

Мр Предраг Вуковић<sup>1</sup>

Светлана Рољевић<sup>2</sup>

Биљана Грујић<sup>3</sup>

*Институт за економику пољопривреде, Београд*

## МОГУЋНОСТИ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА ЗАСНОВАНОГ НА ПРИРОДНИМ И ДРУШТВЕНИМ РЕСУРСИМА У ПОДРУЧЈУ «ГОРЊЕГ ПОДУНАВЉА»<sup>4</sup>

### Апстракт

*Велики број званичних докумената усвојених од стране Владе и ресорних министарства указују да је туризам препозант као једна од развојних шанси Српске привреде. Свакако да бројни ресурси (природни и друштвени) представљају основ за овакав приступ.*

*Као један од важних ресурса на коме би се заснивао развој је и река Дунав. У Србији се протеже у дужини од 588 км и у целости је пловна. Област Подунавља карактерише велико присуство природних и антропогенних ресурса (атрактивности). Различите природно-географске целине и њихов очуван екосистем, са бројиним антропогеним наслеђем, могу послужити за формирање богате ванпансионске туристичке понуде. Очекивања су да би туризам кроз позитивне мултипликоване ефекате утицао на отклањање негативних тенденција са којима је оптерећен живот људи у овим поручјима.*

*У раду ће се указати на стратешке правце у даљем туристичком развоју подручја Горњег Подунавља са посебним акценом на природним и друштвеним ресурсима са којима исто располаже.*

**Кључне речи:** туризам, ресурси, дестинација, подручје, развој

### Увод

Пре познатих догађаја из деведесетих, због којих је била одсутна са туристичког тржишта, Србија развоју туризма није давала адекватну подршку. Стихијски је вођена политика недиференцираног маркетинга, без јасне политике тржишта и тражње. Није се ишло у сусрет потребама појединих тржишних сегмената и њихових потреба. Ово је условило да велики број веома значајних ресурса буде неправедно занемариван и запостављан, што је, опет, значило свесно или несвесно одрицање од свих предности које би Србија имала да је своју понуду фокусирала на одговарајуће «тржишне мете». Последица тога је да на почетку новог миленијума туризам у Србији није развијен на задовољавајући начин и да је Србија у пози-

<sup>1</sup> predrag\_v@iep.bg.ac.rs

<sup>2</sup> svetlana\_r@iep.bg.ac.rs

<sup>3</sup> biljana\_g@iep.bg.ac.rs

<sup>4</sup> Рад је део истраживања Института за економику пољопривреде на пројекту III 46006 "Одржива пољопривреда и рурални развој у функцији остваривања стратешких циљева Републике Србије у оквиру Дунавског региона", који се финансира од стране Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије

цији да мора да изграђује своју туристичку понуду на потпуно новом приступу. У том смислу она би требало да створа своју конкурентску туристичку индустрију на бази тачно идентификоване атракцијске структуре и туристичких производа који се могу комерцијализовати у одговарајућем временском року (кратак, средњи и дуг) на прецизираним тржишним сегментима. Свако, да је инвестирање у туризам основна претпоставка како би се кренуло «са почетне тачке». У том смислу важно је препознати туристичке ресурсе и одредити стратешке правце у даљем развоју.

Река Дунав представља велики туристички потенцијал који се нужно мора ставити у функцију даљег туристичког развоја. У Подунављу је лоциран велики број туристичких фактора и атрактора. Реку је и Европска унија препознала као једну од најважнијих туристичких ресурса на основу које је могуће развити велики број производа који могу привући туристе како из Европе, тако и са других континентата. У томе лежи и потенцијална стратешка предност Србије.

С обзиром на дужину реке, уобичајено је да се Подунавље у Србији посматра у три просторно-географске целине. То су области: Горњег и Доњег подунавља и Метрополитен подручје Београд - Нови Сад.

Разлози за овакву поделу леже у природно-географским карактеристикама терена, социјалним, економским, историјским и другим чиниоцима који карактеришу живот у овим подручјима.

## Услови значајни за развој туризма у области Горњег Подунавља

### а) Природни услови

Као природни потенцијални значајни за развој туризма у области „Горњег Подунавља“ се издвајају:

- Специјални резерват природе „Горње Подунавље“;
- река Дунав са приобаљем;
- добар географско саобраћајни положај:
  - Коридор 7 (река Дунав), затим
  - локација подручја на граници Србије, Хрватске и Мађарске,
  - Близина Коридора 10 који се протеже од мађарске границе према Београду и даље ка југу;
- умерено-континентална клима;
- флора и фауна;
- просторна разноврстност подручја коју карактеришу:
  - урбани центри: Сомбор, Апатин, Бач и Бачка Паланка,
  - Специјални резерват природе „Горње Подунавље“,
  - бројне сеоске амбијенталне целине,
  - широко распрострањени рурални простор.

Неки од ових природних ресурса су до сада стављени у функцију развоја туризма али жеља је да туризам добије више на значају с обзиром на ефекте које може да има на укупан привредни живот подручја.

Специјални резерват природе „Горње Подунавље“ припада ритском терену који се простира на територији три земље: Мађарске, Хрватске и Србије. Реч је о специјалном резервату који се на северу граничи са Националним парком „Дунав Драва“ у Мађарској, а на западу се граничи са Парком природе „Копачки рит“ лоцираним у Републици Хрватској. Специјални резерват природе „Горње Подуна-

вље“ чине „Моноиторски“ и „Апатински рит“. Укупна површина му је 19.618 ha. Терен обухватају шумски предели, ливаде, мочваре и река Дунав.

#### **б) Друштвени услови**

- Као значајни потенцијали за развој неког од урбаних видова туризма се издвајају центри: Сомбор, Апатин, Бач и Бачка Паланка. Иначе, на овом подручју живи 130.076 становника по попису из 2002 године.
- На подручју су присутне бројне сеоске амбијенталне целине које пружају могућност да се туристи упознају са руралним начином живота.
- Бројни културно-историјски споменици.
- Архитектура карактеристична за подручје АП Војводине
- Мултиеничност која претпоставља велику лепезу различитих садржаја везаних за организацију манифестација, који би презентовали обичаје и живот мештана.
- Фолклор и народна радионст као саставни део традиције.
- Развијеност привреде, културе, спорта...итд.

#### **Рецептивни капацитети**

Рецептивни капацитети представљају базу на основу које планира развој свих активности (пансионских и ванпансионских) у развоју туризма. Према доступним подацима Туристичке организације Србије и Регионалне привредне коморе на целокупном подручју „Горњег Подунавља“ тренутно постоји приближно 1.000 лежајева. Активно послују два хотела. Реч је о хотелима „Интернацион“ у Сомбору и „Спа хотел Јунаковић“. Попуњеност ових смештајних капацитета је:

- у хотелу „Интернацион“ 39% ,
- „Спа хотелу Јунаковић“ 26%.

Просечна цена ноћења у подручју „Горњег Подунавља“ се креће између 20 и 40 евра. Званични подаци о смештајним капацитетима у домаћој радиности (првенствено у руралном тј. сеоском туризму) још увек нису доступни.

Може се оценити да ови капацитети тренутно по квантитету задовољавају потребе туристичке тражње, међутим уколико би дошло до експанзије они би били недовољни. Као слабост се може оценити и недовољан број смештајних капацитета у руралном туризму, мада се у последње време у том правцу чине одговарјући кораци. Тако су изграђени салаши:

- Код Сомбора: Дида Хорњаков; Арт салаш Виштинка.
- Код Бачког Петровца: Волич салаш.
- Код Бачке Тополе: Катаи салаш.

#### **Актуелни и потенцијални туристички производи подручја „Горњег Подунавља“**

Најперспективнији туристички производи овог подручја су:

- *Екскурзије* – које би обухватале посете Специјалном резервату природе „Горње Подунавље“, као и културно-историјским споменицима.
- *Бањски туризам* – који се првенствено односи на „Спа хотел Јунаковић“.
- *Наутички туризам* – који је у самом почетку развоја. Неки инфраструктурни објекти за развој овог вида туризма су изграђени, и дали су досада одређене резултате, док су други у почетку изградње.

- Пословни туризам – који се може развити у урбаним центрима Сомбору и Апатину.

Као перспективни видови туризма, који нажалост до данас нису у целости развијени и искоришћени, се издвајају:

- Рурални (сеоски) туризам,
- Ловни туризам,
- Риболовни туризам,
- „*Food tourism*“,
- Фото-сафари,
- „*Bicke- tourism*“ итд.

### **Визија развоја туризма у подручју „Горњег Подунавља“**

Актуелни трендови у развоју туризма у Европи и свету уопште, а који се најбоље описују реченицом „повратак коренима“, подразумевају стављање акцента на екологију, здравље, одрживи развој, као и нагли раст туристичке тражње за тзв. „туризмом специфичних интересовања“. Они могу да иду у прилог развоју туризма у подручју „Горњег Подунавља“. Развој туризма у овом подручју треба развијати првствено кроз начела одрживог туристичког развоја који би валоризовао богат и очуван природни амбијент и који омогућује туристичку експлоатацију:

- природних ресурса Специјалног резервата природе „Горње подунавље“,
- реке Дунав са свим перспективним видовима туризма који могу да се развијају на реци и у њеном приобаљу,
- термалних извора лоцираних у и око Бање „Јунаковић“,
- ловних и риболовних терена на читавом подручју.
- широко распрострањеног руралног амбијента.

Стратешка основа за предложену визију развоја туризма је заснована на:

- Еколошкој очуваности.
- Биодиверзитету подручја.
- Разноврсним урбаним срединама.
- Руралном и сеоском амбијенту карактеристичном за подручје АП Војводине
- Могућностима за развој прекограничне сарадње са Мађарском и Хрватском.
- За сада недовољно искоришћеним потенцијалним инвестирања у развој туризма.

### **Могућности за позиционирање туристичке привреде подручја „Горње Подунавље“**

У годинама које следе потребно је првенствено радити на имици „Горњег подунавља“ као туристичке дестинације. Ово је претпоставка на основу које би могло да се изврши позиционирање подручја на потенцијалним тржиштима, чиме би се закупила пажња потенцијалних сегмената туристичке тражње. Изградња имица би требало да се одвија комплементарно са изградњом имица Војводине и Србије у целини, а који тренутно нису, нажалост, присутни на међународном туристичком тржишту на адекватан начин. Разлози за то леже у:

- Политичкој ситуацији која је била пристуна на простору Западног Балкана у протеклих двадесетак година.
- Недовољном инвестирању у туризам као привредну делатност.
- Одсутству имплементације адекватне стратегије развоја туризма итд.

#### **а) Туристички производи значајни за позиционирање**

Стратешко позиционирање и њихово брендовање мора да буде циљно вођено на основу тачно одређеног броја производа који се већ туристички експлоатишу или постоји извесна могућност да се у кратком року ставе у функцију развоја. Реч је о производима:

- *Пословни туризам* – који већ има одговарајуће резултате у Собору и Апатину.
- *Догађаји* – Добар пример су неке манифестације које се уклапају у концепт „*Food tourism-a*“, а то су:
  - Бодрог фест – фестивал хране пића и занатских производа који се од 2005 године одржава сваке друге суботе августа месеца.
  - Раванград фест - фестивал вина и хране у Сомбору
  - Апатинске рибарске вечери – манифестација се одржава у јулу сваке године
  - Манифестације у Бачкој Паланци, од којих су најпознатије: Питаријада (одржава се средином јануара), Кобасицијада (одржава се у фебруару), Штрудл фест (одржава се у августу), Пасуљијада итд.
- *Транзитни туризам* – који би био заснован на природно-географском положају овог подручја.
- *Наутика* и речне туре (“*crusing*”)
- *Туризам посебних интересовања*
- *Бањски туризам* – Основу за планирање представља већ изграђени Спа хотел „Јнаковић“ али и други смештајни капацитети који би могли да се изграде.
- *Екскурзије* – првенствено усмерене на посету Специјалном резервату природе „Горње Подунавље“, али и другим културно-историјским споменицима у овом подручју.
- *Рурални туризам.*

#### **б) Тржишта значајна за пласман актуелних и потенцијалних туристичких производа**

Одлучујуће место у тржишном наступу и краткорочно и дугорочно требало би да има домаће тржиште. Овакв став се базира на близини великих урбаних центара Београда и Новог Сада, који су уједно и највећи градови у Републици и потенцијално велики туристички емитивни центри.

Дугорочно је неопходно да се изврши фокусирање на околне земље. Првенствено Мађарску, а затим и Хрватску, са којима би ваљало да се успостави и одговарајући ниво прекограничне сарадње с обзиром на заједнички Ритски терен, који у Републици Србији чини Специјални резерват природе „Горње Подунавље“, а који би тиме у контексту умрежавања туристичке понуде добио на својој пуној атрактивности.

## Закључак

У Србији постоје евидентно респектабилни ресурси за развој туризма. Међутим, имајући у виду проблеме са којима је оптерећена Српска привреда данас, (недостатак капитала, мали обим инвестиција, миграција становништва из села у град, депопулација и основног узрока дубоке економске и социјалне кризе у којој се нашло целокупно друштво), као једна од алтернатива стоји развој туризма.

Очекивања су да би се кроз развој туризма омогућило: стварње додатних извора прихода становништва у различитим подручјима, спречавање процеса даље депопулације, изградња и јачање инфраструктуре, развој трговине, развој саобраћаја, развој сектора услуга, оживљавање културних, манифестационих и свих етно-садржаја итд.

Река Дунав свакако представља ресурс од непроцењивог значаја који се нужно у будућности мора валоризовати. Она је препозната као таква, како од стране ЕУ, тако и од стране Владе Републике Србије и одговарајућих ресорних министарстава.

Подручје Горњег подунавља као њен саставни део у том смислу свакако представља област са великим развојним потенцијалима. Ти потенцијали на жалост до сада нису у пуној мери искоришћени. Очекивања су да би уколико би се применила стратегија диференцираног маркетинга, која би била фокусирана на одговарајуће тржишне сегменте, ово подручје се туристички развило и добило на значају, а евидентно присутне негативне тенденције захваљујући позитивним ефектима које туризам има на привредни и уопште узев, друштвени живот се видно умањиле.

Отуда као један од приоритетних задатака који стоји пред локалним дестинацијским маркетиншким организацијама је да координирају рад свих актера у сектору туризма како би се развој туризма убрзао и охрабрио приватни сектор да улаже у развој туризма. Ово тим пре јер од обимима и врста инвестиција зависи и правци у којима ће се туризам даље развијати.

## Литература

1. Предраг Вуковић, Наташа Кљајић, Светлана Рољевић (2009): „Стратешка опредељења развоја туризма у процесу транзиције у Србији“, стр. 168-177. часопис: Економика бр. 3-4. YU ISSN 0350-137X UDK: 338 (497,1) Год LV, Ниш 2009. год.
2. Предраг Вуковић, Наташа Цецић, Драго Цвијановић (2007): „Одрживи туристички развој руралних подручја Србије“. часопис: Економика пољопривреде, Год./Vol. LIV, бр./N0 2 (261-392), стр. 369-379. UDC 338.43:63 YU ISSN 0352-3462
3. Предраг Вуковић, Наташа Цецић, Славица Арсић (2008): “Улога туризма у развоју руралних подручја”. Симпозијум агроекономиста са међународним учешћем поводом 45. година Одсека за агрономију: “Агроекономска наука и струка у транзицији образовања и агропривреде”. Тематски зборник, Универзитет у Београду, Пољопривредни факултет, Београд, 24-25. октобар, 2008. стр. 309-314. ISBN 978-86-7834-059-8
4. Предраг Вуковић, Славица Арсић, Драго Цвијановић (2010): „Конкурентност руралних туристичких дестинација” стр. 47-60, Економика пољопривреде 57, јануар-март, Београд, Год./вол. LVII, бр./N0 1(1-153), 2010, UDC:338.43:63, YU ISSN 0352 – 3462
5. Стратегија развоја пољопривреде Републике Србије, Влада Републике Србије, Министарство пољопривреде
1. [www.srbija.gov.rs/vesti/dokumenti\\_sekcija.php?id=45678](http://www.srbija.gov.rs/vesti/dokumenti_sekcija.php?id=45678)