
Original scientific paper

UDC 71:338.48
<https://doi.org/10.2298/GSGD2401001S>

Received: January 16, 2024
Corrected: February 04, 2024
Accepted: February 24, 2024

Stevan M. Stanković^{1*}

** University of Belgrade, Faculty of Geography, Belgrade, Serbia*

THE SPATIAL AND FUNCTIONAL TOURISM PLANNING

Abstract: The spatial and functional tourism planning should be understood as a planned, scientifically based, continuous, targeted, economically and socially justified activity that is clearly adapted to the local environment, region or country to which it relates. It is about the optimal targeting of actions and the implementation of tasks in an area that has one or more attributes of tourist attraction and as such represents a tourism value presented to the domestic and foreign tourism market through seasonal or year-round tourism, i.e. some of its forms, if it is properly planned. The planning must achieve adequate economic and social effects resulting from the stay of tourists and their consumption. The space, accommodation and catering facilities, infrastructure and superstructure, equipment and their arrangement are selected depending on the natural and anthropogenic tourist values and the types of tourism they enable. It is very important to emphasize the local and regional characteristics of the area, tradition and modern condition.

Key words: spatial planning, functional planning, tourism values, tourism facilities, tourism infrastructure, economic and social impacts

¹geofiz40@gmail.com (corresponding author)
Stevan M. Stanković (<https://orcid.org/0009-0004-8572-0484>)

Introduction

The main characteristic of modern tourism is its massiveness and the spatial coverage of almost the entire space of our planet, not only the ecumene, but also the sub-ecumene (occasionally populated areas) and the anecumene (polar regions, the highest mountains). For the development and improvement of tourism in our country and in the world, we need more and more spaces that can satisfy some of the needs of tourists, such as health, recreation, excursions, stationary stays, congresses, events, sports, etc. Tourism is an activity that enhances some objects and parts of space that are uninteresting for other activities (caves, beaches, snow slopes, mountain peaks, mirages, sunsets). This means that tourism expands the foundations of the economic and social economy and therefore attracts the attention of more sciences and applied activities.

On the natural basis of the studied area (geography, biology, geology, climatology), spatial and functional planning of tourism development is possible on smaller and larger natural or administrative units, regions, states and interstate levels. The tasks of spatial and functional planning of tourism are numerous and varied and must be harmonized down to the smallest detail with the existing tourist values of the territory, always and everywhere within the limits of optimal traffic that does not jeopardize the ecological relationships and processes built up in the environment over time.

The area as a territorial unit of the municipality, the district and the state can be valorized in an exemplary manner through tourism. "Within this limited spatial framework, an all-round distribution of all particles of animate and inanimate matter takes place. But in a way that is tangible and controllable. Such an entanglement leads to various spiritual events. In addition to space, time also plays its specific and decisive role in every human action. Time is therefore inseparable from space. It is philosophically inseparable, it is inseparable for every theory and it is inseparable for every practical activity" (Dobrović, 2017). This means that it is inseparable from tourism, i.e. from the spatial and functional planning of tourism for the present and the future.

Tourism as a spatial phenomenon

The planning of tourism on the appropriate terrain is based on the fact that it is a distinctly spatial phenomenon, with a long tradition and an unexpected modern development, in the sense that it has covered almost the whole world, either as an initiative (spaces from which tourists depart, permanent residences, i.e. places where tourist needs are formed) or as receptive areas (spaces that receive tourists, i.e. tourist sites and regions where tourist needs are resolved). Numerous natural and anthropogenic objects, phenomena, processes and events are used for the development of tourism, and planning its development is a complex and responsible task. Added to this is the importance of transport infrastructure and transportation of almost all kinds as an integral part of tourist movements and the overall operation of tourist and hospitality facilities, both for seasonal and year-round tourism, i.e. both domestic and foreign tourism and its numerous types, such as mountain, spa, sea, coastal, urban, health, recreational, sports, congress, transit, stationary, urban, rural, speleological, nautical, ecological, hunting, religious, event-related, traditional ethnic, gastronomic, etc.

The spatial and functional planning of tourism differs in some ways from the spatial planning of a number of other activities. This is because tourism seeks an original, well-protected or revitalized environment with objects, phenomena and processes that have one or more characteristics of tourist attraction. It is the organized and planned activity of the social community to enable the economic and social justification of the seasonal or year-round business of tourist reception based on the existing tourist values, i.e. tourist and gastronomic facilities. Tourism research and planning must always and everywhere be based on the fact that the processes and phenomena in the space, especially in the space with emphasized tourist values, are natural and social. They can be stimulating and restrictive, immediate, occasional, periodic, short-term, long-term, permanent, local, regional, controlled and uncontrolled, creative and destructive, historically conditioned, but also contemporary, easier and more difficult to predict. This situation shows the complexity of the spatial and functional planning of tourism and the appropriate valorisation of space for tourism. The environment, i.e. the space based on the direct, indirect and feedback connections of numerous factors with the environment that have evolved over time and in which, among other things, tourism develops, is a specific category based on a series of indicators, with elements of zonal and azonal, organized and disorganized, centre and periphery, easier and harder to change.

Tourism and space in merging and permeating

Tourism as one of the increasingly important economic and social functions in the territory is the content of spatial and urban plans of various territorial surveys, basic and special purposes, e.g. for national parks, nature reserves, health resorts, mountain and bathing resorts, islands, monument complexes, as well as for corresponding administrative units, such as municipalities, communes, districts, etc. The organization, design and functional equipment of the tourist area are three important tasks that spatial planners, urban planners, architects, tourism scientists, ecologists and economists have to deal with, taking into account the already existing facilities and the state of tourism, knowing the current trends in countries with developed tourism and positive tourism balance in terms of the amount of income based on tourism services for domestic and foreign tourists and the level of employment in tourism and hospitality.

Due to the increasing domestic and foreign tourist flows and the importance of this activity, appropriate attention must be paid to tourism from a spatial and functional planning perspective, bearing in mind that the scientific and practical bases of the approach to overall tourism planning and the corresponding tasks are numerous and diverse, often complementary, but also conflicting with a number of activities of those interested in an area of tourism value. This is of particular importance, because regardless of the large area of our planet or individual countries and regions, the space cannot be expanded to include almost everything, especially that which has the appropriate attributes of tourist attraction, is originally preserved or well protected and improved and as such has tourist value.

The complexity of the human - environment - tourism system

The relationship of man and human society to the space that directly and indirectly surrounds him has always attracted the attention of researchers from various profes-

sions, in particular geographers, historians, but also sociologists and philosophers. From the earliest times to the present day, views on the conditions of human life and its harmony with animate and inanimate nature, i.e. space as a habitat and territory, have changed many times. The modern, worldwide development of tourism has aroused particular interest in some types of spaces that were not studied and valorised in the past. This applies in particular to numerous islands in warm seas and oceans, high mountains, subpolar regions, areas of ancient and recent volcanism, vast savannahs, monumental complexes of ancient civilizations, etc.

Knowledge of space, i.e. the environment in which human society lives, is one of the oldest human occupations, which has changed and improved with the development of techniques, technology, productive forces, human needs and general social relations. For several centuries, scientists, especially philosophers, have been concerned with the problems of coping with the forces of nature and their effects on material and spiritual life. "As society has developed, questions about the sufficiency of the earth's natural resources to meet the sudden increase in demand for energy and natural materials, as well as in connection with population growth and scientific and technological progress, have become increasingly important. Finally, the problem of the fundamental characteristics of the natural environment under the influence of the sharp increase in production has recently become the focus of attention. In a relatively short time, this problem has gone beyond the scope of nature conservation, i.e. the preservation of certain natural systems (geosystems). The task of environmental protection and the activities of human society itself are at the forefront, both in the present and in the interests of future generations. between the character and speed of natural geographic and ecological processes (including the different characteristics of natural systems in terms of their self-regulating capabilities) and the process of demographic, social and economic development." (Radovanović, 1977). It is also about the increasingly emphasized and in many cases existing discrepancy between the expansion and increase of material production of a number of goods and the permanently consumable natural goods, associated with disturbances of the natural ecological balance of habitats and areas up to biocenoses and the geosphere as a whole.

In addition to the increase in the world's population and ever more extensive production, the increasingly massive domestic and international tourism movements, in which hundreds of millions of people on all continents participate in various ways (initiative, reception), are of particular importance. In the period after the Second World War, tourism initially grew at an annual rate of 11% before levelling off at 3 to 4% in the 1920s. In 1970, 166 million tourists took part in international travel on our planet. Ten years later, the figure had risen to 284 million. In 1990, the number of foreign tourists in the world reached 456 million and ten years later 661 million. In 2010, 937 million people worldwide took part in international tourism. After that, apart from the two years of the coronavirus pandemic, the number of participants in international tourism in the world exceeds one billion, with a tendency to reach 1.5 billion in 2025. The world's population spends 30% of the value of all services, 15% of GDP and 6% of world trade exports on tourist travel.

Recommendation of the World Tourism Organization

As far as current trends in tourism are concerned, there are messages from the World Tourism Organization to its member countries, with Agenda 21, announced in 1992, being

of particular interest to the tourism industry. This is a comprehensive program of activities related to the spatial and functional planning of tourism based on sustainable development. As a widely accepted international agreement, Agenda 21 is of particular importance for tourism, which has been recognized for years as the most important economic sector at a global level (in terms of the number of tourists, revenue generated, investment in new facilities, links with complementary activities and distribution on our planet). It is about the activities that the tourism industry must undertake. Although the recommended activities may seem unrealistic, the consequences of failing to take appropriate action can lead to an increase in economic damage to tourism reception in a short period of time. (Group of Authors, 2000). The positions of the General Code of Ethics for Tourism, published by the World Tourism Organization in 1999, follow on from this. Some behaviors are of interest for the spatial and functional planning of tourism and it is necessary to know and apply them in theory and practice. It is about the contribution of tourism to understanding and respect between nations, about tourism as a means of individual and collective satisfaction, about tourism as a factor of sustainable development and as a user of natural and cultural heritage, about its conservation and enhancement, about the free movement of tourists and about the rights and duties of those working in tourism (Group author, 2001).

For the aforementioned international tourism and even more massive domestic tourist movements, an adequate and constantly growing space is needed, and not just any space, but an untouched, well-preserved, sensibly protected, adequately upgraded and realistically presented space for an increasingly demanding tourism market (Stanković, 2023). This situation gives rise to the need for a systematic approach to tourism planning, which is practiced in many tourism-developed countries and in coordination with numerous national and international organizations, among which the World Tourism Organization (OUWTO), whose statute was promulgated on 27 September 1970, stands out at the Madrid meeting in 1979. At the meeting of the World Tourism Organization in Termolin, it was decided to declare 27 September as World Tourism Day in the more than 180 member countries of this organization. Tourism enhances numerous objects, phenomena and processes in nature and society that are not interesting for other activities. Moreover, unlike other activities, tourism is not a constant consumer of space. If properly and sustainably organized, scaled and planned, it contributes to the material well-being of the recipients and to the preservation of the environment. In the theory and practice of tourism planning and development, the starting point is the fact that the natural and anthropogenic values of tourism are not goods in the classical economic sense and that the classical principles of economics and trade cannot be applied to them: Supply - Demand, Commodity - Money (Stanković, 2022).

The World Tourism Organization supports member countries in the research and development of tourism, in particular with recommendations on the tourism valorisation of natural and anthropogenic values that are of interest to modern tourism (Stanković, 2008). The spatial and functional planning of tourism can be based on the recommendations of the World Tourism Organization, which has elaborated five main elements and 27 complementary elements for planning and proposed different types of tourism facilities, namely coastal and mountain areas, national parks and reserves, archaeological sites, historically significant places and resorts, as well as short-term (1 to 3 years), medium-term (4 to 10 years) and long-term (11 to 25 years).

The scientific and applied approach to tourism planning

The exploration of space and the planning of various economic and social activities in it, and thus also tourism, is a complex evolutionary and long-term process, especially from the point of view of its enhancement, protection and improvement. Always and everywhere, one must start from the fact that space, i.e. the environment, which can be identified to a considerable extent with the concept of the natural environment, is an emphatically evolutionary and dynamic system, composed of a multitude of elements and under the influence of various factors, including man and human society. "In principle, the environment can be understood as any setting in which humans are compatible as biological individuals and as social beings." In reality, however, the living environment of humans is a limited space on the surface and near-surface parts of our planet, and it can be considered as a concept completely analogous to the concept of geographical environment, as it is exactly that in terms of space and structure. The human environment thus represents, first of all, a unique form of organization of matter, especially of a natural body that has no equivalent in the solar system. It consists of several interpenetrating spheres that form a complex dialectical unity." (Radovanović, 1977). The environment is characterized by asymmetry, inhomogeneity, antisynchrony, non-stationarity, zonality and azonality. The aforementioned elements should be taken into account in numerous human and space-related activities, thus also in tourism, which manifests itself as an activity that has covered almost our entire planet. This view is confirmed by the fact that countries, it seems, regardless of the general level of economic development, from the equator to the pole, from the oceans, seas, islands and land, are striving to develop tourism, taking advantage of the existing natural and anthropogenic potentials.

Under the above conditions, tourism planning in the different spatial areas requires a careful approach and a good knowledge of natural processes, zonal and azonal elements, occasional and permanent processes, connections, conditioning, direct and feedback loops of spatial elements (water, air, soil, living environment, human, society, past, present, tradition, local specificities). It is well known that there are proven universal methods for the study and planning of space, but they cannot (and should not) always be applied literally everywhere. Each space is specific and requires the application of targeted methods of research and communication of the results obtained. This is particularly important for modern tourism, because in the tourism market, the local and regional, endemic, exemplary, rare, unrepeatable, non-repeatable and non-transferable has a higher price than the universal and widely available and seen. "Ultimately, any research effort directed towards the environment, whether under a narrower, sectoral or broader, holistic aspect, must be considered in our social reality...Such a condition inevitably requires a critical adoption of all imported theories and knowledge, an insight into their scientific and ideological nature and the possibilities of their concrete application to our conditions. Although it is indisputable that there are universal scientific and rational postulates in spatial planning and spatial organization of the environment, which have their origin in the basic laws of the material world in general, on the other hand, each concrete conception of spatial organization is an expression of its own historical conditions, given social reality, its requirements and goals (Radovnović, 1977). Such an understanding can also be found in the science of the framework conditions of life, which was introduced almost a hundred years ago by the founder of our ecology, the biologist and scientist Siniša Stanković (Zaječar, 1892 - Belgrade, 1974), whose works are still reprinted today.

The contemporary tourism and the framework of life

There are only a few parts of the earth without living beings. Biotores or habitats are complex systems of interactions between living organisms and the environment. Phytoce-noses and zoocenoses are based on mutual relationships that have developed over a long period of time, they are dynamic and dependent on historical, climatic, topographical, biotic and other factors that should be taken into account in spatial planning in tourism. Habitat or biotope and community (biocenosis) form an ecosystem, a biogeocenosis or a landscape as a whole of a higher natural order, i.e. the highest synthesis in ecology. "In place of the formal and abstract concept of space, modern geography today uses the concept of landscape (landscape of the German geographers), natural geographical units with a specific character that unites all given geographical elements in the broadest sense of the word into a unique whole." These geographical units are concrete realities, not arbitrary parts of the earth's surface; a landscape is a geographical synthesis, not a sum, but a complex of interconnected geographical elements that are in mutual relations, connected by mutual actions" (Stanković, 1977). Such a relationship and approach to tourism planning must be respected in all its truthfulness and justification.

The basic starting point of the living framework are the living factors, which are variable, numerous, diverse and often decisive for the development of tourism in a given area. They concern the totality of the geographical location, the degree of continentality and maritimicity, the altitude, the exposure, the slope of the terrain, the geological structure, the particularities of the land cover, the physical, chemical and bacteriological characteristics of the hydrographic objects, as well as the positive and negative effects of man and human society in the area. Of particular importance are the amplitudes of the fluctuations of external, natural factors on living organisms, which are referred to as ecological valence (Stanković, 1977). Ecological valence must be given special attention in tourism planning, especially in the tourist valorization of hydrographic and biogeographical tourist values, which are among the foundations of tourism development and have a significant impact on other elements of the natural environment and the people in it.

Man and human society do not behave passively towards nature, from which they take everything they need to live. Humans and society are one of the most important geographical factors because they actively influence their environment. The manner and scope of action have changed throughout history, enriched and multiplied with the development of scientific thought, technology and engineering, but they have existed since humans and human communities have existed. It is a feedback loop. The changing nature causes changes in the way people and social communities live, work and do business. The framework of life becomes more complex because the relationships within it are reciprocal, variable, direct, indirect, complementary, colliding, effective, interactive and always dynamic. A number of phenomena and processes in this area must increasingly be viewed from an international, continental, intercontinental and global perspective, as large parts of the sea, oceans and atmosphere are the property of all mankind. In addition, disturbances to ecological conditions caused in one place manifest themselves with harmful consequences in the wider environment. Expanding the boundaries of ecumenism, bringing the vastness of the desert to culture, conquering new technologies, utilising previously unknown raw materials and realising a number of other undertakings naturally requires the united forces of humanity, while in tourism and some other activities, the local should take precedence over the regional and the world (Stanković, 1990).

Planning according to the potentials of space and time

The spatial and functional planning of tourism can be defined as a planned, scientifically based, continuous and practically verifiable activity of society, which strives for the purposeful and optimal orientation of the spatial distribution of suitable structures in which and with the help of which the tourist traffic in a certain area runs in the best possible way. The equipment and its placement (infrastructure, superstructure, accommodation and catering facilities) are selected depending on the tourist values of the area in question (mountain, lake, town, municipality, district, state), the type of tourism and the ability of the social community to invest in the planned facilities, current and potential users, domestic and foreign tourists.

All this must be subordinated to the achievement of real profits for the tourism and hospitality industry in the area covered by the plan. To achieve this, the planners must start from an inventory of the assets existing in the area that have one or more characteristics of tourist attraction, i.e. that allow one or more types of tourism. Of interest is the actual valuation (valorisation) of natural and anthropogenic tourist values in relation to current and future domestic and foreign tourist demand. In the spatial and functional planning of tourism, it is important to differentiate tourist locations and regions from areas with different appearances, functions and purposes. Particular attention is paid to the use of infrastructural and suprastructural facilities as well as accommodation and catering facilities, health, leisure, sports and congress facilities. The choice of the best locations for specific facilities and purposes seems to be a priority and very important, as it contributes to the extension of the tourist stay, to its richness of content and to the achievement of corresponding economic effects.

Competitiveness and complementarity with the environment must be fully taken into account, as one category contributes to the improvement of tourism, while the other prevents and neutralizes it (Stanković, 2008). In the process of spatial and functional planning of tourism, in important tasks, the analysis, synthesis, model, i.e. proven scientific and applied methods, should be solved in the right way, among others, we include: definition of desired goals for appropriate periods; determination of acceptable alternative ways to solve the set tasks and achieve real goals; a detailed inventory of natural and anthropogenic values with appropriate attractiveness characteristics for specific types of tourism; spatial definition of tourist places, centres, zones, directions and regions affected by planning as clearly as possible; determination of priorities of arrangement and equipment according to general and specific tourist values in the area affected by planning; zoning the space to protect rarities and the need for adequate protection both for tourists and from tourists; identifying possible tourist attractions, especially unique and non-transferable values, endemics and relics, rare species, archaeological sites and specific monuments; determination of additional and complementary activities in the area affected by the planning, emphasizing complementarity and possible collisions and competition; legal regulation of relations between investors, planners, developers and users; Improvement of the elements of the tourist offer for the domestic and foreign market, training and employment of the workforce.

Of particular importance are the analysis and insight into the current and future tourist flows, the insight into the profitability of the business of tourism and accommodation facilities, the functional connection of the tourist reception with the tourist initiative, i.e.

the tourist places and regions with the places of residence of the people who are the origin of the tourists, i.e. the dispersive zone of the home towns to the contractive zone of the tourist places; a well-designed and easily applicable tourism policy at various decision-making levels and the overall impact of tourism on the area covered by the plan. In this context, it can be stated that spatial planning of tourism as an integral part of general and specific planning is a complex, continuous research and application work, the aim of which is to design, equip and organize the space in such a way that it can achieve positive social, societal and economic effects on the tourism market based on the valorisation of natural and anthropogenic potentials. "However, neither spatial planning nor a spatial plan is a magic wand that can solve all problems. In practice, there are unfortunately numerous examples of poor planning of individual tourist centres, zones and regions. This means that the alternative to spontaneous development is not planning at any price, but only quality planning" (Čomić, 1988). A particular problem in some of our tourist centres (Zlatibor, Kopaonik, Divčibare, Tara, Vrnjačka Banja) is the excessive construction of inappropriate and oversized tourist and catering facilities, especially multi-storey hotels, apartments, restaurants and weekend houses, due to time, space and local conditions, especially since they were occupied by 20% to 40% during the year, with inadequate solutions to the problems of water supply and sewage drainage.

The tasks of tourism spatial planning

As a distinct spatial phenomenon, tourism is one of its increasingly important functions, and therefore it is an important content in spatial and urban plans of different territorial scope. These are general and specific spatial plans drawn up for mountains, national parks, nature reserves, spas and climatic health resorts, seas and coasts, islands, lakes, passenger transit zones, nautical tourism, monument complexes, etc. Spatial and functional planning must be brought into line with existing proven standards and the positive effects achieved to date. Spatial planning of tourism uses planning methods, geodetic and cartographic bases, documentation, statistics, urban development, planning and tourism standards and appropriate models. The planning of tourism development is synchronized with the existing standards of general spatial planning of the relevant geographical units and administrative units. The size of the territory, as a spatial measure of tourism needs, is defined as local, regional and national. Of course, there are also well-known examples of tourism spatial planning at interregional, international and interstate levels. Moreover, the spatial and functional planning of tourism should always and everywhere be tailored to people and society, coordinated with the relationships, events and objects, the basic aspirations of the social community, the state of the living environment, complementary activities, the economy that serves people, more decentralization than centralization of state policies, etc. (Krippendorf, 1986).

The spatial planning of tourism development in a specific area must include and solve three specific tasks. It is a matter of a precisely defined territory, an appropriate organization of the space and an appropriate design of the same. It is important that tourist-geographical areas of different rank, potential and importance are given a specific structure, physiognomy and functions through the planning and development of tourism. This means that the integrity, evolvability, systemic organization, hierarchy and overall relationships, phenomena and processes with the immediate environment, i.e. with the complementary activities of tourism, must be emphasized, at the level of the modern under-

standing of sustainable development, which terminologically can be equated with indigenous, coordinated, designed, scientifically based and applicable work, without violating the basic ecological laws. In addition, the positions of the existing legislation, the principles of the concept of active environmental protection, the existing postulates on water and the way of land management must be adequately respected (Stanković, 2008).

Among the most important research and application measures and works on the above-mentioned topics, the following can be classified: Analysis of ecosystems of habitats and areas of the living world and determination of direct and indirect connections and relationships with existing anthropogenic objects that are particularly important for tourism; analysis of tourist demand on the domestic and foreign market, not only by volume and time, but also by social, status, economic and cultural characteristics of tourists; realistically established and long-term cooperation with institutions in the field of environmental protection, i.e. realistically established and long-term cooperation with institutions in the field of environmental protection, i.e. nature and its monumental heritage, i.e. transport, forestry, water management, meteorological services, legislation, sport, culture, etc. defining the objectives of long-term revitalization, reconstruction and protection of nature and cultural heritage, as well as defining priorities, zones and operating procedures; defining the capacity of the tourist area in relation to the maximum load at different times of the year, so that saturation and degradation do not occur; defining the right balance between mass and elite tourism, i.e. summer and winter tourism, recreational and health tourism, domestic and foreign, commercial and subsidized, stationary and weekend tourism, etc. realistic planning and appropriate construction of tourist-hospitality and infrastructural capacities according to the existing and potential tourist demand; shaping the content of the tourist stay in order to extend the tourist season and achieve better economic effects; maximizing the positive and minimizing the negative social, economic and spatial effects of tourism in the relevant area, i.e. planning of the tourist place or tourist region concerned (Stanković, 2002).

The modern spatial and functional planning of tourism, more than the planning of some other activities in space, must be in full harmony with measures and scientifically based views on active environmental protection, i.e. with the ideas of sustainable development, which is accepted almost everywhere in the world. The planning, protection, preservation, revitalization and improvement of the environment as a tourist value and the basis of its development is the foundation on which the work of tourist reception is based. The management of the area, especially the area of touristic value, is the basis for its preservation at the level of originality or good protection, as a basis for enhancement. The deterioration of the environment in some places, regions and countries leads to a decline in their quality and value on the tourist market and is a limiting factor for enhancement, spatial and functional planning and design. Areas of high ecological value, i.e. genuine originality and the best possible protection, are becoming increasingly scarce in many places, making it more difficult to plan, enhance and achieve genuine economic and social effects. The fact is that the legally protected areas, which in the best case represent 5 to 10% of the national territory (8% in the Republic of Serbia), are not sufficient to meet the general and rapidly growing needs of tourism. There is not enough quality tourism space, and it must not be treated as if it belongs to everyone and no one, only for one activity and only for today (Pavić, 1987).

The problems must be posed, studied and practically solved on the ground, according to plans for specific periods of time. The starting point is the analysis of the habitats, areas and ecosystems of the living world and their relationship to inanimate nature, i.e. to the anthropogenic creations that are important for tourism. The scope and structure of tourist demand on the domestic and foreign tourist market, which is highly variable in time and space and often strongly influenced by tourist propaganda and the fashion industry, is examined. Good results can be achieved through constructive cooperation with institutions from the fields of urban planning, architecture, nature and monument conservation, forestry, water management, balneoclimatology, gastronomy, health, sport, etc. In many places, it is very necessary to designate zones with different touristic value, but also for targeted protection in order to preserve and improve the ecosystem. Determine the physical capacity of the area for appropriate types of tourism in season and out of season to prevent saturation, which has been observed in some tourist resorts and regions for several years. The best results are achieved through the construction of tourist and hospitality facilities adapted to the local environment, materials and traditions, which helps to favour the geographical origin, which is often non-reproducible and non-transferable, and therefore has a corresponding tourist attraction and value. It seems extremely important to develop awareness and improve the work skills of staff employed in various areas of tourism.

Conflicts of Interest: The author declares no conflict of interest.

Publisher's Note: Serbian Geographical Society stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.

© 2024 Serbian Geographical Society, Belgrade, Serbia.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Serbia.

References

- Добровић, Н. (2017). *Основи принципијелног просторног планирања*. Асоцијација просторних планера Србије [Dobrović, N. (2017). *Osnovi principijelnog prostornog planiranja*. Asocijacija prostornih planera Srbije].
- Чомић, Ђ. (1988). *Просторно планирање у туризму*. Туристички савез Хрватске [Čomić, Đ. (1988). *Prostorno planiranje u turizmu*. Turistički savez Hrvatske].
- Група аутора (2000). *Одрживи и одговорни развој туризма у XXI веку*. Туристичка организација Србије [Grupa autora (2000). *Održivi i odgovorni razvoj turizma u XXI veku*. Turistička organizacija Srbije].
- Група аутора (2001). *Одговорни и одрживи развој туризма*. Центар за одговорни и одрживи развој туризма ЦенОРТ [Grupa autora (2001). *Odgovorni i održivi razvoj turizma*. Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma CenORT].
- Крипендорф, Ј. (1986). *Путујуће човјечанство. За боље поимање слободног времена и туризма*. Завод за истраживање туризма [Krippendorf, J. (1986). *Putujuće čovječanstvo. Za bolje poimanje slobodnog vremena i turizma*. Zavod za istraživanje turizma].

- Павић, Р. (1987). *Туризам, екологија и простор*. Туризам и простор – еколошки аспекти конфликтних ситуација. Институт за туризам [Pavić, R. (1987). *Turizam, ekologija i prostor*. Turizam i prostor – ekološki aspekti konfliktnih situacija. Institut za turizam].
- Радовановић, М. (1977). *О систему човек – животна средина*. Институт за архитектуру и урбанизам Србије [Radovanović, M. (1977). *O sistemu čovek – životna sredina*. Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije].
- Станковић, С., и Мучибабић, Љ. (1977). *Оквир живота – начела екологије* (3rd ed). Глас [Stanković, S, & Mučibabić, Lj. (1977). *Okvir života – načela ekologije* (3rd ed). Glas].
- Станковић, М. С. (2002). Просторни планови развија туризма. *Простор, 10* [Stanković, M. S. (2002). Prostorni planovi razvija turizma. *Prostor, 10*].
- Станковић, М. С. (2008). *Туристичка географија*. Завод за уџбенике [Stanković, M. S, (2008). *Turistička geografija*. Zavod za udžbenike].
- Станковић, М. С. (2022). Елементи и фактори туристичке валоризације простора. *Зборник радова Туризам у савременом европском и евроазијском простору* [Stanković, M. S. (2022). Elementi i faktori turističke valorizacije prostora. *Zbornik radova Turizam u savremenom evropskom i evroazijskom prostoru*].
- Станковић, М, С. (2023). Туристичко-географски аспект животне средине. *Зборник радова Планска и нормативна заштита простора и животне средине* [Stanković, M, S. (2023): *Turističko-geografski aspekt životne sredine. Zbornik radova Planska i normativna zaštita prostora i životne sredine*].

Оригинални научни рад

UDC 71:338.48
<https://doi.org/10.2298/GSGD2401001S>

Примљено: 16. јануара 2024.

Исправљено: 04. фебруара 2024.

Прихваћено: 07. фебруара 2024.

Стеван М. Станковић^{1*}

** Универзитет у Београду, Географски факултет, Београд, Србија*

ПРОСТОРНО И ФУНКЦИОНАЛНО ПЛАНИРАЊЕ ТУРИЗМА

Апстракт: Просторно и функционално планирање туризма треба схватати као планску, научно основану, континуирану, сврсисходну, економски и друштвено оправдану делатност, јасно прилагођену одговарајућој локалној средини, регији или земљи на коју се односи. Реч је о оптималном усмеравању акција и реализације задатака на простору који има један или више атрибута туристичке привлачности и као такав представља туристичку вредност, која се одговарајућим планирањем презентује домаћем и иностраном туристичком тржишту, кроз сезонски или целогодишњи туризам, односно, поједине његове облике. Планирањем се морају постићи одговарајући економски и друштвени ефекти који проистичу из боравка туриста и њихове потрошње. Простор, смештајни и угоститељски објекти, инфраструктура и супраструктура, опрема и размештај истих, бирају се у зависности од природних и антропогених туристичких вредности и врста туризма које оне омогућују. При томе је веома важно наглашавали локалне и регионалне специфичности простора, традицију и савремено стање.

Кључне речи: просторно планирање, функционално планирање, туристичке вредности, туристички објекти, туристичка инфраструктура, економски и друштвени ефекти

¹ geofiz40@gmail.com (аутор за кореспонденцију)
Стеван М. Станковић (<https://orcid.org/0009-0004-8572-0484>)

Увод

Основна одлика савременог туризма је његова масовност и просторни обухват готово целокупног простора наше планете, и то не само екумене, већ субекумене (повремено насељеног простора) и анекумене (поларна пространства, највише планине). За развој и унапређење туризма, код нас и у свету, потребно је све више простора који својим особеностима може да задовољи неку од потреба туриста, какве су здравствена, рекреативна, излетничка, стационарна, конгресна, манифестациона, спортска и сл. Туризам је делатност којом се валоризују неки објекти и делови простора који нису интересантни за друге делатности (пећине, плаже, снежне падине, планински врхови, фатаморгана, залазак сунца). То значи да туризам проширује основе економског и друштвеног привређивања и самим тим побуђује пажњу више наука и апликативних делатности.

На природњачким основама истраженог простора (географија, биологија, геологија, климатологија), могуће је просторно и функционално планирање развоја туризма на мањим и већим природним или административним целинама, регијама, државама и међудржавним нивоима. Задаци просторног и функционалног планирања туризма су бројни и разноврсни и морају се до најфинијих детаља усаглашавати са постојећим туристичким вредностима простора и то, увек и свуда у границама оптималног промета који не угрожава временом успостављане еколошке односе и процесе у животној средини.

Простор као територијална јединица општине, округа и државе, посредством туризма, може се валоризовати на примеран начин. „У тим омеђеним просторним оквирима постоји свестрано распрострањење свих честица живе и неживе материје. Али на начин који је сагледив и подлеже контроли. Такво залажење у проблеме доводи до разних духовних збивања. Упоредо са простором и време игра своју одређену и одсудну улогу у сваком човековом деловању. Време је, према томе, неодвојиво од простора. Неодвојиво је филозофски, неодвојиво је за сваку теорију и неодвојиво је сваку практичну делатност” (Добровић, 2017). То значи да је неодвојиво и од туризма, тј. просторног и функционалног планирања истог за садашње и будуће време.

Туризам као просторна појава

Туризам, као једна од све значајнијих економских и друштвених функција у простору, садржај је просторних и урбанистичких планова различитих територијалних захвата, основних и посебних намена, на пример, за националне паркове, природне резервате, бањска, планинска и приморска места, острва, споменичке комплексе, као и за одговарајуће административно-управне целине, какве су месне заједнице, општине, окрузи и сл. Организација, уређење и функционално опремање туристичког простора су три важна задатка којима се просторни планери, урбанисти, архитекте, туризмолози, еколози и економисти морају бавити, уважавајући већ постојеће објекте и стање туризма, уз познавање савремених трендова у земљама развијеног туризма и позитивних туристичких биланса у смислу величине прихода по основу туристичких услуга домаћим и страним туристима, као и нивоом запослености у туризму и угоститељству.

Због све масовнијих туристичких, домаћих и иностраних, кретања и значаја која ова делатност има, туризму се, са аспекта просторног и функционалног планирања мора посвећивати одговарајућа пажња, при чему се уважава чињеница да су научне и практичне основе приступа свеукупном планирању туризма и одговарају-

ћим задацима бројни, разноврсни, често међусобно комплементарни али и колизиони са низом делатности заинтересованих за простор који је туристички вредан. Ово је од посебног значаја, јер без обзира на велику површину наше планете, или појединих земаља и регија, простор се готово ничим не може проширивати, посебно не онај који има одговарајуће атрибуте туристичке привлачности, изворно је очуван или добро заштићен и унапређен и као такав туристички вредан.

Сложеност система човек - животна средина - туризам

Однос човека и људског друштва према простору, који га непосредно и посредно окружује, одувек је привлачио пажњу истраживача различитих струка, посебно географа, историчара али и социолога и филозофа. Од најстаријих времена до наших дана, вишеструко су се променила схватања о условљености људског живота и усклађености истог са живом и неживом природом, тј. простором као стаништем и ареалом. Савременим, планетарним, развојем туризам је, на посебан начин проширено интересовање за неким врстама простора, који у прошлости нису били изучавани и валоризовани. То посебно важи за бројна острва топлих мора и океана, високе планине, субполарне пределе, просторе старог и рецентног вулканизма, пространих савана, споменичких комплекса старих цивилизација и сл.

Сазнање о простору, тј. животној средини у којој обитава људско друштво, једна је од најстаријих преокупација човека, која се мењала и унапређивала, упоредо са развојем технике, технологије, производних снага, људских потреба и свеукупних друштвених односа. Више векова научници, посебно филозофи, бавили су се проблемима савладавања природних сила и њиховим утицајима на материјални и духовни живот. „Са друштвено-историјским развојем све већу актуелност задобила су питања о довољности земаљских природних ресурса за обезбеђивање нагло увећаних потреба за енергијом и природним материјалима, а у вези са порастом становништва и научно-технолошким прогресом. Најзад се у последње време у средишту пажње нашао проблем између основних својстава природне средине под утицајем снажног нарастале производње. За релативно кратко време овај проблем је превазишао оквире заштите природе, тј. очувања појединих природних система (геосистема). У први план је стављен задатак заштите животне средине и делатност самог људског друштва, како у садашње време, тако и у интересу будућих поколења Овакав приступ, који се без оградe може сматрати опште усвојеним, наметнут је савременом човеку и будућим покољењима евидентним и нагло растућим диспропорцијама између карактера и брзине природно-географских и еколошких процеса (укључујући у њих и диференцијалне карактеристике природних система у смислу њихових могућности саморегулације) и процеса демографског, социјалног и економског развоја.” (Радовановић, 1977). Реч је и о све наглашенијем и на многим местима присутном нескладу између проширења и повећања материјалне производње низа добара и трајно потрошних природних добара, уз поремећаје природно-еколошке равнотеже од станишта и ареала до биоценоза и геосфере као целине.

Уз повећање броја светског становништва и све обимнију производњу, посебан значај имају све масовнија домаћа и међународна туристичка кретања, у којима на разне начине (иницијатива, рецептива) учествује стотине милиона људи на свим континентима. Туризам се у периоду после Другог светског рата развијао најпре по годишњој стопи од 11 %, да би се двадесетих година овог века усталио на 3 до 4 %.

Године 1970. У међународним туристичким кретањима, широм наше планете, учествовало је 166 милиона туриста. Десет година касније било их је 284 милиона. Године 1990. број страних туриста у свету достигао је 456 милиона, а десет година касније 661 милион. Током 2010. године у светском међународном туризму учествовало је 937 милиона људи. Иза тога, изузимајући две године пандемије корона вируса, број учесника у међународном туризму у свету премашује једну милијарду, са тенденцијом да 2025. године достигне 1,5 милијарди. Издаци светског становништва за туристичка путовања достижу 30 % вредности свих услуга, 15 % народног производа и 6 % светског трговинског извоза.

Препоруке Светске туристичке организације

У вези са савременим трендовима туризма су поруке Светске туристичке организације земљама чланицама, при чему је од посебног интереса Агенда 21 за туристичку привреду прокламована 1992. године. Реч је о свеобухватном програму активности које се тичу просторног и функционалног планирања туризма на основама одрживог развоја. Као широко прихваћен међународни договор, Агенда 21 има посебан значај за туризма који се у светским размерама (бројем туриста, оствареним приходима, инвестицијама у нове објекте, везама са комплементарним делатностима и распрострањењем на нашој планету) већ годинама уважава као најзначајнија привредна грана. Реч је о активностима које туристичка привреда мора предузети. Иако препоручене активности могу изгледати нереално, последице непредузимања одговарајућих акција могу, за кратко време, условити повећање економских штета туристичкој рецептиви. (Група аутора, 2000). На ово се надовезују ставови Општег етичког кодекса у туризму, који је Светска туристичка организација прокламовала 1999. године. Неке акције у ставови од интереса су за просторно и функционално планирање туризма и потребо их је познавати и у теорији и пракси примењивати. Реч је о доприносу туризма разумевању и поштовању међу народима, туризму као средству индивидуалног и колективног задовољства, туризму као фактору одрживог развоја и кориснику природе и културне баштине, њеног очувања и унапређења, слободи туристичких кретања, као и правима и обавезама запослених у туризму (Група аутора, 2001).

За наведени међународни туристички промет, и још масовнија домаћа туристичка кретања, потребан је одговарајући, и све већи простор, и то не било какав, већ изворан, добро очуван, сврсисходно заштићен, на прави начин валоризован и реално презентован све пробирљивијем туристичком тржишту (Станковић М. С., 2023). Овакво стање изазива потребу систематског приступа планирања туризма, што се практикује у многим туристички развијеним земљама, а у координацији са бројним националним и међународним организацијама, међу којима се посебно истиче Светска туристичка организација (OУWТO), чији је статут проглашен 27. септембра 1970. године, на седници у Мадриду. Године 1979. на седници Светске туристичке организације, одржане у Термолину, донета је одлука да се 27. септембар, сваке године, обележава као Дан светског туризма у земљама чланицама ове организације, којих има више од 180. Туризам валоризује бројне објекте, појаве и процесе у природи и друштву које нису интересантне за друге делатности. Уз то, за разлику од неких делатности, туризам није трајан потрошач простора. Тамо где је организован, димензиониран и планиран на прави, одрживи начин, доприноси материјалном богатству рецептиве и очувању животне средине. У теорији и пракси планирања и развоја туризма, полази се од чињенице да природне и

антропогене туристичке вредности нису роба у класичном економском смислу, те се на исте не могу примењивати класични економско-трговински принципи: понуда – потражња, роба – новац (Станковић М. С., 2022).

Светска туристичка организација земљама чланицама помаже у истраживању и развоју туризма, посебно препорукама које се тичу туристичке валоризације природних и антропогених вредности од интереса за савремени туризам (Станковић М. С., 2008). При просторном и функционалном планирању туризма могуће је користити препоруке Светске туристичке организације која је развила пет главних и 27 допунских елемената планирања и предложила више врста туристичког опремања простора и то обалског, планинског, националних паркова и резервата, археолошких локалитета, историјски значајних места и бања и то краткорочно (1 до 3 године), средњорочно (4 до 10 година) и дугорочно (11 до 25 година).

Научни и апликативни приступ планирања туризма

Истраживање простора и планирање различитих привредних и друштвених активности у њему, самим тим и туризма, сложен је еволутиван и дуготрајан процес, посебно са становишта његове валоризације, заштите и унапређења. Увек и свуда се мора полагати од чињенице да је простор, тј. животна средина, која се у знатној мери може идентификовати са појмом природна средина, наглашено еволутиван и динамичан систем састављен од великог броја елемената и под утицајем различитих фактора, укључујући ту човека и људско друштво. „У принципу се под животном средином може подразумевати ма која средина у којој је човек компатибилан као биолошка индивидуа и друштвено биће. У стварности, међутим, животна средина човека је ограничени простор на површини и при површинским деловима наше планете, те се може сматрати као појам потпуно аналоган појму географске средине, будући да и у просторном и структурном погледу то она фактички и јесте. Стога човекова животна средина представља, пре свега, уникални облик организације материје, посебно природно тело, које нема аналога у Сунчевом систему. Састоји се из више међусобно прожетих сфера које изграђују сложено дијалектичко јединство.” (Радовановић, 1977). Животна средина се одликује асиметричношћу, нехомогеношћу, антисихроношћу, нестационарношћу, зоналношћу и азоналношћу. Наведене елементе треба уважавати код бројних човекових и људских активности у простору, самим тим и у туризму, који се испољава као активност која је захватила готово читаву нашу планету. Став о томе потврђује чињеница да земље, чини се без обзира на општи степен привредне развијености, од екватора до стожерника, са океана, мора, острва и копна, настоје да развију туризам, користећи расположиве природне и антропогене потенцијале.

У напред изложеним условима, планирање туризма различитих просторних о-бухвата, захтева студиозан приступ и добро познавање природних процеса, зоналних у азоналних елемената, повремених и трајних процеса, веза, условљености, директних и повратних спрега елемената простора (вода, ваздух, земљиште, живи свет, човек, друштво, прошлост, савременост, традиција, локалне специфичности). Познато је да постоје проверене универзалне методе проучавања и планирања простора, али се не могу (и не треба) увек и свуда буквално примењивати. Сваки простор је спецификум за себе и захтева примену сврсисходних метода истраживања и пласмана постигнутих резултата. Ово је посебно значајно за савремени туризам, јер на туристичком тржишту локално и регионално, ендемично, екземпларно, ретко,

неповољно, неумноживо и непреносиво, има већу цену од универзалног и на много места присутног и виђеног. „Најзад, сваки истраживачки подухват усмерен ка животној средини, било са ужег, секторског, или ширег интегралног аспекта, мора бити саображен нашој друштвеној стварности... Такав услов неминовно захтева критичко усвајање свих увезених теорија и схватања, сагледавање њихове научне и идеолошке суштине и могућности конкретне примене на наше услове. Иако није спорно да у просторном планирању и просторном уређењу животне средине постоје универзални научни и рационални постулати чије је исходиште у фундаменталним законима материјалног света уопште, чињеница је да на другој страни свака конкретна концепција просторне организације представља израз сопствених историјских услова, дате друштвене стварности, њених захтева и циљева (Радовновић, 1977). Такво схватање присутно је и у науци о оквирима живота, које је готово пре сто година презентовао оснивач наше екологије, биолог и академик Саниша Станковић (Зајечар, 1892 - Београд, 1974), чија се дела и данас прештампавају.

Савремени туризам и оквир живота

Мало је делова Земље без живог света. Биотопи или животна станишта су сложени системи међусобних односа живих бића и окружења. Фитоценозе и зооценозе почивају на током дугог времена успостављаним међусобним односима, динамичне су и зависне од историјских, климатских, топографских, биотских и других фактора, које при просторном планирању туризма треба уважавати. Животно станиште или биотоп и животна заједница (биоценоза) граде екосистем, биогеоценозу или ландшафт, као целину вишег природног реда, тј. врховну синтезу у екологији. „Наместо формалног и апстрактног појма простора, модерна географија ставља данас појам предела (ландшафта немачких географа), природних географских јединица са одређеним карактером, који спаја све дате географске елементе у најширем смислу речи, у јединствену целину. Ове географске јединице су конкретне стварности, не произвољни делови земљине површине; један предео је географска синтеза, не збир него комплекс повезаних географских елемената који стоје у међусобним односима, повезују се узајамним дејствима” (Станковић, Сн., 1977). Такав однос и такав приступ при планирању туризма мора се уважавати у свој својој истинитости и оправданости.

Основно полазиште оквира живота су животни фактори, који су променљиви, бројни, разноврсни и често одлучујући за развој туризма на одређеном простору. Тичу се свеукупности географског положаја, степена континенталности и маритимности, надморске висине, експозиције, нагиба терена, геолошке грађе, особености педолошког покривача, физичких, хемијских и бактериолошких особина хидрографских објеката, као и позитивног и негативног деловања човека и људског друштва у простору. Од посебног значаја су амплитуде колебања спољашњих, природних, фактора на жива бића, означене термином еколошка валенца (Станковић Сн., 1977). Еколошка валенца се мора посебно уважавати код планирања туризма, посебно у поступку туристичке валоризације хидрографских и биогеографских туристичких вредности, које су део основе развоја туризма са јасним утицајем на остале елементе природне средине и човека у њој.

Човек и људско друштво нису пасивни у односу на природу из које узимају све оно што им је потребно за живот. Човек и друштво су један од најзначајнијих географских фактора, јер активно делују на своје окружење. Начин и обим деловања,

мењали су се током историје и обогаћивали и умножавали са развојем научне мисли, технологије и технике, али постоје од како постоје људи и људске заједнице. Овде је реч о повратној спрези. Промењена природа, изазива промене у начину живота, рада и привређивања човека и друштвених заједница. Оквир живота на тај начин постаје сложенији, јер се односи у њему узајамни, променљиви, директни, индиректни, комплементарни, колизиони, акциони, интеракциони и увек динамични. На низ појава и процеса из овог домена све више, и све чешће, се мора посматрати са међународног, континенталног, међуконтиненталног и светског аспекта, јер су пространи делови мора, океана, атмосфере, власништво читавог човечанства. Уз то, поремећаји еколошких условљености изазване на једном месту, манифестују се штетним последицама у ширем окружењу. Наравно, за проширење граница екумене, за привођење пустињских пространа култури, за освајање нових технологија, коришћење раније непознатих сировина, и низ других подухвата, потребне су удружене снаге човечанства, при чему, када су у питању туризам, и још неке делатности, локално мора имати примат над регионалним и светским (Станковић М. С., 1990).

Планирање сагласно потенцијалима простора и времена

Просторно и функционално планирање туризма може се дефинисати као планска, научно основана, континуирана и у пракси проверљива активност друштва којом се тежи сврсисходном и оптималном усмеравању просторног размештаја одговарајућих структура у којима, и помоћу којих, се на најбољи могући начин одвија туристички промет на одређеном простору. Опрема и њен размештај (инфраструктура, супраструктура, смештајни и угоститељски капацитети), бирају се зависно од туристичких вредности третираног простора (планина, језеро, град, општина, округ, држава), врсте туризма и могућности друштвене заједнице да инвестира у планиране објекте, садашњих и потенцијалних корисника, домаћих и страних туриста.

Све наведено мора бити потчињено остваривању реалних добити пословања туристичко-угоститељске привреде на планом третираном простору. За постизање тога, чини се, планери морају поћи од инвентаризације постојећих вредности у простору које имају један или више атрибута туристичке привлачности, односно, омогућују једну или више врста туризма. Од интереса је права процена (валоризација) природних и антропогених туристичких вредности у односу на садашњу и перспективну, домаћу и инострану туристичку потражњу. У просторном и функционалном планирању туризма битно је разграничење туристичких места и регија од простора другачијег изгледа, функција и намене. Посебна пажња се обраћа на размештај инфраструктурне и супраструктурне опреме, као и смештајних и угоститељских, здравствено-рекреативних, спортских и конгресних капацитета. Избор најбољих локација за одређене објекте и намене, чини се приоритетним и веома значајним, јер доприноси продужењу туристичког боравка, садржајном богатству истог и остваривању одговарајућих економских ефеката.

Конкурентност и комплементарност са окружењем морају се уважавати у пуном смислу, јер једна категорија доприноси унапређењу туризма, док га друга спречава и неутралише (Станковић М. С., 2008). У процесу просторног и функционалног планирања туризма, у значајне задатке, које анализом, синтезом, моделом, тј. провереним научним и апликативним методама, треба решавати на прави начин, поред осталих, убрајамо: Дефинисање жељених циљева за одговарајуће временске перио-

де; Одређивање прихватљивих алтернативних начина за решавање постављених задатака и постизање правих циљева; Детаљну инвентаризацију природних и антропогених вредности са одговарајућим атрибутима привлачности за одређене врсте туризма; Што је могуће јасније просторно дефинисање туристичких места, центара, зона, праваца и регија које су захваћене планирањем; Одређивање приоритета уређења и опремања према укупним и специфичним туристичким вредностима у планирањем захваћеном простору; Зонирање простора у циљу заштите реткости и потребе одговарајуће заштите како за туриста, тако и од туриста; Идентификовање могућих туристички атрактивних, посебно, непоновљивих и непреносивих, вредности, ендемита и реликта, ретких врста, археолошких налазишта и специфичних споменика; Дефинисање помоћних и допунских делатности на планом захваћеном простору, уз наглашавање комплементарности и могуће колизије и конкурентности; Законско регулисање односа инвеститора, планера, градитеља и корисника; Унапређења елемената туристичке понуде за домаће и инострано тржиште, Образовање и запошљавање радне снаге и сл.

Од посебне важности су анализа и увид у тренутне и будуће туристичке токове, увид у рентабилност пословања туристичко-угоститељских објеката, функционално повезивање туристичке рецептиве са туристичком иницијативом, тј. туристичких места и регија са местима сталног боравка људи која су исходишта туриста, односно, дисперзивне зоне матичних места према контрактивној зони туристичких места; Добро осмишљена и лако примењива туристичка политика на различитим нивоима одлучивања, као и свеукупни ефекти туризма на планом захваћеном простору. У вези са тим може се констатовати да је просторно планирање туризма, као саставни део општег и посебног планирања, сложен континуиран истраживачки и апликативан посао чији је циљ такво уређење, опремање и организација простора који на туристичком тржишту може остваривати позитивне социјалне, друштвене и економске ефекте по основи валоризације природних и антропогених потенцијала. „Међутим, није ни свако просторно планирање ни било какав просторни план магични штапић којим се могу решити сви проблеми. У пракси су, нажалост, бројни и примери лошег планирања појединих туристичких центара, зона и регија. То значи да спонтаном развоју није алтернатива планирање по сваку цену, већ само квалитетно планирање” (Чомић, 1988). Посебан проблем, у неким нашим туристичким центрима (Златибор, Копаоник, Дивчибаре, Тара, Врњачка Бања), представља прекомерна изградња, времену, простору и локалној средини, непримерених и предимензионираних туристичко-угоститељских капацитета, посебно вишеспратних хотела, апартмана, ресторана и викенд кућа, утолико пре што су исти током године попуњени 20% до 40% уз неадекватно решен проблем водоснабдевања и одвода отпадних вода.

Задаци просторног планирања туризма

Као изразито просторна појава, туризам је једна од све значајнијих његових функција и због тога је част садржај у просторним и урбанистичким плановима различите територијалне обухватности. Реч је о општим и посебним просторним плановима који се раде за планине, националне паркове, природне резервате, бањска и климатска места, мора и приморја, острва, језера и пријезерја, зоне транзита путника, научички туризам, споменичке комплексе и сл. Просторно и функционално планирање се мора усаглашавати са постојећим провереним стандардима и раније постигнутим позитив-

ним ефектима. При просторном планирању туризма користе се методе израде планова, геодетске и картографске подloge, документација, статистика, урбанистички, планерски и туристички нормативи, као и одговарајући модели. Планирање развоја туризма временски се усаглашава са постојећим стандардима општег просторног планирања одговарајућих географских целина и административних јединица. Величина територије, као просторни захват за потребе туризма, дефинише се као локална, регионална и национална. Наравно, познати су и примери просторног планирања туризма на међурегионалним, међународним и међудржавним нивоима. Уз све то, просторно и функционално планирање туризма, увек и свуда, треба да буде по мери човека и друштва, усклађено са односима, догађајима и објектима, основним тежњама друштвене заједнице, стањем животне средине, усклађено са комплментарним делатностима, привредом која је у служби човека, са више децентрализације него централизације државне политике и сл. (Крипендорф, 1986).

Просторно планирање развоја туризма на одређеној територији мора, поред осталих, да обухвати и реши, три посебна задатка. Реч је о прецизно одређеној територији, наменском опремању простора и сврсисходном уређењу истог. Значајно је да туристичко-географски простори различитог ранга, потенцијала и значаја, планирањем и развојем туризма, добијају специфичну структуру, физиономију и функције. То значи да се морају наглашавати целовитост, еволутивност, системска организованост, хијерархија и свеукупни односи, појаве и процеси са непосредним окружењем, односно, туризму комплементарних делатности, а све то на нивоу савремених схватања одрживог развоја, који можемо термилошки поистоветити са домаћинским, координираним, осмишљеним, научно утемељеним и апликативно изводљивим радовима без нарушавања основних еколошких законитости. Уз то, на прави начин се морају поштовати ставови постојећег законодавства, начела концепције активне заштите животне средине, постојећи постулати о води, као и начин управљања простором (Станковић, 2008).

У најважније истраживачке и апликативне акције и радове, на напред наведену проблематику, могу се сврстати следеће: Анализа екосистема станишта и ареала живог света и утврђивање директних и индиректних веза и односа са постојећим антропогеним објектима, посебно значајним за туризам; Анализа туристичке тражње на домаћем и иностраном тржишту, и то не само по обиму и времену, већ и по социјалним, статусним, економским и културним особеностима туриста; Реално основана и на дужи рок осмишљена сарадња са институцијама из домена заштите животне средине, тј. природе и споменичког наслеђа у њој., односно, са онима из домена саобраћаја, шумарства, водопривреде, метеоролошке службе, законодавства, спорта, културе и сл.; Утврђивање циљева дугорочне ревитализације, реконструкције и заштите природе и споменичког наслеђа, уз дефинисање приоритета, зона и оперативних поступака; Дефинисање капацитета туристичког простора у смислу максималне оптерећености у различито време током године, како не би долазило до сатурације и деградације; Дефинисање правих пропорција између масовног и елитног туризма, односно, летњег и зимског туризма, рекреативног и здравственог, домаћег и иностраног, комерцијалног и дотираног, стационарног и викенд туризма и сл.; Реално осмишљавање и одговарајућа изградња туристичко-угоститељских и инфраструктурних капацитета, према постојећој и могућој туристичкој потражњи; Осмишљавање садржаја туристичког боравка у циљу продужења туристичке сезоне и постизања бољих економских ефеката; Максимизирање позитивних и минимизирање негативних социјалних,

економских и просторних ефеката туризма у одговарајућем простору, тј. планом захваћеном туристичком месту или туристичкој регији (Станковић, 2002).

Савремено просторно и функционално планирање туризма, више него планирање неких других активности у простору, мора бити у потпуности сагласно са акцијама и научно оправданим ставовима о активној заштити животне средине, тј. са идејама одрживог развоја, који је прихваћен у готово целом свету. Планирање, заштита, одржавање, ревитализација и унапређење животне средине, као туристичке вредности и базе његовог развоја, основа је онога на чему почива рад туристичке рецептиве. Управљање простором, посебно туристички вредним простором, основа је одржавања истог на нивоу изворности или добре заштићености, као основе за валоризацију. Деградација животне средине у неким местима, регијама и земљама изазива пад њеног квалитета и вредности на туристичком тржишту и представља ограничавајући фактор валоризације, просторног и функционалног планирања и уређења. Простора високе еколошке вредност, тј. праве изворности и могуће најбоље заштите, на многим местима је све мање, што отежава планирање, валоризацију и постизање правих економских и друштвених ефеката. Чињеница је да законом заштићени простори, који у најбољем случају чине 5 до 10 % државне територије (у Републици Србији 8%) нису довољни за свеукупне и брзо растуће потребе туризма. Туристички квалитетног простора нема довољно и он се не сме третирати као свачији и ничији, само за једну делатност и само за данас (Павић, 1987).

Проблеми се морају постављати, изучавати, и на терену практично решавати, за плановима дефинисане временске периоде. Полази се од анализе станишта, ареала и екосистема живог света и односа истих са неживом природом, односно, антропогеним творевинама, које су од значаја за туризам. Истражују се обим и структура туристичке тражње на домаћем и иностраном туристичком тржишту које је веома променљиво у времену и простору и често под јаким утицајем туристичке пропаганде, али и помодарства. Добре резултате може дати конструктивна сарадња са институцијама из домена урбанизма, архитектуре, заштите природе и споменика, шумарства, водопривреде, балнео-климатологије, гастрономије, здравства, спорта и сл. На више места је преко потребно издвајање зона различитог степена туристичке вредности, али и сврсисходне заштите, ради очувања и унапређења екосистема. Одређивање физичког капацитета простора за одговарајуће врсте туризма у сезони и ван сезоне, ради спречавања сатурације, која је већ више година актуелна у неким туристичким местима и регијама. Најбоље резултате даје изградња туристичко-угоститељских објеката прилагођених локалној средини, материјалима и традицији, што доприноси фаворизовању географског порекла, које је често неумноживо и непреносиво и због тога има одговарајућу туристичку привлачност и вредност. Чини се да је изванредно важно развијање свести и унапређење радних способности особља запослених на различитим пословима у туризму.

© 2024 Serbian Geographical Society, Belgrade, Serbia.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Serbia.

Литература (погледати у енглеској верзији текста)