

ZAŠTITA PRIRODE I ODRŽIVI TURIZAM

NATURE PROTECTION AND SUSTAINABLE TOURISM

Stevan M. Stanković
Geografski fakultet, Beograd

IZVOD:

Zaštita prirode za potrebe održivog turizma nije stvar pojedinaca i specijalizovanih društvenih i profesionalnih organizacija, već potreba angažovanja čitave društvene zajednice. Ovo zbog toga što je zaštićena priroda potrebna ne samo turistima već i domicilnom stanovništvu turističkih mesta, turističkih regija i turističkih zemalja. Razvoj turizma u prostoru daje najbolje ekonomske i društvene efekte ako je planiran na pravi način i na duži rok. U vezi s tim naglašava se potreba održivog razvoja, koji terminološki možemo poistovetiti sa koordiniranim, osmišljenim, naučno utemeljenim i praktično ostvarivim radovima bez narušavanja osnovnih ekoloških odnosa u prostoru, koji se vekovima uspostavljaju i razvijaju po odredjenim zakonitostima. Ako održivi turizam poistovetimo sa turizmom po meri savremenog čoveka i društva, odnosno, sa ekoturizmom, na pravi način moramo istraživati i interpretirati brojne i složene pojave, procese i objekte u prostoru od značaja za turizam.

Ključne reči: zaštita prirode, održivi turizam, prostor, ekoturizam.

ABSTRACT:

Nature protection for needs of sustainable tourism is not only thing of single person and specialized sociable and professional organizations, but need of engagement whole the sociable community. This is because protected nature is need not only to tourists, but even to domicile population in tourist places, tourist regions and tourist countries. Tourist development in space gives the best economic and sociable effects only if it is planned in a real way and in a longer period. In connection with this it is emphasized need of sustainable development, which we can terminologically identify with coordinated, justified, scientific based and practically attainable works without disturbance basic ecological relations in space, which are in centuries establishing and develop in fixed legalities. If sustainable tourism identify with tourism in measure of modern people and society, in reference, to ecotourism, in a real way we must investigate and interpret many complex phenomenons processes and objects in space important for tourism.

Key words: nature protection, sustainable tourism, space, ecotourism.

UVOD

Zalažući se za nenametljiv, planiran, koordiniran, sa prirodnim i antropogenim potencijalima uskladjen turizam, potenciramo potrebu turizma po meri savremenog čoveka i društva. Ovo zbog toga što je to najbliže ekoturizmu, kojim naglašavamo potrebu prelaska sa agresivnog na neagresivni turizam. Reč je o potrebi uvažavanja takve politike turizma koja će više i bolje, svuda i uvek, voditi brigu o čoveku i životnoj sredini. To podrazumeva obezbedjenje najpovoljnijih uslova za zadovoljenje trenutnih i budućih potreba turista, ali i potreba domicilnog stanovništva turističkih centara, regija i čitavih zemalja. Savremena istraživanja plediraju na naglašavanju lokalnog i nacionalnog nad opštim i univerzalnim. Svuda i uvek moraju se isticati tradicija, neponovljivost, geografsko poreklo, planovi nad

stihijom. Svi oni iz domena turističke receptive i svi oni iz domena turističke inicijative, tj. sva ona mesta, sve one regije i sve one zemlje koje primaju turiste, kao i sva naselja, sve regije i sve zemlje koje daju veliki broj turista, moraju činiti prave korake u pravom smeru, u smeru zaštite životne sredine, jer je ona osnovna turistička vrednost, povod i podstrek turističkih kretanja. Nigde i nikada se ne treba zavaravati uspesima na kratak rok, tj. takvim dimenzioniranjem turističkog prometa koji ugrožava životnu sredinu.

Postojeće sisteme turizma koji su godinama izgradjivani i ispoljavali se sa promenljivim uspehom, ne treba apriori odbacivati, već, naprotiv, postupno menjati, unapredjivati i oplemenjivati za danas i za sutra, za turiste svih prohteva i svih uzrasta, ali i za domicilno stanovništvo, jer ono tu provodi ceo život. Kao ispravno nemeće se shvatanje da je turizam u jednom mestu, jednoj regiji ili jednoj zemlji potrebno razvijati srazmerno kapacitetima prirode i spomenika, samo do tog nivoa koji domaćem stanovništvu donosi prave prihode na duži rok i u formiranju turističke ponude uključuje turizmu komplementarne delatnosti.

TURIZAM KAO OBELEŽJE SAVREMENOG SVETA

Osnovna karakteristika savremenog turizma je masovnost do neslućenih granica i takvo prostorno širenje da je nekima planeta Zemlja postala tesna, te su krenuli u kosmos. Čovečanstvo ne pamti takve i tolike migracije poput turističkih. Iako najčešće kratkotrajne, ostavljaju duboke tragove u prostoru. Turistička kretanja iz rekreativnih i kulturnih potreba uslovlila su diferenciranje inicijativnih i receptivnih mesta, regija i zemalja, te se nameće potreba sistematskog interdisciplinarnog i multidisciplinarnog praćenja brojnih pozitivnih i negativnih pojava i procesa, u obe kategorije (Stanković S. 1979).

Turizam se u svetu počeo intenzivno razvijati posle Drugog svetskog rata. Godišnja stopa rasta između 1950. i 1960. godine iznosila je 10,9 %. Iza toga se do 1965. održala na 10,2 %, a zatim dugo bila od 5 do 6 %, da bi se posle 1990. godine stabilizovala na 3 %. Takav rast ima malo delatnosti u svetu.

Godine 2000. u međunarodnim turističkim kretanjima u svetu registrovano je 698.300.000 turista. Godinu dana kasnije taj broj je porastao na 702.600.000, što čini 1.924.930 turista na dan. Veličinom međunarodnog turističkog prometa izrazito prednjači Evropa, posle Australije najmanji kontinent. U Evropi je 2001. godine evidentirano 399.800.000 stranih turista, ili 57 % od ukupnog broja u svetu. Među zemljama sa izvanredno razvijenim inostranim turizmom ističu se Francuska (77.000.000 turista), Španija (51.700.000 turista), SAD (41.900.000 turista), Italija (39.800.000 turista), Kina (36.800.000 turista), Velika Britanija (24.200.000 turista) i Kanada (20.100.000 turista).

Od inostranog turizma receptivne zemlje sveta su 2000. godine zaradile 476 milijardi američkih dolara. Jasniju sliku o tome pruža podatak da su svakoga dana tokom 2000. godine turisti na putovanjima van svoje zemlje trošili po 1.304.109.500 američkih dolara. Među zemljama sveta veličinom prihoda po osnovu inostranog turizma ističu se SAD (75 milijardi dolara), Italija (31 milijarda dolara), Francuska i Španija (svaka po 30 miliona dolara), Velika Britanija (22 milijarde dolara), Kina i Austrija (svaka po 13 milijardi dolara). Ako je godišnji devizni prihod od turizma u Srbiji samo 20 miliona, proporcija se lako može uspostaviti. Naravno, turizam u svetu nije samo međunarodni, već i nacionalni. Smatra se da u nacionalnim (domaćim) turističkim kretanjima u svetu učestvuje 3 do 4 puta više ljudi nego u međunarodnom turizmu. To znači da je turizam zahvatio polovinu ljudske populacije na Zemlji. To je svojevrsno upozorenje da mu se mora pristupati odgovornije i organizovanije.

Masovnost turizma počela se ispoljavati između 1950. i 1960. godine, najpre u domaćim, a zatim u međunarodnim okvirima. Za razliku od toga o zaštiti prirode za potrebe turizma i od turizma, intenzivnije se počelo razmišljati posle 1970. godine, u čemu su vidnu

ulogu imale neke institucije OUN. Danas su na turističkom tržištu sve traženije interkontinentalne destinacije. Zapaža se izvesno smanjenje turista koji se leti usmeravaju ka moru, ali i povećanje onih koji traže nove prostore izvorne ili dobro očuvane prirode i autentičnih spomenika, manifestacija i gastronomskih specijaliteta. U vezi s tim povećava se obim poslovanja multinacionalnih kompanija iz domena turizma i saobraćaja. U tome su najdalje otišle SAD, zemlja sa najrazvijenijim vazдушnim saobraćajem, ali i sa takvim hotelskim grupacijama koje imaju svoje objekte na svim kontinentima. Prednjače kompanije Cendant (528.892 soba u hotelima) i Marriott International (322.000 soba u hotelima), izmedju kojih se smestio engleski Bass HR sa 461.434 soba u svojim hotelima.

U vezi sve intenzivnijeg razvoja turizma i novouspostavljenih odnosa sa prirodom, ističemo da su turistička putovanja deo životne radosti velikog broja ljudi. Reč je o životnoj sreći pojedinaca i dobrobiti društva. "Ljudi su se godinama borili za više slobodnog vremena i više praznika. Danas se valja boriti s posledicama toga nepretka. Ako se na sredini sedamdesetih godina otpočelo s proučavanjem uočljivih utjecaja turizma na okolicu, danas, kada su putovanja postala jedinstvenom masovnom pojavom u povjesti, otkriva se ljudska dimenzija i socijalno-kulturna problematika te pokretljivosti u slobodnom vremenu. Zapravo se time već odavno trebalo pozabaviti. Time je u biti trebalo započeti" (Kripendorf J. 1986).

PRIRODA, TURIZAM I ODRŽIVI RAZVOJ

Turizam je svojevrsna veza izmedju urbanih, industrijskih i gusto naseljenih centara i regija i prostora izvorne ili dobro očuvane prirode, koju na poseban način oplemenjuju spomenici i odgovarajuće manifestacije. Takvom osobinom turizam uspostavlja komplementarnost izmedju dva po funkcijama i fizionomiji različitih delova država, kontinenta i Zemlje u celini. Za savremeni turizam je karakteristično da valorizuje čitav niz objekata, pojava i događaja u prostoru koji za druge delatnosti ne predstavljaju nikakvu vrednost. Pošto se turizam definiše kao kretanje plus potrošnja, on zahteva prostor specifičnih kvalitativnih i kvantitativnih odlika. "Kvalitetan prostor i okolina turističkih područja čine sastavni deo prodaje turističkih usluga unatoč tome što oni nisu vlasništvo pojedine privredne organizacije, već pripadaju društvu u cjelini. Iz toga proizilazi obaveza da turistička privreda u vlastitom interesu a i radi toga da društvu kompenzira korist koju ima od prodaje prostora, poduzima sve da se osnovne kvalitete prostora i okoline sačuvaju, a turistička izgradnja na najbolji način uklopi u okolinu" (Gašparević F. 1977).

Iz ovoga sledi zaključak da su problemi svrsishodnog regulisanja odnosa u sistemu čovek – priroda, odnosno, čovek – životna sredina, istorijski izvedeni, evolutivni i da im treba prilaziti sa pravih naučnih osnova. Neki autori na to posebno ukazuju potencirajući vreme u kojem mi živimo i koje se odlikuje velikom ekspanzijom domaćeg i međunarodnog turizma, pri čemu turizam izrasta u svojevrsnu profitabilnu privrednu granu sa takvim prihodima koji u platnom bilansu nekih mesta, regija i država zauzimaju visoko mesto. "Zbog toga se pred turističku privredu i sve institucije u oblasti turizma postavlja zadatak uspostavljanja, pre svega, održivog i odgovornog razvoja u cilju očuvanja svih bitnih vrednosti okruženja, kao dela turističkog proizvoda i postizanja neophodne ravnoteže u kojoj zadovoljenje sadašnjih potreba turista neće ugroziti zadovoljenje potreba budućih generacija" (Grupa autora, 2000).

PLANERSKI PRISTUP ODRŽIVOM RAZVOJU

Razvoj turizma je najbolji ako je planski i počiva na savremenim zahtevima održivog razvoja koji u prvi plan stavljaju takvo uređenje prostora za potrebe turizma da ono bude bez narušavanja osnovnih ekoloških zakonitosti, bez obzira da li je reč o zakonom zaštićenim

objektima (nacionalni parkovi, prirodni rezervati i sl.), ili prirodi u celini. Uz zaštitu prirode favorizuje se održanje i unapredjenje njenih turističkih vrednosti. U tom smislu važno je uvažavati i primenjivati sledeće ideje, stavove i akcije:

1. Definirati ciljeve zaštite, uređenja i unapređenja prirode za više vremenskih perioda, pri čemu je važno izdvojiti i definirati prioritete zaštite;
2. Odrediti kapacitet prostora u smislu maksimalne opterećenosti u sezoni i van sezone, a u zavisnosti od stanja vegetacije, vremenskih prilika i klimatskih uslova;
3. Osmisliti pravu proporciju između elitnog i masovnog turizma;
4. Iznalaziti odgovarajuće tipove turističkih i ugostiteljskih objekata i iste pravilno dimenzionirati i locirati, a u zavisnosti od postojeće i potencijalne tražnje na turističkom tržištu;
5. Svuda i uvek naglašavati lokalne osobenosti i geografsku pripadnost, geografsko poreklo i moguće proizvode odgovarajućim zakonima zaštititi;
6. Zakonodavstvo iz domena turizma, saobraćaja, gradjevinarstva, zaštite prirode i spomenika, kvaliteta proizvoda i stručnog usavršavanja zaposlenih osavremenjivati do najvišeg mogućeg stepena kako ne bi bilo ograničavajućih faktora;
7. Do detalja naučno analizirati ekosisteme, staništa, areale, biocenoze i zoocenoze, odnosno, biodiverzitet turistički vrednog prostora i isti na najbolji način privoditi turističkoj nameni;
8. Razvijati svrsishodne, komplementarne i stvaralačke odnose među institucijama iz domena zaštite prirode, zaštite spomenika, turizma, ugostiteljstva, saobraćaja i komplementarnih delatnosti, kako bi se zadaci najbolje realizovali;
9. Do detalja pratiti savremenu turističku tražnju na domaćem i inostranom turističkom tržištu. Istražiti njen stepen promenljivosti i probirljivosti i tome se suprotstaviti odgovarajućom turističkom ponudom;
10. Razvijati kreativnu svest svih zaposlenih u turizmu, ali i turista o neophodnosti takvog razvoja turizma da on ne ugrožava druge delatnosti, ne degradira, već unepredjuje prostor. Školovanje kadrova i prihvatanje pozitivnih stavova turističke kulture, kao dela kulture putovanja i druženja uvek naglašavati.

Navedeni stavovi najbolje se mogu sagledati i primenjivati kroz prostorno planiranje, pod kojim podrazumevamo plansku i koordiniranu aktivnost čoveka i društva na planu organizacije, uređenja i opremanja određenih predeonih celina u funkciji njihovih, u našem slučaju, turističkih mogućnosti, raspoloživog potencijala i socio-ekonomskih indikatora u cilju smanjivanja negativnih i povećavanja pozitivnih efekata. Zbog toga ističemo da prostorno planiranje u turizmu "kao integralni oblik planiranja koji uključuje socijalne i ekonomske aspekte, sve više postaje nužnost i praksa u svetu, na šta su ukazala i istraživanja Svetske turističke organizacije. Zbog sve intenzivnijeg razvoja masovnog turizma i sve većeg broja zemalja i regija koje se uključuju u turističke tokove, praktično je nemoguće prepustiti prostorni razvoj i, uopšte, razvoj turizma slučaju i stihiji, na šta nas upozoravaju i neka negativna iskustva u pojedinim zemljama i regijama, gde je došlo do nekontrolisanog bujanja turizma i degradacije životne sredine" (Čomić Dj. 1988).

NACIONALNO NASUPROT GLOBALNOM

U vezi sa navedenim moguće je odrediti nekoliko akcija i zadataka prostornog planiranja turizma. Isti se sastoje u sledećem: Utvrđivanje željenih ciljeva razvoja turizma na konkretnom prostoru; Određivanje osnovnih i alternativnih načina za postizanje definisanih ciljeva; Osmišljavanje prihvatljivih i primenjivih alternativa; Inventarizacija prirodnih i stvorenih vrednosti u planiranom prostoru od značaja za turizam; Klasifikacija postojećih

prirodnih i antropogenih vrednosti; Rangiranje prirodnih i antropogenih turističkih vrednosti uz definisanje kontraktivne zone; Određivanje regija pogodnih za razvoj turizma; Izdvajanje prioriternih turističkih regija; Turističko zoniranje izdvojenih, posebno, prioriternih regija; Definisanje potencijalnih turističkih lokaliteta i pravaca; Uvid u objekte infrastrukture; Osmišljavanje i usmeravanje razvoja aktivnosti koje prate turizam; Očuvanje i unapredjenje životne sredine; Unapredjenje elemenata turističke ponude; Analiza postojećeg domaćeg i inostranog turističkog tržišta; Predviđanje buduće turističke tražnje; Izbor domaćih i inostranih investitora; Definisanje privatnog i društvenog vlasništva objekata; Analiza saobraćaja i saobraćajnica; Obrazovanje i permanentno usavršavanje turističko-ugostiteljskih radnika; Primena savremenog marketing i menadžment poslovanja; Uvid u moguće integracione procese po horizontali i vertikali i slično (Stanković S. 2003).

U svim fazama planskog pristupa održivom turizmu, potrebno je isticati prednosti nacionalnog nad globalnim, jer se kultura, tradicija, gastronomija, manifestacije nalaze pred naletom sve većeg broja stranih turista u nizu zemalja, te je moguće postojeće lokalne osobenosti pretvoriti u univerzalno i svakodnevno bezličje. Da bi se tome usprotivili, potrebno je mnogo umešnosti, poslovne politike i strategije, istrajne organizovanosti, uz učešće lokalnih zajednica. Nosioci razvoja ekoturizma, koji u potpunosti podrazumeva održivi razvoj, mogu i moraju bolje, više i svuda favorizovati lokalno nad globalnim, nacionalno nad univerzalnim, geografsko poreklo nad uniformnošću (Robinson M. 2000).

LITERATURA

1. Stanković S. (1979): Zaštita životne sredine i savremeni turizam. Geographica Slovenica, knjiga 9, Inštitut za geografiju Univerze v Ljubljani, Ljubljana.
2. Grupa autora (2000): Održivi i odgovorni razvoj turizma u XXI veku. Turistička organizacija Srbije, Beograd.
3. Čomić Dj. (1988): Prostorno planiranje turizma. "Turizam" broj 3, Turistički savez Hrvatske, Zagreb.
4. Stanković S. (2003): Životna sredina, turizam i prostorno planiranje. Glasnik Srpskog geografskog društva, sveska LXXXIII, broj 2, Beograd.
5. Kripendorf J. (1986): Putujuće čovječanstvo – Za novo poimanje slobodnog vremena i turizma. Zavod za istraživanje turizma, Zagreb.
6. Robinson M. (2000): Da li je kulturni turizam na pravom putu. Glasnik UNESCO, broj 7-8, Zavod za međunarodnu naučnu, prosvetnu i tehničku saradnju Republike Srbije, Beograd.