

ULOGA TURIZMA U SMANJENJU SIROMAŠTVA U RURALNIM OBLASTIMA REPUBLIKE SRBIJE

Danilo Dedeić, Fakultet poslovne ekonomije, Univerzitet Educons, Sremska Kamenica

Sažetak

Siromaštvo u Srbiji se dramatično povećalo u poslednjoj deceniji XX veka. Nestala je srednja klasa, broj siromašnih se udvostručio, a podaci Republičkog zavoda za statistiku pokazuju da danas četvrtina stanovništva živi na granici siromaštva. Iako broj onih koji žive ispod tzv. *linije apsolutnog siromaštva* raste i u gradovima, taj rast je još izraženiji u ruralnom području. Cilj rada je da ukaže na mogućnosti primene strategije turizma u korist siromašnih (*pro-poor*) u Republici Srbiji. U uvodnom delu rada bliže se određuju pojmovi siromaštvo, *pro-poor*, ruralni i održivi turizam. Dalje se analiziraju strana iskustva (Trinidad i Tobago, Bangladeš, Nepal, Južnoafrička Republika, Ekvador, Kenija, Tanzanija i Brazil). Poslednje poglavlje je posvećeno situaciji u Srbiji. Pokazano je da novi oblici turizma i prateće delatnosti, kao važni nosioci turističkog uspeha na kojima zarađuju i turistička preduzeća i lokalne zajednice, mogu da pokrenu razvoj ruralnih oblasti Srbije.

Ključne reči: *pro-poor* turizam, ruralni turizam, siromaštvo, održivi razvoj

THE ROLE OF TOURISM IN POVERTY ALLEVIATION IN RURAL AREAS OF THE REPUBLIC OF SERBIA

Abstract

Poverty in Serbia has increased dramatically in the last decade of the twentieth century. The social middle class has disappeared, the number of poor has doubled, and the data collected by the Statistical Office of the Republic of Serbia shows that a quarter of the population lives below the poverty line. Although the number of those who live below the absolute poverty line is increasing in cities, this increase is even more significant in rural areas. The aim of this paper is to show the possibilities of implementation of pro-poor tourism strategy in the Republic of Serbia. The paper consists of an introductory part, concluding remarks and three chapters. In the first chapter, the concepts of poverty, pro-poor, rural and sustainable tourism are covered. The second chapter gives insight into the international pro-poor experiences (Trinidad and Tobago, Bangladesh, Nepal, South Africa, Ecuador, Kenya, Tanzania and Brazil). The third chapter is dedicated to the situation in Serbia. It has been shown that new forms of tourism, which bring benefits to both tourism enterprises and local communities, can initiate the development of Serbia's rural areas.

Keywords: Pro-poor tourism, Rural tourism, Poverty, Sustainable development

Uvod

Borba sa siromaštvom je jedan od vodećih globalnih izazova, a rešenje se, neretko, vidi u turizmu kao zamajcu svetske ekonomije i izvoru blagostanja. Ovo je deo privrede koji najbrže raste i koji obezbeđuje veliki broj radnih mesta čime značajno doprinosi svetskom bruto domaćem proizvodu (BDP). Prema podacima *The World Travel & Tourism Council* (2014) u svetu je 2013. godine u turizmu direktno i indirektno radilo 266 miliona ljudi (8,8% čovečanstva) uz godišnji promet od sedam milijardi američkih dolara (9,5% svetskog BDP). Razvoj turizma nesumnjivo upotpunjuje podršku države i iskorenjuje siromaštvo. Ipak, većina svetskih turističkih razvojnih programa je koncentrisana na velike gradove, urbane sredine i visoko razvijene destinacije, pa su koristi od turizma vrlo male za siromašne u ruralnim krajevima. Ruralno stanovništvo čini tri četvrtine od 1,3 milijarde ljudi koji žive u zonama „manje od jednog dolara po stanovniku dnevno“ (UNDP, 2014). I u podacima Organizacije za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih nacija (FAO) stoji da tri četvrtine od 800 miliona gladnih živi u ruralnim područjima. Ruralno siromaštvo generiše složene eksterne efekte i na gradsku populaciju. Migracije ruralnog stanovništva u urbane sredine stvaraju veliki pritisak na tržište radne snage i time prenose klicu siromaštva u gradove.

Budući da zarada od turizma najčešće ne stiže do najsiromašnijih slojeva društva razvijen je koncept promocije turizma u korist siromašnih (*pro-poor*) koji uglavnom počiva na manjim projektima u lokalnim zajednicama. Za mnoge zemlje turizam je vodeća privredna grana o čemu svedoče stope ekonomskog rasta i novoootvorena radna mesta. Uviđajući značaj turizma za siromašne dodatno se angažuju u privlačenju turista iz ostatka sveta. Pozitivni primeri iz sveta reflektuju se i na našu zemlju. Poljoprivredu, dosadašnju dominantnu funkciju privređivanja na selu, trebale bi da upotpune brojne druge, do sada zapostavljane delatnosti bazirane na raznovrsnim i vrednim prirodnim i ljudskim resursima. Preporuka Svetske turističke organizacije Srbiji je da razvija ruralni turizam jer za to ima izvanredne uslove. U Strategiji razvoja turizma u Republici Srbiji, seoski turizam je stavljen u prvi plan u okviru onih oblika turizma koji se tiču posebnih interesovanja - sa naglaskom na razvoj

eko-turističkih sela u brdsko-planinskim oblastima, koja nude zdravu sredinu, ekološku hranu, ugodno okruženje, aktivan odmor, etnografske i druge kulturno-istorijske vrednosti (Strategija turizma Republike Srbije, 2005).

Cilj ovog rada je da ukaže na mogućnosti primene strategije turizma u korist siromašnih u ruralnim oblastima Republike Srbije. Metodološki okvir istraživanja podrazumeva prikupljanje relevantnih podataka iz domaće i strane teorijske i studentske literature. U radu su korišćeni podaci, statističke baze i dokumentacija Republičkog zavoda za statistiku Srbije, Programa Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP), Svetske banke, Svetske turističke organizacije Ujedinjenih nacija (UNWTO), Svetskog saveta za turizam i putovanja (WTTC), kao i različiti izvori s internet stranica. S obzirom na to da je siromaštvo najvažniji globalni problem, kome posebnu pažnju pridaju sve zemlje, analiza prikupljenih podataka pomaže boljem shvatanju uloge turizma kao generatora razvoja zemalja u razvoju i sredstva za smanjenje siromaštva. U postupku sinteze izvršena je generalizacija a izvedeni zaključci mogu da posluže kao smernica za Srbiju kako da na najbolji način iskoristi sve mogućnosti koje prate razvoj turizma.

Siromaštvo, *pro-poor*, ruralni i održivi turizam

Jedna od glavnih aktivnosti Programa Ujedinjenih nacija za razvoj i ujedno jedan od primarnih interesa Milenijumskih ciljeva razvoja, je borba protiv siromaštva. Siromaštvo se na različite načine manifestuje u današnjem društvu a pogađa i urbana i ruralna područja. Kao višedimenzionalni fenomen, pored nedovoljnih prihoda za zadovoljenje životnih potreba, podrazumeva i nemogućnost zapošljavanja, neodgovarajuće stambene uslove i neadekvatan pristup socijalnoj zaštiti, zdravstvenim, obrazovnim i komunalnim uslugama (Strategija za smanjenje siromaštva (SSS) u Srbiji, 2003). Za potrebe definisanja ciljeva eliminacije siromaštva u okviru OECD do 2015. godine, siromašnima se smatraju lica koja žive sa manje od jednog dolara dnevno. Za Svetsku banku siromaštvo je: glad; nedostatak krova nad glavom; bolest bez lekarskog tretmana; nemogućnost odlaska u školu i nepismenost; nezaposlenost, strepnja od budućnosti i preživljavanje dan za danom; gubitak deteta zbog bolesti izazvane zagađenom vodom; nemoć,

beznađe i nesloboda. U cilju preciznog pojmovnog određenja, siromaštvo je važno razlikovati od društvenih i ekonomskih nejednakosti koje postoje i između istih društveno-ekonomskih slojeva (npr. bogati i ekstremno bogati). Siromaštvo je apsolutno kada ne mogu da se zadovolje osnovne životne potrebe, dok se relativno određuje u odnosu na prosečan nivo životnog standarda u nekom društvu. Relativno siromaštvo je u subjektivnom osećanju pojedinca ili objektivnoj proceni nepristranog posmatrača. Liberalni, klasični ekonomista, David Rikardo je smatrao da su siromašni sami krivi za svoj status i da je njihov neumorni nagon za razmnožavanjem razlog siromaštva i bede. Socijalna pomoć države, govorio je, umesto da popravi stanje ugroženih, pogoršava stanje i bogataša i sirotinje (Ferenčak, 2011). S druge strane, neki smatraju da državna pomoć siromašnima ne sme da se dovodi u pitanje. Nelson Mandela, južnoafrički političar, revolucionarni vođa i državnik, je govorio da poput ropstva i aparthejda, siromaštvo nije prirodna pojava. Čovek ga je izazvao, pa ga on može prevazići i iskoreniti. Prema narodnoj tradiciji uzroci siromaštva su: sudbinski, nasleđeni, lični, a nekad i opšti - prirodne katastrofe, ekonomske krize i politički događaji (ratovi, gubitak privilegija, državne pljačke).

U borbi sa siromaštvom, među mnoštvom strateških pristupa, zemlje u razvoju posebnu pažnju pridaju turizmu. Svetska turistička organizacija (UNWTO) promoviše održivi razvoj turizma u funkciji smanjenja siromaštva jer se u poslednjih pola veka ova privredna grana snažno razvila, pa je time i njena uloga u generisanju prihoda i radnih mesta postala značajnija. Nove turističke destinacije u najmanje razvijenim zemaljama (*Least Developed Countries* - LDC) svedoče o ogromnom rastu broja turista i njihovoj potrošnji. Turizam je šansa za LDC da diverzifikuju privrede i primene neku od strategija razvoja u funkciji smanjenja siromaštva (*pro-poor* strategije). Za *International Institute for Environment and Development* (IIED) *pro-poor* turizam je onaj turizam koji generiše neto koristi za siromašne (koristi koje nadmašuju gubitke). Uz ekonomske, misli se i na socijalne, ekološke i kulturne koristi. *Pro-poor* strategije su usmerene na uključivanje siromašnih u što je moguće više aspekata turizma. Primenuju se u svakom segmentu turizma i obično se kombinuju sa strategijama opšteg turističkog razvoja.

Tabela 1. Osnovne *pro-poor* turizam strategije (Škrbić, Tomka, & Milošević, 2014)

POVEĆANJE EKONOMSKIH KORISTI	POBOLJŠANJE NEFINANSIJSKIH ŽIVOTNIH UTICAJA	POVEĆANJE PARTICIPACIJE I SARADNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Povećanje zaposlenosti lokalnog stanovništva, posvećenost lokalnim poslovima, obuka • Proširivanje lokalnih preduzetničkih aktivnosti, uključujući i one koji pružaju usluge u turističkom poslovanju (npr. dobavljači hrane) i druge (zanatlije, vodiči) • Povećanje kolektivnih prihoda kao što su provizije, dividende, donacije... 	<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja kapaciteta i obuka • Ublažavanje negativnih uticaja na životnu sredinu • Upućivanje na korišćenje prirodnih resursa • Bolji društveni i kulturni uticaji • Povećanje lokalnog pristupa infrastrukturi i uslugama predviđenim za turiste (telekomunikacije, zdravstvo, prevoz) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kreiranje okvira koji više podržava planiranje sa većim učešćem siromašnih • Rast učešća u donošenju odluka od strane vlade i privatnog sektora • Građenje <i>pro-poor</i> partnerstva siromašnih i privatnog sektora • Rast protoka informacija i komunikacija između zainteresovanih; i postavljanje temelja za budući dijalog.

Prednost *pro-poor* turizma (PPT) je u obostrano koristi i turista i ciljane lokalne zajednice. Presecanje posredničkog lanca, na primer, znači manje troškove za turiste i veću zaradu za siromašne. Turisti stižu bogato kulturno iskustvo upoznavajući se sa ruralnom sredinom, demografijom, socio-kulturnim ali i ekonomskim i političkim okruženjem destinacije. Siromašnim meštanima se zauzvrat olakšava pristup finansijskim sredstvima, zdravstvenoj zaštiti, obrazovanju, uz bolju lokalnu infrastrukturu. Pošto se bolje koriste prirodni resursi, istovremeno raste atraktivnost turističke destinacije. PPT je šansa za nekvalifikovanu radnu snagu i posebno za žene iz lokalnih zajednica. Turizam na siromašne utiče na tri načina (Bolwell & Weinz, 2008): direktno (radna mesta i mala preduzeća), indirektno (zarade u povezanim privrednim granama) i pokretački (preduzetništvo, plate, cene, izvoz, razvoj infrastrukture, razvoj veština, ekološke promene). Uticaj turizma raste uporedo sa jačanjem veza sa drugim privrednim granama. Ove veze se mogu dalje ojačati strateškim programima, čime se deluje na veći ekonomski rast i smanjenje stope siromaštva, ali i na veću efikasnost i druge koristi za samu turističku industriju. Beg iz bede, rast ekonomskih i neekonomskih koristi je moguć za mnoge jer se turizam oslanja na: građevinarstvo (šansa za nekvalifikovane), poljoprivredu, ribarstvo i proizvodnju hrane (turisti više cene domaće od uvoznih proizvoda), proizvodnju i popravku nameštaja, saobraćaj (rikše, taksiji, autobusi, brodovi, garaže, servisi, benzinske pumpe), komunalne usluge (internet, struja, voda, telefon), infrastrukturu (elektro i telekomunikacione mreže, putevi, mostovi, luke, aerodromi), usluge (saloni lepote, masaža, obezbeđenje, vodiči) i sve zanate. Takođe je i neformalni sektor - domaća radinost, kulturno-zabavne aktivnosti i mikrofinansiranje (*microfinance*) - snažno povezan sa turizmom.

Nedostak PPT je taj što su neretko baš lokalne zajednice prve i najveće žrtve implementacije turističkih projekata. Potencijalno vlasništvo nad zemljištem i pristup prirodnim resursima je ono što obezbeđuje lokalnom stanovništvu tržišnu moć, dobru poziciju u pregovaranju i neposredne koristi od turizma. Međutim, oni ipak, neretko prodaju svoja imanja špekulantima pre pokretanja projekta i od vlasnika postaju najamnici. Dešava se i da izgube pristup prirodnim resursima od kojih

žive (mesta za ribolov ili šume). Ozbiljne smetnje PPT-u su i repatrijacija kapitala turističkih multinacionalnih kompanija, kao i sezonalnost poslova u turizmu. Zato ne treba precenjivati pozitivan doprinos turizma, jer eventualni privredni rast ne znači automatski i smanjenje siromaštva. Prepreke razvoja turizma u korist siromašnih se najčešće ispoljavaju kao: a) Manjak humanog kapitala sirotinje (nekvalifikovanost za posao); b) Ograničenja zbog rodni predrasuda (ženama se brani da rade - noću ili uopšte); c) Organizacione slabosti (siromašni nisu deo društva ni ekonomskih planova); d) Manjak finansijskog kapitala (npr. bez mikro kredita za pokretanje biznisa); e) Nesklad sa postojećim delatnostima (npr. žetva u jeku turističke sezone); f) Loša lokacija (siromašni žive daleko od turističkih centara); g) Upitno vlasništvo nad zemljištem (neodgovarajuća pravna regulativa *LDC*); h) Nedostaci lokalnih proizvoda (npr. namirnice ne odgovaraju turistima); i) Razvojne strategije favorizuju druge (grade se npr. plaže ili golf tereni); j) Komplikovane regulative i papirologija za pokretanje malog biznisa; k) Nedostupnost turističkog tržišta (izbegava se kontakt sa siromašnima); l) Neispunjena očekivanja turista (najčešće jer siromašni ne govore strane jezike); m) Loše veze formalnog i neformalnog sektora (npr. favorizovanje stranih dobavljača); n) Nedostaci turističkog tržišta (podcenjivanje jedinstvenosti kulture destinacije); nj) Nema proaktivne uloge države (razvojne strategije ne sadrže *pro-poor* turizam) (Ashleay, 2002):

Pro-poor strategije u turizmu nisu univerzalne, zbog čega ni jednako primenljive u svim državama. Ovo je zato što zavise od postojeće turističke osnove, posvećenosti i interesa vlasti, intenziteta siromaštva i (ne)sklada u visini prihoda u ovom sektoru, itd. Iako *pro-poor* strategije postaju sve popularnije, ostaje problem merenje rezultata njihove implementacije. Jedan od mogućih načina utvrđivanja uspešnosti *pro-poor* poduhvata (ne samo) u turizmu predstavlja poređenje sledećih indikatora, pre i nakon sprovođenja mera: a) Prelazak iz zone neformalnih u formalne poslove („*full-time*“ i „*part time*“); b) Prihodi od formalnog zapošljavanja; c) Zarade od prodaje robe, usluga ili od poslova povezanih sa turizmom; d) Rast profita lokalnih preduzeća povezanih sa turizmom; e) Ukupan prihod od lokalnih javnih preduzeća, arendi i *joint ventures-a*; f) Napredak u uslovima života i rada u turizmu i povezanim sektorima; g) Stanje infrastrukture

(kilometri puteva, kapaciteti cisterni za vodu, broj elektrifikovanih kuća, novih mostova i repetitora mobilne telefonije) (Bolwell & Weinz, 2008).

Razvoju turizma se sve više pridaje posebna pažnja jer može da doprinese društvenoj i ekonomskoj obnovi ruralnih područja (dopunskim prihodima i zapošljavanjem, i zbog repopulacije i eliminisanja društvene izolovanosti područja). U tom smislu, turizam se posmatra kao način za savladavanje niza problema u razvoju ruralnih oblasti širom sveta. Ruralni turizam postaje motor ekonomskog razvoja i podizanja životnog standarda u ruralnim zajednicama, jer počiva na načelima održivog razvoja i očuvanja prirodnih resursa. Osnovni resurs razvoja ruralnog turizma je priroda, a procenjuje se da je oko tri četvrtine ukupne svetske turističke tražnje usmerano baš ka prirodnim vrednostima i „netaknutim“ prostorima. Motivi za posete ruralnim predelima kao što su: mir, tišina, nezagađen vazduh i voda, zdrava klima, očuvana priroda, upoznavanje novih ljudi (meštana), zdrava hrana (*slow food*), sporiji tempo života, fizička aktivnost, dokolica... zaslužni su za nastanak ruralnog turizma okrenutog ka individualnom turistu i njegovim potrebama. Treba imati u vidu da pojam *ruralni prostor* uglavnom nije strogo definisan i da obuhvata: prirodno okruženje, mala naselja, sela i zaseoke, ali i izdvojena porodična gazdinstva s poljoprivredom i šumarstvom kao glavnim privrednim granama. Sledstveno tome i pojavni oblici ruralnog turizma podrazumevaju (Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, 2011): seoski, vinski, gastro, lovni i ribolovni turizam, turizam u nacionalnim i parkovima prirode, verski turizam, kulturni turizam, ruralni kamp, etnosela, etnozbirke, seoske manifestacije, folklor, pustolovni turizam (avanturistički), zdravstveni turizam (banje). Interesantno je da je praksa pokazala da su manje razvijena seoska područja, koja baštine tradicionalnu poljoprivrednu proizvodnju malog obima, najatraktivnija turistima. Prednost razvoja ruralnog turizma se ispoljavaju u međuzavisnostima sa poljoprivredom koje, uz minimalna ulaganja meštana, rezultuju rastućim prihodima destinacija. Seoska domaćinstva višak svojih proizvoda plasiraju kroz novi prodajni kanal: turizam i dopunsku zaradu ostvaruju u svom dvorištu. Osim od prodaje sopstvenih proizvoda prihoduju i od smeštaja, ishrane ili drugih aktivnosti (neposredan kontakt s domaćim životinjama, učestvovanje u poljoprivrednim

radovima, pečenje rakije, jahanje i sl). Međutim, turizam ne mora da bude samo dodatni posao na imanju, već može da bude i stalno zanimanje.

Ruralni turizam mora da se razvija u skladu sa načelima održivog turizma (izvedenog iz koncepta održivog razvoja) koji podrazumeva ekološku, društvenu, kulturnu i ekonomsku održivost s ciljem unapređenja kvaliteta turističke destinacije (očuvana prirodna sredina, kulturno-istorijska baština, kulturni identitet i pozitivan odnos meštani – turista). Zbog rastuće turističke tražnje, sve više se razmišlja o opravdanosti privlačenja sve većeg broja turista zbog rasta prihoda, broja radnih mesta i turističkog prometa, a naučnici narušavanja životne sredine. Održivi razvoj upravo ističe činjenicu da ekonomski razvoj i kvalitet životne sredine nisu međusobno isključive pojave, jer upotreba savremene tehnologije i unapređenje ponašanja turista i lokalnog stanovništva sprečava štete na neobnovljivim turističkim resursima. Razvija se snažan međusobni uticaj turizma i okruženja: deo prihoda od turizma se ulaže u unapređenje ambijenta koji očuvan postaje važan činilac atraktivnosti turističke destinacije. Zato je održivi razvoj ne samo etičko već i egzistencijalno pitanje za turizam koji je autodestruktivan ukoliko uništava svoje resurse - prirodno i antropogeno okruženje i izvorni ambijent lokalne zajednice.

Primeri dobre *pro-poor* prakse u svetu

Turizam često tumače kao uzaludnu ili elitističku industriju, pa ga samim tim vlade i donatori tretiraju manje ozbiljno nego druge primarne industrije. Klasični stereotip turizma – razlike između bogatih turista i siromašnog lokalnog stanovništva - pojačava ovakvo viđenje (Deloitte, IIED, ODI & Touche, 2004). Međutim, turizam i te kako utiče na siromašne i to: ekonomski, ekološki, socijalno i kulturno. Siromašni su osetljiviji na kolizije različitih razvojnih strategija koje se ispoljavaju kao gubitak prirodnih resursa ili inflacija, pa će zato neto direktne koristi pre osetiti „mase“ nego najsiromašniji. Kako bi se smanjili ovi negativni efekti, promovise se turizam u korist najsiromašnijih (*pro-poor*) koji podrazumeva manje projekte u lokalnim zajednicama sa ciljem privlačenja što je moguće više turista. Uvažavajući ogroman značaj koji za razvoj *pro-poor* turizma imaju

međunarodne organizacije i vlade zemalja, treba istaći i onaj koji imaju privatne kompanije, nevladine i humanitarne organizacije i lokalna udruženja. Uprkos malim varijacijama u tipu aktivnosti koje preduzimaju nevladine organizacije (NVO) i privatne kompanije, intenzitet preklapanja njihovog delovanja, uočljiv u njihovim inicijativama i uticajima, jasno pokazuje da streme istom cilju. Na primer, poslovanje privatnih, *pro-poor* osvešćenih kompanija je u korist siromašnih kada sarađuju sa lokalnim proizvođačima i doprinose direktnom i indirektnom zapošljavanju kroz projekte koje pokreću sa lokalnim zajednicama. S druge strane, nevladine i humanitarne organizacije neretko pokreću komercijalna preduzeća u kojima zapošljavaju siromašne.

Trinidad i Tobago, država bogata naftom, smatra se jednom od razvijenijih zemalja u karipskom regionu sa stabilnim političkim i ekonomskim sistemom, visokom stopom rasta BDP i relativno malom nezaposlenošću od 5,9%. U žiži plana nacionalnog razvoja je iskorenjivanje siromaštva. U svojoj agendi razvoja Vlada se fokusirala na promovisanje turizma u cilju maksimizacije priliva deviza, ali i za stvaranje neto koristi i povoljnih prilika za siromašne. Problem siromaštva je posebno izražen na istoku, dalekom jugu i u severozapadnim oblastima zemlje u oblastima *Nariva/Mayaro* sa 24% siromašnih, *St. Patric* sa 13%, *St. Andrew/St. David* 14% i *Victoria* 15% (Lewis & Brawn, 2007). Statistike o siromaštvu signaliziraju da veliki broj stanovnika (17%) živi ispod granice siromaštva od koji čak 83% gladuje. Trinidad i Tobago je 2001. i 2008. potpisao sporazume sa Evropskom unijom o finansiranju Programa za smanjenje siromaštva (*Poverty Reduction Programme - PRP*), a poseban deo ovih sporazuma se odnosi na *pro-poor* turizam (PPT). Pokazalo se da PPT umnogome počiva na inicijativi privatnog i nevladinog sektora čiji je *pro-poor* pristup ne samo ispunio nacionalne ciljeve, već i poboljšao bezbednost i poslovni ambijent kompanija što je unapredilo turistički proizvod kao i doživljaj turista. Partnerstva su dodatno ojačala formalne i neformalne institucije civilnog i javnog sektora (poljoprivredna, šumska, ribarska gazdinstva, itd). Siromašnima PPT je omogućio finansijsku i tehničku podršku za programe obuke za zanate i za turističke vodiče. Programi obuke su uticali i na rast njihovog samopouzdanja, a postali su i svesniji značaja očuvanja životnog okruženja. Nakon što

su počeli da zarađuju, lokalni stanovnici su se realizovali i kao proizvođači i kao krajnji potrošači čime je smanjena njihova alijenacija i marginalizacija u društvu.

Turizam doprinosi ekonomiji Narodne republike Bangladeš (154,7 miliona stanovnika - 31,5% siromašnih) deviznim prilivima, javnim prihodima i stvaranjem radnih mesta. Direktno i indirektno od turizma živi više od 3,3 miliona ljudi (4,2% od ukupnog broja) (Anwar, 2012). U Bangladešu je pokrenuto više *pro-poor* programa u turizmu, a najznačajniji su oni u gradu *Cox's Bazar* i na obližnjem koralnom ostrvu *St. Martin*. Donedavno, stanovnici ovih mesta su se primarno bavili poljoprivredom i to u *St. Martinu* ratarstvom, a u *Cox's Bazar-u* stočarstvom. Većina meštana je živela u krajnjoj oskudici, bez odgovarajućih sanitarno-higijenskih uslova, vode za piće, zdravstvene zaštite. Ruralna domaćinstva na *St. Martinu* su bez trajekata, struje, telefona bila izolovana od ostatka sveta. Nacionalna turistička organizacija (*Bangladesh Parjatan Corporation*) je, u skladu sa ranije objavljenim Strateškim master planom *UNDP* i *WTO*, politiku turističkog razvoja usmerila ka promociji destinacije i izgradnji turističke infrastrukture radi ekonomskog boljitka siromašnih. Nakon izgradnje skoro 450 hotela i motela na 120 km dugoj „najdužoj plaži na svetu“, *Cox's Bazar* i *St. Martin* postaju vodeći turistički centri u zemlji. Izgradnja prateće infrastrukture za hotele i restorane, saobraćajnica i komunikacionih kanala, vodovoda i kanalizacije, obrazovnih i medicinskih centara i uspostavljanje javne bezbednosti posebno mnogo znače za siromašne. U turizmu su mnogi od njih našli uhlebljenje kao turistički vodiči, prodavci rukotvorina i poljoprivrednih proizvoda, fotografi i zanatlije. Negativni efekti razvoja turizma se manifestuju kao gubitak pristupa resursima, rast cena, devastacija životne sredine, kriminal, prostitucija, itd. Nerešiv problem je sezonalnost poslova, što znači da je život meštana van turističke sezone, koja traje od oktobra do marta, i dalje veoma težak.

Na severozapadu Nepala (31 milion stanovnika - 25,2% siromašnih) nalazi se Distrikt Humla koga karakterišu oštra planinska klima, izuzetno hladno vreme i nerazvijena infrastruktura. Industrija nije razvijena, pa meštani žive od poljoprivredne proizvodnje na neplodnom zemljištu. Stanovništvo je često izloženo epidemijama zaraznih bolesti i gladovanju. Vlada Nepala

ističe da je razvoj ovog kraja praktično nemoguć baš zbog tako loših životnih uslova. Turizam je slabo razvijen u Humli, uz izuzetak administrativnog centra, grada Simikot. Do ove oblasti je moguće stići isključivo peške, ali kako se nalazi na putu u pravcu planinskih vrhova Himalaja smatra se da pešački turizam (*hiking* i *trekking*) ima perspektivu. Međutim, organizovanje pešačkih i planinarskih tura je dugo bilo prepušteno velikim turističkim agencijama pa potencijalna zarada nije stizala do siromašnih. Cilj lokalne PPT strategije je zato bio da se prihodi od turizma barem delom zadrže u Humli što bi mnogo značilo za siromašno stanovništvo. Partner Nepala na ovom zadatku, je još od 1980. Holandska organizacija za razvoj (Saville, 2001). Siromaštvo se smanjuje generisanjem dodatnog dohotka i poslova za ugrožene grupe kroz niz različitih programa uz minimalne negativne uticaje na kulturno i društveno okruženje. *Pro-poor* usmerenje programa rezultiralo je ekspanzijom poslovnih prilika (korišćenje staze Simikot–Hilsa), novim radnim mestima (izgradnja kampova i prateće infrastrukture; vodiči; nosači; žene kao kuvarice, itd). Programi su pozitivno uticali na okruženje, kulturu i društvo uopšte (posebno izgradnja sanitarnih čvorova). Dalji napredak se očekuje od uspostavljanja pratećih politika podrške i planova kao i od jačanja i formiranja novih *pro-poor* institucija i programa.

Najviše projekata *pro-poor* turizma (PPT) pokrenuto je u Južnoafričkoj Republici (48,4 miliona stanovnika – 31,3% siromašnih), a jedan od uspešnijih je onaj u Nacionalnom parku slonova Ado (AENP). *Pro-poor* projekat je 2004. podržala Svetska banka donacijama (5,5 miliona US\$) iz Globalnog fonda za zaštitu životne sredine (*Global Environment Facility* – GEF) (World Bank, 2011). Cilj implementacije *pro-poor* strategije u parku je bio jačanje veze između različitih elemenata turističkog sistema: vlade, turističkih preduzeća, Udruženja južnoafričkih nacionalnih parkova (*South African National Parks Board* - SANP) i siromašne zajednice iz okoline parka. U tom procesu došlo se do zaključka da projekti lokalnih zajednica kao što su amaterska pozorišta, horovi, preduzetnici i sl. mogu da povećaju vrednost nacionalnog parka diverzifikacijom turističkog proizvoda koji je do tada bio baziran isključivo na safari turizmu. Osim toga, privatni sektor je preuzeo brigu o marketingu i obrazovanju stanovništva. Rezultat te saradnje je pozitivan imidž lokalne zajednice i razvoj

održivog turizma sa fokusom na smanjenje siromaštva. Zato je AENP danas jedan od retkih profitabilnih južnoafričkih nacionalnih parkova.

Ekvador (15,6 miliona stanovnika – 25,6% siromašnih) se smatra jednim od vodećih ekoturističkih destinacija kako zbog atraktivnih prirode i kulture tako i zbog dinamičnih turističkih projekata koje uključuju domorodačke zajednice. Međutim, i pored svih napora Vlade Ekvadora, zbog jačanja turističke ponude Perua, pretećih vulkana, beskonačne ekonomske krize i političkih prevrata, ekvadorski turizam stagnira. Ekvador je izgubio reputaciju sigurne turističke destinacije nakon serije kidnapovanja turista i stranaca, zaposlenih u naftnoj industriji. Ekvadorska Amazonija je na mapi turističkih destinacija još od 1970., a turiste privlače plemena i raznovrstan divlji svet prašume. Raskošan potencijal za razvoj ekoturizma u regionu upotpunjuju vrhunska mesta za odmor, rustične kolibe (*cabañas*) i avanturistička plovidba rekom do nacionalnih parkova i domorodačkih teritorija. Poslednjih dvadeset godina, većina domorodačkih zajednica se organizuje u promovisanju sopstvene turističke ponude samostalno i kroz partnerstva sa privatnim turoperaterima. Najčešći posetioци su individualni turisti, zainteresovani za autohtonu kulturu. Domorodačke zajednice rukovode turističkim projektima ekvadorske Amazonije, posebno putem *RICANCIE* (mreža devet zajednica iz nizije *Quichua*) i novijom *KAPAWI* (partnerstvo plemena *Achuar* sa kompanijom „*Canodros*“) (Braman, 2001). Ova dva programa se često navode u literaturi koja prati ekoturizam zbog uspeha u diverzifikaciji koristi za lokalno stanovništvo. Nažalost, iako dobro organizovane, lokalne zajednice se i dalje bore da privuku dovoljan broj turista. Manjak marketinških veština i efikasnih partnerstava sa privatnim sektorom smanjuje isplativost a samim tim i održivost njihovih turističkih poduhvata.

„*IntoAfrica UK Ltd*“ je *pro-poor booking* agencija sa programima „*IntoAfrica Eco-Travel Kenya*“ i „*Kwetu Tanzania Eco Tours*“. Specijalizovana je za ruralni i kulturni turizam, kao i za safarije i *trekking* ekspedicije. Svoju turističku nišu je izgradila u regionu u kojem dominiraju kompanije koje se bave masovnim turizmom sa pretežno stranom klijentelom koja dolazi na safari ili *trekking* i odseda u luksuznim („*luxury lodge*“ i „*colonial splendour*“) hotelima na obali. Turizam je izuzetno bitan

za Keniju, ali je rast ponude iz drugih zemalja (posebno safari destinacija) uticao na pad tržišta i devizne prilive. Iako turizam u Tanzaniji nije tako razvijen kao kenijski, beleži značajan rast. *IntoAfrica* programom pokriva skoro trećinu teritorija Kenije i Tanzanije - polupustinje i bezvodne savane u kojima žive plemena Masai, Kikuyu i Vačaga koja žive od ratarstva i stočarstva. Kao potvrda *pro-poor* orijentacije kompanije stoji podatak da su svi zaposleni sem njenog osnivača, Krisa Morisa, rođeni Kenijci i Tanzanijci. Kompanija uvek traži saglasnost plemenskih saveta pre nego što pokrene neki novi program. Siromašni vide korist u dodatnim (sezonskim) poslovima, mada prednost imaju kvalifikovaniji pojedinci. *IntoAfrica* takođe insistira na što je moguće većoj upotrebi poljoprivrednih proizvoda meštana.

„*The Amboseli Community Wildlife Tourism Project*“ (ACWTP) je NVO u Keniji. Posreduje između lokalnih zajednica kao zemljoposjednika i turističkih organizacija koje nastoje da razviju turizam u tim oblastima. ACWTP *pro-poor* inicijative su usmerene na edukovanje siromašnih o ekonomskim koristima koje mogu da ostvare očuvanjem divljeg sveta kao turističke atrakcije. Nakon što upoznaju stanovništvo o turističkim potencijalima, i ukoliko oni na to pristanu, povezuju ih sa respektabilnim turoperatorima i zainteresovanim investitorima i pomažu im u pregovorima kao konsultanti. Tako su na primer asistirali lokalnoj zajednici Masai, sa padina Kilimandžara, u pregovorima sa investitorom oko izgradnje hotela i golf terena. Dogovorena su radna mesta za ljude koji do tada nisu mogli da priušte ni najosnovnije, poput čiste vode i hrane, a i istovremeno im je sačuvana kultura i ambijent u kojem žive. Pošto pregovori ove vrste nisu uvek uspešni, ostaje otvoreno pitanje važnosti očuvanja kulture i životnih navika po cenu života velikog broja siromašnih.

Uspešan primer lokalnog *pro-poor* udruženja je *The Association of Residents of Prainha do Canto Verde*, priobalnog sela blizu grada Berberibe, u državi Ceará, u polupustinjskom delu severoistoka Brazila (Cattarinich, 2001). Selo od 1.100 stanovnika uglavnom živi od ribolova i lova na jastoge ali su vrlo aktivni i u turizmu. Lokalna zajednica je vlasnik sopstvenog ekoturističkog projekta, kojim rukovodi lokalni turistički savet. Turistička ponuda zajednice odudara od ponude ostatka brazilskog severoistoka koji razvija masovni turizam. Malo ribarsko

naselje nudi skroman, ali funkcionalan smeštaj, restoran i konferencijsku salu za 40 ljudi. Posetiocima se organizuju pešačke ture preko dina i šuma mangrova do slatkovodnih laguna. Lokalni turistički savet se fokusirao na razvoj ekoturizma u cilju generisanja prihoda i promovisanja dobrobiti za celu zajednicu, uz očuvanje kulturnih vrednosti i prirodnih lepota regiona.

Bez obzira na ove uspešne primere, neki autori tvrde da turizam, koji pokreću interesi stranog kapitala, nije aktivnost pogodna za eliminaciju siromaštva (Milošević & Škrbić, 2009). Ekonomske koristi ne rastu zbog nezainteresovanih vlasnika, repatrijacije kapitala i malobrojnih veza sa meštanima. Takođe, zbog raseljavanja, gubitka pristupa resursima i kulturnih i socijalnih potresa, turizam izaziva značajne neekonomske gubitke za siromašne. Međutim, većina nedostataka koji se spočitavaju turizmu su, u stvari, posledica globalizacije i javili bi se i sa razvojem bilo koje druge privredne grane. S druge strane, ni tvrdnja da turizam garantuje koristi za siromašne ovde ne može da se potvrdi. Kako sve zavisi od okolnosti, svaki slučaj treba posebno da se oceni pre nego što se turizam označi kao aktivnost koja (ne)doprinosi smanjenju siromaštva. Iako je sam koncept *pro-poor* turizma relativno nov i nepotvrđen u praksi, ipak je moguće utvrditi univerzalne smernice za buduće uspešne projekte: a) PPT prevazilazi lokalni turizam i zahteva holistički pristup turističkom sistemu; b) PPT treba uskladiti sa strategijama vlada ili preduzeća koje su blisko vezane uz turizam; c) PPT daje najbolje rezultate tamo gde se turizam već razvija; d) smanjenje siromaštva će biti veće u udaljenijim i manje razvijenim područjima; e) strategije PPT se odnose na razvoj novih proizvoda baziranih na lokalnoj kulturi; f) prioriteti su tržišna održivost i konstantno podizanje kvaliteta, marketinške aktivnosti, edukacija, javno-privatna partnerstva, itd.; g) učinci PPT-a nisu nužno ekonomski; h) PPT može da donese koristi u kratkom roku, ali se uvek planira na dugi rok; i) za implementaciju PPT strategija potrebna su sredstva iz inostranstva; j) PPT strategije podrazumevaju uvažavanje načela održivog turizma (Roe & Urquhart, 2011).

Turizam, generator ekonomskog razvoja ruralne Srbije

Pad životnog standarda stanovništva i rast siromaštva u Srbiji rezultat je kleptokratije, velikog usporenja

ekonomske aktivnosti i hiperinflacije, raspada SFRJ, ratova, sankcija međunarodne zajednice i NATO agresije. Kao i u većini zemalja u tranziciji, ruralno stanovništvo u Srbiji je znatno siromašnije u odnosu na ono u urbanim prostorima. Indeks siromaštva ruralnog stanovništva je skoro dva puta veći od indeksa urbanog (tabela 1), dok je njihov relativni rizik siromaštva za oko trećinu veći u odnosu na prosek cele populacije. Procenjuje se da 58% siromašnih građana Srbije živi u ruralnim sredinama. Broj siromašnih u 2013. je u urbanom području procenjen na 264, a u ruralnom na 347 hiljada. Stopa siromaštva

u ruralnim oblastima je i 2013. godine dvostruko veća nego na urbanom, mada je odnos stope siromaštva na ruralnom u odnosu na urbano područje smanjen sa 2,05 u 2012. na 1,91 u 2013. godini. Ove razlike između područja su uobičajene za zemlje Istočne i Jugoistočne Evrope, kod kojih se odnos stopa ruralnog i urbanog siromaštva kreće od 1,3:1 do 3:1 (Mijatović, 2014).

U ruralnim delovima, koji pokrivaju tri četvrtine Srbije, živi skoro 45% stanovništva. Regionalne specifičnosti reprezentuju tri ruralna regiona Srbije (Bogdanov, 2007): Ravničarski, Region velikih privrednih

Tabela 2. Procenat siromašnih prema tipu naselja – Apsolutna linija siromaštva (podaci Republičkog zavoda za statistiku)

	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.
Gradsko područje	5,3	6	5	4,9	5,7	4,7	6	6,3
Vangradsko područje	13,3	11,2	7,5	9,6	13,6	9,4	12,3	12
Ukupno	8,8	8,3	6,1	6,9	9,2	6,8	8,8	8,6

centara i Brdsko-planinski region. Snažan kontrast između prirodnog bogatstva i ekonomskog siromaštva ruralnih prostora Srbije se u velikoj meri odrazio na demografiju. Reverzibilne migracije (iz grada u selo), karakteristične za tranzicione zemlje, beleže se i u Srbiji. One su uslovljene dubokom ekonomskom krizom i zatvaranjem velikih industrijskih kompleksa, ali i prilivom velikog broja izbeglih i interno raseljenih lica sa prostora SFRJ. Ipak, najbitnije demografske odlike su depopulacija, izazvana intezivnim migracijama ka urbanoj sredini (istorijske i ekonomske) i visoka koncentracija stanovništva na relativno malom prostoru. Uglavnom, radno aktivno, ruralno stanovništvo živi od poljoprivrede, što Srbiju svrstava u red najagrarnijih evropskih zemalja. Međutim, aktuelan preobražaj srpske poljoprivrede iz sitnosopstveničke u tehnološki osavremenjenu i vlasnički ukрупnjenu, koja zanemaruje zelenu pijacu i oslanja se na velike trgovinske lance, bitno utiče na pad životnog standarda i ubrzano osiromašenje ljudi.

Siromašnima u Srbiji je neophodno omogućiti da rade i zarade kako bi izašli iz nezavidnog položaja. Uloga turizma, i primena strategije turizma u korist siromašnih (*pro-poor*), može da bude ključna u stvaranju radnih mesta.

Srbija, u celini, raspolaže sa brojnim turističkim

resursima. Makrolokacijski, prostor Srbije obiluje kulturno-istorijskim vrednostima i tragovima materijalne kulture koje datiraju iz perioda praistorije, antičkog doba, srpske srednjovekovne države, Osmanlija i modernog doba. Brojni su (skoro zaboravljeni) ostataci manastira i crkava, srednjovekovnih gradova i utvrđenja, nekropola i tumulusa. Uređenje i rekonstrukcija arheoloških lokaliteta značajno bi obogatilo turističku ponudu. Ruralna područja Srbije odlikuju vredni geomorfološki prostori i uslovno skromni antropogeni pejzaži. Zahvaljujući tome, ovi prostori omogućuju izvanredne doživljaje netaknute prirode, prijatne klime, čistog vazduha, nezagađenih reka i jezera, raznovrsnog biljnog i životinjskog sveta. U prirodi turisti mogu da šetaju, da se rekreiraju, da idu na izlete do pećina, izvora i slapova, mogu da love i pecaju, jašu, planinare, beru šumske plodove i lekovito bilje, itd. Posebno interesantni turistički motivi su narodne nošnje, folklorne igre i muzika i autentični muzički instrumenti (gusle, dvojnice). Iako su i dalje nezamenljivi u svakodnevnom životu ruralnog stanovništva, nisu dovoljno promovisani na turističkom tržištu. Raznovrsnost kultura, bogatstvo tradicija, običaja, složenost istorijskog nasleđa, čine ruralnu Srbiju izuzetnom etnoturističkom destinacijom. Svakako da se to ne odnosi na sve ruralne krajeve, ali nema sumnje da

postoje manje, pa i veće, prostorne celine, koje imaju izraziti turistički potencijal, ali potencijal koji čeka neka bolja, buduća vremena, možda čak i generacije.

Rezultati srpskog turizma prethodnih decenija su prilično loši. Uzroci za takvo stanje su objektivne (prirodne katastrofe, tranzicija, ratovi, sankcije) i subjektivne prirode (stanovništvo nezainteresovano za turizam, nekvalifikovani kadrovi). Srbija još uvek nije izgradila pozitivan imidž na svetskom turističkom tržištu, pa se i dalje tumači kao manje atraktivan, kontinentalni deo bivše Jugoslavije koja je i sama važila za jevtinu mediteransku destinaciju orijentisanu na masovni turizam. Domaća turistička tražnja se manjim delom realizuje na području Srbije, a zbog otvorenosti zemlje i bezvznog režima za zemlje Šengen zone, verovatno će buduća tražnja biti još manja nego danas. Inostrana turistička tražnja je u najvećoj meri ograničena na stanovništvo država bivše Jugoslavije.

Potencijali za razvoj *pro-poor* turizma u Srbiji postoje a različiti razvojni dokumenti, sa svih nivoa upravljanja, načelno podržavaju strategije *pro-poor* turizma, premda ne pod tim nazivom (Škrbić, Tomka, & Milošević, 2014). Na osnovu pozitivnih primera implementacije starije *pro-poor* turizma isti autori zaključuju da je za ostvarivanje benefita (posebno na dugi rok) neophodna jaka institucionalna i zakonska podrška, koje u Srbiji manjka. Činjenica je da Srbija, nažalost, ima dugu istoriju pogrešno vođene politike regionalnog i ruralnog razvoja zbog koje postoje velike razlike u nivou razvijenosti između urbanih i ruralnih područja. Kao moguće rešenje Vlada je 2006. godine usvojila Strategiju razvoja turizma Srbije 2005-2015. Strategija obuhvata set ekonomskih mera države i lokalne samouprave utvrđenih na osnovu analize postojećeg stanja, rezultata prethodne politike u ovom sektoru, kao i tekućih promena na svetskom turističkom tržištu. Strategija ističe ruralni turizam kao jedan od važnih dopunskih uslova ekonomskog razvoja, koji treba da poboljša i osigura održivi razvoj ruralnih zajednica. Glavni cilj razvoja ovog vida turizma je stvaranje dodatnih prihoda kroz spektar aktivnosti i usluga koje mogu da ponude ruralna domaćinstva. U Strategiji stoji da će razvoj i promocija ruralnog turizma doprineti izjednačavanju ekonomskog razvoja zemlje, kao i smanjenju nejednake raspodele resursa između urbanih i ruralnih područja. Sem navedene Strategije,

vredni pomena su i programi koji su finansirani iz Agrarnog budžeta, a odnose se na podršku diverzifikaciji ruralne ekonomije kroz unapređenje agro-ekoturizma, tradicionalnih zanata i prerade hrane. Šansa razvoja turizma u ruralnim oblastima je i u programima prekogranične saradnje sa državama iz regiona koje finansira Evropska unija (npr. EU je sa 469 hiljada € podržala projekat TO Zlatibora, Plužina i Bijelog Polja „Kroz kulturu i turizam za bolje partnerstvo“). Takođe i samim približavanjem Srbije Evropskoj uniji, domaćem turizmu se olakšava pristup njenim programima i finansijskim sredstvima.

Poseban problem u proučavanju ruralnih krajeva je njihov periferan položaj tako da su potpuno zapostavljeni u putopisnoj literaturi i naučnim studijama. Mereno statističkim pokazateljima, učešće turizma u privrednoj strukturi ruralnih područja Srbije je relativno skromno (izuzimajući zapadnu Srbiju). Loš položaj u odnosu na glavne tokove turističke tražnje predstavlja otežavajući faktor budućeg turističkog razvoja. Prepreka razvoja ruralnog turizma je i to što domaćinstva, sem najosnovnijih, praktično nemaju druge objekte koji bi mogli da se iskoriste za razvoj malog biznisa ili dodatni posao na imanju. U svrhu smanjenja siromaštva, na stanovništvo ne treba da se gleda samo kao na činioca etnosocijalne atrakcije, već i kao značajnog organizacionog i receptivnog faktora (radnu snagu) i nosioca turističkih usluga. Međutim, lokalno stanovništvo je i samo nedovoljno zainteresovano za razvoj turizma. Neretko se teško prihvata činjenica da može da se živi od pejzaža, sunca i snega. Inače vrlo mali broj (5-10%) srpskih domaćina, koji bolju budućnost traže u dodatnim aktivnostima na gazdinstvu ili započinjanju privatnog posla, kao buduću biznis vidi seoski turizam (Bogdanov, 2007). Ovo obeshrabruje i ukazuje na skromno poznavanje potencijala domaćinstva za diverzifikaciju ruralne ekonomije.

Zbog slabe startne pozicije i trenutnog stanja ruralnog turizma, nekonkurentnog na globalnom turističkom tržištu, Srbija može da se osloni na iskustva drugih zemalja u stvaranju kvalitetnog i jedinstvenog proizvoda, različitog od konkurentskih destinacija makar sa aspekta cena. Iako su važni segmenti u turizmu, smeštaj, restorani i kafići nisu jedini nosioci turističkog uspeha ili neuspeha. Neophodno je osmisliti visokovredan

turistički proizvod, baziran na postojećoj infrastrukturi i prirodnim potencijalima. Savremeni turista menja svoje ustaljene navike, pa rakurs menja sa zahteva za optimalnim proizvodom u turističkoj transakciji ka želji za doprinosom zajednici na turističkoj destinaciji (Škrbić, Tomka, & Milošević, 2014). Sa individualizacijom tražnje i rastom nivoa obrazovanja prosečnog turista, razvija se potpuno novi turistički proizvod koji uključuje sadržaje iz domena kulture, zdravlja, sporta i rekreacije, avanture, posebnih interesovanja (npr. *birdwatching*), itd. Nedostatak smeštajnih kapaciteta, zbog kojeg se i inače mali broj turista vrlo kratko zadržava, mogu da nadomeste postojeći stambeni i, gde je to moguće, prateći objekti (ambari, kolibe). Uz male investicije, dodatni smeštaj mogu da pruže i seoske škole, planinarski domovi, kuće šumara i putara. U razvoju smeštajnih kapaciteta, šansa su i mini kampovi (za npr. istraživače prirode, planinare, bicikliste i druge) koji mogu da se podignu na malim porodičnim gazdinstvima. Posebnu turističku atrakciju predstavljaju u Vojvodini salaši, a na planinama katuni (pastirske kolibe) koji mogu da se razviju u specifična turistička sela. Takođe, očuvane vodenice, uz folklor, narodne običaje i autentičnu gastronomiju, mogu turistima da ponude poseban doživljaj. Naravno, razvoj turizma u ovim izdvojenim prostorima nije jednostavan. Neophodno je da se omogući dobar položaj za izlete, funkcionalno opremljen smeštaj (prostorije za odmor, nameštaj), komunalni komfor (struja, voda, odlaganje otpada) i dobre veze sa najbližim centrima za snabdevanje.

U skladu sa načelima PPT strategije, rešenja za izgradnju kapaciteta i obuku siromašnih mogu da budu partnerstva sa državom, privatnim kompanijama, međunarodnim, nevladinim i humanitarnim organizacijama i lokalnim udruženjima. Radi rasta atraktivnosti u budućoj turističkoj valorizaciji ruralnih prostora, kao realna rešenja izdvajaju se izgradnja sportskih terena, ribnjaka ili čak, ako za to postoje uslovi, veštačkih jezera. Adrenalinski sadržaji ('wake'-parkovi, *skilift* za surfovanje na vodi, itd.) mogu da stvore sasvim novu nišu vikend turista koji dolaze isključivo zbog zabave. U turističkom smislu, tokovi reka mogu da se koriste kao zaštićeni reviri za organizaciju sportskog ribolova. Potrebno je urediti i lovišta, posebno zbog inostranih lovaca koji su spremni da potroše više kada

im se uz osnovne boravišne uslove obezbede vodiči u potrazi za trofejnom divljači koja je u većem delu Evrope istrebljena. Osnivanje lokalnih turističkih organizacija je siguran i dobar korak ka obuci kadrova, otvaranju radnih mesta, zadržavanju profita i razvoju turističke privrede. Partnerstva su značaja i za bolju promociju, kao i finansiranja određenih kulturnih (umetničke kolonije i izložbe, književni susreti, priredbe [amaterskih] društava i sl) i sportskih manifestacija koje bi mogle da privuku veći broj turista tokom cele godine. Ukorak sa povećanjem broja turista razvijale bi se delatnosti koje do tada nisu postojale: od čišćenja kampova, sigurnosti i zaštite, održavanja objekata, hortikulture, pa sve do proizvodnje npr. suncobrana ili gradnje bazena. Treba pratiti i trendove koji su se razvili uporedo sa svetskom ekonomskom krizom (recesijski turizam). Poznato je da turisti cene jevtine oblike putovanja s doživljajima visokog kvaliteta, odnosno da idu u mesta gde njihov novac vredi više. Nizak standard stanovništva ruralnih oblasti za posledicu ima niže troškove života, koji su komparativne prednosti. Šansa može da bude i tzv. kreativni turizam, koji je izveden iz kulturnog turizma i podrazumeva aktivno učešće posetilaca u kulturnim projektima destinacije, radionicama za izradu suvenira, kursovima tradicionalnog kulinarskog i slično.

Zaključak

Turizam se smatra ekonomskom panaceom za većinu zemalja u razvoju. Budući da je jedna od propulzivnijih privrednih grana u svetu, doprinosi ruralnom razvoju, rastu blagostanja i životnog standarda stanovnika. Za Srbiju turizam može da bude privredna grana koja će doprineti smanjenju siromaštva i ukupnom održivom razvoju zemlje. Ruralni turizam je u prvom planu kao jedan od osnovnih činilaca razvitka i revitalizacije sela. Izgledi za njegov razvoj su sjajni, imajući u vidu rastuće interesovanje međunarodnog turističkog tržišta za izvanrednu prirodnu lepotu i kulturno nasleđe naše zemlje. Međutim, kako dosadašnji razvoj nije bio usklađen sa realnim mogućnostima, turizam u ruralnim krajevima nema značajniju tradiciju. Iako mogu da generišu značajan deo bruto domaćeg proizvoda Srbije, ovi prostori su zbog višedecenijskog zapostavljanja

dosta zapušteni. Njihov periferan geografski položaj, privredna zaostalost, nepovoljna struktura stanovništva (starosna i obrazovna), loše saobraćajnice i udaljenost od većih gradskih centara i turističkih tokova, siromašna i nerazvijena turistička ponuda (u kvantitativnom i kvalitativnom smislu) ograničavaju razvoj turizma. Turistički potencijali ruralnih oblasti se mogu valorizovati uključivanjem stanovništva u proizvodnju i plasman sve traženije zdrave hrane i lekovitog bilja; razvoj seoskog i lovnog turizma; tradicionalne zanate i izradu suvenira i pružanje turističkih usluga. Nekima bi turizam omogućio zaposlenje, a drugima dopunske prihode uz poljoprivredu čime bi se smanjilo siromaštvo i depopulacija ruralnih oblasti. Od implementacije aktuelne Strategije razvoja turizma u Srbiji očekuje se izgradnja originalnog i atraktivnog imidža ruralnih turističkih destinacija ali i ukupnog srpskog turizma. U nekoj budućoj strategiji treba razmotriti mogućnosti za razvoj savremenih vidova turizma koji mogu da budu dodatni sadržaji osnovnim oblicima turizma. Uz strateške pravce razvoja turizma u ruralnom području moraju da se definišu i osnovni principi njegovog budućeg razvoja po principima održivosti. Što pre treba da se izgradi i unapredi neophodna materijalna baza (saobraćajnice, smeštajni i ugostiteljski kapaciteti) i da se ublaže ograničavajući faktori turističkog razvoja. Pošto je dobijanje zajmova od banaka posebno teško za siromašne, država bi trebala da im pruži finansijsku podršku u realizaciji biznis planova baziranih na turizmu. Turističke organizacije bi trebale da se posvete istraživanju tržišta, izgradnji imidža, obrazovanju kadrova, ali i konsultantskim aktivnostima kako bi se oblikovao specifičan, sadržajno osmišljen turistički proizvod. Izbalansirani razvojni i marketinški planovi za promovisanje *pro-poor* turizma su efikasniji od socijalne pomoći, koja je dobrodošla ali ima ograničeno delovanje.

LITERATURA

- Amboseli Community Wildlife Tourism Project. (2014). Retrieved 10 10, 2014 from: www.amboseli.org
- Anwar, J. (2012). *Poverty alleviation through sustainable tourism*. Ritsumeikan Asia Pacific University (APU)
- Ashleay, C. (2002). Methodology for pro-poor tourism case studies. *PPT Working Paper No. 10*, ODI
- Bogdanov, N. (2007). *Mala ruralna domaćinstva u Srbiji i ruralna nepoljoprivredna ekonomija*. Beograd: UNDP

- Bolwell, D., & Weinz W. (2008). *Reducing poverty through tourism*. International Labour Organization
- Braman, S. (2001). Practical strategies for pro-poor tourism TROPIC Ecological Adventures – Ecuador. *PPT Working Paper No. 6*, ODI
- Cattarinich, X. (2001). Pro-poor tourism initiatives in developing countries: Analysis of secondary case studie. *PPT Working Paper No. 8*, ODI
- Deloitte, IIED, ODI & Touche (2004). *Studija održivog turizma i eliminacije siromaštva Izveštaj Sektoru za međunarodni razvoj*. Podgorica: UNDP
- Ferenčak, I. (2011): Kompendij o (neo)liberalizmu. *Ekonomski vjesnik*, 24, 337-347.
- Horwath Consulting, Zagreb, & Ekonomski fakultet, Beograd, (HCEF) (2005). *Strategija turizma Republike Srbije - prvi fazni izveštaj*. Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Republike Srbije, Beograd
- Intoafrica*. (2014). Retrieved 9 19, 2014 from <http://www.intoafrica.co.uk>
- Lewis, A., & Brown, T. (2007). *Pro-Poor Tourism: A Vehicle for Development in Trinidad & Tobago*, University of the West Indies
- Mijatović, B. (2014). *Siromaštvo u Srbiji 2011, 2012. i 2013*. Beograd: Tim za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva i Vlada Republike Srbije
- Milošević, S., & Škrbić, I. (2009). Turizam zasnovan na lokalnom razvoju. U: D. Tomka, & V. Jegdić, *Turizam i lokalni razvoj* (str. 101-114). Novi Sad: Fakultet za sport i turizam.
- Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede R. Srbije. (2013). *Strategija poljoprivrede i ruralnog razvoja R. Srbije (2014-2024)*. Retrieved 9 16, 2014 from: www.mpzss.gov.rs/admin_images/meni_doc/4827014.0116.30-1_9e422f48a93d227.pdf
- Ministarstvo turizma R. Hrvatske. (2011). *Priručnik za bavljenje seoskim turizmom*. Retrieved 9 16, 2014 from: www.mint.hr/UserDocsImages/Prirucnik_Seoski_turizam.pdf
- Republički zavod za statistiku. (2014). Retrieved 9 1, 2014 from: webrzs.stat.gov.rs/WebSite/Public/PageView.aspx?pKey=30
- Roe, D., & Urquhart, P. (2011). *Pro-poor Tourism: Harnessing the World's Largest Industry for the World's Poor*. IIED
- Saville, N.M. (2001). Practical strategies for pro-poor tourism: case study of pro-poor tourism and SNV in Humla District, West Nepal. *PPT Working Paper No. 8*, ODI
- Škrbić, I., Tomka, D., & Milošević, S. (2014). Princip pro-poor turizma - analiza pozitivnih i negativnih aspekata. *TIMS. Acta*, 8(2), 177-185.
- United Nations Development Programme. (2014). *Human Development Report 2014*. Retrieved 9 16, 2014 from: <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-report-2014>
- Vlada Republike Srbije. (2003). *Strategija za smanjenje siromaštva (SSS) u Srbiji*. Retrieved 9 1, 2014 from: www.seio.gov.rs/dokumenta/nacionalna-dokumenta.208.html
- World Bank. (2011). *Addo Elephant National Park (AENP)*. Retrieved 9 1, 2014 from: www.thegef.org/gef/content/addo-elephant-national-park
- World Travel & Tourism Council. (2014). *Travel and tourism economic impact: Serbia*. Retrieved 10 10, 2014 from: wtcc.org/research/economic-impact-research/country-reports/s/serbia

Datum prijave rada: 14.12.2014.

Datum prihvatanja rada: 15.01.2015.

Kontakt

Daniilo Dedeić, Fakultet poslovne ekonomije, Univerzitet Educons, Sremska Kamenica, Vojvode Putnika 87
E-mail: daniilodedeic@yahoo.com