

АЛЕКСАНДРА С. ДРАГИН
МИЛКА БУБАЛО ЖИВКОВИЋ
БРАНИСЛАВ С. БУРЂЕВ¹

ДОЖИВЉАЈ СРБИЈЕ: ТУРИСТИ МЕЂУНАРОДНИХ КРСТАРЕЊА КОРИДОРОМ 7

Извод: Предмет рада су међународна туристичка крстарења Коридором 7 и туристичка понуда Србије. Циљ рада је утврдити како инострани туристи доживљавају нашу земљу током пропутавања кроз њу крстарењем Коридором 7. Истраживање се базирало на спровођењу интервјуа са иностраним туристима који су се искрцавали са крузера у Србији. Разговори, уз структурирани упитник, обављали су се од марта до новембра 2007. године, са следећим задацима: утврдити структуру испитаника према земљи порекла, полну и старосну структуру, као и структуру према социјално-економским показатељима; какви су мотиви поласка на крстарење Коридором 7; каква им је перцепција вредности добијених туристичких производа и услуга током крстарења Коридором 7 и боравка у Србији (шта им се највише свидело у Србији; да ли са нечим нису били задовољни у погледу туристичке понуде Србије; колико је њихова посета Србији допунила, односно, утицала на личну представу о тој земљи – какву представу су имали пре, а какву после посете Србији?). Значај рада се пре свега заснива на обогаћивање знања о адекватности туристичке понуде Србије у сегменту туризма који је предмет рада.

Кључне речи: туризам, крстарење, Коридор 7, Србија, демографија, маркетинг истраживање, анкета, транзиција.

Abstract: This paper deals with cruises along Corridor 7 and the tourist offer of Serbia. The purpose of the paper has been to establish how international tourists see our country during their travels across Serbia on cruises along Corridor 7. The research has been based on the interviews with international tourists who participated in land tours while cruising through Serbia. The interviews, together with the structured questionnaire, were conducted from March to November 2007 with the objectives to establish the following: the structure of the respondents according to the country of origin, gender and age structure, as well as the social and economic structure; what their motives are for cruising along Corridor 7; what is their perception of the value obtained through the tourist product and services during the Corridor 7 cruises and during their stay in Serbia (what they liked best in Serbia; if they were dissatisfied with anything in terms of the tourist offer of Serbia; to what extent their visit complemented or influenced their personal impressions of this country – what their impressions were before and after the visit). The importance of this paper, above all, is in broadening our knowledge about the adequacy of the tourist offer in Serbia in the tourism segment which is the subject of study of the paper.

Key words: tourism, cruise, Corridor 7, Serbia, demography, marketing, research, questionnaire, transition

¹ Др Александра С. Драгин, доцент, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, Нови Сад, saska5geo@yahoo.com

Др Милка Бубало Живковић, доцент, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, Нови Сад

Др Бранислав С. Бурђев, редовни професор, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, Нови Сад

Рад представља резултате истраживања пројекта 146017 које финансира Министарство науке и технолошког развоја Републике Србије.

Увод

Према “Националној стратегији привредног развоја Србије за период 2006-2012. године”, основни циљеви и стратешки правци развоја на путу ка модерном друштву, развијеној економији и већем квалитету живота свих грађана су, између осталог, подизање укупне конкурентске способности српске привреде, повећање и реструктурирање извоза и равномернији регионални развој (Извршно веће АПВ, 2006). Туризам је свакако један од инструмената за остварење поменутих циљева (Ivkov, Kovačević, Dragin, Djurdjev, Ivanović, 2007; Dragin, Dragin, Plavša, Ivkov, Djurdjev, 2007). За тренутну фазу транзиционих циклуса Србије, што се тиче сектора туризма, карактеристичне су следеће перформансе: релативно мали обим и структура гостију, недовољна искоришћеност капацитета, неизграђена туристичка марка итд. Развојни приоритет туризма треба да буде усмерен на повећање обима туристичког промета и то кроз већу понуду квалитативних и квантитативних варијабли – бољи развој различитих видова туризма путем селективне афирмације природних, антропогених и културних садржаја (Јовичић, 2008; Штетић, Шимичевић, 2008; Стојановић, Стаменковић, 2008; Ивков-Цигурски, Ковачевић, Закић, 2008; Ђурђевић, Кошић, Драгин, 2007).

Потреба за истраживање проблематике адекватности туристичке понуде Србије темељи се и на чињеници да иако је према Стратегији развоја туризма Србије (Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије, Horwath Consulting Загреб и Економски факултет Београд, 2005) наутика један од туристичких производа који су од интереса за Србију, кључни фактори успеха и оцена постојећег стања упућују да је конкурентност Србије у сфери наутике на изузетно ниском нивоу (просечна оцена 1,6). Велики потенцијал за наутички туризам пружа ток Дунава, који преко Будимпеште и Беча повезује Србију са речним токовима високоразвијених земаља Европе.

Наутички туризам заснован на међународним крстарењима (крузевима) Коридором 7² карактерише комплексност, односно вишеслојност, што проистиче из чињенице да су предмет тражње, односно интересовања туриста већи број земаља Централне и Југоисточне Европе. Свака од њих претпоставља специфичне услове понуде и организације и одређену стратегију развоја наутичког туризма. Због тога су предмет рада управо крузеви Коридором 7 на простору Србије, а задаци су садржани у следећем:

1. Ко су туристи који крстаре Коридором 7 (које су просечне старости, одакле су и др.)?
2. Каког су туристичког искуства – у погледу крузева?
3. Да ли су већ посетили Србију?
4. Који мотиви су их покренули да учествују у крузевима Коридором 7 који итинерером обухвата Србију?
5. Да ли би нешто променули у свом круз-аранжману?
6. Да ли би поново посетили Србију?
7. Шта им се највише допада у Србији?
8. Да ли имају замерки у туристичкој понуди Србије?
9. Да ли њихова посета Србији мења имиџ који су пре поласка на крстарење имали о тој држави и на који начин?

² Коридор 7 (Пан-европски транспортни Коридор 7) је дефинисан у оквиру Уједињених нација (UN/ECE) Европским споразумом о главним унутрашњим воденим путевима од међународног значаја (*European Agreement on Main Inland Waterways of International Importance - AGN*). Коридор 7 је у основи река Дунав са системом природних и вештачких водених путева: пловни пут Дунава (Е 80), канал Црно море – Дунав (између Черноведе и Констанце) (Е 80-14), рукавци Килија (Е 80-09) и Сулина, Тиса у Србији и Мађарској, Вах у Словачкој, канал Дунав – Сава (Е 80-10), канал Дунав – Одра – Лаба (у Аустрији, Чешкој, Немачкој и Пољској) и релевантна лучка инфраструктура (www.tinavienna.at/service/upload/MoU.pdf).

Узорковање и методе истраживања

Истраживана област је Пан-европски Коридор 7, док тежишна истраживана област рада обухвата магистралу крузева у нашој земљи – део тока Дунава који протиче кроз Србију, односно деоницу од Бездана (1.425 речних километара, на граници са Хрватском) до ушће Тимока у Дунав (846 речних километара, на граници са Румунијом и Бугарском). Једини пунктови са пристаништима у Србији за међународна туристичка крстарења су Нови Сад и Београд (Драгин, Ђурђевић, Арменски, 2008).

Туристичка сезона крузева Коридором 7 је у периоду март-новембар (Dragin, Ivkov, Maletin, 2004). У понуди су различити туристички аранжмани бројних туроператора, у трајању од десетак дана до четири недеље.

Нпр. туристички програм “Источном Европом до Црног мора” (компанија “Grand Circle Travel”) подразумева крстарење Коридором 7 кроз пет држава: Мађарска, Хрватска, Србија, Бугарска и Румунија. Овај програм траје 13 дана, од којих су туристи чак три дана у Србији (атракције Нови Сад, Београд и “Гвоздена капија”) (Grand Circle Travel, 2004).

По истом принципу је формиран и туристички програм “Источна Европа и Црно море” (“Vantage Delux World Travel”) у трајању од 13 дана, од којих су туристи такође три дана у Србији (атракције Нови Сад, Београд и “Гвоздена капија”).

Туристички аранжман “Велико крстарење рекама Европе” (“Vantage Delux World Travel”) обухвата крстарење Рајном, Мајном и Дунавом, односно путовање кроз осам земаља: Низоземска, Немачка, Аустрија, Мађарска, Хрватска, Србија, Румунија и Бугарска. Траје 27 дана, од којих су туристи четири дана у Румунији, два дана у Бугарској, три дана у Србији (Нови Сад, Београд и “Гвоздена капија”), један дан у Хрватској, два дана у Мађарској, два дана у Аустрији, девет дана у Немачкој и један дан у Низоземској (Vantage, 2005).

И остале круз-компаније претендују да Србију представе туристима кроз програм у трајању од три дана, што говори да је препознатљивост атрактивности наше земље знатна и прилично уједначена међу круз-компанијама (Драгин, 2008).

Места истраживања су Пристан “Нови Сад II”, Лука “Нови Сад”, Лука “Београд” и туристички бродови (туроператори) - “River Aria” (Grand Circle Travel Cruise Line, Worldwide RC Ruises), “Heinrich Heine” (Viking River Cruise), “Ms Johann Strauß” (Austrian River Cruises), “Maxima” (Phoenix Reisen GmbH Bonn), “Ms Victor Hugo” (L'Europe en Croisières), “River Adagio” (Grand Circle Travel Cruise Line, Worldwide RC Ruises), “Beethoven” (L'Europe en Croisières), “River Navigator” (Deluxe World Travel Vantage), “Odyssey” (Deluxe World Travel Vantage), “Erasmus” (B.V. Scheepvaart MIJ.), “Ms Artistry” (Avalon Waterways), “Amadeus” (Lüftner Reisin Austria) и др.

Спроведена су истраживања путем директног контакта са путницима крузева који су пристали у Србији, у Новом Саду, у периоду март-новембар 2007. године. Интервјуи, уз попуњавање специјализованих структурисаних упитника, извршена су код узорка који је обухватио 21 туристу³.

Резултати истраживања

Истраживањем су прикупљене следеће информације: основни подаци испитаника, досадашња туристичка искуства у погледу међународних туристичких крстарења и подаци који се односе на туристичко крстарење на којем су тренутно (Коридор 7).

³ Са различитих бродова, различитих круз-компанија, туристи различитих емитивних подручја

I Анализа структуре испитаника

Анализом основних показатеља приказана је структура испитаника према емитивном подручју, полна и старосна структура, као и структура према економским показатељима (занимање и просечна месечна плата/пензија). Испитано је 13 жена и 8 мушкараца.

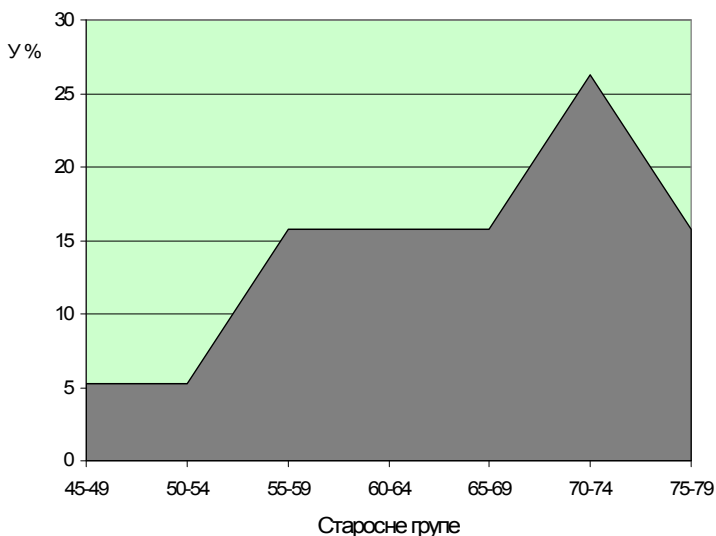
Међу њима нема млађих од 46 година (графикон 1), што је у корелацији са старосном структуром туриста укупног промета у 2007. години Коридором 7, који бељежи свега 2,4 % у старосној доби 0-46 година (Драгин, 2008). Од 21 интервјуисаног туристе, две особе (женске) се нису изјасниле за узраст (табела 1).

Табела 1. Старосна и полна структура испитаника у %.

Старосне групе	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79
Мушкарци	-	-	12,5	12,5	12,5	37,5	25,0
Жене	9,1	9,1	18,2	18,2	18,2	18,2	9,1

Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник

Просечна старост испитаника је 66,2 године, при чему су жене млађе (просек 63,0 година) од мушкараца (75,5 година)⁴.

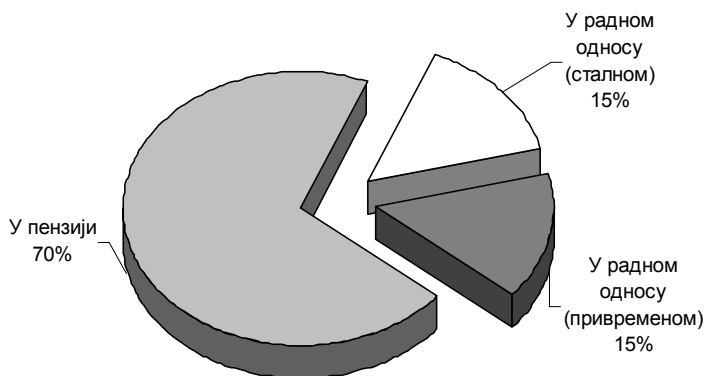


Графикон 1. Старосна структура испитаника у %

Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник

Чак 42,9 % испитаника је из САД-а, 33,3 % из Европе (Уједињено Краљевство, Аустрија, Швајцарска, Немачка, Низоземска), а 23,8 % је из Аустралије (Нови Зеланд – 60,0 %, Аустралија – 40,0 %).

⁴ Просек свих туриста међународних туристичких крстарења Коридором 7 је 69,4 година (узорак од 8.225 туриста), при чему су жене такође млађе од мушкараца.



Графикон 2. Структура према запослености испитаника (у %).
Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник

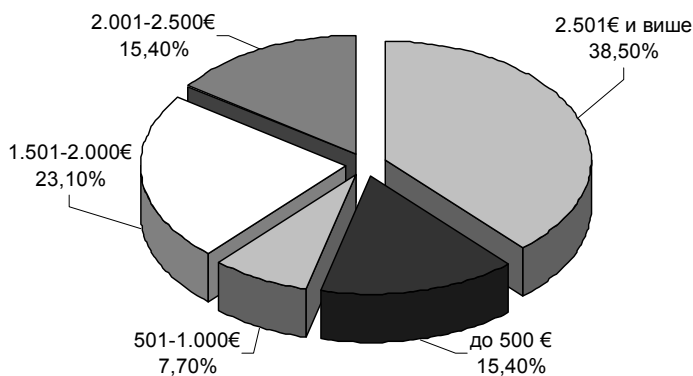
У структури запослених највише њих је у пензији, што је разумљиво с обзиром на старост (графикон 2). Најзаступљенији су менаџери и службеници (табела 2).

Табела 2. Структура запослених према занимању и полу (у бројевима).

Занимање	Радник	Службеник	Менаџер	Остало	Неизјашњени
Мушкарци	1	1	3	1	2
Жене	-	4	2	4	3
Укупно	1	5	5	5	5

Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник

У категорији остало (табела 2) су: професор (1 мушкарац, 1 жена), асистент (1 жена), социјални радник (1 жена), медицинска сестра (1 жена).



Графикон 3. Структура изјашњених испитаника према висини месечних примања (плата/пензија) у %

Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник

О висини месечних примања изјаснило се 61,9 % (графикон 3). У групу са највишим месечним примањима (било да су у сталном радном односу, привременом радном односу или у пензији) спадају професори и менаџери. У следећој категорији (2.001-2.500 €) су службеници (нпр. у банци). Са месечним примањима у распону 1.501-2.000 € су такође службеници и нпр. медицинска сестра. За категорију 1.001-1.500 € нико се није изјаснио. За месечна примања у висини 501-1.000 € такође одго-

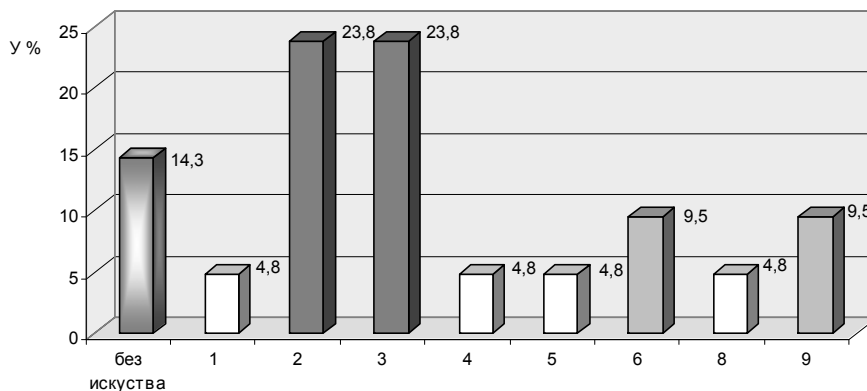
вара позиција службеника, а у последњој категорији (до 501 €) су службеници и радници (сви у пензији).

Може се закључити да и туристи слабије платежне могућности могу да учествују у међународним туристичким крстарењима Коридором 7, чији туристички аранжмани захтевају одвајање веће суме материјалних средстава⁵. Разлог је добра социјална и здравствена политика држава из којих долазе такви туристи (Нови Зеланд, Немачка итд). Тако нпр. пензионисана лица захваљујући одговарајућем здравственом осигурању имају одређене бенефиције код уплате туристичких аранжмана крстарења.

II Мотивација туриста

Чак 85,7 % испитаних туриста је кренуло на крстарење Коридором 7 са пређашњим искуством са крстарења (графикон 4). Овај податак говори о лојалности ка таквом виду туристичких кретања и изграђеном стандарду какав очекују од сваког наредног крстарења.

Претходна искуства о крстарењима везана су за различите континенте и типове акваторија (табела 3). До сада су кроз крстарења испитаници посетили Русију, Португалију, Француску, Немачку, Аљаску, Панаму, Мексико, Хаваје, Карибе, Антарктик и др, односно, крстарили су Дунавом, Рајном, Роном, Саоном, Сеном, Шелдом, Волгом, Дуром, Балтичким морем, Карипским морем, Средоземним морем, Панамским каналом, Атлантиком, Пацификом.



Графикон 4. Структура испитаника у % о прошлим искуствима у вези крстарења⁶

Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник

Чак 61,9 % њих је до сада путовало преко истог тур-оператора, што говори о квалитету пружања услуга и оданости туриста⁷.

Важно је истаћи да је 90,5 % испитаника први пут у Србији, тако да ће за сада једино лично искуство на основу ког ће изградити одређен имиџ о нашој земљи бити ово крстарење Коридором 7. Преосталих 9,5% су већ били у Београду и/или Новом Саду.

⁵ Према њиховим одговорима платили су аранжман у распону 3.000-10.480 УСД.

⁶ Број крстарења на којима су били, не укључујући Коридором 7 где су тренутно.

⁷ Према истраживањима "Grand Circle Corporation", 96% њихових клијената би поново путовала са њима (www.gct.com/gcc/dfiles/file_35.pdf).

Табела 3. Структура пређашњих крстарења испитаника.

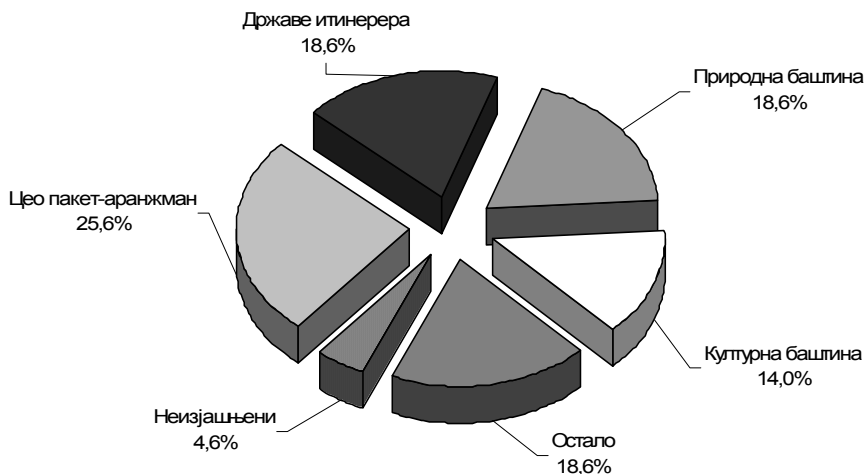
Континент	у %	Акваторија	у %
Европа	53,4	река	48,5
Северна Америка	10,0	канал	6,1
Централна Америка	23,3	море	12,1
Јужна Америка	13,3	океан	33,3

Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник

По одговорима на питање шта ће видети у Србији (шта ће обићи у Новом Саду/Београду), дошло се до закључка да су туристи прилично слабо информисани (као и за садржај понуда осталих држава итинерера). Одговора или није било (чак 47,6 %) или је био оскудан: градска тура, тврђава, цркве, “Serbian Show”. Око 14,3 % је рекло да не зна шта ће видети у Србији, пошто је први пут ту.

Ипак, према бројним истраживањима, луке, односно копнене дестинације итинерера крстарења кључне су код одлучивања о путовању (одабира туристичког аранжмана) потенцијалних потрошача. У том случају, транспорт само асистира промоцији дестинација (Wood, 2000; преузето од Duval, 2007), што је потврђено и нашим истраживањима (графикон 5).

На питање испитаницима шта их је привукло да крену баш на ово крстарење (према понуђеном итинерету), одговори су били различити, међутим нико није навео облик туристичког кретања (крстарење) и средство кретања (брод) као мотив.



Графикон 5. Структура туриста према мотивима поласка на крстарење Коридором 7

Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник

Што се тиче мотива путовања, односно због чега су се испитаници определили да крену на крстарење Коридором 7 (пored сугерисања пријатеља, рођака и др.) под категоријом остало (графикон 5) дати су следећи одговори: Дунав, обилазак салаша, традиционални ручак у домовима локалног становништва, крајолик Балкана, нешто ново (ново искуство), стицање нових знања (образовање), дегустација вина.

Многи су дали по неколико одговора (мотивисани су вишеструко за ово путовање и хедонистички су настројени).

III Анализа оцене потрошача о добијеном туристичком производу и услугама током крстарења Коридором 7 и боравка у Србији

Даље је неопходно установити оцену потрошача о “куповини” и “конзумирању” добијеног туристичког продукта, односно каква им је перцепција вредности добијених туристичких производа и услуга током крстарења Коридором 7 и боравка у Србији (шта им се највише свидело у Србији).

На питање да ли би другима препоручили овај пакет-аранжман, 85,7 % је дало позитиван одговор. Негативних одговора није било, јер се остатак није изјаснио. Конкретни разлози зашто би препоручили тај пакет-аранжман били су бројни: мноштво тога за видети, веома задовољавајуће, одлична услуга, ново искуство, добро путовање, уживање и др.

Изнети одговори упућују на вредновање квалитета добијених услуга, односно говоре о критеријумима путем којих ови туристи сагледавају личну сатисфакцију од конкретног путовања.

Затим су упитани да ли би нешто променили у свом аранжману. Њих 19,1 % се изјаснило да не би. При објашњењу шта би мењали/додали дати су бројни одговори (33,3 % испитаника):

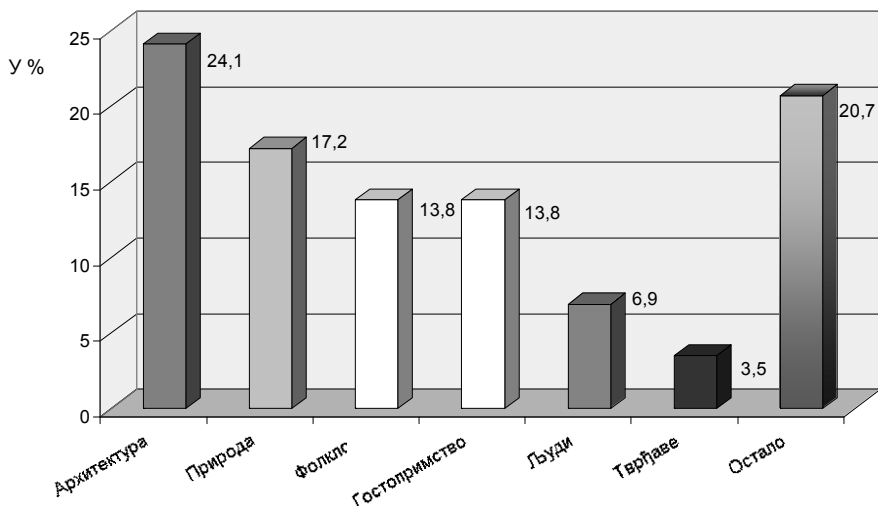
- потребно је више доступних информација на почетку путовања о просторима који ће се обилазити (пре сваког искрцавања са брода) – 19,0 % испитаника,
- више података о историји, археологији, природи,
- више активности на копну,
- унети више обилазака заснованих на упознавању руралних простора, салаша;
- недостаје више сусрета са локалним заједницама,
- повећати број искрцавања и дуже задржавање на копну.

Остали се на ово питање нису изјаснили (47,6 %).

Да не би поново посетили Србију рекло је 14,3 %. Разлог је удаљеност тог рецитивног подручја од њиховог дома (сви испитаници са таквим одговором су са Новог Зеланда или из Аустралије), а један испитаник је као разлог навео и то да не понавља путовања (не посећује исту дестинацију два пута). Поменути одговори не одражавају негативан став ка вредновању добијених услуга, односно о имиџу Србије који су стекли. Већ 57,1 % је одговорило да би поново посетили Србију, а 14,3 % њих је рекло можда, односно, није дало никакав одговор.

Испитаници који су се изјаснили да би поново посетили Србију су као разлог дали следеће одговоре: допадају ми се локалитети, жели да упозна Србију детаљније, жели да следећи пут дође у Србију како би обишао православне манастире, руралне просторе и др.

На питање шта им се највише свидело у Србији, доминантни су били следећи одговори: архитектура, затим природа, фолклор и гостопримство (графикон 6). Занимљиво је да се нико није, међу понуђеним одговорима, определио за гастрономију или сувенире, што говори о недовољно осмишљеној понуди Србије у погледу традиционалних вредности, када су у питању међународна туристичка крстарења Коридором 7. У оквиру категорије остало, испитаници су дали следеће одговоре: историја, култура, пријатељски наклоњени људи, обале Дунава, панорама Новог Сада и др.



Графикон 6. Структура испитаника према одговорима шта им се највише свидело у Србији (у %)

Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник

Интересантан је био одговор једног испитаника⁸ да му се у Србији највише допао дочек – пристаниште у Новом Саду (Пристан “Нови Сад 2”), које је богато украшено цвећем и прекривено тепих стазом за искрцавање туриста са брода на обалу. Ово је први одговор који упућује на оцену инфра и супраструктуре туризма у сфери међународних туристичких крстарења Коридора 7 у Србији.

Испитаници су се затим изјашњавали о томе да ли са нечим нису били задовољни у погледу туристичке понуде Србије током крстарења.

Важно је истаћи да 71,4 % нису имали никакву замерку, а на гостопримство и локалитете свих 100 % испитаних није имало примедби. Главна замерка се односила на кратку посету Новом Саду/Београду (14,3 % испитаника). У оквиру категорије остало (14,3 % испитаних), замерке су се односиле на следеће:

- мало сувенира,
- туристички каталог,
- загађен Дунав (смеће дуж обала и на води),
- осећа се туга код пролазника,
- осмишљена тура обиласка копном (дуго на ногама).

Следеће питање је гласило: Колико је Ваша посета Србији допунила, односно, утицала на Вашу представу о тој земљи (какву сте представу имали пре, а какву после посете Србији)? Око 38,1 % испитаника се није изјаснило. Преосталих 61,9 % је дало различите одговоре, од којих су 64,3 % позитивна:

- добијен утисак да људи у Србији пролазе кроз период просперитета,
- остављен утисак да људи делују срећно,
- лепа држава,
- жели поново да посети Србију,
- уживао у посети,
- одушевљен старом архитектуром,
- људи су предусетљиви,
- привредно јача држава од очекиваног.

⁸ Испитаник је са Новог Зеланда - на претходно питање је одговорио да не би поново посетио Србију јер не понавља путовања.

Негативни одговори о имицу који су стекли о Србији током крстарења (35,7 %) су следећег типа:

- прошлост Србије је превише испуњена ратовима (у претходним годинама),
- пред Новим Садом је дуг пут да се опорави од претходних ратова (да се врати на позицију какву је имао до 1990. године),
- отежана комуникација на енглеском језику.

Ипак, сви испитаници који су дали негативне одговоре би препоручили овај аранжман пријатељима.

Од изјашњених испитаника 23,1 % је рекло да пре одласка на крстарење Коридором 7 није имало неко конкретно мишљење о Србији.

Важно је истаћи да је, такође, 23,1 % од изјашњених рекло да је крстарење Коридором 7 утицало да промене мишљење о Србији. Уместо ранијег негативног става, сада имају позитивно мишљење које се углавном односи на привредну и економску развијеност наше земље. Пре овог путовања мислили су да је у питању много сиромашнија држава.

Последње питање се односило на то да ли имају да додају неки коментар. Њих 19,9 % је прокоментарисало следеће:

- Србија је лепа земља, али нажалост немамо више времена да је обиђемо, да видимо природу (биљни свет и планине),
- боље знање енглеског језика би помогло у комуникацији приликом куповине у Србији,
- у понуди је недостајало више музеја, фолклора и других елемената културног садржаја,
- историја Србије је веома интересантна.

Дискусија

Међународна туристичка крстарења Коридором 7 утичу на афирмацију подунавског региона Србије, посебно одређених туристичких локалитета. На овај начин долази до оживљавања подручја која су протеклих деценија доживљавала привредну стагнацију и репрогрес. Последишно долази и до развоја других видова туристичких кретања у Србији.

Међутим, да би међународна туристичка крстарења Коридором 7 у Србији постигла одрживи просперитет, важно је да се напредак ове делатности уклапа у развој туризма целокупног Коридора 7, али и у укупан развој туризма Србије. То подразумева конкурентност, побољшање читавог система вредности, односно прилагодљивост и одрживост, уз што мање негативних ефеката. На основу оваквог сценарија издвајају се циљеви развоја међународних туристичких крстарења, који се могу разврстати у три основне групе: економски, социокултурни и еколошки циљеви.

Владе бројних држава (попут САД-а, Канаде) су постојање међународних туристичких крстарења на њиховим просторима виделе као предност у привредном просперитету, па се њихова ангажованост на пољу развоја таквих туристичких кретања манифестује кроз оснивање различитих специјализованих организација, као и кроз израду бројних стратегија туристичких крстарења на националном и регионалном нивоу. Кључни елементи поменутих стратегија су одрживи развој, безбедност путовања и унапређење крстарења.

Да би успела у идеји што бољег туристичког позиционирања на иностраном тржишту, Србија у погледу међународних туристичких крстарења Коридором 7 мора примењивати модел развоја који ће јој обезбедити конкурентску предност у поређењу са сличним дестинацијама. Овај модел се заснива на задовољству туриста, задо-

вољству локалне туристичке рецептиве, очувању квалитета животне средине и одрживом развоју туризма, али пре свега у политички мирном окружењу.

Закључак

У циљу утврђивања задовољства туриста у раду је анализирана анкета спроведена кроз интервју у узорку од 21 туристе који су у 2007. години крстарили Коридором 7 и том приликом обилазили Србију. На тај начин анализирана је туристичка понуда Србије, односно како је туристи доживљавају: који су мотиви њиховог путовања; искустава са тог путовања; најатрактивнији елементи понуде Србије у склопу међународних туристичких крстарења Коридором VII; имиџ о Србији пре и после доласка итд.

Утврђено је да су у питању особе богатог туристичког искуства. Чак 85,7 % испитаника кренуло је на крстарење Коридором 7 са већ пређашњим искуством о таквом виду туристичких кретања. Међутим 90,5 % њих је путем крузева први пут у Србији, тако да ће за сада једино лично искуство на основу ког ће изградити одређену слику о нашој земљи бити ово крстарење.

Према мотивима поласка на ово путовање структура је следећа: 25,6 % туриста привучени су целокупним пакет-аранжманом, 18,6 % државама итинерера, 18,6 % природном баштином, 14,0 % културном баштином. Њих 18,6 % се определило за категорију остало (Дунав, обилазак салаша, традиционални ручак у домовима локалног становништва, крајолик Балкана, нешто ново (ново искуство), стицање нових знања (образовање), дегустација вина).

При објашњењу шта би мењали/додали у свом круз-аранжману изнети су одговори (33,3 % испитаника је предложило измене): потребно је више доступних информација на почетку путовања о просторима који ће се обилазити (пре сваког искрцавања са брода), више активности на копну, унети више обилазака заснованих на упознавању руралних простора, салаша, недостаје више сусрета са локалним заједницама, итд.

На питање шта им се највише свидело у Србији, доминантни су били следећи одговори: архитектура, затим природа, фолклор и гостопримство. Под категорију остало испитаници су дали следеће одговоре: историја, култура, пријатељски наклоњени људи, обале Дунава, панорама Новог Сада и др. Занимљиво је да се нико није међу понуденим одговорима определио за гастрономију или сувенире, што потврђује нашу тезу о недовољно осмишљеној понуди Србије у погледу традиционалних вредности када су у питању међународна туристичка крстарења Коридором 7.

Важно је истаћи да 71,4 % нису имали замерке у туристичкој понуди Србије, а на гостопримство и локалитете свих 100% испитаних није имало примедби. У оквиру категорије остало (њих 14,3 %), замерке су се односиле на следеће: мало сувенира, туристички каталог, загађен Дунав (смеће дуж обала и на води), осећа се туга код пролазника, дуго на ногама при обиласку копна.

Око 62 % испитаних изјаснило се да је ова посета Србији утицала да формирају позитивно мишљење о нашој држави: добијен утисак да људи у Србији пролазе кроз период просперитета, остављен утисак да људи делују срећно, лепа држава, жели поново да посети Србију, уживао у посети Србије, одушевљен старом архитектуром, људи су предусетљиви, привредно јача држава од очекиваног.

Негативни одговори о имиџу који су стекли о Србији током крстарења (35 % изјашњених испитаника) су следећег типа: прошлост Србије је превише испуњена ратовима (у претходним годинама), пред Новим Садом је дуг пут да се опорави од претходних ратова (да се врати на позицију какву је имао до 1990. године), отежана

комуникација на енглеском језику. Ипак, сви туристи који су дали негативне одговоре би препоручили овај круз-аранжман пријатељима.

Од изјашњених испитаника 23,1 % рекло је да пре одласка на крстарење Коридором 7 није имало конкретно мишљење о Србији.

Такође је 23,1 % њих изјавило да је крстарење Коридором 7 утицало да промену мишљење о Србији. Уместо ранијег негативног става, сада имају позитивно мишљење које се углавном односи на привредну и економску развијеност Србије.

Србија има компаративне предности у туризму јер поседује диверзификовану структуру основних атракција, близу је традиционалним и новим тржиштима, има дугу историју и општу препознатљивост, очуване природне ресурсе, сразмерно добре комуникације и поседује велики људски капитал. Међутим, Србија не остварује значајније привредне резултате у туризму. Због затворености тржишта у претходној деценији није било довољно улагања из земље и иностранства у изградњу или адаптацију неопходне туристичке инфраструктуре. Због тога Србија мора подићи конкурентност туристичких производа ослањајући се на секторе у туризму који имају глобалну перспективу.

Предност оваквог путовања је садржајност понуде, комфор и безбедност. Уз то, Србија је своју конкурентност оправдала туристичким позиционирањем у итине-рерима захваљујући бројним мотивима. Модел даљег развоја конкурентности захтева конкретне мере:

- интензивнији промотивни наступ на међународном тржишту (сајмови, изложбе, интернет презентације и др.),
- појачано инвестирање у атрактивне туристичке локалитете,
- дистрибуција домаћих производа извозног карактера (сувенири, гастрономски производи и др.) на броду или туристичким локалитетима итинерера итд.

Недостаци, односно ограничавајући фактори су:

- недовољно развијена инфра и супраструктура на Коридору 7 (туристичка сигнализација, мајсторске радионице, мењачнице, паркинг простори, угоститељски објекти и др.),
- кратко време задржавања гостију у насељима укљученим у итинерер путовања (просечно задржавање, односно обилазак градова попут Новог Сада је 3-5 часова),
- различити визни режими у појединим земљама,
- различите валуте и нестабилан курс у неким државама,
- политичка нестабилност Србије и др.

Помак у препознавању овог драгоценог туристичког ресурса наше земље у смислу активности на пољу његове промоције и одрживог коришћења ипак се запажа. Поред укључивања туристичких организација и информативних центара на националном, покрајинском и локалном нивоу путем пропагандних активности на локалитетима које посећују туристи, значајно је интензивније укључивање медија и еминентних институција.

Међународна туристичка крстарења у Србији се не могу развијати без адекватног садржаја на обалама. Професионалнији приступ се огледа и у следећем:

- усклађивању радног времена одређених институција намењеног посетама са доласцима туристичких бродова, нарочито када је најинтензивније пристајање туристичких бродова у Новом Саду,
- омогућавање мењања иностране валуте у домаћу на простору туристичких локалитета предвиђених за обилазак,
- формирање професионалне, прецизно осмишљене понуде туристичких сувенира итд.

Захвалност

Истраживачки део рада реализован је уз помоћ круз-компанија “Grand Circle Travel”, “Croisi Europe”, “Vantage Delux World Travel”, “Viking River Cruises”, “Avalon Waterways”, “Phoenix Reisen GmbH” и др. Велику подршку су пружили капетани туристичких бродова, нарочито Франк Верслус и Павол Бузгович. Неизмерну захвалност на драгоценим подацима дугујемо и шефу Лучке капетаније “Нови Сад”, господину Борису Оребу, колективу Пристана “Нови Сад”, Луке “Београд”, “Станице пограничне полиције Нови Сад” (Лука “Нови Сад”) и колективу Пристана “Нови Сад 2” (ЈКП “Градско зеленило”, Нови Сад), нарочито Војиславу Драгину, Јовану Станисављевићу, Златку Грабежу и Бранимиру Лазићу.

Литература

- Vantage (2005). *Deluxe World Travel Vantage. 2006 European River Cruises Preview*. Boston: Vantage
- Grand Circle Travel (2004). *The Great Rivers of Europe*. Kansas City: Grand Circle Travel
- Go, M.F., Pine, R. (1995). *Globalization Strategy in the Hotel Industry*. London, New York: Routledge
- Dragin, A., Ivkov, A., Dragin, V. (2006). Nautical Tourism as Development Potential of the Danube Countries in South Eastern Europe. *Danubius Pannonico Mysicus*, Space of Challenges, page 28. Novi Sad: University of Novi Sad, Faculty of Natural Science and Mathematics, Department of Geography, Tourism and Hotel Management
- Dragin, V., Ivkov, A., Maletin (Dragin), A. (2004). Cruising Voyages Along the Danube as a Form of Contemporary Tendencies of Global Touristic Movements. *Turizam*, No. 8, pp. 19-21
- Dragin, A.S., Dragin, V., Plavša, J., Ivkov, A., Djurdjev, B.S. (2007). Cruise Ship Tourism on the Danube in Vojvodina Province as a Segment of Global Tourism. *Geographica Pannonica*. No. 11, pp. 59-64
- Драгин, А.С. (2008). *Међународна крстарења Коридором 7 и научички туризам Србије*. Нови Сад: Депарман за географију, туризам и хотелијерство, докторска дисертација
- Драгин, А.С., Ђурђевић, Б.С., Армјенски, Т. (2008). Да ли су међународна туристичка крстарења Паневропским Коридором 7 заиста путовања туриста треће доби? *Гласник Српског географског друштва*, књига LXXXVIII/4, стр. 29-38
- Duval, D.T. (2007). *Tourism and Transport – Modes, Networks and Flows*. Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publication
- Ђурђевић, Б. С., Кошић, К. Т., Драгин, А. С. (2007). Демографски раст и развој бањских места у Србији. *Гласник Српског географског друштва*, књига 1, стр. 69-78
- Ivkov, A., Kovačević, T., Dragin, A., Djurdjev, B., Ivanović, Lj. (2007). Influence of tourism on the employment in Vojvodina. *Geographica Pannonica*. No. 11, pp. 54-58
- Ивков-Цигурски, А., Ковачевић, Т., Закић, Л. (2008). Сувенири као део културног наслеђа становништва у функцији туристичког производа. *Гласник Српског географског друштва*, књига LXXXVIII/4, стр. 59-69
- Извршно веће АПВ (2006). *Програм привредног развоја АП Војводине – Новелирана Ex Post анализа привреде АП Војводине* (програм је рађен у сарадњи са Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH и Савезним министарством за економску сарадњу и развој СРН). Нови Сад: Извршно веће АП Војводине
- Јовичић, Д. (2008). Стање и перспективе развоја бањског туризма у Србији. *Гласник Српског географског друштва*, књига LXXXVIII/4, стр. 3-18
- Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије, Horwath Consulting Загреб и Економски факултет Београд (2005). *Стратегија туризма Републике Србије – Први фазни извештај*. Београд: Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије
- Стојановић, В., Стаменковић, И. (2008). Геотуризам у структури савремених туристичких кретања. *Гласник српског географског друштва*, књига LXXXVIII/4, стр. 53-58
- Штетић, С., Шимичевић, Д. (2008). Како развити рурални туризам у Србији. *Гласник Српског географског друштва*, књига LXXXVIII/4, стр. 19-28
- *** www.gct.com/gcc/dfiles/file_35.pdf
- *** www.tinavienna.at/service/upload/MoU.pdf

ALEKSANDRA S. DRAGIN
BRANISLAV S. ĐURĐEV
MILKA BUBALO ŽIVKOVIĆ

Summary

IMPRESSIONS OF SERBIA: TOURISTS ON CRUISES ALONG CORRIDOR 7

Nautical tourism based on international cruises along Corridor 7 is complex because of the tourist demand of and interest in the countries of Central and South-Eastern Europe (including Serbia). Each country has its specific offer and organization in addition to a specific strategy of nautical tourism development.

As part of our research, we interviewed 21 tourists to determine the following: their reasons for choosing international cruises along Corridor 7 whose itineraries included Serbia; impressions of the cruises; the most attractive elements that Serbia has to offer as part of international cruises along Corridor 7; the image of Serbia before and after the visit etc.

The results showed that the interviewed people had rich tourist experience. About 85.7% of people interviewed, who chose the cruise along Corridor 7, had some previous experience with cruising. However, the majority of them (90.5%) visited Serbia for the first time, which means that this cruise will be their only personal experience creating personal impressions of our country.

When motives for taking such a trip are concerned, the situation is as follows: 25.6% of tourists were attracted by the whole package, 18.6% of them were attracted by the countries in the itinerary, 18.6% by natural heritage, and 14.0% by cultural heritage. The remaining 18.6% of people interviewed chose category *other*, accompanied with detailed answers (many of them gave more than one reason): the Danube, visits to traditional farms, traditional lunch in the homes of local people, the scenery of the Balkans, a novelty experience, learning, wine testing.

The following answers were given when asked what to change or add in the cruise package (33.3% of people suggested some changes to be included): information on visits to be more available, more activities to be offered on the land, more visits to rural areas - traditional farms, more chances to meet local communities.

It is important to emphasize that up to 71.4% of people interviewed had nothing to object about the tourist offer in Serbia, while all the respondents (100%) could not object to local hospitality and visited sites. In the category *other*, some people (14.3%) stated the following: unsatisfactory offer of souvenirs and tourist catalogues, polluted Danube (rubbish along the river banks and in the water itself), sad faces of people passing by, inadequate land tour organization – a lot of time spent walking around.

Furthermore, 23.1% of people said that they had no preconception of Serbia before commencing the cruise along Corridor 7.

What is important to emphasize is that 23.1% of the cruisers said that the participation in the cruise made them change their impressions about Serbia. Instead of a previously negative preconception, they gained positive experience related to the economic development of Serbia. Before they took the cruise they thought that Serbia was a much poorer country.

In order to accomplish the best possible positioning of Serbia in the international tourist market, especially when talking about cruises along Corridor 7, Serbia needs to apply the described model of development that would provide it with a competitive advantage in relation to similar destinations. This model is based on the satisfaction of tourists, the satisfaction of local tourist reception, environmental quality preservation and sustainable tourism development. But before all this can be achieved, a stable political environment has to be ensured.