

SOCIJALNI EKOTURIZAM KAO SREDSTVO ZA DOSTIZANJE EKOLOŠKI I DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

Nikola Todorović¹, Marija Belij Radin², Dobrica Jovičić³

Apstrakt: Narušavanje životne sredine, društvena nejednakost i ugrožavanje radničkih prava su pojave čijem opstanku i jačanju u savremenom društvu umnogome doprinose određeni nepovoljni aspekti privrednih aktivnosti, odnosno sprovođenje poslovnih politika usmerenih isključivo na dobit. Prepoznavanje sopstvene uloge u pomenutim pojavama navodi odgovorna preduzeća da preduzimaju određene aktivnosti na polju ublažavanja svojih nepovoljnih uticaja, što predstavlja znak njihove posvećenosti održivom poslovanju. Iako pojedinci unutar preduzeća a znatno ređe i čitava preduzeća mogu inicirati, odnosno sprovesti ovakve aktivnosti iz altruističkih razloga, spoljni pritisak javnosti i posebno poslovnog okruženja predstavlja preovlađujući podsticaj posvećenosti većine preduzeća. Korporativna društvena odgovornost (CSR) podrazumeva dobrovoljno ispravno postupanje prema zaposlenima, partnerima, društvu u celini i životnoj sredini, odnosno posvećenost iznad nivoa koji je propisan zakonom. Kriterijumi ekoloških, društvenih i upravljačkih pitanja (ESG) obuhvataju niz standarda nezvanih za finansijsku uspešnost čije je ispunjenje neophodno kako bi preduzeća mogla da budu deo lanca snabdevanja preduzeća iz Evropske unije i poželjno odredište za investicije i kredite, odnosno zaposlene i kupce. Socijalni turizam podrazumeva omogućavanje turističkih kretanja ljudima iz društvenih grupa koje iz ekonomskih ili drugih razloga imaju smanjenu mogućnost učestvovanja u turizmu. Ekoturizam obuhvata putovanja u očuvane prostore prirode koja doprinose njenoj zaštiti, dobiti lokalnih zajednica i obrazovanju turista. Kombinovanje ovih pristupa turizmu kroz proizvode organizatora putovanja i pružalaca usluga smeštaja, a uz podršku državne socijalne politike, može značajno doprineti usklađivanju poslovanja sa konceptima CSR i ESG, što sa sobom nosi niz koristi i ujedno doprinosi ostvarivanju održivog razvoja turizma i društva u celini. Potpuna transparentnost ovakvih aktivnosti predstavlja osnovni preduslov za sprečavanje ekološke i manipulacije društvenim pitanjima u cilju dovođenja javnosti u zabludu o povoljnim uticajima preduzeća na okruženje.

Ključne reči: socijalni turizam, ekoturizam, CSR, ESG, održivi razvoj

SOCIAL ECOTOURISM AS AN INSTRUMENT FOR ACHIEVING ENVIRONMENTALLY AND SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS

Abstract: Environmental degradation, social inequality, and the violation of labour rights are phenomena significantly perpetuated and strengthened in modern society by certain unfavorable aspects of economic activities, namely the implementation of business policies

¹ Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Studentski trg 3/3, Beograd, nikola.todorovic@gef.bg.ac.rs, ORCID: 0000-0002-8688-5828

² Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Studentski trg 3/3, Beograd, marija.belij@gef.bg.ac.rs, ORCID: 0000-0002-8227-0420

³ Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Studentski trg 3/3, Beograd, dobrica.jovicic@gef.bg.ac.rs, ORCID: 0000-0003-2666-0093

solely focused on profit. Recognising their own role in these phenomena prompts responsible enterprises to undertake certain activities aimed at mitigating their adverse impacts, which signifies their commitment to sustainable business practices. While individuals within companies, and much less frequently entire enterprises, may initiate or carry out such activities for altruistic reasons, external pressure from the public and especially the business environment represents the predominant incentive for the dedication of the majority of companies. Corporate social responsibility (CSR) entails voluntary ethical conduct towards employees, partners, society at large, and the environment, exceeding the level prescribed by law. Environmental, social, and governance (ESG) criteria encompass a range of standards unrelated to financial performance, compliance with which is necessary for companies to be part of the supply chain for European Union companies and a desirable destination for investments, loans, employees, and customers. Social tourism involves enabling tourism movements for people from social groups who, due to economic or other reasons, have limited opportunities to participate in tourism. Ecotourism involves travel to preserved natural areas that contribute to their protection, the well-being of local communities, and tourist education. Combining these approaches to tourism through the products of tour operators and accommodation providers, with the support of state social policies, can significantly contribute to aligning business with CSR and ESG concepts, bringing a range of benefits and simultaneously contributing to achieving sustainable development of tourism and the society as a whole. Full transparency of such activities is a fundamental prerequisite for preventing greenwashing and social washing aimed at misleading the public about the favourable impacts of companies on the environment.

Keywords: social tourism, ecotourism, CSR, ESG, sustainable development

UVOD

Koristi koje od savremenog turizma imaju destinacije sa svojim lokalnim stanovništvom, države i naravno sami učesnici u turističkim kretanjima dobro su poznate i istražene. Ipak, uprkos masovnosti fenomena turizma, veliki broj ljudi širom sveta iz različitih razloga ne uzima učešće u turističkim kretanjima. Udeo neučesnika je čak i u evropskim zemljama na visokom nivou, pri čemu se kao primeri mogu uzeti susedna Bugarska u kojoj preko 70% starijih od 14 godina na godišnjem nivou ne preduzme nijedno putovanje koje podrazumeva ostvarivanje noćenja, dok u Hrvatskoj i Mađarskoj neučesnici čine oko polovine stanovništva starijeg od 14 godina (Tabela 1). Udeo neučesnika nije zanemarljiv ni u visokorazvijenim državama poput Slovenije i Nemačke, gde oni čine oko trećine stanovništva.

Tabela 1. Neučestvovanje u turizmu i razlozi za to u odabranim evropskim zemljama (2022).

Zemlja	Neučesnici	Stariji od 64 godine	Novac	Zdravlje	Porodica	Nezainteresovanost
Hrvatska	51,80	80,69	41,15	32,59	18,91	20,82
Slovenija	33,93	59,13	31,44	27,08	5,80	20,32
Bugarska	72,20	88,50	53,26	21,79	13,61	1,76
Mađarska	47,50	59,85	24,49	22,35	4,73	5,10
Nemačka	30,53	47,68	27,08	29,90	17,97	30,91
Norveška	10,88	17,14	27,98	13,04	6,00	18,60

Napomena: Neučesnicima se smatraju osobe koje u protekloj godini nisu ostvarile nijedno putovanje koje podrazumeva bar jedno noćenje. U prvoj koloni je prikazan udeo stanovništva starijeg od 14 godina koje ne učestvuje u turizmu. U drugoj koloni je prikazan udeo starijih od 64 godine koji ne učestvuju u turizmu. U ostalim kolonama je prikazan udeo neučesnika starijih od 14 godina koji dati razlog navode kao jedan od glavnih zbog kojih ne učestvuju u turizmu.

Izvor: Eurostat (2024a, 2024b)

Pored propuštene prilike za većim ekonomskim efektima za turističku privredu i čitave prostorne celine, neučestvovanje dovodi do gubitka ličnih koristi od preduzimanja turističkih putovanja, poput promene svakodnevice, odmora, sticanja novih saznanja i rasterećenog provođenja vremena sa bliskim osobama. Takođe, dugoročna nemogućnost određenih kategorija stanovništva da usled novčanih, zdravstvenih, porodičnih ili drugih okolnosti učestvuju u turizmu, iako bi to želeli, doprinosi društvenom raslojavanju i jačanju osećaja isključenosti iz društvenih tokova. Sa druge strane, koristi koje ekonomski ugroženi pojedinci imaju nakon učestvovanja u socijalnom turizmu ogledaju se u jačanju samopouzdanja, unapređenju porodičnih odnosa i proaktivnijeg odnosa prema životu, što uključuje i obrazovanje (Minnaert, Maitland & Miller, 2011). Ipak, Diekmann & Haukeland (2024) podsećaju da nemaju svi neučesnici iz manje privilegovanih društvenih grupa želju da učestvuju u turizmu. Odsustvo zainteresovanosti za turistička kretanja prisutno je i u delu opšte populacije, što ilustruju primeri evropskih zemalja navedenih u Tabeli 1. Ukoliko se pitanja odsustva turističke potrebe, kao izuzetno složenog polja proučavanja, i mogućnosti države da utiče na njenu pojavu trenutno ostave po strani, aktivnosti usmerene na otklanjanje prepreka sa kojima se suočavaju zainteresovani pripadnici pomenutih društvenih grupa dolaze u prvi plan. Socijalni turizam sa svim svojim oblicima predstavlja odgovor društva na pomenute poteškoće, a u cilju ostvarivanja društvenih i privrednih koristi od uključivanja što većeg udela stanovništva u turizam kao jedan od glavnih oblika provođenja slobodnog vremena u savremenom svetu.

U koristi od socijalnog turizma ubraja se i njegov doprinos ublažavanju sezoničnosti prometa, s obzirom na to da programi socijalnog turizma često podrazumevaju preduzimanje putovanja van vrhunca sezone (Fernández-Morales, McCabe & Cisneros-Martínez, 2023). Pomenuti autori su na primeru primorskog turizma u Španiji takođe ustanovili da programi socijalnog turizma mogu učiniti destinacije otpornijima na spoljne uticaje. Socijalni turizam može biti i ekološki prihvatljiviji. Rastuća svest o negativnim uticajima turizma, a posebno vazdušnog saobraćaja, na životnu sredinu, može dovesti do napretka domaćeg turizma (Diekmann & Haukeland, 2024), koji uglavnom podrazumeva prevlađivanje manjih razdaljina, i to kopnenim putem. Usmerenost država na razvoj socijalnog turizma, koji je gotovo uvek povezan sa domaćim, stoga ima i prateće pozitivne uticaje na očuvanje svetske klime.

Minnaert, Maitland & Miller (2011) ističu da su vlade stalno u potrazi za načinima da unaprede dobrobit svojih građana, ali i za modelima koji bi im omogućili smanjenje izdataka vezanih za pružanje ovih usluga. Socijalni turizam koji državu ne košta puno ili zahvaljujući podsticanju lokalnog privrednog razvoja podrazumeva povrat datog novca kroz poreze ili smanjenje izdataka za nezaposlene predstavlja jedno od mogućih rešenja. Značajnu podršku u ovom procesu državi mogu pružiti privatna preduzeća kroz savremene prakse koje doprinose kako društvenom razvoju tako i uspešnosti poslovanja tih preduzeća. Kao korist koja nije neposredno povezana sa socijalnim turizmom, doprinos preduzeća očuvanju i unapređenju životne sredine takođe predstavlja sastavni deo ovih praksi, što otvara mogućnost za ostvarivanje raznorodnih koristi za opšti razvoj kroz povezivanje socijalnog i ekoturizma.

EKOLOŠKI I DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

Društveno odgovorno poslovanje (DOP), poznato i kao CSR, što predstavlja akronim engleskog izraza korporativna društvena odgovornost (engl. *corporate social responsibility*) predstavlja otelotvorenje shvatanja da preduzeća u savremenom svetu pored odgovornosti da stvore dobit imaju i odgovornost prema okruženju u kojem posluju, kako društvenom tako i prirodnom (Smart kolektiv, 2014). Podrazumeva dobrovoljno ispravno postupanje prema zaposlenima, partnerima, društvu u celini i životnoj sredini, odnosno posvećenost iznad nivoa koji je propisan zakonom (Dajankac, 2023). Legendre, Ding & Back (2024) navode da je postojeća literatura saglasna da preduzimanje aktivnosti iz domena korporativne društvene odgovornosti doprinosi uspešnijem poslovanju ugostiteljskih preduzeća.

Kriterijumi ESG (engl. *environmental, social and governance*), odnosno kriterijumi ekoloških, društvenih i upravljačkih pitanja (KEDUP) obuhvataju niz činilaca vezanih za životnu sredinu, društvena i upravljačka pitanja koje preduzeća uzimaju u obzir prilikom upravljanja svojim poslovanjem a investitori kod donošenja odluka o ulaganjima (IFC, 2021). Potrebno je naglasiti da ne postoji opšteprihvaćeni spisak činilaca koji se razmatraju u okviru kriterijuma ESG, već da postoje različite metodologije koje mogu poslužiti kao okvir za ispunjenje ovih standarda (Mišković, Damnjanović & Marinović, 2023). Potrebno je istaći da KEDUP nisu povezani sa finansijskom uspešnošću preduzeća, koju interesne strane razmatraju posebno. Za preduzeća iz Srbije je posebno značajna činjenica da je Evropska unija od 2024. godine uvela obavezu preduzećima na svojoj teritoriji da prilikom saradnje sa preduzećima izvan EU moraju da sprovedu dubinsku analizu poslovanja tih preduzeća na osnovu KEDUP (NALED, 2023). Kako bi se uskladila sa ovim zahtevima i ostala u lancima snabdevanja velikih evropskih preduzeća, malim i srednjim preduzećima u Srbiji potrebni su različiti sistemi podrške, što podrazumeva i snažnije povezivanje nauke i poslovanja (NALED, 2024).

Ekološka ili pitanja vezana za životnu sredinu odnose se na klimatske promene, iscrpljivanje resursa, zagađenje, upravljanje otpadom, potrošnju vode, korišćenje zemljišta, gubitak biodiverziteta, potrošnju energije, uvođenje inovativnih proizvoda i usluga sa umanjenim uticajem na životnu sredinu, kao i brojne druge činioce (IFC, 2021). Društvena pitanja odnose se na elemente poput stvaranja radnih mesta, uslova rada, jednakosti prilika, raznolikosti, obučavanja, uticaja na lokalne zajednice, ljudskih prava, rodno zasnovanog nasilja i uznemiravanja, društvenih uticaja proizvoda, usluga i celokupnog poslovanja preduzeća. Upravljačka pitanja obuhvataju teme poput strukture organa upravljanja, etičkog kodeksa preduzeća, upravljanja rizicima, korupcije, sukoba interesa, transparentnosti i izveštavanja (Mišković, Damnjanović & Marinović, 2023).

Nakon razmatranja koncepata DOP i KEDUP, mogu se uočiti izvesna preklapanja između ovih pristupa održivom i odgovornom poslovanju, pri čemu sličnosti postoje i sa drugim okvirima koji nisu predmet ovog rada, poput Ciljeva održivog razvoja UN. Umesto usredsređivanja na konceptualne razlike između navedenih okvira, Mišković, Damnjanović & Marinović (2023) predlažu usmeravanje pažnje na njihove sličnosti, s obzirom na to da su ovi okviri komplementarni. Njihov ovakav odnos omogućuje da sprovođenje jedne aktivnosti istovremeno doprinosi ispunjenju standarda iz različitih okvira, zbog čega ih ne treba posmatrati kao suprotstavljene pristupe.

MODELI SOCIJALNOG TURIZMA

Uzimajući u obzir raznolikost aktivnosti koje se danas u različitim kontekstima podvode pod socijalni turizam, Minnaert, Maitland & Miller (2011) izdvajaju četiri shvatanja ove pojave, označavajući ih kao modele učestvovanja, uključivanja, prilagođavanja i podsticanja.

Model učestvovanja podrazumeva ohrabrivanje ekonomski ili u drugom smislu oslabljenih osoba da učestvuju u turističkim kretanjima, pri čemu je proizvod koji im se nudi isti kao onaj koji se nudi opštoj populaciji. Jedan od pristupa u okviru ovog modela podrazumeva da preduzeća davanjem popusta na usluge prevoza, smeštaja i posete atrakcijama za korisnike iz osetljivih društvenih grupa unapređuju svoj imidž percipiran od strane potencijalnih turista i javnosti uopšte. Pored osnovne vrednosti koja se stvara doprinosom društvenom razvoju i dodatne vrednosti koja proističe iz veće privlačnosti preduzeća za korisnike, druga preduzeća i državne organe, ovakvim aktivnostima se stvara neposredna ekonomska korist kroz povećanje obima svog poslovanja.

Model uključivanja podrazumeva ohrabrivanje svih pripadnika društva da uzmu učešće u turizmu, pri čemu se kao i kod modela učestvovanja svima nudi isti proizvod. Razvijanje sistema vaučera za plaćanje turističkih usluga predstavlja jedan primer u

okviru ovakvog shvatanja. Ove sisteme mogu razvijati preduzeća, pri čemu svaki radnik dobrovoljno odvajajući deo zarade svakog meseca stvara svoj fond, koji preduzeća zatim dopunjuju, ostvarujući kao sopstvenu korist umanjeње poreza (Minnaert, Maitland & Miller, 2011). Sisteme vaučera u turizmu primenjuju i države, prvenstveno u cilju podsticanja razvoja domaćeg turizma. Uprkos tome što nije dostupan svima, program vaučera za odmor u Srbiji se zbog brojnosti kategorija stanovništva koje mogu da učestvuju u njemu u većoj meri može označiti kao oblik modela uključivanja uz elemente modela učestvovanja.

Model prilagođavanja podrazumeva da se u okviru socijalnog turizma stvaraju posebni proizvodi koji su usklađeni sa potrebama ugroženih kategorija stanovništva. Ovakav pristup podrazumeva kapacitete koji su prilagođeni u fizičkom, sadržajnom i finansijskom smislu. Mogu biti namenjeni starima, porodicama sa decom koja imaju poteškoće u učenju, deci sa hroničnim bolestima, jednoroditeljskim porodicama i drugim grupama stanovništva kojima je učestvovanje u turizmu otežano (Minnaert, Maitland & Miller, 2011).

Model podsticanja podrazumeva doprinos turizma društvenom razvoju kroz njegovo odvijanje u ekonomski ugroženim prostorima, čime se lokalnom stanovništvu pruža prilika za zaposlenje i zaradu. Socijalni karakter ovakvog turizma je još više naglašen u slučaju zapošljavanja pripadnika dodatno ugroženih društvenih grupa, poput samohranih roditelja ili osoba sa trajno narušenim zdravljem. Razlika između modela podsticanja i ostalih navedenih modela ogleda se u grupi ljudi koja prima društvene koristi, pri čemu se kod modela podsticanja radi prvenstveno o lokalnom stanovništvu, a kod ostalih modela o turistima. U kontekstu ovog pristupa, oblasti koje su ranjive u privrednom smislu, pored nedovoljno razvijenih područja, obuhvataju i turističke destinacije koje se odlikuju naglašenim sezonskim karakterom prometa. Koncentracija najvećeg broja turista i njihovih noćenja u jednom, najčešće kraćem delu godine dovodi do neiskorišćenosti kapaciteta i sa tim povezane smanjene potrebe za radnom snagom u vansezoni, što pogađa lokalnu zajednicu u ekonomskom, a potom i u društvenom smislu. Novčano podsticanje socijalno ugroženih grupa da van vrhunca sezone posete ove destinacije doprinosi kako finansijskom rasterećenju pripadnika ovih kategorija stanovništva tako i stvaranju dodatne poslovne aktivnosti turističkim preduzećima. Navedeni povoljni uticaji ukazuju na dvostruku korisnost ovog pristupa, odnosno doprinos ostvarivanju razvojnih ciljeva vezanih kako za lokalno stanovništvo tako i za turiste.

Navedeni četvoromodelni okvir biće korišćen u ovom radu prilikom razmatranja načina na koje preduzeća mogu doprineti razvoju socijalnog ekoturizma, čime bi ujedno ostvarivala svoje ciljeve vezane za društveno odgovorno poslovanje (DOP) i kriterijume ekoloških, društvenih i upravljačkih pitanja (KEDUP).

SADEJSTVO DRUŠTVENE I EKOLOŠKE ODGOVORNOSTI

Promišljeno usmeravanje tokova socijalnog turizma u prostore očuvane prirode kroz doprinos njenoj zaštiti, dobrobiti lokalnih zajednica i obrazovanju turista pruža priliku preduzećima da istovremeno doprinose društvenom razvoju i zaštiti životne sredine. Nosioci razvoja različitih oblika socijalnog ekoturizma mogu biti kako preduzeća turističke privrede kroz prilagođavanje svoje delatnosti tako i ostala preduzeća kroz svoje programe društveno odgovornog poslovanja. U nastavku su razmotrene neke mogućnosti ovakvog delovanja, pri čemu su uzeta u obzir različita shvatanja socijalnog turizma.

– Značajno umanjeње cena smeštaja i atrakcija u prostorima očuvane prirode za pripadnike određenih kategorija stanovništva predstavlja prvi korak u prilagođavanju ekoturizma modelu učestvovanja. Povoljniji hotelski smeštaj, ulaznice za lokalitete i najam opreme mogu ukupne troškove putovanja svesti na prihvatljivu meru i podstaći npr. stariji par ili majku sa detetom da posete baš to prirodno područje. Povoljniji aranžmani predstavljaju način na koji bi organizatori putovanja mogli da daju svoj doprinos.

– U okviru modela uključivanja preduzeća svoju posvećenost ekološkim pitanjima mogu potkrepiti snažnijim novčanim podsticajima za putovanja u slabije poznate ekoturističke destinacije preko sistema vaučera. Povoljni uticaji ovakog pristupa vezuju se za sticanje saznanja o prirodi i rast svesti zaposlenih o potrebi da se ona zaštiti, dok usmerenost na slabije posećene destinacije rasterećuje poznatije prostore čija se priroda već nalazi pod uticajem prekomernog turizma. Takođe, ovaj pristup podstiče raspoređivanje turističke potrošnje na veći broj destinacija i došrinosi ravnomernijem regionalnom razvoju.

– S obzirom na veće novčane izdatke, model prilagođavanja je oblik socijalnog turizma u kojem kroz saradnju sa državom preduzeća mogu u najvećoj meri dokazati svoju posvećenost društvenim pitanjima. Primer za to bi mogao da bude hotel koji bar deo svojih smeštajnih kapaciteta prilagođava osobama sa invaliditetom, dok bi država popunjavanje takvih kapaciteta pomagala kroz programe socijalne zaštite. Takođe, turistička i druga preduzeća mogu da finansijski pomognu prilagođavanje javnih atrakcija u prostorima prirode poput kupališta, šumskih staza i pećina npr. osobama sa otežanom pokretljivošću.

– Otvaranje hotela koji je deo poznatog lanca u slabije poznatoj destinaciji, koja se odlikuje očuvanom prirodom i nižim stepenom privredne razvijenosti predstavljalo bi primer modela podsticanja. Zapošljavanje lokalnog stanovništva u sektoru ekoturizma, naročito uz zarade koje su iznad proseka za to područje, imalo bi veliki ekonomski i društveni, ali i ekološki značaj, s obzirom na to da bi se povoljno odrazilo na svest lokalaca o potrebi za zaštitom prirode. Organizovanjem timbilinga u manje poznatim destinacijama preduzeća takođe doprinose lokalnom razvoju kroz potrošnju, ali i promotivne efekte.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Potpuna transparentnost preduzetih aktivnosti predstavlja ključni preduslov istinske posvećenosti preduzeća ekološkim i društvenim pitanjima, s obzirom na to da mogućnost detaljnog uvida u sprovedene akcije i programe otklanja sumnju u iskrenost ovakvog delovanja. Građani, mediji i nevladine organizacije se prirodno javljaju kao kontrolori ovih aktivnosti, pri čemu država prilagođavanjem regulative treba da bude garant etičkog izveštavanja o DOP od strane preduzeća.

Nemogućnost uvida javnosti u sve relevantne informacije o aktivnostima preduzeća iz domena socijalnog ekoturizma stvara osnovu za korišćenje ekološke (engl. *greenwashing*) i manipulacije društvenim pitanjima (engl. *social washing*) kako bi se sopstveno preduzeće lažno predstavilo kao odgovorno i na taj način skrenula pažnja sa nepovoljnih uticaja koje preduzeće eventualno ima na okruženje. Situacija u kojoj preduzeće čije se poslovanje zasniva na proizvodnji ogromne količine jednokratne plastike donira novac za uređenje lokaliteta u nacionalnom parku predstavljala bi tipičan primer ekološke manipulacije. Situacija u kojoj luksuzni hotel na svojim profilima na društvenim medijima naglašava da zapošljava lokalno stanovništvo, pri čemu zaposleni primaju najmanju moguću zakonom propisanu zaradu, predstavljala bi tipičan primer manipulacije društvenim pitanjima.

Fokus ovog rada bio je na ulozi koju u razvoju socijalnog turizma imaju preduzeća, s obzirom na to da privreda raspolaže značajnim novčanim sredstvima koja se mogu iskoristiti za razvoj turizma koji je odgovoran prema društvu i životnoj sredini. Zahvaljujući dobrovoljnom doprinosu privatnog sektora države lakše i efikasnije mogu ostvariti svoje razvojne ciljeve iz domena socijalne i ekološke politike.

LITERATURA

Dajankac, A. (2023). Korporativna društvena odgovornost u Srbiji – potvrđeno izdavanjem sertifikata. Beograd: DQS Srbija. Preuzeto sa: <https://www.dqsglobal.com/sr-sp/edukacije/blog/korporativna-drustvena-odgovornost-u-srbiji-potvrdeno-izdavanjem-sertifikata>

- Diekmann, A., & Haukeland, J. V. (2024). Tourism non-participation – A persistent social welfare issue. *Annals of Tourism Research*, 104. doi: 10.1016/j.annals.2023.103717
- Eurostat. (2024a). Persons not participating in tourism by reason and sex. Preuzeto sa: https://doi.org/10.2908/TOUR_DEM_NPSEX
- Eurostat. (2024b). Persons not participating in tourism by reason and age group. Preuzeto sa: https://doi.org/10.2908/TOUR_DEM_NPAGE
- Fernández-Morales, A., McCabe, S., & Cisneros-Martínez, J. D. (2023). Is Social Tourism a Vector for Destination Resilience to External Shocks? Evidence From Spain. *Journal of Travel Research*. doi: 10.1177/00472875231200493
- International Finance Corporation [IFC]. (2021). IFC ESG Guidebook. Washington, D.C.: International Finance Corporation. Preuzeto sa: <https://www.ifc.org/content/dam/ifc/doc/mgrt/ifc-esg-guidebook.pdf>
- Legendre, T. S., Ding, A., & Back, K.-J. (2024). A bibliometric analysis of the hospitality and tourism environmental, social, and governance (ESG) literature. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 58, 309–321. doi: 10.1016/j.jhtm.2024.01.003
- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2011). What is social tourism? *Current Issues in Tourism*, 14(5), 403–415. doi: 10.1080/13683500.2011.5680
- Mišković, M., Damnjanović, S., & Marinović, N. (2023). *Kratki vodič kroz ESG*. Beograd: RAS, UNDP, Smart kolektiv. Preuzeto sa: <https://ras.gov.rs/uploads/2023/08/undp-esg-kratkivodic-final.pdf>
- NALED. (2023). Šta za Srbiju znači početak primene ESG kriterijuma u EU od 2024. Preuzeto sa: <https://naled.rs/vest-sta-za-srbiju-znaci-pocetak-primene-esg-kriterijuma-u-eu-od-2024-8425>
- NALED. (2024). Primena ESG kriterijuma izazov, ali i šansa za veću konkurentnost i izvoz. Preuzeto sa: <https://naled.rs/vest-primena-esg-kriterijuma-izazov-ali-i-sansa-za-vecu-konkurentnost-i-izvoz-9095>
- Smart kolektiv. (2014). *CSR u Srbiji – Analiza stanja i primeri dobre prakse*. Beograd: USAID, Forum za odgovorno poslovanje, Smart kolektiv, Institute for Sustainable Communities. Preuzeto sa: <https://odgovornoposlovanje.rs/wp-content/uploads/2015/03/CSR-uSrbiji-165x237mm-WEB.pdf>