

## КРИТЕРИЈУМИ ТУРИСТИЧКОГ УРЕЂЕЊА ПРОСТОРА

### THE CRITERIA OF TOURISM SPATIAL PLANNING AND DESIGN

Вук Гарача\*, Гордана Јовановић\*, Лолита Пејовић\*

**РЕЗИМЕ:** Туристичко уређење простора је планска дјелатност, усмјерена на планирање, стварање и управљање простора, испуњеног објектима, услугама и кадровима намијењених туристима, односно разрјешењу туристичке потребе. Туристичко уређење простора се односи на три сегмента туристичког производа: простор, услуге и кадрови, без којих би туризам, као социо-економски феномен престао да постоји и изгубио сваки смисао. Аспекти туристичког уређења простора у потпуности и недвосмислено репрезентују сва три сегмента туристичког производа, указујући на смисао и задатке туристичког уређења простора. Предмет овога рада јесу критеријуми туристичког уређења простора и само туристичко уређење, као свјесна и планска активност. Задаци рада су везани за упознавање, дефинисање и анализу сваког појединачног критеријума туристичког уређења простора. Циљ рада јесте да се покаже значај туристичког уређења простора као дјелатности, кроз постојање јасно дефинисаних критеријума туристичког уређења простора.

**Кључне речи:** туризам, простор, уређење, критеријуми, објекти, услуге, кадрови

**ABSTRACT:** Tourism spatial planning and design is an organized activity, focused on planning, creation and management of space, filled with objects, services and personnel, all intended for tourists and the satisfaction of their needs. Tourism spatial planning and design refers to three segments of a tourist product: space, services and personnel. Without them, tourism, as a socio-economic phenomenon, wouldn't exist and would lost its meaning. Moreover, the aspects of tourism spatial planning and design represents by all means, each of the three segments of a tourist product mentioned above, indicating the meaning and the tasks of tourism spatial planning. Therefore,

\* Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департаман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, Нови Сад; [www.dgt.uns.ac.rs](http://www.dgt.uns.ac.rs)

*the subjects of this paper are the criteria of tourism spatial planning and the planning itself, as a conscious and planned activity. The tasks of the paper refer to the recognition, definition and the analyses of each criteria of tourism spatial planning and design. Finally, the aim if the paper is to point out the importance of tourism spatial planning and design as an activity, using its clearly defined criteria.*

**Key words:** *tourism, space, planning, criteria, objects, services, personell*

## УВОД

Туризам има велику улогу и значај за афирмацију природних вриједности, али туристичку физиономију све више добијају и географски елементи културног наслеђа и стваралаштва у простору (Мариноски, 1998). Као савремени социо-економски феномен, туризам представља велики фактор, односно агенс трансформације простора (Јовичић, Ивановић, 2006; Чомић, 2005; Томка, 1998, Чомић, 1998). У том смислу, туризам као агенс глобалних размјера, утиче на трансформацију географског простора. Под његовим утицајем рецептивни простор се све интензивније мијења, добијајући специфичну туристичку физиономију. Туризам има моћ да сваки потенцијално атрактивни простор, који је претходно био, из различитих разлога, недоступан учини доступним за туристе. На тај начин туризам као фактор просторног преображаја има велику улогу (Чомић, 2005). Туризам се на исти начин спомиње и када је ријеч о дефинисању туристичке регије, гдје се, поред осталог каже да је физиономија туристичке регије посљедица туристичке дјелатности (Васовић, Јовичић, 1974; Јовичић, 1980). Специфична физиономија коју туристичка мјеста и регије добијају, као посљедица развоја туристичке дјелатности, настала је у циљу задовољавања растуће туристичке потребе, било културне, рекреативне или комбиноване. Како би та потреба била задовољена на квалитетан начин потребно је да туристички простор буде адекватно планиран, уређен и да чини функционално-просторну цјелину (Јовичић, Ивановић, 2006; Чомић, 2005; Јовичић 1980, Закон о туризму, 2009). То управо значи да простор намијењен туристима мора бити подвргнут мјерама туристичког уређења, као сложене дјелатности и процесу управљања простором на начин који подразумијева ангажовање различитих објеката, кадрова и услуга компонованих, истовремено у пакет туристичког производа дестинације. Како би то било могуће потребно је постојање и активно кориштење различитих аспеката туристичког уређења простора. Закон о туризму из 2009. године (Службени гласник РС, бр. 36/09) активно говори о просторној организацији туризма и различитим видовима туристичких дестинација, при чему наглашава нормативну обавезу постојања појединачних правилника о минималним условима и категоризацији дестинација по врсти туристичке дјелатности за коју се специјализовала. Заједничко свим овим правним актима јесте то што уређују област туризма, инсистирајући на неколико различитих критеријума, који се односе на туристичко уређење простора. Ријеч је о комуналним критеријумима, који су препознати и као минимални за обављање дјелатности, затим техничко-технолишки, који се односе на уређење и опре-

му простора и објеката у том простору, организационо-кадровски, који регулишу област услуга, док се просторни критеријум односи на простор у ужем смислу те ријечи. На овај начин правна регулатива покрива све области туристичког уређења простора, неопходне за настанак интегралног туристичког производа и задовољавање свеукупне и разнолике туристичке потребе.

Предмет овога рада јесу критеријуми туристичког уређења простора и само туристичко уређење, као свјесна и планска активност. Задаци рада су везани за упознавање, дефинисање и анализу сваког појединачног критеријума туристичког уређења простора. Циљ рада јесте да се покаже значај туристичког уређења простора као дјелатности, кроз постојање јасно дефинисаних критеријума туристичког уређења простора.

## ТУРИСТИЧКО УРЕЂЕЊЕ ПРОСТОРА

Туристичко уређење је специфичан вид бављења простором, што произилази из његове намијене (Кицошев и други, 2006). Оно представља свјесну и планску активност, која има за циљ избор оптималног састава објеката и опреме у датом простору на основу спроведене валоризације, а у функцији претходно утврђених обима тражње, понтенцијала понуде и социо-економских циљева друштва (Јовичић, Ивановић, 2006; Кицошев, 1998; Пиха, 1982). У том смислу, туристичким уређењем се максимизирају позитивни, а минимизирају негативни ефекти у простору, чиме се повећава и његова атрактивност. Трансформација простора је посљедица и чињенице да туристи желе пун комфор приликом боравка на одређеном подручју (Чомић, 2005). Туристичко уређење и опремање простора подразумева начин којим се различити туристички објекти и опрема, смјештају на претходно утврђене локације, а које су оптималне, како за инвеститоре, тако и за будуће кориснике услуга које ти објекти пружају. На тај начин, туристичко уређење и опремање простора треба да омогући оптималне услове за одвијање одређених туристичких процеса приликом задовољавања основних туристичких потреба, чиме се омогућује боља експлоатација туристичких ресурса, доприноси побољшању естетског изгледа локалитета и његове функционалности и остварују директни и индиректни утицаји на цјелокупну привреду (Каранфиловски, 1977). Зависно од функције, туристичка опрема, односно елементи дестинације се могу сврстати у неколико категорија: објекти за смјештај и исхрану, опрема за спорт и рекреацију и комунална инфраструктура (Јовић, Роровић, 2006; Јовичић, 2002; Томка, 1998; Laws, 1995; Коен, 1984; Крипендорф, 1982; WTO, 1980; Baud-Vovuy M., 1967).

Каквом ће се опремом и објектима снабдјети одређени простор, зависи од карактеристика и намјене простора, облика туризма, као и врсте и броја туриста. Планирање опреме и објеката у простору намијењених туризму подразумева јасну опредјељеност када су у питању активности које ће се одвијати на датом простору. Туристичка опрема се може смјестити у различите средине, какве су море, планине, бање, културно-историјски објекти или споменици природе. Уколико је атрактивност простора заснована на природним

или културно-историјским вриједностима, утолико се тај простор мора знатно пажљивије опремати новим туристичким објектима и опремом. Нови објекти не смију да засијене основне објекте који су мотив доласка туриста, с тим што се то односи на њихову архитектонску и естетску вриједност, а не на њихов садржај, стандард, комфор и функционалност (Чомић, 2005). Другим ријечима, све што је функционално не мора бити и лијепо, као и обрнуто, али треба тежити да се ова два сегмента доведу у што бољи склад и сразмјер (Гарача, 2005). Тако, туристичка опрема може бити разврстана у двије основне категорије. Прва се односи на опрему која је заједничка свим врстама туристичких мјеста, која задовољава опште туристичке потребе и обезбјеђује основну техничку инфраструктуру неопходну за функционисање простора намијењеног туризму. Друга категорија туристичке опреме се односи на опрему која се налази на посебним локалитетима и користи ресурсе одређеног мјеста и околине за постизање специфичних рекреационих циљева који карактеришу природу мјеста, као што су обалска подручја, планине, рурална и бањска мјеста (Vaud-Vovuy M., Lawson F., 1977).

Иако детаљна и свеобухватна литература о овој области, она потпуно занемарује кадрове као субјекте, такође размјештене у простору, са циљем задовољавања туристичке потребе. У том смислу је очигледно да су објекти у простору ти који се распоређују, уклапају, планирају и туристички уређују, како би чинили јединствену цјелину, како међусобно, тако и са претходно затеченим простором, било да је он природног или антропогеног поријекла. У сваком случају, они заједно морају репрезентовати туристичку понуду, односно средство за остварење туристичке потрошње и мултиплицирање економских ефеката од туризма. Овдје се ипак, мора поставити питање које ће скренути пажњу са објеката плански размјештених у простору, а који дају тако важну и препознатљиву физиономију једном туристичком мјесту. Питање се односи на субјекте који опслужују те објекте туристичких структура, који пружају услуге туристима и који су најнепосредније одговорни за разрешење туристичке потребе. Мисли се дакле, на кадровску поставку једног туристичког мјеста, на људе без којих нити једно туристичко мјесто не би могло обављати своју примарну функцију, јер би дошло до прекида у ланцу међузависности основних категорија туризма. То се односи прије свега на потрошњу при задовољавању било којег сегмента туристичке потребе, гдје би апстраховањем кадрова на услужним, производним и управљачким позицијама туристичке дестинације, туристи остали препуштени сами себи и сопственим снагама, које су дошли да рехабилитују и акумулирају за повратак свакодневном животу и раду у матичном мјесту њиховог боравка. Другим ријечима, основна парадигма туристичких кретања би на овај начин потпуно изостала, а разлог туристичког путовања би био доведен до апсурда.

У складу са претходно реченим, може се поставити нова дефиниција туристичког уређења простора, која би укључила кадрове и услуге у корпус његових дјелатности. Тако би туристичко уређење простора било планска и свјесна дјелатност представљена скупом различитих привредних и непривредних активности, усмјерених на планирање, стварање, управљање и уређење оптималног простора испуњеног инфраструктурним и супра-

структурним објектима, услугама и кадровима намијењених туристима и разрјешавању њихове туристичке потребе, а на основу претходно утврђених обима тражње, понтенцијала понуде, социо-економских циљева друштва и локалне заједнице.

Туристичко уређење простора мора бити то које ће водити и усмјеравати не само простор, него и туризам у том простору. Оно мора бити гранични и упозоравајући фактор развоја туризма, јер када говоримо о туристичком уређењу простора морамо имати у виду да се ради о облику управљања над простором, али и људима у том простору, па слободно можемо рећи да је овдје ријеч о класичном примјеру менаџмента туристичке дестинације.

Предмет туристичког уређења простора је сам простор и све што се у њему налази, а везано је за задовољавање туристичке потребе, а то су:

1. Објекти који омогућују:
  - долазак на дестинацију: (путеви, жељезница, аеродроми)
  - боравак на дестинацији: (хотели, мотели, кампови)
  - исхрану на дестинацији: (ресторани, кафићи, бифеи)
  - задовољавање културних потреба: (позоришта, галерије, музеји, археолошка налазишта)
  - задовољавање рекреативних потреба: (базени, сауне, спортски терени, ски стазе)
2. Кадрови који:
  - креирају производ
  - стварају производ
  - обезбјеђују пренос услуга или производа
3. Услуге које представљају:
  - процес задовољавања културних и рекреативних потреба

## **ТУРИСТИЧКО УРЕЂЕЊЕ ПРОСТОРА У ФУНКЦИЈИ**

### **КОНЦЕПТА ИНТЕГРАЛНОГ ТУРИСТИЧКОГ ПРОИТВОДА**

Претходно разматрање појмовног одређења туристичког уређења простора, као скупа привредних и непривредних дјелатности, које имају за циљ уређење одређеног просторног нивоа до те мјере да он представља заокружен, односно интегралан туристички производ, упућује на чињеницу да се предмет туристичког уређења простора, под којим се подразумејева простор намијењен туристима и све што се у њему налази за потребе разрјешења туристичке потребе, подудар са интегралним функционалистичким концептом елемената туристичке дестинације. Ријеч је о атрактивним, функционалним, материјалним и организационим елементима или мало другачије речено о атрактивним туристичким ресурсима, општој и туристичкој инфраструктури, рецептивним капацитетима за смјештај и рецептивним туристичким услугама. У том смислу, види се јасна веза између дјелатности туристичког уређења простора, туристичке дестинације, њеног заокруженог

туристичког производа и туристе као потрошача тог производа, односно корисника комбинације различитих услуга и производа, који настају и преносе се на њега, а у функцији задовољавања његових културних, рекреативних или интегралних туристичких потреба. У складу са тако сагледаном проблематиком туристичког простора, његовог опремања и уређења, као и његовом намјеном, треба приступити једном новом, интегралном концепту посматрања дјелатности туристичког уређења простора, који обједињује сва три пословна сегмента туризма као савременог друштвеног феномена. То су простор, објекти и кадрови.

Да би један овакав систем настајања туристичког производа функционисао, односно да би менаџмент туристичке дестинације знао како своју дестинацију да унаприједи, а да то при томе има максимално позитиван ефекат на раст квалитета туристичког производа, као и раст квалитета туристичког доживљаја, постоје одређени критеријуми, према којима треба вршити туристичко уређење одређеног простора. Највећи број поменутих критеријума туристичког уређења простора дати су у облику регула, законских и подзаконских аката, чије испуњење, а у зависности од степена испуњености, који је такође прописан, туристичкој дестинацији обезбјеђује одговарајућа права, али и обавезе. Ријеч је углавном о правилницима, којима су прописани минимални услови, као и критеријуми категоризације различитих хијерархијских нивоа туристичке дестинације. У том смислу, постоје правилници који се баве уређењем туристичких објеката, локалитета, туристичких центара, као и туристичких мјеста у ужем смислу, гдје су сви ти правилници засновани на концепту интегралног туристичког производа. То заправо значи да аспекти и критеријуми туристичког уређења простора покривају све конститутивне елементе дестинације, чиме се обезбјеђује затварање круга интегрисаности туристичког производа.

Према томе, треба дефинисати *интегрални концепт* туристичког уређења простора, који се састоји из критеријума туристичког уређења, који би се могли дефинисати као:

- комунални (минимални услови)
- техничко-технолошки
- организационо-кадровски
- просторни

## КРИТЕРИЈУМИ ТУРИСТИЧКОГ УРЕЂЕЊА ПРОСТОРА

Издвојени критеријуми туристичког уређења простора карактеристични су за правне норме и њихов су саставни дио. **Поред Закона о туризму**, најзначајнија нормативна акта, чији су саставни дио поменути аспекти, према просторном обухвату којег регулишу јесу: Правилник о разврставању, минималним условима и категоризацији угоститељских објеката, Правилник о врстама, минималним условима и категоризацији објеката на туристичког туризма на нивоу објекта, **Закон о јавним скијалиштима**, **Закон о бањама**, Правилник о катего-

ризацији туристичких места на нивоу туристичког мјеста, као и Просторни план Републике Србије који даје смијернице за регионални развој.

### **Комунални критеријуми**

Комунални критеријуми туристичког уређења простора представљају минимум услова, који морају бити испуњени, како би се постигао законским актима прописан ниво за бављење одређеном дјелатношћу из широког спектра туристичких дјелатности. Ова групација критеријума туристичког уређења простора треба да обезбиједи минимум квалитета услуга, односно минимум квалитета укупног туристичког производа. Поред тога што је испуњеност ових комуналних критеријума, обавезна за обављање дјелатности, то је најчешће и нулти ступањ категоризације. То значи да сви минимални услови морају бити у потпуности испуњени да би се приступило процесу рангирања унутар исте врсте објеката, који је познат под називом категоризација. Комунални критеријуми туристичког уређења простора се односе на: изградњу, минималне висине просторија, уређење и опремање сходно основној сврси, обавезу прикључења на водовод, канализацију, јавну електричну и телефонску мрежу, односно обавезу обезбијеђења довољне количине хигијенски исправне текуће воде, одлагања чврстих отпадних материја, снабдијевање електричном енергијом, обавезу гријања просторија у којима бораве гости. У опште минималне критеријуме убраја се и обавеза видног истицања врсте, назива и категорије објекта, опремљеност и капацитет санитарно-хигијенским просторијама за госте и запослене, минимална опрема соба, купатила у саставу соба, заједничких купатила и тоалета за госте који користе услуге смјештаја, хигијенско одржавање смјештајних јединица.

### *Техничко-технолошки критеријуми*

Техничко-технолошки критеријуми туристичког уређења простора обухватају критеријуме који се односе на област опремања и уређења простора. Ријеч је, прије свега о одговарајућој туристичкој инфраструктури на нивоу туристичке дестинације. Ту се мисли на постојање различитих објеката, уређаја и опреме у простору, реквизита и мобилијара, чија је намјена туристичка или које туристи чешће користе приликом свог боравка у туристичком мјесту. Када се говори о техничко-технолошким критеријумима туристичког уређења простора, њих је могуће диференцирати у зависности од просторног обухвата туристичке дестинације, односно од тога да ли се ради о туристичком уређењу објекта и локалитета, туристичког мјеста или центра, или је пак ријеч о туристичком уређењу на регионалном нивоу. Могуће је издвојити слиједеће критеријуме које узима у обзир техничко-технолошки аспект туристичког уређења простора:

1. структура простора
2. капацитет простора
3. техничка опремљеност простора
4. технолошка опремљеност

### *Организационо-кадровски критеријуми*

Организационо-кадровски критеријуми туристичког уређења простора третира област услуга и кадрова који су непосредни извршиоци или преносници услуга. Он се прије свега односи на организационо-кадровски аспект пословања и на постојање одређених услужних, производних, као и производно-услужних дјелатности, организација, служби и персонала, затим њихово радно вријеме, стручност и оспособљеност кадрова за обављање одређене дјелатности. Као и код претходних и организационо-кадровски критеријуми туристичког уређења простора може се посматрати од највишег макро, до најнижег микро нивоа туристичког уређења простора. Глобално посматрано, као најважнији општи организационо-кадровски критеријуми туристичког уређења простора могу се издвојити:

1. понуда и асортиман услуга
2. начин пружања услуга
3. радно вријеме пунктова за пружање услуга
4. стручна оспособљеност и изглед особља

### *Просторни критеријуми*

Просторни критеријум туристичког уређења простора односи се на положај и изглед објеката. Ради се о комплексу елемената који укључују микролокациони аспект, саобраћајну повезаност, квалитативну и квантитативну димензију непосредног просторног окружења објекта. Суштина овог критеријума јесте веће стручно ангажовање на плану избора локације, одређење за боље пројектно рјешење, као и других активности које претходе градњи, а такође и на плану одржавања фасада постојећих објеката, хортикултурног уређења и опремања њиховог непосредног окружења. У том смислу можемо навести неке основне просторне критеријуме, које третира туристичко уређење простора:

1. локацији
2. приступ и саобраћајна повезаност
3. спољни изглед
4. уклопљеност у простору
5. општа уређеност простора

## **ЗАКЉУЧАК**

Туристичко уређење простора је једна од главних полуга развоја туризма, кроз директни утицај на промјену физичког простора и његово прилагођавање задовољавању потреба и жеља туриста на одређеном простору. У том



смислу, правна акта из области туризма на најдиректнији начин уређује подручје туристичког уређења простора, таксативно прописујући нормативне регуле, у чијој основи је концепт аспеката туристичког уређења простора. На тај начин су издвојени кључни критеријуми туристичког уређења простора, који у свом окриљу носе десетине елемената, који до детаља разрађују и регулишу област изградње, опремања, услуга, положаја и изгледа простора. Рижеч је о комуналним, техничко-технолошким, организационо-кадровским и просторним критеријумима. Поменути критеријуми туристичког уређења простора су важни и из разлога што су примјениви на свим нивоима којим се бави туристичко уређење простора. Ради се туристичком уређењу на микро нивоу, односно нивоу објекта, мезо нивоу, тј. нивоу туристичког мјеста и на макро нивоу, који се поклапа са регионалним нивоом туристичког уређења простора. Овако систематизовани ови критеријуми показују своју свеобухватност, разрађеност и чињеницу да покривају читав дијапазон елемената, који имају важну улогу у задовољавању туристичких потреба, чиме је у потпуности заокружена теоријска доктрина туристичког уређења простора. Имајући у виду да је доктрина туристичког уређења простора произашла из концепта интералног туристичког производа, онда је потпуно јасно да се примјеном критеријума који су били предмет овога рада, они који планирају и уређују одређени простор за потребе туристичке дјелатности и задовољавање туристичких потреба, постављају темељи интегралности туристичког производа.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Baud-Bovy, M. (1967). *Problemes de planification et d'urbanisme posee par la creation de nouvelles stations de vacances*. Aix-en-Provence: СНЕТ.
2. Baud-Bovy, M. and Lawson, F. (1977). *Tourism and Recreation Development*, Boston: CBI, Publishing Comp.
3. Васовић, М. и Јовичић, Ж. (1974). Важније туристичко-географске регије Европе. Београд: Природно-математички факултет, Рад.
4. Гарача, В. (2005). Утицај савремених процеса на физиономију Новог Сада, са освртом на туризам. Глобус, бр. 30.
5. Закон о туризму, Службени гласник РС, бр. 36/09.
6. Закон о јавним скијалиштима, Службени гласник РС, бр. 49/06.
7. Закон бањама, Службени гласник РС, бр. 67/93.
8. Јовичић, Ж. (1980). Основи туризма. Београд: Научна књига.
9. Јовичић, Д. и Ивановић, В. (2006). Туризам и простор. Београд: Тон ПЛУС.
10. Јовичић, Д., (2002). Менаџмент туристичке дестинације. Београд: Желнид.
11. Jović, G. and Popović, I. (2006). Geographical Aspect of Tourism and Space Interaction. *Geographica Pannonica*, 10.
12. Коен, Е. (1984). Утицај туризма на физичку околину. Туризам Туристичког савеза Хрватске, бр. 11.

13. Кицошев, С. и Дунчић, Д. (1998). Географске основе просторног планирања. Нови Сад: Природно-математички факултет, Департман за географију туризам и хотелијерство.
14. Кицошев, С., Гарача, В. и Ковачевић, Т. (2006). Стање и могућности туристичког уређења Врњачке Бање. Планирање, уређење, заштита бањских и климатских места Србије. Београд: Асоцијациј просторних планера Србије, Географски факултет.
15. Kripendorf, J. (1982). Towards new tourism policies. *Tourism management*, 3.
16. Karanfilovski, D. (1977). A growth of tourism and spatial dispose of the S. R. of
17. Macedonia, *Geography of tourism and regional – spatial planning, Geographica Slovenica*, 5.
18. Laws, E. (1995). *Tourism destination management*, London: Routledge.
19. Мариноски, Н. (1998). Трансформација простора под утицајем туризма у Македонији. *Туризам*, бр. 2.
20. Пиха, Б. (1982). Планирање туризма и свакодневне рекреације у самоуправном друштву. Београд: ПФВ.
21. Правилник о разврставању, минималним условима и категоризацији угоститељских објеката, Службени гласник РС, бр. 41/10.
22. Правилник о врстама, минималним условима и категоризацији објеката туристичког туризма, Службени гласник РС, бр. 69/94.
23. Правилник о категоризацији туристичких места, Службени гласник РС, бр. 37/10.
24. Правилник о ближим условима у погледу простора и опреме које мора да испуњава туристичка агенције која непосредно пружа услуге путницима, Службени гласник РС, бр. 78/09.
25. Просторни план Републике Србије до 2021. године.
26. Томка, Д. (1998). Утицај туризма на трансформацију физичко-географских елемената простора – тема за истраживање. *Туризам*, бр. 2.
27. Чомић, Ћ. (2005). *Туристичка географија*. Београд: Виша хотелијерска школа.
28. Чомић, Ћ. (1998). Теоријска концептуализација међуодноса туризам—физички простор. *Туризам*, бр. 2.
29. World Tourism Organization, (1980). *L'évaluation des projets touristiques*. Madrid.