

СТЕВАН М. СТАНКОВИЋ*

ПОТЕНЦИЈАЛИ ПЛАНИНА У ФУНКЦИЈИ ТУРИЗМА

Садржај: По низу елемената, појава, процеса, облика, значају за људско друштво и утицају на хидросферу, атмосферу и биосферу, планине се одликују низом специфичности. У свету и код нас афирмисало се више планинских туристичких регија са развијеним зимским, летњим и целогодишњим туризмом. Исти има наглашен рекреативни, здравствени, спортско-манifestациони и културно-манifestациони значај. Најбољи економски ефекти, по основу развоја планинског туризма, постижу се тамо где су планине сврсисходно валоризоване. Ово мора доћи до правог изражаја 2002. године, која је проглашена годином заштите планина.

Кључне речи: Туристичка валоризација, планина, Србија, економски ефекти, заштита планина.

Abstract: Mountains are distinguished by specific characteristics according to a series of elements, occurrences, processes, shapes, significance for human society and influence on the hydrosphere, atmosphere, and biosphere. In the world as well as in this country, many mountain tourist regions have become affirmed, with developed winter, summer and whole year tourism. They have important recreational, health, sport-manifestation and cultural-manifestation significance. The best economic effects based on the development of mountain tourism are accomplished where mountains are appropriately evaluated. This must be truly expressed in the year 2002, which has been named the year for protection of mountains.

Key words: Tourist valorization, mountain, Serbia, economic effects, protection of mountains.

Увод

Планинска пространства у свету и код нас од непроцењивог су значаја за низ људских делатности, а самим тим и за туризам. Различитог начина и времена постанка, сложених тектонских односа и морфолошког изгледа, планине дају основно обележје континентима, појединим државама и регијама. Привлаче пажњу научника и практичара различитих струка. Они често до детаља истражују њихове особености и валоризују постојеће природне и антропогене вредности на њима. Сложеније од равничарских, пустињских и поларних пространства, планине се истичу специфичностима климата, хоризонталном и вертикалном рашчлањеношћу рељефа, вертикалном зоналношћу вегетације, разноврсношћу хидрографских објеката, синхроним и асинхроним појавама и процесима, разноврсношћу експозиције, мањом густином насељености, слабијом проходношћу и инфраструктурном опремљеношћу, могућностима двосезонског и целогодишњег развоја туризма и низом директних и индиректних утицаја на ближе и шире окружење. Због свега тога бројне организације, од локалних и националних до међународних, посвећују планинама посебну пажњу. Година 2002. проглашена је међународном годином планина. Како је истовремено реч и о међународној години екотуризма, потребно је више и боље са планинама кренути у нови век.

* Др Стеван М. Станковић, редовни професор Географског факултета Универзитета у Београду, Студентски трг 3/III, Београд. Рад примљен 1.10. 2002. године.

Алпи – прва туристичка регија света

Без обзира на неке неповољности условљене рељефом и климом, планине су давно насељене. На неким од њих и до наших дана су очувани традиционални облици живота, становања и привређивања. У савременим условима то је од значаја за развој туризма, посебно на просторима изворне природе или незнатно измењене животне средине. „Бујна и сочна трава изнад шумског ката представља одувек основу летњег или катунског сточарења. Простране ливаде у подгоринским, а понегде и у травном кату, пружају сено као основу исхране стоке преко зиме. Четинарски и листопадни шумски кат је благородни дар природе, који брђанима пружа вишеструке користи: даје им дрво за огрев, за градњу кућа, привредних зграда и многих алатки, а у новије време даје и сировину за разне индустријске гране. Потоци и реке пружају становништву могућност за наводњавање обрадивих површина у подгорини, за покретање воденица и ваљавица, транспорт дрвета са већих висина итд. Због оваквих могућности за привређивање, као и због велике здравствене вредности планинске природе, људи су радо подизали своја планинска насеља” (Васовић М. 1985., стр. 336).

По низу елемената, појава, процеса, површинских и подземних облика рељефа, као и по утицају на хидросферу, атмосферу и биосферу, односно, значају за људско друштво, планине су веома специфичне. Без обзира на њихову разноврсност, у свету се афирмисало више планинских туристичких регија са развијеним зимским, летњим и целогодишњим туризмом. У нашој земљи је реч о неколико туристички познатих планина и туристичким центрима и локалитетима на њима.

Значајне промене планинских пространа под утицајем туризма почињу средином XVIII века када француски филозоф и писац Жан Жак Русо (1712-1778) својим делом “Повратак природи” потенцира одлазак у планине и сам три пута пешице обилази Женевско језеро, величајући лепоту Алпа. На излазу Роне из Женевског језера подигнут му је споменик. Путовања у непознате крајеве почињу се третирати као елемент престижа, васпитања и образовања. Енглези негују „велике туре”. Убрзо им се придружују Немци. У најважније туристичке дестинације убрајају се Алпи, који постају и до наших дана остају синоним планинског туризма Европе и света.

Табела 1. Вертикална рашчлањеност рељефа Земље.

Континент	Висина у метрима				
	Просечна	Највећа	% до 200	% 200-2.000	% 2.000
Аустралија	340	2.246	39,0	60,8	0,2
Европа	340	4.807	56,4	41,6	2,0
Јужна Америка	590	7.010	38,3	54,5	7,2
Северна Америка	720	6.240	29,8	59,4	10,8
Африка	750	6.010	9,7	86,6	3,7
Азија	960	8.882	24,6	63,0	2,0

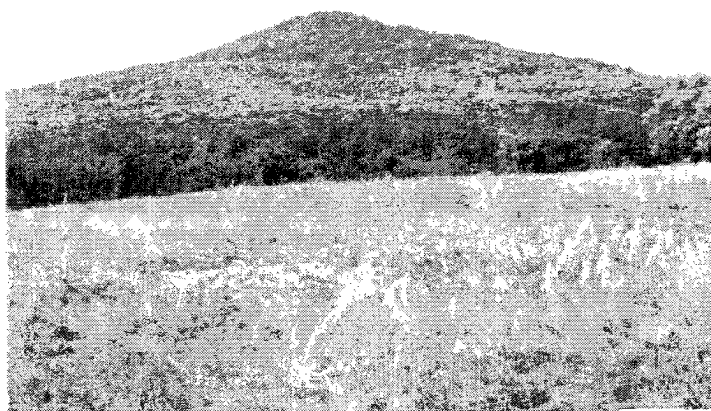
Године 1786. Жак Балмат из Шамонија осваја Мон Блан. Пре тога, 1857. основан је први алпинистички клуб. Године 1864. путничка агенција „Кук и син” из Лондона, организује прво масовније туристичко путовање Енглеза у Алпе. Бањски туризам у Алпима добија примат. Скије су се у Алпима појавиле 1878. године, а 1896. основан је први ски клуб, када је објављена и књига о алпском скијању. Временом је до изражаја дошла климатотерапија, у смислу рекреација, рехабилитација, постболнички боравак на отвореном планинском простору. Подигнуто је више опоравилишта различитих врста. Успостављане су посебне школе за болесну децу на одговарајућим висинама. Изградњом путева, пруга и успињача, постају доступни шири простори. Планински туризам се комбинује са језерским, сеоским и манифестационим. Развија

се олимпијски покрет (Шамони, Гармиш Партенкирхен, Гренобл, Инсбрук) и управљавају европска и светска такмичења која прати више десетина хиљада гледалаца – туриста. Висок животни стандард становништва западних земаља условљава масовност посета.

Табела 2. Вертикална рашчлањеност рељефа Србије и Црне Горе (Младеновић Т. 1984).

Висинска зона (m)	Србија		Црна Гора	
	km ²	%	km ²	%
0-200	32.540	36,83	1.425	10,30
200-500	21.829	24,70	791	5,72
500-1.000	24.105	27,28	3.763	27,25
1.000-1.500	8.468	9,59	5.378	38,94
1.500-2.000	1.213	1,37	2.296	16,64
Преко 2.000	206	0,23	159	1,15

Наведено стање утицало је да Алпи постану туристичка регија, односно, таква високопланинска просторна целина у којој је туризам једна од доминирајућих и обједињујућих функција (Васовић М. 1982). Искуства развоја туризма у Алпима су драгоцене, те их је потребно уважавати, користити и на нашим планинама примењивати и прилагођавати.



Слика 1. Палеовулканска купа Тилва њагра код Бора.

Планине чине основну групу геоморфолошких туристичких вредности. Због изузетних особености многе су проглашене националним парковима или резерватима, односно, имају другачији статус националне и међународне заштите. Као основни елемент рељефа, планине дају препознативи изглед простору у којем се налазе. Значајне су за низ привредних делатности и одговарајућим вредностима условљавају савремени туризам. Имају наглашену рекреативну компоненту туристичке привлачности и основа су упражњавања више врста туризма богатог садржаја боравка. Рекреативна туристичка вредност планина директно је сразмерна густини насељености и степену индустријализације и урбанизације околних равничарских пространа, односно, броју градског становништва, које има потребе и навике за одласком у природу. За разлику од тога, обрнута сразмера испољава се у односу на удаљеност и саобраћајну повезаност са градским насељима и равничарским регијама гушће насељености. Због тога је чест случај да неке природно мање туристички привлачне планине

остварују већи промет од пространијих, виших и природно привлачнијих планина, које су удаљене од градских насеља.

Разноврсност планина као туристичка вредност

Хоризонталним или тангенцијалним и вертикалним или радијалним покретима унутрашњих и површинских делова Земљине коре настају основни облици рељефа. Међу њима су веначне или набране и громадне или раседне планине. Прве се одликују одређеним правцем пружања међусобно паралелних планинских венаца и гребена. Друге немају строго дефинисан правац пружања и подударност са унутрашњом структуром слојева. Међу веначним планинама на Земљи истичу се Алпи, Динариди, Карпати, Хималаји, Анди и Кордиљери, а међу громадним Централни масив у Француској, Мезета у Шпанији, Рила, Витоша и Пирин у Бугарској, Алигени, планине у сливу реке Колорадо у САД и друге.

Веначне планине имају правац пружања који се у већини случајева поклапа са правцем пружања слојева, а то зависи од стране са које је долазио потисак маса у време њиховог настанка. Имају низове паралелних венаца, који су туристички често једнолични. Нешто сложеније структуре су шаријашке планине у којима се јављају системи навлака са поремећеном суперпозицијом слојева, због чега су туристички привлачније. Хелветски и пенински систем навлака чине Алпе морфолошки специфичним. У зони веначних планина источне Србије истичу се следеће навлаке: Мирочка, Ртањско-кучајска, Тупижничка, Поречка и Ђердапска. Оне су предиспонирале сликовитост планинског простора и дале му морфолошку специфичност на малом простору.

Раседне планине немају строго одређен правац пружања. Оивичене су пливим и дубљим, видљивим и невидљивим раседима. Дуж ових, или у њиховој непосредној близини, често се јављају извори топле, хладне и минерализоване воде, што је од значаја за развој бањског туризма, који је у низу случајева комплементаран са планинским. Два основна типа громадних планина су плоче или табле и масе или масиви. Прве су настале раседањем, односно, спуштањем или издизањем хоризонталних или благо нагнутих слојева. На површини су једноличне, често веома простране и подложне спољашњим геоморфолошким агенсима, чијим радом настају бројни мезо и микрооблици ерозивног и акумулативног рељефа. Планина Јура, на граници између Француске и Швајцарске, простор Колорада у САД, су добри представници ове групе. У неким деловима туристички су добро валоризовани. Друга група громадних планина настала је раседањем већ поремећених слојева. Има их у Француској (Централни масив), Шпанији (Мезета), Азији (Алтај) и Северној Америци (Алигени). Све ове планинске скупине у погледу туристичке опремљености и посећености заостају за Алпима (Станковић М. С., 2000).

Туристичка вредност Алпа, најпосећенијих планина на Земљи, условљена је бројним и разноврсним природним и антропогеним елементима и факторима. Овом приликом истичемо неке од њих:

- Припадност већем броју високоразвијених земаља, које у међусобној здравој конкуренцији подстичу бројне врсте туризма;
- Дуга туристичка традиција;
- Изванредна географска проученост и уџбеничка препознативост;
- Повољан географски, саобраћајни и туристички положај, који уз одличну саобраћајну повезаност чини све делове планина лако приступачним;
- Наглашене особине спајања и прожимања људи, догађаја, прошлости и садашњости;

- Изворна и добро заштићена пејзажна и морфолошка разноврсност;
- Безбројне комбинације тектонских, крашких, глацијалних, флувијалних, мразно-снежаничких и антропогених облика рељефа;
- Обиље извора, богатство термоминералне воде, реке, језера, водопади, ледници, снежаници;
- Пећине, јаме, клисуре, кањони, превоји, тунели;
- Куриозитет највишег врха Европе, Мон Блан 4.807 m;
- Могућности одвијања целогодишњег туристичког промета;
- Комбинација више врста туризма на малом простору (планински, бањски, језерски, ловни, манифестациони, рекреативни, културни, туризам на селу, транзитни, екскурзиони, стационарни);
- Разноврсно и туристима добро презентовано археолошко, споменичко и етнографско наслеђе, које је често основа за производњу и продају сувенира;
- Богат и разноврстан садржај туристичког боравка током целе године;
- Максимална инфраструктурна и супраструктурна опремљеност и систематско одржавање исте;
- Висок степен организованости прихвата домаћих и страних туриста;
- Изграђеност различитих врста смештајних и угоститељских капацитета који задовољавају потражњу туриста најразличитијих платежних могућности;
- Бројне и разноврсне, спортске и културне манифестације националног, европског и светског значаја;
- Готово бескрајне могућности упражњавања рекреативних и такмичарских зимских спортова.

За туризам су интересантне планинске трупине и регенерисане планине, као стадијални еволутивни типови. Прве представљају ерозијом разорене планине, какве су Судети, Шварцвалд, Вогези и делови Урала. Друге представљају планинске трупине захваћене новијим тектонским покретима (Урал). На планинама из ових група има туристичких центара локалног, регионалног и националног значаја.

Посебном туристичком атрактивношћу одликују се вулканске планине. Нашле су и настају нагомилавањем чврсте вулканске лаве, која гради ниже и више вулканске купе са бројним и разноврсним микро облицима рељефа и низом пратећих појава. Неке вулканске купе својом висином премашују класичне веначне и громадне планине. Истичу се Килиманџаро (5.895 m), Котопакси (5.896 m), Чимборазо (6.310 m), Попокатепетл (5.490 m), Аконкагва (6.960 m) и други, углавном привлачнији за вулканологе и планинаре, него за туристе. Неке особености старог вулканизма, интересантне за туристе у нашој земљи представљају палеовулканске купе око Бора, Враћа и Косовске Митровице, за сада без идеја и акција туристичке валоризације и презентације.

Планине Србије као туристичка вредност

На територији Србије постоје бројни и разноврсни природни и антропогени потенцијали развоја више врста туризма. Степен њихове туристичке валоризације није задовољавајући, што се јасно одражава на промет домаћих и иностраних туриста, односно, на значај економских ефеката привређивања у туризму и њему одговарајућем угоститељству. Простора за интензивнији развој планинског и њему комплементарних врста туризма у Србији има довољно, али нема научно заснованих конкретно осмишљених дугогодишњих инвестиционих улагања и апликативних радова на терену. Ово утолико пре што већ више од једне деценије, због низа познатих догађаја, туризам у Србији стагнира. По неким показатељима је на нивоу из 1960. и ранијих го-

дина. Стање захтева детаљне анализе, утолико пре што су неке планине Србије проглашене националним парковима или имају друге одговарајуће статусе заштите природе и што се налазе у таквим предеоним целинама које се одликују изворношћу пејзажа, високим степenom очуванosti екосистема, све бољом саобраћајном повезаностју са окружењем и могућностима целогодишњег туристичког промета на малом простору. Тиме се избегава сезонска концентрација, постиже висок ниво искоришћености смештајних и угоститељских капацитета и остварују задовољавајући економски и друштвени ефекти.

Размештај туристичких вредности на територији Србије није свуда подједнак. Могуће је издвојити делове са већим и мањим бројем планина са центрима локалне, регионалне, републичке, југословенске и међународне контрактивне зоне. На територији Србије могуће је издвојити крајеве са линеарним и групним размештајем туристичких вредности. Први је карактеристичан за речне долине и правце пружања важнијих саобраћајница, а други за планинско-котлинске делове наше републике.



Слика 2. Етно домаћинство на планини Тари.

Приказ просторног мотивског потенцијала планина значајних за развој туризма, веома је сложен. Под овим подразумевамо целовиту оцену туристичких вредности, при чему их не сврставамо у класичну економску категорију роба и не идентификујемо са општим економским законима тржишта. Планине као туристичка вредност нису роба у правом смислу речи и на исте се не може примењивати принцип робановаца. Из оваквог става закључујемо да је туристичка валоризација планина Србије једно од важнијих питања дефинисања туристичких праваца, обима и врсте изградње туристичких, угоститељских, инфраструктурних и супраструктурних објеката, формирања туристичке понуде, осмишљавања садржаја туристичког боравка, успостављања целогодишњег пословања и кооперативних односа са посредним туристичким окружењем. Туристичка валоризација планина значајна је као садржај научних истраживања, али и основа за предузимање апликативних радова на конкретним планинама и дефинисаним локацијама. Отежавајућу околност представља чињеница да је потенцијалних вредности довољно, да је мало оних које су валоризоване и још мање оних које су на најбољи начин презентиране туристичком тржишту. То се може тумачити недовољном туристичко-географском проученошћу наших планина појединачно, група планина одређених крајева и комплементарности истих са окружењем. Реч

је и о непознавању узајамних веза контрактивних зона планина и дисперзивних зона већих градова, гушће насељених котлина и равничарских крајева.

Планине Србије су њен просторно најоучљивији туристички потенцијал. Ово из разлога што је Србија изразито континентална, што је просечна надморска висина 470 m, што Копаоник и Стара планина премашују 2.000 m, а Шар планина и Проклетије 2.600 m. Такав склоп рељефа захтева посебан еколошки приступ валоризацији планина.

Туристичке вредности планина Србије сразмерне су њиховом положају према саобраћајницама, већим градским насељима, традицији, изграђености материјалне базе, физиономско-пејзажној разноврсности, постојању површинских и подземних облика рељефа, специфичности климата и живог света, богатству споменичког фонда, заступљености зимских спортова, умешности организовања спортских и културних манифестација, повезаности са другим туристичким центрима и слично.

У ограничавајуће факторе развоја планинског туризма убрајамо недовољну саобраћајну повезаност појединих планина и њихових атрактивних локалитета са прометнијим саобраћајницама, недовољну традицију, исељавање сеоског становништва, економску заосталост планинских простора од којих неки имају епитет неразвијених подручја, недовољно развијених подручја и депопулационих подручја. Стање се усложњава када се комбинује са пограничним положајем (Стара планина, Дукат, Варденик, Шар планина, Проклетије).

Изучавајући постојећу литературу и пратећи предузимане акције развоја туризма у Србији, закључујемо да планинама није придаван прави значај. Неке спорадичне акције нису дале резултате. Још увек Србија нема праве планинске туристичке регије у којима је туризам усаглашен са законским одредбама, капацитетима екосистема, традицијом и перспективом. Уз класичну угроженост планина (претерана сеча шума, ерозија, непланска изградња објеката, сатурација туриста и других активности на малом простору), појављују се глобални проблеми (сушење шума, промене водног и топлотног биланса), али и низ локалних, које је тешко евидентирати (Станковић С. М., 1980).

Табела 3. Површине висинских зона рељефа Србије (Младеновић Т., 1984).

Висинска зона у m	Југославија (km ²)	Србија (km ²)	% Србије у Југо- славији	% зоне у Србији
0-200	33.965	32.540	31,84	36,83
200-500	22.620	21.829	21,36	24,70
500-1.000	27.868	24.105	23,59	27,28
1.000-1.500	13.846	8.468	8,28	9,59
1.500-2.000	3.509	1.213	1,18	1,37
Преко 2.000	365	206	0,20	0,23

Ниско земљиште и благо заталасани брежуљкасти терени Србије надморске висине до 500 m захватају четвртину њене територије. На том простору су неке ниске планине, подножја средњих и високих планина, котлински ободи, доњи делови речних долина. Терени надморске висине између 500 и 1.000 m су пространији од претходних. У њима су бројне планине. Наведене планине погодују одмору и опоравку људи свих узраста, јер је аклиматизација једноставна, а контраиндикације незнатне. Клима наведених висина делује стимулативно на људски организам.

Мање од 10 % територије Србије налази се између изохипси од 1.000 и 1.500 m. На овом простору има више центара планинског туризма. Терена виших од 1.500 m у Србији има мало. Међу њима је још мање оних који погодују развоју планинског туризма. Они се јављају на Копаонику, Старој планини, Проклетијама и Шар планини и нису довољно валоризовани. Погодују спортско-рекреативном и спортско-

манифестационом туризму, развоју зимских спортова, планинарству и алпинизму. Привлаче туристе зими и лети. Недовољно проучене са биоклиматског аспекта, планине и центри на већим надморским висинама, још увек не дају праве резултате. Потребно је користити нека страна искуства, посебно она из Алпа, где су изграђена одмаралишта на високим платоима и блажим долинским падинама.

Године 2000. у Србији је регистровано 2.166.000 туриста. Од тога је домаћих било 2.001.000, а страних 165.000. Туристи су остварили 7.688.000 ноћења, од чега домаћи 7.258.000, а страни 431.000. Стање је лошије него две деценије раније, када је број туриста износио 4.328.000 (домаћи 3.459.000, страни 868.000), односно, када је реализовано 12.028.000 ноћења (домаћи 10.522.000, страни 1.467.000).

За потребе туризма Србија је 2000. године имала 92.465 лежаја у свим основним и комплементарним смештајним објектима. Стање је испод оног из 1980. године, када је Србија имала 108.521 лежај. Овакво стање јасно се одражава на промет туриста и број остварених ноћења у туризму Србије у целини, а самим тим и на њен планински туризам. У садашњем промету планине учествују са 300.000 туриста и нешто више од 2.100.000 њихових ноћења. По томе су иза бања и по броју туриста и ноћења и иза главних градова републике и покрајина по броју туриста, а испред по броју ноћења.

Током времена међу планинама Србије, повећаним прометом туриста и ноћења издвојиле су се од осталих Златибор, Копаоник, Тара и Дивчибаре. Сигурно је да по пространству и природним одликама, у смислу туристичких вредности, заостају за Проклетијама и Шар планином, али су положајем, традицијом, понудом и капацитетима испред њих.

Захватајући све веће површине изворне и добро очуване природе, туризам се појављује као загађивач исте. То чини проблем, и процес заштите природе и успостављања комплементарности са туризмом веома сложеним. За Србију је ово од посебног значаја, јер она има добро очувану природу, велике могућности санирања даљих процеса загађивања исте и већи степен њене туристичке презентације домаћим и иностраним туристима. Заштита и унапређење природе Србије имају велики економски, политички и друштвени значај. Даљи развој туризма у Србији мора се посматрати у функцији заштићене природе. Развој туризма и акције заштите и унапређења природе морају се третирати, не парцијално и не повремено, већ јединствено, синхронизовано, перманентно у свим могућим међусобним односима и на свим нивоима. Развој једне категорије на рачун друге води продубљивању несклада и нарушавању интегралне целине.

Табела 4. Туристи и ноћења у најпометнијим центрима планинског туризма у Србији.

Година	ЗЛАТИБОР		КОПАОНИК		ТАРА		ДИВЧИБАРЕ	
	Туристи	Ноћења	Туристи	Ноћења	Туристи	Ноћења	Туристи	Ноћења
1990.	110.973	643.616	108.000	568.000	67.5000	398.000	33.800	242.000
1991.	84.835	526.153	113.000	645.000	35.600	190.000	30.600	207.000
1992.	89.721	579.478	119.000	735.000	27.600	175.000	43.600	312.000
1993.	60.356	354.793	64.900	429.000	12.900	66.500	20.800	156.000
1994.	98.632	543.558	82.300	444.000	17.700	94.900	33.600	238.000
1995.	76.000	458.000	101.000	534.000	13.700	65.200	38.400	306.000
1996.	71.000	427.000	87.300	475.000	26.100	113.000	42.600	490.000
1997.	71.200	429.000	80.000	422.000	31.400	126.000	46.000	299.000
1998.	81.600	496.000	97.200	519.000	38.300	186.000	51.900	327.000
1999.	51.300	305.000	46.600	288.000	29.200	120.000	38.200	240.000
2000.	73.600	445.000	60.500	340.000	45.100	176.000	50.800	333.000

Извор података: Статистички годишњак Југославије, Београд

Са аспекта развоја туризма морбидни и санатогени простори су доста значајни. У првима се формирају туристичке потребе, а у другима разрешавају. Уколико су разлике између морбидних и санатогених простора веће, уколико су туристичка кретања учесталија и масовнија. Наравно, за даљи развој туризма у Србији, без обзира што он може туристичким центрима, који се налазе у санатогеним, неугроженим и добро заштићеним просторима, донети велике приходе, не треба повећавати постојеће разлике, већ треба тежити комплекснијој заштити животне средине. Захваљујући туризму успоставља се чврста комплементарност морбидних и санатогених простора. То се јасно може доказати на бројним примерима у времену и простору (Станковић М.С., 1993).

Туризам и заштита природе Србије не могу се посматрати одвојено од укупних настојања заједнице на унапређењу животне средине. Ово због тога што заштита и унапређење планинског простора не значи само стварање повољнијих услова за развој туризма, већ основу вишег квалитета живота и стваралаштва домицилног становништва. Једностраним се морају сматрати акције заштите и унапређења планина само за потребе туризма, јер је он само део сложеног живота и рада друштвене заједнице. Заштита планина наше републике није ствар којом се баве само за то заинтересовани појединци и одговарајуће стручне организације. То мора бити поље свестраног ангажовања широке друштвене заједнице. Иста мора уважавати и примењивати резултате проверених научних истраживања. Потребно је свуда и увек деловати превентивно, јер је санирање негативних последица угрожености планина готово нерешив проблем.

Полазимо од чињенице да најбоље резултате даје она заштита планина Србије која почива на еколошким основама, на постулатима о води и начелима концепције активне заштите. Наведене поставке у сагласности су са савременим схватањем планираног развоја. Највише научног, друштвеног и апликативног оправдања има она заштита планинског простора Србије која претходи развоју привреде и туризма као њеног саставног дела. Уз економске ефекте, више, јаче и чешће, потребно је наглашавати друштвене, васпитне, образовне, кулурне, спортске, здравствене и сличне функције планина (Крстић Б., 1982).

Заштита планина за потребе туризма није другачија од заштите животне средине за опште друштвено добро. Штитећи и унапређујући природу планина за потребе туризма, проширује се основа привређивања. Овакав став потврђујемо чињеницом да само туризам може валоризовати неке елементе, појаве, објекте и догађаје на планинама који за друге делатности не представљају никакав интерес. Реч је о видиковцима, пејзажу, стеновитим остеоцима, микро облицима површинског рељефа, пећинама и слично. Проширивањем основе привређивања, туризам потврђује своје економске функције и утире пут свеукупном развоју планинског простора. Како је туризам делатност која тражи доста живе радне снаге, ако је плански осмишљен, може утицати на смањење депопулације. Уз то, туристи су потрошачи бројних производа, роба и услуга, од којих се многе могу произвести и добити само на планинама. Планински туризам значи једним делом и развој туризма на селу, што је основа допунског привређивања, али само у условима уважавања еколошких основа животне средине (Станковић М. С., 1998).

Компаративним прегледом планина као туристичких вредности Србије може се утврдити следеће:

1. Туристички су најафирмисанији Златибор, Тара, Копаоник и Златар.
2. Старовлашко-рашке планине и даље ће имати приоритет над осталим планинама Србије, јер пружају добре услове за летњи и зимски туризам.
3. Планине Шумадије имају најповољнији туристичко-географски положај. Одликују се излетничко-туристичким кретањима и манифестационим туризмом. Степен

туристичке валоризације не задовољава. Неопходно је инсистирати на комплементарности са осталим туристичким вредностима.

4. Карпатско-балканске планине, због кречњачког и вулканског састава имају низ специфичности, али нису довољно валоризоване. Предност треба дати Старој планини и Хомољским планинама, уз јасно уважавање вредности других туристичких мотива у околини.
5. Подрињске планине због неповољног положаја и у наредном периоду неће бити посећеније, са изузетком Таре.
6. Проклетије и Шар планина су изван интереса савремених туриста, те је њихова валоризација за сада немогућа.

Туристичко вредновање планина

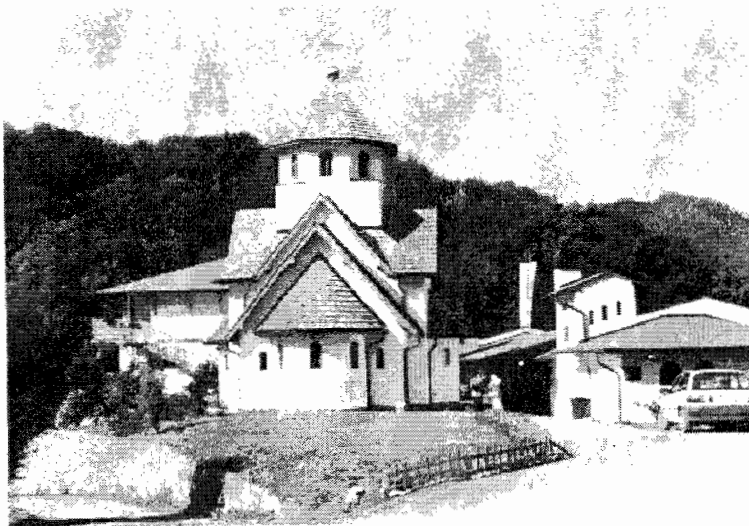
Туристичко вредновање планина домен је истраживања неколико научних дисциплина (географија, економија, екологија, право). Туристичка географије полази са становишта блиских екологији, те посебну пажњу посвећује квалитету животне средине. Реч је о аналитичком, теренском, кабинетском и синтезном процесу којим се утврђују предности и недостаци једног планинског простора за савремени туризам. Уз то, дефинишу се реални капацитети планина за одговарајуће врсте туризма, не само у целини, већ по годишњим добима и месецима у зависности од вегетације, снежног покривача, стања животне средине, законске регулативе, посебно значајне за планине националне паркове и друге облике заштићености.

Географија полази од чињенице да ширење туризма према вишим деловима планина тражи нови природни оквир. То значи да нису довољне само планине национални паркови, природни паркови и резервати у њима, већ животни простор планина у целини. Сасвим је јасно да квалитетног простора има све мање, јер индустријализација и урбанизација напредују брзо, а врсте оштећења планинског простора постају све бројније. У том смислу, добро очуване планине добијају посебну вредност на туристичком тржишту. Из тог аспекта се намеће потреба интензивнијег проучавања еколошких односа и процеса на планинама. Поред ставова да савремени туризам претвара планине у туристички рај, тиме што чува и унапређује њихову природу, има и таквих који потенцирају негативне ефекте туризма на планинама на којима је он неорганизован или недовољно добро организован. Наравно, тачна је чињеница да животна вредност планинског простора има све мање. Самим тим, нема га довољно ни за потребе туризма, јер он тражи изворну природу и просторе добро очуваних екосистема, биљних и животињских заједница, сликовитих неурбанизованих насеља, руралну средину са низом производа који носе обележје географског порекла (Павић Р., 1987).

Концепт туристичког вредновања планина мора да обухвати три методолошки и садржајно различите фазе обраде. Прво, поједине планине нису довољан оквир туристичке валоризације, те се морају посматрати и валоризовати са укупним потенцијалима дате регије. То указује на потребу уважавања елемената, фактора, појава и процеса од значаја за целовит регионални обухват. Тамо где је извршена адекватна валоризација планинске регије у односу на поједине планине, могуће је формирати богатију понуду и садржајнији боравак. Тиме се истовремено проверавају и усаглашавају заједнички циљеви и потенцирају услови трајног очувања и коришћења природних и створених вредности планинског простора. После овако спроведеног поступка, следи детаљна туристичка валоризација. Она представља другу фазу научне обраде. Уважава специфичне услове и начине коришћења планина за потребе туризма, дефинише сврхе, обим и временску дистрибуцију туристичког промета и одређује оптималне капацитете појединих локација, планине у целини и планинске регије, као завршног оквира. У наставку изучавања и планирања за потребе праксе, утврђују се

практике, utvrđuju se sadržaji turističkih aktivnosti kao i obim i vrste smestaјnih i ugostitelјskih kapaciteta, zakључno sa prateћom infrastrukturom i supраstrukturom. Sve aktivnosti na јednom lokalitetu i na јednoj planini treba povezivati u sistem turističke regije (Stanковић M. S., Nikoliћ S., 1998).

Природном и друштвеном компонентом, дугом традицијом и специфичним теренским и кабинетским методама изучавања простора, географија је позвана и предодређена да се бави туризмом уопште, а самим тим и туризмом на просторима који су због посебних вредности законом заштићени. Географске основе туризма су бројније и разноврсније него што се то на први поглед чини. Прави смисао добијају када се интерпретирају кроз географску условљеност природних и антропогених туристичких вредности, међусобно спајање и прожимање простора, његове зоналне и азоналне елементе, синхроне и асинхроне појаве и процесе. Када је реч о туризму, онда се у исту раван морају стављати иницијатива и рецептива, као два пола једне целине, која у себи укључује природне вредности са наглашеним геоморфолошким, климатским и биогеографским атрибутима привлачности (Stanковић M. S., 1992).



Слика 3. Црква манастира Свети Никола у Соколским планинама.

За utvrđивање туристичке вредности једне планине или једне планинске регије, најважнији је објективни квалитет који се субјективно доживљава и цени. Због тога истичемо да је туристичка валоризација трајан процес процењивања, класификовања и рангирања туристичких вредности. На примеру планина то је јасно наглашено, јер је реч о поливалентним и полифункционалним вредностима са бројним међусобним директним, индиректним и повратним спрегама, наглашеним зоналним и азоналним елементима, уређеношћу и стохастичношћу. За усаглашавање ставова око туристичке вредности једне планине, потребно је уважавати корисност, реткост и уложени рад.

Корисност је особина планине или планинске регије, да може да задовољи неку туристичку потребу човека (рекреативну, здравствену, спортску). „Дакле, корисност ресурса је доста релативан и широк појам. Сваки ресурс мора имати одређене атрибуте и карактеристике (клима, рељеф, вегетација, знаменитост, лепота, рекреативно-туристички потенцијал, историјски значај) који су у стању да задовоље нечије потребе, било физичке, културне, психичке, интерперсоналне, статусне и

престижне или неке друге. Неки ресурси задовољавају већи број потреба, неки мањи, али нема универзалних туристичких ресурса који су у стању да задовоље све туристичке потребе свих потенцијалних туриста” (Чомић Ђ., 1990).

Реткост се у процесу вредновања посматра у смислу куриозитет, екземплар, неумноживост објекта или појаве, ендемичне и реликтне врсте, препознатљивост и непоновљивост у времену и простору. То потенцира став да онога чега има мало или је сведено на ограничени планински простор, има посебну вредност на туристичком тржишту.

Од интереса је и **количина уложеног рада**, јер иста ставља објекте у функцију туризма, повећава им вредност и омогућује одвијање више врста туристичких кретања. Реч је о уређеним, законом заштићеним пећинама, спомен комплексима, али и о размножавању и прихрањивању дивљачи, изградњи саобраћајница, трасирању стаза за потребе планирања и слично. Наравно, превише инфраструктурних и супраструктурних објеката на простору заштићених добара и у њиховом непосредном окружењу, није пожељно, јер представља негацију сама себи. Унетим објектима се не сме тако и толико променити простор да се његове основне еколошке одлике не могу препознати. Најбоље је оно опремање планинског простора и најуспешнија она туристичка валоризација, која најмање ремети првобитно стање животне средине. „Будући да је туризам за многе животно важан – и за оне који путују и за оне којима се путује – ваља следити позитиван циљ и заузимати се за путовања. Али то се може чинити чисте савести само ако се туризам измени, ако се поправи. Наша је анализа јасно показала: овако као досад даље више не иде. Сви који живе као туристи и који живе од туризма морају то увидети и прихватити нову лествицу вредности. Требало би развијати и унапређивати облике туризма који би доносили највише користи свим учесницима – туристима, њиховим домаћинима, туристичким предузећима – а да то не буде повезано с неподношљивим неповољним последицама, посебно еколошким и друштвеним” (Крипендорф Ј., 1986). Такве облике туризма још нисмо пронашли. Прави путоказ ка њима може се остварити сврсисходном и научно основаном валоризацијом, при чему друштво и држава морају деловати синхронизовано, доследно и на дуже стазе.

Елементи валоризације

При туристичкој валоризацији планина потребно је оцењивати бројне и различите елементе, појаве и процесе. Већи број анализираних елемената води правилнијој валоризацији, јер се добија реалнија слика простора и методом компарације јасно исказују предности и недостаци.

Географски положај се исказује кроз географску дужину, географску ширину, надморску висину, степен континенталности и степен маритимности. На то се надовезују особености туристичког положаја, којим се исказују односи контрактивне зоне планине и дисперзивне зоне градова, гушће насељених равница и индустријских регија у којима се формира туристичка потреба становништва. Методом пондера изражава се вредност положаја према путевима, железничким пругама, пловним рекама, линијама поморског саобраћаја и аеродромима. Од интереса је и положај према другим туристичким вредностима. При томе се уважава чињеница да се већи број сличних планина на малом простору испољава као међусобна конкуренција, а постојање већег броја других вредности (река, језеро, водопад, црква, манастир, пећина) доприноси повећању туристичке вредности планине, јер омогућује садржајнији боравак и богатију понуду.

Саобраћајни положај се оцењује не само према броју и квалитету саобраћајница, већ и према њиховој пропусној моћи и фреквенцији у различитим временским условима. На основу саобраћајног положаја и мреже саобраћајница, дефинишу се функционални елементи планине (транзит, дисперзија, подударање доласка и одласка, неподударање доласка са одласком). Оценом географског положаја и саобраћајне повезаности планина (или појединих центара планинског туризма) могуће је успоставити следеће односе:

Повољан положај планине и њена одлична саобраћајна повезаност са матичним местима, једнако је развијен туризам.

Неповољан положај планине и добра саобраћајна повезаност са матичним местима, индикатор је туризма у развоју.

Неповољан положај планине и лоша саобраћајна повезаност са матичним местима, указује на неразвијен туризам.

Повољан положај планине према изворима туристичке тражње и лоша саобраћајна повезаност, индикација су неразвијеног туризма. Овакво стање најчешће је последица мале туристичке вредности планине, те ка истој нема прометнијих саобраћајница (Станковић М. С., 2000).

Генетски тип планине од значаја је за изглед пејзажа. По правилу, веначне планине једноличније су од громадних. Вулканске имају својство куриозитета и условљавају појаву термоминералних извора, те се намећу полифункционалношћу. На ово се надовезује анализа геолошког састава и истичу морфолошке особености. У основи планине су сложене геолошке грађе и разноврсних морфолошких карактеристика. Комбинација више врста стена доприноси разноликости планине, што са аспекта туризма има повећану вредност. За разлику од тога, планине једноличне геолошке грађе теже је валоризовати. При томе, кречњачке планине представљају извештај изузетак, јер обилују специфичним површинским и подземним мезо и микро облицима рељефа, од којих пећине условљавају развој спелеолошког туризма. При томе су од значаја просторни контакти кречњачких и вододрживих стена дуж којих се јављају извори, изворски низови и врела, често пресудног значаја за решавање проблема водоснабдевања. Уколико су контакти тектонски предиспонирани, често условљавају појаву термалних и термоминералних извора од значаја за развој бањског, здравствено-лечилишног туризма, што вишеструко повећава вредност планинског и субпланинског простора.

Величина и успон планинске масе представља однос између висине и површине планине. Две планине исте висине никада немају и исту површину. По правилу већу туристичку вредност имају широке, плећате планине у односу на стрме, које погодују алпинизму. На првој групи планина могућ је већи избор локација за различите туристичке потребе, лакша је изградња саобраћајница и мања опасност од елементарних непогода. Објекти за боравак туриста граде се до највиших врхова, јер је процес аклиматизације туриста једноставан. На другој групи планина, избор локација је ограничен, разлике између присојних и осојних падина су изразите, елементарне непогоде често катастрофалне, изградња саобраћајница отежана, а локације објеката за боравак туриста углавном сконцентрисане у подножје. На првим планинама могуће је издвојити стрме, благе и ступњевите падине, на другој само стрме падине. Морфологија има пресудан значај за лоцирање саобраћајница и објеката.

Индивидуалност планине је њено својство да личи или не личи на планине у суседству. Индивидуалност у смислу особености, познатости и препознатљивости планине оцењује се у односу на окружење. По површини и висини незнатне, планине Војводине, Фрушка гора и Вршачке планине, вишеструко су препознатљивије на

туристичком тржишту од виших и пространијих планина какве су Кучајевица, Прекорница, Троглав, Руј, Селићевина, Звијезда и друге.

Поливалентност планине је њена разноврсност, као основа туристичке вредности. Последица је начина постанка, еволуције, комбинације унутрашњих и спољашњих агенаса у моделовању рељефа. Дobar пример поливалентне планине је Дурмитор. Изграђен је од кречњачких стена, пешчара, флиша и пробоја магматских творевина. Тектонски је уздигнут до 2523 m. Има централну планинску масу и две готово симетричне површи у које су усечене кањонске долине Пиве, Таре, Комарнице, Сушице и Буковице, дубоке од 800 до 1300 m. Дурмитор је комбинација крашких, глацијалних, мразно-снежаничких, солифлукционих, тектонских, флувијалних, абразионих, денудационих и антропогених облика рељефа. Све то чини га јасно препознатљивим на туристичком тржишту. Уосталом, реч је о националном парку и објекту светске природне и културне баштине са листе УНЕСКО.

Хоризонтална и вертикална рашчлањеност планинског рељефа у процесу туристичке валоризације анализира се на основу теренског и картографског увида у број, величину и значај нормалних речних долина, клисура, кањона, речних тераса, подова, површи, превоја, повија, видиковаца, била, коса и остењака. Уз то, морају се истраживати и оцењивати присојне и осојне падине. Прве су сунчаније, топлије и сувље од других. Погодују изградњи смештајних капацитета. За разлику од њих, на осојним се уређују скијашке стазе, јер се на њима снег дуже задржава.

Биљни и животињски свет планина од изузетног је значаја за туристичку валоризацију, јер представља и директну и индиректну туристичку вредност. Валоризацијом се оцењују значај вегетацијских појасева, флористички састав, проценат ендемичних и реликтних врста, очуваност шумских, пашњачких и ливадских екосистема, квалитет и бројност ловне дивљачи, организованост ловишта, могућност фото-сафарија, организација водичке и ловочуварске службе, висина таксе за одстрел и слично. У вези са биљним светом је стање ерозије на планинама, као ограничавајући фактор развоја туризма. Ерозијом захваћени терени класификују се на линеарне, браздасте, јаружасте и процес посматра у развоју. Точила, сипари, плавине, вододерине, бујични токови, умањују туристичку вредност планине.

Хидрографски објекти на планинама су бројни и разноврсни. На различите начине уткани у простор, основа су живота и често најмаркантнији и најпрепознатљивији садржај простора, изванредно захвалан за туристичку пропаганду. Валоризацијом се обухватају извори, изворски низови, крашка врела, минерали, термоминерални, гасни и радиоактивни извори. Рангирање и оцењивање обухвата постојаност, издашност, приступачност, температуру, хемијски састав и лековита својства. Међу текућим водама значајни су потоци и реке са каскадама, слаповима, брзацима, водопадима и циновским лонцима. Дефинишу се сектори и места погодна за спортски риболов и прати квалитет воде. Посебну вредност неким планинама дају језера. Она се уважавају као извори водоснабдевања и површине погодне за спортове на води. Уз то, потребно је наглашавати естетику планинског простора са ледничким језерима, у чијим се мирним површинама огледају околни врхови и простор на посебан начин умножава.

Климатске одлике планина у смислу туристичке вредности истражују се и валоризују преко основних климатских елемената и фактора. Уважава се аеротермички градијент, тј. појава да са порастом надморске висине температура ваздуха правилно опада. Ово омогућује израчунавање вредности и за највише делове планина на којима нема метеоролошких осматрања. Од значаја је кондензациони ниво, тј. температура тачке росе. Са порастом надморске висине количина падавина на планинама се најпре повећава, а затим смањује. У том смислу дефинише се и припадност одређеном плувиометријском режиму, тј. расподела годишње количине падавина по

месецима и годишњим добима, што је од посебног значаја за валоризацију планина. На ово се надовезују ефекти фенских ветрова и дефинисање простора са повременим појавом температурне инверзије. Депресије, увале и крашка поља на планинама по правилу нису погодна за туристичко активирање.

Савремена туристичка валоризација мора посебну пажњу поклањати биоклиматским елементима. Отежавајућу околност за истраживања представља недостатак конкретних података, јер се исти бележе само на метеоролошким станицама вишег реда, а таквих је на планинама мало или их уопште нема. Еквивалентна температура представља однос температуре и влажности ваздуха и изједначава се са температуром влажног термометра на метеоролошкој станици. Еквивалентно ефективна температура је сложен однос температуре ваздуха, његове влажности и брзине ветра. Еквивалентно ефективна радијациона температура обухвата температуру ваздуха, његову влажност, брзину ветра и сунчеву радијацију. Наведени биоклиматски елементи од значаја су за хелиотерапију, под којом се подразумева лечење сунчањем, односно боравак на отвореном простору. То је истовремено основа за одређивање моћи сушења и моћи хлађења.

Моћ сушења је пропорционална температури ваздуха, а обрнуто пропорционална његовој влажности. Моћ хлађења је пропорционална температури ваздуха и радијацији, а обрнуто сразмерна влажности ваздуха и ветру. То значи да ће се ознојени туриста или планинар брже осушити ако је температура ваздуха виша, а влажност ваздуха мања. Ако је температура ваздуха ниска, а његова влажност повећана, лако долази до преклађивања. У том смислу дефинишу се дани комфора, тј. одређује време када су климатски услови најповољнији за дуг боравак на отвореном простору. Тип климе дефинише се и у пропаганди истиче као субпланински (седативни) и планински (стимулативни), а типови времена као циклонални (нестабилно време са падавинама), антициклонални (стабилно време без падавина), адвективни и конвективни са локалним непогодама. Типови времена израчунавају се у зависности од кретања ваздушних маса, а оне се деле на топле, хладне, суве и влажне и показују извесну правилност током времена над једном планином или планинском регијом.



Слика 4. Хотел „Копавник“ крај села Брзеће на Копавнику.

Антропогене туристичке вредности на планинама од посебног су значаја за њихову комплексну валоризацију. Изучавају се, класификују и оцењују по времену постанка, стилској и цивилизацијској припадности, функцијама у прошлости и данас, естетским, знаменитим ознакама, степену очуваности, традицији, величини и слично. Археолошке, споменичке, амбијенталне, етносоцијалне и манифестационе вредности, појаве, процеси и догађаји на планинама доприносе обogaћивању садржаја туристичког боравка. Условљавају излетничка, културна, спортска и манифестациона туристичка кретања и користе у средствима туристичке пропаганде и као инспирација за израду сувенира.

Посебно се уважавају и проучавају планинска **сеоска насеља**. Она су не само предмет интересовања туриста, већ и могући снабдевачи туристичких објеката низом производа. У том смислу процењују се положај, саобраћајна повезаност, тип и величина сеоског насеља, аутентичност етнографских елемената, број кућа и домаћинства, техничка опремљеност домаћинства и спремност да се баве туризмом као допунском делатношћу.

Туристичка валоризација планина посебно је сложена када су у питању планине национални паркови. У нашој земљи су то Фрушка гора, Копаоник, Тара, Шар планина, Дурмитор, Бјеласица и Ловћен. Предодређене и законом заштићене да би очувале изворност животне средине, препознају се по одређеним зонама заштите и намене. У такве спадају зоне темељне заштите, зоне умерене заштите природе, специјалне зоне флористичких и фаунистичких реткости, природњачке истраживачке станице, зоне за рекреацију, зоне мешовите намене, зоне споменичких туристичких вредности, станишта реликтних и ендемичних врста и слично. Све то доприноси сложености туристичке валоризације, при чему нема уопштавања. Свака планина национални парк и сваки заштићени простор у сваком од њих има низ еколошких особености од којих се мора полазити и којима се мора саглашавати процес туристичке валоризације са садашњег и перспективног становишта (Станковић М. С., 2002).

Из света ка Србији

Низом својих редовних и ванредних активности, бројне владине и невладине организације у низу земаља, туризму посвећују посебну пажњу. У вези са тим је чињеница да је Генерална скупштина ОУН, својом Резолуцијом 53/200 од 15. децембра 1998. године, прогласила 2002. годину Међународном годином екотуризма, а Резолуцијом 53/24 од 10. новембра 1998. године прогласила 2002. годину Међународном годином планина.

У вези са тим, а уважавајући чињеницу да је екотуризам нераскидиви део планинског туризма, Светска туристичка организација и Програм Уједињених нација за животну средину, преузели су водећу улогу у координацији активности које доприносе развоју екотуризма и заштити планина. Од значаја су покушаји дефинисања екотуризма, под којим се подразумевају следеће активности и ставови: „ 1. Сви видови туризма који се заснивају на природи, у којима је основна мотивација туриста посматрање и уважавање природе, као и традиционалних култура које преовлађују у тим природним подручјима. 2. Садржи образовне и аналитичке карактеристике. 3. У принципу, али не искључиво, организују га мале групе, мала, локална предузећа. Страни оператори различитих величина такође организују, воде и/или продају екотуристичке туре, обично за мале групе. 4. Минимизира негативне утицаје на природно и социо-културно окружење. 5. Поддржава заштиту подручја природе стварајући економске користи за локалне заједнице, организације и органе управе који руководе подручјима природе са циљем њиховог очувања, обезбеђујући алтернативну запосле-

ност и могућност остваривања прихода за локалне заједнице, повећавајући свест о очувању природе и културних богатстава и међу становништвом и међу туристима” (Група аутора, 2001, страна 123).

Међународна година екотуризма и Међународна година планина прилика су за заузимање позитивних ставова по питању даљег развоја туризма у свету, а самим тим и код нас. Из општег ка конкретном, идеје, програми, прогласи, смернице и акције, морају се прилагођавати националној и локалној средини, традицији и савременом политичком, друштвеном и привредном стању. Ово и због тога што се туризам у свету већ више деценија убрзано развија, а код нас у протеклој деценији увелико стагнира. Године 2000. укупан број страних туриста у свету достигао је 698.300.000. То је било 7,4% више него годину дана раније. На туристичким путовањима изван своје земље, туристи су 2000. године потрошили 476 милијарди америчких долара. Бројке показују да је у међународном туризму свакога дана учествовало 1.913.000 људи, који су дневно трошили по 1,7 милијарди долара. Како су у односу на стране туристе, они који туристички путују у оквирима својих земаља, од 3 до 4 пута бројнији, закључујемо да у савременим туристичким кретањима данас учествује једна четвртина човечанства. Како се значајан део наведеног промета остварује у центрима планинског туризма, исти имају све већи значај.

Србија има Закон о туризму из 1994. године, који је измењен и допуњен 1999. године. Пажња туризму посвећена је и у Просторном плану из 1995. године. Почетком 1999. године усвојена је Стратегија развоја туризма до 2010. године. Чини се да је потребно јасније, конкретније и брже прилагођавање Европи и свету, јер „независно од постојећих нормативних предуслова за развој туризма, треба посебно указати на чињеницу да је у раздобљу од 1989. до 2000. године деловањем унутрашњих и спољашњих чинилаца ван сфере туризма дошло до битног умањења туристичког промета, посебно иностраног, као и до драстичног смањења девизног прилива од туризма. У односу на 1989. годину, у 2000. години је забележено смањење укупног туристичког промета за 47,9%, од чега домаћег за 37,8%, а иностраног за 82,9%. Девизни прилив од туризма је у раздобљу између 1990. и 2000. године смањен за 93,6%. Уколико ове податке упоредимо са већ наведеним кретањима обима туристичког промета и девизног прилива у истом периоду у свету биће јасно уочљиве размере нашег заостајања у односу на глобалне тенденције” (Група аутора, 2001, страна 15).

Општи циљ развоја туризма на планинама проистиче из ставова који су дати у Агенди за туристичку привреду. Реч је о свеобухватном програму активности којим се утврђују односи животне средине и даљег развоја, јер туристичка привреда има интерес да штити природна и културна добра и да их на најбољи могући начин валоризује. Као највећа светска привредна грана, туризам има могућност да постигне суштинска побољшања у области окружења и друштвено-економских односа, и тиме значајно допринесе одрживом развоју заједница и земаља у чијем оквиру делује. Усклађена активност влада и свих грана привреде ће бити потребна у циљу остваривања ове могућности и обезбеђивања будућег дугорочног развоја. Посебно се наглашава значај туризма у планинским просторима, за који се каже да мора бити тако концептиран да не угрожава животну средину, јер биолошка разноврсност планина и друге вредности морају бити очуване (Група аутора, 2001).

Из општих циљева и светских искустава, произилазе конкретни задаци. Они су дефинисани на следећи начин:

- Установљавање садржаја постојећих законских и економских оквира за развој планинског туризма, уз добровољност прихватања идеја планираног развоја.
- Установљавање економских, еколошких, друштвених и културних утицаја који произилазе из пословања организација из домена туризма.

– Образовање свих учесника у туристичким кретањима, обука за одговарајуће послове и повишавање опште друштвене свести о значају планинског туризма.

– Припрема и примена ефикасних планских мера коришћења планинског простора, тако да се то остварује са минимумом негативних еколошких утицаја и поремећаја вековима успостављане равнотеже.

– Размена позитивних искустава са центрима и земљама развијеног планинског туризма.

– Настојати да се све друштвене групе на себи примерен начин укључе у позитивне токове развоја планинског туризма.

– Осмишљавање нових садржаја туристичког боравка на планинама у сарадњи са локалним туристичким и другим привредним и друштвеним, владиним и невладиним организацијама и покретима, уз богатију понуду производа са географским покретом.

– Стално праћење стања у остваривању постављених задатака, који морају почивати на реалној основи и провереним еталонима.

– Развијати пословно партнерство са комплементарним делатностима и институцијама, како би се олакшало пословање и привређивање.

– На све могуће начине смањивати отпадне материје, настојати на смањењу утрошка сировина уз повећање квалитета готових производа, материјала који одлазе у атмосферу или се пуштају у водене токове.

– Посебну пажњу посвећивати резервама чисте воде. Изворе, врела, реке и језера користити ефикасно и исправно.

– Смањивати количину отпадних вода како не би био угрожен биљни и животињски свет, а самим тим и човек.

– Производе који садрже потенцијално опасне материје заменити онима који нису опасни по човека и животну средину.

– Смањивати и строго контролисати количину штетних гасова које у атмосферу избацују све бројнији аутомобили.

– У развојне пројекте туризма на планинама укључити локално становништво, пробудити његов позитиван интерес за догађања на планинама у вези са туризмом и угоститељством.

– Све пројектантске и оперативне радове изводити тако да не угрожавају животну средину планина, већ истима их тако прилагодити да одражавају традицију и етнографска обележја.

– Стварати такве партнерске односе свих заинтересованих за планински туризам, који ће елиминисати конкурентност и колизије и водити ка кооперацији и комплементарности (Група аутора, 2000).

Реалност и опасност

У низу земаља које се истичу туристичком рецептивом, неке локалне, регионалне и националне организације, а на светском нивоу неке међународне асоцијације, придају извесну пажњу савременим настојањима развоја одрживог планинског туризма. Ово због тога што је многим јасно да изворног, добро заштићеног и унапређеног планинског простора потребног за растућу туристичку потражњу, нема довољно. Наглашава се еколошки приступ проблему. Наглашава се да због удела у оствареним приходима и запослености, туризам мора предузети одговорност за очување планинског простора. „Због тога се пред туристичку привреду и све институције у области туризма поставља задатак успостављања, пре свега, одрживог и одговорног развоја у

циљу очувања свих битних вредности окружења, као дела туристичког производа, и постизања неопходне равнотеже у којој задовољавање садашњих потреба туриста неће угрозити задовољавање потреба будућих генерација” (Група аутора, 2000, страна 5).

Заснован на еколошким принципима, савремени планински туризам, подразумева нов начин понашања људи на туристичким кретањима. Наглашава се потреба за већим степеном хуманости и праведности, духовно обогаћивање личности уз сврсисходан и плодотворан однос према природним и створеним вредностима на планинама. Наравно, концентрисањем пажње само на планински екотуризам не могу се изразити огромни потенцијали туризма као делатности у експанзији. Из тога произилази закључак да је потребно туристичка кретања у свим видовима и на свим местима посматрати са становишта одрживости и планске перспективе.

Туризмом на планинама (а и уопште) потребно је развијати онако и онолико колико домаћем становништву доноси праве приходе на дужи рок. „Сви који живе као туристи и који живе од туризма морају то увидети и прихватити нову лествицу вредности. Требало би развијати и унапређивати облике туризма који би доносили највише користи свим судионицима – туристима, њиховим домаћинима, туристичким предузећима – а да то не буде повезано са неподношљивим неповољним последицама, напосе еколошким и друштвеним. И као што је већ речено досад нисмо ни тражили, ни пронашли, а камоли остварили такве облике” (Крипендорф Ј., 1986., страна 106).

Развој планинског туризма, заснованог на еколошким принципима, сигурно неће бити ни брз, ни скоковит, а наравно, ни свуда подједнак. Чини се да ће се развијени развијати још брже, а неразвијени за првима и даље јасно заостајати. Уколуко надлежне привредне и друштвене организације из домена туризма не буду радиле плански и на дужи период, уз доследно уважавање локалног, традиционалног, географског и националног, успеха неће бити. Има схватања да је потенцирање развоја екотуризма, који подразумева и планински туризам, још један налет развијених на природу неразвијених, да то може бити угрожавање биодиверзитета осетљивих планинских пространа и наношење великих штета локалним заједницама. Исувише често су међународне агенције користиле Југ за лоше вођење и потпуно деструктивне развојне експерименте и ми се противимо идеји да Међународна година екотуризма послужи као инструмент за експеримент, јер је вероватно да ће изазвати више штете него користи, да је много тога што произилази као екотуризам створено да донесе корист улагачима, ојача специјалисте у области управљања и очара туристе, а не да повећа економско, социјално и еколошко здравље заједнице која прима туристе (Група аутора, 2001).

Сасвим је сигурно да ће мултинационалне компаније из домена туризма наметати своје идеје и ставове. Питање је колико и како им се остали учесници у туризму могу супроставити. Из тога проистичу питања реалности и опасности у домену туризма, јер је исти готово свуда сведен на профит и зараду, по систему што брже то боље, што више то корисније.

ЛИТЕРАТУРА

- Васовић М., (1985): **Регионална географија**. Издавачка радна организација „Рад”, Београд.
 Васовић М. и Ловичић Ж., (1982): **Важније тургистичко-географске регије Европе**. Издавачка радна организација „Рад”, Београд.
 Група аутора (2000): **Одрживи и одговорни развој туризма у XXI веку**. Туристичка организација Србије, Београд.

- Група аутора (2001): **Одговорни и одрживи развој туризма**. Центар за одговорни и одрживи развој туризма ЦЕНОРТ, Београд.
- Крипендорф Ј. (1986): **Путујуће човјечанство**. Свеучилишна наклада „Либер” и Завод за истраживање туризма, Загреб.
- Крстић Б. (1982): **Човјек и простор**. „Свијетлост”, Сарајево.
- Младеновић Т. (1984): **Висинска структура рељефа земљишта у СФР Југославији**. Зборник радова Војногеографског института, Београд.
- Павић Р. (1987): **Туризам, екологија и простор**. „Туризам и простор – еколошки аспекти конфликтних ситуација”, Институт за туризам, Загреб.
- Станковић М. (1998): **Туризам и простор – комплементарност и колизије**. „Туризам”, књига 2, Институт за географију ПМФ, Нови Сад.
- Станковић С. (1980): **Планински туризам Југославије**. „Туризмологија”, књига 11, Виша туристичка школа, Београд.
- Станковић С. (1992): **Савремени задаци туристичке географије**. Гласник Српског географског друштва LXXII/2, Београд.
- Станковић С. (1993): **Планине као предмет туристичке валоризације**. Географски годишњак, књига 29, Подружница Српског географског друштва, Крагујевац.
- Станковић С. и Николић С. (1998): **Туристичка валоризација заштићених природних добара Србије**. „Заштита природе”, књига 50, Завод за заштиту природе Србије, Београд.
- Станковић С. (2000): **Туристичка географија**. Универзитет у Београду, Београд.
- Станковић С. (2002): **Туристичка валоризација планина**. Еколошка истина, књига X, „Тимок”, Зајечар.
- Чомић Ђ. (1990): **Неки теоријски и практични аспекти туристичке валоризације**. Туризам, број 6, Туристички савез Хрватске, Загреб.

STEVAN M. STANKOVIĆ

Summary

MOUNTAIN POTENTIALS IN AID OF TOURISM

Several mountain tourist regions have become known in this country and abroad. The best effects of mountain tourism are attained by proper valorization of natural and antropogene mountain potentials. Numerous organizations and tourist companies pay special attention to mountain tourism. As the year of 2002 has been proclaimed the International Year of Eco-tourism, it is necessary to investigate them further and better and to get to know the specificities of mountain tourism.

In the world, mountain tourism started to develop more intensively in the XIX century in the Alps. Jean Jack Ruseau introduced this idea with his work "Return to nature". To this day mountain tourism is developed the most in the Alps. In Serbia it is developed on Kopaonik, Zlatibor, Tara and Divčibare.

Tourist valorization of mountains is the subject of investigations of several scientific disciplines. It starts from the fact that there is not enough quality mountain space for growing needs of tourists. That is way the development of mountain tourism depends on the degree of preservation of the mountain environment. Tourist valorization of mountain evaluates the usefulness, rarity, labor invested, geographic position, tourist position, transportation, generic mountain type, size and ascent of mountain mass, polyvalence, horizontal and vertical separation of the relief, flora and fauna, hydrographic objects, climatic and bio-climatic properties, anthropogenic objects and recognizable features of the tourist market.

Mountain tourism should be developed in the way and to the extent that it gives the local community proper income in a long term period. However, reality is often different. Multinational companies, which dictate and create modern tourist flows, in quest for higher profit, often do not have this in mind, as for them tourism is a question of profit. Modern mankind, government and non-government organizations must fight against this.