

СТРАТЕГИЈСКИ МЕНАЏМЕНТ КАО ИНСТРУМЕНТ РАЗВОЈА ОДРЖИВОГ ТУРИЗМА У СРБИЈИ

Драган Милачић¹

Originalni naučni rad

doi: 10.5937/OdrRaz2402007M

UDK: 005.21:338.48(497.11)

338.484:502.131.1(497.11)

Резиме

Развој савременог туризма, у складу са принципима одрживог развоја и еколошке одговорности, подлеже бројним недоумицама, последицама и злоупотребама. Еколошка одрживост подразумева развој усклађен с еколошким процесима, биолошким различитостима и ресурсима. Упркос тенденцијама да се туризам развија у складу са принципима еколошке одговорности, одрживи развој подразумева преузимање одговорности од стране свих који су на било који начин укључени у развој туризма. Савремени туризам се не може замислити без очуваних природних и културних ресурса и има кључну улогу у развијању свести о побољшању стања природне околине и биолошког диверзитета као и у вршењу притисака на друштво да се одлучи за прихватање политике одрживог развоја и еколошког менаџмента. Еколошки менаџмент треба да пружи одговоре о начинима испуњавања захтева потрошача у складу са еколошким захтевима окружења. Организације које се у креирању својих стратегија руководе актуелним захтевима које намеће природно окружење, проналазе нове могућности привлачења потрошача и развоја свог пословања.

Кључне речи: природно окружење, еколошки туризам, одрживи развој, менаџмент стратегије

¹ Професор струковних студија, Висока пословна школа струковних студија „Чачак“, Београд, email: milacicdragan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3380-1678

Увод

Научно-технички прогрес, развој транспортних средстава, повећање нивоа културе и нивоа стандарда, условили су разне промене у друштвеним кретањима, утичући тиме и на развој туризма. Обзиром на просечне годишње стопе раста, туризам представља привредну грану која остварује стални раст и све већи економски значај. Савремена туристичка тражња је под директним утицајем свих оних промена које се данас одвијају на туристичком тржишту. Конкуренција на туристичком тржишту, у последње време, постаје све оштрија, не само међу земљама једне регије него и међу регијама на светском, глобалном нивоу. За туристе се бори све већи број постојећих, али и нових дестинација.

Туризам као сложени систем по себи и као систем који успоставља врло бројне везе с укупним привредним и друштвеним окружењем, подручје је којим се тешко управља без посебно развијене стратегије развоја, зато све земље доносе посебне стратегије туристичког развоја. Тиме се стратешки одређује позиција туризма као посебног система или сектора у оквиру националне привреде. Стратегија се остварује предузимањем одговарајућих акција. Избор акција зависи од концепције развоја туризма, понашања актера, односно од начина функционисања привреде. У тој међузависности акције и реакције, заправо и лежи тајна одговора на питање да ли се предвиђеним акцијама или стратегијом развоја може достићи циљ и уз коју цену. Заправо избор акција које имају изгледа да остваре циљеве је битно питање сваке стратегије развоја.

Еколошки туризам подразумева развој одрживог туризма који врши минимални утицај на животну средину и локалну заједницу истовремено омогућавајући стицање прихода и нова радна места. Еколошки туризам је у суштини примена принципа одрживог развоја у туризму, односно еколошки одговорно путовање и посета у релативно очувана подручја ради уживања у природи уз унапређење заштите природе, незнатан утицај посетилаца и користан активан утицај на локално становништво.

Одрживи и еколошки туризам

Преузимајући улогу лидера и остварујући значајан удео у светском бруто националном производу и укупној запослености,

туризам је преузео и значајну одговорност у односу на економско, социјално, културно и природно окружење. Проблемима одговорности понашања свих субјеката у туризму у односу на постизање циљева одрживог развоја туризма, озбиљно су се бавиле Светска туристичка организација (WTO), Светски савет за путовања и туризам (WTTC) и друге међународне организације у области туризма. Њихов циљ је био да се утврде универзална правила понашања у области туризма прихватљива за све учеснике у развоју туризма и све државе.

Идеалан оквир за усвајање одређених смерница, пре свега у односу на заштиту животне средине, представља АГЕНДА 21, документ усвојен од стране влада 182 земље на земаљском самиту у Рију 1992. године. Светска туристичка организација доноси декларацију о туризму и миленијумске развојне циљеве. Овим документом се свим субјектима у развоју туризма, а пре свега органима влада надлежним за послове туризма, националним туристичким организацијама, пословним асоцијацијама туристичке привреде и предузећима у области туризма одређују области деловања и потребне активности у циљу очувања животне средине и развоја одрживог туризма у XXI веку. Одрживи развој у перцепцији "новог животног обрасца" не мери се параметрима економског раста, дохотком, бројем туриста и новчаним приходима или расходима итд., него економијом ресурса, нарочито природних ресурса, тј. смањењем физичког обима ресурса који се користе у развојном процесу, а тиме и смањењем степена загађивања околине (Faulkner, Moscardo, Laws, 2001).

У савременом свету, све више учесника у путовању и туризму се едукује о потреби за одрживим развојем туризма. Сарађује се са државним органима одговорним за образовање да би питања окружења и одрживог развоја ушла у националне школске програме. Сарађује се и са организацијама туристичке привреде у пружању одговарајућих знања о управљању окружењем. Организују се семинари обуке о одрживом развоју туризма. Значајне су ефикасне планске мере коришћења земљишта које максимизирају могуће еколошке и економске утицаје туризма, истовремено минимизирајући могуће еколошке или културне штете. Државни органи и туристичке организације туристички развијених земаља, сарађују са локалним и регионалним властима

задуженим за планирање, упознају их са саставним деловима одрживог туризма, воде развој туризма у посебно осетљивим и заштићеним областима, помажу локалним и регионалним властима да процене капацитет дестинација у односу на доступност ресурса (Mason, 2005).

Савремени туризам се не може замислити без очуваних природних и културних ресурса и има кључну улогу у развијању свести о побољшању стања природне околине и биолошког диверзитета као и у вршењу притисака на друштво да се одлучи за прихватање политике одрживог развоја и еколошког менаџмента. Туризам је пуно осетљивији на деградацију природног окружења него друге активности, обзиром да је окружење његов примарни ресурс. Да би се успешно развијао, туризам тражи квалитетан и незагађен простор.

Туристички производ Србије

Туристички производ Србије се заснива на богатству и разноликости природних и осталих ресурса, очуваности природне средине, великом броју културно-историјских споменика и гостољубивости становништва (Унковић, Зечевић, 2007). Најважнији туристички производи су бање са климатским лечилиштима (најзначајније и најпознатије су Врњачка бања, Сокобања, Ковиљача, Кањижа у Војводини), планине (главне планинске дестинације су Копаоник, Златибор, Дивчибаре) и административни центри (главне градске дестинације су Београд, Нови Сад, Ниш). У последње време у Србији се постепено развија и рурални туризам, који у различитим деловима добија различите форме понуде. Тако се у западном делу Србије овај производ обликује на бази ревитализације старих руралних српских кућа, док се у Војводини све више препознаје понуда салаша, као типичног војвођанског руралног искуства.

Туризам је једна од најбрже растућих привредних делатности у Србији. Према подацима Министарства туризма и омладине Републике Србије у 2023. години, укупан број долазака туриста у Републику Србију износио је 4.192.797 (повећање од 8,4% у односу на 2022. годину), од чега су 2.058.492 домаћи туристи (а смањење од 1,8%). Односно, учествовали су са 49,1% укупних долазака. Број долазака страних туриста износио је 2.134.305

(повећање од 20,4% у односу на 2022. годину), што представља учешће од 50,9% у укупним доласцима туриста. Највећи број страних посетилаца у Србију долази из суседних, али и других европских земаља. Приходи Србије од страних туриста порасли су за 127 одсто у последњих пет година. Процењује се да је Србија приход од страних туриста у 2023. години износио 2,5 милијарди евра. Девизни прилив од туризма у првом кварталу 2024. године износио је 575 милиона евра, што је за 127 одсто више него у периоду јануар-март 2019. страни гости износили су 252 милиона евра (*Извор: Министарство туризма и омладине Републике Србије*).

Према подацима Министарства туризма и омладине Републике Србије у периоду јануар-јун 2024. године укупан број долазака туриста у Републику Србију је износио 2.038.026 (раст од 10,2% у односу на исти период 2023. године), од чега су домаћи туристи чинили 1.012.126 (раст од 5,8%), односно учествовали су са 49,7% у укупним доласцима. Број долазака страних туриста износио је 1.025.900 (раст од 14,8% у односу на исти период 2023. године), што представља учешће од 50,3% у укупним доласцима туриста.

Табела 1. Доласци туриста по годинама

Година	ДОЛАСЦИ						Учешће у укупном броју долазака у Србију (у %)	
	Укупно	Индекс	Домаћи	Индекс	Страни	Индекс	Домаћи	Страни
2019.	3.689.983	107,6	1.843.432	107,2	1.846.551	108,0	49,9	50,1
2020.	1.820.021	49,3	1.374.310	74,6	445.711	24,1	75,5	24,5
2021.	2.591.293	142,4	1.720.054	125,2	871.239	195,5	66,4	33,6
2022.	3.869.235	151,8	2.096.472	131,6	1.772.763	185,5	54,2	45,8
2023.	4.192.797	108,4	2.058.492	98,2	2.134.305	120,4	49,1	50,9
01-06. 2024.	2.038.026	110,2	1.012.126	105,8	1.025.900	114,8	49,7	50,3

Извор: Министарство туризма и омладине Републике Србије

У периоду јануар-јун 2024. године остварено је укупно 5.946.591 ноћења туриста (раст од 7,8% у односу на исти период 2023.

године), од чега су домаћи туристи остварили 3.200.028 ноћења (раст од 6,3%), односно учествовали са 53,8% у укупном броју ноћења, док су страни туристи остварили 2.746.563 ноћења (раст од 9,6%) односно учествовали су са 46,2% у укупном броју ноћења.

Табела 2. Ноћења туриста по годинама

Година	НОЋЕЊА						Учешће у укупном броју долазака у Србију (у %)	
	Укупно	Индекс	Домаћи	Индекс	Страни	Индекс	Домаћи	Страни
2019.	10.073.299	107,9	6.062.921	106,8	4.010.378	109,6	60,2	39,8
2020.	6.201.290	61,6	4.936.732	81,4	1.264.558	31,5	79,6	20,4
2021.	8.162.430	131,6	5.732.833	116,1	2.429.597	192,1	70,2	29,8
2022.	12.245.613	135,6	7.306.219	127,7	4.939.394	149,3	59,7	40,3
2023.	12.440.935	101,6	6.858.331	93,9	5.582.604	113,0	55,1	44,9
Јануар-јун 2024.	5.946.591	107,8	3.200.028	106,3	2.746.563	109,6	53,8	46,2

Извор: Министарство туризма и омладине Републике Србије

Београд је у периоду јануар-јун 2024. године забележио укупно 675.334 долазака туриста (раст од 12,8% у односу на исти период 2023. године), при чему је број долазака домаћих туриста износио 94.093 (раст од 0,3%), а број долазака страних туриста је износио 581.241 (раст од 15,1%).

У бањским местима је у периоду јануар-јун 2024. године забележено укупно 293.906 долазака (раст од 9% у односу на исти период 2023. године), од чега су домаћи туристи остварили 235.996 долазака (раст од 7,6%), а страни 57.910 (раст од 15,2%).

У планинским центрима је у периоду јануар-јун 2024. године регистровано укупно 468.325 долазака туриста (раст од 16,5% у односу на исти период 2023. године). Број долазака домаћих туриста износио је 354.220 (раст од 11,2%), док је број долазака страних туриста био 114.105 (раст од 37%).

Табела 3. Доласци туриста врстама туристичких места

Јануар-јун 2024.	ДОЛАСЦИ					
	Укупно	Индекс	Домаћи	Индекс	Страни	Индекс
Бање	293.906	109,0	235.996	107,6	57.910	115,2
Планински центри	468.325	116,5	354.220	111,2	114.105	137,0
Остала места	1.338.945	109,6	467.791	103,3	871.154	113,3
Београд	675.334	112,8	94.093	100,3	581.241	115,1
Нови Сад	115.184	104,4	43.108	101,3	72.076	106,4
Ниш	69.732	101,3	34.496	99,1	35.236	103,5
Суботица	63.538	98,6	37.457	109,0	26.081	86,7

Извор: Министарство туризма и омладине Републике Србије

У Београду је у периоду јануар-јун 2024. године забележен укупан број ноћења од 1.706.754 (раст од 9,8% у односу на исти период 2023. године), при чему су домаћи туристи остварили 246.304 ноћење (раст од 10,4%), а страни 1.460.450 (раст од 9,7%).

У бањским местима укупан број ноћења туриста износио је 1.111.818 (раст од 8,4% у односу на исти период 2023. године). Код домаћих туриста је регистровано 928.218 ноћења (раст од 9,5%) а код страних туриста је регистровано 183.600 ноћења (раст од 3,2%).

У планинским местима регистровано је укупно 1.564.485 ноћења (раст од 10,3% у односу на исти период 2023. године), од чега су домаћи туристи остварили 1.244.693 ноћења (раст од 7,3%), а страни 319.792 ноћења (раст од 23,5%).

Табела 4. Ноћења туриста врстама туристичких места

Јануар-јун 2024.	НОЋЕЊА					
	Укупно	Индекс	Домаћи	Индекс	Страни	Индекс
Бање	1.111.818	108,4	928.218	109,5	183.600	103,2
Планински центри	1.564.485	110,3	1.244.693	107,3	319.792	123,5
Остала места	3.440.635	107,5	1.158.788	104,7	2.281.847	109,0
Београд	1.706.754	109,8	246.304	110,4	1.460.450	109,7
Нови Сад	277.903	101,1	78.110	94,7	199.793	103,9
Ниш	162.422	114,5	87.850	128,8	74.572	101,2
Суботица	146.425	94,6	76.467	106,9	69.958	84,0

Извор: Министарство туризма и омладине Републике Србије

Табела 5. Страни туристи по земљама из којих долазе

	ДОЛАСЦИ		НОЋЕЊА	
	Јануар-јун 2024.	Индекс	Јануар-јун 2024.	Индекс
УКУПНО СТРАНИХ ТУРИСТА	1.025.900	114,8	2.746.563	109,6
Аустрија	19.911	106,5	48.519	103,3
Босна и Херцеговина	81.674	108,0	179.999	107,9
Бугарска	62.468	129,1	120.822	127,2
Грчка	31.723	115,3	69.736	112,5
Италија	23.289	112,7	73.856	123,1
Мађарска	25.228	112,1	61.790	119,0
Немачка	48.942	103,2	121.295	103,7
Пољска	22.316	115,5	43.971	108,6
Северна Македонија	58.331	106,1	145.086	103,2
Румунија	45.413	111,5	123.052	108,3
Руска Федерација	90.435	106,2	307.151	88,7
Словенија	41.264	105,9	83.083	103,9
Турска	87.971	130,4	277.524	127,9
Велика Британија	16.162	120,9	45.908	120,3
Француска	15.039	102,3	42.655	108,2
Холандија	13.270	107,3	30.159	105,0

	ДОЛАСЦИ		НОЋЕЊА	
	Јануар-јун 2024.	Индекс	Јануар-јун 2024.	Индекс
Хрватска	59.594	118,5	125.380	119,6
Црна Гора	45.861	106,3	115.959	105,8
Сједињене Америчке Државе	21.331	111,3	66.381	110,0
Кина	63.799	169,6	165.271	126,8

Извор: Министарство туризма и омладине Републике Србије

У 2023. години највећи пораст броја долазака страних туриста забележен је код туриста из Кине (укљ. Хонг Конг) (пораст од 182,7%), а највећи пораст броја ноћења забележен је код туриста из Аустралије (пораст од 57,6%).

Еколошки туризам у Србији

Степен развоја еколошког туризма у Србији није на задовољавајућем нивоу, разлози за то су недовољно развијени центри еколошког туризма, као и недостатак праве кампање за подизање свести код људи о еколошком туризму. Србија поседује велике потенцијале за развој еколошког туризма:

- 5 националних паркова;
- 1 резерват биосфере;
- 120 резервата природе;
- 20 паркова природе;
- око 470 споменика природе и
- 215 биљних и 427 животињских врста које су означене као биљне реткости.

Основу за развој еколошког туризма, као тржишне нише српског туризма, представљају заштићена природна добра. До сада је заштићено 418 природних добара – 5 националних паркова; 19 паркова природе; 9 предела изузетних одлика и лепоте; 71 резерват природе; 322 споменика природе и 45 природних добара са историјским и културним карактеристикама. Такође, по различитим основама, стављено је под заштиту и: 215 биљних и 427 животињских врста. Развој еколошког туризма, онако како је дефинисан у међународним оквирима у Србији је у повоју.

Добро очувана природа је једна од фундаменталних конкурентских предности развоја туризма у Србији. Љубитељима природе нуде се бројни изазови у националним парковима, резерватима природе и пећинама широм Србије. У Србији постоји пет националних паркова: Ђердап, Тара, Фрушка Гора, Копаоник и Шар планина (Мандић, 1999). За сваки од њих основано је посебно јавно предузеће ради управљања. Својим укупним вредностима национални паркови надилазе границе Србије и укључени су у Европску Федерацију Националних паркова-EUROPARK. Србија поседује један резерват биосфере Голија-Студеница и 120 резервата природе од којих су најпознатији: Делиблатска пешчара, Ђавоља варош, Карађорђево, Власинско језеро. У овој групи издвајају се и подручја заштићена по Рамсарској конвенцији. У Србији постоје три таква подручја: Обедска бара, Царска бара и Лудашко језеро који се налазе на UNESCO-вој листи међународно значајних влажних станишта.

Посебан сегмент туристичке понуде чине пећине. Због богатог пећинског накита и лепоте природних појава интересантне су за посете туриста. Највећа концентрација пећина је у Источној Србији. За туристичке посете тренутно је уређено седам пећина. Најпознатије су: Ресавска, Злотске пећине, Рајкова, Потпећка и Стопића пећина (Мандић, 1999).

У Србији не постоји системски и програмски уређено тржиште еколошког туризма. Екотуризам се одређује веома широко као "повратак природи", "велика авантура" или "културна искуства у унутрашњости" и сл. Туристи све више показују спремност и жељу да се упусте у различите доживљаје у срединама које одликује висок ниво еколошке свести. Рекреативне активности су бројне и све пожељније, тражи се просечан смештај и ставља се све већи акценат на активности на отвореном. Екотуризам за туристе у Србији представља низ туристичко - рекреативних активности, као што су: пешачење, јахање, трчање, вожња бициклом, прикупљање лековитог биља у пратњи водича и др. За овај облик туризма изузетно су интересантни простори са очуваном флором и фауном тј. заштићени предели и на њима је могуће разгледање и природних вредности.

Развојем туризма у будућности, туризам у заштићеним деловима ће добијати све више на значају јер природне реткости изазивају велико интересовање туриста, а са погоршавањем животних услова у човековој средини облици заштићене природе добијају велики здравствени и рекреативни значај. На подручју Србије постоји велики број подручја који имају изванредне услове за еколошког туризма. Богатство биљног и животињског света и природне реткости су прави мотив за еко-туризам који последњих година узима маха у целом свету. Усвајање концепта одрживог развоја и управљања еколошким туризмом, уз коришћење искустава других земаља, може допринети одговарајућем позиционирању Србије као екотуристичке дестинације на међународном туристичком тржишту.

Стратегија као инструмент развоја еколошког туризма

У циљу управљања развојем организација, привредних грана и сектора као и привреде у целини, често се израђују посебни програми и развојна решења, која се називају стратегије. Под стратегијом се најчешће подразумевају различити програми и настојања како би се антиципирале могуће претње и утицаји из окружења које имају утицај на развој система, као и могуће акције и одговори на изазове промена које настају у самом систему или организацији (Машић, 2021). На нивоу националне привреде и појединих сектора израђују се националне стратегије привредног развоја, тј. дефинишу се програми који садрже одговор на изазове и ограничења које постављају унутрашњи развојни проблеми и међународно окружење у којем се земља или поједини привредни сектор или подручје налази, као и начине на које ће се тим изазовима прилагодити, тако да се искористе развојни потенцијали земље.

Туризам као сложени систем по себи и као систем који успоставља врло бројне везе с укупним привредним и друштвеним окружењем, подручје је којим се тешко управља без посебно развијене стратегије развоја, зато све земље доносе посебне стратегије туристичког развоја. Тиме се стратешки одређује позиција туризма као посебног система или сектора у оквиру

националне привреде. Под стратегијским управљањем туристичком дестинацијом подразумевамо избор одговарајућег пута којим туристичка дестинација треба дугорочно осигурати конкурентску позицију на туристичком тржишту као и план акција на основу антиципираних услова у окружењу, а све с циљем да се прилагоди тржишним условима и да би се остварили дефинисани циљеви пословања (Dulčić, 2001).

Стратегијом развоја туризма валоризује се:

- национално и међународно окружење, односно развојни импулси који утичу на развој туризма,
- путеви на којима се може постићи ефикасна употреба ресурсне основе за туристички развој,
- инструменти који су погодни за управљање туристичким системом, како би се остварили постављени циљеви, а систем прилагођавао изазовима којима је изложен у процесу функционисања, и
- могућности туризма да допринесе остваривању националних развојних циљева (Hall, 2008).

На основу наведеног, може се дефинисати стратегија развоја туризма као програм, односно скуп различитих активности усмерених прилагођавању туризма условима у окружењу и критеријумима ефикасног коришћења развојних ресурса, с циљем да развој туризма даје оптималан допринос остваривању националних развојних циљева.

Стратегија туристичког развоја се остварује предузимањем одговарајућих акција. Избор акција зависи од концепције развоја туризма, понашања актера, односно од начина функционисања привреде. У тој међузависности акције и реакције, заправо и лежи тајна одговора на питање да ли се предвиђеним акцијама или стратегијом развоја може достићи циљ и уз коју цену. Заправо избор акција које имају изгледа да остваре циљеве је битно питање сваке стратегије развоја.

Стратегија развоја туризма као и свака друга стратегија полази од одређених претпоставки о понашању актера и функционисању система којим се намерава управљати. Стога стратегију треба

посматрати као јединство претпоставки и програма акција. Научна сазнања омогућавају нам да обликујемо стратегије које се у конкретним условима могу остварити. Стога су научне анализе првенствено усмерене на проверу реалности и истинитости претпоставки на којима се гради стратегија или програм акција, као и реалности циљева и путева за њихово остваривање (Hall, 2008). Стратегије се могу дефинисати и за реализацију циљева развоја, али и за промену одређене концепције развоја. Ту се ради о стратегијама са два потпуно различита крајња циља. Примењено на туризам, у првом случају ради се о стратегији развоја туризма за дате, конкретне услове, а у другом случају о стратегији подстицања промена самих услова развоја, односно концепције развоја туризма. У пракси се често ти приступи преплићу (Ћеровић, 2002).

Избор стратегије туристичког развоја значи избор циљева и акција као и инструмената којима ће се постићи стратегијски циљеви. У реалном развојном процесу стратегијски циљеви туристичког развоја могу се постићи различитим акцијама. Стога се проблем туристичког развоја разматра и као проблем избора, и то најпре циљева, а затим акција које ће се предузимати ради остваривања тих циљева и инструмената деловања на понашање актера (Hodgson, 1987). Стратегија туристичког развоја је усмеравајући документ, како за економске субјекте тако и за политику развоја. Она упућује на подручја према којима развојна политика треба развити инструменте и деловања који ће усмерити понашање и развој у складу са стратегијским циљевима.

Закључак

Савремено друштво је све више суочено са проблемом очувања животне средине, тако да је постало неопходно да се начин производње и коришћења природних ресурса, као и концепт понашања и потрошње готових производа усклади са захтевима њеног очувања. Туризам као привредна грана, својим брзим и масовним развојем последњих деценија, као и интензивним коришћењем ресурса, утицао је у великој мери на загађење животне средине, доносећи бројне негативне последице на природно окружење. Са друге стране, очувана и здрава животна и

природна средина, која поседује висок квалитет и атрактивност, један је од најважнијих услова и фактора успешности развоја туризма. Такве чињенице наметнуле су и потребу да заштита животне средине постане основна и нужна компонента развоја туризма која се мора успоставити кроз одрживи развој туризма на свим нивоима, укључујући и на нивоу туристичких и хотелских предузећа.

Еколошко одрживо пословање представља данас водећи тренд у свету и један од основних критеријума за мерење успешности пословања, као и значајан фактор друштвеног развоја. Популарност екологије и заштите животне средине све више расте из године у годину и међу туристима је све већа потражња за облицима туризма који активно штите животну средину и примењују еколошко одрживо пословање. Добро очувана природа је једна од фундаменталних конкурентских предности развоја туризма у Србији.

Литература:

1. Faulkner, B., Moscardo, G., Laws, E. (2001). *Tourism in the Twenty-First Century: Reflections on Experience*. London, New York: Continuum.
2. Мандић, Р. (1999). *Природна баштина Југославије*. Технократија, Београд
3. *Odgovorni i održivi razvoj turizma*, (2001) Cenort, Beograd
4. Mason, P. (2005). *Tourism Impacts, Planning and Management*, Elsevier Ltd, England
5. Genov, G. (2008). *Turizam posebnih interesa, selektivni oblici turizma, priručnik*, Čugura Print, Beograd
6. Унковић, С., Зечевић, Б. (2007). *Економика туризма*, Економски факултет. Београд
7. Милачић, Д. (2006). *Стратегија развоја урбаног туризма у Србији* (докторска дисертација). Универзитет Браћа Карић. Факултет за трговину и банкарство. Београд
8. Милачић, Д. (2015). Еколошки маркетинг и стварање конкурентске предности. *Ecologica: naučno stručni i informativni časopis*. 80, стр. 775-780.

9. Милачић, Д., Живковић, С., Живковић, А. (2012). Управљање стратешким променама у савременим организацијама *Ekonomika*, Ниш. 58(3), 67-72.
10. Dašić, G., Anufrijević, A., **Milačić D.** (2019) „Advantages, challenges and weaknesses of spa tourism in Serbia“ *4th International Thematic Monograph - Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era, Belgrade.*
11. Машић, Б. (2021). *Стратегијски менаџмент: основе, процеси и концепти*. Дата статус
12. Dulčić, A. (2001) *Upravljanje razvojem turizma*. Mate, Zagreb
13. Hall, C.M. (2008) *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Pearson Education, London.
14. Čerović, S. (2002) *Strategijski menadžment turističke privrede Srbije*. Želnid, Beograd
15. Hodgson A. (1987) *The Travel and Tourism Industry - Strategies for the Future*. Pergamon Press, London
16. Godfrey, K., Clarke, J. (2000). *The Tourism Development Handbook: A Practical Approach to Planning and Marketing*. London, New York: Cassell
17. Миленовић, Б. (2000). *Еколошка економија*, Факултет заштите на раду, Универзитет у Нишу
18. Bakić, O. (2009). *Marketing menadžment turističke destinacije*. Sremska Kamenica: Univerzitet Educons
19. WTO (2007) *Sustainable Development For Tourism Destinations*, WTO
20. Министарство туризма и омладине републике Србије

STRATEGIC MANAGEMENT AS AN INSTRUMENT FOR THE DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM IN SERBIA

Dragan Milačić²

Abstract

The development of modern tourism, by the principles of sustainable development and ecological responsibility, is subject to numerous doubts, consequences, and abuses. Ecological sustainability implies harmonious development with environmental processes, biological diversity, and resources. Despite the tendency to develop tourism by the principles of environmental responsibility, sustainable development implies the assumption of responsibility by all who are involved in the development of tourism in any way. The tourism industry of Serbia, as well as all institutions in the field of tourism, is faced with the task of establishing sustainable and responsible development to preserve all essential values of the natural and social environment as part of the tourist product and achieve the necessary balance in meeting the needs of tourists. Environmental management should provide answers on ways to meet consumer demands and the ecological requirements of the environment. Organizations that, in creating their strategies, are guided by the current requirements imposed by the natural environment, find new opportunities to attract consumers and develop their business.

Keywords: *natural environment, ecological tourism, sustainable development, management strategy*

Datum prijema / Date of arrival: 11.08.2024.

Datum prihvatanja / Accepted date: 06.10.2024.

² Professor of Vocational Studies, Visoka poslovna škola strukovnih studija Čačak, Belgrade, Serbia. Email: milacidrigan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3380-1678