. (стр.36). *Урађено од стране аутора.*

5.1.1 Утицај туризма на активирање људских ресурса у свету

Данас је туризам велико тржиште које запошљава директно или индиректно преко 192,2 милиона људи у свету а према подацима из 2000. године. До 2010. овај износ треба да досегне 251,6 милиона (1 на сваких 11 послова у формалном сектору). Директна запосленост коју генерише туристичка потрошња износи око 3 % од укупне запослености, док се укупна (директна и индиректна) запосленост процењује на око 8% од укупне запослености у свету¹⁹. Подаци о земљама које у свету дају највећи удео запослености у туризму од укупне запослености у тој земљи, у 2000. години, могу се приказати и табеларно (табела број 6):

Табела број 6: *Запосленост у туристичкој индустрији у 2000. години у одабраним земљама*

Земља	% укупне запослености
1. Шпанија	8,3
2. Нови Зеланд	6,2
3. Италија	5,9
4. Швајцарска	5,7
5. САД	5,6
6. Тајланд	5,0
7. Велика Британија	4,9
8. Аустрија	4,9
9. Мароко	4,9
10. Аустралија	4,7
11. Француска	4,3

Извор: International Labour Office, 2001, *Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector*. International Labour Office, Geneva. (стр. 126).

Из приложеног може се извести закључак да земље које дају највећи удео запослености од укупног броја запослених у земљи, јесу уједно и најпосећеније од стране иностраних туриста и да је запосленост уско везана са туристичким прометом и потрошњом.

Према прогнозама WTTC – а за 2013. годину, највећи број запослених у туризму појединих земаља може се приказати табеларно (табела 7):

Табела број 7: *Највећи износ запослености у туристичкој индустрији у 2013. години*

Земља	Број запослених у милионима
1. Кина	16,092
2. Индија	12,659
3. САД	7,136
4. Индонезија	4,336
5. Бразил	3,016
6. Јапан	2,526
7. Тајланд	1,775
8. Шпанија	1,697
9. Бивши Совјетски Савез	1,622
10. Египат	1,604

Извор: WTTC, 2003, *Travel and Tourism Economic. Research, Executive Summary*, London, UK.

¹⁹ILO, 2001, *Human Resources Development, Employment and Globalisation in the Hotel, Catering and Tourism Sector*. International Labour Office, Geneva. (стр.48).

Према предвиђањима за 2013. годину (табела 7), туризам ће генерисати највише запослености у земљама са највећом популацијом. Када је у питању процентуални износ запослености у туризму у односу на укупну запосленост, највеће проценте забележиће мале острвске земље, атрактивне за туристичке посете. По подацима WTTC – а за 2003. годину, директан допринос туризма у укупној светској запослености износио је око 2,6 % а укупан (директан и индиректан) допринос је 7,6 %, што је у порасту у поређењу са ранијим годинама²⁰. Од туристичке потрошње у свакој земљи зависи у којим делатностима ће туризам највише утицати на креирање запослености. У просеку се највећи износ реализује у угоститељству, затим у превозу и на крају у трговини. Из сектора угоститељства издвајају се на првом месту хетелијерство и ресторатерство²¹.

Већина послова у туристичкој индустрији је под великим утицајем сезоничности пословања, што има за последицу нестандартне облике запослености који се обично дефинишу као повремени (casual) и привремени рад (part time). Истраживање Европске фондације за побољшање животних и радних услова (које је у 1996. години обухватило петнаест земаља Европске уније) показало је да је 50 % запослених у сектору хотела и ресторана радило по нелегуралној часовној шеми. 80 % Испитаних радило је у просеку 3 недеље у месецу а 41 % је радило приближно 6 ноћи месечно²². Из истог извора података званични сати рада у туризму у 13 земаља Европске уније су: Ирска – више од 48 часова; Француска, Луксембург, Аустрија, Италија, Холандија, Немачка и Шпанија – од 40 до 44 сата и Белгија, Норвешка, Данска, Финска и Шведска – мање од 40 часова недељно. Поред радника који би желели да се њихов рад законски регулише, постоје и категорије студената и младих људи који не желе да се сматрају радном снагом. Коришћење категорија привременог и повремениг запошљавања може бити условљено са два фактора:

1. Коришћење привремене и повремене радне снаге омогућава послодавцима да мењају поједине трошкове радне снаге од фиксних ка варијабилним.
2. Привређивање у туристичком сектору понекад захтева 24 - часовно радно време или најмање радног ангажовања изнад нормалних радних сати. Ово има за последицу потребу за радом у сменама и повремени рад²³.

Запошљавање сезонских радника најизраженије је у туристичким земљама медитеранског подручја какве су Италија, Шпанија, Португалија, Грчка и друге. Овде је највећа заспосленост сконцентрисана у време туристичке сезоне, односно од 1. јуна до 30. септембра. У Португалији је број радника у сезони за 20 % већи него ван сезоне. Слична ситуација је и у земљама које имају развијен планински туризам. Проблем запошљавања сезонске радне снаге је у мањој мери и проблем туристичких агенција, као и осталих делатности туристичке привреде²⁴.

На другој страни оваква врста рада уз друге факторе узрокује флуктације радне снаге и може утицати на слабење интегритета предузећа. Што је већи степен флексибилности, слабија је контрола послодаваца над радном снагом. Повремени радници су мање лојални и везани за предузеће у односу на сталне раднике. Све то скупа утиче на комплетан квалитет понуде.

Посебну категорију фактора ангажовања људских ресурса у туризму представља и ниво зараде у одговарајућим секторима туристичке привреде. Треба напоменути да су извори података о званичним личним примањима слабо доступни. Претпоставка је да су у питању пореска избегавања, што даље доводи у питање и сам кредибилитет послова. Према доступним подацима може се оценити да су примања у сектору туризма мања од просечних зарада. Према

²⁰WTTC, 2003, *Travel and Tourism Economic. Research*, Executive Summary, London, UK.

²¹Office of the Deputy Prime Minister, 1998, *Employment in Tourism/leisure related industries*. Great Britain, UK. (стр.10).

²²Павловић, А., 2004, *Друштвено економски ефекти управљања туристичким развојем*. Економски факултет, Београд. (стр.78).

²³Bull, A., 1994, *The tourism industry and its products*. Pitman Publishing, Melbourne, Australia. (стр.147).

²⁴Унковић, С., Зечевић, Б., 2008, *Економика туризма*. Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд. (стр.50).

истраживањима Европског удружења за побољшање радних и животних услова у 1996. години у Европској унији у сектору туризма и хотелијерства, радници су у просеку зарадили 20 % мање него у другим секторима привреде²⁵. Из истог извора података примери из развијених земаља су следећи:

1. У Великој Британији у 1998. години просечне недељне плате за пуно радно време у угоститељству биле су 225,8 британских фунти (GBP) за мушкарце и 170,8 за жене; док је национални просек за обичне физичке раднике био 328 за мушкарце и 211 британских фунти за жене.
2. У Швајцарској је у 1999. години запослени у туристичком сектору имао просечну месечну зараду од 3.394 швајцарских франака за једну ефективну радну недељу од 42,8 часова, док је месечна плата у привреди у просеку износила 5.000 швајцарских франака.
3. Просечна недељна зарада у Канади у 2000. години у сектору хотелијерства је износила 309,14 канадских долара а у сектору ресторатерства 221,3. Ова примања треба упоредити са националним просечним зарадама које износе 582,85 канадских долара.

Основни разлози генерално нижих плата у туристичком сектору у глобалу могу бити следећи:

- Постојање великог броја послова за који нису потребне квалификације
- Много запослених је у пролазу а флуктација радне снаге је висока
- Синдикално удруживање и колективно преговарање су слаби
- Постоје бројни примери да и тамо где су регулисане минималне зараде послодавци их избегавају и пролазе без санкција²⁶.

Поред горе наведених података послови у туризму имају својих великих предности. Они представљају младим људима могућност да путују широм света, да упознају различите језике и културе, кроз бакшиш увећају своја месечна примања какав је случај у хотелској и ресторатерској индустрији, подигну сопствену свест и морал, да прошире видике итд.

5.1.2 Људски ресурси у туризму Републике Србије

Ниска запосленост у туристичком сектору у Републици Србији уско је повезана са туристичким прометом који је приказан у претходном поглављу. Оваква запосленост, која је обухваћена статистичким подацима, може се и протумачити тим да у великом броју послова приватног сектора послодавци избегавају да пријављују запослено особље, чиме се поред немогућности статистичке обраде од стране Републике, повређује закон и избегава плаћање пореза и доприноса. Може се констатовати да је овај проблем глобално заступљен и у осталим секторима привреде, тако да није мимоишао ни туризам.

Према званичним подацима Народне банке Србије, угоститељско туристичку привреду у 2006. години чини 1.938 предузећа јавног и приватног сектора. Од овог броја 1.273 предузећа или 65,7 % су хотелско – угоститељска а 665 или 34,3 % су туристичка предузећа. Учешће угоститељско – туристичких предузећа у броју укупних предузећа комплетне привреде у Републици је 2,6 % или 75.284 предузећа. Према истом извору података, укупан број запослених у угоститељско – туристичкој привреди износи 25.930 лица. То је 2,4 % у односу на укупан број запослених у Републици - 1,087.295 запослена лица. У хотелско – угоститељским предузећима запослено је 2,1 % од укупног броја запослених у привреди или 23.030 радника;

²⁵ILO, 2001, *Human Resources Development, Employment and Globalisation in the Hotel, Catering and Tourism Sector*. International Labour Office, Geneva. (стр.53).

²⁶Bull,A., 1994, *The tourism industry and its product*. Pitman Publishing, Melbourne, Australia. (стр.53).

док је у туристичким агенцијама запослено 2.900 радника или 0,2 % од укупног броја запослених у привреди²⁷. Наведени подаци приказани су и табеларно:

Табела број 8: *Приказ броја запослених у угоститељско – туристичкој привреди у 2006. години*

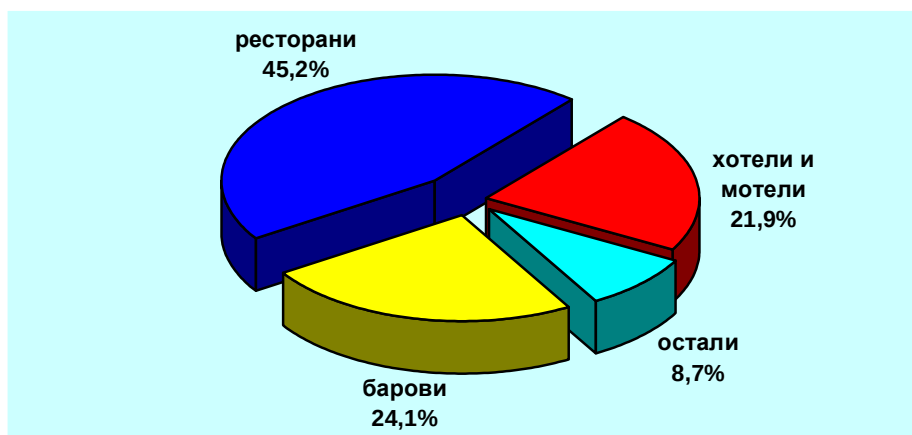
Сектор	Број предузећа	%	Број запослених	%
Привреда	75.284	100	1,087.295	100
Хотели и ресторани А	1.273	1,7	23.030	2,1
Путничке агенције Б	665	0,8	2.900	0,2
Укупно А+Б	1.938	2,6	25.930	2,4

Извор: www.pks.komora.net/PrivredauSrbiji/Privrednegrane/Turizamiugostiteljstvo/Privrednakretanja (14.02.2009).

5.1.2.1 Угоститељство

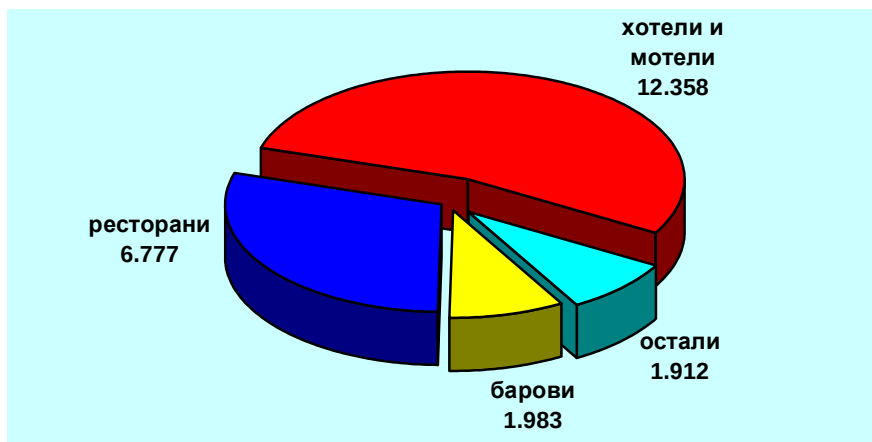
Према истом извору података, сектор *хотели и ресторани* састоји се од: *Ресторана* који чине 45,2 % овог сектора или 576 предузећа; *барови* 24,1 % или 307 предузећа; *хотела и мотела са рестораном* 21,9 % или 279 предузећа и *осталих* 8,7 % или 111 таквих предузећа. Према наведеним категоријама предузећа, број запослених би био следећи: Хотели и мотели са рестораном 53,6 % или 12.358 запослених лица; ресторани 29,4 % или 6.777 запослених; барови 8,6 % или 1.983 и у осталим предузећима 8,3 % или 1.912 запослених лица. Треба напоменути да се сви обрађени подаци односе на јавни и приватни сектор, са тим што приватни сектор нема реалан приказ запослених лица из разлога напред поменутих фактора. То се може приказати на графиконима 1 и 2:

Графикон 1: *Сектор „Хотели и ресторани“*



Извор: Урађено од стране аутора.

²⁷www.pks.komora.net/PrivredauSrbiji/Privrednegrane/Turizamiugostiteljstvo/Privrednakretanja (14.02.2009).

Графикон 2: *Број запослених по секторима*

Извор: Урађено од стране аутора.

Према подацима са којима располаже Републички завод за статистику Србије у 2007. години, у угоститељско – туристичким предузећима приватне и јавне својине, радило је 24.290 радника, што је за 1.640 радника мање него у 2006. години²⁸.

Смањивање броја запослених радника и у овом сектору у Републици Србији уско је везано за процес приватизације предузећа који се сматра економски неизбежним процесом за комплетну привреду. Овај процес приватизације туристичког сектора још увек траје. Ова предузећа се приватизују највећим делом путем акција, за разлику од тендерске приватизације. Према резултатима приватизационог процеса путем аукцијске приватизације до краја 2005. године, успешно је приватизовано 71 туристичко предузеће, при чему је остварен приход у износу од 44,3 милиона евра. Овај износ је готово 2,5 пута већи од почетне кумулативне аукцијске цене ових предузећа у износу од 18,1 милион евра. Овом приликом су купци по основу аката о куповини преузели обавезу и додатног инвестирања у ова предузећа у укупном износу од 49,7 милиона евра. Према истом извору података, тренутно се преко 30 предузећа припрема за аукцијски процес²⁹.

Процес приватизације угоститељско туристичких предузећа одвија се релативно добро. Само у малом броју случајева дошло је до одлагања аукције из разлога судских спорова који су у току или због разлога национализације имовине, где су власнички односи нерешени. Као остали проблеми који се тичу људских ресурса у угоститељству могу се издвојити:

- *Мањак стручно оспособљеног особља:*

Ово би могао бити један од главних проблема угоститељства и туризма у Републици Србији. Чак и у подручјима са наглашеном потребом за људским ресурсима из ове области, послодавци се сусрећу са проблемом мањка школоване радне снаге. Треба нагласити да у Републици Србији постоји 101 Средња школа која образује ученике за подручје рада угоститељство и туризам. У 2007. години укупно је било 26.987 ученика, у све четири или три године школовања по смеровима: Туристички техничар, угоститељски техничар, кулинарски техничар, кувар, конобар и посластичар. У истој години завршило је 7.478 ученика поменутог подручја школовања^α. У Републици Србији постоје две Високе школе струковних студија које образују студенте из ових области: Висока хотелијерска школа и Висока туристичка школа, обе

²⁸Статистички годишњак Републике Србије, 2008, Републички завод за статистику, Запосленост и зараде. (стр.100).

²⁹Norwath Consulting Zagreb & Економски факултет у Београду, 2005, *Стратегија туризма Републике Србије*. Први фазни извештај, Београд. (стр.38).

^α исто као 28. *Основни показатељи о Основним и Средњим школама*. (стр.347).

у Београду. Од факултета постоје: Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент универзитета Сингидунум, који по мишљењу многих угледних стручњака представља лидера у високом образовању, како из области хотелијерства, тако и из области туризма; Природно математички факултет у Новом Саду и Нишу – Департмани за географију туризам и хотелијерство; Географски факултет у Београду и Факултет за спорт и туризам у Новом Саду. Податак о укупном броју студената овог подручја рада није доступан. Тек врло мали број послодаваца стипендира ученике Средњих и Високо струковних школа које образују кадрове из угоститељства и туризма.

- *Склапање уговора о раду на одређено време:*

Преко 80 % уговора склапа се на одређено време, иако је углавном реч о континуираним пословима (конобари, кувари, собарице и сл.)

Таква ситуација не ствара повољне предуслове за подизање квалитета услуга.

- *Запошљавање преко агенција за привремено и повремено запошљавање:*

У последње време ово је врло учестала појава а користи се чешће од посредовања Завода за запошљавање и има директан утицај на несигурност радног места радника.

- *Ниске плате и рад „На црно“:*

Плате су просечно за 13-16 % ниже од просечне плате у РС³⁰. Радом „На црно“ ствара се нелојална конкуренција. Потребно је појачати инспекцијске надзоре и увести више казне. Због инертности прекршајних судова, велики број пријава инспекција застарева или су санкционисане минималним прекршајним казнама.

- *Непостојање ланаца у хотелској и ресторатерској индустрији*

Ово је један од битнијих проблема активирања људских ресурса јер су циљеви квалитетног пословања вишеструки у овим ланцима предузећа. „Уласком у међународно хотелско пословање не поставља се само један циљ, нити се користи само једна предност. Увек је то комбинација више циљева и предности, међу којима треба издвојити оне који су посебни за конкретно предузеће“³¹.

- *Непостојање стандарда за радна места:*

Неки страни власници хотела намећу стандарде по којима радник не може у постављеном времену квалитетно обавити посао.

- *Недефинисане најниже плате:*

У националном Колективном уговору угоститељства потребно је утврдити најниже плате за сва радна места односно послове.

- *Недовољно стручно усавршавање:*

Занемарује се интерно стручно усавршавање као трајни програм унапређења квалитета. Програми образовања и стручног усавршавања већ запослених радника су обостран интерес за угоститељско предузеће. Радник постиже сигурност радног места а послодавац долази до оспособљеног кадра за континуирано обављање послова.

³⁰Horwath Consulting Zagreb & Економски факултет у Београду, 2005, *Стратегија туризма Републике Србије*. Први фазни извештај, Београд. (стр.32).

³¹Чачић, К., 1995, *Пословање хотелских предузећа*. Чигоја штампа, Београд. (стр.37).

5.1.2.2 Туристичке агенције и организације

Туристичке агенције на свим савременим туристичким тржиштима због сложености послова захтевају висок ниво оспособљености кадровске структуре. Посебан акценат ставља се на кадрове који су у директном контакту са потрошачима. Како за мале рецептивне, тако и за велике туристичке агенције, карактеристично је да се запослени могу сврстати у три групе:

- Кадрови који креирају услужни програм туристичких агенција
- специјализовани кадрови за извршење туристичких аранжмана и
- остали кадрови³².

Кадрови који креирају услужни програм поред свих основних знања, како познавања техничких елемената, познавања дестинације са свим њеним природним и антропогеним мотивима, у данашње време морају поседовати и знање са којим ће изаћи у сусрет захтевима све префињенијим и захтевнијим туристима (special interest tours).

Специјализовани кадрови су туристички водичи и агенцијски представници. Према Закону о туризму, у опису посла *туристичког водича* је да води групе туриста и да показује и објашњава природне, културно – историјске, археолошке, етнографске и друге туристичке знаменитости и да упозна туристе са историјским, културним и друштвено – економским развојем појединих подручја и места^α.

Посао туристичког водича може да обавља лице које је завршило средњу школу и да има положен стручни испит за туристичког водича. Према подацима Министарства економије и регионалног развоја Републике Србије до 2009. године у земљи је било 1.017 лиценцираних туристичких водича³³. Треба напоменути да велики број туристичких водича обавља овај посао без положеног стручног испита. Прогнозе су да повремено или стално овај посао обавља приближно 5.000 особа без лиценце^β. Како и у угоститељству, тако је нужно да се контроле спроведу и у овом сектору туристичке привреде јер је ово такође један од проблема којег треба решавати попут непријављивања радника, сезонских послова и слично.

Агенцијски представник је лице које заступа туристичку агенцију у рецептивном месту односно дестинацији и задужен је за обезбеђење коришћења свих услуга које су у опису туристичког аранжмана. На туристичком тржишту ови послови везују се првенствено за велике туристичке агенције – туроператоре. У Србији све професионалне агенције запошљавају овакве кадрове који им свакако обезбеђују примат на тржишту а са друге стране обезбеђују сигурност корисницима својих услуга. У новије време туристичке експанзије све већу пажњу завређују и *туристички аниматори* јер се туристи све чешће одлучују за аранжмане у оквиру којих се нуди организована забава и друге активности, као и међусобна дружења и упознавања, како одраслих тако и деце. Аниматор је особа која употпуњује слободно време боравка туриста, кроз чије програме се задовољавају потребе туриста за променом, дружењем, развија се култура и стичу се разна знања и вештине али и навике активног одмора³⁴.

Од туристичких организација на државном нивоу Републике Србије треба издвојити³⁵:

Министарство трговине, туризма и услуга са своја два сектора која су директно везана за туризам. Првим сектором руководи помоћник министра и у свом саставу има Одељење за развој, Одељење за тржишта и Одељење за међународну сарадњу. У сва три одељења има 22

³²Спасић, В., 2004, *Пословање туристичких агенција и организатора путовања*. МС Студио, Београд. (стр.60).

^α исто као 32. (стр.61).

³³www.turizmologija.net/post476.html (20.02.2009).

^β исто као 33.

³⁴Ивков, А., 2006, *Анимација у туризму*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.2).

³⁵Horwath Consulting Zagreb & Економски факултет у Београду, 2005, *Стратегија туризма Републике Србије*. Први фазни извештај, Београд. (стр.39).

запослена лица. Други сектор чине инспекцијски органи са укупно запослена 103 лица. Мисија сектора за туризам је везана за развој, функционисање туристичко – угоститељског сектора у Србији као и надзор над применом прописа из ове области.

Туристичка организација Србије (ТОС) има три главна сектора: Сектор за развој и домаће тржиште, Сектор за програмирање и остваривање промотивне активности на иностраном тржишту и Сектор за сарадњу са националним и међународним организацијама. ТОС има приближно 500 запослених лица у читавој земљи³⁶. Основни циљеви су: Промоција и унапређење туризма Републике Србије на домаћем и иностраном туристичком тржишту у циљу афирмисања њених туристичких вредности и могућности, позиционирање Србије на овом тржишту, сарадња са локалним, националним, регионалним и струковним туристичким организацијама као и стварање позитивног става становништва према туризму.

Привредна комора Србије која има основни задатак да заступа интересе привредних субјеката угоститељско – туристичке привреде.

ХОРЕС, чији је задатак базиран на заштити интереса и унапређење хотелијерста и ресторатерства. Има своје учешће у изради правних регулатива и у едукацији.

Од осталих организација постоје YUTA, Удружење бањских и климатских места Србије, Ловачки савез Србије, Савез спортских риболоваца, Удружење туристичких водича Србије, Ауто-мото савез Србије, Асоцијација туристичких агенција Србије, Туристичка организација Београда, Туристичка организација Војводине као и туристичке организације осталих градова итд.

Министарство економије је спровело SWOT анализу туризма Србије у односу људских ресурса и тржишта рада и изнело приказе снага, слабости, шанси и опасности за туризам кроз људски потенцијал, односно кадрове. SWOT или TOWS је акроним од почетних слова енглеских речи: Strengths (снаге), Weakness (слабости), Opportunities (шансе) и Threats (претње или опасности). Методолошки оквир ове анализе употребљава се као техника у стратегијском планирању и стратегијском менаџменту. Смисао јој се огледа у томе што помаже менаџменту да идентификује садашње и будуће шансе и опасности из окружења са једне стране (екстерне факторе) и снаге и слабости (интерне факторе) са друге стране. На основу сучељавања интерне снаге и слабости са екстерним шансама и опасностима, (ре)дефинише се визија, мисија, циљеви и формулишу стратегијске опције а у теорији и пракси ова анализа представља практиковану технику која се користи у ситуационој анализи³⁷.

Према спроведеној анализи највеће **снаге**, оцењене високим оценама су Пројекти међународних организација на подизању капацитета запослених у јавном и приватном сектору туризма а најлошије оцењене **снаге** су однос становништва према туризму и квалитетан ниво и реформе у систему општег образовања. Као најјаче **слабости** су недостатак интернационално квалификованих хотелских и туристичких менаџера и неприлагођеност садржаја стручних наставних програма новим профитним захтевима туристичког и хотелског сектора. А као најмања **слабост** истиче се законска регулација система запошљавања и радних односа у туризму. Преглед поменутих снага, слабости, шанси и опасности може се приказати и табеларно:

³⁶ лични извор.

³⁷ Черовић, С., 2003, *Менаџмент у туризму*. Природно – математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад. (стр.106).

Табела 9: *Снаге туризма Републике Србије у људским ресурсима*

СНАГЕ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Претежно позитиван однос становништва Србије према туризму као индустрији										
Урођени српски менталитет и склоност квалитету услуге										
Квалитетан ниво и реформе у току система општег образовања										
Традиција високошколског образовања у области туризма										
Диверзификација стручног образовања према струкама										
Улазак приватних школа и универзитета на тржиште образовања										
Пројекти међународних организација на подизању капацитета запослених у јавном и приватном сектору туризма										

1 – најлошија, 10 – најбоља оцена

Табела 10: *Слабости туризма Републике Србије у људским ресурсима*

СЛАБОСТИ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Недовољна информисаност становништва Србије о туризму и хотелијерству као извору благостања и развоја животних каријера										
Недостатак целовитог националног програма развоја гостопримства										
Недостатак интернационално квалификованих хотелских и туристичких менаџера и других кључних занимања										
Недостатак кадрова у новим туристичким занимањима (анимација, забава, манифестације, тематски паркови итд.)										
Неприлагођеност садржаја стручних наставних програма, новим профитним захтевима туристичког и угоститељског сектора										
Недовољан број, регионална дистрибуција и стручни капацитет постојећих школа за базична занимања										
Недовољна мобилност радне снаге у туризму Србије										
Нефлексибилност система запошљавања (двојна занимања, сезонски рад, флексибилно радно време и сл.)										
Недовршена целовита законска регулација система запошљавања и радних односа у туризму										

1 – најбоља, 10 – најлошија оцена

Табела 11: *Шансе туризма Републике Србије у људским ресурсима*

ШАНСЕ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Доступност европских фондова, усмерених развоју кадровске базе туризма Србије										
Велико тржиште рада српских исељеника широм Европе										
Примена европских решења и законске регулације у домену рада и запошљавања										
Интерес страних образовних институција на пољу туризма и хотелијерства за сарадњу са Србијом										
Интернет доступ образовним информацијама и системима на пољу туризма										

1 – најлошија, 10 – најбоља оцена

Табела 12: *Опасности туризма Републике Србије у људским ресурсима*

ОПАСНОСТИ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ниски квалитет услуга и повећан ниво незадовољства клијената										
Успорен раст продуктивности и перформансе српског туризма и хотелијерства у иницијалној фази развоја										
Губљење стратне конкурентске позиције и преимућстава на подручју људских ресурса Србије										

1 – најбоља, 10 – најлошија оцена

Извори табела 9, 10, 11 и 12: Horwath Consulting Zagreb & Економски факултет у Београду, 2005, *Стратегија туризма Републике Србије*. Први фазни извештај, Београд. (стр.95).

5.1.2.3 *Облици туризма који пружају могућност већег ангажовања људских ресурса у Републици Србији*

Кључ за веће ангажовање људских ресурса у туризму уско је везан за повећање туристичког промета и потрошње, првенствено иностраних туриста а затим не треба ни занемарити домаћа путовања, кроз чију потрошњу долази до прерасподеле дохотка. Поред увођења нових облика туризма карактеристичних за Републику Србију, кроз активирање свих расположивих мотива, посебна пажња требала би бити усмерена на ревитализацију постојећих и изградњу нових рецептивних објеката, који би могли да представљају конкуренте објектима у региону. Важан задатак свакако треба да представља и позиционирање Србије на светској туристичкој сцени. Република Србија има изузетне потенцијале за развој великог броја и облика туризма који могу испунити све „Префињеније“ и истанчане укусе и потребе иностраних туриста. Тако да би нови облици туризма свакако требали да буду:

Градски одмори (City break) обично трају између једног и четири дана а представљају други, трећи или четврти одмор у години. Тржиште за ову врсту одмора у Европи је изузетно конкурентно. Међу главне рецептивне градове овог вида туризма треба истаћи: Париз, Праг, Рим, Барселону, Амстердам, Беч, Берлин и друге. А у свету, ту су свакако Њујорк, Сингапур, Сиднеј, Хонг Конг итд. Главни мотиви доласка у ове градске дестинације су културно и

историјско наслеђе, шопинг, посао и ноћни живот. У Републици Србији главни градски центри су попут Београда, Новог Сада, Ниша и других мањих градова, који поседују све карактеристике поменутих европских центара. Потенцијали ових градова могли би се ставити на располагање туризму *City break*. Треба напоменути да је културно - историјско наслеђе градова Србије од неизмерне вредности. Овај туристички производ нема сезонски карактер, па из тог разлога посебна пажња би требала бити усмерена на развој овог облика туристичког кретања. Један од проблема са којим би се требала бавити и Република јесте мањак рецептивних објеката, са којим би градови могли да изађу у сусрет свим потенцијалним посетама. Од објеката за смештај потребна је изградња већег броја хостела у поменутих градовима, који би своје јединице за смештај ставили на располагање млађој популацији омладинаца и студената. Кључни подухват био би и повезивање постојећих хотела виших и високих категорија са међународним хотелским ланцима. Активности везане за промоцију на иностраном тржишту свакако би требао да преузме ТОС, кроз развој интернет портала српског туризма. А локалне и регионалне организације би требале да буду задужене за промоцију на домаћем тржишту. У Европи се већина потенцијалних туриста за ова путовања опредељује путем инернета. Главни клијенти градских одмора били би парови који нису још засновали породицу, парови који имају већ одраслу децу и особе између 15 и 25 година старости. Кључни фактор успеха овог производа била би велика доступност при чему би требала да постоји константна потреба промоције директних летова авио превозника из места долазака. Зато су low – cost авиокомпаније од пресудног значаја.

Пословни туризам + MICE укључује индивидуална лица која путују у одређене дестинације из професионалних разлога. Такође и мајс производ представља организован облик путовања, који је повезан са пословним мотивима. Овај производ укључује све људе који путују као радници или због учешћа на симпозијумима, конгресима, самитима, семинарима, конвенцијама и корпоративним састанцима, сајмовима, изложбама или због других пословних разлога. Главни мотиви пословних путовања могу се дефинисати као: Продајне активности, образовање, презентације и лансирања нових производа и услуга и слично. Гледано по привредним секторима највише пословних догађаја одвија се у електроници, финансијама и транспорту³⁸. Стратегија развоја овог облика туризма свакако би требала да укључи изградњу конгресних центара и објеката а избор локације би свакако требало да буду бањски, планински центри као и комплементарне средине, како би се градови ставили на располагање другим облицима туризма јер нису толико оптерећени проблемом сезоничности. Главни клијенти мајс производа биле би особе изнад 30 година старости, корпоративни и индивидуални пословни гости, владе и државне, регионалне и глобалне агенције и корпорације.

Здравствени и бањски туризам (SPA/Wellness)

Постоји разлика између здравственог и wellness туристичког производа. Здравствени туризам упражњавају лица за разним здравственим проблемима са циљем опоравка, док је wellness туризам везан за путнике доброг здравственог стања са циљем да такво и одрже. Овакви центри могли би интензивније да буду изграђивани у склопу хотела или посебно у различитим врстама туристичких центара али на првом месту ту су бањски и планински. Спрега туризма и медицине у оваквим центрима долазила би до пуног изражаја. Учесници оваквог облика туризма свакако би биле особе изнад 40 година старости а и спортско рекреативни облици туризма за млађа лица могли би да укључују SPA и WELLNESS садржаје. Важно је нагласити да Република Србија располаже великим а недовољно искоришћеним потенцијалима за развој бањског туризма. Потпуно активирање и искоришћеност уз подршку са локалних и републичких нивоа, бањски туризам представљао би велику базу за ангажовање људских ресурса.

³⁸Horwath Consulting Zagreb & Економски факултет у Београду, 2005, *Стратегија туризма Републике Србије*. Први фазни извештај, Београд. (стр.66).

Догађаји (Events), рурални, планински, научички (речни) и језерски туризам би такође били део стратегије туристичког развоја Републике Србије, која би опет морала да егзистира на темељној основи од стране надлежних институција. Као почетна основа била би првенствено приватизација рецептивне базе, као једна од кључних формула ка имплементацији управљачких процеса и стратегије развоја. Такође, стратегија би морала да укључује и изналагање средстава за ревитализацију и обнављање већ постојеће рецептивне базе и инфраструктуре. Важан корак укључивао би и подршку свим кластерима важним за туризам Србије, кроз наступе на иностраном тржишту, креирање препознатљивих брендова и укључивање свих предузећа туристичко – угоститељске привреде. Овим би се максимизирале све предности које туристички развој доноси, што би са сигурношћу даље статистичко праћење евидентирало као позитивне резултате, првенствено на економској основи а самим тим и на веће ангажовање људских ресурса од стране туризма и бољу позиционараност Републике Србије на светској туристичкој сцени. За Републику Србију и њене водне потенцијале карактеристичан је могући развој научичког туризма, који би Србију свакако позиционирао на међународно туристичко тржиште. Констатација је да је овај вид туризма слабо развијен сем Београда и Новог Сада, где су покушаји развоја заступљени једним минималним делом. Како научички туризам укључеје и коришћење свих инфраструктурних објеката и комплементарних садржаја, Министарство трговине, туризма и услуга у својој анализи могућности развоја научичког туризма дало је следеће оцене од 1 до 5:

Табела 13: *Оцена постојећег стања научичког туризма у Републици Србији:*

Евалуација	1	2	3	4	5
Постојећа инфраструктура и супраструктура за развој научичког туризма					
Постојање и доступност marina и пристаништа на рекама					
Смештајни капацитети у близини области за развој научичког туризма					
Комплементарне активности у понуди: Културни и спортски догађаји					
Разноликост укупне понуде и услуга повезаних са производом „Наутика“					
Понуда додатних услуга: Школа риболова, школа управљања пловним објектима (river boating courses)					
Квалитет и квантитет туристичких информација, концентрисаних само на производ „Наутика“					
Познавање, ниво информисаности и промоција производа „Наутика“					
Забавна понуда: Дан/ноћ, програми анимација и сл.					
Имиџ Србије и географског подручја на које се односи производ „Наутика“ Дунав-Тиса-Сава итд.					

Извор: Horwath Consulting Zagreb & Економски факултет у Београду, 2005,
Стратегија Туризма Републике Србије. Први фазни извештај,
 Београд. (стр.125.).

На основу извршене евалуације свих кључних фактора из Табеле број 3, може се закључити да научички туризам нема велику заступљеност и са просечном оценом је 1,6 а поред врло доброг ресурсног потенцијала.

За Србију и укључење људских ресурса, посебну улогу би имао и развој **туризма посебних интереса**. Овај производ састоји се од више облика и садржаја а постаје све више заступљен на светским туристичким тржиштима. Претежно, то су активности које се догађају у необичним, удаљеним, неприступачним или дивљим пределима. Корисник очекује да доживи нешто

несвакидашње, прожето понекад узбуђењима и ризицима. У овакве активности убрајају се: Камповање, пешачење, бициклизам, речне експедиције, рафтинг (сплаварење), параглајдинг (летење уз помоћ падобрана или змаја), алпинизам и планинарење, џип – сафари, јахање, лов, риболов, вожње кануом и кајаком, планински бициклизам, спелеотуризам, екотуризам и други. Доследном имплементацијом стратегије која је базирана на свим овим предлозима, осигураће се дугорочни раст позитивних ефеката од туризма, који ће на тај начин ојачати економску и туристичку моћ Републике Србије, која би самим тим постала и генератор нових радних места у комплетној туристичкој привреди земље. Национална стратегија туризма треба да укључује туристички развој који се свакако темељи на очувању разноликог природног и културног богатства, на принципима одрживог развоја у планирању квалитетне туристичке понуде, на адекватном тржишном позиционирању и промоцији, те заједничком деловању свих појединаца и стручних институција које директно и индиректно, кроз људске ресурсе учествују у туризму.

5.1.3 Проблеми у ангажовању људских ресурса у туризму

Као масовна друштвена појава туризам намеће проблеме и у сфери ангажовања људских ресурса широм света. У највећој мери на то утичу фактори о којима је напред било речи. Нажалост ови проблеми свакодневно попримају велике размере. Запошљавање у туризму алтернатива је проналажењу запослења у традиционалним делатностима осталих привредних грана, где су услови рада понекада и суровији. Туризам обухвата широк дијапазон послова а најатрактивнији су послови везани за путовања и нове информационе технологије, затим послови у којима се лако може зарадити кроз бакшиш, напојницу и друге видове накнадног плаћања. У великом броју ситуација највећи конфликти у запошљавању јављају се код најосетљивијих категорија а то су деца и жене. Велики број држава не може да се супростави у потпуности овим проблемима који полако попримају карактер широких светских размера. У истраживању посебну пажњу захтевају следеће категорије:

- Деца и млади

Сектор туризма се појављује као могућност за први посао младим људима, могућност за додатну зараду студентима кроз упознавање других људи кроз рад. Посебан проблем овде представља велики број прекршаја Правилника о раду који прописује минимално дозвољен број година у овим областима који укључују и ангажованост по ресторанима за брзу прехрану и осталим угоститељским објектима. Још већи проблем представља и ангажованост деце а који проблем је присутан и у Републици Србији. Категорија младих људи изложена је ризицима инфекција ХИВ-а, разним врстама изабљивања, несрећама на раду и многим стресовима. Разлози укључивања у ове послове су лоша породична економска ситуација, слом породице, грађански или национални конфликти, растућа незапосленост и слично. Највећа концентрација оваквих проблема је заступљена у мање или потпуно неразвијеним деловима земље. Овај проблем присутан је и свету у многим земљама, где туризам полако нарушава традицију и фамилијарне односе, јер је врло чест случај да деца зарађују и више од својих родитеља разносећи кофере на аеродромима, лукама и туристичким дестинацијама³⁹. Поједине анализе показују да је највише деце ангажовано у сектору туризма присутно у Африци, где су 41 % запослених деца. Затим у Азији 22 % и у Латинској Америци 17 %⁴⁰. Као посебан проблем светске глобализације, који није заобишао ни туризам, појављује се и проблем трговине људима, где су посебно заступљени жене и деца за потребе задовољавања сексуалних услуга. Поред отмица за овакве послове, као посебног криминалистичког проблема, још већу пажњу

³⁹Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.71).

⁴⁰ILO, 2001, *Human Resources Development, Employment and Globalisation in the Hotel, Catering and Tourism Sector*. International Labour Office, Geneva. (стр.74).

завређују и добровољна ступања у ове воде. Разлог је немогућност проналажења адекватног запослења у земљи пребивалишта. Туризам је у овим дешавањима „Пронашао“ своје место. А за то је најпознатији пример секс – туризам на Тајланду у који се укључују многобројне девојчице и девојке широм света а већина их је ту на добровољној основи. Појава је карактеристична и у другим земљама Југоисточне Азије⁴¹.

Занимање деце и младих људи у туризму представља глобални проблем влада већине земаља у свету. Велики број послова различитих сектора у туризму а на којима се затиче да ради велики број деце и младих људи, могу се приказати табеларно (табела 14),

Табела број 14: *Занимања деце и младих људи у туризму*

СЕКТОР	ПОСЛОВИ
<i>Смештај</i>	Рецепционери, носачи пртљага, пиколо, лифт-бој, собарице, послуга у соби, вратар, помоћници у прању и пеглању, чистачи, вртлари итд.
<i>Угоститељство</i>	Помоћници у кухињи, перачи белог и црног посуђа, конобари у баровима, продавци воћа, крофни, оброка и сладоледа, носачи воде итд.
<i>Излети, забаве и рекреације</i>	Туристички водичи, продавачи разгледница и карата, чистачи плажа, цвећари, фото модели, носачи сунцобрана, помоћници у голфу и школама сурфовања и роњења, показивачи рептила и гмизаваца, подводачи итд.
<i>Производња и продаја сувенира</i>	Рониоци бисера, произвођачи сувенира од шкољака и продавачи оваквих сувенира

Извор: Павловић, А., 2004, *Друштвено економски ефекти управљања туристичким развојем*.

Економски факултет, Београд. (стр.81). *Урађено од стране аутора.*

- Миграције

У ову категорију радника могу се сврстати чести путници ради обављања пословних активности, сезонски радници и лица која имају статус емиграната. Свој бољи економски статус траже бегом из лошије финансијске ситуације у земљи у којој живе. Радни услови који прате ове раднике у страним земљама јесу да бивају непријављени и слабо плаћени. У данашње време овакви радници представљају велику конкуренцију домицилном становништву које би за исте послове изискивало и већа новчана примања и остале бенифиције.

У Аустрији је између 1970. и 1995. године забележено значајно повећање у запошљавању емиграната и то у секторима хотели и ресторани. Влада је реаговала тако што је 1996. године донела општар емиграциони закон и тиме ограничила уласке у земљу. У Швајцарској је 1996. године проценат страних радника у хотелима и ресторанима био 51,2 % а у Немачкој 30,9 %. У Данској се учешће емиграната у туристичком раду знатно повећава. Од 1980. до 1995. године учешће емиграната је са 4,9 % повећано на 7,6 %. У 1995. години у Данској 16,7 % емиграната је водило своје сопствено предузеће у туризму⁴². Брисање граница између земаља у склопу Европске уније свакако је повећало свакодневне миграције и већу еластичност пораста радне снаге за потребе пролазних послова, какви су већим делом и послови у туризму.

- Непријављен рад

Званично прикупљене податке о запослености и приходима у туристичкој привреди треба кориговати за одређен износ рада који није регистрован. У овој делатности туристичке привреде постоји широк спектар за овакве могућности. Најчешће је инициран од стране послодаваца због избегавања свих пореских обавеза а понекада и од стране радника кроз разне врсте самозапошљавања. Овакви „Незаштићени“ послови често су праћени и ниским приходима и лошим радним условима. У великом броју земаља су веома високе казне за

⁴¹Holloway, C., 1994, *The Business of Tourism*. Pitman Publishing, London. (стр.264).

⁴²ILO, 2001, *Human Resources Development, Employment and Globalisation in the Hotel, Catering and Tourism Sector*. International Labour Office, Geneva. (стр.78).

непријављен рад а владе су критиковане због неспособности да интегришу активности неформалног сектора у формални. Слични проблеми присутни су и у Републици Србији. Према проценама ILO (International Labour Office) 2001. године, неформални сектор широм света запошљава око 500 милиона радника у туристичком сектору. Он је генерисао 80 % нових послова у Латинској Америци само у периоду између 1990. и 1994. године, док је у Африци само у 1999. години генерисао 90 % нових послова. Ови подаци показују колико радника ради у незаштићеним пословима од стране закона и то врло често са ниским приходима и лошим радним условима.

- Положај жена

Комплетна статистика која се односи на положај жена у туристичкој индустрији у смислу нивоа плата, услова рада и слично, није довољно приступачна. Већина расположивих података показују да је туристичка индустрија посебно важан сектор за жене јер су у просеку 46 % од укупног броја запослених жене. То значи да ови резултати варирају од земље до земље и крећу се у релацији од 2 и до више од 80 % запослених у појединим земљама. Ако се пажња обрати на занимања у туристичком сектору, може се видети да 90 % запослених жена раде на пословима конобара, бармена, собарице, чистачице, бејбиситерке, хотелске домаћице, праље, раднице у хемијским чистионама и на другим пословима. Према једном истраживању у Сједињеним Америчким Државама, жене се налазе на 43,8 % свих менаџерских позиција у хотелским индустријама. Између 1985. и 1995. године је број жена на положајима руководиоца у ресторанима порастао за 34 %, односно износио је 68, 9 % од свих послова у сектору припреме и послужења хране – ресторатерској индустрији. Али и поред овог биланса оне су до 1999. године заузеле само свега 8 % места у Управним одборима од 100 највећих ресторатерских ланаца у свету⁴³. Из истог извора у погледу диспропорција односа између радних часова жена и мушкараца и њихових личних примања, могу се уочити велике разлике у развијеним и неразвијеним земљама света. У развијеним регионима просечан лични доходак жене износи 80 % личног дохотка мушкараца, док тај однос у неразвијеним земљама износи од 10 до 70 % плате јачег дела популације. У сваком случају може се извести закључак да постоји извесан диспарат у приходима и положају у хијерархијској структури по потпуној основи у свим сегментима хотелске, ресторатерске и туристичке индустрије. Међутим у великим компанијама широм света данас се у великој мери излази у сусрет женама, њиховим правима и великим породичним обавезама, какви су брига о породици, нега и чување деце, одржавање домаћинства и слично. Изражавање у сусрет женама приликом запошљавања и обављања посла данас је увелико пракса и даљњи циљ и у Републици Србији.

- Дефицит стручног особља

Ово је свакако такође један од глобалних светских проблема. Врло често се могу сусрести радници на многим пословима у туризму а да не познају у довољној мери све оно што од њих захтева радна позиција. Највећи конфликти јављају се код послова који су у директном контакту са туристичким корисницима а свакако да у таквим ситуацијама квалитет услуга драстично пада, што се може одразити на комплетну туристичку понуду.

У моменту када се Република Србија увелико припрема за позиционирање на светској туристичкој сцени, појављује се дефицит стручног особља за послове у овом сектору привреде. Свакако треба истаћи проблем непознавања довољног броја страних језика који се у туризму захтевају. То се огледа у готово свим пословима туристичких агенција, организација, бироима и у комплетном угоститељству. Поред познавања страних језика, у туризму је потребан и велики број кадрова из области маркетинга, туристичке економије, менаџмента у туризму, познаваоца

⁴³UNED, 2000, *Gender & Tourism: Women's Employment and Participation in Tourism*. Project Report, United Nations Environment and Development, London, UK. (стр.4).

рада туристичких агенција, мотивисаних а пре свега креативних људи, добрих планера и високо образовних лица из свих поменутих сектора туризма.

5.2 Привредни утицаји туризма

Велики део утицаја туризма на привреду је обрађен у поглављима *Економски и друштвени аспект туризма* и *Утицај туризма на активирање људских ресурса* али у смислу богатije покривености подацима и анализама широких туристичких утицаја; у овом поглављу истичу се најважнији облици привредних утицаја. У делу „Стратегијски менаџмент“, аутор и истакнути научни радник Професор др Черовић Слободан сачињава посебан осврт на привредне утицаје туризма. Аутор истиче да су динамичан развој међународног туризма и раст туристичког промета и потрошње у периоду после Другог светског рата до данас, утицали на то да туризам постане водећа привредна грана у свету. Тако да се данас туризам у светској привреди одликује следећим карактеристикама:

- Порастом глобалне економије и специјалних догађаја, који су омогућили пораст светског туризма за 7,4 %, што је највећи раст у претходној деценији.
- У 2000. години, број интернационалних летова износио је 690 милиона, што је за 50 милиона више него у 1999. години (највише су учествовале Шпанија и САД).
- Европа је остварила за 58 % пораст интернационалног туризма у 2000. години а што је пораст од 6,2 %, односно 403 милиона долазака или за 25 милиона долазака више него у 1999. години.
- Сви региони забележили су пораст броја туриста у 2000. години а највиши раст је остварио регион Источне Азије од 14 % или 14 милиона туриста више него у 1999. години.
- Укупни доласци остварили су 476 милијарди УСД у 2000. години, што је пораст од 4,5 % у односу на 1999. годину а просек потрошње по туристи износио је 680 долара у 2000. години.

Аутор такође указује да истраживања на разним нивоима, а посебно Светске Туристичке Организације, показују да се и даље очекује наставак позитивне развојне тенденције међународног туризма у свету, односно раст туристичког промета од 2,0 до 3,0 % и реалних прихода од 3 до 4 % просечно годишње. Претпоставке су да ће интензитет раста међународног туризма, у смислу промета и прихода, бити убрзанији од интензитета раста друштвеног производа у свету. Такође, предпоставља се да ће раст домаћег туризма пратити раст друштвеног производа. Глобалне оквири, између бројних и разноликих показатеља, у истом делу, аутор сагледава на основу најважнијих карактеристика:

- ❖ Туризам има изразиту просторну дисперзију и обухватио је скоро читаву планету Земљу.
- ❖ Присутан је стални раст броја учесника у кретањима као и пораст обима међународног туристичког промета, тако да се у 2010. години очекује 1 милијарда туриста.
- ❖ Бележи се велики обим и перманентно повећање туристичке потрошње. Предвиђања су да ће у 2020. години она износити 1.550 милијарди УСД.
- ❖ Интензивно јачање економске моћи туризма и изузетног привредног значаја, који му образују трећу позицију у међународној размени.
- ❖ Стални раст учешћа укупне туристичке привреде у светском бруто националном производу (ГНП).
- ❖ Стабилан удео девизног прихода од туризма у светском извозу у износу од 8,5 %.

- ❖ Високо учешће прихода од туризма у укупним приходима оствареним по основу пружања услуга, којима је само у 1997. години припадало око 35 %.
- ❖ Стално повећање обима инвестиционих улагања у туристичку привреду, које је у истој години износило 13,4 % од укупних инвестиција у свету.
- ❖ Све већа издвајања светске популације за туризам и рекреацију, који захватају око 13 % укупних прихода становништва.
- ❖ Перманентно повећање рецептивних земаља, којих је у 1999. години било 190.

Крај 20. је показао да туризам представља водећу привредну грану у свету и да је по свим битним показатељима остварио примат у односу на остале привредне гране. Преузимајући улогу лидера и остварујући значајан удео у светском бруто националном производу и укупној запослености, туризам је такође преузео значајну одговорност у односу на економско, социјално, културно и природно окружење. Све већа зависност економских и туристичких стопа раста, утиче на обим укључивања становништва у туристичка кретања из разних регија света. Са друге стране, очекује се и пораст учешћа земаља у развоју у апсорбовању прихода од међународног туризма. То ће свакако допринети одговарајућим структурним променама. Економски фактори, као што су позитиван привредни раст, раст животног стандарда и дискреционог дохотка, утичу на пораст слободног времена свих слојева становништва. Глобални економски показатељи бележиће раст у готово свим развијеним земљама а нарочито раст животног стандарда и дискреционог дохотка, који су у директној корелацији са туристичком тражњом. Укупан економски раст имаће подлогу у повећаној продуктивности рада, а непосредни ефекат тога биће и повећање слободног времена запослености. Свакако да ће слободно време утицати на опредељеност за туристичку потрошњу. Са друге стране, бројни економски фактори су и у корелацији са напорима да се обезбеди усклађени развој туризма. Циљ је да се постигне општи квалитет туристичке понуде, у складу са захтевима посетилаца и то, на подлози заштите свих добара, чиме се истовремено повећавају и економски ефекти долазака и боравака у дестинацији. Концепти усклађеног и ограниченог развоја, у коме природни ресурси диктирају могућности за постизање економских и друштвених циљева у туризму, а не обрнуто, је једино исправан у стратегијским опредељењима и прилагођавањима тржишним променама. У томе се садрже и настојања али и функционисање различитих економских и других привредних заједница, у којима се туризам третира као један од хармонизирајућих фактора у економској и широј друштвеној сфери⁴⁴.

5.3 Социо - културни утицаји туризма

Слично утицајима на упосленост и ангажовање људских ресурса као и утицајима на природно окружење, туризам врши различите позитивне и негативне промене на културу, ставове локалне заједнице према развоју туризма, као и на понашање самих учесника у туристичким кретањима. Све ово спада у групу друштвених утицаја туризма. Туризам у основи мења колективни и индивидуални систем вредности, структуру заједнице, животни стил и сам квалитет живота. У туризму важи правило да туристима треба пружити срдечно гостопримство, које у великој мери зависи од ставова локалног становништва према туризму и самим туристима. У циљу побољшања користи од стране туризма локалној заједници и смањења негативних утицаја, потребно је успоставити широко партнерство између власти локалне заједнице и свих субјеката туризма. Локална заједница мора бити укључена у имплементацију и контролу развоја туризма, кроз постављање циљева и развијање стратегије развоја. Локална заједница сноси и свој део одговорности за настанак могућих конфликта у туристичкој дестинацији. Она мора да допринесе да доживљај туриста буде аутентичан, да буде

⁴⁴Черовић, С., 2002, *Стратејски менаџмент туристичке привреде Србије*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.60-72).

одраз локалне културе а не да се ствара другачија или искривљена слика. Локална заједница има вишеструке користи од развоја туризма а те добити се могу окарактерисати као позитивни утицаји туризма на локалну заједницу:

1. Повећање средстава за очување и ревитализацију културних добара, као и за побољшање услова рада културних установа
2. Оживљавање традиције
3. Демократизација културе
4. Пораст запослености локалног становништва
5. Повећање прихода за појединце и локалне послове
6. Повећање прихода од уведених пореза
7. Побољшање укупних економских активности
8. Боље коришћење градске инфраструктуре и других погодности
9. Све остале позитивне и пожељне друштвене и економске промене⁴⁵.

Успешан развој културног и одрживог туризма заснован је на основном постулату да локална заједница мора бити укључена у туристичку индустрију. Њихова улога огледа се на првом месту у доношењу важних одлука који се тичу туристичке стратегије, затим у запошљавању и у улози у којој презентују своје фолклорно наслеђе а да од те презентације локална заједница има сопствених материјалних и духовних користи. Када се испуне сви наведени услови, развој туризма у појединим туристичким дестинацијама имаће статус одрживости а сви негативни утицаји, може се очекивати да ће бити искључени. Са друге стране појачавање се и позитивни осећаји учесника туристичких кретања, који са позиције потрошача имају пресудну улогу у креирању сваке туристичке дестинације.

Са аспекта социо – културних утицаја туризма највећу пажњу завређују позитивне промене које се одвијају у сфери културног и социјалног наслеђа. Заправо, може се констатовати да је покретач ових промена сама економска добит која ствара позитивне ставове локалне заједнице. Приступ туриста локалним добрима је у већини случајева бесплатан док се новчана средства остварена у другом случају распоређују и на локалну заједницу. Пример за то је Агенција за управљање областима под заштитом Мадагаскара, где се чак половина средстава остварених од посета националном парку, усмерава у развој руралних средина овог подручја. Слична ситуација је и у Кенији и Зимбабвеу. Значајна туристичка дестинација у Шпанији, Мајорка, увела је праксу плаћања 12 евра по посетиоцу, такозвану еко - таксу коју посетилац плаћа одмах по доласку у хотел. Већина од прикупљених средстава одлази локалној заједници⁴⁶.

У подручјима где нема економских добити, не могу се очекивати позитивни исходи туристичког развоја. Позитивни утицаји туризма на локално културно наслеђе и елементе традиције, могу се приказати и структурално у табели број 15, као утицаји на наслеђе, језик, религију, народну уметност, народне обичаје и домаћу популацију:

⁴⁵Хацић, О., и други, 2005, *Културни туризам*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.205).

⁴⁶Swarbrooke, J., 1999, *Sustainable Tourism Management*. CABI Publishing, Sheffield, UK. (стр.71).

Табела број 15: Утицаји туризма на поједине елементе локалне културе

Утицај	Резултат
Наслеђе	- Побољшање квалитета свих културних установа - Усмереност пажње на заштиту локалне заједнице и комплетног јавног сектора
Језик	Присутно је велико интересовање у заштити традиционалног локалног језика ако је он атрактиван страним туристима
Религија	Пораст респектовања локалне религије од стране туриста и обрнуто
Народна уметност	Интензиван развој нових тржишта за домаћу радиност и уметничке форме
Обичаји	Пораст преношења обичаја на друге крајеве у свету
Домаћа популација	- Популација се повећава доласком људи да живе или раде у одређену дестинацију - Свака депопулација је у туристички развијеним областима искључена

Извор: Swarbrooke, J., 1999, *Sustainable Tourism Management*. CABI Publishing, Sheffield, UK. (стр.72).

Утицај туризма на друштво и културу може се пратити и кроз анализу ставова локалног становништва о туризму и његовим корисницима. У том смислу за истраживање је интересантан концепт који прати еволуцију осећања становништва према туризму а који подразумева четири фазе:

❖ **Еуфорија**

Туристи су добродошли а присутно је веома мало контроле и планирања.

❖ **Апатија**

И даље се прихвата присуство туриста док односи између група постају више формални и комерцијализовани. Планирање туризма је упућено на маркетинг туристичког производа.

❖ **Ометање**

Констатује се да је дошло до засићења у туристичкој индустрији и постоје дилеме о томе да ли окружење локалне заједнице треба да буде дестинација коју ће туристи посећивати у великом броју. Локално становништво у овој фази осећаја изражава бојазан према туризму. Инфраструктура се такође развија неконтролисано док су инсистирања за њену ограниченост потпуно искључена.

❖ **Антагонизам**

У овој фази осећаја локална заједница показује отворену иритацију према туристима и туристичкој индустрији а понекад су присутни и сукоби између туриста и припадника локалне заједнице⁴⁷.

⁴⁷Хаџић, О., и други, 2005, *Културни туризам*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.208).

Широм света се због несавесног и деструктивног понашања туриста дешавају креирања негативних ставова локалне заједнице. Са временом, ако су такви утицаји учестали, код локалног становништва ствара се нетрпељивост према туристима и велика одбојност према туризму иако је туризам у том подручју нејекономичнија привредна грана. Нису ретке ни оружане побуне локалне заједнице, како би недозволили да нога туристе крочи на њихов простор. У овом поглављу социо - културних утицаја туризма наводе се само неки лоши примери ове негативне стране туризма у свету односно, примери *негативних социо - културних утицаја туризма*:

Да туристички региони трпе последице експанзије несавесних туристичких маса најбоље се може уочити на примеру одржаног говора хавајског делегата на конференцији и састанку посвећеној проблематици туризма: „Ми не желимо туризам! Ми Вас не желимо! Не желимо да будемо деградирани као плесачи и слуге. То је културна проституција! Не желимо да видимо никога од Вас на Хавајима"! Нема невиног туристе! Овоме се могу додати културни сукоби и друштвени проблеми који су проузроковани притиском великог броја посетилаца који су окупирали поједине локалитете, првенствено у време сезоне, приливом радне снаге из других земаља и других разлога⁴⁸. О несавесном и немарном понашању туриста врло често и велики светски медији извештавају са великом пажњом. Пример је Тајм: „У Римском форуму где је Цицерон држао говоре и где је убијен Цезар, одваљују комадиће мермера које ће понети кући као сувенир. На тргу Сињорија у Фиренци туристи су обојили нокте на ногама Микеланђеловог Давида. Обилазећи атински Партеон, где су се стари Грци молили богињи Атине, стављају камење у своје торбе, да би га како кажу употребили као тег за хартију. У Источним Пиринејама прикрадају се дуж зидова катарских замкова и намерно избацују камење из лежишта да би видели како се и колико дуго котрља низ планинску падину. Краду све што им дође под руку у сеоским црквама, ваде коцкице из подних и зидних мозаика, одсецају главе, руке, прсте и носеве статуама. Затим да би били сигурни да ће бити очувана успомена на њихов злочин урезају или исписују своја имена на свим површинама па и на прастарим зидинама“. Комерцијализација традиционалних вредности је један од начина и утицаја на социо-културне вредности, где се локално наслеђе и друштвене атрактивне вредности (најчешће обичаји и језик) мењају у циљу приближавања туристима. То се највише одражава у локалној традицији и обичајима, локалној музици, храни, архитектури као и у фамилијарним односима унутар самих породица, а дешава се да малолетна деца занемарују своје дечије и школске обавезе зарађујући више од својих родитеља, разношењем и ношењем путничких кофера, како по аеродромима, тако и по дестинацијама; што је свакако несхватљиво и за менталитет модерног света а камоли тамо где постоје конзервативне традиционалне вредности. У Индонезији, међу припадницима народа Тораја, племена Сулавези, туризам више није примљен најбоље од стране локалног становништва јер су традиционалне церемоније сахрањивања мртвих мењане и скраћиване како би се прилагодиле туристима. Крајем осамдесетих година, велики број припадника Тораја, одбио је да прихвати туристе. Слична судбина чека туристе у Катмандуу у Непалу, близу највишег врха света Монт Евереста, ако нешто не мењају у својим врло лошим навикама⁴⁹.

Као велики проблем туризма јавља се и негативан социо - културни утицај туризма на локалну заједницу, кроз све видове деградације животне средине од стране туриста. Нико од локалног становништва не воли да у свом окружењу а након одласка туриста затекне, руиниране плаже (Средоземље, Пацифичка острва, Канарска острва), посечене шуме (Хималаји, Алпи), мучене па убијене животиње (преко 60 % дестинација), загађене реке и мора (готово 70 % светских дестинација), нафтне мрље, гомиле флаша бачених по травњацима, у воду или жбуње, најлон кесе по трави, по плочнику, по дрвећу (Венеција), уништене и руиниране фасаде зграда и свих културних институција, скрнављене културно - историјске

⁴⁸Fennell, D., 1999, *Ecotourism*. Routledge, London. (стр.249).

⁴⁹Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.96).

споменике а по најгоре, уништене читаве екосистеме и биодиверзитете. Верујте, да се у таквим срединама никада нећете пријатно осећати, јер нећете бити онај добродошли туриста а ваш боравак, једва ћете чекати да се заврши⁵⁰. У једном истраживању о културним утицајима религиозног туризма на Хималајима, на Тибету и у Непалу, изведени су следећи закључци: Велики утицај на ова религиозна места чине западни туристи својим великим обимом посета а који је омогућен локацијом манастира која се огледа у лакоћи приступа, њиховим очекивањима и високим стандардом у понашањима, као и самим начином на који је фестивал промовисан. Велики број посетилаца у овим просторима је мењао функцију фестивала чија је основна намена друштвеног карактера. Честа је и уведена пракса од стране власти да се туристима продају карте које имају приоритетна места. Посете овим манифестацијама имале су охрабрење да продаја улазница представља једини начин одржавања и ревитализације ових манастира. На овим манифестацијама изводе се маскирани плесови и са модификованим језиком, прилагођеним туристима а неразумљивим локалном становништву. По аутохтоном пореклу, ови плесови су дути а због потреба туриста и усклађивања западном укусу, скраћују се и прекидају како би се рецимо послужио традиционални чај у 17 часова. У појединим деловима овог региона и сами начини плесова су модификовани иако су у основи намењени локалној заједници. Треба нагласити да су локалне власти већ предузеле одговарајуће кораке како би се сачували ови традиционални плесови и вратили традиционалном корену а у појединим местима су под јаким надзором и контролом⁵¹.

У већини случајева конфликти из разлога иритације туристичким понашањем настају због игнорисања локалних обичаја и вредности. У доста муслиманских земаља и конзервативних хришћанских заједница на Полинезији, Карибима и у Медитерану, постоје ригорозни закони и стандарди који се тичу понашања, облачења и конзумирања средстава за уживање, какви су алкохол, дуван и наркотици. Туристи несвесни и понекад необавештени непоштују ове стандарде, чиме проузрокују тензије и реакције локалног становништва. У региону Алто Адиђе у италијанским Доломитима у 1993. години, букнуо је локални покрет са циљем да се спречи језерско купање у топлес костимима. Власти су реаговале тако што су становништву на различите начине изразиле забринутост да би овај вид негације могао одвратити велики број посетилаца. Као посебан проблем глобализације, а који није мимоишао и туризам, појављује се проблем трговине људима а који се вешто крије под туристичким плаштом. На хиљаде жена и девојака се продаје и укључује у глобални систем проституције. Разлог је мала или никаква образованост, стога и немогућност запослења. Зато је и туризам у оваквим дешавањима „Пронашао“ своје место. Типичан пример за то је секс - туризам на Тајланду који поприма широке размере. Овај вид кретања укључује туристе који путују из економски богатијих земаља у којима су слабије ригорозни закони који се тичу морала. Поред Тајланда овај вид туризма развија се и у Бразилу, Камбоџи, Коста Рики и Куби. Након укидања гвоздене завесе Русија, Украјина, Чешка и Пољска су такође постале популарне дестинације за овај облик туризма. Поједине земље попут САД, Немачке, Француске и Јапана имају формиране туроператоре који креирају специјалне аранжмане за Филипине и Тајланд, због ове сврхе путовања⁵².

Поред наведених утицаја туризма на локалну заједницу, врло чест случај је и појава криминала у земљама лошијег економског стандарда а у којима се реализују туристичка кретања и представљају водеће земље по броју међународних посета. У Рио де Женеиру, масован број туриста понекада и изузетно богатих, одседа у хотелима високих нивоа услуга. Ови хотели са 5 звездица смештени су на самој обали која се налази у близини брда, где живи екстремно сиромашна заједница. Учестала појава је да су туристи на мети напада џепароша, пресретача, крадљиваца, манипуланата и других припадника ових ниских сталежних група који делују

⁵⁰Hall, C., Page, S., 2005, *The Geography of Tourism and Recreation, Environment, place and space*. Routledge, London. (стр. 195, 196).

⁵¹Robinson, M., Boniface, P., 2005, *Tourism and Cultural Conflicts*. Morpeth, Northumberland, UK. (стр.95).

⁵²Holloway, C., 1994, *The Business of Tourism*. Pitman Publishing, London. (стр.264).

организовано, па се туризму преписује одговорност за формирање и криминалитета. Ова појава карактеристична је и за јужну Италију, Латинску Америку и Карибе, као и у већим градовима какви су Њујорк и Лондон⁵³.

Да би се избегла већина негативних социо – културних утицаја и лоших ставова локалне заједнице према туристима, велики број научника у истраживачким радовима бави се овом проблематиком и изналажењем адекватних мера које доприносе смањењу негативних а повећању позитивних утицаја туризма на локалну заједницу. Занимљив је концепт социо – културних утицаја кроз етапе програмирања које обухватају следеће кораке:

- Ојачати везе између туризма и других економских сектора.
- Охрабрити употребу локалних услуга и добара.
- Охрабрити локално власништво и управљање услугама.
- Дати финансијску подршку локалном инвестирању и максимизирати запошљавање становништва на свим нивоима туристичких услуга.
- Вршити едукацију и развијати вештине пружања квалитетних услуга.
- Подстицати развој локалног предузетништва у области туризма.
- Повећати туристичку потрошњу и мултиплицирати позитивне економске ефекте туристичког развоја.
- Поступно развијати туризам у циљу избегавања наглог скока цене земљишта и производа.
- Омогућити погодне услове за међусобну културну размену и интеракцију гост – домаћин.
- Очувати стил локалне архитектуре и омогућити приступ локалној заједници свим културним добрима.
- Ограничити број посетилаца кроз мере носећег капацитета.
- Употребити кодексе понашања посетилаца увек када је потребно.
- Подржавати и не мењати стил локалних уметности и културних приредби.
- Усмеравати маркетиншке активности на туристе са осећајем за културу⁵⁴.

У Републици Србији туризам нема толику експанзију какав је случај са другим деловима света. Из поменутог разлога, односно слабије посећености у свим кластерима какви су Београд са околином, Војводина, Источна и Западна Србија, нема негативних социо – културних утицаја. Може се извести закључак да припадници локалних заједница улажу велике напоре скупа са локалним, регионалним и државним инстанцама у промоцију својих културних и природних наслеђа са циљем како би се придобили туристи. Поред упошљавања становништва и промоције својих етно – социјалних вредности, становништво великог дела Србије има и економске користи од развоја туризма. То се може оценити као врло позитиван корак у позиционирању Србије на међународном туристичком тржишту.

⁵³Fennell, D., 1999, *Ecotourism*. Routledge. London. (стр.251).

⁵⁴Хаџић, О., и други, 2005, *Културни туризам*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр. 209, 210).

VI ПРИРОДНИ УТИЦАЈИ ТУРИЗМА

Под утицајем свих друштвених делатности и туризма, средина у којој човек живи све више се мења из дана у дан, губећи свој примарни изглед и својства. Свака оваква измена животне средине, која се свакако неповољно одражава на активности живе и неживе природе, означава се као *деградација животне средине*. Под овим појмом подразумева се уношење материја и енергије у средину, при чему се у организмима живих бића дешавају патогене промене а сам процес назива се још и загађивање животне средине. Истовремено су развој и конкурентност туризма условљени квалитетом животне средине. Данас су присутни проблеми деградације и загађивања животне средине који имају глобалну конотацију и опасни су по опстанак многих врста, па и читавог живота на планети. Земља је стара најмање 4,5 а живот се почео развијати пре 3 милијарде година. Човек је почео да се бави пољопривредом и да живи у сталним насељима пре око 12.000 година. Индустријска револуција и раст милионских градова почели су да се дешавају пре мање од 250 година. Иако људи мењају животну средину од почетка пољопривредне производње, ниво промена који је данас присутан највећи је у историји света. У свим овим променама туризам има врло значајно место у улогу. Да би се задовољиле све веће туристичке потребе, не бирају се средства којима се оставља дубок траг и оштећења у читавим екосистемима и биодиверзитетима.

Свакако акценат се ставља на врсте и облике позитивних и негативних утицаја туризма на поједине медије окружења и изабране осетљиве дестинације. Туристичка експанзија и њени негативни утицаји огледају се највише кроз комплетну непланску изградњу рецептивних објеката туристичке привреде, што за последицу има заузимање великих површина земљишта а понекад и комплетна нарушавања амбијенталних природних целина и станишта а које условљавају и миграције становништва и представнике фауне. Поред непланске рецептивне градње значајни су и утицаји туризма на све медије животне средине – воде и ваздух, кроз загађивање путем штетних издувних гасова. Они са сигурношћу воде великој климатској промени као што је глобално отопљавање или пораст глобалне просечне температуре, што ће за последицу имати низ промена у природи, од којих ће већина бити погубна за комплетан живи свет на Земљи. Авио - саобраћај изазива највећи степен загађивања јер ствара 3 % од укупне количине емитованог угљен - диоксида у свету. Туризам данас учествује са више од 60 % свих авиопревоза и тиме је одговоран за велики удео у емисији гасова. Поред авио - превоза значајни загађивачи су и друмска возила. О томе говори и податак да 70 % туриста само у Европи користи аутомобил⁵⁵.

Поред деградација ваздуха значајно је и загађивање вода путем канализације, отпадних индустријских вода, разним чврстим материјама и пољопривредним хемијским препаратима, који преко земљишта доспевају у водене токове.

Утицаји туризма на воду су вишеструки. Туризам као привредна грана велики је потрошач воде. Копнене, морске и подземне воде загађују се путем канализације, отпадом, акцидентно, пољопривредом и индустријом. Према научним анализама човечанству су на располагању 20.000 км³ воде. Уз садашњи темпо загађења, пораст броја становништва и неадекватну употребу, предстоји глобална несташица воде. Међу све видове и облике деградације животне средине, којима туризам доприноси у великој мери свакако спадају: Деградација озонског омотача, ефекат стаклене баште, ефекат киселих киша, загађивање вода и деградација приобалних подручја, сеча шума, еколошки утицаји на градске и планинске центре, утицаји на биљни и животињски свет и други.

⁵⁵Јовичић, Д., 2000, *Туризам и животна средина, концепција одрживог развоја*. Задужбина Андрејевић, Београд. (стр.21).

6.1 Утицај туризма на ваздух

Ваздушни омотач који обавија Земљу и са њом учествује у њеним кретањима назива се *атмосфера*. Улога атмосфере је да штити Земљу од превеликог загревања у току дана и превеликог хлађења у току ноћи. Да нема атмосфере, дневно колебање температуре на Земљи износило би око 200° С, не би било воде ни живог света⁵⁶. Атмосфера штити организме од ултраљубичастог зрачења Сунца, које при проласку кроз атмосферу апсорбује озон. Само мала количина овог зрачења које доспева на Земљу убија многе штетне бактерије, при чему се састоји и позитивно здравствено дејство сунчеве светлости. Атмосфера нас штити и од великог броја метеорита који се из међупланетарног простора непрекидно крећу ка Земљи.

Ваздух је механичка смеша гасова којег чине претежно азот и кисеоник. У његов састав улазе још у незнатним количинама аргон, угљен - диоксид и многи други ретки гасови. Сем тога у ваздуху се увек налази извесна количина водене паре и ситних честица прашине. Најзначајнија функција ваздуха јесте да је неопходан за дисање комплетног живог света.

Загађивање ваздуха је преношење штетних природних и синтетичких материја у атмосферу, као директна или индиректна последица човекове делатности. Присуство оваквих материја у мањим или већим количинама мења његов састав. Оне стижу у ваздух као продукти хемијских реакција и сагоревања, пре свега фосилних горива из индустријских и комуналних постројења, електрана, моторних возила, индивидуалних ложишта, расхладних уређаја, спреј боца, са технолошки третираних пољопривредних површина и слично⁵⁷.

Последице загађивања ваздуха су вишеструке. Поред оштећења здравља људи и комплетног живог света, ово загађење утиче на климатске промене на глобалном нивоу, хемијске промене у океанима, морима, воденим токовима и језерима, промене у саставу земљишта, утичу на психолошку свест код људи итд. Међу најзначајније глобалне проблеме везане за загађење ваздуха, у којима и туризам има значајног удела треба уврстити *деградацију озонског омотача, ефекат стаклене баште и киселе кише*.

6.1.1 Деградација озонског омотача

У зависности од свог положаја и начина постанка озон може бити користан и штетан. Озон који настаје у стратосфери формира озонски омотач који штити живи свет од ултраљубичастог зрачења. Ова врста зрачења повећава ризик од рака коже, слаби имунолошки систем људског организма, смањује приносе усева, штети развоју шума и вегетације уопште. Различите људске активности великим делом уништавају овај озонски омотач испуштањем хлорофлуороугљоводоника (СФС једињења), који се комерцијално зову *фреони*⁵⁸. Ова једињења имају широку примену у индустрији јер су релативно нетоксична, незапаљива и не разлажу се лако^α. Користе се као материјал за распршивање у спреј боцама, расхладним уређајима познатим под називом клима - уређаји а који су тренутно незаменљиви део опреме једног рецептивног хотелског објекта или обичног превозног средства, затим у апаратима за расхлађивање хране и пића како у домаћинствима тако и у угоститељским индустријама⁶⁰. Пошто су хемијски стабилни, њихова се трајност у природи процењује на око 150 година. Када се ослободе, подижу се на 40 км висине где се под утицајем велике енергије сунчевог

⁵⁶Група аутора, 2000, *Туризам и заштита*. Природно-математички факултет, Институт за географију, Нови Сад. (стр.34).

⁵⁷Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.33).

⁵⁸Ђукић, П., Павловски, М., 1999, *Екологија и друштво*. Екоцентар, Београд. (стр.48).

^α исто као 57, (стр.34).

⁶⁰Белић, Д., 2007, *Глобални ефекти загађења*. Физички факултет, Београд. (стр.51).

ултраљубичастог зрачења они разлажу а при чему се ослобађа флуор. Када је слободан, један атом флуора уништава око 100.000 молекула озона, пре него што се много година касније спусти на површину Земље. Сматра се да су до сада ова једињења антропогеног порекла уништила од 3 до 5 % озонског омотача Земље⁶¹. У пракси се често користи термин „Озонске рупе“ али у стварности оне не постоје јер би у противном сав живи свет био уништен. Највећа оштећења озонског омотача забележена су 1986. године изнад Антарктика а 1989. године је утврђено да су се проширила и изнад области јужне Аустралије⁶².

Озон у тропосфери настаје разлагањем примарних загађујућих материја у атмосфери, азотних оксида, који се разлажу под дејством сунчевог зрачења, ослобађајући притом атомски кисеоник који ступа у реакције са молекулским кисеоником из ваздуха. Овај озон познат је и под називом „Лош“ за разлику од озона из стратосфере⁶³. Имајући све ово у виду, Светска метеоролошка организација је на састанку у Хелсинкију донела препоруку да се до почетка новог миленијума глобална употреба хлорофлуороугљоводоника смањи за 80 %^α. Али нажалост, све је остало само на препоруци.

CFC једињења која оштећују озонски омотач контролисана су Бечком конвенцијом о заштити озонског омотача и Монреалским протоколом. Њихов потенцијал глобалног загревања је веома висок, те њихову употребу треба што пре ограничити. Зато је на 19. састанку земаља чланица Монреалског протокола у септембру 2007. године донета Одлука о убрзаном искључивању из употребе ових супстанци. Рок за њихово потпуно избацивање из употребе је 2020. година а у земљама у развоју до 2030. године. У организацији Министарства заштите животне средине, у Београду, СИВ 3, сала протокола, у периоду од 7-9. новембра 2007. године, одржан је тродневни семинар са темом: „Студија процене садашње и будуће потрошње супстанци, Анекса Ц Монреалског протокола“. Семинар је водио Клас Берглоф, национални консултант Стокхолмског института за животну средину (Stockholm Environmental Institute - SEI). Према званичном захтеву Министарства заштите животне средине од 23. октобра 2007. године, Република Србија је укључена у оквирни радни програм Организације УН за индустријски развој (UNIDO) за 2008. годину, у области извођења студије употребе супстанци Анекса Ц Монреалског протокола, као и радни програм УНИДО - а за период од 2007 - 2009. године. Ова студија представља прилагођавање националног законодавства, као и расхладно-сервисног и индустријског сектора изменама Монреалског протокола - усвојеним на 19. састанку земаља потписница Монреалског протокола (19 Meeting of the Parties - 19 MOP), одржаног од 12 - 21. септембра 2007. године у Монреалу у Канади. Једна од основних одлука овог састанка је убрзано искључивање из употребе супстанци Анекса Ц Монреалског протокола - које поред оштећења озонског омотача, спадају и у групу гасова са ефектом стаклене баште, са потенцијалом глобалног загревања од 700 - 2300 пута већем од угљен-диоксида. При анализи предложених сценарија за убрзано искључивање из употребе ових супстанци, узети су у обзир и климатски ефекти. Са знатно скраћеним роковима за искључивање ових супстанци, Монреалски протокол, као најуспешнији глобални мултилатерални уговор, преузима део напора ка смањењу климатских промена⁶⁴.

⁶¹Ђукић, П., Павловски, М., 1999, *Екологија и друштво*. Екоцентар, Београд. (стр.49).

⁶²Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.34).

⁶³Група аутора, 2000, *Туризам и заштита*. Природно-математички факултет, Институт за географију, Нови Сад. (стр.35).

^α исто као 61.

⁶⁴www.ekoplan.gov.rs (13.06.2009).

6.1.2 Ефекат стаклене баште

Када функционише нормално овај геофизички феномен одржава умерену топлоту наше планете. Одређени природни гасови у атмосфери формирају омотач који омогућује сунчевој светлости да прође до Земље али у исто време спречава губитак топлоте, слично улози стакла на повртарској стакленој башти. Тај гасни омотач заправо задржава топлоту близу земљине површине и тако загрева читаву атмосферу. Међутим, разни индустријски гасови повећавају густину омотача, задржавајући све више топлоте у атмосфери. Због немогућности природног хлађења ово би могло да доведе до *глобалног отопљавања*, односно до подизања просечне температуре атмосфере чак за 2 до 5° С у наредних неколико деценија. Ово би за масовну последицу имало промену климе и отопљавање леда на Земљи. Као негативна последица загревања планете наводи се податак да ће до 2100. године ниво мора у читавом свету порасти за 15 - 90 цм, што ће за резултат имати потопљавање делова копна⁶⁵. Сав лед са Антарктика, Гренланда и копнених глечера услед комплетног топљења, подигао би ниво океана и мора и до 70 м а само топљење свог леда са Гренланда подигло би ниво Светског мора за 7 м, што би такође имало погубна дејства на планету⁶⁶. Поред тога што би сви приморски градови света били под водом, на копну континентална клима претрпела би велику метаморфозу.

Табела број 16: *Гасови који највише утичу на формирање ефекта стаклене баште*

Назив гаса - једињења	Удео у формирању ефекта стаклене баште
Угљен - диоксид	50 %
CFC једињења - фреони	15-20 %
Метан	18 %
Азотни оксиди	10 %
Остали гасови	5 %

Извор: Ракићевић, Т., 2002, *Опита физичка географија*. Научна књига, Београд.(стр. 94). *Урађено од стране аутора.*

Негативни утицаји туризма на загађење ваздуха овог типа углавном се приписују саобраћају. Поред моторних возила авио - саобраћај изазива највећи степен загађивања јер ствара количину од 3 % од укупне количине емитованог угљен - диоксида у свету. Та количина еквивалентна је укупном избаченом CO₂ од стране британске индустрије⁶⁷. Поред тога што поспешује глобално отопљавање, авио - транспорт емитује од 2 до 3 % укупне количине азотних оксида који доприносе стварању регионалног смога од озона у најнижим слојевима тропосфере, који је иначе штетан по здравље. Прогнозе су да ће се поменути проценат утростручити до 2015. године. Према статистичким подацима, око 176 милиона тона авионског горива је сагорено само у 1999. години. То је проузроковало стварање 550 милиона тона угљен-диоксида и 3,5 милиона тона азот - диоксида који су погубни по атмосферу⁶⁸. Не треба заборавити да туризам данас представља више од 60 % свих авиопревоза и да је тиме одговоран за велики удео у емисији гасова. Једно истраживање је показало да један повратни прекоокеански лет емитује скоро половину емисија угљен - диоксида коју производе остали извори попут осветљења, загревања и употребе аутомобила, коју користи просечно једна особа у току једне године⁶⁹.

⁶⁵Ђукић, П., Павловски, М., 1999, *Екологија и друштво*. Екоцентар, Београд. (стр.50).

⁶⁶*Planet la Control*. 2008, National Geographic channel.

⁶⁷Malone, P., 1998, *Pollution Battle Takes to the Skies*. The Observer, London, 8. november. (стр.9).

⁶⁸Јовичић, Д., 2000, *Туризам и животна средина, концепција одрживог развоја*. Задужбина Андрејевић, Београд. (стр.21).

⁶⁹Павловић, А., 2004, *Друштвено економски ефекти управљања туристичким развојем*. Економски факултет, Београд. (стр.151).

Загађивање ваздуха ове врсте од стране туризма уско је повезано и са изградњом аеродрома. Приликом полетања и слетања летилице производе највеће количине угљен - диоксида и азотних оксида. Аеродроми Kennedy и La Guardia у Њујорку су огромни загађивачи ваздуха у овом региону. Аеродром Midway у Чикагу производи више штетних материја него било која друга индустрија у овом граду. Ефекти тог загађења огледају се и у негативним утицајима по здравље људи и претпоставља се да око 10 % особа оболева од рака у југозападном делу Чикага, управо од последица овог загађења⁷⁰.

Авио - саобраћај није једини коме се преписује загађивање у туризму. У Европи је у великој мери популаран друмски саобраћај јер омогућује туристима да на свим релацијама путују својим аутомобилима. Велики број туриста из Скандинавије и из земаља Бенелукса путује на Медитеран сопственим возилом. Када се у разматрање узме и домаћи туризам, удео друмског саобраћаја у загађењу је огроман. Поред аеро загађења и становништву које живи уз ове велике саобраћајне коридоре овај вид путовања туриста представља велики проблем. Према неким истраживањима овакав случај је посебно уочљив у Алпима, чији је саобраћајни положај утицао на транзитни карактер регије великог атмосферског загађења⁷¹. Према проценама Међународне туристичке алијансе, саобраћај је извор око 50 % укупних штета које туризам проузрокује у животној средини. Доминантан извор загађења свакако представља моторизован туризам индивидуалних путничких возила, нарочито у излетничким кретањима⁷².

Да је проблем велики говори и податак да 70 % туристичке клијентеле у Европи користи аутомобил⁷³. Пример да велика концентрација угљен - диоксида у ваздуху из моторних возила и железнице постаје велики проблем, доказује и негативни утицај на комплетан биљни свет и историјске споменике, тако што уништава фасадне површине, међу којима је највише угрожен и Партенон у Атини⁷⁴. Велики удео у емисији угљен - диоксида свакако доприносе и хотелске и ресторатерске индустрије, све већим опремањем својих капацитета најмодернијом техником са којом су у вечитој трци за клијентелом и у борби са конкуренцијама.

Поред регија са наглашеним транзитним карактером, проблем загађивања ваздуха јасно је уочен и унутар самих туристичких регија због високог удела индивидуалних возила. Велика препрека у мерењу и утврђивању загађења је та да је јако тешко одвојити и лоцирати изворе, у смислу да ли се ради о локалном становништву или посетиоцима одређеног простора као потенцијалним загађивачима.

6.1.3 Ефекат киселих киша

Падавине које се излучују из атмосфере су често благо киселе реакције због присуства угљене киселине, што је последица угљен - диоксида садржаног у атмосфери. Поред тога ту се налазе и оксиди азота и сумпора, који растварањем у води стварају киселине које падају на земљу у виду киселих киша и киселог снега⁷⁵. Главни извори ових оксида су термоелектране, моторна возила и топлане које врше сагоревања чврстих и течних горива. Овакве појаве

⁷⁰Air Transport and Global Warming, www.gn.apc.org/sgr/kyoto/jw.html (04.05.2009).

⁷¹Zimmermann, F., 1995, *The Alpine Region*. Chichester-Wiley, Montanari. (стр.25).

⁷²Група аутора, 2007, Пројекат: *Управљање туристичким дестинацијама, одрживи развој туристичких Дестинација*. Едукација запослених у туризму. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр.126) и Максим-Мићић, М., 2007, *Туризам и простор*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр.203).

⁷³Јовичић, Д., 2000, *Туризам и животна средина, концепција одрживог развоја*. Задужбина Андрејевић, Београд. (стр.19).

⁷⁴Holden, A., 2000, *Environment and Tourism, Routledge Introductions to Environment Series*. Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York. (стр.93).

⁷⁵Група аутора, 2000, *Туризам и заштита*. Природно-математички факултет, Институт за географију, Нови Сад. (стр.54).

представљају велику опасност за живи свет а посебно за вегетацију. Под дејством киселих киша уништавају се велике површине усева, долази до помора рибе у воденим површинама а утичу и на изграђене објекте, нарушавају споменике, фасаде, украсне предмете од камена, метала и других материјала; који свакако представљају културно благо значајно и за развој туризма.

У последњим извештајима о стању животне средине у Републици Србији, које је припремила Агенција за заштиту животне средине, види се да је изложеност нашег становништва загађењу сумпор - диоксидом већа него у земљама Европске уније, као и да је изражено загађење азот - диоксидом, првенствено у већим градовима. Аерозагађење настаје и од чађи, односно црног дима, пепела и прашкастих материја другог порекла, које скупа угрожавају здравље људи и читаве екосистеме. Главни извори загађења ваздуха су енергетски сектор, посебно термоелектране, саобраћај, металургија, индустрија, неодговарајуће складиштење сировина и депоније отпада. На листи загађивача су и велике фарме, млекаре, кланице итд. Само у Војводини регистровано је 75 загађивача, а велики извор загађења ваздуха у Београду су 15 градских топлана појединачне снаге од 50 мегавата. Према извештају Комисије за заштиту животне средине Уједињених нација, сагоревањем лигнита ниског квалитета у термоелектрани Обреновац, Лазаревац, Костолац и Колубара, производе се велике количине пепела, сумпора и азотних оксида. Термоелектране производе више од 5,5 милиона тона пепела годишње, који узрокује велике секундарне имисије, загађење воде и земљишта, те врши њихову деградацију. Из извора Агенције за заштиту животне средине, укупна годишња штета која настаје услед загађења ваздуха и ефекта стаклене баште у Србији, процењује се на суму између 447,2 милиона и 1,4 милијарде евра, што представља између 1,8 до 5,5 % бруто друштвеног производа⁷⁶.

Развој туризма је условљен квалитетом животне средине. Степен њене очуваности и степен унапређења одрживог туристичког развоја представљају огроман туристички атрибут. Недеградирана средина је основ конкурентности туризма и туристичких дестинација широм света.

6.2 Утицај туризма на загађивање вода

Вода је једна од најраспрострањенијих материја на Земљи. Око 71 % укупне земљине површине је под водом. Укупна количина на Земљи процењена је на преко 2.100 милиона км³. Од ове количине се 97,41 % налази у морима и океанима, 1,984 % у леденим покривачима и ледницима на Гренланду и Антарктику, у подземним водама 0,599 %, у рекама и језерима 0,007 % и у атмосфери 0,001 %⁷⁷. На планети готово не постоји простор а да се у њему не налази вода у једном од три агрегатна стања. Битно је да се вода на Земљи налази у сталном кружењу и размени у систему море – атмосфера – копно – море, захваљујући којем су све водене површине повезане. Овај јединствени омотач наше планете зове се *хидросфера*.

6.2.1 Распоживост ресурса воде

Подаци о квалитету воде упућују да се човек и савремена цивилизација налазе у веома тешком положају јер је воде за пиће све мање. Велики проблем у вези са коришћењем пијаће воде је пораст броја становника на земљи. Према подацима из 2000. године на Земљи је живело 6,1 милијарда становника. А процене су да ће до 2050. године тај број износити преко 9 милијарди⁷⁸. Потребне за водом великог броја становништва биће све веће. Поред личне, јачаће индустријска и пољопривредна потреба. Човечанство једноставно неће моћи да поднесе толики

⁷⁶ www.politika.rs/rubrike/Tema-nedelje/aerogazadjenje/Oblaci-crnog-dima-i-pepela.sr.html (13.06.2009).

⁷⁷ Ракићевић, Т., 2002, *Опита физичка географија*. Научна књига, Београд. (стр. 213).

⁷⁸ Максин - Мићић, М., 2009, *Одрживи развој туристичке дестинације*. Универзитет Сингидунум, Београд. Мастер - белешке са предавања.

притисак у смислу наведених потреба. Очекује се да ће несташница воде представљати глобални светски проблем. Према научним налазима од укупне расположиве воде, може се користити свега око 20.000 км³ а та би количина уз садашњи темпо раста становништва, производње и стандарда, могла да задовољи потребе човечанства само до 2030. године⁷⁹. Неки истраживачи наводе да је недостатак пијаће воде таква катастрофа да ће се због ње водити ратови онако како су се водили због нафте у 20 веку⁸⁰.

Поред личне, индустријске и пољопривредне, значајна је и туристичка потрошња. Сви угоститељски објекти широм света изискују прикључење на водоводне системе пијаће воде. Поред потрошње за одржавање личне хигијене, пића и исхране, у великој мери вода се расипа на одржавање свих пратећих рецептивних садржаја. Занимљив је пример Шпаније у Салоу, где је присутан проблем мањка воде за пиће јер су процене да један туриста потроши дневно око 440 литара, што је дупло више од износа којег просечно користи становник једног шпанског града у истом периоду⁸¹. Исти проблем мањка воде има и Индија а који је условљен и повећаном туристичком потрошњом, где један хотел са 5 звездица потроши толико воде колико и 5 села. Одржавањем терена за голф у тропским земљама за потребе туриста, какав је пример Тајланда, потроши се толико воде дневно колико 60.000 сеоских становника у току наведеног временског периода. Сличан проблем прати и друге регионе света⁸².

6.2.2 Загађивање копнених вода

Поред повећања потрошње воде, важан глобални проблем је и загађење воде. Готово да нема предела у којем људи живе а да вода у њима није мање или више загађена. Загађивачи воде су подједнако становници села и градова али се начини деградације разликују. Копнене воде загађују се најчешће путем *отпадних индустријских вода, канализацијом* из урбаних зона и путем *пољопривредних хемијских средстава* са третираног земљишта. Основна привредна грана у руралним срединама је пољопривреда. Како све савременији развој ове привредне делатности подразумева и већу употребу хемијских средстава какви су пестициди, хербициди, фунгициди и други, тако је степен загађивања вода све већи и озбиљнији. Ове штетне хемикалије лако проналазе пут до подземних вода и већих површинских токова. У великом броју земаља туризам се доводи у везу са пољопривредом јер туристи могу да буду значајни потрошачи пољопривредних производа. Поред пољопривреде, за воде велики проблем представљају индустрија и канализација. Градске канализације су најкомплекснији загађивачи јер су мешавина штетних материја као што су разноврсни отпади, цинк, жива, пестициди, детерџенти итд⁸³. Пример за наведено је река По. У њу се путем канализације годишње улије 5.400 т детерџента, 7.000 т фосфата, 13.000 т амонијака, 60.000 т нитрата, 9.500 т машинског уља итд. Све ово заврши у Јадранском мору^α. Индустријске отпадне воде могу да загађују подземне воде а није редак случај када се директно уливају у веће или мање водене токове, у којима је присутан велики број живих врста а након којег редовно долази до великог помора и угинућа представника флоре и фауне. Индустрије загађују и ваздух, па затим у систему кружења воде у природи, штетне материје доспевају до водених површина. У данашње време копнене воде трпе највећи степен деградације. Један од најупечатљивијих примера за то јесте река Дунав. По

⁷⁹Ђукић, П., Павловски, М., 1999, *Екологија и друштво*. Екоцентар, Београд. (стр.54).

⁸⁰Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.37).

⁸¹Павловић, А., 2004, *Друштвено економски ефекти управљања туристичким развојем*. Економски факултет, Београд. (стр.150).

⁸²Holloway, C., 1994, *The Business of Tourism*, Pitman Publishing, London. (стр.259).

⁸³Група аутора, 2000, *Туризам и заштита*. Природно-математички факултет, Институт за географију, Нови Сад. (стр.82).

^α исто као 79. (стр.55).

величини друга је река у Европи (2.840 км) а представља пример како се човечанство данас у најлошијем светлу опходи према једној реци великих потенцијала. Од свих погубних фактора на прво место свакако долази каналисање речног корита Дунава и његових притока.

Ограничавање корита на узане дубоке канале проузрокује продубљивање реке, чији брз проток воде утиче на плављење у време високих водостаја. То се негативно одражава на велики број ритских подручја и сам хидролошки процес читавом дужином тока. Такође велики проблем представља и изградња брана. У периоду од 1950. и 1980. године на Дунаву је изграђено 69 брана, које у великој мери имају штетно дејство на комплетну животну средину везану уз ову реку. Типичан пример за то је и нестанак појединих риблих врсти које немају могућност да из Црног мора узводно допливају и измресте се у овој реци. Коришћење земљишта у близини реке за земљорадњу, изградњу индустрије и хотелско - ресторатерских капацитета, као и сеча шума; такође имају удела у загађењу Дунава. Да је присутан висок степен хемијских материја и другог отпада у реци, говори и велика загађеност у Црном мору⁸⁴. (Слике 1 и 2).

Подземне воде не загађују се ништа мање од површинских. Многобројне делатности привреде већих градова негативно утичу на квалитет ових вода кроз разне видове деградација. Највећи загађивач јесте индустрија а на првом месту свакако она за прераду нафте и горива, затим пољопривреда кроз хемијска средстава о којима је напред било речи, и на крају саобраћај и разни видови отпада. Због великог обима загађења подземних вода у многим земљама се озбиљно планира и реализује њихова заштита.

Слике 1 и 2: *Ушће Дунава у Црно море*



Извор: www.environmentalcrime.com (26.06.2009.)

⁸⁴Ромелић, Ј., Ђурчић, Н., 2001, *Туристичка географија Југославије*. Природно-математички факултет, Институт за географију, Нови Сад. (стр.51).

6.2.3 Загађивање морских вода

Као највеће водене површине на планети, океани и мора су истовремено и највећи резервоар за многобројне загађујуће материје. Бројне штетне материје се са копна путем водених токова сливају у њих. Резултат тога је вода све лошијег квалитета у приобалним подручјима. Највећи загађивачи океана и мора су отпадне воде 44 % и загађени ваздух са копна 33 %⁸⁵. По обиму нешто мањи загађивачи али не и безначајни су и поморски саобраћај, нафтне бушотине и одлагања смећа. Процене су да више нафте долази у мора и океане од стране отпадних вода са копна, него од стране акцидентног загађења - случајног изливања са баржа, танкера или бушотина. Овај проблем прилично је заступљен широм света. Процене су да се годишње у Средоземно море излије око 833.000 т нафте⁸⁶. Велику опасност за Светско море представљају и градови на његовим обалама. Изненађује чињеница да и у великим градовима развијенијих земаља, канализације и отпадне воде немају своје пречистаче. Ова ситуација је далеко лошија у неразвијеним земљама. Градске канализације као и код слатководних вода огроман су загађивач Светског мора јер су мешавина штетних материја, као што су разноврсни отпаци, цинк, жива, пестициди, детерџенти итд.⁸⁷. Загађена вода умањује како њена естетска својства, тако и вредност целокупног простора у којем се реализују туристичка кретања. Поред естетских врло често могу да наступе и здравствени проблеми коришћењем загађене воде у туристичке сврхе. За купање су најпогодније воде I и II а класе, док на водама III класе квалитета нема услова за развој туристичких активности⁸⁸. Видљиво загађена вода од канализације, органских и неорганских састојака и нафте, радом таласа шири се обалама где причињава деструктивна дешавања широких размера. Том приликом долази до смањења раствореног кисеоника а таложе се поменуте загађујуће материје. Овакви услови погодују развоју коровских биљака - алги а мање отпорнији представници изчезавају. Ова појава позната је под називом „Цветање мора“ или *еутрофикација*, односно обогаћивање воде хранљивим материјама са копна. У њој се развијају само анаеробни организми⁸⁹. Таква вода није за употребу. У регији Медитерана само 30 % насеља третира канализацију пре него се она излије у море. Случајеви загађења воде изразитији су у пределима масовнијег туризма. Типичан пример за то је Шпанија у Салоу, где је загађеност воде 1988. године изазвала смањеност резервација за 70 %. До половине деведесетих година већина шпанских плажа је била прљава а у регији Коста дел Сол су само три плаже имале Плаву заставу⁹⁰. У последње време владе већине земаља посебну пажњу посвећују проблему како нестатици воде за пиће тако и проблему загађености расположивих ресурса воде. Подаци за земље Европске уније из 2000. године, показују да су 97 % обалних морских вода које се користе за купање, испоштовале задате критеријуме који се односе на спречавање загађења; док је код слатких континенталних вода тај проценат мањи и износи 94 %. Овај осамнаести по реду извештај о квалитету обухватио је 11.502 морске плаже и 4.338 купалишта на рекама. Према истом извору и резултатима Белгија је једина земља која је задовољила прописан квалитет за морске плаже 100 % а што се тиче слатководних ту само 90 % узорака задовољава критеријум. Немачка 96,8 % морске и 92 % слатке воде; Шпанија 98,1 % морске и 79,2 % слатке воде; Италија 95,6 % морске и 95,8 % слатке, Португалија испуњава стандарде у 92,2 % када су у питању морске и свега 69 % када су у питању слатке воде. Финска у оба случаја постиже резултат од 98,8 % а Шведска 96%, док Велика Британија има резултат за

⁸⁵Ракићевић, Т., 2002, *Опита физичка географија*. Научна књига, Београд. (стр.217).

⁸⁶Ђукић, П., Павловски, М., 1999, *Екологија и друштво*. Екоцентар, Београд. (стр.55).

⁸⁷Група аутора, 2000, *Туризам и заштита*. Природно-математички факултет, Институт за географију, Нови Сад. (стр.82).

⁸⁸Максин-Мићић, М., 2007, *Туризам и простор*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр.116).

⁸⁹*И реке убијају, зар не?*, 2000, Друштво еколога Србије, Завод за заштиту природе Србије, Београд. (стр.26).

⁹⁰Павловић, А., 2004, *Друштвено економски ефекти управљања туристичким развојем*. Економски факултет, Београд. (стр.150).

морску воду 94,4 % а за слатку 81,8 %⁹¹. Стварање енвайронменталног проблема најбоље се може уочити на примеру италијанског летовалишта Римини на обали Јадранског мора. Река По са својим притокама доноси у Јадранско море велику количину загађујућих материја различитог порекла. Поред ње битни загађивачи су и угоститељско - туристички објекти на обали. Коначан исход загађења био је процес еутрофикације, који је довео ка масовном цветању алги које је почело од 1988. године, када је ситуација привукла и велику медијску пажњу. Овакав лош имиџ негативно се одразио на туризам. Према проценама туристички промет ће опадати између 50 и 60 % у наредним годинама. Регионална власт Емилије Ромање је формирала тим којег су сачињавали еминентни светски стручњаци првенствено из редова екологије. Тим је донео три програма која су се етапно реализовала. Један од поменутих односио се на угоститељске објекте и на решавање проблема отпадних вода, које су одлазиле директно или посредно у море. Јединствен систем пречишћавања и обавеза прикључења на исти, обећавао је бољитак за читав регион. Случај Римини дао је смернице за решавање сличног проблема од стране Европског парламента у Балтичком и Северном мору а што је показало надлежнима да је неминовна ригорозна контрола загађивача и увођење високих казни за починиоце⁹².

Велику опасност за океане и мора такође представљају пластичне масе и други отпади. Током протеклих деценија њихова је производња и употреба знатно расла. У приобалним подручјима пластични предмети су нашли широку примену у личној употреби кроз туризам, рибарство, индустријску примену и слично. Типичан пример за спречавање овог вида загађења је и пример Етичког кодекса урађеног за туристе на грчком острву Закинтос а који има функцију да информисе туристе о понашању на плажама, на којима се мрести ретка врста морске корњаче лат. *Caretta caretta*. Једно од упозорења из кодекса односи се на опхођење туриста према отпацима: „Немојте бацати отпатке и остављати их за собом! У загађеној води корњаче конзумирају пластичне кесе и амбалажу од хране, пошто по облику подсећају на медузе, њихову природну храну“⁹³.

Слике 3, 4 и 5: **Пластичне масе у морској води – опасност за живи свет**



Извор: www.environmentalcrime.com (22.07.2009.)

⁹¹Иванчев, И., 2001, *Нормативи, стандарди и препоруке у области квалитета воде за рекреацију*. Природно - Математички факултет, Институт за хемију, Нови Сад. (стр.121).

⁹²Williams, S., 1998, *Tourism Geography, Routledge Contemporary Human Geography*. Routledge, London. (стр.109).

⁹³Solman, J., 1999, *Zakynthos, The flower of the Levant*. Editions Toubis, Athens (стр.16).

6.2.4 Загађивање вода у Републици Србији

Анализу појединих важнијих купалишта Републике Србије спровело је Министарство заштите животне средине Републике Србије у сарадњи са Агенцијом за заштиту животне средине. У Извештају се наводи да је анализа извршена на купалиштима у Београду (Ада Циганлија и Лидо) и у Новом Саду (Штрاند), којима гравитира више од 60 % корисника у Србији. Резултат узоркованих вода након анализа, није у складу са захтеваним стандардима и препорученим нивоима микробиолошких и физичко - хемијских параметара. Квалитет вода на купалиштима у околини Београда је у благом паду, док је пад квалитета у Новом Саду забележен као константан. Генерално, квалитет вода на купалиштима није у складу са захтеваним и препорученим стандардима Директиве о води за купање ЕУ. Ситуација на купалиштима на Дунаву се погоршавала током времена са више од 50 % узорака, који нису у складу са препорученим стандардима. Јасно је да изливи отпадних вода са узводних подручја имају пресудан утицај на низак ниво квалитета вода на купалиштима. Квалитет воде на купалишту Ада Циганлија, као подручју одређеном за ову намену, задовољавајућег је нивоа осим у периоду крајем купалишне сезоне, када се квалитет погоршава због микробиолошке неисправности. Пречишћавање отпадних вода у Србији је на врло ниском нивоу. Од укупног броја становника, који су прикључени на канализацију, само је око 8 % обухваћено системима за пречишћавање са примарним (механичким) и секундарним третманом⁹⁴. Процене су да се годишње у водотокове Србије испусти 3,7 милијарди кубних метара, односно 28 м³ загађених отпадних вода у секунди⁹⁵. У овом тренутку не постоје постројења са терцијарним пречишћавањем. Постојења за пречишћавање отпадних вода постоје у насељима која имају између 10 и 250 хиљада становника. Највећи градови, Београд и Нови Сад немају постројења за пречишћавање. Нови Сад за разлику од Београда остварује већи напредак у планирању изградње оваквих постројења^α. Сличан пример присутан је код осталих мањих река а које немају ништа мањи туристички потенцијал. Пример за то су реке Дрина и Сава, које свакодневно трпе велика загађења од несавесних људи, како оних који користе речни потенцијал у туристичке сврхе, тако и од стране локалних заједница. Канализација из Љубовије и Бајине Баште, градска депонија у Љубовији на обали реке, таложење смећа које река носи, нелегално вађење песка и шљунка, бацање свега што под руку дође, највећи су загађивачи Дрине и Саве. Запањујући је податак да само на подручју града Лознице постоје 42 депоније смећа уз реку и то на само 11 ха простора⁹⁶. У Републици Србији постоје само три пловне реке које представљају основ наугичког туризма. То су Дунав, Сава и Тиса. Због слабе развијености наугичког туризма, може се извести закључак да поменуте реке трпе минималне утицаје, што се оцењује као позитивно са енвайронменталног аспекта. Развој овог облика туристичког кретања позиционирао би Србију на међународном туристичком тржишту. Дунав је иначе најпопуларнија река за наугички туризам, популарнији од Нила, Волге, Јангца и других светских река. Очекује се да ће кружна путовања Дунавом имати највећи раст у новим европским дестинацијама, посебно у земљама као што су: Словачка, Мађарска, Румунија и Србија⁹⁷.

⁹⁴ *Индикатори животне средине у Републици Србији, кратак водич*. Извештај. 2007, Агенција за заштиту животне средине, Београд. (стр.22, 23).

⁹⁵ Букић, П., Павловски, М., 1999, *Екологија и друштво*. Екоцентар, Београд. (стр.59).

^α исто као 94.

⁹⁶ www.blic.rs/srbija.php?id=84742 (14.06.2009).

⁹⁷ Максин-Мићић, М., 2007, *Туризам и простор*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр.172).

6.3 Утицај туризма на приобална подручја

Како је туризам велики корисник простора, истичу се и утицаји на приобална подручја широм света. У приобаљу туризам производи најчешће следеће проблеме:

- Запоседање приобаља изградњом грађевина, објеката и путева.
- Ерозију плажа кроз изградњу грађевина и померање пешчаних дина ради равнања терена.
- Уништавање области природе да би се прилагодила туризму и другим потребама.
- Унутарсекторске конкуренције и сукобе око морског и копненог простора.
- Искључивање локалних заједница из обављања било какве значајне улоге у доношењу одлука.
- Нарушавање амбијенталне целине.
- Прекомерно коришћење комуналних услуга и објеката.
- Миграције локалног становништва.
- Стварање ексклузивних затворених зона које су недоступне локалном становништву⁹⁸.

Бројни истраживачи су дали свој велики допринос у изучавању утицаја туризма на приобалне пределе. У свеобухватној студији коју је извршила Немачка федерална агенција за заштиту природе и Светско удружење за заштиту, међу најважнија приобаља на светском нивоу издвајају се: Медитеран, Кариби, Мексички залив, острва Индијског океана, Аустрало - Азија и Пацифичка острва⁹⁹. Свакако да су ова приобаља уједно и најатрактивније светске туристичке зоне, те из тог разлога трпе и велике конфликте. Према многим ауторима окружење приобалног туризма може се поделити у 7 важних категорија: Океанска острва, корални гребени, копнене воде, мангрове шуме, мочваре у близини обала, песковите плаже и приобалне дине. Под највећим притиском од стране туризма и рекреације су категорије пешчаних плажа и приобалних дина¹⁰⁰. Велики проблем представља сталан пораст туристичког промета ових подручја, на који указује пример да приобалне крајеве Европе посети 100 милиона туриста годишње а предвиђања су да ће тај број до 2030. године порасти на 230 милиона¹⁰¹.

Интензивна туристичка изградња после 1960. године, довела је до уништења две трећине пешчаних дина и до угрожавања преко 500 биљних врсти у медитеранском приобаљу. У сезони јул – септембар, у Европи се одвија више од трећине а у Медитерану преко 40 % свих туристичких кретања¹⁰². Изградња туристичких капацитета у приобаљу утиче на ерозивне процесе, нарушава природни изглед а функционисање изграђених објеката ствара велике количине чврстог отпада и отпадних вода, које најчешће немају адекватан третман пречишћавања. Пример за то је грчка обала Средоземног мора: На простору од 16.000 км сконцентрисано је 60 % становништва, 70 % индустријских објеката и 90 % туристичких капацитета Грчке. Из поменутих објеката годишње се сакупи око 2.000 тона отпадних материја, од чега су 600 т пластичних предмета, 300 т папира, 300 т лимених конзерви и око 250 т поломљеног стакла¹⁰³. Код песковитих плажа као најугроженијих подручја, свакако велики

⁹⁸Попеску, Ј., и други, 2001, *Одговорни и одрживи развој туризма*. Ценорт, Београд. (стр.89).

⁹⁹Christ, C., Hillel, O., 2003, *Tourism and Biodiversity, Mapping Tourism Global Footprint*. Conservation International, Washington. (стр.5).

¹⁰⁰Jenkins, J., Pigram, J., 2003, *Enciclopedia of Leisure and Outdoor Recreation*. Routledge, London-New York, Taylor & Francis. (стр.126).

¹⁰¹Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.53).

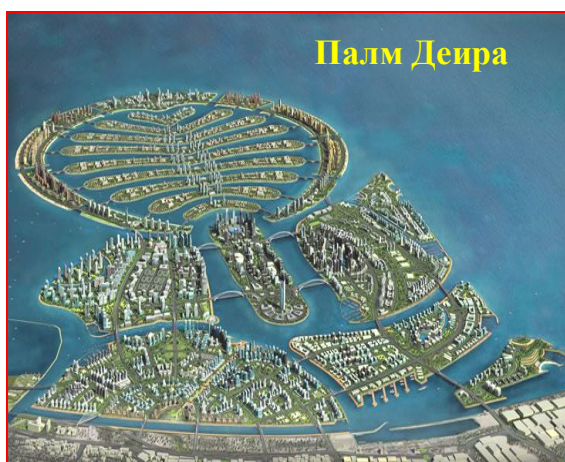
¹⁰²Група аутора, 2007, Пројекат: *Управљање туристичким дестинацијама, одрживи развој туристичких дестинација*. Едукација запослених у туризму. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр.126).

¹⁰³Јовичић, Д., 2000, *Туризам и животна средина, концепција одрживог развоја*. Задужбина Андрејевић, Београд. (стр.18).

проблем представља и нестајање песка. Између 1900. и 1990. године, дошло је до губитка 75 % пешчаних дина у Француској и Шпанији, под утицајем широког спектра фактора, од којих су већина антропогеног порекла. Поред недостатка песка, велики проблем представља и изградња хотелских и других објеката уз само приобаље. Типичан пример за то јесте Флорида, где се градило све што је могуће у близини саме воде. Оваква градња уништила је природну заштитну баријеру обале. Флорида је временом постајала велика светска лабораторија подизања направа за заштиту обале, укључујући затонске заобилазнице, различите врсте насипа, лукобрана и брана. Сви ови објекти само су даље поспешивали ерозију. Велики део утицаја повезан је са рекреацијом и туризмом а доказ за то је да у оним областима где нема поменутих активности, нема ни ерозија¹⁰⁴.

Емират Дубаи у Уједињеним Арапским Емиратима, избегао је сличан проблем вештим технолошким достигнућима у смислу изградње комплетне туристичке инфраструктуре. Како Дубаи располаже залихама нафте до 2020. године, владар шеик Мухамед бин Рашид ал Мактум наставак просперитета своје земље видео је једино у развоју туризма. Проблем је представљала мала дужина обале. Ако би се рецептивни објекти градили на искључиво малим и пешчаним плажама, читава амбијентална средина бивала би нарушена. Шеик је донео одлуку да се изграде три велика вештачка острва која имају облик палми. То су Палм Деира, Палм Џумеира и Палм Џебел Али. Сва три изграђена су од песка који се узимао са дна Персијског мора, затим су ова острва заштићена од ерозије изградњом лукобрана од стена. На сва три граде се мега светски хотелски објекти са свим пратећим садржајима, комплетна инфраструктура и стамбени комплекси. Отпадне воде и коришћење водних ресурса строго се контролишу и третирају. Тим стручњака за заштиту животне средине свакодневно надзире и контролише састав воде у свим приобалним деловима. Да су ефекти позитивни указују подаци да је присутан богат подводни свет око сва три острва а бележи се и развој корала великом брзином, те стручњаци предвиђају стварање велике површине коралних атола. Да су ова острва прави светски атрибут туристичких мотива говори и податак да Дубаи данас представља мега светску туристичку регију, од које користи највише има локална заједница¹⁰⁵. Изглед ових острва може се видети на сликама 6, 7, 8 и 9.

Слике 6 и 7: Палм Деира и Палм Џумеира



Извор фотографија: www.visit-the-world.com (13.03.2009).

¹⁰⁴Carter, R., 1990, *Recreational use and abuse of the coastline of Florida*. Recreational Uses of Coastal Areas, Dordrecht: Kluwer. (стр.3,18).

¹⁰⁵*Megastructures, Dubai*. 2009, National Geographic channel.

Слике 8 и 9: **Палм Џебел Али и једини хотел у свету са 7 неписаних звездица – Бурж ал Араб на изграђеном веиштакком острву**



Извор фотографија: www.visit-the-world.com (13.03.2009).

Занимљив је и случај заштите природног окружења изградњом једног туристичког центра на обали Аустралије – Каприкорн. Овде је редослед потеза био следећи: Носећи капацитет је такав да је дозвољен боравак око 10.000 гостију у сезони. Смештајни капацитети грађени су етапно и од локалног материјала. Заштита природне средине подразумевала је: Изградњу брана које су регулисале изражене амплитуде плиме и осеке мора, смањење салинитета дренажом и регулацију пешчаних дина како би се спречила обална ерозија. Након давања позитивних резултата, у последњој фази изграђен је етнографски парк, золошки врт и други мањи садржаји. Ниједним обликом градње овај културни предео није угрожен.¹⁰⁶ У случају Данске, испитани су такође позитивни утицаји на окружење са стварањем приобалног парка Кож залива 1980. године а све у циљу изласка у сусрет рекреативним потребама области Копенхагена. Уз коришћење одређених метода створено је сасвим ново окружење на плажи. Искоришћено је око 5.000.000 кубних метара песка, који је извучен из области лагуна а изграђен је и пешчани насип ширине 20 а висине 3 метара изнад нивоа мора. Биле су потребне разне енвиронменталне управљачке мере у областима лагуна, како би се спречила појава устајале воде. Да би се спречила ерозија примењен је и програм озелењавања дина¹⁰⁷.

Глобална угроженост приобалних подручја у великој мери везује се и за нестајање коралних гребена широм света. Поред тога што су значајна туристичка атракција, формирају обалну линију штитећи је тако од ерозије. Након тропских шума корални гребени су по степену биодиверзитета најбогатији екосистеми. У просеку они су станиште 25 % врста од укупног броја који је заступљен у маринским пределима а при томе заузимају свега 0,17 % од укупне површине океанског дна. Њихов раст зависи од специфичних услова животне средине, укључујући температуру воде од 25 ° - 29 ° С, релативно плитке платформе на дубини мањој од 100 метара, воду богату кисеоником и подручје без загађивања¹⁰⁸. Корални гребени су веома осетљиви а под утицајем људи врло лако могу нестати и читаве колоније. Туризам као активност има погубна дејства на овај облик организама кроз изградњу туристичких објеката,

¹⁰⁶Бакић, О., Николић, М., 2008, *Основе туризма и угоститељства*. Завод за уџбенике, Београд. (стр.54).

¹⁰⁷Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.54).

¹⁰⁸Goudie, A., Viles, H., 1997, *The Earth Transformed: An Introduction to Human Impacts on the Environment*. Oxford: Blackwell. (стр.226).

неадекватним системом каанализације, отпадним материјама итд. Такве и сличне активности утицале су на редукцију коралних гребена у Шри Ланки, Индији, Малдивима, Источној Африци, Тонги, Самои, Египту и великим делом у Аустралији. Само у Египту се погубно утицало на 19 % коралних гребена у 1990. години а који број је порастао на 30 % у 2000. години. Овакви случајеви потврђени су и на Хавајима и у Аустралији. У Кенији, као истакнутој туристичкој дестинацији Источне Африке, корале угрожава испуштање загађујућих материја из хотела путем отпадних вода. Затим несавесни туристи ходају по њима, ломе их за сувенире и тиме остављају успомене на сопствени злочин¹⁰⁹.

Владе многих земаља заштитиле су приобална подручја зонирањем и утврђивањем простора националног или међународног значаја. На првом месту свакако треба истаћи важност доношења просторно – планских мера и урбанистичких решења којима се регулише правилна градња и у оваквим областима. Постоји и широк спектар аката на светској инстанци којима се штите оваква подручја. У таквим заштићеним просторима контролишу се кретања људи и њихове активности а градња објеката за смештај и других садржаја готово је искључена. Међу најзначајније акте спада свакако Берлинска декларација о биолошкој разноврсности и одрживом туризму, која је усвојена на међународној конференцији министара за заштиту животне средине, одржаној од 6. до 8. марта 1997. године. У тачки 11. под посебним начелима Декларације наводи се: „У приобалним подручјима треба предузети све неопходне мере да се обезбеде одрживи облици туризма, узимајући у обзир начела интегрисаног управљања приобалном облашћу. Посебну пажњу треба посветити очувању осетљивих зона, као што су мала острва, корални гребени, приобалне воде, мангрово дрво, приобалне мочваре, плаже и дине“¹¹⁰. Такође, међу значајне акте свакако треба уврстити и Агенду 21 за туристичку привреду: У сусрет одрживом развоју, која је донета 1995. године и којом су регулисана многа питања и дате многе смернице и за решавање оваквих и сличних проблема¹¹¹.

У Републици Србији овај проблем заступљенији је него што се може и претпоставити. Објекти за личне и туристичке потребе граде се поред самих обала река, језера, бара и других водених површина, једном речју где год се укаже могућност за овакве грађевинске подухвате. Конфликти овакве врсте најприсутнији су дуж обале Дунава, где се поред објеката за смештај граде и разни помоћни и индустријски објекти. Ништа мањи проблем не прати ни ток реке Саве и Тисе, као ни обале језера међу којима су најугроженији Сребрно језеро, Белоцркванска језера, Гружанско језеро и друга. Типичан пример проблема непланске градње карактеристичан је за територију града Крагујевца, односно језеро Гужа. Овде је изграђено преко 154 нелеганих објеката и један комплекс туристичког насеља, које ће поред великог броја апартмана имати и ресторан за 50 гостију, велики паркинг и остале пратеће објекте. Овакав урбанистички конфликт алармирао је све челнике Крагујевца. Ова језерска акумулација је од пресудног значаја за град, јер има 64 милиона тона воде са којом се снабдева 75 % грађана Крагујевца¹¹². Проблем овакве градње присутан је нажалост и у већини Заштићених природних добара Србије. У Специјалном резервату природе Увац има близу 200 оваквих и сличних градњи. Око 160 објеката налази се у непосредној близини највише коте Златарског језера. Будућност овог простора зависи од доношења одговарајућих мера од којих су већина у надлежности Републичке грађевинске инспекције¹¹³. Свакако да и поред великих урбанистичких проблема, којима смо свакодневно сведоци, има и позитивних примера, који се тичу планске туристичке градње у складу са свим прописима и Урбанистичким решењима. Република Србија располаже свакако са бројним воденим ресурсима погодним за развој туризма. Полазећи од основних

¹⁰⁹Holden, A., 2000, *Environment and Tourism, Routledge Introductions to Environment Series*. Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York. (стр.79).

¹¹⁰www.cenort.rs/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=24 (24.06.2009).

¹¹¹Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.208).

¹⁰³www.mysrbia.net/2009051529123/zeleni-zivot (12.06.2009).

¹¹³www.uvac.org.rs (24.06.2009).

праваца у светским туристичким кретањима, циљева дугорочног развоја туризма у Републици, достигнутог степена развоја и ресурсне подлоге; туризам на Дунаву претставља приоритет. Од природних потенцијала на Дунаву свакако треба и споменути Голубачко и Ђердапско језеро¹¹⁴. Један од позитивних пројеката по природно окружење и локалну заједницу а у складу са Урбанистичким планом јесте градња објекта Silver Lake Resort - а на Сребрном језеру (слике 10 и 11). Челници пројекта и власници будућег објекта су јединствени по свим модерним захтевима везаним за одрживост инвестиција, јер се од самог почетка води рачуна о енвайронменталним, економским и социјалним аспектима, који су свакако основни постулат одрживог туристичког развоја. Реализација пројекта је у току. I фаза подразумевала је изградњу комплетне инфраструктуре. Трошкове изградње канализационе мреже преузела је општина Велико Градиште. Од објеката овај туристички комплекс предвиђа изградњу два хотела са 4 и 5 звездица, спортско - рекреативне објекте са тематски грађеним теренима, Марином на обали Дунава, шеталиште, рибњаке, уређену обалу, конгресни центар и друге садржаје. Поред свих еколошких норми, комплекс ће обезбедити нова радна места и бољу перспективу, не само за општину Велико Градиште и Браничевски округ, него и за читаву Републику Србију¹¹⁵. Подаци о будућим режимима заштите и одржавању квалитета воде нису доступни. На званичној интернет презентацији наведено је да ће се посебна пажња и брига водити о очувању овог хидрографског потенцијала најсавременијим и најлуксузнијим средствима. Сличан пример је и Просторни план подручја слива акумулације „Стуборовни“ на реци Јабланици у Колубарском округу. Поред основне намене која се огледа у заштити изворишта, предвиђају се и рекреативне активности на води, са циљем повезивања осталих видова и облика туристичких кретања какви су спортско – рекреативни, излетнички, еколошки, транзитни, ловни и други. Предвиђа се и изградња великог подбранског аква - ситија са апартманско – пансионским насељем, пливачким базенима са хладном и соларно грејаном водом, затим изградња затворених спортских објеката, трим стазе, куглане, угоститељских капацитета и других објеката. За овакву градњу свакако је изабран положај који неће доћи у коализију са режимима и мерама заштите акумулације¹¹⁶. За сада, ово је један од квалитетних планова за чију реализацију се очекују финансијска средства. Свакако, интенције Владе Републике Србије су да плански грађених објеката буде све више.

Слике 10 и 11: *Изглед будућег комплекса Silver Lake Resort – а:*



Извор: www.ekapija.com (24.07.2009.)

¹¹⁴Унковић, С., Зечевић, Б., 2008, *Економика туризма*. Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд. (стр.413).

¹¹⁵www.silverlake.co.yu (26.06.2009).

¹¹⁶Максин-Мићић, М., 2007, *Туризам и простор*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр.261,262).

6.4 Утицај туризма на планинске регије

Према атрактивности и посећености од стране туриста, планинске регије налазе се на другом месту, након приморских. У поређењу са овим регијама планинска подручја спадају у групу осетљивијих екосистема. Разлог за то је релативно нижа температура ваздуха праћена честим снегом, стога се природни елементи и живи свет теже регенеришу након деградације. Природни мотиви, свеж и чист ваздух, снег у зимском периоду и могућности за развој различитих спортских активности, идеални су атрибути за развој планинског туризма. Економска исплативост зимских спортова навела је владе многих земаља да улажу у овај вид туристичког развоја а поготово што се развојем планинског туризма подстиче и развој мањих руралних средина. У свету најпосећеније планинске регије су: Алпи, Старе стеновите планине у САД, Хималаји, Килиманџаро, Анде, Карпати и Пиринеји¹¹⁷. Треба напоменути да бројни делови набројаних масива чекају још увек своју туристичку валоризацију и да нису на располагању туристима.

Од туристичких активности које се упражњавају на планинама, најприсутнији су: Скијање (уз постојање стаза за алпско и нордијско скијање), сноубординг, планински бициклизам – маунтбајкинг, трекинг (кондициона шетња), параглајдинг (спуштање змајем и падобраном), рафтинг (сплаварење брзим планинским водотоцима) итд. Поред тога што зимски туризам доноси велике економске дохотке, намеће и велике конфликте у дестинацији, остављајући многобројне негативне последице у смислу деградације. Само планским развојем туризма у овим срединама могу се избећи овакви губици а повећати економски приходи, од којих ће највеће имати локална заједница.

Развој туризма у планинским регијама изискује изградњу различитих објеката, опреме, рецептивне капацитете, инфраструктуру и друге садржаје, који на првом месту проузрокују један од највећих видова деградације а то је девастација односно сеча шума. Уклањање стабала ради изградње скијашких стаза утиче на немогућност упијања атмосферских падавина од стране планинских косина а као крајњи резултат појављују се делови који су склони одрону и клизиштима. Поред тога што активна клизишта угрожавају читав природни предео, погубна су и за људске животе кроз појаву тзв. лавина. Велике количине блата или снега спуштају се са већих врхова и тиме уништавају све пред собом. Током лета 1967. године лавина блата сурвала се у пределу северне Италије и јужне Швајцарске, одневши 60 људских живота док је 7.000 људи остало без својих домова. Том приликом су 50 мањих градова и села скупа са туристичким центрима порушени. Узрок је непланска сеча планинских шума због потребе изградње инфраструктуре скијалишног туризма¹¹⁸. Сличан проблем забележен је и у Анапурна региону у Непалу. Број међународних туриста се до 1999. године попео на 393.613 од ког броја 59 % упражњава планинске спортске активности. Анапурна регион је карактеристичан по богатству ретких биљних и животињских врсти. Неплански је изграђено око 1.000 туристичких објеката већег или мањег габарита. Велики простори под шумама су нестали крчењем јер се дрветом туристима обезбеђује грејање и топла вода. Ово је изазвало појаву великог броја клизишта што је постало и озбиљан проблем за регију. Због честог одрона је и река Кали Гандаки била преграђена, те су биле неопходне акције у смислу минирања корита како би се обезбедио протицај воде¹¹⁹. Исти извор наводи различите утицаје изградње скијалишне стазе на простор и осталих објеката разноврсних намена. Сви видови деградација могу се приказати табеларно (табела 17).

¹¹⁷Плавша, Ј., 2007, *Туристичке регије света*. Природно – математички факултет Нови Сад. (стр.215).

¹¹⁸Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.57).

¹¹⁹Holden, A., 2000, *Environment and Tourism, Routledge Introductions to Environment Series*. Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York. (стр.88).

Табела број 17: Утицаји скијалишног туризма на простор

Врста развоја	Процес развоја	Резултат развоја
Припрема стазе	Уништавање биљног света, стена и шума на планинским странама	1. Деградација екосистема 2. Естетско загађивање и губитак естетских вредности 3. Пораст ризика од лавина 4. Пораст ризика од клизишта 5. Узнемиравање дивљих врсти
Инсталација успињаче	У фази припрема граде се путеви којима се транспортује неопходна опрема у смислу каблова за успињаче	1. Поремећај екосистема, уништавање биљних врсти и узнемиравање дивљих животиња и њихових станишта. 2. Угрожавање птица које се врло често уплићу у каблове
Вештачки снег – припрема опреме	Коришћење топова за вештачки снег, који захтевају велику количину воде. За добијање једног хектара скијашке површине потребно је 200.000 литара воде	1. Пораст коришћења воде као и несразмерно трошење ресурса 2. Несразмерно коришћење енергије 3. Загађивање буком 4. Додавање различитих супстанци у канализацију ради постизања протока а чиме се загађује и земљиште путем канализације
Развој инфраструктуре	1. Изградња саобраћајница за транспорт скијаша 2. Инфраструктура везана за воду и електричну енергију	1. Промена основне намене земљишта, загађивање ваздуха и бука 2. Пораст нивоа салинитета што изазива губитак флоре а као типичан пример узимају се Аустријски Алпи
Инфраструктура неопходна за развој инсталације	Изградња хотела, ресторана, барова и других објеката за пружање угоститељских услуга туристима	1. Промена основне намене 2. Загађивање ваздуха и вода

Извор: Holden, A., 2000, *Environment and Tourism, Routledge Introductions to Environment Series*. Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York. (стр. 84, 85).

У свим Европским земљама тежи се ка активирању великог броја расположивих потенцијала, усмеравању развоја планинских подручја и њихових регионалних окружења. Сматра се да су кључни стратешки циљеви развоја, заштите и организације уређења планинских туристичких регија следећи:

- Зауостављање процеса депопулације и одсељавања становништва,
- Развој дисперзивно концентрисане мреже насеља,
- Реструктурисање и диверзификација економских активности а у првом реду туризма са својим комплементарним активностима а све са циљем повећања запослености и обезбеђења допунских прихода становништву,

- Повећање конкурентности планинског туризма развојем целогодишње понуде (избегавање сезонског пословања),
- Унапређење и специјализација пољопривреде која је прилагођена потребама туризма, затим унапређење заштите и санације деградираних простора, као и коришћење обновљивих извора енергије¹²⁰.

Из приложеног се може закључити да плански развој планинског туризма има широк спектар позитивног дејства, како на простор у целини, тако на локалну заједницу и економију. То се може видети и у следећим примерима: У току 1991. године министри природне средине алпских држава, уз подршку Европске комисије, потписали су међународни споразум под називом „Алпска конвенција“, који је представљао полазну основу за дефинисање политике на локалном и регионалном нивоу управљања и заштити планинских подручја Алпа. Активности у складу са овом конвенцијом и одрживим туристичким развојем типични су за Аустрију и национални парк Високи Тауерн. Овде је формирана управа за одрживи развој парка, којој су пренете поједине надлежности локалног и националног нивоа управљања. Управа парка је у сарадњи са локалним туристичким бироима, општинама и приватним сектором, формирала заједнички буџет намењен развоју овог подручја у водећу туристичку дестинацију. Посебна пажња поклоњена је заштити природних вредности и решавању проблема у смислу редуковања и измештања фреквентног саобраћаја и одвођења отпадних вода. Карактеристично за Алпски регион је да су сви објекти грађени у аутентичном планинском стилу, како се амбијентална целина не би нарушавала (слика 12).

Сличан пример позитивног туристичког развоја бележи се и у Швајцарској, где 70 % територије чине планинска подручја. Швајцарска влада дефинисала је стратегију развоја планинских дестинација и обезбедила значајна финансијска средства у посебном националном фонду за развојне програме, побољшање квалитета живота планинских локалних заједница и за одрживо коришћење и заштиту ресурса. Ова стратегија садржала је следеће кораке:

- Реализацију крупне инфраструктуре и давање кредита за пројекте комерцијалних инвестиција,
- Обезбеђење приступа коришћењу ових кредита од стране представника локалних планинских заједница,
- Организовање ових заједница у развојне регије или привредна удружења,
- Припрему интегралног плана развоја регије уз постизање консензуса о развојним приоритетима,
- Реализацију уговора о имплементацији између регионалног и националног нивоа управљања.

Овакви позитивни примери развоја туристичких центара у Швајцарској присутни су у: Јунгфрау, Интерлакену и Вербиеру¹²¹.

Интензиван развој планинских подручја у Француској реализован је под контролом државе, по доношењу Закона о планинама 1985. године. Овај се закон односи на усмеравање развоја, децентрализацију, просторно планирање и заштиту животне средине планинских регија. Национални ниво управљања обезбеђује израду просторних планова за планинска подручја, као и капиталне и иницијалне инвестиције у развој планинских туристичких центара. Развој свих туристичких центара стриктно се одвијао фазно са претходно реализованом комплетном инфраструктуром, да би се као фаза имплементирало и пошумљавање комплетног простора¹²².

¹²⁰Максин-Мићић, М., 2007, *Туризам и простор*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр.205).

¹²¹Група аутора, 2007, Пројекат: *Управљање туристичким дестинацијама, одрживи развој туристичких Дестинација*. Едукација запослених у туризму. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр. 137).

¹²²Јовичић, Д., 2000, *Туризам и животна средина, концепција одрживог развоја*. Задужбина Андрејевић, Београд. (стр.47).

И у свету се придаје велика пажња заштити планинских подручја кроз доношење и примену великог броја прописа, аката и решења како би се овакви простори заштитили од утицаја све несавеснијих и бројнијих туристичких маса и пратећих објеката који излазе у сусрет све разноврснијим туристичким потребама.

Слика 12: *Пример алпског рецептивног објекта*



Извор: Тришић Игор

У Републици Србији укупно 9.680 км² или 11 % територије се налази у висинским појасевима изнад 1.000 м надморске висине. Ти терени погодни су за развој зимског туризма и у погледу денivelација алпских скијашких стаза од 300 до 1.000 м, са значајном заступљеношћу хладних експозиција и нагиба између 20 и 60 %, као и задовољавајући терени са блажим нагибима за изградњу смештајних и других комплементарних туристичких садржаја¹²³. Међу атрактивне планине Србије спадају: Копаоник, Златибор, Тара, Фрушка гора, Златар, Стара планина, Жељин, Голија, Шар – планина, Бељаница, Јастребац, Вршачке планине итд. Утицај туризма на ове просторе највише се огледа кроз непланску туристичку градњу, загађење путем отпадних вода и канализација, неправилно одлагање смећа, аеро загађење итд. Од свих простора највише трпи Златибор. По мишљењу многих, разлог што дивља градња цвета на овом простору је тај што Златибор није стављен под режим заштите. Општина Чајетина је донела Регулациони план који дозвољава контролисану градњу али објекти првенствено у туристичке сврхе ничу на свим деловима простора. Ово је резултирало акцију рушења већег дела бесправно сазиданих објеката¹²⁴. Позитивни примери туризма у планинском подручју могу се сагледати на примеру Копаоника. Туризам је овде концентрисан на простору Националног парка који захвата површину од 11.800 ха. Мере заштите и зонирање на I, II и III зону, ограничило је изградњу смештајних капацитета. У основним и комплементарним објектима и приватном смештају има укупно 6.415 лежача¹²⁵. Копаоник прати и комплетна

¹²³Максин-Мићић, М., 2007, *Туризам и простор*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр.97).

¹²⁴www.blic.rs (02.08.2009).

¹²⁵Николић, С., 2006, *Туризам у заштићеним природним добрима Србије*. Завод за заштиту природе Србије, Београд. (стр.123).

инфраструктура којом су регулисани сви могући конфликти. У локалитету Суво Рудиште изграђено је постројење за прераду отпадних вода капацитета 600 ЕС а које се налази у надлежности Генекс хотела. Интензитет коришћења простора лимитиран је носећим капацитетом према утврђеним приоритетима¹²⁶. Носећи капацитет простора за туристичке активности у летњем периоду одређен је према искуственим нормативима за сличне европске националне паркове и планинске туристичке центре у Француској, Швајцарској и Аустрији. Усвојен је генерални норматив од 2 до 2,5 корисника по хектару простора, односно 25.000 до 30.000 једновремених корисника (туриста, запослених лица, истраживача и локалног становништва у одређеном интервалу сезоне). Носећи капацитет у зимском периоду одређен је капацитетом планинских алпских скијашких терена (115 км скијашких стаза и 402 ха жичара), саобраћајних приступа и локацијом туристичких центара и пунктова уз полазишта жичара. По основу наведеног изведен је носећи капацитет у износу од 37.000 једновремених корисника у зимским условима¹²⁷. У Националном парку се све дозвољене активности, укључујући и туризам, морају прилагодити заштити природе и капацитету простора. У питању је високопланинска област чију доминантну туристичку вредност представља рекреативни екокомплекс, веома осетљив на спољне утицаје; за разлику од приморских регија у којима су рекреативно – купалишни мотиви стабилнији на притиске из спољне средине и где је могуће лакше отклонити потенцијалне еколошке поремећаје¹²⁸.

6.5 Утицаји туризма на градске туристичке центре

Градови широм света поседују велики број ресурса и мотива којима могу обезбедити задовољење туристичких потреба. Интензиван пораст туризма у градовима доводи до туристичке урбанизације, која свакако доприноси развоју градова због сталног пораста услужних и туристичких делатности у њима. На тај начин урбане целине се мењају на више начина кроз географску и социолошку трансформацију. Сви утицаји могу се дугорочно одразити на животну средину и на тенденције одрживог туристичког развоја. Са аспекта градског туризма а да би се сагледао интензитет утицаја, важно је анализирати типологију урбаних средина кроз различите сфере интересовања од стране туриста. Тако међу следеће типове градова треба издвојити:

1. Главне градове
2. Метрополе, историјска утврђења и мале градске тврђаве
3. Велике историјске градове
4. Градове у унутрашњости
5. Обновљене градове
6. Индустијске градове
7. Приморске и планинске градове
8. Градове који поседују мега грађевине
9. Градови специјализовани туристичким сервисима
10. Културни и уметнички градови
11. Градове великих манифестација¹²⁹.

¹²⁶Носећи капацитет као препоручена мера заштите простора детаљно је обрађен у поглављу *Спречавање лоших утицаја туризма, Носећи капацитет простора*.

¹²⁷Максин-Мићић, М., 2007, *Туризам и простор*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр.247, 248).

¹²⁸Јовичић, Д., 2000, *Туризам и животна средина, концепција одрживог развоја*. Задужбина Андрејевић, Београд. (стр.71).

¹²⁹Hall, C., Page, S., 2005, *The Geography of Tourism and Recreation, Environment, place and space*. Routledge, London. (стр. 199).

Туризам врши позитиван и негативан утицај на градска насеља. За разумевање утицаја савременог туризма на ове средине, неопходно је и схватање како туризам коегзистира са другим привредним делатностима и какав је његов реалан утицај на живот, економију и градско окружење. Проучавање утицаја туризма егзистира на економским, културним, еколошким и социолошким утицајима. Сви ови утицаји реализују се у зависности од потреба туриста, односно од разлога због којих се посећују градске средине. Разлози због којих се најчешће путује у градске средине су:

- Посета рођацима и пријатељима
- Пословно путовање
- Посета сајмовима, конференцијама и едукацијама
- Културни и историјски разлози
- Верски
- Присуство догађаја и забавама
- Шопинг
- Излети¹³⁰.

Поједини аутори ове разлоге путовања у градске средине формулишу као креирање светских градских брендова или као брендове културе који креирају просторе. Тако се међу важне поменуте градске брендове могу сврстати: Музеји и културна наслеђа у туризму, културни предели, етничке четврти, забавни паркови, тргови и платои, као и верска, књижевна, филмска и уметничка достигнућа¹³¹. У зависности од величине атрактивног дејства и обима туристичких посета појединим градским мотивима, зависе и утицаји који се реализују од стране туриста или локалних заједница. Позитивни утицаји огледају се у: Економском фактору - потрошњи, развоју комуналне инфраструктуре која ће користити и домицилном становништву, развоју саобраћаја, јачању појединих градских четврти, упослености становништва, ревитализацији културног и историјског наслеђа кроз рестаурацију и заштиту, као и доприносу у порасту броја становника и свеукупном јачању градова.

Негативни утицаји туризма су чешћи, имају шири спектар дејстава и огледају се кроз:

- Деградацију архитектонског амбијента због неодговарајуће изградње хотела који нису у духу традиције
- Ефекат изградње и ширење градова, који се не уклапа у адекватну постојећу структуру
- Оптерећење тренутне инфраструктуре у току туристичке сезоне
- Издвојеност туриста од локалног становништва
- Продају пољопривредног земљишта доброг квалитета од стране локалне заједнице, ради изградње хотелских и других објеката
- Преоптерећеност саобраћаја због потреба туриста
- Загађивање локалних екосистема из канализације, путем отпада као и низом других проблема у сезони, који такође могу стварати пометњу у процесу функционисања градова¹³².

Негативни утицаји туризма на градске дестинације најбоље се могу сагледати на примеру италијанског града Венеције, где неодрживи туризам врши разарања широких размера. Атрактивно дејство овог града чине културне знаменитости из периода XV века, као и мноштво природних мотива који сачињавају комплетну градску целину. Туристичку експанзију Венеција

¹³⁰Hall, C., Page, S., 2005, *The Geography of Tourism and Recreation, Environment, place and space*. Routledge, London. (стр. 206).

¹³¹Richards, G., Wilson, J., 2007, *Tourism, Creativity and Development*. Routledge, London. (стр.61).

¹³²Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.60).

стиче након 1960. године. Број смештајних јединица је порастао на преко 22.200 у прошлом веку. И број туриста који бораве само један дан непрестано се повећава, тако да је забележено и до 7 милиона годишње. Оволики број посетилаца константно је угрожавао носећи капацитет града, инфраструктуру, оптерећивајући саобраћај и канализацију а са обзиром да се радило о једнодневним посетиоцима, негативан утицај се одражавао и на економију, јер није долазило до знатне туристичке потрошње. Овакав притисак довео је до исељавања великог броја становника који из више разлога нису проналазили интерес да остану у Венецији. Да би се зауставио овакав негативан и неодржив развој туризма, од стране локалних и државних власти, ангажован је познати фотограф Оливиеро Тоскани, који је имао задатак да фотографисањем води негативну кампању у циљу смањења броја туриста. Имао је обавезу да фотографише читаву Венецију, скупа са свим примерима неодрживог туристичког развоја. Паралелно са негативном кампањом предузимају се мере да се оним туристима који се дуже задржавају пруже детаљнија обавештења о свим дешавањима у граду. Поред овог проблема Венецију прати и пораст нивоа мора (што је последица глобалног отопљавања) и његово загађење, као и енвиронментално загађење ваздуха и земљишта¹³³.

Поред негативних природних утицаја туризма на градске центре, ништа мању важност немају ни негативни утицаји на социјалне и културне карактеристике града и локалне заједнице. Иако је ова проблематика детаљније обрађена у поглављу *Социо – културни утицаји туризма*, зарад бољег разумевања утицаја туризма на ова окружења, наводе се само најважније појаве. Туризам привлачи миграције првенствено сеоског становништва, које се досељава у градове због могућности проналажења запослења и у секторима туристичке привреде. То утиче на промену старосне и полне структуре градова. Ново становништво мења и укупну структуру према занимању, првенствено у туристичкој сезони. Посебно је истакнута тражња за пословима у угоститељству и у објектима за пружање различитих типова услуга. Спајање градског и сеоског становништва утиче на преиначавање ставова, углавном становништва руралних средина под утицајем новог животног стила. Затим, високе цене утичу на искључивање локалног становништва из куповине по маркетима и специјализованим радњама и објектима намењеним туристима. Присутне су и промене социјалног и моралног понашања локалног становништва под утицајем проституције, религије, криминала и коцкања. Коначно, култура је један од основних туристичких атракција градова кроз уметност, музику, историју, архитектуру и фестивале. Да би унапредили туризам, градови већ увелико реализују стратегију културног развоја. При томе је важно истаћи да се локалне културе не смеју развијати под притисцима масовног туризма¹³⁴.

У Републици Србији нема типичних и аутентичних негативних утицаја туризма на градске средине, какви се могу наћи по другим метрополама света. Сходно малом туристичком промету, може се закључити да се посебна брига води око сваког страног туристе. У тренутку када Србија почиње да заузима позицију на међународном туристичком тржишту, сви градски центри улажу велике материјалне напоре како би се све атрактивности подигле на највећу инстанцу. Акценат се ставља на културно и историјско наслеђе, природне мотиве, културне, уметничке, спортске и музичке манифестације. Међу значајне градске центре треба сврстати Београд, Нови Сад, Ниш, Крагујевац, Пожаревац, Зајечар, Чачак итд, који за сада не трпе веће и трајне негативне утицаје од стране туристичког развоја, а какви се могу наћи у великом броју градова света.

¹³³Хаџић, О., и други, 2005, *Културни туризам*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.194).

¹³⁴Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.62).

VII СПРЕЧАВАЊЕ ЛОШИХ УТИЦАЈА ТУРИЗМА

Поред бројних утицаја туризма на економију, друштво и природно окружење, неопходно је да се простори у којима се реализују туристичка кретања подвргну процесу планирања и заштите, како би се туризам интегрисао у контекст општег привредног и друштвеног развоја. Деградирани а незаштићени простори не могу бити ревитализовани а чиме се драстично умањује њихово атрактивно дејство. Кроз процес заштите неопходно је минимизирати све конфликте који се могу појавити између туризма као делатности и осталих привредних и друштвених субјеката. Овај процес мора развијати позитиван однос према животној средини, туристичким ресурсима и економским интересима локалне заједнице.

Туризам је растућа привреда у којој се ефекти тешко могу краткорочно уочити, док су дугорочно више него добри. Туризам са једне стране доноси нова радна места, пораст улагања, утиче на повећање националног дохотка, развија инфраструктуру, обезбеђује систем услуга које могу користити и локалној заједници, даје шансу странцима да науче више о другим земљама итд. Са друге стране туризам производи социјалне проблеме, деградира природно и културно наслеђе, подстиче нежељене економске и политичке промене, поседује проблем сезоналности итд¹³⁵. Туристички развој свих дестинација мора се водити планско осмишљеном политиком, која не сме бити искључиво одраз жеље за профитом. Сваки од интересних субјеката туризма има улогу у туристичком развоју и одговоран је за утицаје које туризам реализује на окружење, било да су утицаји позитивни или негативни.

Улога државе у туризму је базирана на пружању новчане подршке и увођење забрана и ограничења. Ова помоћ кроз владине органе и организације може бити бескорисна уколико се негативни утицаји учестало понављају. Кроз законодавство и контролу, држава има моћ у одређивању правца туристичког развоја а велики део те моћи мора тежити ка интересима у заштити животне средине и традиционалних вредности. Свој велики део надлежности држава путем својих министарстава може пренети на локални ниво контроле. Уколико сама заједница утиче у планирању туризма, његовој заштити кроз конзервацију простора и ресурса, могу се очекивати позитивни резултати по све субјекте туристичке привреде. Треба констатовати да иза сваког квалитетног планирања заштите стоји економски добитак који је иницијатор свих поступака. И коначно, сами учесници туристичких кретања морају дати свој велики допринос у процесу заштите свих туристички расположивих атрибута.

Владе земаља имају на располагању велики број могућности којима могу спречити негативне утицаје туризма. Показатељи да владе на националном, регионалном и локалном нивоу могу имплементирати скуп политика и планираних мера и активности, којима се могу спречити ови утицаји су:

1. Оснивање заштићених природних добара на националном нивоу какви су национални паркови или неки други заштићени предели.
2. Заштита од стране Светске природне или културне баштине под УНЕСКО статусом.
3. Зонирањем заштићеног простора и увођењем носећег капацитета.
4. Етичким кодексима којима ће се утицати на понашање потрошача у туризму¹³⁶.

Циљ свих мера не сме егзистирати на чињеници да туризам треба бити искорењен као појава у заштићеним просторима. Он мора да постоји са минимизираним негативним утицајима а максимизираним економским, друштвеним и природним добитима. За квалитетан однос туризма и простора неопходно је дугорочно планирање. У прошлости се дешавало да

¹³⁵Fennell, D., 1999, *Ecotourism*. Routledge, London. (стр.245).

¹³⁶Holden, A., 2000, *Environment and Tourism, Routledge Introductions to Environment Series*. Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York. (стр.101).

туристичка индустрија експлоатише једну дестинацију, деградира је и ствара широк спектар конфликта, затим се помера ка новој дестинацији у којој поново развија своје делатности. У могуће мере планирања туризма свакако треба уврсти: *Заштиту и зонирање простора, носећи капацитет и примену етичких кодекса у туризму.*

7.1 Заштита и зонирање простора у свету

Због растућих проблема нарушавања простора и његових ресурса развојним туристичким активностима, комплетна светска јавност почела је иницирати међународну сарадњу на пољима спречавања ових утицаја, још у половини прошлог века. Из тог разлога су се у оквиру Организације уједињених нација формирале специјалне институције и агенције за праћење проблема утицаја на животну средину, те су покренуте сарадње на предузимању мера и активности за заштиту природе, животне средине и културноисторијског наслеђа. Такви су: UNESCO, UNEP, IUCN, ICOM и друге организације.

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) је организација за образовање, науку и културу Уједињених Нација, основана 16. новембра 1945. године, са седиштем у Паризу. Промовише међународну сарадњу из области образовања, науке, културе и комуникација између 193 земље чланице и 6 придружених земаља¹³⁷. (слика 13).

UNEP (United Nations Environment Programme), институција чији је програм еколошка заштита животне средине, основан 1972. године и са седиштем у Кенији¹³⁸. (слика 14).

IUCN (International Union for the Conservation of Nature) а која скраћеница потиче од овог старог назива - Међународна организација за заштиту природе. Нови назив је World Conservation Union, односно Светско удружење за заштиту. Ова организација формирана је 1948. године и са седиштем је у Швајцарској¹³⁹. (слика 15).

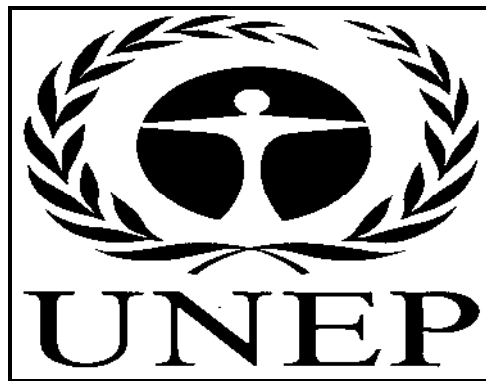
ICOM (International Council of Museums) или Међународни савет за музеје. Ова организације формирана је 1946. године са седиштем у Паризу а посвећена је очувању, унапређењу и комуникацији светске природне и културне баштине, материјалне и нематеријалне природе. Организацију чине музеји и кустоси из 150 држава света а све активности организоване су унутар 117 међународних одбора¹⁴⁰. (слика 16).

Слика 13: *Заштитни лого UNESCO – а:*



Извор: www.portal.unesco.org (05.08.2009).

Слика 14: *Заштитни лого UNEP - а*



Извор: www.unep.org (01.07.2009).

¹³⁷ www.portal.unesco.org (05.08.2009).

¹³⁸ www.unep.org (01.07.2009).

¹³⁹ www.iucn.org (01.07.2009).

¹⁴⁰ www.icom.museum/mission.html (01.07.2009).

Слика 15: *Заштитни лого IUCN – а*

Извор: www.iucn.org (01.07.2009).

Слика 16: *Заштитни лого ICOM – а*

Извор: www.icom.museum/mission.html (01.07.2009).

Године 1978. UNESCO и IUCN су спровели опсежне анализе и идентификовале потребу да се формирају две категорије, односно две врсте међународног статуса свих заштићених светских културних и природних добара. Те две категорије су **Резерват биосфере** (MaB – Man and Biosphere) и **Светска баштина**. (слике 17 и 18). Природне и културне вредности на листама Човек и биосфера и Светска културна и природна баштина, значајан су ресурс туристичке понуде бројних држава. На **MaB** листи у свету налази се: Делта Дунава у Румунији, Национални парк Донана у Шпанији, Кишкуншаг у Мађарској, Ичкеул у Тунису, Амбосели у Кенији и централни Амазон у Бразилу. У Републици Србији на MaB листи налази се планина Голија, под називом Резерват биосфере Голија - Студеница¹⁴¹. На листи **Светске културне или природне баштине** до 2006. године уписано је 830 добара. Од тога су 644 културних, 162 природна, 24 мешовита; од којих је 34 издвојено као посебно угрожено. У Републици Србији на листи **Светске културне баштине** налазе се: Стари Рас и Сопотани, манастир Студеница, Дечани, Грачаница, Пећка Патријаршија и црква Богородице Љевишке у Призрену, као и археолошко налазиште Гамзиград - Ромулијана¹⁴². На листи **светске природне баштине** нема уписаних добара. Године 1993. Завод за заштиту природе номиновао је 5 добара за стицање овог статуса. То су: Национални паркови Ђердап, Тара и Шар – планина, Специјални резерват природе Делиблатска пешчара и Споменик природе Ђавоља варош.

Слика 17: *Лого Човек и Биосфера*

Део изнад слова м и а симбол је египатског знака живота

Слика 18: *Лого Светске баштине*

Симболизује међузависност културног и природног блага. Унутрашњи четвороугао означава облик који је створио човек а спољашњи круг природа. Окружао облик симболизује земљу и њено очување.

Извори слика 17 и 18: www.portal.unesco.org

¹⁴¹Николић, С., 2006, *Туризам у заштићеним природним добрима Србије*. Завод за заштиту природе Србије, Београд. (стр.108).

¹⁴²Максин-Мићић, М., 2007, *Туризам и простор*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр.65,66).

Заштићено природно добро обухвата сва заштићена подручја од националног значаја, у којима се реализују различите активности укључујући и туристичке а штите се са циљем спречавања експлоатације и могуће деградације. Разлози због којих се одређена подручја или објекти штите су:

1. Коришћење у сврху научних истраживања
2. Заштита дивљег света
3. Очување специјске и генетичке разноврсности
4. Обезбеђивање услуга у животној средини
5. Заштита специфичних природних и културних облика
6. Туризам и рекреација
7. Образовање
8. Усаглашено коришћење ресурса из природних екосистема
9. Очување културних и традиционалних карактеристика¹⁴³.

7.1.1 Врсте заштићених природних добара у свету

Са обзиром да се сва природна или културна добра разликују по свом времену настанка, обиму вредности, садржају раритета, степену угрожености и нивоу оштећености; IUCN је установио категорије и врсте заштићених добара, које се примењују у већини земаља света. Те категорије су следеће:

- **Категорија I – Строги природни резерват / подручје дивљине**

Циљ управљања је за потребе научно истраживачког рада и заштиту подручја потпуно очуване природе.

- **Категорија I а – Строги резерват природе**

Подручје дивљине или мора које поседује неке изузетне или репрезентативне екосистеме, геолошке појаве или врсте а првенствено се користи за научна истраживања и праћење стања у животној средини.

- **Категорија I б – Подручје дивљине**

Велико неизмењено или мало измењено подручје земље или мора, које је задржало своја природна обележја, без сталне насељености а које се штити и управља са циљем очувања природних услова.

- **Категорија II – Национални парк**

Циљ управљања је заштита екосистема и рекреација. То је природно подручје земље или мора, одређено да се штити еколошка целовитост једног или више екосистема за садашње или будуће генерације, да се онемогући експлоатација или нека друга штетна активност, као и да се обезбеде основе за духовне, научне и образовне потребе посетилаца; од којих све требају да буду сагласне са животном средином и културом.

- **Категорија III – Споменик природе**

Подручје у којем се налази један или више природних или природно – културних облика, који поседују изузетне или јединствене вредности а штите се због својих непоновљивих особина, репрезентативности, естетских квалитета или културног значаја.

- **Категорија IV – Подручје управљања стаништем или врстама**

Подручје земље или мора којим се управља активним мерама заштите, да би се очувала станишта и обезбедили услови за опстанак одређених врста.

- **Категорија V – Заштићени предео или марински предео**

Подручје земље, морске обале или мора, где је међусобно дејство људи и природе током времена обликовало препознатљиве особине подручја. Ова подручја са значајним естетским,

¹⁴³Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.111).

еколошким или културним вредностима, често су праћена и високом биолошком разноврсношћу. Очување јединства традиционалних међудејстава природе и човека од значаја су за заштиту, одржавање и развој оваквих подручја.

• **Категорија VI – Заштићена подручја за управљање ресурсима**

Подручја у којем се претежно налазе непромењени и природни екосистеми, којима се управља да би се обезбедили дугорочна заштита и очување биолошке разноврсности а истовремено остварило одрживо коришћење природних ресурса и активности неопходних за останаак људских заједница у овом простору¹⁴⁴.

Све поменуте категорије заштићених природних добара имају подједнаку важност а број који је додељен категоријама не значи да је заштита заступљена у мањој мери или због слабијег интереса. Туризам и рекреација дозвољени су у свим подручјима заштите осим у Строгим резерватима природе, односно категорији I а.

Из разлога одласка у чисту природу ради одмора и рекреације, у другој половини 19. века почели су се оснивати покрети за заштиту простора у САД и у Европи. Тако су покрети за рекреацијом у природи и активности на заштити природних предела и објеката, представљали и почетке туристичких кретања. Прва уредба о заштити донесена је у САД 1864. године, којом је држава Калифорнија ставила под заштиту Јосемитску долину због изузетних природних лепота и циновских секвоја. Године 1872. тачније 1. марта, проглашен је први национални парк у САД али и у целом свету а то је Јелоустоун. Актом о заштити 888.708 ха простора намењен је рекреативним потребама. У Канади је први национални парк Банф установљен 1887. године, 1891. године у Аустралији и 1894. године на Новом Зеланду. У Европи је први национални парк основан 1909. године у Шведској под називом Абиско а затим 1914. године и Енгандин у Швајцарској¹⁴⁵.

7.1.2 Зонирање простора

У сваком заштићеном природном добру дозвољена су туристичка кретања и поједине активности али без погубних радњи по простор окружења. Поједини делови ових простора поседују више или мање осетљивијих зона у поређењу са другим деловима истог простора. Тако да сви делови једног заштићеног добра не могу да поднесу подједнаке активности. Разлог је и тај што се осетљиве врсте и реткости не налазе увек у равномерно распоређеном ареалу. Из поменутих разлога неопходно је увођење мера зонирања простора заштићеног природног добра. Ово је организациона стратегија коришћења одређених заштићених територија у туризму, кроз равномерну расподелу туристичких капацитета у циљу очувања животне средине. Уколико је потребно, поједине територије могу бити изузете од туристичког коришћења. Светска Туристичка Организација истиче као важне четири зоне у заштићеним природним добрима. То су:

1. **ЗОНА СТРИКТНЕ ЗАШТИТЕ** - У овој зони забрањује се свако присуство туриста.
2. **ЗОНА ДИВЉИНЕ** - Овде је кретање туриста дозвољено једино пешачењем.
3. **ТУРИСТИЧКА ЗОНА** - Кретање туриста је дозвољено на више недеградирајућих начина. Могу и моторна возила али која користе мање штетна горива и производе малу буку.
4. **ЗОНА РАЗВОЈА** - Овде су смештени угоститељско - туристички капацитети, са строгим мерама контроле, како се животна средина не би загадила и како се њене вредности не би нарушиле¹⁴⁶.

¹⁴⁴Holden, A., 2000, *Environment and Tourism, Routledge Introductions to Environment Series*. Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York. (стр.176).

¹⁴⁵Николић, С., 2006, *Туризам у заштићеним природним добрима Србије*. Завод за заштиту природе Србије, Београд. (стр.94, 95).

¹⁴⁶WTO, 1992, *Tourism Carrying Capacity: Report on the Senior – Level Expert Group Meeting held in Paris*. Madrid.

Канадска служба националних паркова, која управља са укупно 34 националних паркова и једним маринским пределом, на укупној површини од 180.000 км², увела је 5 зона заштите у оквиру заштићених простора:

- **Зона I** има статус специјалне заштите и обухвата строго заштићене или угрожене врсте, где приступ људи мора бити строго контролисан.
- **Зона II** или зона дивљине. Представља од 60 до 90 % простора територије унутар које је примарни циљ заштита, док су услуге посетиоцима прилично ограничене.
- **Зона III** или зона природне средине. Функционише као зона ублажавања између друге и четврте зоне а приступ овој зони није једино дозвољен возилима на моторни погон.
- **Зона IV** или зона рекреације. Представља зону у којој се налазе услуге смештаја и то првенствено кампови.
- **Зона V** или парк сервис. Ова зона чини свега 1 % територије парка и битно је модификована из разлога пружања многобројних услуга посетиоцима¹⁴⁷.

Национални паркови у Великој Британији врло често уводе 4 зоне заштите у складу са препорукама Светске Туристичке Организације. Пример је национални парк Киларни у којем постоје следеће зоне: *Зона природе* у којој је примарни циљ заштита природних објеката; *Културна зона* у којој је примарни циљ заштита природних вредности од људских активности. Садржи природне пејзаже, археолошка и историјска здања, грађевине и објекте; *Зона интензивног управљања* у којој и ако се истичу објективни и стварни разлози заштите, постоје објекти који нису намештени и не косе се са режимима заштите и *Зона обновљивих ресурса* која поред активности укључује и расаднике дрвећа¹⁴⁸.

Велики корални гребен у Аустралији, укупне дужине 2.000 км, представља станиште 350 врсти корала, 1.500 врсти риба и корњача. Аеродроми у Карнсу и Таунсвилу омогућили су долазак великог броја туриста. Прилив све већег броја посетиоца почео је да угрожава овај изузетно осетљив марински предео. Управа маринског парка успоставила је четири зоне: 1. *Зону заштите* где је икакво коришћење са погубном сврхом искључено; 2. *Научно – истраживачку зону* у којој је дозвољен рад научних радника уз стриктну контролу; 3. *Маринску зону* у којој је дозвољено научно, образовно и рекреативно коришћење и 4. *Зону општег коришћења* у којој је дозвољен и рекреативно - комерцијалан риболов^α.

7.1.3 Међународне конвенције и декларације

Поред наведених мера заштите постоје и бројни међународни документи и декларације којима се штите одређена подручја од нежељених дејстава. Заправо, поједине земље које бивају потписнице одређених аката предузимају акције са циљем заштите у оквиру својих подручја а у складу са тачкама и предлозима конвенција. Тако се међу најважнијим актима а који се у великој мери тичу и туризма, могу издвојити:

- ❖ *Рио декларација о животној средини и развоју и Конвенција о биолошкој разноврсности*
Оба документа усвојена су на Конференцији Уједињених нација о животној средини и развоју у Рио де Женеиру 1992. године. Најважнији усвојени документи о животној средини и развоју са сатанка су: Декларација Уједињених нација о животној средини и развоју, Конвенција о биодиверзитету, Конвенција о промени климе и Агенда 21 – Програм активности за 21. век.

¹⁴⁷Holden, A., 2000, *Environment and Tourism, Routledge Introductions to Environment Series*. Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York. (стр.136).

¹⁴⁸Garrett, N., 1999, *Britain's changing environment*. Nelson Thornes, UK. (стр.119).

^α исто као 147. (стр.137).

- ❖ *Конвенција о заштити светске културне и природне баштине*
Усвојена је 1974. године. Република Србија је такође ратификовала ову конвенцију. Да би неко добро било уписано на листу Светске баштине UNESCO – а, морају се испоштоваати одређене процедуре у смислу методологије и критеријума. Свака држава је обавезна да својим прописима обезбеди материјалне и организационе услове како би управљала овим објектима.
- ❖ *Конвенција о заштити птица*
Конвенција је ратификована 1965. године а тиче се заштите дивљих птичијих врста којима прети изумирање. Конвенцијом се државе потписнице обавезују да под утврђеним условима штите места гнезђења, ограничавају лов или га спречавају а и онемогуће хватање и транспорт птица. Таква подручја добијају статус заштите ИБА (IBA - Important Bird Areas).
- ❖ *Рамсарска конвенција*
Потписана је 2. фебруара 1971. године у иранском граду Рамсару. Тиче се заштите станишта у којима је вода примарни фактор унутар животне средине, и као таква се доводи у значајну везу са биљкама и животињама. Ово су обично станишта са богатим биодиверзитетом флоре и фауне. Такође, овој групи припадају делови океана или мора, острва, рибњаци, пиринчана поља, иригациони канали и други облици водене површине, атрактивни и за туристе. Код нас се на *Рамсарској листи* налазе: Стари Бегеј - Царска бара (код Зрењанина), Обедска бара (код Купинова у Срему), Засавица (код Сремске Митровице); Лудашко језеро (у северној Бачкој код Суботице) и Слано копово (код Новог Бечеја)¹⁴⁹.
- ❖ *Агенда 21 за туристичку привреду*
У складу са плановима и активностима у 21. веку, Светска туристичка организација (WTO) у сарадњи са са Светским саветом за путовање и туризам (WTTC) и Земаљским самитом, бавили су се проблемом одговорног понашања у туризму. Њихов циљ био је да се утврде универзална понашања свих учесника у туристичкој индустрији. Резултат ове сарадње огледа се у усвајању документа *Агенде 21 за туристичку привреду*, 1995. године. Она претходи изворном документу - Агенди 21 иако туризам у њој није био обухваћен. Многе заједнице које се заснивају на туризму, формулисале су сопствене Агенде 21 на локалном нивоу у складу са Агендом 21 за туристичку привреду¹⁵⁰.
- ❖ *Алпска конвенција*
У току 1991. године министри природне средине алпских држава, уз подршку Европске комисије, потписали су овај међународни споразум, који је представљао полазну основу за дефинисање политике на локалном и регионалном нивоу управљања, о одрживом развоју и заштити планинских подручја Алпа од свих нежељених дејстава. Овом Конвенцијом се утврђују сви принципи и начини коришћења природних ресурса, начинима на које се штите и обнављају, као и начинима на које се планирају и изводе поједине градње. Алпска конвенција може да послужи као модел за остале планинске регије а нарочито за регије трансграничног карактера, попут Старе планине, Шар планине и Проклетија, које се простиру на више европских земаља¹⁵¹.

¹⁴⁹Николић, С., 2006, *Туризам у заштићеним природним добрима Србије*. Завод за заштиту природе Србије, Београд. (стр.85-87).

¹⁵⁰Попеску, Ј., и други, 2001, *Одговорни и одрживи развој туризма*. Ценорт, Београд. (стр.149).

¹⁵¹Максин-Мићић, М., 2007, *Туризам и простор*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр.330).

7.2 Заштита и зонирање простора у Републици Србији

Свако заштићено природно добро има своју категорију према Закону о заштити животне средине из 1991. године а у складу са категоријама које прописује Светско удржење за заштиту (IUCN). Према важећим деловима поменутог закона у Србији су утврђене следеће категорије заштићених природних добара:

- Национални парк
- Резерват природе
- Парк природе
- Предео изузетних одлика
- Споменик природе
- Природне реткости
- Специјални резерват природе¹⁵².

Заштићено природно добро је очувани део природе посебних природних вредности и одлика, због којих има трајни еколошки, научни, културни, образовни, здравствено - рекреативни, туристички и други значај, због чега као добро од општег интереса ужива посебну заштиту. Природно добро може да буде једносно или вишесложно, односно може да буде појединачна вредност неког садржаја (гео или биодиверзитетског) или скуп вредности које се категоришу на основу посебних критеријума утврђених системским законом. До сада је у Републици Србији заштићено око 1.100 природних добара, на простору који обухвата преко 6 % државне територије, односно 543 км². Заштићено је: 5 националних паркова, 14 паркова природе, 72 резервата природе, 9 предела изузетних одлика и лепоте, 71 резерват природе, 313 споменика природе, 17 предела изузетних одлика, 43 подручја са историјским и културним карактеристикама и 642 природне реткости. У поступку је заштита простора са природним добрима на још око 2,5 % територије. Планира се повећање обухвата заштићеног простора природних добара на око 11 % територије Републике Србије до краја 2010. године¹⁵³.

Временом под природним и антропогеним утицајима свако заштићено добро мења свој првобитни изглед унапређујући га или деградирајући. Због тога се приступа ревизији и валоризацији природног добра како би се утврдило стање, одредиле мере, услови и режим заштите за даље очување и развој основних вредности, односно успоставила активна заштита и потврдила или одредила нова категорија природног добра, са обзиром на значај које оно има за Републику.

У Србији постоји пет националних паркова. Обухватају површину од око 1,75 % територије Србије. Први национални парк у Србији је формиран далеке 1960. године и то је НП Фрушка Гора. Након тога су проглашени НП Ђердап (1974), НП Тара (1981), НП Копаоник (1981) и НП Шар - планина (1986). Сви паркови су данас јавна предузећа и чланице су "Еуро-парк федерације" и IUCN-а¹⁵⁴. Из разлога великог значаја за развој туризма и позиционирање републике Србије на међународном туристичком тржишту, треба напоменути неке од основних карактеристика заштићених природних богатстава Србије јер представљају природно национално благо. Свако од ових простора значајно је за развој туризма а њихова правилна туристичка валоризација и плански оквир доприноси у управљању и заштити кроз туризам, могу допринети у великој мери повећању сопствених фондова, који ће ове просторе подићи на највећу инстанцу, какви су и заштићени предели широм света.

¹⁵²Закон о заштити животне средине, 1991, 7.1. Врсте природних добара, Службени гласник РС бр: 66/91.

¹⁵³Максин-Мићић, М., 2007, *Туризам и простор*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд. (стр.67).

¹⁵⁴www.ekoplan.gov.rs/src/Zasticena-prirodna-dobra

Национални парк Ђердап

Простире се на преко 100 км и иде дуж десне обале Дунава, од Голупца до Караташа код Кладова. Обухвата појас шумовитих брда североисточне Србије, ширине 28 км уз Дунав. Око 5.500 ха површине НП Ђердапа (око 9 %) чини Дунав, односно онај део Дунава који припада Србији, што Ђердап чини и речним националним парком. Укупна површина парка је 63.500 ха. Више од 1.100 врста васкуларне флоре и преко 50 биљних заједница забележено је на овом подручју. Национални парк Ђердап је зимовалиште за птице мочварице из читаве Европе. Током зиме ту станиште налази од 5 до 10 хиљада птица. Предео Малог и Великог казана је место где је Дунав најужи (око 100 м) и најдубљи (око 123 м). Ту је и мноштво културно - историјских споменика, као што су Лепенски вир (неолитско насеље познато у целом свету), Трајанова табла, Римски каструм Дијана код Караташа, средњовековна тврђава Голубачки град и низ других¹⁵⁵.

Национални парк Шар - планина

Национални парк обухвата северне огранке Шаре на подручју Космета. Захвата површину од 39.000 ха. Посебне морфолошке одлике Шаре настале су деловањем ледника, па се тако могу видети многобројна ледничка удубљења, циркови, валови и морене. У цирковима су касније настала ледничка језера, а њих 25 се налази на надморској висини изнад 1.900 м. У НП Шар - планина такође можемо наћи бројне ретке биљне и животињске врсте и њихове заједнице. У НП има 59 споменика културе под заштитом^α.

Национални парк Фрушка Гора

Фрушка Гора је ниска планина, дуга 80 а широка 15 км. Некада острво у Панонском мору, ова планина носи трагове свих геолошких периода. На Фрушкој Гори се налази друга највећа шума липе у Европи. НП се простире на површини од 6500 ха. Ту расте близу 700 врста лековитог биља а забележено је и око 18 врста орхидеја. У најлепшим и најскровитијим пределима ове планине налази се 17 средњовековних православних манастира¹⁵⁶.

Национални парк Тара

Подручје НП обухвата највећи део планине Таре, на крајњем западу Србије. Захвата површину од 19.175 ха. Национални парк оивичавају моћне кречњачке стране кањона, чија висина досеже и преко 1.000 метара. Символ Таре је ендемична и реликтна врста, позната у читавом свету, Панчићева оморица (*Picea omorica*), која иначе живи само у западној Србији и источној Босни. Регистровано је 53 врсте сисара и 153 врсте птица. Од културно - историјских споменика пажњу заслужују манастир Рача из 13. века и средњовековни Солотушки град^β.

Национални парк Копаоник

Национални парк обухвата високопланински део Копаоника. Најнижа тачка националног парка је на око 640 м надморске висине, а највишу тачку чини и највиши врх Копаоника, Панчићев врх, на 2.017 м.н.в. Захвата површину од 11.800 ха. Шумски екосистеми Копаоника карактеришу се изразитом и учесталом зоналношћу. Сам национални парк је природни музеј средњовековног рударства а у непосредном окружењу су многи значајни споменици културе из средњовековног периода Српске државе^γ.

¹⁵⁵ Група аутора, 2000, *Туризам и заштита*. Природно-математички факултет, Институт за географију, Нови Сад. (стр.152).

^α исто као 155. (стр.219).

¹⁵⁶ Лазић, Ј., 1999, *Туристичка географија*. Савезни центар за унапређење хотелијерства и угоститељства, Београд. (стр.97).

^β исто као 155. (стр.189).

^γ исто као 155. (стр.174).

Подручја националних паркова представљају најочуваније и најлепше пределе Србије, изузетно богате ретким биљним и животињским врстама. Као такви они су јединствене школе у природи и требало би их користити за практичну наставу еколошког образовања за све узрасте.

Од осталих заштићених природних добара треба издвојити:

Резерват природе, што представља изворно или незнатно измењени део природе, особитог састава и одлика биљних и животињских заједница, као делова екосистема, намењених првенствено одржавању генетичког фонда. Разликују се два типа резервата: Општи и специјални. У општем резервату природе се спроводе искључиво научно - истраживачке активности и контролисана едукација, не сме се ништа дирати нити мењати. У специјалном резервату природе дозвољене су активне мере заштите и интервенције које треба да сачувају природно добро у изворном облику. Наши најпознатији резервати природе су: Засавица, Лудошко језеро, Обедска бара, Царска бара, Делиблатска пешчара, Винатовача, Јелашничка клисура, Јанков камен на Голији и низ других¹⁵⁷.

Парк природе или подручје добро очуваних природних својстава вода, ваздуха и земљишта, преовлађујућих природних екосистема и без већих деградационих промена предеоног лика. У целини представља значајан део очуване природе и здраве животне средине. Познати паркови природе су Сићевачка клисура код Ниша, Рајац код Љига и други¹⁵⁸.

Предео изузетних одлика, који представља релативно мање подручје, живописних пејсажних обележја у којем су очувани традиционални начини живота и бројна културна добра. Пример предела изузетних одлика је долина реке Пчиње код Бујановца¹⁵⁹.

Споменик природе или физички јасно изражен и препознатљив природни објект или појава, по правилу атрактивног и маркантног изгледа или необичног начина појављивања. Споменик природе може бити и људским радом формирана ботаничка вредност (појединачна стабла, дрвореди, паркови, арборетуми, алпинетуми и ботаничке баште), под условом да има посебан значај. Међу најзначајније спадају: Таковски грм код Горњег Милановца, Платан код Милошевог конака у Београду, Ботаничка башта у Београду, Ресавска пећина, Рисовачка пећина, Лазарева пећина, низ геоморфолошких облика и феномена као што су Ђавоља варош код Куршумлије, Вратна код Неготина и друге^α.

Природне реткости, односно биљне или животињске врсте, или њихове заједнице, којима је угрожен опстанак у природним стаништима; као и оне чији се број у популацијама снижава а подручје распрострањења смањује. Тако је у Србији законом заштићено 215 биљних и 427 животињских врсти и најстрожије је забрањено њихово брање, чупање, сакупљање, лов или узнемиравање, као и уништавање њихових станишта. За стараоца тих врста одређен је Завод за заштиту природе Србије^β.

Специјалне резервате природе а нашем простору су Увац, Засавица, Горње Подунавље, Стари Бегеј – Царска бара, Обедска бара и Ивановачка ада^δ.

¹⁵⁷ Николић, С., 2006, *Туризам у заштићеним природним добрима Србије*. Завод за заштиту природе Србије, Београд. (стр.110).

¹⁵⁸ www.vojvodinasume.co.rs (12.02.2009).

¹⁵⁹ www.srbijasume.org (12.02.2009).

^α исто као 158,

^β исто као 159.

^δ исто као 159.

У заштићеним природним добрима Србије зонирање се реализује кроз режиме заштите. Унутар њихових граница установљава се режим заштите I, II или III степена. У *I степену заштите* утврђује се забрана коришћења природних богатстава и искључују се сви други облици коришћења простора и активности, осим научних истраживања и контролисане едукације. У *II степену заштите* утврђује се ограничено и строго контролисано коришћење природних богатстава, док се активности у простору могу вршити у мери која омогућава унапређење стања и презентацију природног добра, без последица по његове примарне вредности. У *III степену заштите* утврђује се селективно и ограничено коришћење природних богатстава, као и контролисане интервенције и активности у простору, уколико су усклађене са функцијама заштићеног добра или су везане за наслеђене традиционалне облике обављања привредних делатности и становања, укључујући и туристичку градњу¹⁶⁰.

7.3 Носећи капацитет простора

Процена носећег капацитета се користи као показатељ утицаја туризма на животну средину у туристичким местима и регијама а уједно представља и важну компоненту планирања просторног развоја туризма. То је уједно и један од механизма за постављање стандарда одрживог туризма у одређеној области. До сада је учињено више покушаја у циљу поузданог дефинисања носећег капацитета. По тумачењу Федерације природе и Националних паркова Европе, носећи капацитет одређеног простора, представља способност екосистема да се самоодржава и подстиче развој људских активности у неограниченом обиму али без негативних повратних дејстава. То се посебно односи на све видове туристичких активности укључујући и развој туризма специјалних интереса, који све више поприма одлике масовности¹⁶¹. Имајући у виду да је већина негативних еколошких и других проблема проузрокована великом концентрацијом посетилаца, туристичких капацитета и садржаја, многи аутори баве се дефинисањем носећег капацитета и неопходности утврђивања максималног броја туриста који могу истовремено да бораве у одређеном просторном обухвату. Истраживањем података се закључује да по већини, носећи капацитет представља максималан број људи који може да се налази на одређеном локалитету, без неповратне измене и деградације физичке средине и без значајнијег угрожавања квалитета рекреативног доживљаја¹⁶². Светска туристичка организација дефинише 3 нивоа на којима се капацитет може процењивати а то су¹⁶³:

➤ Еколошки капацитет

Подразумева максималан степен туристичког коришћења простора а да при томе не дође до еколошке деградације. Његова процена укључује комплексно разматрање низа чинилаца као што су еколошке, геоморфолошке и климатске карактеристике, број туриста, њихове активности, изграђеност туристичких капацитета, инфраструктурни садржаји, економски чиниоци итд.

➤ Психолошки капацитет

Представља максималан степен коришћења простора, са аспекта броја туриста, њихових активности и изграђених објеката а да не дође до пада квалитета туристичког доживљаја. Он се може утврдити само на основу субјективних процена и мишљења посетилаца, тако да је неопходно спровести анкетна истраживања. Анкетне упитнике треба добро припремити и

¹⁶⁰Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.95).

¹⁶¹*Loving Them to Death – Sustainable Tourism in Europe's Nature and National Parks*. 1993, Federation of Nature and National Parks of Europe, Grafenau, Germany. (стр.11).

¹⁶²Јовичић, Д., 2000, *Туризам и животна средина, концепција одрживог развоја*. Задужбина Андрејевић, Београд. (стр.32).

¹⁶³*National and Regional Tourism Planning, Capacity*. 1995, WTO, Madrid. (стр.172)

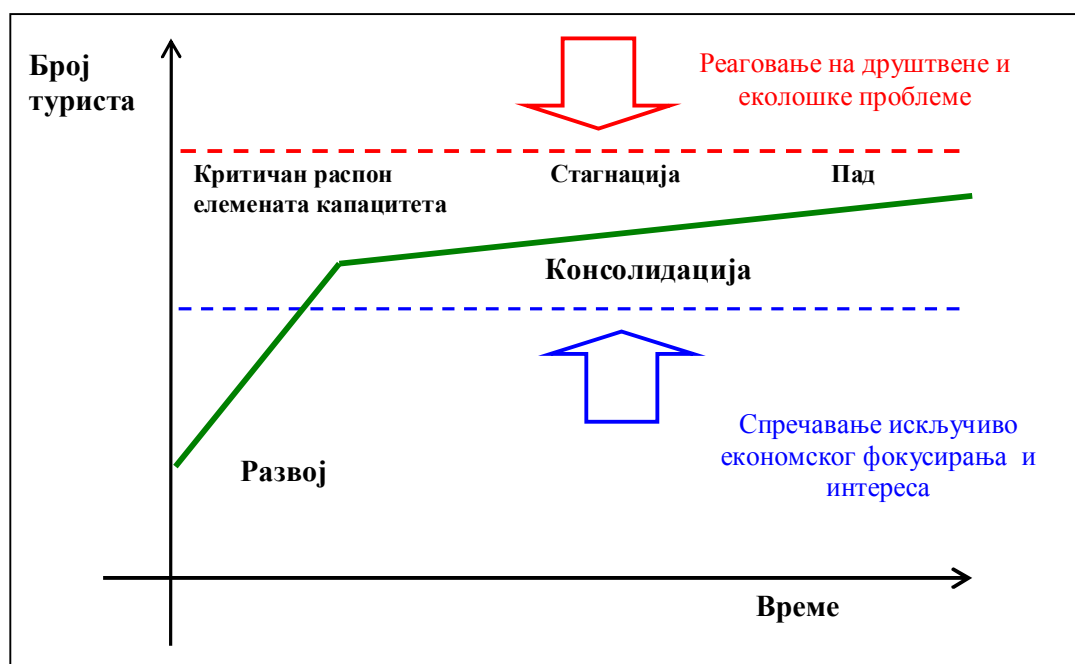
преко њих се може доћи до мишљења туриста о квалитету животне средине у туристичком месту, атрактивности туристичких мотива, квалитету и цени туристичких услуга, опремљености објеката, квалитету и обиму инфраструктурних садржаја итд. Овај капацитет није лако утврдити јер су перцепције и ставови посетилаца о поменутиим чиниоцима увек различити, што је резултат жеља, укуса, информисаности и очекивања.

➤ Социо – културни носећи капацитет

Подразумева максимално могућ развој туризма, укључујући и број туриста, њихове активности, изграђеност капацитета и инфраструктуре, који неће нарушити начин живота, културу и традицију домицилног становништва. Овај капацитет се може оценити као најапстрактнији и најтеже га је проценити. Утврдити се може методама упитника али у овом случају анкетирани лица морају бити из састава домицилног становништва, односно припадника локалне заједнице.

Поједини аутори поред ова три наведена носећа капацитета укључују и економски капацитет, који представља ниво зависности локалне економије од степена туристичког развоја. Са тим што није пожељно да та зависност буде велика. У појединим дестинацијама а у случајевима када су позитивни сви носећи капацитети, може се констатовати да је присутан *коначни носећи капацитет*, који обухвата све наведене видове капацитета. У пракси, постојање таквих дестинација је у врло малом броју, изузев заштићених простора. Концепт коначног (стварног) капацитета један је од основних елемената стратегије одрживог туристичког развоја а преко кога се морају остварити позитивни економски, социјални и енвайронментални резултати на дестинацију. Стварни носећи капацитет туристичке дестинације чине просторни, биолошки, друштвени и психолошки аспекти окружења у туризму. Једна од најпознатијих употреба концепата стварног капацитета у туристичкој литератури развијена је од Батлера, који је модификовао концепт животног циклуса како би га применио на туристичку дестинацију. Батлерова претпоставка је била да повећање броја посетилаца одређеној области може брзо резултирати смањењу посета а као резултат добија се граница коначног (стварног) капацитета. То се може приказати на следећем графикону,

Графикон број 2: *Стварни капацитет и његов животни циклус*



Извор: Fennell, D., 1999, *Ecotourism*. Routledge, London. (стр.125). Урађено од стране аутора.

Примена концепта носећег капацитета може се уочити и код коришћења културно – историјских споменика у туристичке сврхе. Исти случај је и са свим институцијама од културног значаја а који се стављају на располагање туристима или се у оквиру њих организују поједине манифестације или скупови. Понекада и врло мали број посетилаца својим несавесним понашањем може произвести велике последице по простор. Пример за то је италијанска Помпеја. Овај антички град пострадао је у ерупцији Везува 1979. године. За њега се и данас каже да по други пут умире. Његове рушевине привлаче руке туриста чији број годишње износи око два милиона. У таквом метежу, недовољан је број запослених чувара који би требало да спрече оштећења мурала, фресака, мозаика и скулптура. Остављају се графити, одваљује стење, урезају поруке, бацају се отпаци и слично. Поред свега, појачала су се и оштећења од климе јер су се одговорни увек руководили тиме да треба наставити ископавања, уместо да се већ ископани објекти правилно одржавају и конзервирају¹⁶⁴.

Многа истраживања су обављена у свету а посебно у САД у циљу прецизирања поступака за израчунавање носећег капацитета и израде конкретних формула, које би важиле за одређени тип туристичке дестинације. И поред тога још увек у свету не постоји поуздана и научно доказана метода за израчунавање носећег капацитета. Већина аутора или организација користи различите стандарде, до којих се долази сопственим истраживањима и искуствима. Свака искуства у истраживању се веома разликују па се очекује и висок раритет у примењеним стандардима. Све значајније институције могу дати само смернице туристичкој привреди и локалним заједницама у смислу предлога капацитета; односно предлоге препоручљивог максималног броја посетиоца и објеката на одређеном простору или у појединачном објекту за реализацију активности а да при том не долази до одређених негативних дејстава по све субјекте туристичке привреде.

Свака просторна област или туристички центар има своје специфичности какви су: Основни феномени, сложеност екосистема, мотиве различите атрактивности, конфликте или угрожене зоне, инфраструктурне елементе, рекреативне и културне садржаје, различит број и структуру становништва, површине које су под заштитом итд. Ово налаже потребу да одређивање носећег капацитета буде утемељено на низу претходних елабората и студија за сваку просторну целину појединачно у зависности од њених особености, карактера или ранга. Посебан приступ изискују зоне велике атрактивности, које трпе и највећи притисак и подложне су измени енвиронменталне равнотеже. Да би се проценио носећи капацитет неопходно је утврдити оптималне стандарде за туристе, њихове активности и изграђене објекте и то за свако туристичко место или регију појединачно. Субјективне перцепције туриста представљају највећи проблем у процени носећег капацитета јер се често дешава да се њихово мишљење о квалитету животне средине туристичких места битно разликује од става локалног становништва или органа који доносе управне одлуке. Велику пажњу треба обратити на сезонски карактер туристичког промета, што значи да носећи капацитет треба утврђивати у односу на период максималне сезонске концентрације тражње. Тада је оптерећеност туристичког места, нарочито приморског најизраженија, за разлику од осталих периода када је туристички промет знатно мањег обима. Предузимањем одређених мера управљања а које се превасходно састоје у обезбеђивању адекватних информација, продужавању века трајања ресурса, равномерној просторној и временској дистрибуцији туристичког промета, носећи капацитет одређене области се може повећати¹⁶⁵.

¹⁶⁴Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.73).

¹⁶⁵Јовичић, Д., 2000, *Туризам и животна средина, концепција одрживог развоја*. Задужбина Андрејевић, Београд. (стр.32).

Имајући у виду све напред наведено Европска Унија предлаже стандарде носећег капацитета за различите типове туристичких области, места и активности које се у њима упражњавају. То се може приказати и табеларно:

Табела број 18: *Предлог носећег капацитета туристичких области по ЕУ*

ТИП ОБЛАСТИ	ТИП АКТИВНОСТИ	ПРЕДЛОЖЕНИ КАПАЦИТЕТ
ПРИМОРСКА ОБЛАСТ	Медитеран-купање	3 m ² по особи
	Област Северног мора	1,7 m ² по особи
	Једрење	5 -30 посетилаца на дан по ha
	Риболов	5 -30 посетилаца на дан по ha
	Скијање на води	5 -15 посетилаца на дан по ha
ПЛАНИНСКА ОБЛАСТ	Скијашки центар	100 скијаша на дан по ha скијашке стазе
ЗАШТИЋЕНО ПРИРОДНО ДОБРО	Шумски парк	До 15 посетилаца на дан по ha
	Парк у приградској зони	15-70 посетилаца на дан по ha
	Пешачење	40 особа на дан по км стазе
	Јахање	25-80 особа на дан по км стазе
	Већи излет са оброцима	300-600 учесника на дан по ha
	Мањи излет са или без оброка	60-200 учесника на дан по ha

Извор: Јовичић, Д., 2000, *Туризам и животна средина, концепција одрживог развоја*. Задужбина Андрејевић, Београд. (стр.33). *Урађено од стране аутора.*

Аутори просторног плана подручја националног парка Копаоник за израчунавање носећег капацитета овог природног добра а по угледу на слична страна искуства, користили су просечни индивидуални стандард за планинске националне паркове а то је 4.000 – 5.000 m² по једном посетиоцу. Дељењем укупне површине парка и поменутог стандарда, дошло се до носећег капацитета који у летњем периоду износи 24.000 – 30.000 посетилаца на укупној површини парка. У зимском периоду Копаоник може да прими и већи број посетилаца, имајући у виду да је приступачност простора преко зиме усмерена на терене за зимске спортове и урбанизоване површине, док у летњем периоду доминирају излетници стационарани ван парка¹⁶⁶.

Имајући у виду сложеност дефинисања носећег капацитета, проистиче закључак да овај чинилац није способан да као самосталан фактор или мера спречи деградацију простора и животне средине, као и да спречи негативне утицаје на локалну заједницу. Остаје да локалне заједнице, власти и организатори туризма прилагоде своје мере носећег капацитета сопственим могућностима а по препорукама стручњака из ове области. Зато је неопходно да се у истраживању утицаја на простор обухвате сви чиниоци и индикатори и да се са скупом мера делује како би се задовољили сви напред наведени услови.

¹⁶⁶Просторни план подручја Националног парка Копаоник. 1989, Службени гласник Републике Србије, бр. 4/89. Београд.

7.4 Етички кодекси понашања потрошача у туризму

Примена етичких кодекса у туризму представља трећи могући метод спречавања лошег утицаја туризма. Као средство тичу се моралних принципа и понашања. Не везују се само за туристе, већ за све учеснике на туристичком тржишту, какви су туристичка привреда и локална заједница. Етички кодекси су средство образовања учесника у туризму кроз форму кратких и јасних порука. Могу представљати визуелну форму поруке у смислу рекламе или кратке анимације а најчешћи облик су писани етички кодекси. Обично обавештавају кориснике простора о начинима на којима не смеју утицати на средину, о начинима понашања са којим ће их прихватити локална заједница, као и о начинима на који могу деловати позитивно на локалну економију. Дистрибуција етичких кодекса у пракси се обично препушта организаторима путовања, рецептивним туристичким агенцијама, визиторским центрима у заштићеним добрима, кустосима музеја, аеродромима и другим правним и физичким лицима. Примарни циљ етичких кодекса био би тај да утичу на преиначавање понашања учесника у туризму. Програм Уједињених нација за животну средину (United Nations Environment Programme) из 1995. године, истиче важност етичких кодекса и њихово вишеструко дејство због више разлога:

1. Значајни су као начин или средство дијалога између владиних органа, туристичке привреде, интереса друштвене заједнице, културних организација и осталих заинтересованих група у туризму.
2. Значајни су за развијање свести у оквиру туристичке привреде и владе о значају и суштини заштите животне средине, као и за подстицање квалитетнијег живота а самим тим и одрживог туризма.
3. Утичу на појачавање свести међу страним и домаћим туристима о таквом понашању које утиче на поштовање природних и културних вредности.
4. Важни су за развијање осећаја код већег дела популације о значају заштите животне средине.
5. Утичу на подстицање сарадње између туристичке привреде, владиних структура и многобројних друштвених група у постизању наведених циљева¹⁶⁷.

Кодекси намењени туристима су водич који наглашава понашање за време путовања а који је у вези са природним ресурсима, језицима, домицилним становништвом, културним наслеђем, куповином и друштвеном интеракцијом. Свој пуни смисао имаће само ако су туристи свесни њиховог значаја. Кодекс би требао да их позива на прихватљив начин понашања у некој туристичкој дестинацији како би се истовремено могле доживети њене основне вредности са свим географским и еколошким карактеристикама. У свим развијенијим земљама овакав начин информисања учесника у туризму је јако добро прихваћен.

На страни туристичке привреде кодекси би требали да инсистирају на:

- Одрживом коришћењу ресурса,
- Редукцији утицаја туризма на околину,
- Показивању осећаја у предузимању активности када се ради о аутентичним природним вредностима и локалном становништву,
- Прихватању унутрашње заштитарске стратегије,

¹⁶⁷Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.73).

- Поштовању клијената, односно туриста, кроз обезбеђивање квалитетних туристичких програма и услуга,
- Подршци и покретању локалне економије са коришћењем локалних услуга где год је могуће,
- Вођењу одговорног маркетинга и
- Успостављању сарадње и преношењу искустава¹⁶⁸.

Један од најпознатијих етичких кодекса издала је Канадска туристичка привреда под називом „Етички кодекс и пракса“:¹⁶⁹

Канадска туристичка индустрија је развила и усвојила кодекс да би остварила своје циљеве. Овај кодекс позива туристе да дају свој велики допринос у напорима да се обезбеди квалитетан туризам, тако што ће имплементирати следеће ставке:

- Уживајте у нашем богатом природном и културном наслеђу и помогите нам да га сачувамо.
- Помозите нам у напорима заштите кроз ефикасну употребу ресурса, укључујући енергију и воду.
- Уверите се у пријатељство наших људи и дух добродошлице наших регија. Помозите нам да сачувамо те особине кроз поштовање традиције, обичаја и локалних регулатива.
- Избегавајте активности које прете дивљем свету и биљним врстама и које могу бити потенцијални загађивачи животне средине.
- Изаберите туристичке производе и услуге које показују осећај према друштвеним, културним и еколошким вредностима.

Ове препоруке добићете преко вашег организатора путовања.

У свету је познат и Етички кодекс понашања у пустињи, написан у Државном националном парку „Каталина“ у Аризони (САД)¹⁷⁰:

Основни пејсаж овог предела почео је да се формира пре 10 милиона година и крајњи резултат су веома необичне природне карактеристике. Минијатурни екосистеми у виду фрагмената, разбацани су по пустињској површини и састављени су од 200 малих биљака и животиња. Фино преплетене нити производе азот који је за овакве пределе од изузетног значаја. Пустињској флори је потребно много времена да би се опоравила од евентуалне штете. У Брошури парка посебно наглашавају следеће врло важне карактеристике могућих загађења:

- **Опушку цигарете је неопходно 5 година да би се распао**
- **Пластичној (најлон) кеси је неопходно 20 година**
- **Алуминијумској конзерви је неопходно 1.000 година**
- **Флаши за пиће је неопходно 1.000.000 година да би се потпуно распала.**

Да се неки од природних феномена овог парка не би деградирало, предлажу се следеће мере:

- Не можете видети много из аутомобила. Неопходно је пешачити кроз песак и између бодљикавог жбуња и кактуса али безбедност је загарантована само на постојећим стазама.
- Држите одстојање од кактуса и преосталих пустињских биљака јер уклито их оштетите, оне можда неће успети да се регенеришу.

¹⁶⁸Holden, A., 2000, *Environment and Tourism, Routledge Introductions to Environment Series*. Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York. (стр.155).

¹⁶⁹Fennell, D., 2005, *Tourism Ethics*. Channel View Publications, Bristol, UK. (стр.229).

¹⁷⁰Sinha, C., 2003, *Encyclopaedia Of Ecotourism*. Anmol Publications, PVT, New Delhi, India. (стр.61).

- Немојте ложити ватру. Дрво које је оскудно у пустињи, обезбеђује дом дивљем свету.
- Немојте узнемиравати животиње и њихова станишта. И окретање стења ће уништити неке од њих.
- Брините о отпацама и смећу за вама јер неке ствари се на сувом пустињском ваздуху тешко распадају. Сетите се правила да све што распакујете понесете са собом.
- Сакупљање предмета и уништавање археолошких локалитета је недозвољено на јавном земљишту.

Познат је и Етички кодекс, написан од стране *Медитеранског друштва за заштиту ретких морских корњача* а који се примењује и интензивно дистрибуише туристима, на грчком острву Закинтос, већ при доласку на аеродромима¹⁷¹:

На грчком острву Закинтос налази се најважније гнездилиште посебне врсте корњача у Медитерану. Та станишта налазе се у приобалним деловима, који истовремено привлаче и велики број туриста. На велику несрећу корњаче се гнезде у ипицу туристичке сезоне. А туристички капацитети су удаљени свега 10-15 м од обале мора. Оваква околност неповољно се одражава на гнездилишта из више разлога:

- Нека гнездилишта нестала су директно због развоја неопходне туристичке инфраструктуре на плажама а ту спада чак и дрвеће.
- Женке и младунце који инстинктивно иду према мору, привлачи и у кретању ноћу омета светлост из околних барова па и дискотека на отвореном простору, чија је светлост рефлектора и осталих светлосних ефеката неколико пута јача од светлости Месеца; а познато је да ова природна месечева светлост овим сада ретким животињама служи као показатељ правца кретања према мору. Због тога корњаче бивају насукане далеко од обале, прегажене аутомобилима на путевима или угину из велог броја других разлога.
- Бука је такође фактор ометања за корњаче.
- У загађеној води и оне корњаче које се и домогну мора, једу пластичне кесе и другу амбалажу од хране јер их она подсећа на њихову главну храну - медузе.

Уз помоћ грчке владе, горе поменуто удружење је написало следећи кодекс, како би туризам и даље постојао а корњаче наставиле даље несметано да се мресте:

- **Строго је забрањен боравак на плажи након заласка Сунца јер у време ноћних сати корњаче излазе из мора како би положили јаја.**
- **Немојте копати песак а поготово не у вишим деловима плаже.**
- **Немојте користити оне сунцобране који се морају забести у песак. Сунцобрани ће вероватно уништити гнезда јер мењају температуру песка и тако негативно утичу на стање јаја пре излегања.**
- **Немојте довозити возила и доводити псе на плажу који би могли да копају песак. На почетку гнезђења корњаче својим кретањем остављају траг у песку а који им служи за повратак назад у море.**
- **Забрањено је користити светло у близини мора. Убеђујте власнике кућа, хотела, дискотека и продавница да угасе или смање светлост у близини гнезда.**
- **Забрањено је узимати младунце или помагати им на њиховом путу до мора. Важно је да они буду самостални у својим покушајима, без обзира колико се Вама чинило да је тај пут по њих тежак, непријатан и погубан.**

¹⁷¹Solman, J., 1999, *Zakynthos, The flower of the Levant*. Editions Toubis, Athens (стр.16).

Туроператорима у свету као и већим агенцијама мешовитог типа, врло познат етички кодекс јесте „10 АСТА заповести“, написан од стране Америчког удружења туристичких агената – American society of travel agents. Односи се на туристе који путују готово у све врсте дестинација као и на агенте и организаторе туристичких путовања.

Етички кодекс предвиђен туристима на одмору или службеном путовању је кодекс: „10 АСТА заповести“¹⁷²:

(АСТА - Америчко удружење туристичких агената).

10 АСТА заповести:

1. **Поштујте крхкост земље!** Схватите да ако сви не помогну у њеном очувању, јединствене и лепе дестинације неће бити ту за будуће генерације.
2. **Остављајте само отиске прстију!** Само фотографишите. Не остављајте графите. Не узимајте природне сувенире са историјских налазишта и природних подручја.
3. **Распитајте се о географији, фолклору и култури области коју посећујете!**
4. **Поштујте приватност и достојанство других!** Распитајте се пре него фотографишете људе. Нису све културе на то спремне.
5. **Не купујте производе направљене од угрожених животиња и биљака као што су слоновача, рогови носорога, оклопи корњача, животињска кожа, перје, препарати од ајкула, тигрова и осталих животиња.**
6. **Увек пратите уцртане стазе!** Не узнемиравајте животиње, биљке и њихова природна станишта.
7. **Пружите подршку програмима за заштиту и организацијама које раде на заштити животне средине!**
8. **Шетајте или користите еколошка средства транспорта када је год то могуће!** Подстичите возаче да угасе мотор када паркирају возила.
9. **Похвалите оне (хотеле, авио превознике, компаније за крстарења, туроператоре и добављаче) који штеде енергију, чувају околину, квалитет воде и ваздуха, реализују рециклажу, сигурно смештају отпад и отровне материје, спречавају буку и примењују све остале мере заштите.**
10. **Питајте АСТА путничког агента да Вам наведе оне организације које поштују АСТА - ине водиле за заштиту околине – ваздуха, копна и мора.**

¹⁷²Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад. (стр.99).

Примери етичких кодекса намењених туристима, од посебног значаја су у заштићеним природним добрима и осетљивим екосистемима. Туристима се дистрибуишу најчешће у визиторским центрима. То су објекти у склопу заштићених добара у којима се добијају сви подаци који се тичу порекла, садржаја и начина заштите, нивоа и врсте атрактивности и слично. У Азији већина таквих правила прилагођена су јединственом кодексу којег је израдила Туристичка асоцијација пацифичке Азије – Pacific Asia travel Association, који је познат под називом *ПАТА кодекси*. Регионална организација ПАТА развила је ову листу етичких кодекса, састављену од 18 тачака, које се морају придржавати свих 2.100 ПАТА чланица. Као најважнији елементи овог документа истичу се¹⁷³:

- ❖ Усвојите потребну праксу да чувате животну средину, укључујући употребу ресурса који се могу обновити и очувајте оне који су необновљиви.
- ❖ Допринесите очувању станишта флоре и фауне или било ког другог места, било да је природно или културно а које може бити корисно за туризам.
- ❖ Охрабрите релевантне ауторитете да одреде просторе које треба заштитити и подржите ниво њиховог развоја.
- ❖ Охрабрите локалне ставове, културне вредности и интересе, укључујући локалне навике и веровања и укључите их у планирање туристичког развоја.
- ❖ Обезбедите да процена стања животне средине постане саставни део разматрања у пројектима туристичког развоја.
- ❖ Обезбедите да процедура оцењивања има кумулативни и индивидуални ефекат на све аспекте развоја животне средине.
- ❖ Удовољите свим међународним конвенцијама о заштити животне средине.
- ❖ Удовољите свим државним и локалним законима који су у вези са животном средином.
- ❖ Подстичите укључивање у туризам оних који се придржавају локалних, регионалних и националних планова и учествујте у процесу планирања.
- ❖ Пружите шансу широј заједници да узме удео у дискусијама и консултацијама око планирања туризма, посебно ако могу да утичу на његов развој.
- ❖ Покажите одговорност за утицаје туризма на животну средину и покажите одговорност за њено нарушавање.
- ❖ Охрабрите редовну службену контролу заштите животне средине.
- ❖ Подстакните еколошки одговорну праксу, укључујући одлагање смећа, рециклажу и коришћење енергије.
- ❖ Подстакните свест особља о заштити животне средине у свим сегментима који су у вези са туризмом.
- ❖ Подржите укључивање професионалних принципа заштите животне средине у туристичко образовање, праксу и планирање.
- ❖ Објасните свима који су укључени у туризам о обичајима, културним вредностима, веровањима и традицији локалних заједница а који су у вези са животном средином.
- ❖ Подржите захвалност и разумевање туриста тачним информацијама о заштити животне средине.
- ❖ Установите детаљну политику заштите животне средине и одредите водиче за различите секторе туристичке привреде.

Многи индивидуални кодекси усклађују се са овим јединственим документом. Своје утицаје на туристе најјефективније остварују у најосетљивијим туристичким дестинацијама и оштећеним екосистемима. Такав један кодекс намењен је туристима који путују на Хималаје, једну од најатрактивнијих туристичких дестинација света, а у погледу деградације животне средине ова планинска дестинација заузима кључну позицију. У

¹⁷³Weaver, D., 2006, *Sustainable Tourism*. Butterworth – Heinemann, UK. (стр.112).

кодексу стоји: „Следећи ове инструкције можете помоћи очувању јединствене екологије и древне културе Хималаја“. Даље се наводи¹⁷⁴:

- Смањите девастацију шума – не правите отворене пламенове и спречите друге у томе јер је то у вашу корист. Где извире вода чувајте њену чистоћу. Кад год је могуће користите смештаје са пећима на керозин или гориво, како би сте уштедели дрво.
- Уклањајте отпатке, закопајте или спалите хартију. Изнесите напоље само недеградирајуће отпатке. Графити су идеални примери еколошког загађења.
- Оставите биљке да се развијају у њиховом природном окружењу – узимање резница, семена и корења је илегална радња у већини делова Хималаја.
- Помозите вашим водичима и носачима у поштовању заштитних мера.
- Када снимате, поштујте приватност других – затражите дозволу и будите одмерени.
- Поштујте светишта која сте дошли да видите. Не вређајте и не потцењујте религију објеката. Изујте се ако је потребно при уласку.
- Давање охрабрује оне који морају да просе за децу. Донација пројекту, здравственом центру или школи је користан начин помоћи.
- Бићете добродошли и прихваћени ако поштујете локалне обичаје. Користите увек десну руку за јело и руковање. Не делите прибор за јело, шоље итд. Пристојно је руковати се када се захваљујете или примате поклоне.
- Користите стандардну храну и издавање лежача. Запамтите да када одлазите у куповину, посећујете увек распродаје, кад год је могуће. Тиме нећете иритирати многе са ниским приходима.
- Посећивањем традиционалних локалних вредности, подспешујете локални понос и планинску културу. Молим вас, помозите локалним припадницима у стицању реалног сагледавања живота западних земаља.

Хималаји могу да вас промене, молим вас немојте ви мењати њих! Као гост поштујте локалну традицију, заштитите локалну културу, подржите локални понос! Будите стрпљиви, пријатељски настројени и осећајни. Не заборавите – ви сте гост!

Истраживањем садржаја свих наведених важних светских етичких кодекса у туризму, могу се издвојити најважнији циљеви њиховог креирања:

1. Смањивање проблема у заштити простора.
2. Обраћање пажње на интересе заштите животне средине у креирању, планирању или примени мера.
3. Усмеравање пажње према заштити еколошки угрожених подручја или врста.
4. Уштеду енергије.
5. Смањење или рециклажу отпада.
6. Контролисање извора чисте воде и одлагање смећа.
7. Контролисање и смањење сече шума као и смањење емисије штетних гасова.
8. Контрола и смањење буке.
9. Поштовање историјских и религиозних објеката и места.
10. Поштовање локалног становништва и њиховог културног и историјског наслеђа и
11. Разматрање проблема заштите животне средине као кључног фактора у развоју сваке дестинације.

Стваран утицај етичких кодекса на учеснике туристичке привреде морао би се установити методама истраживања а један од начина је и анкетирање туриста. Могла би бити спроведена и метода утврђивања дејстава на еколошке и друштвене елементе, у регионима у којима су

¹⁷⁴Sinha, C., 2003, *Encyclopaedia Of Ecotourism*. Anmol Publications, PVT, New Delhi, India. (стр.62).

туристи информисани, у односу на регионе у којима нису дељени етички кодекси. До сада такво истраживање није спроведено али се и даље прихвата њихово могуће позитивно дејство.

Примена и дистрибуција писаних етичких кодекса о понашању учесника у туристичким кретањима није заступљена пракса у Републици Србији. У већини заштићених природних добара овај вид информисања има првенствено форму забрана, односно форму кроз коју се посетиоци информишу које су радње забрањене у оквиру посећеног подручја. Ова обавештења истичи се на видним местима, на уласку или у склопу визиторских центара. Такав један вид обавештења о забранама истакнут је и у националном парку Копаник¹⁷⁵: „Није дозвољено самовољно камповање и ложење ватре на местима где то није предвиђено. Такође, није дозвољено брање гљива, лековитог биља, хватање животиња и риболов без одобрења управе националног парка“. Овај кодекс односно информатор забране истакнут је на дрвеној табли а постоји могућност да већина посетилаца и не обрати пажњу на садржину. Сличан пример бележи се и у осталим националним парковима. Недостатак додатних средстава информисања може се приписати слабијем менаџменту и организацији. Занимљив је податак који је добијен истраживањем на терену, кроз анкетирање локалне заједнице која живи на територији заштићеног природног добра Пчињ:

Заштитарска секција научно истраживачког друштва Јосиф Панчић из Новог Сада и друштва младих истраживача Студенског центра Нови Сад „Бранислав Букуров“, спровела је анкетно истраживање које је имало за циљ да покаже колики је ниво свести локалних мештана о постојању заштићеног природног добра. Око 25 % испитаника не зна да живи у заштићеном природном добру, 10 % је за то сазнало посредством испитивача а 90 % испитаника не зна за постојање специфичних и ретких врсти, које су допринеле да се простор Пчиња стави у категорију заштићеног природног добра¹⁷⁶.

Истраживањем се може закључити да су понашања туриста у заштићеним природним добрима регулисана законским забранама и прописима на државном нивоу а чланови и ставови свих аката који се односе на дозвољене активности у поменутих просторима, немају форму класичних етичких кодекса. Поставља се питање у којој мери су доступни туристима. Међу најважније законске и подзаконске акте Републике Србије у којима се регулишу забрањене активности у склопу посета заштићених природних добара а самим тим се тичу и туризма, могу се издвојити следећи¹⁷⁷:

- Закон о заштити животне средине („Службени гласник РС”, бр. 66/91, 83/92, 53/93, 67/93, 48/943 и 53/95).
- Закон о заштити животне средине („Службени гласник РС”, бр. 135/04).
- Закон о националним парковима („Службени гласник РС”, бр. 39/93).
- Закон о процени утицаја на животну средину („Службени гласник РС”, бр. 135/04)
- Закон о стратешкој процени утицаја на животну средину („Службени гласник РС”, бр. 135/04)
- Уредба о заштити природних реткости („Сл. гл. РС“, бр. 50/93, 93/93).
- Уредба о стављању под контролу коришћења и промета дивље флоре и фауне („Сл. гл. РС“, бр. 31/05).
- Правилник о категоризацији заштићених природних добара („Службени гласник РС”, бр. 30/92).

¹⁷⁵ www.skijanje.co.yu/Ski_Centri/Kopaonik

¹⁷⁶ *Извештај о раду научно истраживачког друштва за 2007. годину*. 2008, НИДСБ Јосиф Панчић, Нови Сад. (стр. 6).

¹⁷⁷ *Еколошки билтен „ЕКО - НЕЦ“*, ISSN 1452-2829, број 42, 26. август 2008. године, Крагујевац. (стр.10).

ЗАКЉУЧАК

Кроз рад је истражен велики број примера из света који приказују друштвене и природне утицаје туристичког развоја. То су утицаји на друштво и његове активности, на људске ресурсе и њихово активирање у туристичкој индустрији, утицаји на саме туристе, локалну заједницу и њихово културно наслеђе, као и природни утицаји на медије окружења, какви су утицаји на ваздух, воду, приобална, планинска и градска подручја и туристичке центре а којима се понекад производе и трајне последице. Све светске земље базирају своје стратегије туризма на: Очувању друштвеног, разноликог природног и културног богатства са принципима одрживог развоја; на развоју система контроле у планирању квалитетне туристичке понуде; на адекватном тржишном позиционирању и промоцији; као и на заједничком учествовању свих релевантних појединаца, привредних субјеката, стручних и образовних институција и других који директно и индиректно могу да доносе одлуке и креирају производ у туризму.

Запосленост коју туризам формира у свету може бити директна и индиректна. Директна запосленост укључује послове условљене специфичном потребом снабдевања и пружања услуга туристима. Индиректна запосленост обухвата све оне послове по другим делатностима привреде, који директно снабдевају туристичку индустрију. Данас је туризам велико тржиште које запошљава директно или индиректно преко 192,2 милиона људи у свету а према подацима из 2000. године. До 2010. овај износ треба да досегне 251,6 милиона (1 на сваких 11 послова у формалном сектору). Директна запосленост коју генерише туристичка потрошња износи око 3 % од укупне запослености, док се укупна (директна и индиректна) запосленост процењује на око 8% од укупне запослености у свету. Према прогнозама WTTC – а за 2013. годину, највећи број запослености у туризму изгледаће: Кина 16,1 милион, Индија 12,66 милиона, САД 7,1 милион, Индонезија 4,3 милиона, Бразил 3,01 милион, Јапан 2,5, Тајланд 1,77, Шпанија 1,69, земље бившег СССР – а 1,62, Египат 1,6 милиона запослених итд. Према подацима Народне банке Србије за 2008. годину, угоститељско - туристичку привреду у 2006. години чинило је 1.938 предузећа јавног и приватног сектора. Од овог броја 1.273 предузећа или 65,7 % су хотелско – угоститељска а 665 или 34,3 % су туристичка предузећа. Учешће угоститељско – туристичких предузећа у броју укупних предузећа комплетне привреде у Републици (75.284 предузећа) је 2,6 %. Такође, укупан број запослених у угоститељско – туристичкој привреди износи 25.930 лица. То је 2,4 % у односу на укупан број запослених у Републици - 1.087.295 запослена лица. У хотелско – угоститељским предузећима запослено је 2,1 % од укупног броја запослених у привреди или 23.030 радника, док је у туристичким агенцијама запослено 2.900 радника или 0,2 % од укупног броја запослених у привреди. Релативно ниска запосленост у туризму уско је повезана са туристичким прометом. Такође, сви подаци морају се узимати као непотпуни из разлога непријављености великог броја радника, о чему је у раду било посебних речи.

Природни утицаји туризма на ваздух се испољавају кроз деградацију озонског омотача, ефекат стаклене баште и ефекат киселих киша. Међу значајне троваче сврставају се: Фреони, угљен-диоксид, сумпор - диоксид, азотни оксиди, метан, пепео као продукт сагоревања и други гасови. CFC једињења познатија под технолошким називом – фреони, саставни су део мотора апарата за хлађење, какви су клима уређаји, расхладне витрине, фрижидери, спреј боце у козметичкој индустрији итд. Ови апарати имају широку употребу у туризму. Само један атом флуора, као продукт разлагања ових једињења у атмосфери, уништава 100.000 молекула озона. Сматра се да су до сада ова једињења антропогеног порекла уништила 3 до 5 % озонског омотача Земље. Данас, у новом миленијуму емисија ових једињења је удвостручена. Врло значајан облик деградације је и стварање ефекта стаклене баште. Формирању овог густог гасовитог слоја у атмосфери који спречава природно хлађење Земље, највише доприносе:

Угљен – диоксид који је продукт сагоревања фосилних горива, метан, азотни - оксиди и други ретки гасови. Поред „Глобалног отопљавања“, односно подизања просечне атмосферске температуре од 2 до 5° С у наредних неколико деценија, доћи ће и до топљења леда на Гренланду, Антарктику и на копненим глечерима. Као негативна последица загревања планете наводи се податак да ће до 2100. године ниво мора у читавом свету порасти за 15 - 90 цм, што ће за резултат имати потопљавање делова копна. Топљење само леда на Гренланду подигло би ниво Светског мора за 7 м а свог леда на Земљи за 70 м. Последице тога биле би катастрофалне. Авио - саобраћај изазива највећи степен загађивања јер ствара 3 % од укупне количине емитованог угљен - диоксида у свету. Туризам данас учествује са више од 60 % свих авиопревоза и тиме је одговоран за велики удео у емисији гасова. Поред авио - превоза значајни загађивачи су и друмска возила. О томе говори и податак да 70 % туриста само у Европи користи аутомобил.

Поред аеро важно је и загађење вода. Утицаји туризма на воду су вишеструки. Копнене, морске и подземне воде загађују се путем канализације, отпадом, акцидентно, пољопривредом и индустријом. Према научним анализама човечанству су на располагању 20.000 км³ воде. Уз садашњи темпо загађења, пораст броја становништва и неадекватну употребу, предстоји глобална несташица воде. Туризам као привредна грана велики је потрошач воде. У шпанском летовалишту Салоу, само један туриста потроши дневно 440 литара, што је дупло више од просечне дневне количине воде коју потроши један шпански становник. Да се вода троши у великим количинама у туризму, указује и податак да се за одржавање голф терена у тропским дестинацијама потроши толико воде дневно, колико 60.000 сеоских становника у току истог периода. Велики проблем представља сталан пораст туристичког промета ових подручја, на који указује пример да само приобалне крајеве Европе посети 100 милиона туриста годишње а предвиђања су да ће тај број до 2030. године порасти на 230 милиона. Канализације су најкомплекснији загађивачи вода јер су мешавина штетних материја, као што су разноврсни отпаци, цинк, жива, пестициди, детерџенти итд. У регији Медитерана само 30 % насеља третира канализацију пре него се она излије у море. Проблемима загађења вода канализацијом врло се често сусрећу сви приморски градови света. Процене су да се годишње само у водотокове Србије испусти 3,7 милијарди кубних метара, односно 28 м³ загађених отпадних вода у секунди. Оваква погубна деградација негативно се одражава и на туризам. Утицај на приобална подручја врши се на важне категорије приобаља: Океанска острва, коралне гребене, мангрове шуме, мочваре у близини обала, песковите плаже и приобалне дине. Непланска градња угоститељских капацитета највећи је узрочник проблема а којом се уништавају читаве амбијенталне целине, културни предели, екосистеми и биодиверзитети. Највише трпе пешчане плаже, дине и корални гребени широм света. Непланском изградњом туристичких капацитета, садржаја за зимски туризам као и изградњом саобраћајница, погубно се утиче и на планинске регије. Ништа мање утицаја не трпе ни градови света значајни за туристичка кретања.

Све поменуте енвиронменталне прате економски и социо - културни утицаји. У случају када окружење трпи не могу се очекивати добици, позитивни ставови и учешћа локалне заједнице. Идентификацијом утицаја, сагледавањем, правилном, адекватном и благовременом стратегијом, негативни утицаји могу бити сведени на минимум. У томе су неопходна укључења свих инстанци друштва и примене мера у планирању туризма, почев од појединаца, разних регулатива у смислу законских прописа, просторно - планских мера, институција на локалним нивоима, укључивањем локалних заједница; па до активности влада и самих држава. У школама широм света се код ученика развија свест о одрживом развоју кроз разне литературе и радионице. При владама многих земаља формирана су министарства која се баве овим научним дисциплинама, кроз давање смерница и решавања великог броја проблема који се свакодневно појављују. Зато данас и учесници туризма врло често доприносе очувању свих економских, друштвених и природних вредности, самоиницијативно и путем великог броја организација и институција широм света, што представља уједно и основни постулат одрживог развоја.

ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ ПОДАТАКА

1. Бакић, О., Николић, М., 2008, *Основе туризма и угоститељства*. Завод за уџбенике, Београд.
2. Бакић, О., 1996, *Управљање маркетингом у пословној и туристичкој политици*. Чигоја, Београд.
3. Бањанин, М., 2006, *Научноистраживачка методологија*. Dispublic, Београд.
4. Bargett, L., 2000, *The Tourism Industry, Employment*. Economic Policy and Statistics, The UK Parliament, London.
5. Белић, Д., 2007, *Глобални ефекти загађења*. Физички факултет, Београд.
6. Bull, A., 1994, *The tourism industry and its product*. Pitman Publishing, Melbourne, Australia.
7. Garrett, N., 1999, *Britain's changing environment*. Nelson Thornes, UK.
8. Goudie, A., Viles, H., 1997, *The Earth Transformed: An Introduction to Human Impacts on the Environment*. Oxford: Blackwell.
9. Група аутора, 2000, *Туризам и заштита*. Природно-математички факултет, Институт за географију, Нови Сад.
10. Група аутора, 2007, *Пројекат: Управљање туристичким дестинацијама, одрживи развој туристичких дестинација, едукација запослених у туризму*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд.
11. Ђукић, П., Павловски, М., 1999, *Екологија и друштво*. Екоцентар, Београд.
12. *Еколошки билтен „ЕКО - НЕЦ“*, ISSN 1452-2829, број 42, 26. август 2008. године, Крагујевац.
13. *Закон о заштити животне средине*. 1991, Врсте природних добара, Службени гласник РС бр: 66/91.
14. Зечевић, Б., 2008, *Економика туризма*, power-point презентација. Белешке са предавања.
15. Zimmermann, F., 1995, *The Alpine Region*. Chichester-Wiley, Montanari.
16. Иванчев, И., 2001, *Нормативи, стандарди и препоруке у области квалитета воде за рекреацију*. Природно-математички факултет, Институт за хемију, Нови Сад.
17. Ивков, А., 2006, *Анимација у туризму*. Природно – математички факултет, Нови Сад.
18. ILO, 2001, *Human Resources Development, Employment and Globalisation in the Hotel, Catering and Tourism Sector*. International Labour Office, Geneva.
19. *Извештај о раду научно истраживачког друштва за 2007. годину*. 2008, НИДСБ Јосиф Панчић, Нови Сад.
20. *Индикатори животне средине у Републици Србији, кратак водич*. 2007, Извештај, Агенција за заштиту животне средине, Београд.
21. *И реке убијају, зар не ?*, 2000, Друштво еколога Србије, Завод за заштиту природе Србије, Београд.
22. Jenkins, J., Pigram, J., 2003, *Encyclopedia of Leisure and Outdoor Recreation*. Routledge, London.
23. Јовичић, Д., 2000, *Туризам и животна средина, концепција одрживог развоја*. Задужбина Андрејевић, Београд.
24. Лазић, Л., 1999, *Туристичка географија*. Савезни центар за унапређење хотелијерства и угоститељства, Београд.
25. *Loving Them to Death – Sustainable Tourism in Europe's Nature and National Parks*. 1993, Federation of Nature and National Parks of Europe, Grafenau, Germany.
26. Максим – Мићић, М., 2007, *Туризам и простор*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд.

27. Максин – Мићић, М., 2009, *Одрживи развој туристичке дестинације*. Мастер – белешке са предавања, Универзитет Сингидунум, Београд.
28. Malone, P., 1998, *Pollution Battle Takes to the Skies*. The Observer, London, 8. November.
29. *Megastructures, Dubai*. 2009, National Geographic channel.
30. *National and Regional Tourism Planning, Capacity*. 1995, WTO, Madrid.
31. Николић, С., 2006, *Туризам у заштићеним природним добрима Србије*. Завод за заштиту природе Србије, Београд.
32. Office of the Deputy Prime Minister, 1998, *Employment in Tourism/leisure related industries*. Great Britain, UK.
33. Павловић, А., 2004, *Друштвено економски ефекти управљања туристичким развојем*. Економски факултет, Београд.
34. Печујлић, М., Милић, В., 2003, *Методологија друштвених наука*. Визартис, Београд.
35. Плавша, Ј., 2007, *Туристичке регије света*. Природно – математички факултет Нови Сад.
36. *Planet la Control*. 2008, National Geographic channel.
37. Попеску, Ј., и други, 2001, *Одговорни и одрживи развој туризма*. Ценорт, Београд.
38. *Просторни план подручја Националног парка Копаник*. 1989, Службени гласник Републике Србије, бр. 4/89, Београд.
39. Ракићевић, Т., 2002, *Општа физичка географија*. Научна књига, Београд.
40. Richards, G., Wilson, J., 2007, *Tourism, Creativity and Development*. Routledge, London.
41. Robinson, M., Boniface, P., 2005, *Tourism and Cultural Conflicts*. Morpeth, Northumbria, UK.
42. Ромелић, Ј., Ђурчић, Н., 2001, *Туристичка географија Југославије*. Природно-математички факултет, Институт за географију, Нови Сад.
43. Sinha, C., 2003, *Encyclopaedia Of Ecotourism*. Anmol Publications, PVT, New Delhi, India.
44. Solman, J., 1999, *Zakynthos, The Flower of the Levant*, Editions Toubis, Athens.
45. Спасић, В., 2004, *Пословање туристичких агенција и организатора путовања*. МС Студио, Београд.
46. *Статистички годишњак Србије*. Републички завод за статистику, 2008.
47. Стојановић, В., 2006, *Одрживи развој туризма и животне средине*. Природно-математички факултет, Нови Сад.
48. Swarbrooke, J., 1999, *Sustainable Tourism Management*. CABI Publishing, Sheffield, UK.
49. UNED, 2000, *Gender & Tourism: Women's Employment and Participation in Tourism*. Project United Nations Environment and Development, London, UK.
50. Унковић, С., Зечевић, Б., 2008, *Економика туризма*. Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд.
51. Унковић, С., 2008, *Туристичко тржиште*, белешке са предавања. Power-point презентација.
52. Fennell, D., 1999, *Ecotourism*. Routledge, London.
53. Fennell, D., 2005, *Tourism Ethics*. Channel View Publications, Bristol, UK.
54. Hall, C., Page, S., 2005, *The Geography of Tourism and Recreation, Environment, place and space*. Routledge, London.
55. Хацић, О., и дуги, 2005, *Културни туризам*. Природно-математички факултет, Нови Сад.
56. Holden, A., 2000, *Environment and Tourism, Routledge Introductions to Environment Series*. Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York.
57. Holloway, C., 1994, *The Business of Tourism*, Pitman Publishing, London.
58. Horwath Consulting Zagreb & Економски факултет у Београду, 2005, *Стратегија туризма Републике Србије*. Први фазни извештај, Београд.
59. Carter, R., 1990, *Recreational use and abuse of the coastline of Florida. Recreational Uses of Coastal Areas*. Dordrecht: Kluwer.

60. Christ, C., Hillel, O., 2003, *Tourism and Biodiversity, Mapping Tourism Global Footprint*. Conservation International, Washington.
61. Чачић, К., 1995, *Пословање хотелских предузећа*. Чигоја, Београд.
62. Черовић, С., 2002, *Стратегијски менаџмент туристичке привреде Србије*. Природно-математички факултет, Нови Сад.
63. Черовић, С., 2003, *Менаџмент у туризму*. Природно – математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови сад.
64. Штепић, С., Шалов, П., 2000, *Пословање туристичких агенција*. Савезни центар за унапређење хотелијерства и угоститељства, Београд.
65. Weaver, D., 2006, *Sustainable Tourism*. Butterworth – Heinemann, UK.
66. Williams, S., 1998, *Tourism Geography, Routledge Contemporary Human Geography*. Rotledge, London.
67. WTO, 1992, *Tourism Carrying Capacity: Report on the Senior – Level Expert Group Meeting held in Paris*. Madrid.
68. WTTC, 2002, *World – The Travel & Tourism Economy, Special end of year update*. London.
69. WTTC, 2003, *Travel and Tourism Economic. Research, Executive Summary*, London, UK.

Интернет адресе:

www.blic.rs/srbija.php?id=84742
www.cenort.rs/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=24
www.ekapija.com
www.ekoplan.gov.rs
www.environmentalcrime.com
www.gn.apc.org/sgr/kyoto/jw.html
www.icom.museum/mission.html
www.iucn.org
www.mysrbia.net/2009051529123/zeleni-zivot
www.nbs.rs, Платни биланс, Структура девизног прилива од туризма, јанар-новембар 2008. год.
www.pks.komora.net/PrivredauSrbiji/Privrednegrane/Turizamiugostiteljstvo/Privrednakretanja
www.politika.rs/rubrike/Tema-nedelje/aerozagadjenje/Oblaci-crnog-dima-i-pepela.sr.html
www.portal.unesco.org
www.srbijasume.org
www.serbia-tourism.org
www.serbia-tourism.org/srpski/vesti2
www.silverlake.co.yu
www.skijanje.co.yu/Ski_Centri/Kopaonik
www.turizmologija.net/post476html
www.unep.org
www.unwto.org, Tourism Market Trends, 2006 Edition – Annex
www.unwto.org/facts/eng/vision.htm
www.uvac.org.rs
www.visit-the-world.com
www.vojvodinasume.co.rs