PRIRODNI I ANTROPOGENI RESURSI KAO POKRETAČI RAZVOJA TURIZMA – PRIMER STAROG SLANKAMENA****

Stari Slankamen je naselje u Vojvodini, koje administrativno pripada opštini Inđija u Sremskom okrugu. Istraživanje za ovaj rad vršeno je pretežno na terenu kroz posetu objektima i razgovore sa stručnim licima, a informacije su prikupljane iz raznih stručnih radova, kao i usmenim putem. Cilj je da se na osnovu istraživanja prirodnih i antropogenih vrednosti dođe do zaključka o trenutnom stanju svih potencijala koji bi mogli biti iskorišteni za razvoj turizma u Starom Slankamenu. Prilikom postavljanja ciljeva vođeno je računa o objektivnosti i mogućnosti za njihovu realizaciju u skladu sa potencijalima kojima se raspolaže. Ciljevi su usmereni prema povećanju nivoa kvaliteta pružanja usluga budućim turistima, kao i poboljšanje trenutnog stanja u Starom Slankamenu. U ovom istraživanju korišćena je tehnika anketnog istraživanja, valorizacija po kvalitativno-kvantitativnom metodu, zoniranje i SWOT analiza. Ispitanici su bili slučajni prolaznici grada Novog Sada i Slankamena, kao i zaposleni u restoranima u Starom Slankamenu od kojih se tražilo da ocene postojeće potencijale za razvoj turizma u Starom Slankamenu. Sumirajući na kraju rada sve sakupljene podatke, došlo se do zaključka da postojeći potencijali nisu u dovoljnoj meri iskorišteni, ali da preduslovi za razvoj turizma postoje.

Ključne reči: Stari Slankamen, turizam, prirodne vrednosti, antropogene vrednosti

* Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad, Srbija; aleksandravujko@yahoo.com

** Geografski institut „Jovan Cvijić“, SANU, Beograd; markodpetrovic@yahoo.com

*** Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad, Srbija; marina.dobic@gmail.com

**** Rad je podržan od strane republičkog projekta III 47007, finansiranog od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

1. Uvod

Turizam predstavlja sastavni deo života svakog čoveka, a po svojim karakteristikama, uticajima i mogućnostima razvoja, postao je i veoma važan faktor ukupnog ekonomskog razvoja destinacija^{1,2}. Na turizam se gleda i kao na faktor oživljavanja nerazvijenih prostora, naročito ruralnih³, ali i podsticanja zapošljavanja⁴ i posebno značajan faktor u daljem razvoju ekonomskih odnosa sa inostranstvom⁵. Upravo pomenuti segmenti generatorske snage turizma trebalo bi da doprinesu da ova delatnost dobije primarno mesto u razvoju celokupnog sistema Srbije⁶, te da se iskoriste svi potencijali kojima država raspolaže, a u pravcu razvoja turističkih destinacija i jačanja konkurentske prednosti kako na domaćem tako i na inostranom turističkom tržištu. Stari Slankamen predstavlja upravo jedan takav resurs.

Stari Slankamen se nalazi u severoistočnom Sremu, na levoj obali Dunava, naspram ušća Tise, odnosno na tromeđi tri oblasti: Srema, Bačke i Banata. Smešten je na atraktivnoj istorijskoj i geološkoj lokaciji, na nadmorskoj visini od 80m, samo 15km udaljen od Indije i 55km od Beograda⁷. Lesni profili u Starom Slankamenu su već punih 280 godina predmet istraživanja domaćih i stranih naučnika iz različitih delova sveta, a s obzirom na to da su ova višedecenijska istraživanja ukazala na njihov izuzetan značaj, oni su 1975. godine stavljeni pod zaštitu i proglašeni spomenikom prirode. U kategoriju prirodnih dobara Srbije svrstani su 2007. godine. Stari Slankamen je smešten na padinama Fruške Gore, gde je zemljište pogodno za uzgoj vinove loze, a gde se takođe mogu razviti razni

¹ Vujko, A., Gajić, T. (2015): *Mogućnosti ravnomernijeg turističkog razvoja uz pretpostavke pozitivnijeg uticaja na ekonomski sektor*, Anali poslovne ekonomije, 12, 38.

² Gajić, T., Vujko, A. (2017): *Tourism as a potential factor of economic development - A report from Serbia*, The Second International Scientific Conference: Tourism in function of development of the republic of Serbia - Tourism product as a factor of competitiveness of the Serbian economy and experiences of other countries. University of Kragujevac, Faculty of hotel management and tourism in Vrnjačka Banja, 2. 135.

³ Vujko, A., Petrović, M., Dragosavac, M., Gajić, T., (2016): *Differences and similarities among rural tourism in Slovenia and Serbia - perceptions of local tourism workers*, Ekonomika poljoprivrede, 4/2016, 1466.

⁴ Petrović, M., Blešić, I., Vujko, A., Gajić, T. (2017): *The role of agrotourism impact in local community in a transition society - a report from Serbia*. Transylvanian Review of Administrative Structure Sciences. 50(1), 150.

⁵ Vujko, A., Gajić, T. (2014a): *Opportunities for tourism development and cooperation in the region by improving quality supply - The Cycle Danube Route - Case study*, Economic Research, 27(1), 851.

⁶ Vujko, A., Gajić, T. (2014c): *The government policy impact on economic development of tourism*, Ekonomika poljoprivrede., 61(3), 799.

⁷ Golubović, V. (1969): *Geografski prikaz Starog Slankamena*, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad.

oblici turizma, kao i manifestacije, s obzirom na to da posla u vinogradu ima tokom skoro cele godine⁸.

Kroz Stari Slankamen protiče reka Dunav, koja predstavlja posebnu vrednost za selo. Stari Slankamen se nalazi tačno na pola puta toka Dunava kroz Srbiju, gde se i Tisa uliva u Dunav, tako da sa određenih mesta moguće je videti ušće te dve reke. Dunav, pored toga što je bogat ribom, predstavlja posebnu važnost za nautiku. U arheološka nalazišta i monumentalne vrednosti Starog Slankamena se ubrajaju: arheološki lokalitet Gradina, spomenik bitke kod Slankamena, tursko kupatilo, tvrđava Acumincum, Zagrad i rodna kuća dr Đorđa Natoševića. Arheološki lokalitet Gradina predstavlja antičko utvrđenje, dok je spomenik bitke kod Slankamena postavljen na mestu gde se odigrala istoimena bitka 1691. godine između Rimskog i Osmanskog carstva⁹. Od religijskih objekata u Starom Slankamenu se nalaze dve crkve: rimokatolička crkva svetog Nikole Biskupa i pravoslavna crkva svetog Nikole, koja je sagrađena 1468. godine. Kao najstarija crkva u Fruškgorju predstavljala je obrazac po kome su građene ostale crkve u Sremu. Jedna od najstarijih banja u Vojvodini je banja Stari Slankamen. Razvoj banje beleži krupnije korake od 2007. godine, kada je izvorište slane vode vraćeno u banjsku upotrebu, nakon više desetina godina a Specijalna bolnica „Dr Borivoje Gnjatić“ Stari Slankamen uvela savremenu praksu banjskog lečenja¹⁰.

Stari Slankamen ima veliki potencijal za razvoj turizma koji se ogleda kako u prirodnim resursima, istorijskim spomenicima i zdanjima, legendama, tako i samoj tradiciji i običajima. Značajno bogatstvo ovog naselja predstavljaju dve reke: Dunav i Tisa, što predstavlja prirodni potencijal za razvoj i nautičkog turizma. Cilj rada je da se prikaže uticaj koji prirodni i antropogeni resursi imaju na razvoj turizma, naravno sve to uz adekvatnu edukaciju stanovništva i uz ostale vrednosti koje čine ovo naselje. Za razliku od ostalih naselja koja se nalaze na obali Dunava, u Starom Slankamenu se nalazi ušće Tise u Dunav, što treba iskoristiti kao poseban potencijal. Zadaci istraživanja su bili sledeći: istražiti sve prirodne i antropogene vrednosti koje imaju uticaj na razvoj turizma i istražiti uticaj koji turizam ima na razvoj destinacije.

2. Metodologija

Istraživanje za rad vršeno je pretežno na terenu kroz posetu objektima i razgovore sa stručnim licima, a informacije su prikupljane iz raznih stručnih radova i publikacija, kao i usmenim putem. Sprovedeno je i anketno istraživanje

⁸ Grbić, M. (2009): *Turistički potencijali Starog Slankamena*, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad.

⁹ Grbić, M., 2009.

¹⁰ *Ibid*

pomoću ankete sa pitanjima zatvorenog i otvorenog tipa, na uzorku od 328 ispitanika, slučajno odabranih prolaznika grada Novog Sada i Starog Slankamena kao i zaposlenih u restoranima u Starom Slankamenu u cilju utvrđivanja mišljenja o postojećim potencijalima Starog Slankamena i njegovom razvoju kao turističke destinacije. Anketno istraživanje vršeno je u periodu 2017. godine. Ispitanicima su ponuđene dve vrste pitanja, otvorenog tipa i pitanja u kojima su ispitanicima ponuđene određene tvrdnje koje su ocenjivali ocenama od 1 do 5 (1 – u potpunosti se ne slažem, 5 – u potpunosti se slažem). Varijable su se ticale toga koliko su ispitanici upoznati sa potencijalima, da li imaju pozitivan stav kada je razvoj turizma u pitanju i šta bi, po njihovom mišljenju bile glavne predispozicije tog razvoja. U cilju dobijanja što boljih rezultata i preciznijeg prikaza stanja turističke ponude ovog naselja, urađena je i SWOT analiza, trenutnog turističkog stanja u Starom Slankamenu. Takođe, urađena je i Valorizacija izabranog prostora kao i zoniranje.

Ocene za procenu datih lokaliteta, i u slučaju SWOT analize i u slučaju valorizacije, dobijene su od predsednika sela Stari Slankamen, gospodina Milana Kovanića, predsednika udruženja nautičara, gospodina Dušana Englendžije, višeg stručnog saradnika za turizam u opštini Indija, gospođe Slađane Sudar i v.d. direktora turističke organizacije opštine Indija, gospođe Maje Bošnjak.

Za potrebe rada, urađena je i analiza materijalne baze, odnosno smeštajno-ugostiteljskih kapaciteta u Starom Slankamenu i okolini. Analiza je urađena terenskim istraživanjem, odnosno razgovorom sa zaposlenima i menadžerima objekata. Jedan od postupaka analize dobijenih podataka bio je i Pearson Chi-Square Test. Ovaj test je vrlo praktičan test koji je poslužio da bi se utvrdilo da li neke dobijene (opažene) frekvencije (odgovori ispitanika muškog pola u odnosu na odgovore ispitanika ženskog pola) odstupaju od frekvencija koje su bile očekivane. Kod ovog testa se tražilo da li postoji povezanost između varijabli i verovatnost povezanosti. U radu se pretpostavilo da neće biti razlika u odgovorima ispitanika oba pola. Kako bi se uočila razlika u odgovorima merena na osnovu statistički značajne razlike u distribuciji zavisne promenjive u odnosu na nezavisnu, prikazivani su rezultati u zavisnosti od pola ispitanika, a za statistički značajnu razliku uzima se ona za koju je $p < 0,05$.

2.1 Valorizacija prirodnih i antropogenih resursa relevantnih za razvoj turizma

Valorizacija je rađena po kvantitativno-kvalitativnom metodu sa osnovnim elementima turističke valorizacije kao što su: pristupačnost resursa, turističke usluge i oprema, ambijent, specifičnost resursa, značaj resursa i umetnička vred-

nost¹¹. Ocene, odnosno postavljeni elementi turističke valorizacije, prilikom afirmacije resursa, kretali su se u rasponu od 1 do 5, a obeležavaju veličinu kontraktivne zone, zapravo značaj same destinacije. Određeni brojevi imaju sledeće značenje: 1 – nedovoljan kvalitet; 2 – kvalitet koji zadovoljava lokalni turistički značaj; 3 – dobar kvalitet resursa sa regionalnim značajem; 4 – vrlo dobar kvalitet sa širim regionalnim (nacionalnim) značajem; 5 – odličan kvalitet resursa koji ima međunarodni značaj¹².

3. Rezultati i diskusija

Anketom je obuhvaćeno 328 ispitanika (Tabela 1), od toga 156 (47,6%) ženskog pola i 172 (52,4%) muškog pola.

Tabela 1. *Pol istipanika*

	Broj ispitanika	Procentat
Muški	172	52,4
Ženski	156	47,6
Ukupno	328	100

Uvidom u tabelu 2 možemo zaključiti da su ispitanici, kako muškog tako i ženskog pola, na pitanje o tome da li smatraju da Stari Slankamen raspolaže resursima za razvoj turizma, u najvećem broju slučajeva i ukupnom procentu od 86,3% odgovorili da smatraju da u selu postoje resursi za razvoj turizma. Odgovor na ovo pitanje podstakao je na dalje istraživanje. Uvidom u tabelu 3 možemo videti da ne postoji statistička značajnost između odgovora ispitanika u odnosu na pol ispitanika, s obzirom na to da je $p = 0,057$.

¹¹ Čomić, Đ., Pjevač, N. (1997): *Turistička geografija*, Savezni centar za unapređenje hotelijerstva i ugostiteljstva, Beograd.

¹² *Ibid*

Tabela 2. *Mišljenje ispitanika o potencijalima za razvoj turizma Starog Slankamena*

Da li smatrate da Stari Slankamen ima potencijale za razvoj turizma?		Pol		Ukupno
		Muški	Ženski	
Potpuno se ne slažem	Broj	1	0	1
	% od ukupnog broja	0,3%	0%	0,3%
Ne slažem se	Broj	1	0	1
	% od ukupnog broja	0,3%	0%	0,3%
Ne mogu da ocenim	Broj	3	0	3
	% od ukupnog broja	0,9%	0%	0,9%
Slažem se	Broj	27	13	40
	% od ukupnog broja	8,2%	4,0%	12,2%
Potpuno se slažem	Broj	140	143	283
	% od ukupnog broja	42,7%	43,6%	86,3%
Ukupno	Broj	172	156	328
	% od ukupnog broja	52,4%	47,6%	100%

Tabela 3. *Pearson Chi-Square Test*

Test	Value	df	Statistical significance (p)
Pearson Chi-Square Test	9,173	4	0,057

Na pitanje (Tabela 4), da li smatraju da bi lokalno stanovništvo imalo koristi od razvoja turizma, najveći broj ispitanika, kako muških tako i ženskih, odgovorilo je potvrdno (93%). S obzirom na to da je $p=0.098$, može se konstatovati da ne postoji statistička značajnost u odgovorima ispitanika u odnosu na pol (Tabela 5).

Tabela 4. *Mišljenje ispitanika o koristima od razvoja turizma u Starom Slankamenu*

Da li smatrate da bi razvoj turizma lokalnom stanovništvu doneo određene koristi?		Pol		Ukupno
		Muški	Ženski	
Potpuno se ne slažem	Broj	1	0	1
	% od ukupnog broja	0,3%	0%	0,3%
Ne slažem se	Broj	2	0	2
	% od ukupnog broja	0,6%	0%	0,6%
Ne mogu da ocenim	Broj	2	0	2
	% od ukupnog broja	0,6%	0%	0,6%
Slažem se	Broj	13	5	18
	% od ukupnog broja	4,0%	1,5%	5,5%

Potpuno se slažem	Broj	154	151	305
	% od ukupnog broja	47,0%	46,0%	93,0%
Ukupno	Broj	172	156	328
	% od ukupnog broja	1	0	1

Tabela 5. *Pearson Chi-Square Test*

Test	Value	df	Statistical significance (p)
Pearson Chi-Square Test	7,823	4	0,098

Ispitanici su u najvećem broju slučajeva (42,4%), odgovorili da bi najveća pogodnost od razvoja turizma u Starom Slankamenu bilo zapošljavanje žena. Žene bi u tom kontekstu mogle prodavati svoje rukotvorine i domaće proizvode, što bi dodatno doprinelo njihovom osnaživanju. Svi drugi odgovori su bili podjednako zastupljeni (Tabela 6). Uvidom u tabelu 7 možemo zaključiti, kao i u prethodnom slučaju, da ne postoji statistička značajnost u odgovorima ispitanika u odnosu na pol, s obzirom na to da je $p=0.074$.

Tabela 6. *Mišljenje ispitanika o pogodnostima od razvoja turizma u Starom Slankamenu*

Koje pogodnosti i koristi biste izdvojili?		Pol		Ukupno
		Muški	Ženski	
Razvoj nautičkog turizma	Broj	26	27	53
	% od ukupnog broja	7,9%	8,2%	16,2%
Otvaranje novih radnih mesta	Broj	20	29	49
	% od ukupnog broja	6,1%	8,8%	14,9%
Razvoj mesta	Broj	22	12	34
	% od ukupnog broja	6,7%	3,7%	10,4%
Razvoj rekreativnog i banjskog turizma	Broj	11	9	20
	% od ukupnog broja	3,4%	2,7%	6,1%
Bilo bi više turista pa samim tim i veća zarada za lokalno stanovništvo, posebno žene koje bi mogle prodavati svoje rukotvorine	Broj	69	70	139
	% od ukupnog broja	21,0%	21,3%	42,4%
Mladi bi imali razlog da ostanu u selu	Broj	22	9	31
	% od ukupnog broja	6,7%	2,7%	9,5%
Ne mogu da ocenim	Broj	2	0	2
	% od ukupnog broja	0,6%	0%	0,6%
Ukupno	Broj	172	156	328
	% od ukupnog broja	52,4%	47,6%	100%

Tabela 7. *Pearson Chi-Square Test*

Test	Value	df	Statistical significance (p)
Pearson Chi-Square Test	11,519	6	0,074

Tabela 8 nam pokazuje kako su ocenjeni pojedini prirodni i antropogeni resursi Starog Slankamena, od strane kompetentnih ljudi, zaduženih između ostalog i za razvoj turizma: predsednika sela Stari Slankamen, gospodina Milana Kovanića, predsednika udruženja nautičara, gospodina Dušana Englendžije, višeg stručnog saradnika za turizam u opštini Indija, gospođe Slađane Sudar i v.d. direktora turističke organizacije opštine Indija, gospođe Maje Bošnjak. Petu ocenu u koloni dali su autori rada, tako da je prosečna ocena zbirna ocena svih onih koji su učestvovali u ocenjivanju. Dakle, možemo zaključiti da su sve ocene relativno visoke, a da je najbolje ocenjeno ušće Tise u Dunav (4,20), što svakako predstavlja svojevrsan kuriozitet i turističku atrakciju.

Tabela 8. *Valorizacija po kvantitativno-kvalitativnom metodu*

Lokalitet	Pristupačnost resursa	Turistička opremljenost	Ambijen	Specifičnost resursa	Značaj resursa	Umetnička vrednost	Prosečna ocena
Lesne naslage	4	3	5	5	5	5	4,03
	3	3	5	5	5	5	
	4	4	3	3	3	4	
	3	4	4	3	3	4	
	3	3	5	5	5	5	
Ušće Tise u Dunav	5	4	5	4	5	5	4,20
	4	4	5	5	5	4	
	4	4	3	4	3	4	
	4	4	4	3	4	3	
	4	3	5	5	5	5	
Zagrad	3	2	4	4	4	3	3,53
	3	3	4	4	4	4	
	4	4	3	4	3	3	
	4	4	4	3	4	3	
	3	2	4	4	4	4	
Tvrđava Acumincum	2	1	5	4	4	5	3,53
	2	2	4	4	4	5	
	4	4	3	4	3	4	
	4	3	3	3	3	4	
	2	2	5	4	4	5	
Banja Stari Slankamen	4	4	5	4	5	4	4,17
	4	5	4	4	5	4	
	5	4	3	4	3	4	
	4	5	3	3	4	4	
	4	5	5	4	5	4	

Crkva Sv. Nikole	4	3	4	5	4	5	4,13
	5	3	4	5	5	5	
	4	4	3	4	4	4	
	4	4	4	3	4	3	
	4	3	5	5	5	5	

Zoniranje Starog Slankamena je izvršeno na osnovu prirodnih i antropogenih resursa koje se mogu videti: reka Dunav sa peščanim adama i plažama, izvor lekovite mineralne vode „Slanača“, lesne naslage, banja Stari Slankamen, Zagrad – ribarsko selo, pravoslavna crkva Svetog Nikole, rimokatolička crkva Svetog Nikole Biskupa, vinarija Acumincum, vinarija Šapat, spomenik bitke kod Slankamena, rodna kuća dr Đorđa Natoševića, arheološki lokalitet Gradina, tvrđava Acumincum, manifestacije: Zlatni kotlić i Doček dunavske regate, kao i ugostiteljski objekti: čarda „Kod Mike Alasa“, restorani: „Kej“, „Laguna“, „Kapetan“ i „Acumincum“. Stari Slankamen se nalazi skoro na pola puta između dva velika emitivna centra: Novog Sada, od koga je udaljen 47km i Beograda, od koga je udaljen 65km i sa kojim je povezan direktnom autobuskom linijom. Međutim, veliku prednost za ovo selo predstavlja reka Dunav, koja se ovde nalazi na 1215km toka Dunava, gde je potencijalne turiste moguće provozati brodićima. Tom vožnjom moguće je razgledati selo, odnosno sa reke se vide lesne naslage, koje svedoče da je na ovom prostoru nekada bilo more, a ovaj breg predstavljao ostrvo. Zatim, moguće je videti i tačno se naći na ušću reke Tise u Dunav. Tokom vožnje moguće je upražnjavati razne aktivnosti, kao što su razgledanje i posmatranje ptica, fotografisanje, pećanje, hranjenje labudova i drugih životinja i uopšte uživanje u samom prizoru. Nakon vožnje, turisti mogu da odaberu neki od restorana koji se nalaze sa samoj obali Dunava. U ponudi su restoran „Kej“, „Laguna“, „Kapetan“ i poseban restoran u kome se služe sva jela od ribe - čarda „Kod Mike Alasa“. S obzirom da selo obiluje znamenitostima, turisti se mogu uputiti u laganu šetnju i obilazak tvrđave, crkava, zatim turskog kupatila, gde mogu napraviti predah uz čašu dobrog vina koje se tu služi. Nakon predaha, turisti bi mogli da krenu put Spomenika Slankamenačkoj bici, koji je udaljen 4,2km od centra sela. Sa spomenika se pruža pogled na Srem, Banat i Bačku. Pored uživanja u jedinstvenom prizoru, turisti mogu da učestvuju i u radovima u vinogradima i voćnjacima, kojima je spomenik okružen. Takođe, tu se nalazi i parcela sa posađenom aronijom, pa tako oni željni znanja mogu da vide i iskuse proces pravljenja raznih prerađevina od aronije.

3.1 Materijalna baza za razvoj turizma Starog Slankamena

U Starom Slankamenu se na samoj obali Dunava nalazi 6 smeštajno-ugostiteljskih kapaciteta, uključujući i banju Stari Slankamen. Idući nizvodno Dunavom prvi restoran koji se tu nalazi jeste čarda „Kod Mike Alasa“, zatim restoran

„Acumincum“, banja Stari Slankamen, brod „Kapetan“, restoran sa prenoćištem „Kej“ i restoran „Laguna“. U Starom Slankamenu se nalaze i dve vinarije: „Acumincum“ i „Šapat“.

Čarda „Kod Mike Alasa“ – osnovana je 21.04.2009.godine. Čarda u svojoj ponudi nudi specijalitete od sveže rečne ribe, uz domaće vino i rakiju poznatih slankamenačkih vinara. Vlasnik, Milan Kovanić, je obezbedio mesto za oko 50 vezova, čamaca ili brodića. Pored toga, on nudi usluge obilaska Starog Slankamena svojim brodićem¹³.

Restoran „Acumincum“ – nalazi se na samoj obali Dunava. Restoran je renoviran prošle godine, tako da sada izgled restorana podseća da istoimenu tvrđavu, koja se nalazi na brdu iznad restorana, s obzirom na to da je sav u kamenu¹⁴.

Banja Stari Slankamen – Kao visoko specijalizovana zdravstvena ustanova za produženo bolničko lečenje i medicinsku rehabilitaciju, banja poseduje 350 raspoloživih kreveta¹⁵.

Brod „Kapetan“ – Brod restoran se nalazi na keju u Starom Slankamenu. Ima bogatu ponudu ribljih specijaliteta. Ono što mami turiste u ovaj brod restoran, jesu bašte restorana koje se nalaze na samom Dunavu¹⁶.

Restoran „Kej“ – U svojoj ponudi ima riblje specijalitete i specijalitete sa roštilja. Restoran raspolaže sa parkingom, zimskom baštom, a postoji i mogućnost smeštaja u 6 moderno opremljenih dvokrevetnih soba. Sala restorana raspolaže sa 120 mesta¹⁷.

Restoran „Laguna“ - Pruža mogućnost prijatnog boravka na samoj obali Dunava uz bogatu gastronomsku ponudu u dve restoranske sale pogodne za predah ili neformalan sastanak. Jedna od njih predstavlja i zimsku baštu sa pogledom na Dunav. Tu je i pristanište pogodno za goste koji dolaze ili prolaze svojim plovilom. Laguna raspolaže i sa dobro opremljenim sobama pogodnim za smeštaj svih onih koji traže autentični duh Dunava¹⁸.

Vinarija „Acumincum“ – Osnovana je 2011. godine, a naziv nosi po rimskom utvrđenju Acumincum, koje se nalazi na brdu iznad Starog Slankamena, a u prevodu znači – mesto na brdu. Vinarija se nalazi se na mestu gde je nekada postojalo tursko kupatilo, a izdvaja se po ambijentu koji predstavlja mešavinu savremene arhitekture i dizajna sa bogatom istorijom, kako vinarije, tako i Starog Slankamena. Posebno izdvajaju vina Širaz i Pinot Noir¹⁹.

¹³ Grbić, M., 2009.

¹⁴ *Ibid*

¹⁵ *Ibid*

¹⁶ *Ibid*

¹⁷ *Ibid*

¹⁸ *Ibid*

¹⁹ *Ibid*

Atelje vina „Šapat“ – Nalazi se na 5km od centra Starog Slankamena. Vinarija poseduje restoran koji je otvoren za posetioce od četvrtka do nedelje, uz prethodnu najavu dolaska. Takođe, ovde se nalaze i 2 apartmana i 4 sobe. Kapacitet vinarije je 100.000 boca, a planovi su da u narednim godinama imaju proizvodnju od 80 do maksimalnih 90.000 boca. Cela vinarija se prostire na 15ha zemljišta, od kojih je 8 pod vinogradima. Sam prostor vinarije je nesvakidašnji za Srbiju. Podeljen je u nekoliko prostorija, koje se na različitim nivoima prostiru na preko 400m². Opremljen je inovativnom enološkom tehnologijom, dok se u barik podrumu nalaze tradicionalni drveni sudovi, izrađeni od francuskog hrasta, podesni i za fermentaciju, kao i za čuvanje crvenih vina²⁰.

3.2 SWOT analiza

SWOT analiza obuhvata detaljnu analizu i pravljenje liste slabih i jakih tačaka turističke destinacije (Starog Slankamena) i analizu njihove moguće upotrebe u kontekstu šansi, kao i opasnosti utvrđenih tendencija na tržištu. SWOT analiza je neophodna radi strategijskog planiranja turističkog proizvoda Starog Slankamena, a potom i kreiranja adekvatne promocije. Ona omogućava dovođenje u ravnotežu zahteva, želja i potreba potrošača i mogućnosti turističke ponude, zatim kreiranje konkurentске prednosti i ostvarenje širokih ekonomskih, društvenih, kulturnih, političkih, ekoloških i drugih ciljeva.

²⁰ Grbić, M., 2009.

Tabela 9. SWOT analiza prirodnih i antropogenih potencijala Starog Slankamena

PREDNOSTI	NEDOSTACI
<ul style="list-style-type: none"> • Povoljan geografsko-saobraćajni položaj; • Prirodni ambijent (postojanje 2 reke: Tisa i Dunav); • Mogućnost razvoja nautičkog turizma; • Mogućnost razvoja banjskog turizma (tradicija posete i boravka u banjama, lekoviti prirodni i zdravstveni faktori, niska cena terapijskih programa); • Mogućnost razvoja izletničkog turizma (okolina Starog Slankamena sa voćnjacima i vinogradima, kao i blizina Fruške gore); • Bogato kulturno-istorijsko nasleđe (tvrđava koja je odolela vekovima, spomenik Slankamenačkoj bici, Tursko kupatilo i drugo.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljno iskorišćeni turistički resursi; • Nezadovoljavajuća opšta i turistička infrastruktura; • Nedovoljna ekološka zaštita prirodnih turističkih potencijala (nepostojanje kanti za odlaganje smeća, kao i zapuštenost mnogih lokaliteta); • Zastarelost medicinske opreme u banji; • Nedostatak strategijskog pristupa planiranju bilo kakvog vida turizma; • Neadekvatni programi edukacije za nove profile kadrova u turizmu (što je jedan od razloga zašto je zatvorena suvenirnica na obali Dunava); • Nedostatak kvalitetnih marketinških istraživanja; • Nepostojanje stabilnih finansijskih izvora; • Nedovoljna primena savremenih tehnologija; • Nestabilna politička situacija (što je problem koji je karakterističan za čitavu zemlju).
ŠANSE	PRETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Sve veća okrenutost ljudi zdravom životu i prirodi (ovu činjenicu potvrđuje postojanje vikend naselja u Starom Slankamenu); • Bolja saradnja sa ostalim naseljima koja se nalaze na Dunavu, razmena iskustava, organizovanje zajedničkih tura, kako u zemlji, tako i u inostranstvu; • Međunarodna saradnja, što znači priliv stranih gostiju; • Saradnja sa gradovima na Dunavu radi boljeg iskorišćenja potencijala ove reke u turističke svrhe; • Usavršavanje i prilagođavanje turističke ponude za domaće turiste i unapređenje domaćeg tržišta, a potom inostranog; • Državne subvencije, sponzorstva i donacije radi unapređenja turističke ponude Starog Slankamena. 	<ul style="list-style-type: none"> • Loša ukupna privredna pozicija države i postojanje svetske ekonomske krize; • Nepostojanje podrške republičkih i pokrajinskih organa vlasti u vidu značajnih ulaganja u turizam Starog Slankamena; • Nizak životni standard većine stanovništva; • Stereotipnost turističke ponude i promene mentaliteta; • Sve veća zagađenja životne sredine.

Izvor: istraživanje autora

Kada sagledamo SWOT analizu prirodnih potencijala Starog Slankamena možemo uočiti da ovo mesto ima zaista veliki potencijal i da ima više snage i mogućnosti, nego slabosti i opasnosti. Slabosti i opasnosti polaze pre svega zbog opšteg stanja krize u svetu i u zemlji, ali i zbog nedovoljne organizacije, kao i zbog nedostatka stručnog kadra koji bi se ozbiljno pozabavio unapređenjem turizma u Starom Slankamenu. Zahvaljujući velikom broju antropogenih resursa u vidu spomenika, tvrđave, Stari Slankamen zaista ima odličnu kulturnu ponudu. Međutim takvu ponudu trebalo bi obogatiti prirodnim potencijalima, kojih naravno ima. Trebalo bi turističkoj klijenteli predstaviti jedinstvenu ponudu koja može zadovoljiti i njihove kulturne, ali i njihove potrebe za prirodom i rekreacijom u njoj. Celokupan utisak je da nedostaje jedna integrisana ponuda kojom bi Stari Slankamen predstavio sve svoje potencijale. Takođe nedostaju smeštajni kapaciteti ili prostor za kampovanje koji su neophodni ukoliko želimo da nam se turisti zadrže više dana.

4. Zaključak

Sve prirodne i antropogene vrednosti Starog Slankamena i okoline predstavljaju veliki potencijal za razvoj turizma. Veoma je važno pažljivo planirati razvoj turizma kako bi se izvukla maksimalna dobit, koja bi prvenstveno pripadala lokalnom stanovništvu, kao i turistima²¹. To bi dovelo i do povećanja životnog standarda stanovništva²², njihove edukacije i uključivanje u svetske tokove, kroz posete raznim sajmovima i konferencijama u zemlji i inostranstvu. Opšte je poznato da je imidž turističke destinacije bitan činilac u procesu donošenja odluke o turističkom putovanju ali mora biti u saglasnosti sa motivima potencijalnog turista²³. Da bi turista došao u Stari Slankamen, neophodno je da za njega zna. Simbol Starog Slankamena pored spomenika Slankamenačkoj bici, jesu i vinogradi, a posebno što se izdvaja jeste posebna sorta grožđa koja se ovde uzgaja i to sa autentičnim nazivom „Slankamenka“. U Starom Slankamenu bi se mogle prodavati flaše vina ove sorte, kao jedinstven proizvod i suvenir koji bi turisti sa sobom nosili. Brendiranje ovoog proizvoda bi imalo dvostruku ulogu: za sve one koji rade na stvaranju tog proizvoda imali bi finansijsku korist, dok bi za turiste to predstavljalo vrednost i jednu od specifičnosti koju bi vezivali

²¹ Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., Vogt, C. (2005): *Residents' perceptions of community tourism impacts*, Annals of Tourism Research, 32(4), 1060.

²² Balaguer, J., Cantavella-Jorda, M. (2002): *Tourism as a longrun economic growth factor the Spanish case*, Applied Economics, 34(7), 881.

²³ Waligo, V. M., Clarke, J., Hawkins, R. (2013): *Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework*, Tourism Management, 36, 432.

za ovo mesto. Najveći uspeh u brendiranju se postiže isticanjem autentičnosti²⁴, a Stari Slankamen poseduje toliko prirodnih i antropogenih vrednosti koje su jedinstvene i koje konkurencije ne može da imitira. Veoma je bitna lojalnost brendu, a što se toga tiče zaljubljenici u vino bi svakako bili lojalni, kao i mnogi ribolovci ili nautičari, jer je Stari Slankamen pogodno mesto kako za ribolov, sportsko rekreativni turizam (za razne sportove na void). Stari Slankamen, pored svih vizuelnih vrednosti koje ga čine, treba promovisati i kao pogodno mesto za život, kroz razne programe tipa „Povratak na selo“. Zbog blizine Fruške gore, u Starom Slankamenu i okolini je gustina vazduha koja odgovara mnogim hroničnim bolesnicima²⁵. Zatim, tu je i banja, na čijoj prepoznatljivosti bi se trebalo poraditi, dodavanjem specifičnog logoa, koji će i mlade privući, da baš tu „produže svoju mladost“. Sve bi to trebalo dobro upakovati i plasirati na tržištu, a najvažnije istaći na sajtu.

Kako bi se u Starom Slankamenu razvio nautički, izletnički, lovni i robolovni turizam, ili bilo koji drugi vid turizma, koji je ovde moguće sprovesti, potrebno je pre svega zaposliti stručan kadar, kao što su turistički vodiči, ekolozi, biolozi, geografi i slično. Veoma je važno da oni šire pozitivnu sliku lokalnom stanovništvu i uvere ih da Stari Slankamen ima potencijala za razvoj turizma, a isto tako i da oni mogu imati koristi od svega toga. Da bi se došlo do toga potrebno je lokalnom stanovništvu dati ulogu domaćina, zatim njihove proizvode plasirati turistima, uključiti ih u pravljenje suvenira, kao i spremanje tradicionalne hrane i specijaliteta²⁶. U Starom Slankamenu bi se odražavale vožnje brodom, gde bi se selo i okolina prikazivali iz drugog ugla, a tu bi takođe trebalo zaposliti stručan kadar, kao i lokalno stanovništvo, koje najbolje poznaje svaki delić. Pored potencijala koje pruža Dunav za nautiku, na kopnu koje je okruženo voćnjacima i vinogradima, održavale bi se biciklističke vožnje, koje bi povezale vinarije, spomenik, kao i ostale prirodne i antropogene vrednosti. Da bi se sprovedi ovi vidovi turizma neophodno je postaviti odgovarajuću saobraćajnu signalizaciju, ucrtati tačno puteve kojima bi se išlo, kako bi turisti mogli samostalno i bez ikakvih poteškoća da ih obiđu²⁷.

Misija razvoja turizma bilo bi širenje poslovne mreže i uspostavljanju saradnje sa svim relevantnim subjektima privrednog i društvenog života koji su od značaja za jačanje turizma u Starom Slankamenu, pa i opštini Indija. Potrebno je omogućiti pružanje podrške kroz razne aktivnosti, kako subjektima

²⁴ Antić, A., Vujko, A., Gajić, T., (2015): *Tradicija kao pokretač razvoja turizma ruralnih destinacija*, Škola biznisa, Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad, 2, 11.

²⁵ Grbić, M., 2009.

²⁶ Penić, M., Dragosavac, M., Vujko, A., Besermenji, S. (2016): *Impact of active tourism on economic development- The Fruška Gora National park (North Serbia)*, Geographica Pannonica, 20(3), 190.

²⁷ Vujko, A. Plavša, J. (2014b): *Evaluation of National Park Fruška Gora (Serbia) for sport and recreational tourism*, Acta geographica Slovenica, 54(2), 330.

turističke privrede tako i lokalnom stanovništvu i udruženjima na: negovanju, čuvanju i afirmaciji kulturne baštine, običaja i tradicije, izradi suvenira, primeni standarda u proizvodnji i pripremi narodnih jela, očuvanju životne sredine i prirodnog okruženja. Pored toga, potrebno je uspostaviti marketinšku saradnju i oformiti sopstveni sajt. Veoma je važna saradnja sa Turističkom organizacijom Indije, ali isto tako i saradnja sa Turističkom organizacijom Vojvodine, koja bi kroz svoje aktivnosti usmeravala turiste baš u Stari Slankamen²⁸.

Jedan od ciljeva razvoja turizma u Starom Slankamenu bio bi podizanje nivoa životnog standarda pre svega lokalnog stanovništva, a onda i šire. To je moguće ukoliko se stanovnici uključe u formiranje Starog Slankamena kao turističke destinacije. Zatim cilj je i da se očuva životna sredina, tako da svi oblici turizma koji bi se ovde spvodili ne bi stvarali devastaciju prostora. Pored prirode, važno je i sprovesti plan kojim bi se zaštitila i očuvala dobra, antropogene vrednosti²⁹. Da bi postali vidljivi na tržištu potrebno je uvesti savremene trendove iz oblasti marketinga i komunikacije. Kada destinacija postane poznata na tržištu, neophodno je raditi na tome da se ispune sva očekivanja turista, pa čak i da se prevaziđu kako bi se turisti vrlo rado vraćali i širili pozitivnu sliku mesta. Na kraju, svakako jedan od najvećih ciljeva jeste da Stari Slankamen bude među prvim destinacijama kako Vojvodine, Srbije, tako i regiona te da kao takva bude ucrтана u turističku kartu Sveta.

Literatura

- Antić, A., Vujko, A., Gajić, T., (2015): *Tradicija kao pokretač razvoja turizma ruralnih destinacija*. Škola biznisa, Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad, 2, 9-20.
- Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., Vogt, C. (2005): *Residents' perceptions of community tourism impacts*. Annals of Tourism Research, 32(4), 1056-1076.
- Balaguer, J., Cantavella-Jorda, M. (2002): *Tourism as a longrun economic growth factor the Spanish case*. Applied Economics, 34(7), 877-884.
- Farmaki, A., Altinay, L., Botterill, D., Hilke, S. (2015): *Politics and sustainable tourism: The case of Cyprus*. Tourism Management, 47, 178-190.
- Čomić, Đ., Pjevač, N. (1997): *Turistička geografija*, Savezni centar za unapređenje hotelijerstva i ugostiteljstva, Beograd.
- Grbić, M. (2009): *Turistički potencijali Starog Slankamena*, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad.

²⁸ Farmaki, A., Altinay, L., Botterill, D., Hilke, S. (2015): *Politics and sustainable tourism: The case of Cyprus*, Tourism Management, 47, 183.

²⁹ Vujko, A. Plavša J., Petrović, M., Radovanović, M., Gajić, T. (2017): *Modeling of tourism carrying capacity in the national parks - Fruska gora (Serbia) case study*. Open Geosciences, 9/2017, pp.61-72

- Golubović, V. (1969): *Geografski prikaz Starog Slankamena*, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad.
- Gajić, T., Vujko, A. (2017): *Tourism as a potential factor of economic development - A report from Serbia*. The Second International Scientific Conference: Tourism in function of development of the republic of Serbia - Tourism product as a factor of competitiveness of the Serbian economy and experiences of other countries. University of Kragujevac, Faculty of hotel management and tourism in Vrnjačka Banja, 2. pp. 128-144.
- Petrović, M., Blešić, I., Vujko, A., Gajić, T. (2017): *The role of agrotourism impact in local community in a transition society – a report from Serbia*. Transylvanian Review of Administrative Structure Sciences. 50(1), 146-163.
- Penić, M., Dragosavac, M., Vujko, A., Besermenji, S. (2016): *Impact of active tourism on economic development- The Fruška Gora National park (North Serbia)*. Geographica Pannonica, 20(3), 181-190.
- Tosun, C. (2006): *Expected nature of community participation in tourism development*. Tourism Management, 27(3), 493-504.
- Vujko, A., Gajić, T. (2014a): *Opportunities for tourism development and cooperation in the region by improving quality supply – The Cycle Danube Route - Case study*. Economic Research, 27(1), 847-860.
- Vujko, A. Plavša, J. (2014b): *Evaluation of National Park Fruška Gora (Serbia) for sport and recreational tourism*, Acta geographica Slovenica, Vol. 54, No.2, pp. 321-334.
- Vujko, A., Gajić, T. (2014c): *The government policy impact on economic development of tourism*. Ekonomika poljoprivrede., 61(3), 789-804
- Vujko, A., Gajić, T. (2015): *Mogućnosti ravnomjernijeg turističkog razvoja uz pretpostavke pozitivnijeg uticaja na ekonomski sektor*. Anali poslovne ekonomije, 12, str. 32-47, Banja Luka.
- Vujko, A., Petrović, M., Dragosavac, M., Gajić, T., (2016): *Differences and similarities among rural tourism in Slovenia and Serbia - perceptions of local tourism workers*. Ekonomika poljoprivrede, 4/2016, 1459-1469.
- Vujko, A. Plavša J., Petrović, M., Radovanović, M., Gajić, T. (2017): *Modeling of tourism carrying capacity in the national parks - Fruška gora (Serbia) case study*. Open Geosciences, 9/2017, pp.61-72.
- Waligo, V. M., Clarke, J., Hawkins, R. (2013): *Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework*. Tourism Management, 36, 432, 353.

NATURAL AND ANTHROPOGENIC RESOURCES AS THE INITIATORS OF TOURISM DEVELOPMENT – STARI SLANKAMEN CASE STUDY

Stari Slankamen is a village in the Vojvodina Province (Northern Serbia), which administratively belongs to the municipality of Indjija in Srem district. Research for this paper was carried out mainly in the field work through visits of the facilities and by interviewing the experts. All of the information was gathered from various research papers, as well as verbally. The goal is to conclude, through the study of natural and anthropogenic values, the current situation in the observed location. The objectivity and possibilities for the implementation in accordance with their available potentials were taken into account. The goals are directed towards increasing the level of quality of the provision of services to prospective tourists as well as improving the current situation in Stari Slankamen. The survey questionnaire was used during the research. Respondents were visitors from Novi Sad and Stari Slankamen as well as the employees of the local restaurants who were asked to estimate the existing potentials for the development of tourism in Stari Slankamen. Based on the analysis of dependent and independent variables, it has been concluded that existing resources are not used properly for tourism purposes and that the prerequisites exist only if effort and resources are added towards these purposes.

Keywords: Stari Slankamen, tourism, natural and anthropogenic values