

---

## PROIZVODNI MIKS REKREATIVNOG TURIZMA BALKANSKOG SKAUTSKOG CENTRA

**Msc Miloš Kocevski**, Balkanski skautski centar, Odred izviđača "Zavičaj 1093", Vranje

**Msc Iva Škrbić**, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

**Doc. dr Romana Romanov**, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

### Sažetak

Predmet istraživanja ovog rada je turistička ponuda kampa koja bi zadovoljila potrebe turista koji žele aktivan odmor, sa promenljivim i atraktivnim sadržajima u Balkanskom skautskom centru (BSC) – Jovac.

Cilj rada je bio da se na osnovu analize i vrednovanja elemenata ponude i identifikovanja tražnje za određenim programskim sadržajima, definiše model proizvodnog miksa rekreativnog turizma BSC. Istraživanje je sprovedeno u periodu od aprila do avgusta 2012. godine, kada su se u BSC realizovale razne aktivnosti tokom uskršnjeg, letnjeg i volonterskog kampa. Uzorak ispitanika činilo je 100 posetilaca (ispitanika), aplikovani instrument je namenski dizajnirana anketa, a metode na osnovu kojih je izvršena analiza modelovanja su: frekvencija pojavljivanja, komparativna analiza (Benchmarking), SWOT i PEST.

Rezultati istraživanja potvrđuju postojanje potrebnih resursa za realizaciju sadržaja iz oblasti rekreativnog turizma u BSC, te mogućnost implementacije proizvodnog miksa koji obuhvata jednodnevne izlete i različite rekreativne aktivnosti na otvorenom.

**Ključne reči:** Kampovi, Rekreativni turizam, Aktivan odmor

## PRODUCT MIX OF RECREATIONAL TOURISM IN THE BALKAN SCOUT CENTER

### Abstract

The subject of research is tourist offer of a camp which would satisfy the needs of tourists who want an active recreation, with changeable and attractive facilities in the Balkan Scout Center (BSC) of Jovac.

The goal is to define a model for recreational tourism product mix of the Balkan Scout Center, based on the analysis and evaluation of the elements of supply and identifying the demand for a certain program content. The research was conducted from April to August 2012, as a part of activities implemented in BSC events: Easter camp, Summer camp and Volunteer camp. The sample consisted of 100 visitors (respondents); the administered instrument was a specifically designed questionnaire and the methods on which the analysis of the modeling was based were: frequency of occurrence, comparative analysis (Benchmarking), SWOT and PEST.

The research results confirm the existence of necessary resources for the implementation of the contents in the field of recreational tourism in the BSC, and the possibility of implementation of the product mix that includes day trips and a variety of outdoor recreational activities.

**Keywords:** Camping, Recreational tourism, Active holidays

## Uvod

Sam boravak u prirodi, za čoveka današnjice koji fizički nije dovoljno aktivan, pruža mogućnost da se različitim programskim sadržajima aktivnog odmora relaksira u pravom smislu te reči. Boravak čoveka na otvorenom i primena nekog od vidova rekreativnih aktivnosti u vezi je sa interesima javnog zdravlja. Bačner i Gobster u svom radu navode i jedan od modela preporuke koji je u vezi sa izborom destinacija (parkovi) aktivnog odmora gde je upravo akcenat na zdravlju (Buchner et all., 2007). Ovako prepoznate čovekove potrebe od strane onih koji formiraju turističke ponude, dovele su do toga da se jave novi trendovi i nove forme turizma kao turistički proizvod koji predstavlja veliku novinu na turističkom tržištu. Na taj način, osim sadržaja, menjaju se i ciljevi putovanja. Pokazatelji Svetske turističke organizacije (World Tourism Organization – WTO) takođe ukazuju na to da iz godine u godinu raste broj turista koji na svoja putovanja kreću pre svega iz razloga "uspavanog" organizma (Tomka, 2007). Upravo povremeni beg iz savremene urbane sredine u kvalitetne prirodne ambijente obezbeđuje prenapregnutom organizmu čoveka bar povremenu kompenzaciju i opuštanje. U isto vreme, sve više je izražena potreba za relaksacijom, uživanjem u prirodi, te bavljenjem fizičkom aktivnošću, kako u mestu stanovanja, tako i van njega (Romanov i sar., 2011).

Izbor ciljne destinacije, izbor programa i načina realizacije ili konzumiranje programa, usko je povezano sa prepoznatim i razvijenim potrebama za putovanjem, očekivanjima i spremnošću za aktivnim uključivanjem u proces turizma (Tomka, 2007). Turisti očekuju određene vrednosti, atrakcije i doživljaje za tačno prepoznate potrebe (Larsen, 2007). Ovako sagledana sfera turističkih potreba u skladu je sa savremenim tendencijama koje se apsolutno vezuju za ciljeve putovanja. Ako je, pak, cilj putovanja usko povezan sa izborom aktivnosti, onda treba napomenuti da mnogobrojne forme aktivnosti kao što su: planinarenje, pešačenje, biciklizam, rafting, paraglajding, ronjenje, slobodno penjanje, surfovanje i sl., retko mogu biti ponuda jedne destinacije. Sa druge strane, specifične mnogobrojne aktivnosti koje se dovode u vezu sa navedenim formama, u celosti ili samo kao bazični elementi forme, objedinjene su programom skautskih aktivnosti koje se odvijaju na tlu, vodi i u vazduhu ([www.scoutactivitycentres.org.uk](http://www.scoutactivitycentres.org.uk)).

## Kampovi kao mesta za realizaciju skautskih aktivnosti

Kampovi su ključni deo programa mnogih organizacija širom sveta, među kojima su svakako i izviđačke (skautske) organizacije koje okupljaju veliki broj mladih ljudi (preko 31 milion registrovanih izviđača) i koje su rasprostranjene u 216 zemalja. Ipak, treba reći da korisnici kampa širom sveta nisu samo mladi skauti već i drugi ljudi, kao što je slučaj na tlu Amerike gde su kampovi deo kulture skoro 150 godina, a gde su iskustvo imali milioni mladih i odraslih ljudi (Henderson et all., 2007).

Termin kamp dolazi od latinske reči *campus* što znači polje. Kamp je prostor koji je namenjen pružanju specifičnih turističkih ponuda koje podrazumevaju boravak u određenom vremenskom periodu i na određenom prostoru koji se bitno razlikuje od standardnog životnog prostora. Usluge koje se nude u kampu naplaćuju se korisnicima. U mnogim delovima sveta, kamp se odnosi isključivo na upotrebu šatora ili sličnih prenosivih struktura koje su u funkciji smeštaja turista. Ugostiteljski objekti za smeštaj na otvorenom predstavljaju funkcionalno organizovano i uređeno zemljište namenjeno za kampovanje gostiju uz obavezno ispunjavanje minimalnih tehničkih uslova za uređenje i opremanje kampova koji podležu zakonskim regulativama (Pravilnik o uslovima i načinu obavljanja ugostiteljske delatnosti(...)) / "Službeni glasnik RS" br.48/2012), sa ciljem standardizacije ([www.turizam.mfp.gov.rs](http://www.turizam.mfp.gov.rs))

Skautski kampovi nude usluge koje su u vezi sa programskim aktivnostima aktivnog odmora i rekreacije i najčešće se organizuju u sredinama netaknute prirode, te korisnicima usluga nude sadržaje sa kojima se oni najčešće po prvi put sreću (staze izazova, zid koji se okreće, vazдушna lopta (aeroball), staza sa visokim konopcima (high rope course) i dr.).

U pogledu standardizacije programskih usluga, one se značajno vezuju za resursnu osnovu (materijalnu, nematerijalnu) samog kampa. Upravo svojom specifičnom organizacijom i ponudom, kada je reč o kampovima, mogu se izdvojiti skautski kampovi. Među najpoznatijim skautskim kampovima u svetu je Gilvel (Gilwell) park u Londonu koji ima najsadržajnu i najkompleksniju ponudu u odnosu na druge kampove ovog tipa, te pruža primer dobre prakse. Prirodni resursi Gilvel parka čine dobru osnovu za organizaciju raznovrsnih sadržaja.

U našoj zemlji funkcioniše deset skautskih kampova koji u svom programu imaju isključivo sadržaje namenjene pripadnicima organizacije izviđača. Ovi kampovi nude smeštaj i u zatvorenim objektima, i u šatorima, uglavnom aktivni su tokom leta i nisu otvoreni za inovativne i atraktivne ponude. Skautski centar u selu Jovac (opština Vladičin Han), nudi mogućnost boravka posetioca tokom cele godine. Balkanski skautski centar (BSC) u selu Jovac već sedam godina funkcioniše kao kamp u okviru turističke ponude Vranja. Programske aktivnosti kampa upravo su okrenute ka boravku korisnika u prirodi i pružanju raznih eko-ruralnih sadržaja. Reč je o mestu koje odgovara turizmu iz ugla aktivnog odmora u prirodnom okruženju zbog specifičnosti terena, bogate flore i posebnih klimatskih odlika.

Da bi se obogatila ponuda BSC-a u selu Jovac, sa tendencijom približavanja programskim aktivnostima svetskih skautskih kampova, predmet ovog istraživanja odnosio se na turističku ponudu kampa koja bi zadovoljila potrebe turista za aktivnim odmorom sa ciljem da se na osnovu analize i vrednovanja elemenata ponude i identifikovanja tražnje za određenim programskim sadržajima, definiše model proizvodnog miksa rekreativnog turizma BSC-a u selu Jovac.

## Metod

Neeksperimentalno empirijsko istraživanje, transferzalnog karaktera sprovedeno je u periodu od aprila do avgusta 2012. godine, kada su se u BSC-a u selu Jovac realizovale aktivnosti u okviru uskršnjeg, letnjeg i volonterskog kampa.

Uzorak ispitanika činilo je 100 posetilaca (ispitanika), uzrasta od 15 do 30 godina iz zemlje i inostranstva: 50 iz Srbije, 35 iz Francuske, 5 iz Makedonije, 4 iz Španije, 4 iz Grčke i 2 iz Japana.

Aplikovani instrument je namenski dizajnirana anketa kojom je obuhvaćen segment osnovnih demografskih podataka i segment u kojem su ispitanici iskazivali svoje stavove u odnosu na izbor predloženih aktivnosti, te izbor lokaliteta sa ciljem poboljšanja usluga skautskog centra.

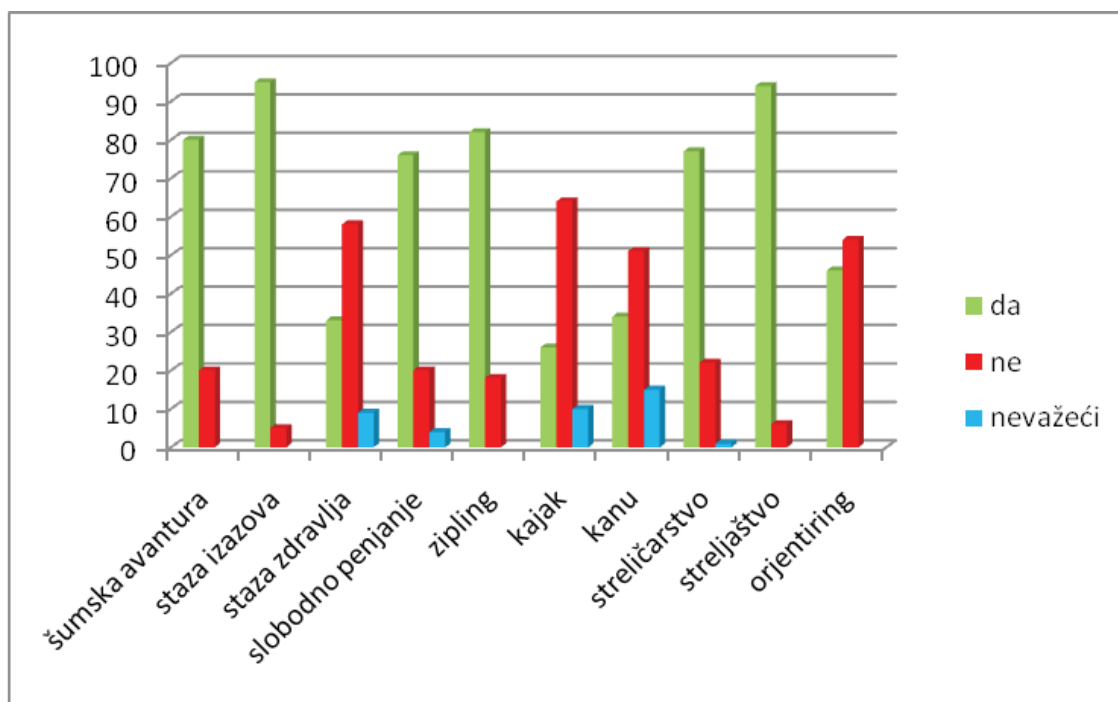
Svi dobijeni podaci, sa ciljem modelovanja proizvodnog miksa, analizirani su na osnovu frekvence pojavljivanja, komparativne analiza (Benchmarking), SWOT i PEST analize.

## Rezultati istraživanja

Na osnovu dobijenih demografskih podataka značajno je izdvojiti da od 100 ispitanika starosti od 15 do 30 godina koji su na osnovu ankete iskazali svoje subjektivne stavove, njih 50 je bilo iz Srbije, a preostalih 50 iz inostranstva (35 iz Francuske, 5 iz Makedonije, 4 iz Španije, 4 iz Grčke i 2 iz Japana).

Na osnovu frekvence pojavljivanja, ispitanici su iskazivali svoje stavove, gde se, kada je reč o potrebi proširivanja postojeće ponude BSC, na osnovu analize sa čak 72% izdvajaju potvrdni odgovori, 26% odgovora odnosilo se na mišljenje da je trenutna ponuda zadovoljavajuća, dok se 2% ispitanika nije opredelilo.

Analiza stavova koji su se odnosili na izbor programske aktivnosti koje bi se uvrstile u ponudu BSC-a prikazana su Grafikonom 1.



**Grafikon 1.** Odabir najatraktivnijih aktivnosti za proširenje ponude BSC-a

Izdvojilo se šest aktivnosti za koje su se ispitanici odlučili sa više od 50%. Uočava se da su se u najvećem procentu (95%) odlučili za stazu izazova koju karakterišu poligonske aktivnosti (preskakanja, provlačenja, puzanja i sl. u kombinaciji sa preprekama od prirodnog materijala). Potom se izdvajaju aktivnosti: streljaštvo sa 94%, zipling (zip-line, aktivnost u vazduhu u kombinaciji sa prirodnim rastinjem) sa 82%, šumska avantura sa 80% (aktivnost među krošnjama stabala), streličarstvo sa 77% i slobodno penjanje sa 76%.

U analizi pitanja koja su se odnosila na izbor

lokaliteta/destinacije, ispitanici sa više od 50% kao izletničke aktivnosti izdvajaju: Vlasinsko jezero sa 97%, Besna kobilica sa 95%, Oblik sa 92%, Prohor Pčinjski sa 88%, Vranje sa 81% i Vranjska Banja sa 75%.

Rezultati komparativne analize, poređenje resursne osnove Gilvel parka (Scout Activity Centres, 2013) i BSC-a (Škrbić, 2010; Kocevski, 2013) prikazani su u Tabeli 1. Značajno je naglasiti da su za varijable prostor i reljef komparirani isti parametri, dok se za varijable objekti i ponuda taksativno navode elementi.

Tabela 1. Komparativna analiza Gilvel parka (London, GBR) i BSC-a Jovac.

Varijable	Gilvel	BSC Jovac
<b>Prostor</b>	<b>udaljenost</b> od Londona 30 km, <b>površina</b> 44 hektara, <b>dostupnost</b> (saobraćajna infrastruktura): aerodrom (Luton, Heatrow, Stansted, Catwick) udaljenost 80 km, železnička stanica 5km.	<b>udaljenost</b> od Vranja 25 km, <b>površina</b> 150 hektara, <b>dostupnost</b> (saobraćajna infrastruktura): aerodromi: (Konstantin Veliki-Niš, Aleksandar Makedonski-Skoplje, aerodrom u Sofiji i aerodrom u Prištini) udaljenost oko 115 km, od koridora 10 i od železničke pruge 5km.
<b>Reljef</b>	<b>prostor:</b> dominira brežuljkast reljef, <b>nadmorska visina</b> 120 metara, <b>na terenu dominiraju</b> pašnjaci, stogodišnje platanske šume i staze za pešačenje.	<b>prostor:</b> brdovito planinski reljef, sedam jezera, <b>nadmorska visina</b> kampa je od 480 m do 720 m, <b>na terenu dominira</b> hrastova, bukova šuma i livade.
<b>Objekti</b>	smeštaj apartmanskog tipa, bungalovi, prostor za šatore, sanitarni čvor i tuš kabine, istorijski lokaliteti, spomenici izviđaštva, prodavnica suvenira, muzej izviđaštva, konjušarnica.	prostora za šatore, poljski wc-i, školske zgrade, učiteljski dom i zadružni dom.
<b>Ponuda</b>	kampovanje, leaderske obuke, ljuljaška (uže), streličarstvo, sankanje na travi, kanu, streljaštvo (puška), stena za penjanje, rafting, jahanje konja, orjentiring, pionirstvo, izleti, planinarenje, fotografija, trambolina, staze izazova, zid koji se okreće, vazдушna lopta (aeroball), auto na pedale (pedal go-karts), staza sa visokim konopcima (high rope course), pešačenje.	sakupljanje bilja, priprema zimnice, kaligrafija, užarstvo, pionirstvo (pravljenje patenata), preživljavanje u prirodi, POI (veština vrtenja vatre), topografija, radionica za razvoj tolerancije, škola duboreza, pripremanje hrane na tradicionalan način, grnčarija, Balkanski kotlić, izrada vodenice potočare, škola tkanja, sito štampa.

PEST analizom (Tabela 2.) identifikovani su politički, ekonomski, socio-kulturološki i tehnološki faktori koji mogu uticati na modelovanje proizvodnog miksa BSC-a u Jovcu.

Tabela 2. PEST analiza BSC-a Jovac

POLITIČKO OKRUŽENJE	EKONOMSKO OKRUŽENJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ nestabilna politička situacija,</li> <li>➤ blizina kopnene zone bezbednosti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ svetska ekonomska kriza,</li> <li>➤ nestabilnost domaće valute,</li> <li>➤ mali broj korporativno odgovornih kompanija.</li> </ul>
SOCIOLOŠKO OKRUŽENJE	TEHNOLOŠKO OKRUŽENJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ mali broj stanovnika,</li> <li>➤ nezaposlenost,</li> <li>➤ nizak životni standard,</li> <li>➤ slaba zainteresovanost za rad u turizmu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ slaba razvijenost internet mreže,</li> <li>➤ nerazvijena komunalna infrastruktura,</li> <li>➤ dobra putna infrastruktura.</li> </ul>

Rezultati analiziranih internih i eksternih faktora BSC-a (slabosti, snage, šanse i opasnosti), na osnovu kojih se može definisati položaj ponude uslužnog miksa, prikazani su u Tabeli 3. Kao najznačajniji parametar za svaku grupu faktora može se izdvojiti sledeće: za **snage** - jedinstvena ponuda; za **slabosti** - nepostojanje infrastrukture u kampu; za **šanse** - dobar položaj i putna infrastruktura; za **pretnje** - kriza u privredi i ekonomiji.

Tabela 3. SWOT analiza BSC-a Jovac

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ jedinstvena ponuda BSC-a Jovac na teritoriji Srbije i regiona;</li> <li>➤ dobra saradnja sa mladima iz inostranstva;</li> <li>➤ porodični biznis;</li> <li>➤ hrana organskog porekla;</li> <li>➤ stručni kadrovi;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ novi na tržištu;</li> <li>➤ nepostojanje kompletne infrastrukture u kampu;</li> <li>➤ slab marketing.</li> </ul>
ŠANSE	PRETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ nepostojanje konkurencije;</li> <li>➤ dobar položaj, reljef i putna infrastruktura;</li> <li>➤ prirodna bogatstva;</li> <li>➤ težnja ljudi ka kraćim odmorima i odmorima u prirodi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ blizina kopnene zone bezbednosti;</li> <li>➤ kriza u privredi i ekonomiji kod nas i u svetu;</li> <li>➤ slaba kupovna moć građana.</li> </ul>

## Diskusija

Informacije koje su dobijene putem anketiranja nisu mogle biti uvrštene u komparativnu analizu, budući da anketa predstavlja nestandardizovan instrument istraživanja. No, deskriptivna analiza dobijenih podataka ukazuje na potrebu za inoviranjem postojeće ponude BSC-a, na pravce inoviranja i kreiranja modela uslužnog miksa.

Komparativna analiza BSC-a Jovac i Gilvel parka iz Velike Britanije pokazuje da je BSC dobro povezan sa glavnim saobraćajnicama na jugu Srbije, te da putna infrastruktura može zadovoljiti potrebe targetiranog potrošačkog segmenta. Prirodno okruženje ima veoma dobru reljefnu strukturu i biljni pokrivač (brdovito-planinski predeo, livade, šume i jezera) što omogućava izgradnju novih i unapređenje postojećih sadržaja namenjenih rekreativnom turizmu (aktivan odmor). U skladu sa tendencijama unapređenja usluga skautskih centara, te širenjem ciljnog segmenta potrošača, neophodno je unaprediti ponudu smeštajnih kapaciteta, prvenstveno sa aspekta kvaliteta i širine asortimana.

Ponudu kampa bi trebalo obogatiti sadržajima rekreativnog turizma u skladu sa zahtevima potencijalnih posetilaca, a na bazi lokalnih resursa i savremenih tokova za potrebe aktivnog odmora. Analizirajući odnos resursi/asortiman proizvoda i usluga Gilvel parka i BSC-a, dolazi se do zaključka da BSC poseduje obilje nedovoljno iskorišćenih resursa na bazi kojih se može razviti kvalitetna i konkurentna ponuda.

Politički faktori PEST analize imaju veliku ulogu u razvoju privrede i turizma. Smene vlasti uz čestu promenu zakonskih propisa i neadekvatno sprovođenje donetih strategija razvoja dovode do velikog rizika poslovanja i ulaganja, te se investicije, kako strane tako i domaće, svode na minimum ulaganja. Nestabilna politička situacija često je uzrok tome da se veliki broj planova i projekata ne realizuje ili njihova realizacije nije adekvatna. Politička situacija u južnoj srpskoj pokrajini i dugogodišnji problemi negativno utiču na razvoj turizma na jugu Srbije. Ekonomski faktori podrazumevaju stabilnost valute, likvidnost, dostupnost izvora finansiranja, kamatne stope itd. Svetska ekonomska kriza uzdrmala je odnose u privredi što se reflektovalo i na turizam. Ovo se posebno

oseća u manje razvijenim regionima, kakav je jug Srbije. Smanjena likvidnost otežava ne samo dalja ulaganja, već i naplatu potraživanja, što koči uspešno poslovanje. Korporativna odgovornost kompanija je trend u poslovanju novih kompanija i podrazumeva da privreda investira u razvoj lokalnog okruženja, kao i da utiče na podsticaj angažovanja mladih ljudi u poslovne aktivnosti. Nažalost, mali je broj kompanija, a pogotovo na jugu Srbije, koje prepoznaju svoju korporativnu odgovornost, te ovaj način podsticaja razvoja lokalne zajednice još uvek ostaje nedovoljno iskorišćen. Mali broj stanovnika na ovom području posledica je velike prirodne katastrofe iz 1977. godine, kada je usled klizišta izmenjena reljefna struktura sela. Veliki broj kuća je porušen, stanovnici su preseljeni u selo Stubal, a u selu Jovac ostalo je pet domaćinstava. Celo područje juga Srbije karakteristično je po tome što je veliki broj ljudi ostao bez posla i ne postoji inicijativa da se pokrenu u cilju obezbeđenja boljih životnih uslova otvaranjem malih proizvodnih pogona, što životni standard i dalje čini veoma niskim. Stanovništvo ne prepoznaje turizam kao potencijalnu mogućnost za rešavanje egzistencijalnih pitanja i ne vidi kulturološko nasleđe i prirodne resurse kao potencijalne oslonce za razvoj turizma. Teren BSC-a je u netaknutoj prirodi, u okruženju u kome nema naseljenih mesta, te ne postoji mogućnost priključenja na telefonsku mrežu. Uvođenje savremenih informacionih tehnologija u svakodnevno poslovanje BSC-a umnogome bi olakšalo praćenje svetskih trendova i dostignuća. BSC se suočava i sa problemom neodgovarajuće infrastrukture, budući da nije bilo moguće dobiti potrebne saglasnosti za investiranje. Međutim, uz podršku Vojske Srbije i lokalne samouprave, rešen je problem putne infrastrukture što je rezultiralo proširenjem i asfaltiranjem postojećeg puta.

Snage prikazane SWOT analizom predstavljaju najjače pozitivne strane BSC-a i čine temelj za razvoj i unapređenje poslovanja i ponude BSC-a. Ponuda je jedinstvena zbog toga što na teritoriji Srbije, a i šire, ne postoje kampovi sa ovako koncipiranom ponudom. Reč je o uspešnoj kombinaciji rekreativnog turizma i izleta, uz korišćenje prirodnih resursa juga Srbije. Dobra saradnja sa mladima iz inostranstva ogleđa se kroz sedmogodišnje iskustvo u organizaciji boravka mladih izviđača iz inostranstva u BSC-u (Francuska, Makedonija, Grčka, Slovenija), ali i kroz boravak izviđača iz BSC-a u

zemljama gde je izviđački pokret veoma razvijen (Velika Britanija, Nemačka, Švajcarska, Ujedinjeni Arapski Emirati, Grčka). Uz korišćenje mreže Svetske Skautske Organizacije vrši se promocija ponude kampa. U BSC-u je u proteklih pet godina organizovana proizvodnja hrane organskog porekla, kako na sopstvenim parcelama tako i u seoskim domaćinstvima sela Jovac i Beliševo. Učesnici kampa sami pripremaju džem i ajvar od voća i povrća koje je proizvedeno na terenu. BSC osim kadrova iz oblasti obrazovanja, vaspitanja, turizma i ugostiteljstva, poseduje i kadrove iz oblasti sporta i fizičke kulture, šumarstva, zdravstva, arhitekture, građevinarstva i pejzažne arhitekture, u skladu sa zahtevima i aktivnostima BSCa.

Slabosti predstavljaju problemi, manjkavosti i poteškoće koje se nakon identifikacije mogu ispraviti uvođenjem adekvatnih promena u organizaciji i poslovanju BSC-a. BSC je kao organizovani kamp poznat među izviđačkim organizacijama tek nekoliko godina. Svoj prostor je ponudio široj javnosti pre dve godine i uočeno je da nedostaje iskustvo u radu, kao i ponuda za mlade koji nisu izviđači. Nepostojanje kompletne infrastrukture u kampu je rezultat nerešenih imovinsko – pravnih odnosa za korišćenje prostora i objekata, te zbog toga nije bilo moguće veće investiranje u infrastrukturu samog kampa. Osim mreže izviđačke organizacije, kamp nema širu promociju. Ne poseduje sopstveni sajt i nema finansijskih mogućnosti za reklamiranje putem sredstava masovnog informisanja.

Šanse su objektivne, povoljne mogućnosti koje se pružaju BSC-u i koje se, uz adekvatno zalaganje, mogu pozitivno iskoristiti. Nepostojanje konkurencije pruža mogućnost lakšeg privlačenja ciljne grupe. Dobar položaj, reljef i putna infrastruktura se odnose na povezanost sa koridorom 10 i železnicom. Reljef daje mogućnost da se adekvatno primene svi planirani oblici rekreativnog turizma u okviru ponude, bez nekog velikog ulaganja. Do samog kampa postoji novoizgrađeni asfaltni put koji omogućava prilaz autobusima turističke klase. Okruženje u kome se nalazi kamp obiluje bogatim izvorštima zdrave pijaće vode, šumskim plodovima i lekovitim biljem. Sve ovo dopunjuje i mogućnost korišćenja tri od sedam jezera za rekreativne aktivnosti na vodi. Uz to, kamp je pod zasadima hrastove i bukove šume, kao i livadama i obradivim površinama, što predstavlja resurs samog



kampa. Težnja ljudi ka kraćim odmorima i odmorima u prirodi daje šansu BSC-u da proširi segment potencijalnih potrošača.

Nastanak pretnji ne zavisi od samog BSC-a, već je u njegovoj moći samo predviđanje pretnji i izbegavanje ili ublažavanje njihovog negativnog uticaja. Blizina kopnene zone bezbednosti predstavlja pretnju po BSC, imajući u vidu aktuelna dešavanja na relaciji Beograd – Priština i nerešene trinaestogodišnje situacije sa južnom pokrajinom. Kriza u privredi i ekonomiji kod nas i u svetu onemogućava dugoročno planiranje i ulaganje i povećava rizik poslovanja. Takođe utiče na teži protok novih tehnologija, trendova, znanja i informacija, a do sredstava Evropskih fondova za razvoj se jako teško dolazi. Pored toga, svetska ekonomska kriza i životni standard u Srbiji umanjuju kupovnu moć građana, te se oni u manjoj meri odlučuju na odlazak na odmor.

Sagledavajući pokazatelje SWOT i PEST analize možemo zaključiti da je neophodno uložiti dodatne napore za prevazilaženje sledećih poteškoća: novi na tržištu, nepostojanje kompletne infrastrukture u kampu, slab marketing, slaba razvijenost internet mreže, nerazvijena komunalna infrastruktura. Analizirajući pozitivne strane dolazimo do zaključka da u ovom trenutku postoje dobre osnove za pokretanje novog uslužnog miksa.

### Zaključak

Na osnovu analize i vrednovanja elemenata ponude i identifikovanja tražnje za određenim programskim sadržajima može se zaključiti da postoji osnova za inoviranje usluge BSC. Ta osnova predstavlja kvalitetne resurse koji mogu podržati razvoj ponude u skladu sa savremenim kretanjima, koja uz adekvatno otklanjanje slabosti interne prirode i izbegavanje i/ili smanjivanje uticaja negativnih faktora eksterne prirode može u potpunosti podržati tržišnu kompetitivnost ponude BSC-a. Definisanje modela uslužnog miksa BSC-a (kampa) ostvarivo je u potpunosti, a izdvojile su se sledeće aktivnosti: jednodnevni izlet na destinacijama i lokalitetima (Vranje, Vlasinsko jezero, Prohor Pčinjski, Vranjska Banja i planine Oblik) i aktivnosti na otvorenom (staza izazova, streljaštvo, zipling, šumska avantura, streličarstvo i slobodno penjanje).

### LITERATURA

- Buchner, D.M., & Gobster, P.H. (2007). Promoting Active Visits to Parks: Models and Strategies for Transdisciplinary Collaboration. *Journal of Physical Activity & Health*, 4(1), 36-49.
- Henderson, K.A., Bialeschki, D.M., & James, P.A. (2007). Overview of camp research. *Child Adolesc Psychiatr Clin N Am*, 16(4), 755-67. pmid:17823054. doi:10.1016/j.chc.2007.05.010
- Kocevski, M. (2013). *Modelovanje proizvodnog miksa rekreativnog turizma Balkanskog skautskog centra*. Master rad, Novi Sad: Fakultet za sport i turizam.
- Larsen, S. (2007). Aspects of a Psychology of the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-18. doi:10.1080/15022250701226014
- Romanov, R., Osmankać, N., Međedović, B., Marković, D., & Milošević, S. (2011). Fizička aktivnost trend novih formi turističkog proizvoda. U: *II internacionalni simpozij "Sport, Turizam i Zdravlje"*, Bihać.
- Scout Activity Centres. (2013). London: The Scout Association. Postavljeno sa Web sajta: <http://www.scoutactivitycentres.org.uk/>
- Škrbić, I. (2010). *Vinski turizam kao faktor razvoja vinarija - studija slučaja Sremski Karlovci*. Master rad, Novi Sad: Fakultet za sport i turizam.
- Tomka, D. (2007). Ima li mesta za fenomenologiju turizma? *Tims Acta, Novi Sad*, 1(1), 17-25.
- Turizam Republike Srbije. (2013). Beograd: Ministarstvo finansija i privrede, Sektor za turizam. Postavljeno sa Web sajta: <http://www.turizam.mfp.gov.rs/>
- 

Datum prijave rada: 23.04.2013.

Datum prihvatanja rada: 21.05.2013.

### Kontakt

Miloš Kocevski, Balkanski skautski centar, Odred izviđača "Zavičaj 1093", Zmaj Jovina 32, Vranje  
E-mail: koce.22@gmail.com

Iva Škrbić, Fakultet za sport i turizam, Radnička 30 a, Novi Sad  
E-mail: iva.skrbic@tims.edu.rs

Romana Romanov, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad  
E-mail: romana.romanov@tims.edu.rs