

TURIZAM, ŽIVOTNA SREDINA I PLANIRANJE PROSTORA

Stevan M. Stanković¹

Knez koji bdije o koristi i napretku državne zajednice, a naročito o morskoj obali komune grada Hvara, odlučuje i propisuje da se u buduće ne može ni na koji način, iz bilo kojega uzroka, smicalicom, naklonošću ili ikako drukčije ikome, koju god cast ili položaj imao, ustupiti bilo koji deo obale da bi nešto gradio. A ako bi ipak, protivno rečenom, bilo kome nešto ustupljeno, odlučuje da to bude ukinuto, brisano i bez ikakve važnosti.

De ripa maris Communis Phare, 1442. Anno

Apstrakt: Planiranje turizma zahteva studiozan pristup i dobro poznavanje prirodnih procesa, zonalnih u azonalnih elemenata, povremenih i trajnih procesa, veza, uslovljenosti, direktnih i povratnih sprega elemenata prostora. Iako postoje univerzalne metode planiranja prostora za potrebe turizma, ne treba ih uvek i svuda bukvalno primenjivati. Svaki prostor namenjen turizmu zahteva primenu svrsishodnih metoda istraživanja i plasmana postignutih rezultata, jer na turističkom tržištu lokalno i regionalno, endemično, ekzemplarno, ima veću cenu od univerzalnog. Planiranje turizma može se shvatiti kao planska, naučno osnovana, kontinuirana i u praksi proverena aktivnost čoveka i društva kojom se teži svrsishodnom i proverenom usmeravanju turističko-ugostiteljskih i saobraćajnih objekata, pomoću kojih se na najbolji način odvija turistički promet na odgovarajućem prostoru.

Ključne reči: turizam, planiranje, turističko tržište, prirodni procesi, Srbija, svetski turizam, valorizacija, savremeni turizam.

TOURISM, ENVIRONMENT AND SPATIAL PLANNING

Abstract: The planning of tourism development requires a careful approach and a good knowledge of natural processes, zonal and azonal elements, occasional and permanent processes, connections, conditioning, direct and feedback loops of spatial elements. Although there are universal methods for analyzing spatial planning for the needs of tourism, they should not always and everywhere be applied literally. Each space intended for tourism requires the application of appropriate research methods and the communication of the results obtained, because in the tourism market the local and regional, the endemic, the exemplary, has a higher price than the universal. Tourism planning by man and space can be defined as a planned, scientifically based, continuous and practically verifiable activity of man and society, which endeavours to achieve the targeted and proven orientation of tourist-historical and transport facilities, with the help of which tourist traffic in a certain area can be optimised.

Keywords: tourism, planning, tourist market, natural processes, Serbia, world tourism, valorization, modern tourism.

¹ Profesor emeritus, Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Studentski trg 3/III, 11000 Beograd.

UVOD

Turizam je specifična migracija ljudi iz matičnih u turistička mesta, kako unutar jedne zemlje, tako i između različitih zemalja. Već duži niz decenija, broj turista u svetu se povećava, što ukazuje na potrebu svrsishodnog planiranja i odgovarajuće valorizacije prostora za njegov razvoj. Savremeni turizam i ljudsko društvo su na više načina povezane kategorije, koje se odlikuje brojnim pojavama i procesima kroz koje se, ogleda stepen očuvanosti, unapređenosti i zaštićenosti životne sredine, ekonomskog i kulturnog stanja i razvoja društva, njegovo materijalno i kulturno blagostanje, bez obzira da li je reč o turističkoj inicijativi ili turističkoj receptivi. Svojim masovnošću i velikom moći integracije prirodnih, privrednih i društvenih delatnosti, turizam nema ekvivalenta na planeti. Zbog toga je potrebno razvoj i razmeštaj turizma u prostoru, planirati i organizovati tako i toliko da u najvećoj mogućoj meri bude usklađen sa potrebama čoveka, društva i kapacitetima prostora. Samo dobro planiran i na duži rok, organizovan turizam, saglasan ekološkim zahtevima o očuvanju i unapređenju životne sredine, daje prave pozitivne rezultate. Savremeni turizam se sve jače ispoljava se kao mogućnost valorizacije onih prirodnih kompleksa i društvenih objekata, pojava i procesa koji nisu značajni za druge delatnosti. Turizam proširuje polje ljudskog rada i doprinosi ostvarivanju ekonomskih i društvenih efekata mesta, regija i zemalja u kojima se razvija.

TURIZAM - NAGLAŠENA PROSTORNA POJAVA

Broj turista u svetu stalno se povećava, bez obzira na povremene krize u zastoe, receptivna turistička mesra, regije i zemlje, pridaju mu posebnu pažnju. Pri tome se broj stranih turista bolje i detaljnije prati od broja domaćih turista. Potrošnja stranih turista znači prelivanje novčanih sredstava iz zemlje matice (inicijativa) i zemlju turizma (receptiva), što je od značaja za platni i trgovinski bilans. Domaći turizam znači samo prenošenje sredstava iz mesta stalnog boravka u turističko mesto iste zemlje i ne utiče na platni i trgovinski bilans države. Neposredno posle Drugog svetskog rata, inostrani turizam se u svetu razvijao po godišnjoj pozitivnoj stopi od 11 %, ali dvedesetih godina prošlog i prvih decenija ovog veka, ovog veka ustalio na 3 do 5 %. Godine 1970. u svetu je registrovano 166 miliona turista. Trideset godina kasnije bilo ih je 661 milion. Više od jedne milijarde stranih turista registrovano je 2020. godine. Prognoze za 2025. odinu ukazuju na 1,5 milijardi stranih turista. Mesto Srbije u svetskom inostranom turizmu je veoma skromno. Godine 1970. registrovano je 687.000 stranih turista. Deset godina kasnije bilo ih je 868.000, a 2015. prvi put više od jednog miliona (1.304.221), da bi 2023. dostigao 1.500.000. (Unković, S., Zečević, B. 2019+).

Procenjuje se da izdaci ljudi za međunarodna turistička putovanja dostižu 15 % ukupnog narodnog proizvoda, odnosno 8 % vrednosti svetskog izvoza i 30 % vrednosti svih usluga. Investicije u obnovu starih i izgradnju novih turističko-ugostiteljskih objekata i odgovarajuće infrastructure, premašuju 15 % sveukupnih investicija. Prihod po osnovu svetskog turizma 2019. godine iznosio je 1,5 biliona dolara. Posle oporavka turizma od epidemije kovida, prihod je 2025. godine premašio 2,2 biliona dolara. Takvo stanje potvrđuje pravilno planiranje turizma, koji je saglasan potrebama čoveka i kapacitetima prostora. Uz to, više je nego potrebno sprečavanje negativnih pojava i procesa kako ne bi dolazilo do saturacije i degradacije prirodnih i antropogenih turističkih vrednosti, koje su pokretači turističkih kretanja različitih nivoa i trajanja. Kada broju i karakteristikama inostranog turizma, dodamo četiri do šest puta veći broj domaćih turista, stvari postaju jasno naglašene, te je potrebno na pravi način planirati i valorizovati postojeći i osvajati novi prostor, revitalizovati postojeće i graditi nove turističko-ugostiteljske objekte. Naučno-istraživačke i praktične osnove pristupa planiranju turizma su brojne, raznovrsne, međusobno komplementarne, ponegde kolizione sa drugim delatnostima zainteresovanih za prostor turistički vrednim.

Ovo je od posebnog značaja, jer bez obzira na veliku površinu naše planete, prostor se ne može proširivati, posebno ne onaj koji ima odgovarajuće atribute turističke privlačnosti. Za svestrani ekološki i ekonomski opravdan razvoj turizam, nisu dovoljni samo zakonom zaštićeni rezervati, nacionalni parkovi, parkovi prirode i spomenički kompleksi, turizam traži ogromna prostranstva različitih geografskih dužina, širina, nadmorskih visina, ostrva, mora, na svim kontinentima i klimatskim pojasevima. Kao izrsaito prostorsn pojsva, sasvremeni turizam je zahvatio gotovo sve delove naše planete i više nego mnoge druge delastnosti, na sebi svojstven način utiče na živu i neživu prirodu, na životnu sredinu i ljudskom rukom i umom stvorene objekte, koje valorizuje (Pavić, R. 1977).

ŽIVOTNA SREDINA NEZAMENJIVI OKVIR ODVIJANJA TURIZMA

Saznanje o životnoj sredini u kojoj obitava ljudsko društvo, jedna je od najstarijih preokupacija čoveka, koja se menjala i unapređivala, uporedo sa razvojem tehnike, tehnologije, proizvodnih snaga, ljudskih potreba i društvenih odnosa. Sa društveno-istorijskim razvojem čovečanstva sve veću aktuelnost zadobijaju pitanja o dovoljnosti zemaljskih prirodnih resursa za obezbeđivanje uvećanih potreba za energijom i prirodnim materijalima, a u vezi sa porastom stanovništva i naučno-tehnološkim progresom. U središtu pažnje našao se problem između osnovnih svojstava prirodne sredine pod uticajem snažno narasle proizvodnje. Za relativno kratko vreme ovaj problem je prevazišao okvore zaštite prirode, tj. očuvanja pojedinih prirodnih sistema. U prvi plan je stavljen zadatak zaštite životne sredine. Ovakav pristup nametnut je savremenom čoveku i budućim pokoljenjima naglo rastućim disproporcijama između karaktera i brzine prirodno-geografskih i ekoloških procesa i demografskog, socijalnog i ekonomskog razvoja (Radovanović, M. 1977).

Planiranje turizma mora biti saglasno sa stavovima o aktivnoj zaštiti životne sredine, tj. sa idejama održivog razvoja. Planiranje, zaštita, održavanje, revitalizacija i unapređenje životne sredine, kao turističke vrednosti i baze njegovog razvoja, osnova je onoga na čemu počiva rad turističke receptive. Upravljanje turistički vrednim prostorom, osnova je održavanja istog na nivou izvornosti i dobre zaštićenosti, kao osnove za valorizaciju. Degradacija životne sredine u nekim mestima, regijama i zemljama izaziva pad njenog kvaliteta i predstavlja ograničavajući faktor valorizacije, prostornog i funkcionalnog planiranja i uređenja. Prostora visoke ekološke vrednosti, izvornosti i najbolje zaštite, na mnogom mestima je sve manje, što otežava planiranje, valorizaciju i postizanje pravih ekonomskih i društvenih efekata. Činjenica je da zakonom zaštićeni prostori, koji u najboljem slučaju čine 5 do 10 % državne teritorije (Srbiji 8 %) nisu dovoljni za rastuće potrebe turizma. Turistički kvalitetnog prostora nema dovoljno i on se ne sme tretirati kao svačiji i ničiji, samo za jednu delatnost i samo za danas.

Malo je delatnosti, koje su kao turizam, zahvatile gotovo čitavu našu planetu, počev od tradicionalno dobro posećenih centara, regija i zemalja, do onih koje svojom ponudom tek stupaju na prostrano turističko tržište. Zbog niza osobenosti, posebno zbog ekonomskog značaja, turizam se u većini zemalja, direktno i indirektno, tretira u zakonodavstvu, ekonomiji, prostornom planiranju, urbanizmu, investicionom ulaganju, ekologiji, zaštiti prirodnih i antropogenih vrednosti, obrazovanju kadrova, poreskoj politici, režimu putnih i saobraćajnih isprava, ali i kulturi, umetnosti, dizajnu, marketingu, zaštiti i revitalizaciji arheoloških lokaliteta, spomeničkog nasleđa i prezentaciji izvornih tradicionalnih etnografskih vrednosti.

Od prvih organizovanih turističkih putovanja i formiranja turističkih mesta i regija, turizam se u različitim zemljama shvatao na različite načine. Takvo stanje čini ga interesantnim i izazovnim za sveukupno proučavanje, posebno za prostorno i funkcionalno planiranje koje doprinosi razvoju. Vreme je pokazalo da su za uspešan i ekonomski

prepoznativ turizam, potrebni brojni preduslovi. Mišljenja nekih autora da će turizam brzo i lako preporoditi nedovoljno razvijene krajeve i zemlje, nisu se u potpunosti ostvarila. Među deset turistički najrazvijenih zemalja sveta, gotovo sve one su među prvima i po nizu drugih pokazatelja, kakvi su materijalna baza turizma, iznos investicija u turističko-ugostiteljske objekte i infrastrukturu, visina ličnog i porodičnog standarda stanovništva, visok stepen komplementarnosti turizma sa drugim delatnostima, posebno sa saobraćajem, proizvodnjom hrane, zaštitom životne sredine i sl. Reč je o SAD, Španiji, Francuskoj, Italiji, Švajcarskoj, Nemačkoj, Austriji, Velikoj Britaniji, Austriji, Mađarskoj, Kini, Indoneziji i Brazilu. Planiranje turizma mora biti u skladu sa definicijom ove društvene i privredne delatnosti, koja je zahvatila čitav svet i koja se razvija brže i šire od niza drugih delatnosti. Reč je o skupu odnosa, pojava i procesa koji proističu iz putovanja ljudi iz mesta stalnog boravka u turističko mesto, regiju ili zemlju, radi zadovoljenja jedne ili više životnih potreba, među kojima su najznačajnije rekreativne, zdravstvene i kulturne. Iako ima dugu tradiciju, turizam u savremenom smislu reči, posebno po učestalosti i masovnosti domaćih i inostranih turističkih kretanja, karakterističan je za vreme između dva svetske rata, posebno za drugu polovinu devetnaestog veka, tj. za relativno brzu obnovu privrede i porast životnog standarda, posle Drugog svetskog rata. Već više decenija, po masovnosti, ekonomskim, društvenim i kulturološkim pokazateljima, turizam se upoređuje samo sa najprofitabilnijim delatnostima, kakve su neke industrijske grane, elektronika, bankarstvo, saobraćaj i trgovina.

Savremeni turizam predstavlja najmasovniju vrstu povremenih migracija stanovništva iz matičnih mesta u turistička mesta, i iz regija zemalja turističke inicijative u regije i zemlje turističke receptive. Za stalno rastući broj turista, kod nas i u svetu, kao i za sve obimniju i raznovrsniju njihovu potražnju, potrebno je sve više izvornog i dobro uređenog ina pravi način zaštićenog ruralnog, urbanog, kontinentalnog, planinskog, ravničarskog i primorskog prostora, odnosno manifestacija različitih vrsta, spomenika i spomen kompleksa, koji svojim svojstvima mogu da zadovolje zdravstvene, rekreativne, izletničke, kongresne, manifestacione, kulturne, personalne, sportske i druge potrebe. Planiranje turizma i prostora obuhvata teren od lokalnog, preko regionalnog do državnog, s tim što se u novije vreme, na više mesta, favorizuju međuregionalni i međudržavni planovi unapređenja turizma. Planiranje turizma i prostora do izvesne mere je drugačije od planiranja nekih drugih delatnosti. Ovo zbog toga što je za turizam potrebno mnogo izvornog, ili dobro zaštićenog prostora, pri čemu turizam nije trajni potrošač istog, naprotiv, ako je dobro planiran i organizovan, unapređuje stanje životne sredine, oplemenjuje prostor specifičnim objektima i može služiti kulturi, tradiciji, unapređenju lokalne sredine, povišavanju saznanja o potrebi zaštite i unapređenja prirode i spomeničkog nasleđa u njoj, kao i poboljšanju ekonomskog i društvenog standarda stanovništva receptivnih mesta, regija i zemalja (Stanković. M. S. 2008).

PLANIRANJE PROSTORA I TURISTIČKA VALORIZACIJA ISTOG

Činjenica je da je turizam izrazita prostorna pojava i odvija se u gotovo svim klimatskim pojasevima, na svim kontinentima, visokim planinama, na toplim morima i na usamljenim ostrvima. Razvoju turizma doprinose brojni prirodni i antropogeni objekti, pojave, procesi i događaji. Tamo gde je izgrađena odgovarajuća materijalna baza turizma (smeštajni i ugostiteljski kapaciteti, saobraćajna infrastruktura i gde je dobro zaštićeno, istraženo i prezentovano kulturno nasleđe, ili se održavaju privlačne sportske, etnografske, kulinarske, muzičke i druge manifestacije) turizam doprinosi dobrobiti lokalnog stanovništva, tj. turističkoj receptivi. Planiranje razvoja i unapređenja turizma i prostora, složen je naučno-istraživački i aplikativan zadatak. Na isti se nadovezuje dobro poznavanje i funkcionalno osmišljavanje vrste i obima smeštajnih i ugostiteljskih kapaciteta, saobraćajne infrastrukture, bogatstvo sadržaja turističkog boravka, problem celogodišnjeg poslovanja. Na prirodnačkim

osnovama istraženog prostora, moguće je svrsishodno planiranje turizma na manjim i većim prirodnim ili administrativnim celinama, regijama, državama i međudržavnim nivoima. U vezi s tim zadaci prostornog i funkcionalnog planiranja turizma su brojni, raznovrsni i specifični. Ovo zbog toga što se razvojem turizma mogu valorizovati neki objekti, pojave i procesi u prostoru koji nisu od interesa za niz drugih delatnosti. Samo posredstvom turizma dobijaju pravu vrednost (pećine, plaže, snegom pokrivene planinske padine, močvare, zalazak Sunca).

Turizam proširuje polje ljudskog rada, privređivanja i zapošljavanja. Planiranje, u smislu valorizacije prirodnih i antropogenih vrednosti, događaja i manifestacija, potrebno je, uvek i svuda, usaglašavati i koordinirati sa postojećim komplementarnim turističkim vrednostima prostora u granicama optimalnog prometa koji ne ugrožava ekološke odnose i procese u životnoj sredini. Prostor opštine, okruga i države, posredstvom turizma, može se valorizovati na primeran način. U tim omeđenim prostornim okvirima postoji svestrano rasprostiranje svih čestica žive i nežive materije. Ali na način koji je saglediv i podleže kontroli. Takvo zalaženje u probleme dovodi do raznih duhovnih zbivanja. Uporedo sa prostorom i vreme igra svoju određenu i otsudnu ulogu u svakom čovekovom delovanju. Vreme je, prema tome, neodvojivo od prostora (Dobrović. N. 1957). To znači da je neodvojivo i od turizma, tj. planiranja istog za sadašnje i buduće vreme.

Planiranje turizma je do izvesne mere drugačije od planiranja niza drugih delatnosti. Ovo zbog toga što turizam traži izvornu, dobro zaštićenu ili revitalizovanu životnu sredinu sa objektima, pojavama i procesima koji imaju jedan ili više atributa turističke privlačnosti. Reč je o organizovanoj aktivnosti društvene zajednice, da na osnovu postojećih turističkih vrednosti omogućući, rentabilno i društveno korisno poslovanje turističke receptive. U planiranju turizma se polazi od činjenice da su procesi i pojave u prostoru prirodni i društveni. Dejavuju kao stimulativni i ograničavajući, a mogu biti trenutni, povremeni, periodski, kratkotrajni, dugotrajni, stalni, lokalni, regionalni, kontrolisani i nekontrolisani, stvaralački i destruktivni, istorijski uslovljeni ali i savremeni, lakše i teže predvidivi i rešivi. Životna sredina, odnosno, prostor koji se zasniva na vremenom uspostavljanju direktnih, indirektnih i povratnih sprega brojnih činilaca sa okruženjem i u kojem se razvija i turizam, je po nizu pokazatelja specifična kategorija, sa elementima zonalnog i azonalnog, uređenog i neuređenog, centra i periferije, inicijative i receptive.

Turizam je sadržaj brojnih prostornih i urbanističkih planova različitih teritorijalnih zahvata, osnovnih i posebnih namena, naprimer, za nacionalne parkove, prirodne rezervate, banjska, planinska i primorska mesta, ostrva, spomeničke komplekse, kao i za odgovarajuće administrativno-upravne celine, kakve su mesne zajednice, opštine, okruzi i sl. Organizacija, uređenje i funkcionalno opremanje turističkog prostora, su tri važna zadatka kojima se geografi, prostorni planeri, urbanisti, arhitekta, turizmolozi, ekolozi i ekonomisti moraju baviti, uvažavajući postojeće objekte i stanje turizma, uz poznavanje savremenih trendova u zemljama razvijenog turizma i pozitivnih turističkih bilansa, u smislu veličine prihoda po osnovu turističkih usluga domaćim i stranim turistima, kao i obimom i strukturom zaposlenosti u turizmu i ugostiteljstvu.

AGENDA I ETIČKI KODEKS ZA TURISTIČKU PRIVREDU

U vezi sa savremenim trendovima turizma od interesa su Agenda 21 za turističku privredu i Opšti etički kodeksi u turizmu, svojevrsnim dokumentima Svetske turističke organizacije sa sedištem u Madridu. Neke akcije u stavovi od interesa su za planiranje razvoja, te su od koristi zemljama članicama. Reč je o doprinosu turizma razumevanju i poštovanju među narodima, turizmu kao sredstvu individualnog i kolektivnog zadovoljstva,

aktivnostima prostornog planiranja turizma na osnovama održivog razvoja. Kao široko prihvaćen međunarodni dogovor, Agenda 21 ima poseban značaj za turizam koji se uvažava kao značajna privredna grana. Reč je o aktivnostima koje turistička privreda mora preduzimati. Iako preporučene aktivnosti izgledaju nerealno, posledice nepreduzimanja odgovarajućih akcija mogu usloviti povećanje ekonomskih šteta turističkoj receptivi. Na ovo se nadovezuju stavovi Opšteg etičkog kodeksa u turizmu, koji turizmu kao faktoru održivog razvoja i korisniku prirode i kulturne baštine, njenog očuvanja i unapređenja, slobidi turističkih kretanja, kao i pravima i obavezama zaposlenih u turizmu pridaje posebnu pažnju. Pri planiranju turizma moguće je koristiti preporuke Svetske turističke organizacije koja je razradila pet glavnih i 27 dopunskih elemenata planiranja i predložila više vrsta turističkog opremanja prostora i to obalskog, planinskog, nacionalnih parkova i rezervata, arheoloških lokaliteta, istorijski značajnih mesta i banja i to kratkoročno (1 do 3 godine), srednjoročno (4 do 10 godina) i dugoročno (11 do 25 godina).

Planiranju razvoja turizma pristupa se analitički, uz jasnu definiciju željenih ciljeva. Polazi se od inventarizacije turističkih vrednosti, mogućnosti njihove valorizacije, zaštite i unapređenja, kao i komplementarnosti i konkurencije sa okruženjem. Reč je i o istraživanju postojeće i buduće tražnje na domaćem i inostranom tržištu, razmeštaju opreme i aktivnosti u prostoru, kao i najboljem mogućem izboru lokacija za određene turističke aktivnosti, koje se moraju opremiti na odgovarajući način. Posebno važnim čini se utvrđivanje i definisanje željenih ciljeva i određivanje alternativnih i prihvatljivih metoda za njihovo postizanje. Uz to, potrebno je definisati prioritete izgradnje i uređenja prostora, kao i njegovo zoniranje saglasno ekološkim, lokalnim prirodnim i društvenim uslovima.

Najbolji rezultati se postižu komparacijom sa postojećim stanjem, uz analizu prioriteta i uzornih primera iz zemlje i sveta, pravim procenjivanjem investicionih ulaganja i značaja istih za ekonomski i društveni razvoj, vreme, način i obim korišćenja turističko-ugostiteljskih kapaciteta i efekata turizma na prirodne i antropogene vrednosti, odnosno, na živu prirodu i spomeničko nasleđe. Sve navedeno mora biti potčinjeno ostvarivanju realnih dobiti poslovanja turističko-ugostiteljske privrede na planom tretiranom prostoru. Za postizanje toga, planeri moraju početi od inventarizacije postojećih vrednosti u prostoru koje imaju jedan ili više atributa turističke privlačnosti, odnosno, omogućuju jednu ili više vrsta turizma. Od interesa je prava procena prirodnih i antropogenih turističkih vrednosti u odnosu na sadašnju i buduću potražnju. U prostornom smislu bitno je rezgraničenje turističkih mesta i regija od prostora drugačijeg izgleda, funkcija i namene. Posebna pažnja se obraća razmeštaju infrastrukturne, opreme, smeštajnim, ugostiteljskim, zdravstveno-rekreativnim, sportskim i kongresnim kapacitetima. Izbor najboljih lokacija za određene objekte i namene, čini se prioritarnim, jer doprinosi produženju turističkog boravka, sadržajnom bogatstvu i ostvarivanju dobrih ekonomskih i društvenih efekata.

INVENTARIZACIJA I VALORIZACIJA TURISTIČKIH VREDNOSTI

Konkurentnost i komplementarnost sa okruženjem moraju se uvažavati u punom smislu, jer jedna kategorija doprinosi unapređenju turizma, dok ga druga sprečava i neutrališe. U procesu planiranja turizma, u značajne zadatke, koje analizom, sintezom, modelom, tj. proverenim naučnim i aplikativnim metodama, treba rešavati na pravi način ubrajamo: Definisanje željenih ciljeva za odgovarajuće vremenske periode; Određivanje alternativnih načina za rešavanje postavljenih zadataka i postizanje pravih ciljeva; Inventarizaciju prirodnih i antropogenih vrednosti sa odgovarajućim atributima privlačnosti za određene vrste turizma; Jasno prostorno definisanje turističkih mesta, centara, zona, pravaca i regija koje su zahvaćene planiranjem; Određivanje prioriteta uređenja i

opremanja prema specifičnim turističkim vrednostima u planiranjem zahvaćenom prostoru; Zoniranje prostora u cilju zaštite retкости i potrebe odgovarajuće zaštite kako za turiste, tako i od turista; Identifikovanje mogućih turističkih atraktivnih, posebno, neponovljivih i neprenosivih, vrednosti, endemita i relikta, retkih vrsta, arheoloških nalazišta i specifičnih spomenika; Definisanje pomoćnih i dopunskih delatnosti na planom zahvaćenom prostoru; Zakonsko regulisanje odnosa investitora, planera, graditelja i korisnika; Unapređenja elemenata turističke ponude za domaće i inostrano tržište, Obrazovanje i zapošljavanje radne snage i sl. (Čomić, Đ. 1990).

Od posebne važnosti su analiza i uvid u trenutne i buduće turističke tokove, uvid u rentabilnost investicija i poslovanje turističko-ugostiteljskih objekata, funkcionalno povezivanje turističke receptive sa turističkom inicijativom, tj. turističkih mesta i regija sa mestima stalnog boravka ljudi, odnosno, disperzivne zone matičnih mesta, prema kontraktivnoj zoni turističkih mesta; Dobro osmišljena i lako primenjiva turistička politika na različitim nivoima odlučivanja, kao i sveukupni efekti turizma na planom zahvaćenom prostoru. U vezi sa tim može se konstatovati da je prostorno planiranje turizma, kao sastavni deo opšteg i posebnog planiranja, složen kontinuiran istraživački i aplikativan posao čiji je cilj takvo uređenje, opremanje i organizacija prostora koji na turističkom tržištu može ostvarivati pozitivne socijalne, društvene i ekonomske efekte po osnovi valorizacije prirodnih i antropogenih potencijala. Planiranje turizma se mora usaglašavati sa postojećim proverenim standardima i ranije postignutim pozitivnim efektima. Pri prostornom planiranju turizma koriste se metode izrade planova, geodetske i kartografske podloge, dokumentacija, statistika, urbanistički, planerski i turistički normativi, kao i odgovarajući modeli. Planiranje razvoja turizma vremenski se usaglašava sa postojećim standardima opšteg prostornog planiranja odgovarajućih geografskih celina i administrativnih jedinica. Veličina teritorije, kao prostorni zahvat za potrebe turizma, definiše se kao lokalna, regionalna i nacionalna. Uz sve to, prostorno i funkcionalno planiranje turizma, uvek i svuda, treba da bude po meri čoveka i društva, usklađeno sa odnosima, događajima i objektima, osnovnim težnjama društvene zajednice, stanjem životne sredine, usklađeno sa komplementarnim delatnostima, privredom koja je u službi čoveka, sa više decentralizacije nego centralizacije državne politike i sl. (Kripendorf J. 1986).

Planiranje razvoja turizma na određenoj teritoriji mora, pored ostalih, da obuhvati i reši, tri posebna zadatka. Reč je o precizno određenoj teritoriji, namenskom opremanju prostora i svrsishodnom uređenju istog. Značajno je da turističko-geografski prostori različitog ranga, potencijala i značaja, planiranjem i razvojem turizma, dobijaju specifičnu strukturu, fizionomiju i funkcije. To znači da se moraju naglašavati celovitost, evolutivnost, sistemska organizovanost, hijerarhija i sveukupni odnosi, pojave i procesi sa neposrednim okruženjem, odnosno, turizmu komplementarnih delatnosti, a sve to na nivou savremenih shvatanja održivog razvoja, koji možemo terminološki poistovetiti sa domaćinskim, koordiniranim, osmišljenim, naučno utemeljenim i aplikativno izvodljivim radovima bez narušavanja osnovnih ekoloških zakonitosti. Uz to, na pravi način se moraju poštovati stavovi postojećeg zakonodavstva, načela koncepcije aktivne zaštite životne sredine, postojeći postulati o vodi, kao i način upravljanja prostorom.

U najvažnije istraživačke i aplikativne akcije i radove mogu se svrstati: Analiza ekosistema staništa i areala živog sveta i utvrđivanje direktnih i indirektnih veza i odnosa sa postojećim antropogenim objektima, posebno značajnim za turizam; Analiza turističke tražnje na domaćem i inostranom tržištu, i to po obimu, vremenu, socijalnim, statusnim, ekonomskim i kulturnim osobenostima turista; Realno osnovana i na duži rok osmišljena saradnja sa institucijama iz domena zaštite životne sredine i spomeničkog nasleđa u njoj, odnosno, sa onima iz domena saobraćaja, šumarstva, vodoprivrede, meteorološke službe, zakonodavstva, sporta, kulture i sl.; Utvrđivanje ciljeva dugoročne revitalizacije,

rekonstrukcije i zaštite prirode i spomeničkog nasleđa, uz definisanje prioriteta, zona i operativnih postupaka; Definisanje kapaciteta turističkog prostora u smislu maksimalne opterećenosti u različito vreme tokom godine, kako ne bi dolazilo do saturacije i degradacije; Definisanje pravih proporcija između masovnog i elitnog turizma, odnosno, letnjeg i zimskog turizma, rekreativnog i zdravstvenog, domaćeg i inostranog, komercijalnog i dotiranog, stacionarnog i vikend turizma; Realno osmišljavanje i odgovarajuća izgradnja turističko-ugostiteljskih i infrastrukturnih kapaciteta, prema postojećoj i mogućoj turističkoj potražnji; Osmišljavanje sadržaja turističkog boravka u cilju produženja turističke sezone i postizanja boljih ekonomskih efekata; Maksimiziranje pozitivnih i minimiziranje negativnih socijalnih, ekonomskih i društvenih efekata turizma u planom zahvaćenom turističkom mestu ili turističkoj regiji (Stanković, M. S. 2022)

Planiranje turizma, više nego planiranje nekih drugih aktivnosti u prostoru, mora biti saglasno sa stavovima o aktivnoj zaštiti životne sredine, tj. sa idejama održivog razvoja. Planiranje, zaštita, održavanje, revitalizacija i unapređenje životne sredine, kao turističke vrednosti i baze njegovog razvoja, osnova je onoga na čemu počiva rad turističke receptive. Upravljanje turistički vrednim prostorom, osnova je održavanja istog na nivou izvornosti i dobre zaštićenosti, kao osnove za valorizaciju. Degradacija životne sredine u nekim mestima, regijama i zemljama izaziva pad njenog kvaliteta i predstavlja ograničavajući faktor valorizacije, prostornog i funkcionalnog planiranja i uređenja. Prostora visoke ekološke vrednosti, izvornosti i najbolje zaštite, na mnogom mestima je sve manje, što otežava planiranje, valorizaciju i postizanje pravih ekonomskih i društvenih efekata. Činjenica je da zakonom zaštićeni prostori, koji u najboljem slučaju čine 5 do 10 % državne teritorije (Srbiji 8 %) nisu dovoljni za rastuće potrebe turizma. Turistički kvalitetnog prostora nema dovoljno i on se ne sme tretirati kao svačiji i ničiji, samo za jednu delatnost i samo za danas.

Problemi se moraju postavljati, izučavati, i na terenu praktično rešavati, za planovima definisane vremenske periode. Polazi se od analize staništa, areala i ekosistema živog sveta i odnosa istih sa neživom prirodom, odnosno, antropogenim tvorevinama, koje su od značaja za turizam. Istražuju se obim i struktura turističke tražnje, koje je veoma promenljiva u vremenu i prostoru. Dobre rezultate može dati saradnja sa institucijama iz domena urbanizma, arhitekture, zaštite prirode i spomenika, šumarstva, vooprivrede, balneo-klimatologije, gastronomije, zdravstva, sporta i sl. Na više mesta je preko potrebno izdvajanje zona različitog stepena turističke vrednosti, ali i svrsishodne zaštite, radi očuvanja i unapređenja ekosistema. Određivanje fizičkog kapaciteta prostora, za odgovarajuće vrste turizma u sezoni i van sezone, radi sprečavanja saturacije, koja je aktuelna u nekim turističkim mestima i regijama. Najbolje rezultate daje izgradnja turističko-ugostiteljskih objekata prilagođenih lokalnoj sredini, materijalima i tradiciji, što doprinosi favorizovanju geografskog porekla, koje je često neumnoživo i neprenosivo i zbog toga ima odgovarajuću turističku privlačnost i vrednost. Čini se da je izvanredno važno razvijanje svesti i unapređenje radnih sposobnosti osoblja zaposlenih na različitim poslovima u turizmu.

LITERATURA

Dobrović, N. (1957): Osnovi potencijalnog prostornog planiranja. Asocijacija prostornih planera Srbije. Beograd.

Radovanović, M. (1977): O sistemu čovek – životna sredina. Saopštenja, broj 6, Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije, Beograd.

Kripendorf, J. (1986). Putujuće čovječanstvo. Za bolje poimanje slobodnog vremena I turizma. Zavod za istraživanje turizma, Zagreb.

Pavić, R. (1987): Turizam, ekologija I prostor. Institut za tuzizam, Zagreb.

Čomić, Đ. (1990): Neki teorijski i praktični aspekti turističke valorizacije. Turizam, broj 6, Turistički savez Hrvatske, Zagreb.

Grupa autora (2000): Agenda za turističku privredu. Odgovorni I održivi razvoj turizma u XX veku. Turistička organizacija Srbije, Beograd.

Grupa autora (2001): Odgovorni I održivi razvoj turizma. Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma, Beograd.

Stanković, M. S. (2008): Turistička geografija. Zavod za udžbenike, Beograd.

Unković, S., Zečević, B. (2019): Ekonomika turizma. Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakultera Univerziteta u Beogradu, Beograd.

Stanković, M. S. (2021): Savremeni pristup planiranju turističke regije. Zbornik Planska I normativna zaštita prostora I životne sredine, Asocijacija prostornih planera Srbije I Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd.

Stanković, M. S. (2022): Elementi I faktori turističke valorizacije prostora. Zbornik radova Međunarodne konferencije Turizam u savremenom evropskom i evroazijskom prostoru. Visoka škola za turizam I hotelijerstvo, Trebinje.