

TRADICIJA KAO POKRETAČ RAZVOJA TURIZMA RURALNIH DESTINACIJA

*Aleksandar Antić**, student, Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad

Aleksandra Vujko, Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad

Tamara Gajić, Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad

Sažetak: Oblik turizma koji najbolje prikazuje značaj tradicije za razvoj turističkih destinacija jeste ruralni turizam. Muzika, ples, odeća, gastronomski specijaliteti domaće kuhinje, jedinstvenost prirodnih lepota, pa i sam mentalitet i gostoprimstvo naroda koji su domaćini ruralnih sredina, predstavljaju neke od faktora koji utiču na svest turista prilikom odabira ovakvog tipa odmora. Istraživanje se baziralo na glavnoj hipotezi da tradicija jeste pokretač razvoja turizma u ruralnim sredinama i da utiče na pozitivne efekte u oblasti turizma, ekonomije i privrede regiona. Cilj rada je prikazivanje važnosti tradicije u sklopu kulturološkog identiteta ruralnih mesta i potencijal tradicije kao pokretača njihovog turističkog razvoja. Intervju sa zaposlenim osobljem u turističkoj organizaciji Požarevca pomogao je pri SWOT analizi posmatrane ruralne destinacije. Empirijsko istraživanje koje je sprovedeno na uzorku od 232 ispitanika imalo je za cilj da ukaže na pogodnosti razvoja ruralnog turizma na prostoru Požarevca. Podaci dobijeni u istraživanju su obrađeni korišćenjem statističkog programa SPSS (verzija 17.0).

Ključne reči: tradicija, kultura, ruralni turizam, autentičnost, gostoprimstvo, gastronomija.

TRADITION AS AN INITIATOR OF RURAL TOURISM DESTINATIONS DEVELOPMENT

Abstract: Rural tourism is a form of tourism that best illustrates the importance of tradition in the development of tourist destinations. Music, dance, clothing, culinary specialties of local cuisine, unique natural beauty and the very mentality and hospitality of people in rural areas, represent some of the factors that influence the tourist's consciousness when choosing this type of holiday. The research is focused on the main hypothesis that the tradition is an initiator of rural tourism destinations development. Furthermore, this would imply positive effects in the field of tourism and economy in general and the economy of the region. The goal of the paper is to show the importance

* a.antic994@gmail.com

of tradition in the cultural identity of rural areas and potentials of tradition in the role of initiating rural tourism destinations development. The interview with staff members in Pozarevac Tourism Organization has helped in the SWOT analysis of the observed rural destination. An empirical research is conducted on a random sample of 232 participants in order to highlight the benefits of rural tourism development in Pozarevac and its surrounding area. The data were processed in SPSS program (version 17.0).

Key words: *tradition, culture, rural tourism, authenticity, hospitality, gastronomy.*

JEL classification: *L83, O13*

1. UVOD

U savremenom proučavanju razvoja turizma u svetu, ruralni turizam se javlja kao njegov veoma značajan i rastući segment. Teoretičari Nikerson i saradnici (Nickerson et al., 2001) navode da je ruralni prostor osnovni resurs za razvoj ruralnog turizma i da se ova turistička aktivnost oslanja na potrebu gradskih stanovnika za mirom, čistim vazduhom, zdravom hranom i prostorom za rekreaciju na otvorenom. Međutim, ruralni turizam koristi se i za pojmove koji se odnose na turističke proizvode i usluge koji su direktno vezani za poljoprivrednu (agrarnu) sredinu, poljoprivredne proizvode i boravak u ruralnom okruženju (Cánoves et al., 2004; Donaldson, & Momsen, 2011). Ruralne turističke destinacije poseduju bogatu lepezu antropogenih vrednosti i atraktivan tradicionalni ambijent, koji je najčešće okružen prirodnim bogatstvima nekog regiona. Ruralni turizam je usko povezan sa kulturnim turizmom. Njihovo sjedinjavanje i međuzavisnot, u kombinaciji sa domaćim ugostiteljstvom i okruženjem prirodnih lepota, pruža jedan jedinstven odmor. Etnografske vrednosti od kojih su sačinjene ove destinacije, namenjene su pre svega prezentaciji: kuće, stare radionice, vetrenjače, salaša i drugih zgrada narodnog neimarstva a pretvorene su u zavičajne muzeje ili izložbene prostore. Narodni običaji i nošnje najbolje su prikazani kroz razne manifestacije, koje se održavaju u ruralnim sredinama, sa ciljem očuvanja nacionalne svesti (Pivac, 2012). Potreba za odmaranjem u ruralnom okruženju, u velikoj meri proizilazi iz sve većeg uticaja savremenog načina života i uticaja koji „morbogeni trijas“ ima na život savremenog čoveka (Vujko, & Plavša, 2011). Nažalost, danas su veoma popularne migracije selo-grad, koje jednosmernim putem uslovljavaju zastoj u razvoju seoskih sredina. Ove migracije utiču na zaposlenost, nove šanse za mlade, održavanje tradicionalnih zanata, negovanje običaja i svoje lokalne kulture. Posebni oblici turizma poput: ruralnog turizma, etno-turizma, eko-turizma i mnogih drugih, mogu biti veoma značajni u oživljavanju, negovanju i razvoju seoskih mesta (Vujko et al., 2012).

U *Enciklopediji turizma*, objavljenoj 2000. godine, nalazimo podatak da je ruralna sredina osnovni resurs za razvoj ruralnog turizma. Ruralni turizam oslanja se na potrebu gradskog stanovništva za odmorom u tihim predelima i prostorom za rekreaciju na otvorenom svežem vazduhu. Ruralni turizam uključuje posetu nacionalnim parkovima i parkovima prirode, kulturnoj baštini u ruralnom prostoru, panoramske izlete, uživanje u ruralnim predelima i boravak na seoskim gazdinstvima. Specifičnost za proizvod ruralnog turizma jeste težnja da se posetiocu, tj. turisti osigura lični kontakt, osećaj za fizičko i ljudsko okruženje i, što je više moguće, da mu se pruža mogućnost učestvovanja u seoskim aktivnostima, tradiciji i stilu života lokalnog stanovništva (Drča, 2013).

Predmet rada je tradicija kao pokretač razvoja ruralnih sredina, ali i čitavog regiona. Cilj rada je da se prikaže uticaj koji tradicija ima na razvoj ruralnog turizma na posmatranoj destinaciji i širem regionu. Prema Čomiću (2003), postoji nekoliko uticaja turizma na ruralne destinacije a to je najčešće posledica prirodnih uslova i same okoline u kojoj se selo nalazi. Ovakvo stanje može dovesti do komplementarnog odnosa između turizma i poljoprivrede, ali i do kolizije. U ekstremnim slučajevima turizam može dovesti do toga da lokalno stanovništvo skoro potpuno prestane da se bavi poljoprivredom i da se uključi u turističke delatnosti (iako se ovo najčešće tretira kao negativan efekat turizma, može se postaviti i teza da je ova totalna konverzija ipak bolje rešenje nego potpuna depopulacija određenih ruralnih regija koja bi se odigrala bez turističke funkcije). Primer na kojem se bazira rad prikazuje pozitivan odnos turizma na ruralne destinacije, gde za seosko stanovništvo tradicionalna poljoprivreda ostaje dominantna aktivnost, dok se turizam javlja kao dopunski izvor prihoda i sezonska aktivnost (iznajmljivanje soba, povećana prodaja lokalnih poljoprivrednih proizvoda turistima i slično).

Imajući u vidu značaj koji tradicija u okviru ruralnog turizma ima i može da ima na privredni razvoj države, zadaci istraživanja bili su sledeći: istražiti stanje kvaliteta turističke ponude bazirane na motivu tradicije, istražiti uticaj koji takva ponuda ima na razvoj turističke destinacije, te oceniti njihov ukupan značaj za razvoj prostora. Korišćena metodologija je SWOT analiza. Došlo se do sledećih zaključaka: tradicija, kao i seoski način života, poseduje veliki broj aktivnosti i potencijala koji se mogu plasirati sve zahtevnijoj turističkoj tražnji; tradicionalni način života zajedno sa seoskim običajima, tradicionalnim zanatima, kulturom, ishranom, oblačenjem i drugim aspektima ruralnog okruženja stvaraju jedinstvenu i kvalitetnu ponudu sa širokim spektrom mogućnosti i usluga koje se turistima mogu ponuditi. Posmatrani prostorni obuhvat govori da trenutna uloga tradicije u razvoju ruralne destinacije igra malu ulogu, tj. da je lošijeg stepena. Istraživanje će pokazati kakve marketinške mere je potrebno preduzeti u cilju lakše pristupačnosti informacijama koje su

neophodne potencijalnim turistima, kakva je trenutna situacija infrastrukture regionalnih puteva, kakvo je stanje posećenosti ruralnih destinacija i čime sve raspolažu ove destinacije u pogledu turističke valorizacije.

2. METODOLOGIJA

Posmatrana destinacija je ruralno-turističkog karaktera, locirana je u istočnoj Srbiji, u gradu Požarevcu. Reč je o etno-selu, koje se nalazi na brdu Tulba u samom gradu. Lokalitet raspolaže bogatim istorijskim nasleđem, ali ono što ga najviše vezuje za istoriju to je čuveni Požarevački mir. Unutar parka nalaze se tri objekta: dvodelna i četvorodelna kuća i ambar za skladištenje žitarica. Ova mala celina predstavlja jezgro oko kojeg počinje da se razvija muzej na otvorenom. Pored Etno-parka „Tulba” nalazi se i etno-restoran „Tulba”, čiji je ambijent usklađen sa ruralnim okruženjem. Istraživanje je bilo kombinacija kvantitativnih metoda (statistika i internet analize) i kvalitativnih metoda (intervju, razgovor i pisani dokumenti). U fazi definisanja teorijskog okvira rada korišćen je bibliografsko-spekulativni, a prilikom obrade i interpretacije rezultata deskriptivni metod. U cilju dobijanja što boljih rezultata urađena je i analiza prednosti i nedostataka, povoljnosti i nepovoljnosti (SWOT analiza), trenutne turističke ponude – bazirane na motivu tradicije, etno-sela u Požarevcu, a razgovali smo sa zaposlenim osobljem u turističkoj organizaciji, koja obuhvata turističko-ruralnu destinaciju, kao i sa Vasilijem Baldićem iz Turističke organizacije Požarevca. Podaci prikupljeni istraživanjem dobijeni su direktnim ispitivanjem, primenom Survey metoda. U istraživanju je učestvovalo 232 ispitanika različitog pola, koji su u letnjem periodu jun-avgust bili gosti Etno-parka „Tulba” u Požarevcu. Od nezavisih varijabli, od ispitanika je traženo da označe svoj pol i starosnu strukturu. Što se zavisnih varijabli tiče, promenljive su se ticale mišljenja ispitanika o uticajima koje turizam može da ima na posmatrani prostor. Osnova od koje se u radu pošlo bila je glavna hipoteza H, da tradicija jeste pokretač razvoja turizma u ruralnim sredinama.

3. REZULTATI I DISKUSIJA

Etnografske vrednosti kojima raspolažu ruralne turističke destinacije, čine najvažniji faktor u procesu sjedinjavanja turizma sa tradicijom, istorijom i lokalnim kulturološkim identitetom. Realizacija efektivnog i efikasnog iskorišćavanja potencijalnih vrednosti ruralnih destinacija zadatak je lokalnih i regionalnih turističkih organizacija. Na osnovu aktivnosti Upravnog odbora turističkih organizacija, izvršavaju se konkretna obeležja i implementacija tradicije u razvoj turizma ruralnih destinacija. Republika Srbija ima izuzetno povoljne uslove za razvoj ruralnog turizma. Pre svega, to je očuvana priroda, uz blagu klimu i čist vazduh, bogata flora i fauna. Ove pogodnosti naročito su izražene u brdsko-planinskim predelima. Razvoj turističke delatnosti u selima

Srbije nema dugu tradiciju jer se organizovaniji promet turista na ovim prostorima počeo odvijati od kraja sedamdesetih godina prošlog veka (Radonjić, 2011).

Prema rečima Vasilija Baldića iz Turističke organizacije Požarevca, tradicija predstavlja vraćanje našim korenima i tadašnjem načinu života. Etno-park „Tulba” u Požarevcu i njemu slične destinacije raspolažu bogatom istorijskom pozadinom. Zadatak Upravnog odbora turističkih organizacija je da izvrše turističku valorizaciju kulturnog nasleđa i prirodnih vrednosti koje nose destinacije za koje su oni zaduženi. Destinacija koja je posmatrana u procesu istraživanja, pokazatelj je tradicionalnih vrednosti u jednom etno-ambijentu i ostalih potencijala koji mogu biti glavni pokretači razvoja turizma, ne samo pomenute destinacije, već celog regiona. Obeležavanje jubileja potpisivanja Požarevačkog mira, obuhvata program raznovrsnog sadržaja (koncerti, poseta engleskog vojnog atašea, i dr.). Kako dalje navodi zaposleno osoblje Turističke organizacije Požarevca, izgradnja Carskog šatora (2010) pokazala se kao veoma uspešna dodatna turistička ponuda, s obzirom na to da obuhvata animacije i video prikaz kratkog filma o potpisivanju Požarevačkog mira. Pored samog Etno-parka „Tulba” nalazi se uređen parking, dok se na samo nekoliko stotina metara nalazi spomen-park Čačalica. Manifestacije i festivali, koji su održavani radi obeležavanja pomenutog jubileja, privukli su i strane turiste, pre svega iz Velike Britanije i Holandije, jer su u procesu potpisivanja jednog od najbitnijih dokumenata u srpskoj istoriji davne 1718 godine, baš ove dve zemlje bile posrednici u pregovaranju. Iako je domaćih turista bilo više, bilo je i dosta turista iz zemalja regiona.

Razlog zbog kojeg tradicija nije na prvom mestu – kada su u pitanju izrade strategija za razvoj turizma, jeste savremeni način života stanovništva, koji utiče na otuđenost i distanciranje od tradicije, istorije i prirode, što dalje uslovljava gubitak kulturološkog identiteta i gubitak autentičnosti. Takođe jedan od glavnih faktora koji utiču na stagniranje razvoja ruralnih turističkih destinacija, kao i razvoja kulturno-istorijskih i drugih potencijala unutar njih je nepostojanje projekata i planova uređenja. Zainteresovani investitori ulažu samo ako postoje precizno uređeni projekti. Takođe postoje veliki problemi vlasništva prostora na mnogim destinacijama (Čomić, 2003).

Generalni problem leži u političko-ekonomskoj situaciji zemlje. Pokretanje bilo kakvog projekta i njegova realizacija morali bi biti u skladu sa pozitivnim političko-ekonomskim trenutkom u državi.

Tabela 1

SWOT analiza Turističke destinacije Etno-park „Tulba”

Prednosti	Nedostaci
<ul style="list-style-type: none"> • povoljan turističko-geografski položaj i solidna infrastruktura puteva • postojanje značajnih turističkih resursa (kulturno-istorijsko nasleđe, antropogene i prirodne atrakcije, potencijali za razvoj ruralnog, manifestacionog i kulturološkog turizma u jačem intenzitetu) • blizina spomen parka Čačalica „Tulba” • uključenost etno-restorana • postojanje istorijskih i geografskih specifičnosti • postojanje uređenog parkinga 	<ul style="list-style-type: none"> • nedovoljna implementacija turističkih resursa destinacije u turističku ponudu • nepostojanje održivog manifestacionog turizma • neiskorišćenost lokalnih gastronomskih specijaliteta • nedovoljan broj specijalizovanih stručnjaka • nedostatak smeštajnih kapaciteta • loš turistički marketing • nepostojanje putokaza • loša interna komunikacija
Povoljnosti	Nepovoljnosti
<ul style="list-style-type: none"> • poboljšanje marketinga • postojanje gastronomskih potencijala • mogućnosti održavanja zanatskih sajмова • manifestaciono obeležavanje jubileja potpisivanja Požarevačkog mira 	<ul style="list-style-type: none"> • slaba posećenost • konkurencija u region • zanemarivanje turističkih resursa donosilaca odluka • nepovoljna ekonomska i politička situacija u zemlji i region • nepostojanje projekata i planova za uređenje i razvoj turističke destinacije

Napomena. Prikaz autora.

Veliki broj naučnih radova na temu ruralnog turizma proširuju koncept da je turizam velika ekonomska pokretačka sila za obnavljanje i ponovno korišćenje ruralnih predela. Dizajn smeštaja za turiste treba da prati tradicionalne metode gradnje, koristeći originalne materijale i vodeći se po svojoj autentičnoj arhitekturi. Na ovaj način ruralni razvoj bazira se na održivom principu, primenjujući postojeće tipove smeštaja, oživljavajući često zapostavljene tehnike i materijale i stvarajući nove pejzaže koji su značajniji u pogledu lokalnog identiteta. Mnogi projekti za obnavljanje bazirani su na pažljivom dizajnu, koji počinje od analize istorije i procesa produkcije. Turizam generiše nove poslovne mogućnosti i predstavlja treću najveću socio-ekonomsku aktivnost. Ruralni turizam postaje sve značajniji u Evropi i šire (Albacete-Saez et al., 2007; Iorio, & Corsale, 2010). Prema Organizaciji za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD), Albergo Diffuso je izvanredan primer implementacije ovih aktivnosti na ruralne oblasti. Albergo Diffuso je tip smeštaja koji uključuje obnavljanje prethodno zapostavljene ruralne građevine i time ne zahteva

dodatnu konzumaciju zemljišta, kao i gradnju dodatnih objekata. Time se omogućava minimalizacija ekološkog oštećenja u ruralnim područjima. Ovaj sistem je razvijen početkom osamdesetih godina dvadesetog veka u severnoistočnoj regiji Italije Friuli-Venezia Giulia. Tada je sistem bio fokusiran na renoviranje i oživljavanje kulturno-istorijskog nasleđa, koje je bilo oštećeno u zemljotresu (De Montis et al., 2015).

Anketnim ispitivanjem obuhvaćeno je 232 ispitanika različitog pola. Kao što se iz tabele 2 može videti u ispitivanju je učestvovalo 115 muškaraca (49,6%) i 117 žena (50,04%). Može se uočiti da su oba pola bila jednako zastupljena prilikom ispitivanja.

Tabela 2

Pol ispitanika

Pol ispitanika	Broj ispitanika	Procenat
Muški	115	49,6
Ženski	117	50,4
Ukupno	232	100,0

Napomena. Prikaz autora.

Tabela 3 prikazuje starost ispitanika. Zaključujemo da je u anketi učestvovalo najviše ispitanika koji imaju između 36 i 45 godina i između 15 i 26 godina.

Tabela 3

Starost ispitanika

Starost ispitanika	Broj ispitanika	Procenat
Od 15 do 25 godina	51	22,0
Od 26 do 35 godina	36	15,5
Od 36 do 45 godina	96	41,4
Od 46 do 55 godina	35	15,1
Preko 56 godina	14	6,0
Ukupno	232	100,0

Napomena. Prikaz autora.

Ispitivanje je pokazalo kakvi su afiniteti ispitanika u vezi sa provođenjem slobodnog vremena, u odnosu na pol ispitanika. U tabeli 4 možemo videti da se oba pola pre opredeljuju da provod slobodno vreme u ruralnom okruženju. Čak 81,5% ispitanika se opredeljuje za ruralne lokalitete, dok se za urbana područja opredeljuje svega 18,5% ispitanika. Ovaj podatak ukazuje na činjenicu da je od 232 ispitanika 92 muškaraca i 97 žena odgovorilo da svoje slobodno vreme

provodi u ruralnom okruženju, dok je svega 23 muškaraca i 20 žena odgovorilo da slobodno vreme radije provode u urbanom okruženju.

Tabela 4

Afiniteti ispitanika u vezi sa provođenjem slobodnog vremena, u odnosu na pol ispitanika

		U kakvom okruženju češće provodite svoj odmor?			Ukupno
		Ruralnom	Urbanom		
Pol ispitanika	Muški	Broj	92	23	115
		Procenat	39,7%	9,9%	49,6%
	Ženski	Broj	97	20	117
		Procenat	41,8%	8,6%	50,4%
Ukupno		Broj	189	43	232
		Procenat	81,5%	18,5%	100,0%

Napomena. Prikaz autora.

Ispitivanje je pokazalo kakvi su afiniteti ispitanika u vezi sa provođenjem slobodnog vremena, u odnosu na starost ispitanika. U tabeli 5 možemo videti da starost ispitanika značajno utiče na izbor okruženja u kome se boravi prilikom odmora. Ispitanici od 15 do 25 godina pokazuju veća interesovanja za urbano okruženje, dok svi ostali ispitanici pokazuju interesovanja za boravak u ruralnim okruženjima. Najveći procenat odnosi se na ispitanike od 36 do 45 godina.

Tabela 5

Afiniteti ispitanika u vezi provođenja slobodnog vremena, u odnosu na starost ispitanika

		U kakvom okruženju češće provodite svoj odmor?			Ukupno	
		Ruralnom	Urbanom			
Starost ispitanika	Od 15 do 25 godina	Broj	10	41	51	
		Procenat	4,3%	17,7%	22,0%	
	Od 26 do 35 godina	Broj	36	0	36	
		Procenat	15,5%	0%	15,5%	
	Od 36 do 45 godina	Broj	94	2	96	
		Procenat	40,5%	0,9%	41,4%	
	Od 46 do 55 godina	Broj	35	0	35	
		Procenat	15,1%	0%	15,1%	
	Preko 56 godina	Broj	14	0	14	
		Procenat	6,0%	0%	6,0%	
	Ukupno		Broj	189	43	232
			Procenat	81,5%	18,5%	100,0%

Napomena. Prikaz autora.

Anketno istraživanje pokazalo je razloge češćeg boravka ispitanika u ruralnim sredinama, u odnosu na pol ispitanika. U tabeli 6 se može videti da je najveći procenat ispitanika odgovorio da je najčešći razlog boravka u ruralnim sredinama zdrava hrana. Različiti uticaji čine srpsku kuhinju specifičnom, a time i atraktivnom za turističku potražnju, tim više što se od svih oblika koji odražavaju promene u kulturnom životu sela, najmanje promenila ishrana stanovništva. Polazeći od toga da se sela kao sredine sve više plasiraju kao deo izuzetno kvalitetne i atraktivne turističke ponude, orijentišu se i otvaraju prema populaciji zdravih osoba, predstavljaju kao oaze odmora, rekreacije i specifične prevencije, nameće se potreba ozbiljnijeg i racionalnijeg odnosa i prema ishrani, obaveznoj komponenti boravka, s obzirom na poznatu činjenicu da hrana u ljudskom životu ima višestruku funkciju i da je potreba za hranom stalna. Tačno je da se tradicija u ruralnim sredinama zasniva na lokalnoj gastronomiji, ali se ona isto tako i obogaćuje stalnim vezama sa spoljnim svetom, osluškujući uvek potrebe potrošača. Pored hrane – kao motiva boravka u ruralnim sredinama, ispitanici su naveli da često borave u selima i zbog čistog vazduha, rekreacije i oslobađanja od stresa, ali i domaćinske atmosfere koja se tom prilikom oseća. Sve to je procentualno, sabirajući sve pojedinačne stavke (Tabela 6), sa 81,5% pokazalo da su ruralne sredine atraktivne i privlače turiste a da tradicija u svakom smislu jeste pokretač razvoja ruralnih destinacija, čime je potvrđena polazna hipoteza.

Tabela 6

Razlozi češćeg boravka ispitanika u ruralnim sredinama u odnosu na pol ispitanika

Razlog zbog koga više preferirate boravak u ruralnim sredinama?		Pol ispitanika		Ukupno
		Muško	Žensko	
Čist vazduh	Broj	20	13	33
	Procenat	8,6%	5,6%	14,2%
Zdrava hrana	Broj	37	26	63
	Procenat	15,9%	11,2%	27,2%
Mogućnost upražnjavanja rekreativnih aktivnosti (jahanje, pešačenje, pecanje i drugo)	Broj	15	14	29
	Procenat	6,5%	6,0%	12,5%
Domaćinska atmosfera	Broj	11	15	26
	Procenat	4,7%	6,5%	11,2%
Oslobađanje od stresa i svakodnevnih obaveza	Broj	4	15	19
	Procenat	1,7%	6,5%	8,2%
Nema gužve, buke i haosa	Broj	5	14	19
	Procenat	2,2%	6,0%	8,2%
Ne boravim u ruralnim prostorima	Broj	23	20	43
	Procenat	9,9%	8,6%	18,5%
Ukupno	Broj	115	117	232
	Procenat	49,6%	50,4%	100,0%

4. ZAKLJUČAK

Turizam vezan za posebna (selektivna) interesovanja obuhvata više vidova turizma za kojima postoji odgovarajuća tražnja i koji pokazuju stalni rast, sa očekivanom tendencijom još bržeg rasta u budućnosti. Ovim su obuhvaćena interesovanja za: kulturu, arheologiju, umetnost, arhitekturu, sport, muziku, hobije, lov i ribolov, boravak na selu i druga. Ova grupa različitih interesovanja posebno je u Srbiji značajna kod onih vidova turizma u kojima je u određenoj meri već formiran turistički proizvod. Jedan od njih jeste upravo turizam na selu. Republika Srbija ima izuzetno povoljne uslove za razvoj ovog vida turizma. Sela Srbije podigla su opšti nivo usluge u svim ugostiteljskim objektima koji su na raspolaganju posetiocima. Kako navode Todorović i Bjeljac (2009), gosti i domaćini ili stanuju u odvojenim objektima, ili, ako su u istom objektu imaju zasebne ulaze. Najčešće na dve sobe postoji jedno kupatilo, a sve je više luksuzno opremljenih smeštajnih jedinica u kojima svaka soba ima kupatilo. Gostima su na raspolaganju: organizacije šetnje, lov i ribolov, branje lekovitog bilja i šumskih plodova, jahanje, bavljenje sportom, naručivanje i pravljenje zimmice, koja se nosi kući i slični proizvodi i usluge. Pre svega, to su posebno povoljni uslovi očuvane prirode, uz blagu klimu, čist vazduh, nezagađene reke i jezera, bogatu floru i faunu. Posetioci koji za to pokažu interesovanje mogu se uključiti u obavljanje poljoprivrednih radova. Veliki broj sela nalazi se u blizini vrednih kulturno-istorijskih spomenika, koji se mogu organizovano posetiti. Izuzetnu kulturnu vrednost imaju i građevine tradicionalne arhitekture, sa karakteristikama određenog područja, kao i proizvodi starih zanata i ručne radinosti, kroz koje se upoznaje bogato nasleđe našeg naroda. Takođe je moguće organizovano posetiti razne izložbe koje se organizuju u okruženju, kao i turističke manifestacije i tradicionalne priredbe preko kojih se upoznaju narodni običaji i obeležja seoskog života. Ova raznovrsnost turističkih resursa i bogatstvo kulturnog nasleđa posebno su obogaćeni i izraženom gostoljubivošću i srdačnošću lokalnog stanovništva (Petrović, 2014).

Tradicija ukazuje na autentičnost naroda i okruženja u kojem živi. Turistička valorizacija, bilo kulturoloških ili prirodnih potencijala, koji uključuju neke tradicionalne aspekte, pokazala se kao ključni faktor u sjedinjavanju istorije, kulture i edukacije, imajući u vidu činjenicu da mnoge destinacije tradicionalnog karaktera često posećuju mlađe generacije, koje uz adekvatnu turističku ponudu mogu da posete i mesta gde su se odvijali bitni istorijski događaji, da nauče o svojoj kulturi, nekadašnjim umećima, istorijskim ličnostima i ostalim faktorima koji se vezuju za tradiciju i kulturološki identitet jednog naroda. Upravni odbor turističke organizacije u ovom procesu igra značajnu ulogu. Njihov zadatak se svodi na stvaranje adekvatne turističke ponude koja obuhvata destinacije koje su u njihovom zaduženju, omogućavajući

priliku turistima i ekskurzistima da dožive potpuno iskustvo mesta koje posećuju. Proces ovog zadatka može biti težak i naporan, naročito kada se u zemlji odvija nepovoljna političko-ekonomska situacija. Tradicionalne vrednosti i potencijali ne smeju se zapostaviti kada se projektuju strateški planovi za pokretanje i razvoj određenih potencijala neke destinacije, jer upravo ti tradicionalni motivi čine turističku ponudu bogatiju jedinstvenošću i kvalitetom. Time se strani, a i domaći turisti, lakše upoznaju sa celokupnom slikom određene destinacije, bilo da je to u toku posete ili prilikom odabira mesta i vrste odmora. Istraživanja koja su sprovedena imala su za cilj da pokažu važnost tradicije u sklopu kulturološkog identiteta ruralnih mesta i potencijale tradicije u ulozi pokretanja njihovog turističkog razvoja. Prikazana anketna istraživanja ukazala su na najznačajnije faktore na koje treba obratiti pažnju prilikom marketinškog plasiranja turističkih ponuda sa motivima tradicije. Istraživanje je pokazalo da je neophodno kontinuirano unapređivati marketinške mere radi lakše pristupačnosti informacijama koje su neophodne potencijalnim turistima. Intervju koji je rađen sa zaposlenim osobljem u Turističkoj organizaciji Požarevca, pokazao je rezultate koji navode ogroman značaj ljudskih resursa u procesu omogućavanja razvoja turizma sa motivima tradicije, kao i drugim vidovima atrakcije koji mogu da budu implementirani u turističku ponudu određene destinacije. Prikazana SWOT analiza daje rezultate koji navode postojanje potencijala i mogućnosti, slabosti i prednosti koje obuhvata destinacija Etno-park „Tulba” u Požarevcu, koja raspolaže tradicionalnim i istorijskim vrednostima u svojoj ponudi.

REFERENCE

- Albacete-Saez, C. A., Fuentes-Fuentes, M. M., & Lloréns-Montes, F. J. (2007). Service quality measurement in rural accommodation. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 45-65.
- Cánoves, G., Villarino, M., Priestley, G. K., & Blanco, A. (2004). Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution. *Geoforum*, 35(6), 755-769.
- Čomić, Đ. (2003). Prostorno-planski modeli razmeštaja turizma u ruralnoj sredini. U: *Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*. Kragujevac.
- De Montis, A., Ledda, A., Ganciu, A., Serra, V., & De Montis, S. (2015). Recovery of rural centres and “albergo diffuso”: A case study in Sardinia, Italy. *Land Use Policy*, 47, 12-28.
- Donaldson, J., & Momsen, J. (2011). 11 Farm-stay tourism in California: the influence of type of farming. *Tourism and Agriculture: New Geographies of Consumption, Production and Rural Restructuring*, 163. London: Routledge.

- Drča, G. (2013). *Kreiranje turističkog doživljaja na salašima Vojvodine* (master rad). Beograd: Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment.
- Iorio, M., & Corsale, A. (2010). Rural tourism and livelihood strategies in Romania. *Journal of Rural Studies*, 26(2), 152-162.
- Nickerson, N. P., Black, R. J., & McCool, S. F. (2001). Agritourism: Motivations behind farm/ranch business diversification. *Journal of Travel Research*, 40(1), 19-26.
- Petrović, M. D. (2014). *Kvalitet agroturizma Vojvodine i njegov uticaj na stavove lokalnog stanovništva* (doktorska disertacija). Novi Sad: Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo.
- Pivac, T. (2012). *Vinski turizam Vojvodine*. Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za turizam i hotelijerstvo.
- Radonjić, D. (2011). *Održivi razvoj ruralnog turizma* (master rad). Beograd: Univerzitet Singidunum.
- Todorović, M., & Bjeljac, Ž. (2009). Rural Tourism in Serbia as a Concept of Development in Undeveloped Regions. *Acta Geographica Slovenica*, 49(2), 453-473.
- Vujko, A., & Plavša, J. (2011). Opportunities for development of paintball as part of sports recreational and anti-stress tourism in Fruska Gora Mountain (Serbia). *GeoJournal of Tourism and Geosite*, 7(1), 95-107.
- Vujko, A., Gajić, T., Kovačević, B. (2012). Turizam u zaštićenim prirodnim prostorima – ekoturizam Fruške gore. *Škola Biznisa*, 4, 8-16.

Primljeno: 24.02.2016.

Odobreno: 09.03.2016.