

PRIRODNO-MATEMATIČKI FAKULTET
DEPARTMAN ZA GEOGRAFIJU, TURIZAM I HOTELIJERSTVO
UNIVERZITET U NOVOM SADU

ISTRAŽIVANJE PREDUZETNIČKIH POTENCIJALA LOKALNOG STANOVNIŠTVA U KORIŠĆENJU RESURSA TERMOMINERALNIH VODA VOJVODINE

dr Aleksandra S. Dragin, dr Anđelija Ivkov Džigurski, dr Kristina Košić, dr Maja Mijatov
Ladičorbić, dr Milena Nedeljković Knežević, dr Uglješa Stankov i dr Miroslav Vujičić



Novi Sad, 2025. godina

Univerzitet u Novom Sadu | Prirodno-matematički fakultet

DEPARTMAN ZA GEOGRAFIJU, TURIZAM I HOTELIJERSTVO

dr Aleksandra S. Dragin, dr Anđelija Ivkov Džigurski, dr Kristina Košić, dr Maja Mijatov
Ladičorbić, dr Milena Nedeljković Knežević, dr Uglješa Stankov i dr Miroslav Vujičić

ISTRAŽIVANJE PREDUZETNIČKIH POTENCIJALA LOKALNOG STANOVNIŠTVA U
KORIŠĆENJU RESURSA TERMOMINERALNIH VODA VOJVODINE

ISBN 978-86-7031-701-7

Glavni i odgovorni urednik (PMF)

Prof. dr Srđan Rončević, dekan

Glavni i odgovorni urednik (DGTH)

Prof. dr Lazar Lazić

Uredništvo

dr Aleksandra Dragin, dr Milena Nedeljković Knežević, dr Mladen Jovanović

Recenzenti

dr Zrinka Zadel, redovni profesor, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu,
Univerzitet u Rijeci, Opatija, Hrvatska

dr Nemanja Tomić, vanredni profesor, Prirodno-matematički fakultet: Departman za
geografiju, turizam i hotelijerstvo, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad, Srbija

dr Marija Belij Radin, vanredni profesor, Geografski fakultet, Univerzitet u Beogradu, Srbija

dr Alberto Calahorra-López, docent, Fakultet društvenih nauka i prava: Departman za
organizaciju poslovanja, marketing i sociologiju, Univerzitet u Haenu, Haen, Španija.

Izdavač

PMF, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad

Trg Dositeja Obradovića 3, tel: 021/450-104

www.dgt.uns.ac.rs

Odlukom broj 0602-07-181-/25-10 Nastavno-naučnog veća Prirodno-matematičkog fakulteta u
Novom Sadu sa sednice održane 11.07.2025. rukopis je prihvaćen za štampu kao monografija

CIP - Каталогизација у публикацији
Библиотека Матице српске, Нови Сад

338.48:615.838(497.113)(075.8)

ISTRAŽIVANJE preduzetničkih potencijala lokalnog stanovništva u korišćenju resursa termomineralnih voda Vojvodine [Elektronski izvor] / Aleksandra S. Dragin ... [et al.]. - Novi Sad : Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, 2025

Način pristupa (URL): Način pristupa (URL): <https://www.dgt.uns.ac.rs/udzbenici/>. - Opis zasnovan na stanju na dan 10.10.2025. - Nasl. sa naslovnog ekrana. - Bibliografija.

ISBN 978-86-7031-701-7

a) Термоминералне воде - Локално становништво - Предузетнички потенцијал - Војводина

COBISS.SR-ID 177532681

PREDGOVOR

Monografija pod naslovom „Istraživanje preduzetničkih potencijala lokalnog stanovništva u korišćenju resursa termomineralnih voda Vojvodine“ rezultat je višegodišnjeg istraživačkog i terenskog rada usmerenog na sagledavanje mogućnosti razvoja banjskog turizma kao strateškog pravca za unapređenje lokalne ekonomije, kvaliteta života i preduzetništva u Vojvodini. Polazeći od prirodnih bogatstava regiona, pre svega termomineralnih izvora, kao neiskorišćenog razvojnog resursa, u fokusu ove studije je ispitivanje kapaciteta i spremnosti lokalnog stanovništva da učestvuje u održivom razvoju zasnovanom na zdravstvenom, banjskom i velnes turizmu.

Sadržaj monografije koncipiran je tako da obuhvati više dimenzija razvoja: od globalnih trendova u velnes ekonomiji, preko koncepta banja u Srbiji i specifičnosti vojvođanskih banja, do demografskih i socioloških aspekata koji oblikuju lokalne preduzetničke inicijative. Posebna pažnja posvećena je mladom ruralnom stanovništvu, kao ključnom činiocu budućeg razvoja, čiji stavovi, motivacija i vezanost za mesto predstavljaju osnov za izgradnju dugoročnih strategija unapređenja turizma i lokalne ekonomije.

Autori su se bavili ne samo prirodnim i infrastrukturnim potencijalima, već i kulturnim, društvenim i ekonomskim preduslovima, neophodnim za pokretanje održivog turizma. Preko različitih analiza, anketa i prostornih studija, ukazuje se na potrebu za integrativnim pristupom u razvoju banjskog turizma koji uključuje sve relevantne stakeholdere – od lokalnog stanovništva i donosilaca odluka, do naučne i stručne zajednice.

Monografija je nastala kao deo projekta „Istraživanje preduzetničkih potencijala lokalnog stanovništva u korišćenju resursa termomineralnih voda Vojvodine“, koji je finansiran kroz Program 0201 od strane Autonomne Pokrajine Vojvodine – Pokrajinskog sekretarijata za visoko obrazovanje i naučnoistraživačku delatnost (Broj projekta: 003018958-2024-09418-003 000-000-001/01).

Zahvalnost dugujemo recenzentima, uvaženim profesorima i stručnjacima iz oblasti turizma i ekonomije: dr Zrinki Zadel, dr Nemanji Tomiću, dr Albertu Kalahoru Lopezu i dr Mariji Belij Radin, čije su stručno znanje, konstruktivne sugestije i dragoceni komentari unapredili kvalitet i interdisciplinarnost ovog rada. Njihov pristup, otvorenost za dijalog i razumevanje složenosti teme pružili su nam ne samo smernice u naučnom smislu, već i ohrabrenje tokom procesa rada.

Ovom prilikom želimo da izrazimo duboku zahvalnost i svima koji su, direktno ili indirektno, doprineli realizaciji ovog istraživanja. Posebnu zahvalnost dugujemo lokalnim zajednicama, ispitanicima, institucijama, saradnicima, studentima i tehničkom osoblju, kao i svim pojedincima i organizacijama koji su svojim znanjem, iskustvom, vremenom ili logističkom podrškom dali vredan doprinos nastanku ove monografije. Njihova saradnja, predusretljivost i poverenje bili su ključni za uspešno sprovođenje projekta i izradu ove monografije.

Uvereni smo da će ova monografija doprineti stručnom i naučnom razumevanju razvojnih mogućnosti banjskog turizma u Vojvodini, te podstaći nove inicijative i partnerstva u pravcu održivog i inkluzivnog razvoja regiona.

Autori

Novi Sad, 2025.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. RAZVOJ TURIZMA U SVETU NA KONCEPTU ZDRAVLJA	9
2.1. Velnes ekonomija – Globalni pregled	13
3. KONCEPT BANJE U SRBIJI	35
4. BANJSKI TURIZAM U VOJVODINI	45
4.1. Položaj banja	49
4.2. Karakteristike banja u Vojvodini i razvojni potencijali	53
5. DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE STANOVNIŠTVA U BANJAMA VOJVODINE	67
6. LOKALNE PERSPEKTIVE I PREDUZETNIČKI POTENCIJALI U RAZVOJU BANJSKOG TURIZMA	107
6.1. Razvoj nove metodologije	108
6.2. Stavovi mladog ruralnog stanovništva Vojvodine prema razvoju banjskog turizma	111
6.3. Percepcija kvaliteta života i percepcija vezanosti za mesto mladog ruralnog stanovništva Vojvodine	130
6.4. Preduzetnički duh mladog ruralnog stanovništva Vojvodine	148
7. STRATEŠKI RAZVOJ BANJSKOG TURIZMA I PREDUZETNIŠTVA U VOJVODINI	170
7.1. Okvir za razvojne strategije: Održivi spa turizam kroz lokalno preduzetništvo	173
7.2. Preporuke za ključne stejkholdere	180
7.3. Vizija za budućnost Vojvodine kao evropske banjske (spa) destinacije	181
7.3.1. Pogled na budućnost Vojvodine kao ključne destinacije za banjski turizam, u kojem se spajaju lokalne tradicije sa inovativnim pristupima održivosti i preduzetništva	181
7.4. Intervencije za unapređenje kvaliteta života: Od vezanosti za mesto ka stvarnim promenama	182
8. ZAKLJUČAK	184
9. SAŽETAK	196
10. LITERATURA	198

1. UVOD

Istraživanje preduzetničkih potencijala lokalnog stanovništva u nerazvijenim ruralnim područjima Srbije, sa akcentom na Vojvodinu, koja je bogata termomineralnim resursima, ima za cilj povećanje konkurentnosti tih prostora, naročito u kontekstu njihove ekonomske pozicioniranosti. Valorizacija određenih resursa je ključna za sprečavanje odumiranja sela, što predstavlja polazište ovog istraživanja. Ovaj razvojni izazov prisutan je širom sveta, a neravnomeran regionalni razvoj, izazvan lošom infrastrukturuom i nerazvijenim ekonomijama, podstiče depopulaciju, posebno u ruralnim područjima, sa dominantnim migracijama mladih ka urbanim centrima ili inostranstvu (Eurostat, 2024; Tešin et al., 2024). Mlado stanovništvo je temelj održivog demografskog razvoja, kao i biološkog, ekonomskog i socijalnog prosperiteta zajednice. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku Srbije, pored smanjenja broja stanovnika, negativni demografski trendovi utiču i na kvalitet funkcionalnih kontingenata stanovništva.



Slika 1.1. Funkcionalni kontingenti stanovništva

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2021/08/14/18/01/people-6545894_1280.jpg

Autori ove monografije dugi niz godina proučavaju različite aspekte razvoja lokalnih zajednica, različite aspekte demografske tranzicije, preduzetništva, turizma. Cilj je pronaći rešenja za osnaživanje nerazvijenih područja Srbije, koja se suočavaju sa odlivom stanovništva. Tako je konačni cilj projekta PanSpa bio da se identifikuju inovativna rešenja za smanjenje ruralne depopulacije na našim prostorima, što je jedan od najvećih izazova sa kojima se zemlja suočava. Smanjenje ruralnih migracija nije značajan izazov samo na nivou Srbije, već i globalno, jer se slični trendovi mogu primeniti u brojnim zemljama, posebno u kontekstu globalnih promena. U skladu sa tim, projekat PanSpa je kroz naučna istraživanja analizirao duboke uzroke migracija, tj. vezanost lokalnog stanovništva za životni prostor, kao i strategije razvoja koje

moгу doprineti ekonomskom razvoju regiona, sa fokusom na termo-mineralne resurse, kao mogućnost pokretanja cirkularne ekonomije u Vojvodini, odnosno u Srbiji.

Kroz projekat PanSpa, tokom četiri godine je razvijana integrativna interdisciplinarna baza podataka. Takođe, razvijena je i nova metodologija kojom bi se ispitali svi neophodni parametri, a objavljene su i brojne naučne publikacije. Posebna pažnja je posvećena ruralnim područjima, odakle se naročito beleži odseljavanje mlađeg, radno aktivnog i fertilnog stanovništva. Ovaj trend je postao globalni problem (Eurostat, 2023). Prema podacima Eurostata, u periodu između 2015. i 2020. godine, broj stanovnika u pretežno ruralnim regionima Evropske unije smanjivao se u proseku za 0,1% godišnje, dok je u pretežno urbanim sredinama zabeležen porast populacije od 0,4% na godišnjem nivou. Tokom istog perioda došlo je do značajnog porasta broja starijeg stanovništva, posebno osoba starijih od 65 godina. Najveći porast ove starosne grupe zabeležen je upravo u ruralnim područjima, i to po stopi od 1,8% godišnje.



Slike 1.2. i 1.3. Kohorte stanovništva

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2018/04/24/20/30/pensioners-3347948_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2015/06/22/08/38/siblings-817369_1280.jpg

Suprotno tome, radno sposobno stanovništvo (uzrasta od 20 do 64 godine) u ruralnim sredinama, beležilo je pad od 0,6% godišnje, dok je broj mladih ispod 20 godina opadao po stopi od 0,7% godišnje. U urbanim sredinama, ovi uzrasti zabeležili su blagi porast (za 0,1% i 0,3% godišnje), što ukazuje na trend migracije mladih iz ruralnih ka urbanim oblastima u potrazi za boljim obrazovnim i poslovnim prilikama (Tešin et al., 2024). Podaci za Srbiju ukazuju na još drastičnije promene. Prema poslednjem popisu stanovništva u Srbiji iz 2022. godine (RZA, 2022), čak 95% naselja u državi je pogođeno depopulacijom, što znači da je broj stanovnika u tim mestima manji nego 2011. godine – takvih naselja ima čak 4.429. Među većim gradskim sredinama, jedino Beograd, Novi Sad i Novi Pazar nisu zabeležili pad broja stanovnika između dva popisa.



Slika 1.4. Migracija mladih u gradove

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2020/12/23/03/14/men-5853759_1280.jpg

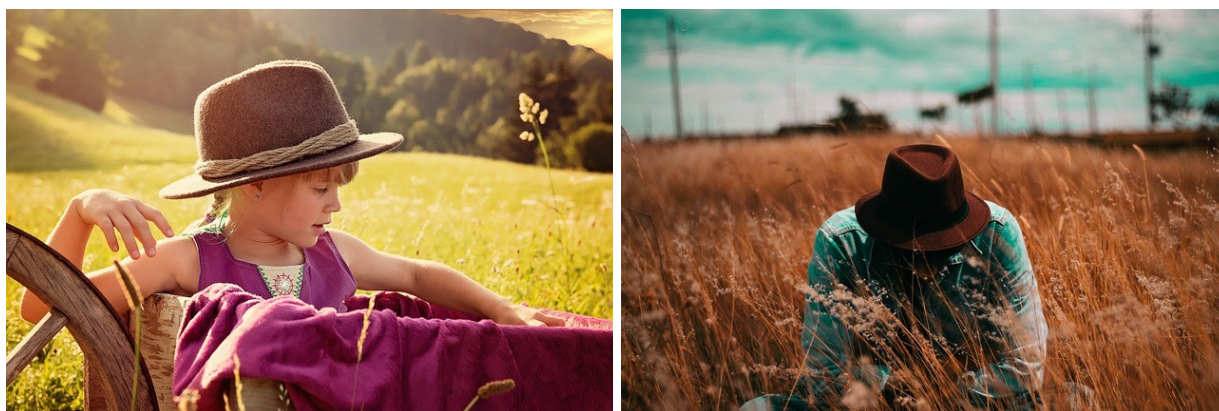
Od ukupno 4.721 naselja u Srbiji, svako deseto nema nijedno dete. Čak 55 naselja nema nijednu ženu, dok u 545 naselja ne živi nijedna žena u optimalnom reproduktivnom dobu (od 20 do 34 godine). U 718 naselja prosečna starost ženskog stanovništva prelazi 60 godina. U 68 naselja nema nijednog stanovnika mlađeg od 50 godina, a u čak 2.894 naselja broj osoba starijih od 60 godina je dvostruko veći od broja onih mlađih od 20 godina (Dragin et al., 2025).



Slika 1.5. Starosna struktura stanovništva

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2018/01/31/09/42/christmas-wallpaper-3120717_1280.jpg

Depopulacija sela postala je globalni problem, pa je kontinuirano istraživanje ove teme od ključnog značaja. Broj žena starijih od 60 godina u Srbiji je čak 73% veći od broja devojčica i mladih žena mlađih od 20 godina. Posebno zabrinjava podatak da je broj žena u fertilnom periodu (od 15 do 49 godina) u poslednje dve decenije smanjen za oko 400.000, dok je broj žena u optimalnom fertilnom dobu (od 20 do 34 godine) opao za približno 200.000. Ovi podaci najbolje ilustruju uzroke stalnog smanjenja broja novorođenčadi. U Srbiji danas ima toliko malo žena u fertilnom dobu da čak i značajno povećanje stope rađanja po ženi ne bi bilo dovoljno da zaustavi depopulaciju. Da bi broj rođenih premašio broj umrlih, bilo bi neophodno da se stopa rađanja od preko dva deteta po ženi održi u kontinuitetu u narednih 40 godina (RZA, 2022).



Slike 1.6. i 1.7. Demografska slika ruralnih prostora

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2015/07/23/11/21/person-856759_1280.jpg

https://cdn.pixabay.com/photo/2017/08/07/00/33/people-2597996_1280.jpg

Statistički podaci dalje govore da se, u poređenju s prethodnim popisom, broj dece i mladih u Srbiji značajno smanjio, a posebno zabrinjava smanjenje broja mladih i mlađih osoba srednjih godina (uzrasta od 15 do 34 godine) – njih je danas gotovo 370.000 manje, dok se broj osoba starijih od 65 godina povećao za 160.000. Skoro trećina stanovništva Srbije sada ima više od 60 godina, dok samo petina ima manje od 20 godina (RZA, 2022; Dragin et al., 2025).

Zbog toga je neophodna valorizacija dostupnih resursa u cilju definisanja efikasnih mera za unapređenje položaja mladih, njihovo zadržavanje u ruralnim sredinama i privlačenje mladih porodica – kako onih koje imaju, tako i onih koje nemaju prethodnu povezanost sa tim prostorima. Ključni cilj je sprečiti nestanak sela, što i predstavlja osnovnu svrhu istraživanja projekta PanSpa, prikazano u ovoj monografiji.

Ruralne sredine najčešće napuštaju upravo mladi, što, kako Mitrović (2022) opisuje, oslikava širi demografski i sociološki kontekst savremenog sveta. Kao odgovor na ovaj trend, ruralni razvoj mora biti zasnovan na interdisciplinarnim istraživanjima i oblikovan, makar delimično, kroz sveobuhvatne populacione politike i ciljno usmerene mere. Razumevanje perspektive mladih u lokalnim zajednicama u tom smislu postaje od suštinskog značaja. Stoga uloga mladih u životu ruralnih zajednica postaje sve značajnija tema među istraživačima (Ivasciuc & Ispas, 2023), podstaknuta rastućom svešću mladih o pitanjima održivosti i njihovom

izraženom interesovanju za budućnost (Dragin et al., 2021; Dragin et al., 2024; Dragin et al., 2025; Mijatov Ladičorbić et al., 2024; Tešin et al., 2024).



Slike 1.8. i 1.9. Kohorte stanovništva

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2014/05/05/17/01/woman-338321_1280.jpg

https://cdn.pixabay.com/photo/2015/09/04/23/19/girl-923117_1280.jpg

Razvoj turizma u ruralnim područjima može da odigra značajnu ulogu u podsticanju poljoprivrednih aktivnosti, čime se proširuju mogućnosti zapošljavanja lokalnog stanovništva i prodaje lokalnih proizvoda. Pored toga, poboljšava se infrastruktura naselja, otvaraju se mogućnosti za nepoljoprivredne delatnosti (kao što su izdavanje smeštajnih kapaciteta), a izgrađuju se i novi sadržaji (npr. izgradnja banjskog kompleksa). Dolaskom posetilaca, lokalno stanovništvo počinje više da ceni okruženje u kom živi i da razvija jaču emocionalnu vezanost za svoje mesto. Na taj način, osim ekonomske koristi, moguće je ostvariti i društveni i kulturni razvoj (interakcija sa posetiocima, viši kvalitet života, više prostora za rekreativne aktivnosti i poboljšanje zdravstvenog stanja) (Dragin et al., 2025). Ovo stvara nove perspektive za lokalno stanovništvo, posebno za mlade, podstičući ih da ostanu u ruralnim zajednicama. Shodno tome, ovakav trend pomaže u suzbijanju depopulacije sela, povećava kvalitet života kroz unapređenu infrastrukturu i doprinosi očuvanju prirodnog i kulturnog nasleđa tih područja (Dragin et al., 2015). Takvo okruženje postaje atraktivno za investitore i nudi obećavajuće razvojne mogućnosti i konačno menja pravac migracija, jer dolazi do doseljavanja. Tako kroz turizam, lokalno stanovništvo ne samo da poboljšava sopstveni životni standard, već i doprinosi sveukupnom društveno-ekonomskom napretku nerazvijenih regiona (Mijatov Ladičorbić et al., 2024; Tešin et al., 2024).



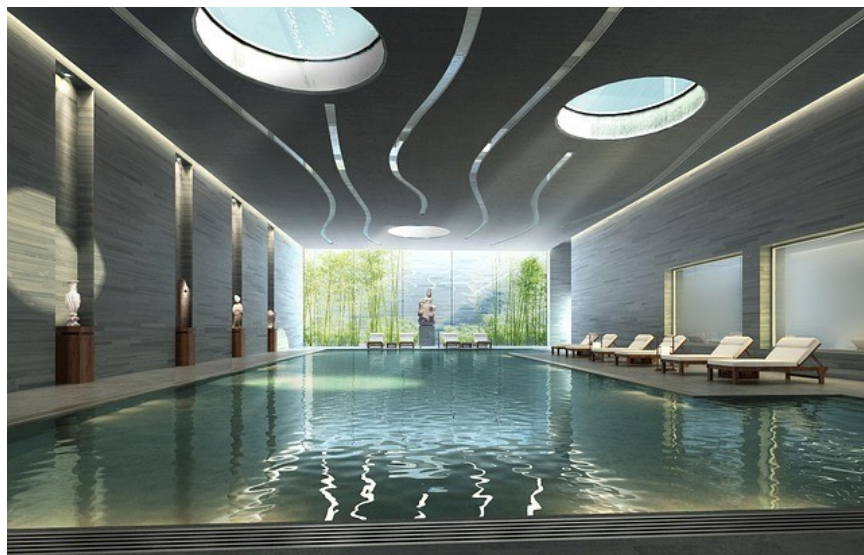
Slike 1.10. i 1.11. Aktivnosti na selu

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2017/08/16/16/09/basket-2648251_1280.jpg

https://cdn.pixabay.com/photo/2017/06/20/22/14/merry-christmas-2425121_1280.jpg

Iz ekonomske perspektive, agroturizam značajno doprinosi lokalnom razvoju, posebno poljoprivrednicima i malim lokalnim preduzećima (Martín et al., 2020). Međutim, jedan od glavnih problema jeste sezonski karakter delatnosti u ruralnim područjima koja se bave agroturizmom i poljoprivredom (Gordan et al., 2024). U tom kontekstu, banjski turizam u ruralnim oblastima može doprineti ublažavanju sezonalnosti i produženju turističke sezone, kao i stvaranju dodatnih sadržaja koji omogućavaju lokalnoj zajednici izvore prihoda tokom cele godine. Dakle, agroturizam se može posmatrati kao pristup održivom razvoju koji obuhvata socio-kulturne, ekonomske i ekološke uticaje u ruralnoj zajednici (Chassang et al., 2024), a banjski turizam može dodatno doprineti unapređenju kvaliteta života u tim zajednicama.

Razvoj banjskog (velnes) turizma u selima postao je mehanizam za razvoj ruralnih područja u velikom broju država. Na primer, zdravstveni i velnes turizam u Portugalu se smatra strateškim proizvodom koji podstiče razvoj višegodišnje tradicije (Pereira, Costa & Gomes, 2023). Trend potražnje u poslednjim godinama ukazuje na nove mogućnosti za banje, kao deo zdravstvenog i velnes turizma koji se razvija u ruralnim oblastima. Potvrđeno je da velnes turisti troše više novca na putovanjima od prosečnih putnika (Global Wellness Institute, 2021, 2024), a razvoj banja može doprineti smanjenju sezonalnosti i lokalnom razvoju ruralnih područja (Gonçalves & Guerra, 2019).



Slike 1.12. i 1.13. Velnes ponuda

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2023/12/04/15/12/soap-8429699_1280.jpg

https://cdn.pixabay.com/photo/2015/11/06/11/46/interior-1026464_1280.jpg

Prema studiji koju su sprovedi Bači, Kovač i Leke (Bacsi, Kovács & Lőke, 2012), banjski turizam je ključni sektor rasta turizma u Mađarskoj. Projekti razvoja u ovoj oblasti mogu stimulisati potražnju u građevinskoj industriji, pomoći očuvanju postojećih radnih mesta, generisati nova zaposlenja i stvoriti dodatnu vrednost. Tako nastali multiplikativni efekti mogu koristiti malim i srednjim preduzećima u okolini. Na taj način, banjski turizam može igrati važnu ulogu u smanjenju prostornih i regionalnih nejednakosti (Dragin et al., 2025; Mijatov Ladičorbić et al., 2024).



Sloka 1.14. Banja Rusanda, Melenci

Foto: Maja Mijatov Ladičorbić

Prednosti putovanja, motivisanih zdravljem, mogu se ogledati kroz poslovne modele koji stvaraju vrednost za korisnika, zajednicu, životnu sredinu i sam biznis (Maltsev & Fechina, 2018). Na osnovu Cristian-Constantin i saradnika (Cristian-Constantin et al., 2015), istraživanja su pokazala da zdravstveni turizam igra ključnu ulogu u kontinuiranom razvoju lokalnih ekonomija i kreiranju održivih planova upravljanja banjskim destinacijama. Ako se primeni uspešna strategija upravljanja i marketinga, uz kreiranje i stalno unapređivanje usluga, lokalne zajednice mogu ostvariti društvene i ekonomske koristi od rasta banjskog turizma (Cristian-Constantin et al., 2015, Mueller & Kaufmann, 2001). Kao i u slučaju Srbije, ovo je naročito važno za lokalne ekonomije u zemljama u razvoju (Maltsev & Fechina, 2018; Peptenatu, Draghici & Merciu, 2012).

Banjski segment turističkog tržišta pruža dobre šanse za razvoj ruralnih područja (Hoang et al., 2020), gde postoji veliki potencijal za privlačenje banjskih turista (Deng, Junyang & Zhengyuan, 2020; Esfandiari & Choobchian, 2020). Iako Srbija raspolaže bogatim termalno-mineralnim izvorima, oni još uvek nisu dovoljno iskorišćeni u strateškom razvoju ruralnih područja zemlje. U severnom delu Srbije (Autonomna Pokrajina Vojvodina), utvrđeno je da se banjski turizam može razvijati na 50 lokacija, od kojih se banjski kompleksi mogu izgraditi u 33 opštine (PSETOUR, 2019). Te opštine su pretežno ruralnog karaktera, te bi razvoj banjskog turizma znatno unapredio položaj tih sela i stanovništva koje u njima živi. Potrebno je dalje istraživati i razumeti potencijalne koristi koje velnes i banjski turizam donose destinacijama, naročito onima ruralnog karaktera (Suess, Baloglu & Busser, 2015), a pre svega, potrebno je istražiti kako lokalno stanovništvo percipira ideju razvoja banjskog turizma u njihovoj lokalnoj sredini, da li želi da se uključi u takve aktivnosti i da li smatra da treba da bude uključeno i u sam proces planiranja razvoja takve delatnosti. Sve ovo su bila pitanja, kojima su se autori ove monografije intenzivno bavili poslednje četiri godine. Rezultati do kojih su došli, predstavljeni su u narednim poglavljima.



Slika 1.15. Autori monografije

2. RAZVOJ TURIZMA U SVETU NA KONCEPTU ZDRAVLJA

Zdravstveni turizam je dugi niz godina predstavljao područje preplitanja između medicine i turizma, u kojem su se različite turističke, zdravstvene i druge ustanove bavile organizovanim boravkom turista u banjskim i klimatskim mestima, prevashodno radi prevencije oboljenja, rehabilitacije i lečenja uz pomoć prirodnih faktora. Resursnu osnovu zdravstvenog turizma u početku su činili prirodni lekoviti faktori: lekovite termalne, mineralne i termomineralne vode, pelodi, lekovita nafta, lekovita klima, morska voda, pesak i dr. U drugoj polovini 20. veka dolazi do ubrzanog razvoja turizma koji je praćen promenom trendova na savremenom turističkom tržištu. Ovakva situacija dovodi do toga da zdravstveni turizam sve više obuhvata i druge usluge u vezi zdravlja: spa i velnes usluge, fitnes, masaže, kozmetičke tretmane, dijetalne tretmane, psihoterapije, antistres terapije, ali i složene medicinske usluge, tj. razne operativne zahvate i stomatološke intervencije u specijalizovanim zdravstvenim ustanovama (Ristić, 2022).

Pojmovno određenje i oblici zdravstvenog turizma

Brojni autori su istraživali fenomen zdravstvenog turizma i svaki od njih je pokušao da definiše ovaj rastući oblik turizma. Jednu od najboljih i najsveobuhvatnijih definicija zdravstvenog turizma dao je autor Vesenjaj (2010) u kojoj govori da zdravstveni turizam čini posebnu granu turizma koja se stručno i kontrolisano služi prirodnim lekovitim faktorima, postupcima fizikalne terapije, celovite medicinske struke i komplementarne medicine u cilju očuvanja i unapređenja zdravlja, kao i celovitog poboljšanja kvaliteta života. Atraksijsku osnovu zdravstvenog turizma čini korišćenje lekovitih prirodnih faktora (morski, termalni, klimatski), uz stručnu medicinsku podršku. Zdravstveni turizam se prema ovom autoru deli na: kurativni (klinički i rehabilitacioni) i preventivni (velnes) (Milićević, 2015).

Hrabovski-Tomić (2007) navodi da zdravstveni turizam obuhvata dve vrste potrošača, koji imaju sličan ili isti način zadovoljavanja svojih zdravstvenih potreba. Prvu grupu čine potrošači zdravstvenog turizma u užem smislu (lečilišni turizam). Resursnu osnovu lečilišnog turizma čine prirodni lekoviti faktori, medicinska infrastruktura i stručno osoblje. Drugu grupu potrošača zdravstvenog turizma čine potrošači u širem smislu (preventivni turizam), koji osim korišćenja prirodnih lekovitih faktora, žele da obavljaju i druge vrste aktivnosti. Za ovakve potrošače poboljšanje, očuvanje i unapređenje zdravlja predstavlja samo jednu od više turističkih potreba. Ovi turisti su mobilniji, rado posećuju lokalne priredbe, znamenitosti i muzeje, interesuju ih običaji i kultura, gastronomija, sport i rekreacija.

Ista autorka (2007) definiše savremeni zdravstveni turizam kao „oblik turizma koji se preduzima u cilju promovisanja, stabilizovanja i po mogućnosti, vraćanja fizičkog i mentalnog „dobrostanja“ uz pomoć korišćenja prirodnih lekovitih faktora, zdravstvenih usluga, sportsko rekreativnih i velnessadržaja, podrazumevajući pri tom da ljudi koji to čine nemaju permanentni boravak na toj lokaciji“.

Zdravstveni turizam obuhvata pet komponenti, od kojih svaka određuje specifičan tržišni segment:

1. Aktivnosti na suncu i zabava
2. Uključivanje u zdrave aktivnosti, ali zdravlje nije glavni motiv (biciklizam, pešačenje, golf)
3. Osnovni motiv putovanja je zdravlje (krstarenje brodom ili promena klime)
4. Putovanje zbog sauna, masaža i drugih zdravstvenih aktivnosti (u banje)
5. Zdravstveni tretmani.

Uspešan razvoj zdravstvenog turizma zavisi od želje i namere lokalne zajednice da svoje resurse iskoristi za razvoj zdravstvenog turizma i opšti prosperitet, kao i od osmišljavanja višeg nivoa turističkog proizvoda. Kvalitet banjskog ambijenta i kvalitetno osmišljen integralni zdravstveno-turistički proizvod, predstavljaju najznačajniji motiv turističke posete većine banjskih i klimatskih mesta (Hrabovski-Tomić, 2007).

Zdravstveni turizam je vrsta turizma koja ima bitne specifičnosti. Glavna karakteristika ovog oblika turizma jeste vansezonski karakter. Zdravstveni turisti tokom cele godine putuju u potrazi za poboljšanjem nekog aspekta zdravlja (psihičko, fizičko itd). Sa druge strane, ova vrsta turizma je dosta zahtevna u pogledu neophodnosti medicinske infrastrukture i kadrova, što nije slučaj u mnogim drugim oblicima turističkih kretanja. Imajući prethodno u vidu, razumljivo je da su usluge zdravstvenog turizma često skupe (Živanović, 2015).

Današnji zdravstveni turizam preuzima imidž originalnog i prvobitno zasnovanog „termalizma“, uz širok spektar raznovrsnih usluga, gde voda ostaje jedan od osnovnih elemenata, premda se koristi na različite načine, sa različitim ciljevima i uz nove tehnike. Današnji raspon kretanja zdravstvenog turizma pruža se u rasponu od operativnih zahvata na Tajlandu ili estetske hirurgije u švajcarskim klinikama (medicinski turizam), preko plaćenih terapijskih tretmana (putem socijalnog osiguranja) u termalnim objektima i banjama širom Evrope, sve do raznovrsne velnes ponude u banjama radi podmlađivanja (velnes turizam), čime se koncentrišu različiti motivi pod okriljem istih ciljeva (Pivac i saradnici, 2016).

Na osnovu prethodno nabrojanih činjenica, izvršena je podjela na tri vrste zdravstvenog turizma. Podele su zasnovane na osnovu tri grupe korisnika zdravstvenih usluga.

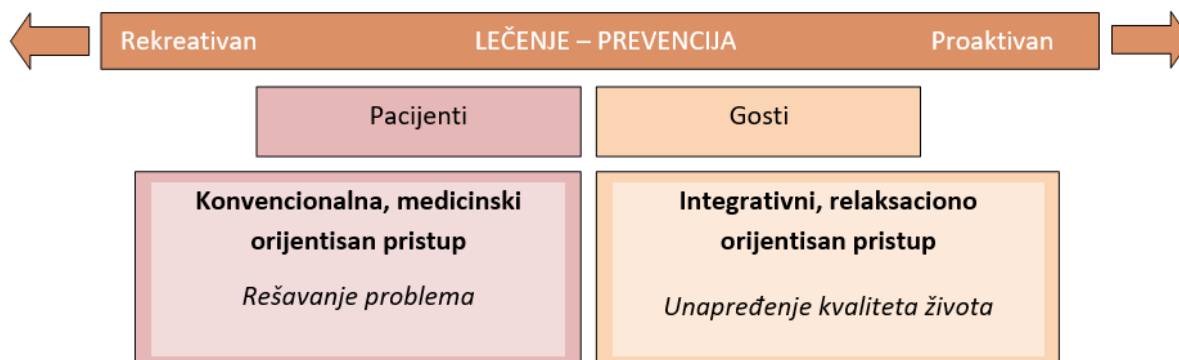
– Prvu grupu čine korisnici tradicionalnog zdravstvenog turizma, koji podrazumeva preventivu, kurativu ili rehabilitaciju uz primenu prirodnih lekovitih faktora (balneoterapija, klimatoterapija, talasoterapija). Ovaj vid turizma se poistovećuje sa banjskim turizmom, tj. tradicionalnim lečilišnim turizmom.

– Drugu grupu čine korisnici **velnes turizma**, koji podrazumeva postizanje fizičkog i psihičkog blagostanja uz korišćenje prirodnih lekovitih faktora i drugih vrsta aktivnosti (spa tretmani, nega lepote, zdrava ishrana, relaksacija, meditacija, joga, fitnes, itd). Ovakav oblik turizma naziva se velnes turizam, odnosno preventivni turizam.

– Treću grupu čine pacijenti sa ozbiljnim zdravstvenim problemima kod kojih su radi poboljšanja zdravlja neophodni složeni medicinski tretmani (hirurški zahvati, transplantacije organa, estetska hirurgija, stomatološki zahvati, itd). Pomenuti tretmani zahtevaju usluge

specijalizovanih zdravstvenih ustanova i vrhunskog medicinskog kadra, pri čemu pacijenti često moraju da ostanu neko vreme u banji radi oporavka. Ovakav vid turizma naziva se medicinski turizam (Milićević, 2015).

Kako su u fokusu ove monografije termo-mineralni resursi, u daljem tekstu će biti detaljnije pojašnjen segment zdravstvenog turizma koji je baziran na upotrebi pomenutog prirodnog bogatstva, što pre svega podrazumeva velnes ekonomiju, odnosno njena tri sektora: velnes turizam, spa centre i sektor termalni i mineralni izvori.



Šema 2.1. Reaktivan (kurativan) i proaktivan (preventivan) pristup
Izvor: Pivac i saradnici, 2016

Kao moderan koncept, pojam velnes filozofije prvi put se u stručnoj literaturi pominje od strane dr Halberta Duna, 1959. godine. Ovaj autor je pisao članke o posebnom stanju zdravlja koje podrazumeva osećaj dobrostanja, gde se čovek posmatra kao jedinstvo tela, duše i uma. Dun je nazvao stanje ličnog zadovoljstva „*high-level wellness*“. Na ovaj način je spojio pojmove *well-being* (biti dobro, dobro se osećati) i *fit-ness* (biti u formi, biti u kondiciji). Velnes znači osećati se dobro, ne samo biti zdrav, nego biti i srećan i zdrav.

Premda je pojam velnesa relativno nov, načela velnesa mnogo su starija; ona imaju svoje poreklo u drevnim praksama lečenja i medicinskim tradicijama, koje datiraju hiljadama godina. Drevne kulture Kine, Indije, Grčke i Rima imale su mudar pristup kako da održe zdravlje - one su težile naglašavanju „harmoničnog“ pristupa u lečenju, kako bi se osećali i bili dobro. Danas, koncept velnesa crpi znanje drevnih praksi, kao što su ajurveda, akupunktura, joga, meditacija itd., uz savremenu primenu.

Velnes danas predstavlja životni stil savremenog sveta. Velnes je filozofija koja nasuprot negativnom i reaktivnom pristupu životu naglašava pozitivan i proaktivan pristup, koji će unaprediti psihičko i fizičko stanje organizma. Glavna uloga velnesa jeste briga o zdravlju, odnosno negovanje tela i duha putem održavanja kondicije, fizičke i mentalne relaksacije i očuvanjem unutrašnjeg mira. Iz ovog razloga, kao i usled stresnog načina života, potreba za programima koji kreativno i uspešno implementiraju suštinu velnesa je porasla u celom svetu, pa tako i važnost kreiranja ovakvih programa u sklopu zdravstvenog turizma.

Pored činjenice da postoje regionalne varijacije u konceptu velnesa, postoji nekoliko opšte prihvaćenih karakteristika velnesa:

- Velnes je višedimenzionalan – većina vodećih definicija uključuje model koji najčešće sadrži fizičku, mentalnu, duhovnu i socijalnu dimenziju;
- Velnes je holistički – velnes je širi koncept od fizičkog zdravlja ili fitnesa i fokusira se na dobro stanje cele osobe. Ovo ne podrazumeva samo odsustvo fizičke bolesti, već pristup koji naglašava sve aspekte ličnosti (telo, um i duh) koji rade u harmoniji;
- Velnes se menja tokom vremena i u kontinuitetu – velnes nije statičan oblik ili krajnja tačka, već se menja tokom vremena i predstavlja proces kojim pojedinac tokom svog života pokušava da postigne optimalan nivo velnesa;
- Velnes je individualna aktivnost, ali pod uticajem je okruženja – to je proces koji se sprovodi na individualnom nivou, uključivanjem zdravih navika koje unapređuju lično blagostanje. Velnes je takođe i pod uticajem uslova sredine u kojoj čovek živi. U današnje vreme sve veća pažnja se posvećuje ekološkim, spoljašnjim, kulturnim i globalnim aspektima zdravlja;
- Velnes je samoodgovornost – iako se ljudi kada su bolesni obično oslanjaju na pomoć lekara, kako bi povratili dobro zdravlje, većina zagovornika velnes filozofije naglašava ličnu odgovornost svakog pojedinca za sopstveno zdravlje i uključivanje u navike koje će sprečiti pojavljivanje bolesti i unaprediti zdravlje i blagostanje.

Postoje četiti glavna principa velnesa:

- Velnes je višedimenzionalan;
- Velnes istraživanja i praksa treba da su usmereni ka identifikovanju uzroka dobrog i zdravog, pre nego uzrok lošeg i bolesti;
- Velnes je stvar ravnoteže i postiže se ravnotežom;
- Velnes je relativan, subjektivan i perceptivan (Milićević, 2015).

Prve formalne organizacije koje su promovisale i predstavljale velnes pokret u Evropi osnovane su 1990. godine - Nemačka velnes organizacija (Deutscher Wellness Verband - DWV) i Evropska velnes unija (Europäischen Wellness Union - EWU). Ove institucije dale su noviju definiciju pojma velnesa. Prema DWV-u, velnes predstavlja proaktivan i samosvestan pristup očuvanju i unapređenju zdravlja. On podrazumeva upotrebu proverenih metoda i tehnika s ciljem prevencije bolesti i postizanja boljeg fizičkog i mentalnog stanja, omogućavajući pojedincu zdraviji i ispunjeniji život.

Evropska velnes unija objašnjava velnes kao način života zasnovan na praktičnom sprovođenju životne filozofije koja teži optimalnom fizičkom, mentalnom i duhovnom balansu. Ova filozofija uključuje i harmonične međuljudske odnose, kao i aktivno učestvovanje pojedinca u ekonomskim, ekološkim i društvenim procesima (Pivac i saradnici, 2016).

„Velnese je savremeni izraz sa drevnim korenima“ (Global Wellness Institute, 2024). Njegova osnovna načela - preventivni pristup i celovitost - mogu se pratiti još od civilizacija Dalekog istoka (Indija, Kina) i Zapada (Grčka, Rim). Tokom 19. veka u Evropi i Sjedinjenim Američkim Državama razvijali su se različiti intelektualni, verski i medicinski pravci koji su

postojali uporedo sa konvencionalnom medicinom. Ti pravci, koji su naglašavali prirodne metode, samoisceljenje i prevenciju bolesti, postavili su temelje savremenog shvatanja velnesa.

Od 1960-ih i 1970-ih godina, koncepti usmereni na velnes i celovit pristup zdravlju dobili su veću pažnju zahvaljujući radu američkih lekara i mislilaca kao što su Halbert Dan, Džek Trevis, Don Ardell, Bil Hetler i drugi. Njihove ideje su vremenom značajno uticale na razvoj savremenog pristupa zdravom načinu života, samopomoći, brizi o sebi, fitnesu, ishrani. Sve to je doprinelo razvoju snažnog i raznovrsnog velnes pokreta u 21. veku (Global Wellness Institute, 2024).

2.1. VELNES EKONOMIJA – GLOBALNI PREGLED

Prema Globalnom velnes institutu, svetska velnes ekonomija brzo je porasla nakon pandemije i dostigla vrhunac od 6,3 triliona američkih dolara u 2023. godini, što predstavlja 6,03% svetskog bruto društvenog proizvoda. Prema Globalnom velnes institutu, velnes ekonomija obuhvata 11 sektora:

- Spa centri,
- Termalni/mineralni izvori,
- Velnes turizam,
- Velnes na radnom mestu,
- Velnes nekretnine,
- Fizička aktivnost,
- Mentalni velnes,
- Lična nega i lepota,
- Zdrava ishrana, nutricionizam i gubitak telesne težine,
- Javno zdravlje, prevencija i personalizovana medicina,
- Tradicionalna i komplementarna medicina (Slika 2.1) (Global Wellness Institute, 2024).

Navedeni podaci o svetskoj velnes ekonomiji u 2023. godini ukazuju na rastući značaj sektora koji uključuje širok spektar proizvoda i usluga - od ishrane i fizičke aktivnosti do mentalnog zdravlja, turizma i nekretnina. Tome u prilog idu i sledeće činjenice:

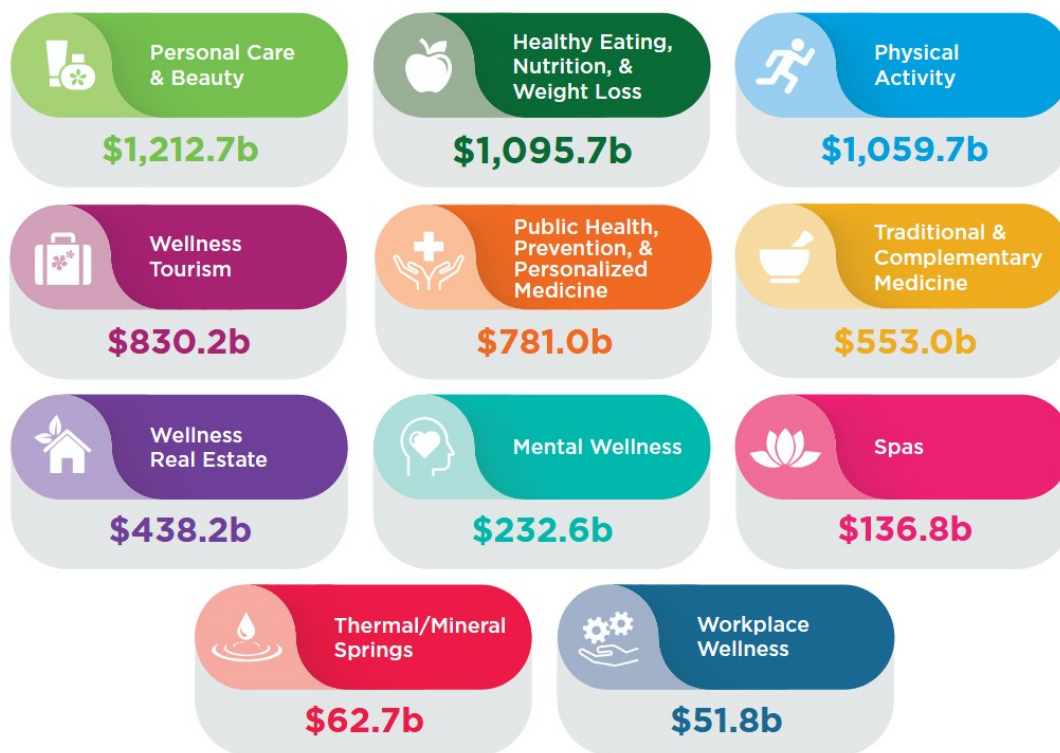
- Velnes ekonomija je značajna snaga u globalnoj ekonomiji, veća po obimu od zelene ekonomije, informacionih tehnologija i sporta.

- Sve regije su se oporavile od pandemije, ali Severna Amerika, Evropa i regija Bliski Istok i Severna Afrika pokazale su najveću otpornost i rast u periodu od 2019. do 2023. godine.

- Devet od 11 velnes sektora (Slika 2.1) se potpuno oporavio od COVID-19 pandemije, sa tržišnom veličinom u 2023. koja premašuje nivo iz 2019. godine. Sektori termalne/mineralni izvori i velnes na radnom mestu se još nisu u potpunosti oporavili.

- Projekcija je da će globalna velnes ekonomija rasti stopom od 7,3% godišnje u periodu od 2023. do 2028. godine, što je znatno brže od predviđene globalne stope rasta bruto društvenog proizvoda od 4,8% (prema trenutnim prognozama Međunarodnog monetarnog fonda). Kako se svih 11 sektora budu

oporavljali od pandemije, očekuje se da će velnes ekonomija dostići skoro 6,8 triliona dolara u 2024. i približiti se vrednosti od gotovo 9 triliona dolara u 2028. godini (Global Wellness Institute, 2024).



Slika 2.1. Velnes sektori u svetu u 2023. godini

Izvor: Global Wellness Institute, 2024

Prema izveštaju Globalog velnes instituta iz 2018. godine, velnes turizam je činio oko 6,5% svih turističkih putovanja u svetu (Global Wellness Institute, 2018). Istraživanje koje je sprovedla organizacija Statista pokazuje da je prosečna potrošnja po putovanju za velnes turiste u 2020. godini bila oko 1.000 američkih dolara (Statista, 2020). Od početka COVID-19 pandemije, Severna Amerika je pretekla Azijsko-pacifički region i postala najveća regionalna velnes ekonomija, što se dogodilo usled dugotrajnih efekata pandemije i sporijeg rasta u nekim velikim azijskim tržištima u periodu od 2020. do 2022. godine (npr. Japan), kao i zbog devalvacije valuta u 2022. i 2023. godini, o čemu će biti više reči u daljem tekstu.

Do 2022. godine, velnes ekonomije u svim regionima u potpunosti su se oporavile od uticaja kovid pandemije na privredu, a do 2023. godine svi regioni su znatno premašili nivoe potrošnje pre pandemije, odnosno iz 2019. godine. Poređenje regionalnih stopa rasta u periodu od 2020. do 2023. godine može biti izazovno kao pokazatelj tržišta koja su najbrže rasla, jer trendovi rasta u ovom periodu uglavnom odražavaju oporavak od pada izazvanog kovid pandemijom 2020. godine - tako da regionima sa najvećim padom između 2019. i 2020. verovatno beleže i veće stope rasta u periodu 2021-2023. Bolji pokazatelj rasta jeste analiza u kojoj meri je svaki region premašio svoj nivo pre pandemije. Do 2023. godine, Severna Amerika, Evropa i region Bliski Istok i Severna Afrika pokazali su najveću otpornost, oporavak i rast u

odnosu na period pre početka pandemije, pri čemu sva tri regiona sada imaju potrošnju koja je preko 20% veća nego 2019. godine (Tabela 2.1).

Tabela 2.1. Prihodi spa sektora po regionima: Prosečna godišnja stopa rasta
(u milijardama američkih dolara - USD)

Region	2019. (u USD)	2020. (u USD)	2021. (u USD)	2022. (u USD)	2023. (u USD)	Potrošnja po stanovniku (2023) (u USD)	Rast 2022- 2023 (u %)	Prosečni godišnji rast 2019- 2023 (u %)
Evropa	43,6	27,7	30,3	40,6	49,7	54	22,4	3,3
Azijsko- paciifički region	32,4	19,9	20,9	23,3	36,0	8	54,5	2,6
Severna Amerika	26,0	16,4	24,3	28,2	31,1	83	10,4	4,6
Latinska Amerika i Karibi	7,9	4,5	4,0	7,3	10,7	16	46,3	7,8
Bliski istok i Severna Afrika	4,3	2,2	3,2	4,7	6,7	12	41,8	11,7
Podsaharska Afrika	2,1	1,1	1,2	1,8	2,7	2	53,9	6,5
SVET	116,3	71,9	83,9	105,8	136,8	17	29,3	4,1

Izvor: Global Wellness Institute, 2024

Iako velnes ekonomija Azijsko-pacifičkog regiona nije bila značajno pogođena u prvoj godini pandemije (-7,4% u periodu 2019-2020), ovaj region je bio jedan od najsporije rastućih u 2021. i 2022. godini (osim podsaharske Afrike). Produžena ograničenja putovanja i pandemijski uticaji u Azijsko-pacifičkom regionu, pogoršani ekonomski uslovi u Kini i pad turizma za više od 50% doveli su do ozbiljnog pada u nekoliko sektora (velnes turizam, spa centri, termalne/mineralne vode), koji je trajao duže nego u drugim regionima. Ostali sektori koji su usko povezani sa potrošnjom potrošača (zdrava ishrana, lična nega i lepota, fizička aktivnost, tradicionalna i komplementarna medicina) takođe su u Azijsko-pacifičkom regionu rasli relativno sporo, što se uglavnom pripisuje efektima devalvacije valuta u 2022. i 2023. godini na nekoliko velikih tržišta. Devalvacija japanskog jena je usporila rast i oporavak tržišta u Azijsko-pacifičkom regionu kada se izražava u američkim dolarima (pošto Japan čini veliki deo ukupnog regiona) – kada se meri u jenima, tržište Azijsko-pacifičkog regiona je na 150% nivoa pre pandemije, dok je u dolarima taj procenat 116%.

Jednostavno poređenje stopa rasta sektora za period 2020-2023. nije najbolji način da se proceni koji sektori su najbrže rasli, jer trendovi rasta u tom periodu odražavaju oporavak od pada izazvanog pandemijom 2020. godine – tako da sektori sa najvećim padom između 2019. i 2020. verovatno beleže veće stope rasta u periodu 2021-2023. godine. Bolji pokazatelj rasta jeste

analiza u kojoj meri je svaki sektor premašio nivo pre pandemije (Tabela 2.1), pored njegove godišnje stope rasta. Sektori koji su pokazali najveću otpornost, oporavak i rast od početka pandemije uključuju: velnes nekretnine; javno zdravlje, prevenciju i personalizovanu medicinu; mentalno zdravlje; kao i zdravu ishranu, nutriciju i gubitak težine.

Velnes turizam (+4,5% godišnjeg rasta u periodu 2019-2023. godine, a sada na 119% nivoa iz 2019. godine) bio je velnes sektor najviše pogođen COVID-19 pandemijom, sa padom od 50,8% u 2020. godini. Njegov spor oporavak posledica je zabrana putovanja i zatvaranja granica širom sveta, što je u nekim delovima Azije trajalo do kraja 2022. godine. Velnes turizam je zapravo nešto bolje prošao u poređenju sa ukupnim turizmom tokom pandemije, jer su broj putovanja i izdvajanja za velnes padali manje u 2020. godini, a oporavak je bio brži u periodu 2021-2022. godine u poređenju sa ukupnim turizmom. Globalno, u 2023. godini, potrošnja u velnes turizmu dostigla je 119% nivoa iz 2019. godine (pre pandemije), dok je ostvaren broj noćenja u okviru velnes turizma porastao na 111% u odnosu na 2019. godinu. U celokupnom turizmu potrošnja je dostigla 101% (povećanje od 1% u odnosu na 2019), dok je broj dolazaka u 2023. godini bio i dalje ispod pre-pandemijskog nivoa (90%) (Global Wellness Institute, 2024).

Spa centri (+4,1% godišnjeg rasta u periodu 2019-2023; sada na 118% nivoa iz 2019. godine) bili su snažno pogođeni u ranoj fazi pandemije COVID-19, usled ograničenja putovanja, zatvaranja poslovanja i mera ostanka kod kuće, što je dovelo do pada prihoda od 38,2% i gubitka više od 4.700 preduzeća u 2020. godini. Pandemijska ograničenja i pad turizma nastavili su da utiču na mnoge spa centre širom sveta tokom 2021. i 2022. godine. Ipak, industrija se postepeno oporavljala zajedno sa oporavkom turističkog sektora, a spa centri beleže velike stope rasta prihoda svake godine od 2020. godine. Do 2023. godine globalni prihodi industrije su se u potpunosti oporavili i dostigli 118% nivoa pre pandemije.

Sektor termalni i mineralni izvori (-1,2% godišnjeg rasta u periodu 2019–2023; sada na 95,4% nivoa iz 2019. godine) zabeležio je pad od 40,3% u 2020. godini. Dugotrajna zatvaranja granica, delimična zatvaranja poslovanja i ograničenja kapaciteta ozbiljno su uticali na smanjenje prihoda u mnogim regionima tokom 2020. i 2021. godine, a sprečila su potpuni povratak posetilaca u objekte termalnih i mineralnih izvora u mnogim zemljama do kraja 2022. godine. Nedostatak potpunog oporavka na globalnom nivou prvenstveno je posledica sporog oporavka tržišta termalnih i mineralnih izvora u Kini i Japanu, koja zajedno čine gotovo polovinu ukupnih globalnih prihoda. Spori oporavak turizma i slabi ekonomski uslovi sprečili su kinesko tržište da se vrati na nivo pre pandemije; tržište Japana takođe je pogođeno devalvacijom valute u odnosu na američki dolar, što usporava stope rasta i oporavka kada se izražavaju u američkim dolarima (o čemu je već bilo reči). U Evropi su poslovanja u oblasti izvora negativno pogođena političkom situacijom, cenama energije i nedostatkom radne snage. Nasuprot tome, u Severnoj Americi, ostatku Azijsko-pacifičkog regiona i Latinskoj Americi tržište termalnih i mineralnih izvora beleži snažan rast; u ovim regionima prihodi su od 2019. godine rasli prosečnom stopom od 5,5% godišnje, a poslovanje se oporavilo na 124% nivoa pre pandemije COVID-19.

U periodu pre pandemije COVID-19, kineski turisti koji putuju u inostranstvo bili su značajna sila u globalnoj turističkoj industriji, sa 155 miliona izlaznih putovanja u 2019. godini (od kojih je veliki broj bio u Aziji), prema podacima UNWTO-a. Izlazna putovanja iz Kine su

drastično pala na 20 miliona u 2020. godini, sa daljim padom u 2021. i 2022. Ovo je imalo veliki uticaj na globalnu velnes turističku industriju, pri čemu je uticaj posebno bio izražen na azijskim tržištima. Iako su kineski turisti ponovo počeli da putuju 2023. godine, oporavak emitivnog kineskog turizma je spor, jer su se promenili potrošački obrasci, dostupnost letova i globalni uslovi, a mnogi Kinezi sada favorizuju putovanja unutar zemlje. Na globalnom nivou, azijsko-pacifički region je bio najsporiji u oporavku od pandemije, naročito u sektoru turizma. Do 2023. godine, broj dolaznih turističkih putovanja u azijsko-pacifički region bio je na samo 71% nivoa pre pandemije 2019. godine, dok je broj domaćih putovanja bio na 86% (prema podacima Euromonitora). Spor oporavak turizma nastavio je da utiče na regionalni i globalni velnes turizam, kao i na povezane sektore poput spa centara i termalnih/mineralnih izvora (Global Wellness Institute, 2024).

Sektor spa centara

U 2023. godini procenjeno je da je širom sveta poslovalo 191.348 spa centara (Tabela 2.2), koji su ostvarili prihode od 136,8 milijardi dolara. Spa industrija je teško pogođena u ranim fazama pandemije COVID-19, kada su restrikcije u putovanjima, zatvaranja preduzeća i naredbe za ostanak kod kuće dovele do pada prihoda od 38,2% i gubitka više od 4.700 spa centara u 2020. godini. Ograničenja vezana za pandemiju i pad turizma nastavili su da utiču na mnoge spa centre širom sveta tokom 2021. i 2022. godine, ali uprkos tome, industrija se postepeno oporavila i beleži snažan rast prihoda svake godine od 2020. nadalje.

Tabela 2.2. Spa objekti po regionima - Broj spa objekata

Region	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
Evropa	59.695	58.967	60.866	63.073	65.385
Azijsko-pacifički region	53.532	51.929	53.132	55.266	56.705
Severna Amerika	31.917	30.813	30.917	31.842	32.588
Latinska Amerika i Karibi	16.924	15.917	16.750	18.362	19.307
Bliski istok i Severna Afrika	8.190	7.970	8.403	9.260	9.687
Podsaharska Afrika	5.157	5.067	5.819	6.696	7.676
SVET	175.415	170.663	175.887	184.499	191.348

Izvor: Global Wellness Institute, 2024

Do 2023. godine globalni prihodi u privredi u potpunosti su se oporavili i dostigli su 118% nivoa pre pandemije. Na regionalnom nivou, spa tržišta u svih šest regiona takođe su u potpunosti prevazišla nivoe pre pandemije 2019. godine. Očekuje se da će globalno tržište spa centara nastaviti snažan rast u narednom periodu, sa prihodima koji bi do 2028. mogli dostići procenjenih 184,3 milijarde američkih dolara.

Globalna spa industrija je snažno koncentrisana u Evropi, Azijsko-pacifičkom regionu i Severnoj Americi, pri čemu pet vodećih zemalja (SAD, Kina, Nemačka, Francuska i Japan) čine 45% globalnih prihoda u 2023. godini, dok top dvadeset zemalja predstavlja 73% svetskog

tržišta. Evropa ima najveće regionalno spa tržište, kako po prihodima (49,7 milijardi američkih dolara u 2023. godini), tako i po broju spa centara (65.385) (Tabela 2.2).

Region Bliskog istoka i Severne Afrike zabeležio je najveći pad prihoda na početku pandemije (-48,0% u 2020. godini), delimično zbog toga što je spa sektor u ovom regionu više fokusiran na spa centre u hotelima i resortima, koji su bili najviše pogođeni restrikcijama tokom pandemije COVID-19. Međutim, tržište ovog regiona brzo se oporavilo u narednim godinama. U periodu od 2019. do 2023. godine, Bliski istok i Severna Afrika su zabeležili najvišu prosečnu godišnju stopu rasta prihoda u spa sektoru u svetu (11,7%). Ovaj rast je podstaknut turističkim bumom, rastućim lokalnim tržištem i brzom ekspanzijom broja spa centara u regionu, naročito u Ujedinjenim Arapskim Emiratima, Egiptu, Maroku i Kataru.

Azijsko-pacifički region imao je duži period pada i oporavka u odnosu na druge regione nakon pandemije, zbog produženih pandemijskih i putnih restrikcija u nekoliko velikih tržišta regiona, opšteg usporavanja turizma i nedostatka kineskih turista, kao i oslabljenih ekonomskih uslova u Kini i Japanu. Sa ukidanjem svih putnih restrikcija do kraja 2022. godine, spa biznisi u regionu brzo su se oporavili u 2023. godini, dostigavši 111% nivoa pre pandemije COVID-19 2019. godine. Važno je napomenuti da je devalvacija valuta usporila rast i oporavak prihoda spa sektora u nekoliko velikih azijskih tržišta tokom poslednjih nekoliko godina. Kao što pokazuje Tabela 2.3, spa tržišta u Japanu (ali i na Tajlandu i u Australiji) i dalje su ispod nivoa pre pandemije kada se vrednuju u američkim dolarima. Međutim, u Japanu i na Tajlandu, spa tržišta su se oporavila na 119%, odnosno 108% nivoa pre pandemije kada se vrednuju u lokalnim valutama. Druge zemlje, kao što su Južna Koreja i Indija, zabeležile su znatno veće stope rasta u lokalnoj valuti u poređenju sa američkim dolarima. U Evropi su tržišta Rusije i Ujedinjenog Kraljevstva takođe bila pogođena devalvacijom valuta, ali su se potpuno oporavila kada se vrednuju u lokalnim valutama.

Tabela 2.3. Top 10 spa tržišta u 2023. godini (u milijardama američkih dolara)

Rang	Zemlja	2019. (u USD)	2020. (u USD)	2021. (u USD)	2022. (u USD)	2023. (u USD)	Prosečna godišnja stopa rasta/pada (2019-2023) (u %)	Rast 2022- 2023 (u %)
1.	SAD	23,80	15,09	22,21	25,84	28,70	4,8	11,1
2.	Kina	10,40	6,31	5,96	4,60	11,74	3,1	155,3
3.	Nemačka	8,28	6,16	5,87	7,85	8,73	1,3	11,3
4.	Francuska	5,27	3,41	3,92	5,19	6,36	4,8	22,7
5.	Japan	6,14	4,24	4,83	5,02	5,65	-2,1	12,6
6.	Italija	4,08	2,11	2,27	3,34	4,61	3,1	37,9
7.	Španija	3,31	1,73	1,98	2,92	3,36	0,3	14,8
8.	UK	3,34	2,13	2,85	3,21	3,27	-0,5	2,0
9.	Indija	2,49	1,00	0,94	1,45	3,03	5,0	109,0
10.	Rusija	2,98	1,96	1,98	2,68	2,96	-0,2	10,3

Izvor: Global Wellness Institute, 2024

Globalni velnes institut definiše i meri šest kategorija spa centara:

- Spa centri u hotelima i odmaralištima (*hotel/resort spas*),
- Spa centri sa termalnim/mineralnim izvorima (*thermal/mineral springs spas*),
- Spa destinacije i zdravstvena odmarališta (*destination spas & health resorts*),
- Dnevni, klupski i salonski spa centri (*day/club/salon spas*),
- Medicinski spa centri (*medical spas*) i
- Ostali spa centri (*other spas*).

Spa centri u hotelima i odmaralištima se nalaze unutar smeštajnoj kompleksa (*resort*) ili hotela i pružaju spa usluge po principu *à la carte* gostima hotela, kao i spoljnim/lokalnim gostima. Spa tretmani i usluge obično dopunjuju boravak u hotelu ili širok spektar drugih aktivnosti.

Spa destinacije i zdravstvena odmarališta nude intenzivno spa i velnes iskustvo u kojem svi gosti učestvuju. Pored spa i tretmana tela, *all-inclusive* programi obično uključuju mnoštvo drugih ponuda kao što su: fitness, um/telo programi, specijalne dijetе i čišćenja organizma, energetski rad, lični koučing, nutricionističko savetovanje, gubitak težine, sportska medicina, preventivne ili kurativne medicinske usluge itd. Ova kategorija uključuje i tradicionalne sanatorijume i zdravstvena odredišta - odmarališta (*resort*) u Evropi koji nude spa slične usluge (npr. masažu, hidroterapiju, kupke u termalnoj vodi itd.) u velnes i terapeutske svrhe.

Spa centri sa termalnim/mineralnim izvorima obuhvataju prihode ostvarene spa i velnes tretmanima (kao što su masaže, tretmani lica, hidroterapija itd.) u sledećim vrstama objekata: dnevni spa objekti i spa odredišta i zdravstvena odmarališta koji u spa tretmane uključuju prirodne izvore mineralne, termalne ili morske vode, kao i druge kupališne/rekreativne izvore koji nude komplementarne spa usluge.

Dnevni, klupski i salonski spa centri nude razne spa usluge (npr. masaže, tretmani lica, tretmani tela, itd.) koje izvode obučeni profesionalci, na bazi dnevnog korišćenja. Klub spa je sličan dnevnom spa, ali se nalazi u objektima čija je primarna svrha često fitness. Salon spa se nalazi u objektima koji pružaju kozmetičke usluge (poput frizure, šminke, nege noktiju itd.).

Medicinski spa centri su dnevni spa centri koji rade pod stalnim, prisutnim nadzorom licenciranog zdravstvenog stručnjaka, pružajući sveobuhvatnu medicinsku i/ili velnes negu u okruženju koje integriše spa usluge sa tradicionalnim, alternativnim ili kozmetičkim medicinskim terapijama i tretmanima.

Ostali spa centri- obuhvata sve druge objekte koji nisu obuhvaćeni prethodno opisanim kategorijama, kao što su spa na kruzerima, spa na aerodromima i mobilni spa centri. Takođe uključuje istorijske i kulturološke objekte (npr. turske hamame, indijske ajurvedske centre, evropske banje i saune itd.) koji su se razvili u spa centre dodavanjem modernih spa usluga kao što su masaže, tretmani lica i tretmani tela.

Spa kategorije, koje su prvenstveno zavisne od turizma, zabeležile su najveći pad prihoda u 2020. godini, uključujući spa centre u hotelima i odmaralištima (-41,3%), spa centre sa termalnim/mineralnim izvorima (-40,9%), spa destinacije i zdravstvena odmarališta (-37,7%) i ostale spa centre (koji uključuju i spa na kruzerima). Za celu kategoriju pad prihoda je bio -

48,9%, dok su spa na kruzerima sami zabeležili pad od -79,1% (Tabela 2.4). Segment dnevnih/klupskih/salonskih spa centara pretrpeo je najteži udar pandemije u pogledu zatvaranja spa centara, sa neto gubitkom od gotovo 3.700 spa objekata u ovoj kategoriji. Broj destinacijskih spa centara zapravo je porastao u 2020. godini, dok su zatvaranja počela tek kasnije tokom 2021. godine (gubitak od 25 spa centara u periodu 2020-2021). Broj spa centara u hotelima i odmaralištima ostao je isti od 2019. do 2020. godine, jer nije bilo osnove za procenu da li je došlo do trajnih zatvaranja tokom 2020, usled brojnih privremenih zatvaranja (Global Wellness Institute, 2024).

Tabela 2.4. Prihodi spa centara po vrstama (u milijardama američkih dolara)

Vrsta spa centra	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
Spa centri u hotelima i odmaralištima	50,41	29,59	33,75	47,07	66,02
Dnevni, klupski i salonski spa centri	36,59	24,15	29,64	33,57	39,05
Medicinski spa centri	9,15	6,29	7,39	8,71	10,61
Spa destinacije i zdravstvena odmarališta	9,23	5,78	6,22	8,05	10,04
Spa centri sa termalnim/mineralnim izvorima	6,19	3,66	4,37	5,20	6,21
Ostali spa centri	4,76	2,43	2,52	3,23	4,90
UKUPNO	116,34	71,89	83,90	105,84	136,84

**Rast u periodu 2021-2023 nije u potpunosti rezultat novih objekata, već i drastičnog povećanja broja hotela i odmarališta koja se predstavljaju sa svojim spa sadržajima/uslugama na globalnim platformama za online rezervacije, naročito u zemljama u razvoju.*

Izvor: Global Wellness Institute, 2024

Prema podacima za 2023. godinu, sve kategorije spa centara vratile su se na nivo prihoda pre pandemije COVID-19 ili su ga i premašile (Tabela 2.4). Kategorija spa centara u hotelima i odmaralištima je najveća - kako po prihodima, tako i po broju spa centara - i beleži najbrži rast od 2019. godine. Brzi rast ove kategorije zasniva se na snažnom rastu velnes turizma, jer sve veći broj potrošača želi da svoj velnes stil života praktikuje i tokom putovanja. Kao odgovor na to, sve više hotela i odmarališta dodaje i promovise spa usluge i sadržaje kako bi ostali konkurentni na tržištu. Međutim, treba napomenuti da nije sav dramatični rast broja spa centara u hotelima i odmaralištima i generalno rast prihoda u ovom sektoru posledica novih objekata. Metodologija Globalnog velnes instituta obuhvata prikupljanje podataka sa globalnih sajtova za online rezervacije, a poslednjih godina zabeležen je masovni rast u broju hotela i odmarališta koja se nalaze na ovim platformama, kao i objekata koji se predstavljaju kao pružaoci spa usluga, naročito u zemljama u razvoju i zemljama sa srednjim prihodima u Evropi, Latinskoj Americi, na Bliskom istoku i u Africi. Tako na primer, broj ukupnih smeštajnih objekata koji su navedeni na *Booking.com* (najvećoj svetskoj platformi za pretragu smeštaja) porastao je globalno za 57% u periodu od 2020. do 2023. godine, sa povećanjem broja oglasa od 142% u regionu Bliskog istoka i Severne Afrike, 101% u Latinskoj Americi i Karibima, 75% u Severnoj Americi i 73% u podsaharskoj Africi. Broj smeštajnih objekata sa spa/velnes sadržajima povećao se za 178% u

Severnoj Americi, 31% u regionu Bliskog istoka i Severne Afrike, 28% u podsaharskoj Africi i 27% u Latinskoj Americi i Karibima tokom ovog perioda (Global Wellness Institute, 2024).



Slika 2.2. Spa centar

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2017/05/31/04/40/hot-springs-2359064_1280.jpg

Industrija spa centara brzo se razvija sa pojavom novih velnes metoda (npr. zvučne kupke, komore za hiperbarični kiseonik, krioterapija, intravenozne infuzije, tretmani infracrvenim svetlom, akupunktura, reiki i slično). Kao odgovor na rastuću potražnju potrošača, mnogi spa centri dodaju ove vrste tretmana svojoj tradicionalnoj ponudi usluga. Međutim, spa centri nisu jedina mesta na kojima potrošači mogu pristupiti ovim metodama. U nekim velikim gradskim područjima pojavljuju se ekskluzivni velnes klubovi koji kombinuju elemente javnog radnog prostora, društvenih klubova i luksuznih spa, фитнес i velnes iskustava - a mnogi od ovih klubova nude i nove velnes metode poput tankova za plutanje, infracrvenih sauna, krioterapije, vitamin infuzija itd. Mnoge od ovih metoda imaju korene u tradicionalnim/autohtonim praksama lečenja i smatraju se oblikom tradicionalne i komplementarne medicine.

Tokom poslednje decenije, došlo je do sve većeg preplitanja velnesa i medicine, a pandemija COVID-19 je ubrzala ovaj trend. Mnogi dijagnostički testovi i procedure koje su ranije bile dostupne samo u bolnicama i medicinskim klinikama sve više se pojavljuju u ponudi spa centara (npr. limfna drenaža, procene crevnog mikrobioma, analiza sna, krvna analiza, genetsko testiranje, procene mišićno-koštanog sistema itd.). Mnogi potrošači, posebno imućni, počinju da se obraćaju spa centrima za dijagnostiku usmerenu na rano otkrivanje, upravljanje hroničnim stanjima i za druge vrste zdravstvenog i nutricionističkog savetovanja i podrške. Ovaj trend stvara zabunu oko toga šta jeste, a šta nije „medicinski spa“ - i da li svaki spa koji nudi ove usluge spada u „medicinski spa“. Prema Globalnom velnes institutu, zdravstvene banje, spa destinacije i zdravstvena odmarališta i sanatorijumi koji nude smeštaj sa punim velnes programima (uključujući i medicinske usluge pomenute gore) uvek se računaju u tu kategoriju. Dnevni spa centri koji nude medicinske usluge i imaju stalni, prisutni nadzor zdravstvenog radnika računaju se kao „medicinski spa“. Dnevni spa centri koji nude neke polu-medicinske

usluge (npr. analiza sna, nutricionističko savetovanje), ali nisu pod nadzorom zdravstvenog radnika, uvek se računaju kao „dnevni/klubski/salonski spa“ (Global Wellness Institute, 2024).

Sektor termalni/mineralni izvori

Ovde spadaju poslovni subjekti koji ostvaruju prihode kroz velnes, rekreativnu i terapijsku upotrebu vode sa posebnim svojstvima (uključujući termalnu vodu, mineralnu vodu i morsku vodu). Procena je da trenutno postoji oko 31.200 objekata termalnih/mineralnih izvora koji posluju u 130 zemalja. Ovi poslovni subjekti su ostvarili prihod od 62,7 milijardi američkih dolara u 2023. godini. Kao industrija zavisna od turizma, sektor termalnih/mineralnih izvora bio je jedan od najviše pogođenih pandemijom COVID-19. Dugotrajna zatvaranja granica, delimična zatvaranja poslovanja i ograničenja kapaciteta doveli su do velikog pada prihoda u mnogim regionima tokom 2020-2021. godine i sprečili potpuni povratak posetilaca u ove objekte u mnogim zemljama do kraja 2022. godine. Na kraju 2023. godine, globalni prihodi sektora termalnih/mineralnih izvora oporavili su se na 95% nivoa pre pandemije (Tabela 2.5).

Tabela 2.5. Tržište sektora termalnih/mineralnih izvora po regionima (2019-2023): Prosečna godišnja stopa rasta (u milijardama američkih dolara)

Region	2019. (u USD)	2020. (u USD)	2021. (u USD)	2022. (u USD)	2023. (u USD)	Potrošnja po stanovniku (2023)	Rast 2022– 2023 (u %)	Prosečni godišnji rast 2019-2023 (u %)
Azijsko-pacifički region	37,36	22,47	24,46	21,99	32,39	7,57	47,3	-3,5
Evropa	25,17	14,96	18,50	23,78	26,17	28,40	10,0	1,0
Latinska Amerika i Karibi	1,70	0,86	1,06	1,39	2,20	3,30	58,7	6,6
Severna Amerika	1,01	0,75	1,01	1,17	1,36	3,62	16,2	7,6
Bliski istok i Severna Afrika	0,44	0,18	0,24	0,35	0,53	0,97	52,1	4,6
Podsaharska Afrika	0,09	0,05	0,06	0,07	0,09	0,07	32,3	-1,2
SVET	65,78	39,27	45,34	48,73	62,72	7,82	28,7	-1,2
Svet bez Kine, Japana i Evrope	5,37	3,47	4,29	5,07	6,66	0,83	31,2	5,5

* Procene prihoda od termalnih/mineralnih izvora uključuju sve prihode koje ovi objekti ostvaruju – od usluga kupanja/plivanja, spa/velnes usluga i drugih tretmana, preko rekreativnih aktivnosti, hrane i pića, smeštaja, do ostalih usluga.

Izvor: Global Wellness Institute, 2024

Spor globalni oporavak sektora termalnih/mineralnih izvora uglavnom je posledica usporenog oporavka tržišta u Kini i Japanu, koji zajedno čine skoro polovinu globalnih prihoda u ovom sektoru. Produžena pandemija i nepovoljna ekonomska situacija doveli su do nastavka pada prihoda u sektoru termalnih/mineralnih izvora u Kini sve do početka 2023. godine, kada je ukinuta većina putnih ograničenja. Tokom 2023. godine, broj domaćih i međunarodnih turističkih dolazaka u Kini ostao je 25-30% ispod nivoa iz perioda pre pandemije, što je dodatno otežalo oporavak sektora. Kao rezultat, prihodi od termalnih/mineralnih izvora u Kini u 2023. godini dostigli su svega 87,1% nivoa iz 2019. U Japanu je u periodu od 2019. do 2023. zatvoreno oko 2.300 onsen objekata, uglavnom onih koji su nudili dnevne posete. Ovaj trend zatvaranja nije isključivo posledica pandemije, budući da prihodi u industriji beleže rast od 2021. godine, već je i posledica pada vrednosti domaće valute.

Što se tiče tržišta Centralne i Istočne Evrope, na stanje sektora termalnih/mineralnih izvora uticali su sledeći faktori:

- Gubitak ruskih turista usled rata u Ukrajini značajno je smanjio broj gostiju;
- Poslovanja su bila dodatno pogođena visokim cenama energije i nedostatkom radne snage nakon COVID-19 pandemije;
- Deprecijacija valuta smanjila je vrednost prihoda u američkim dolarima.

Ukupno, tržište u Evropi se oporavilo na 104% nivoa pre pandemije, ali veća tržišta poput Nemačke, Italije, Španije, Turske i Francuske još nisu potpuno oporavljena. Španija i Turska su prema lokalnim valutama (evro, lira) čak prešle nivo prihoda pre COVID-19 pandemije (Global Wellness Institute, 2024).

Tabela 2.6. Broj termalnih/mineralnih izvora po regionima (2019-2023)

Region	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
Azija - Pacifik	24.837	23.778	22.705	22.638	22.564
Evropa	6.479	6.417	6.482	6.488	6.509
Latinska Amerika i Karibi	1.177	1.176	1.179	1.182	1.185
Severna Amerika	390	391	395	399	402
Bliski istok i Severna Afrika	463	463	464	468	472
Podsaharska Afrika	68	68	68	68	68
SVET	33.414	32.293	31.293	31.243	31.200

Izvori: Global Wellness Institute, 2024

Azijsko-pacifički region i dalje drži ubedljivo najveći udeo u globalnom broju termalnih/mineralnih izvora, sa više od 72% ukupnog broja objekata. Međutim, ovaj region beleži pad broja objekata od 2019. do 2023. godine, i to za 9,1%, što značajno utiče na ukupne globalne trendove. Evropa, kao drugi po veličini region, jedini je među velikima koji beleži blagi rast u istom periodu, sa povećanjem broja objekata za 0,5%. Latinska Amerika i Karibi, Severna Amerika, kao i Bliski istok i Severna Afrika, zabeležili su stabilan, ali vrlo skroman rast broja objekata. Nasuprot tome, broj objekata u Podsaharskoj Africi stagnira, bez ikakvih značajnijih promena tokom analiziranog perioda. Na globalnom nivou, ukupan broj termalnih/mineralnih

izvora opao je sa 33.414 u 2019. na 31.200 u 2023. godini, što predstavlja smanjenje od oko 6,6%. Ovaj pad je prvenstveno posledica zatvaranja objekata u Aziji (Tabela 2.6).

Isto tako, ako iz podataka isključimo Kinu, Japan i Evropu, dobijamo znatno drugačiju sliku oporavka i rasta ovog sektora. U Severnoj Americi, ostatku Azijsko-pacifičkog regiona i Latinskoj Americi, sektor termalnih izvora beleži snažan godišnji rast od 5,5% od 2019. godine, a poslovanje se oporavilo na 124% nivoa iz perioda pre pandemije.

Tabela 2.7. Top 20 tržišta termalnih/mineralnih izvora u 2023. godini

Rang	Zemlja	Prihod 2019. (milijarde USD)	Prihod 2023. (milijarde USD)	Godišnja stopa rasta 2019-2023 (u %)	Godišnja stopa rasta 2022-2023 (u %)
1.	Kina	21,03	18,32	-3,4	+80,2
2.	Japan	14,20	11,57	-5,0	+19,2
3.	Nemačka	7,78	7,04	-2,5	+10,7
4.	Rusija	4,14	5,07	+5,2	-13,6
5.	Italija	1,79	1,71	-1,2	+15,1
6.	Mađarska	1,19	1,34	+2,9	+27,6
7.	Brazil	0,89	1,24	+8,7	+52,9
8.	SAD	0,91	1,24	+8,1	+16,3
9.	Austrija	0,99	1,08	+2,2	+13,4
10.	Tajvan	0,81	0,93	+3,4	+14,7
11.	Češka	0,75	0,88	+3,8	+46,8
12.	Poljska	0,71	0,83	+3,9	+18,6
13.	Španija	0,80	0,79	-0,3	+17,3
14.	Island	0,57	0,72	+5,8	+24,9
15.	J. Koreja	0,65	0,71	+2,1	+22,6
16.	Turska	0,84	0,70	-4,7	-7,9
17.	Rumunija	0,55	0,64	+4,1	+49,2
18.	Švajcarska	0,54	0,58	+2,0	+9,0
19.	Slovačka	0,53	0,57	+1,9	+23,1
20.	Francuska	0,67	0,57	-4,1	+7,3

* Prihodi uključuju sve izvore zarade: ulaznice, tretmane, smeštaj, hranu i druge usluge.

** Negativne stope rasta ukazuju na to da tržišta još nisu u potpunosti nadoknadila gubitke iz pandemijskih godina.

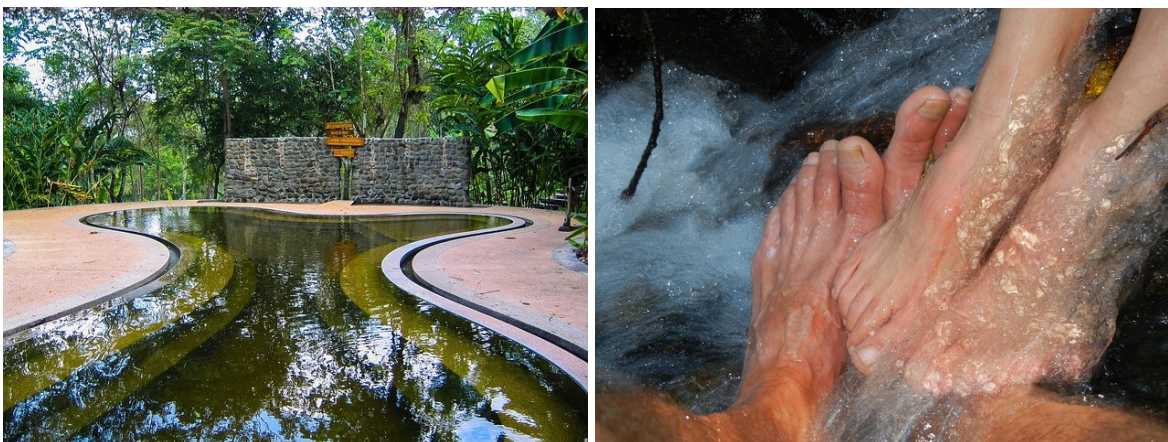
*** Kina i Japan i dalje dominiraju globalnim tržištem, ali njihov globalni udeo opada usled sporijeg oporavka.

Izvori: Global Wellness Institute, 2024

U pojedinim tržištima, gde pandemija COVID-19 nije imala veliki uticaj (npr. Tajvan) i u regionima gde mere zatvaranja granica nisu bile stroge, neki objekti su zabeležili samo blagi ili privremeni pad u broju poseta, a neki su čak zabeležili izuzetno snažan rast od 2020. Na primer, u delovima zapadnih SAD, Australije i Novog Zelanda, pojedini objekti su u poslednjim godinama beležili godišnji rast od 10-20% ili više, jer su se korisnici okretali kupanju kao

„bezbednoj aktivnosti na otvorenom tokom pandemije“, a domaći turisti i lokalni stanovnici su popunili praznine nastale zbog smanjenog broja međunarodnih gostiju. U Australiji, Novom Zelandu, SAD-u i Brazilu, objekti sa termalnim izvorima su imali rekordnu godinu u 2023. godini, sa prihodima koji su daleko premašili nivoe pre pandemije.

Sektor termalnih/mineralnih izvora je pretežno koncentrisan u Azijsko-pacifičkom regionu i Evropi, što odražava vekovne tradicije korišćenja voda za lečenje i relaksaciju u tim oblastima. Zajedno, ova dva regiona čine 93% globalnih prihoda i broja objekata u ovom sektoru. Dvadeset vodećih zemalja, uglavnom iz ova dva regiona, čine 90% svetskog tržišta u 2023. godini (Tabela 2.7). Kina i Japan zajedno učestvuju sa 48% u globalnim prihodima i 68% svih objekata, iako je njihov udeo opao usled produženog pada sektora u obe zemlje. Japan, sa procenjenih 17.100 onsen objekata, sam čini 55% svih objekata sa termalnim/mineralnim izvorima u svetu. Ostatak vodećih tržišta čine brojne evropske zemlje sa dugom tradicijom korišćenja termalnih/mineralnih voda u terapijske i zdravstvene svrhe (često uz državne subvencije i osiguranje), kao i SAD, Brazil, Tajvan i Južna Koreja. Svi gore pomenuti podaci se odnose isključivo na komercijalne objekte, odnosno samo na one koji naplaćuju ulaz ili usluge. Takođe, objekti koji koriste zagrejanu vodu koja nije prirodno termalna/mineralna nisu deo ove kategorije (Global Wellness Institute, 2024).



Slike 2.3. i 2.4. Termalni/mineralni izvori

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2014/08/21/03/52/feet-423092_1280.jpg i
https://cdn.pixabay.com/photo/2013/10/26/04/34/hot-source-200976_1280.jpg

Pre pandemije COVID-19, sektor termalnih/mineralnih izvora bio je jedan od najbrže rastućih sektora u velnes ekonomiji. Globalni velnes institut predviđa nastavak stabilnog i snažnog rasta u narednim godinama, oslanjajući se na brzo rastuće interesovanje potrošača, privrede i vlada za termalne izvore i različite vrste iskustava zasnovanih na vodi. Iskustva kupanja u termalnim/mineralnim izvorima privlače sve širi krug potrošača koji žele da se povežu sa prirodom, iskuse tradiciju različitih kultura i odnosa prema zdravom životu, uživaju u opuštajućim društvenim aktivnostima i istraže alternativne metode lečenja, rehabilitacije i prevencije. Mnogi potrošači koji dolaze iz sredina koje nemaju tradiciju vodene terapije ili

javnog kupanja sada „otkrivaju“ terapijske koristi termalnih voda, sauna i ledenih kupki kada posećuju spa centre i izvore. Projekcije su da će sektor termalnih/mineralnih izvora rasti po stopi od 9,2% godišnje u narednih pet godina, dostigavši procenjeni globalni prihod od 97,6 milijardi američkih dolara do 2028. godine. Snažna budućnost ovog sektora ogleda se u visokom nivou investicija i razvoja, koji su se nastavili i tokom pandemije. Procenjuje se da je od 2020. do 2023. godine otvoreno gotovo 300 novih objekata termalnih/mineralnih izvora u svim regionima sveta. Najmanje 40 novih projekata je već otvoreno ili planirano za 2024. godinu, a preko 230 projekata je u pripremi za buduće otvaranje i razvoj. Ove brojke se odnose samo na nove objekte i ne uključuju značajne investicije u nadogradnju i proširenje postojećih objekata. Zemlje sa najintenzivnijom investicionom aktivnošću i najvećim brojem novih otvaranja uključuju: Kinu, Japan, SAD, Tunis, Alžir, Mađarsku, Tursku, Rusiju, Francusku, Španiju, Nemačku, Italiju, Australiju, Vijetnam, Brazil i Argentinu (Global Wellness Institute, 2024).

Tabela 2.8. Vrste termalnih/mineralnih izvora

Pretežno rekreativni	Pretežno velnes	Pretežno terapijski/lečilišni
Bazeni sa termalnom/mineralnom vodom	Termalne/mineralne kupke	Zdravstveni centri i sanatorijumi koji koriste termalne/mineralne vode za lečenje
Vodeni parkovi bazirani na termalnoj/mineralnoj vodi	Spa centri sa termalnom/mineralnom vodom	Talasoterapijski spa centri i rizorti
Hoteli/rizorti sa termalnim/mineralnim bazenima	Termalni ili banjanski rizorti	

Izvori: Global Wellness Institute, 2024

Procene prihoda uključuju sve prihode koje ostvaruju gore navedeni objekti, a ne samo prihode direktno povezane sa kupanjem ili tretmanima u termalnoj/mineralnoj vodi. U to spada:

- kupanje/plivanje,
- spa/velnes tretmani i druge usluge,
- rekreativne aktivnosti,
- hrana i piće,
- smeštaj,
- druge usluge koje objekat nudi.

Da bi se preciznije utvrdilo preklapanje između sektora termalnih/mineralnih izvora i spa sektora, napravljena je podela na: objekte koji nude spa usluge i objekte bez spa usluga.

Objekti koji nude spa usluge uglavnom pružaju usluge masaže, tretmane lica, hidroterapije i druge slične usluge uz korišćenje termalne/mineralne vode. To uključuje:

- zdravstvene rizorte i sanatorijume širom Evrope,
- rizorte sa toplim izvorima u Kini i Tajvanu,

- kupališta koja uvode spa usluge kao dodatak.

Prihodi ovih objekata se takođe računaju u spa sektor, a preklapanje se uzima u obzir pri obračunu ukupne veličine velnes ekonomije.

Objekti bez spa usluga su uglavnom rekreativna i kupališna mesta, kao:

- većina onsena u Japanu,
- termalni vodeni parkovi u Latinskoj Americi,
- bazeni sa termalnom vodom na Islandu.

Prihodi ovih objekata se takođe računaju u sektoru tradicionalne i komplementarne medicine. U zemljama Centralne, Južne i Istočne Evrope, vodene terapije kao što su balneoterapija, hidroterapija, talasoterapija i drugo, imaju dugu tradiciju i često su deo zdravstvenih tretmana, rehabilitacije i prevencije. One čine značajan deo prihoda mnogih zdravstvenih centara sa termalnim/mineralnim vodama. U tim slučajevima postoji preklapanje između potrošnje u sektoru tradicionalne i komplementarne medicine i prihoda termalnih/mineralnih izvora, što se takođe uzima u obzir u ukupnim izračunima velnes ekonomije. U drugim delovima sveta, gde se termalne vode koriste isključivo za rekreaciju i velnes, ne postoji preklapanje sa sektorom tradicionalne i komplementarne medicine (Global Wellness Institute, 2024).

Sektor velnes turizma – velnes turisti

Velnes turizam se definiše kao putovanje koje je povezano sa nastojanjem da se očuva ili unapredi lično blagostanje. Ova definicija obuhvata oba aspekta – i „unapređenje“ i „očuvanje“ velnesa – jer prilikom merenja veličine industrije velnes turizma uključene su dve vrste velnes turista: primarni velnes turista i sekundarni velnes turista (Globalni velnes institut, 2024).

- Primarni velnes turista je osoba čijesa odluka da putuje ili izbor destinacije prvenstveno motivisani velnesom. Primarni velnes turisti biraju destinacije i iskustva koja su direktno povezana sa velnes ponudom (npr. destinacijski spa centri, rizorti sa toplim izvorima, zdravstveni rizorti itd.).

- Sekundarni velnes turista je osoba kojem velnes nije glavni razlog putovanja, ali nastoji da očuva svoje zdravlje i blagostanje tokom bilo koje vrste putovanja – bilo da je reč o odmoru ili poslovnom putu. Kod sekundarnih velnes turista, njihove vrednosti i stil života u vezi sa velnesom utiču na njihove izbore, aktivnosti i potrošnju tokom putovanja (npr. biranje zdrave hrane, opcija za vežbanje, posete teretanama itd.).

Turistički promet u ovom sektoru turizma se odnosi na putovanja povezana sa težnjom ka održavanju ili unapređenju ličnog blagostanja. Obuhvata sve troškove koje turisti ostvaruju tokom putovanja vezanih za velnes (bilo da su to primarna ili sekundarna putovanja, domaća ili međunarodna).

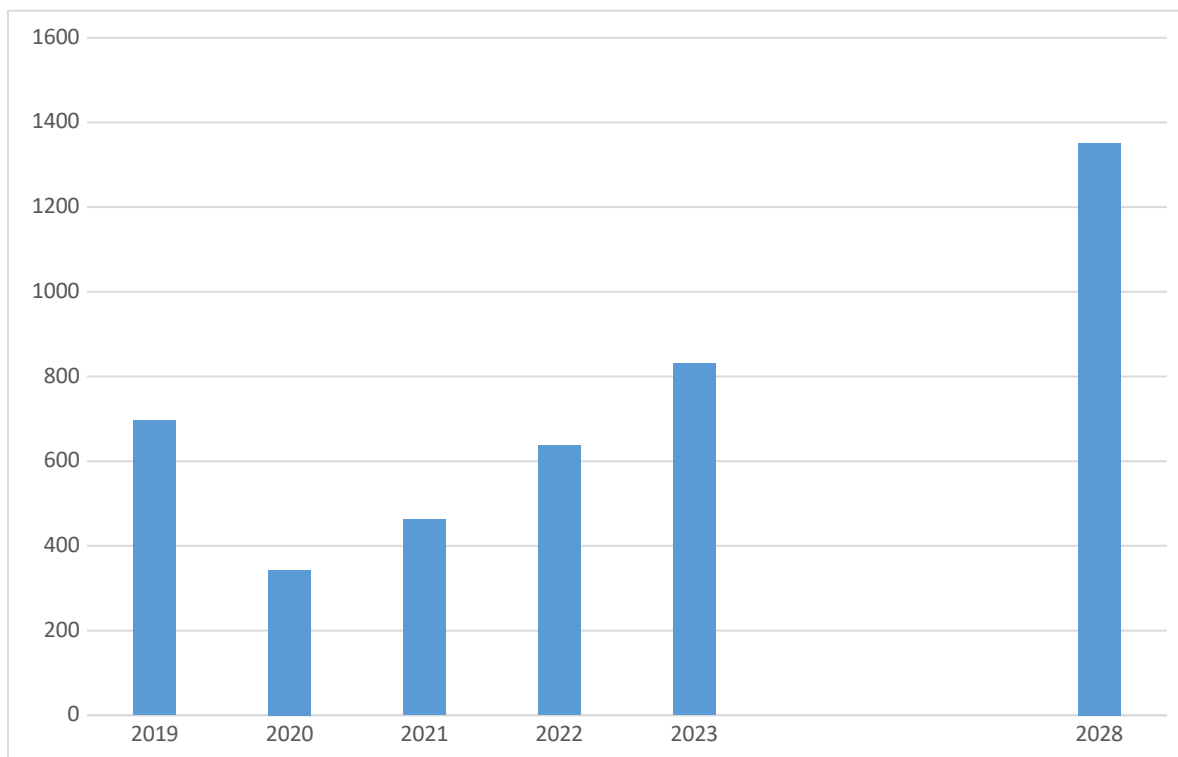
Veličina industrije velnes turizma se meri sabiranjem svih troškova koje ostvaruju putnici na primarnim i sekundarnim velnes putovanjima. Ovi troškovi uključuju:

- smeštaj,
- hranu i piće,

- aktivnosti i izlete (uključujući velnes usluge),
- kupovinu,
- unutrašnji prevoz (putovanja unutar zemlje),
- druge usluge (npr. telekomunikacije, usluge turističkih agencija, putno osiguranje itd.) (Global Wellness Institute, 2024).

Svi prihodi koje neka zemlja ostvaruje od dolaznih velnes turista iz inostranstva, pod uslovom da ostvare barem jedno noćenje, potpada pod međunarodni velnes turizam. Isto tako, svi troškovi u zemlji koje ostvaruju velnes turisti koji putuju unutar sopstvene zemlje, takođe s najmanje jednim noćenjem, čine domaći velnes turizam.

U skladu s međunarodnim standardima za turističku statistiku, iz međunarodnog velnes turizma isključuju se troškovi međunarodnog avio-prevoza, jer ti prihodi najčešće ne pripadaju zemlji koju turista posećuje. Zato se troškovi međunarodnog avio-prevoza obično ne uključuju u turističke prihode koje izveštavaju pojedinačne zemlje, već se vode kao posebna stavka u bilansu plaćanja (Global Wellness Institute, 2024).



Grafikon 2.1. Globalno tržište velnes turizma – realizovana potrošnja u svetu u američkim dolarima u periodu 2019-2023. godine i projekcija za 2028. godinu

Izvor: Global Wellness Institute, 2024

Prosečne karakteristike velnes turista su:

- srednje je starosne dobi,
- obrazovani su,

- dolaze iz razvijenih/industrijalizovanih zemalja,
- inostrani velnes turisti troše više novca na putovanju u odnosu na klasične strane turiste (u proseku 65% više),
- domaći velnes turisti troše znatno više na putovanju nego klasični domaći turisti (u proseku 150% više),
- očekivalo se da će velnes tržište biti u porastu u zemljama Azije, Bliskog istoka i Latinske Amerike (kao receptivni i kao emitivni prostori) (Pivac i sar., 2016), što se i ostvarilo (Global Wellness Institute, 2024).

Tabela 2.9. Potrošnja za velnes turizam po regionima (2019-2023)
i prosečna godišnja stopa rasta (u %)

Region	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	Prosečna godišnja stopa rasta (2019-2023)	Rast 2022-2023
	Potrošnja u milijardama USD					u %	
Severna Amerika	261,9	151,4	209,3	279,4	313,9	12,3	4,6
Evropa	240,6	119,6	166,9	232,8	286,5	23,1	4,5
Azijsko-pacifički region	142,4	51,1	56,0	76,7	165,8	116,2	3,9
Latinska Amerika i Karibi	33,4	13,2	20,1	29,6	37,5	26,7	2,9
Bliski istok i Severna Afrika	12,3	5,3	7,4	13,4	19,1	42,4	11,6
Subsaharska Afrika	6,0	2,3	2,8	5,3	7,4	41,3	5,6
SVET (velnes turizam)	696,6	343,0	462,5	637,2	830,2	30,3	4,5
SVET (ukupni turizam)	4.608,2	2.098,3	2.686,4	3.521,3	4.646,4	32,0	0,2

**Ovi podaci kombinuju kako međunarodna/dolazna, tako i domaća turistička putovanja, i uključuju kako primarna, tako i sekundarna velnes turistička putovanja. Zbog zaokruživanja, podaci se možda ne sabiraju tačno do ukupnog iznosa. Rezultati su prikazani na osnovu podataka prikupljenih iz u 218 zemalja.*

Izvor: Global Wellness Institute, 2024

Velnes turizam je bio jedan od najbrže rastućih sektora velnes ekonomije pre 2020. godine, ali je takođe bio i sektor koji je najviše negativno pogođen pandemijom COVID-19. Nakon što je dostigao vrhunac od 696,6 milijardi američkih dolara 2019. godine, izdaci za velnes turizam su pali na 343 milijardi američkih dolara u 2020. godini, zbog zabrana putovanja i zatvaranja granica širom sveta usled pandemije (Grafikon 2.1). Velnes turizam se tokom pandemije nešto bolje držao u odnosu na ukupni turizam, pri čemu su broj velnes putovanja i izdaci za njih pali manje u 2020. i brže se oporavili u periodu 2021-2022. u poređenju sa ukupnim turizmom. Uz popuštanje ograničenja vezanih za pandemiju i oporavak celokupnog

turističkog tržišta, velnes turizam je brzo rastao tokom trogodišnjeg perioda, dostigavši novi vrhunac od 830,2 milijarde američkih dolara u 2023. godini.

Globalno, izdaci za velnes turizam su se oporavili na 119% nivoa iz 2019. godine (pre pandemije), dok su putovanja u okviru velnes turizma porasla na 111%. Za poređenje, stopa oporavka za celokupan turizam iznosi 101% za potrošnju i 90% za broj putovanja. Sve regije sveta su takođe u potpunosti oporavile i premašile svoje nivoe velnes turizma pre pandemije. Velnes turizam ostaje četvrti najveći sektor u velnes ekonomiji, čineći 13,1% ukupnih globalnih rashoda za velnes u 2023. godini. Prosečna godišnja stopa rasta velnes turizma u periodu od 2019. do 2023. godine (4,5%) bila je usporena zbog pada usled pandemije COVID-19 i procesa oporavka. U narednim godinama predviđa se da će velnes turizam ponovo uspostaviti brz tempo rasta od 10,2% godišnje, dostižući projekciju od 1.351,0 milijardi dolara do 2028. godine (Global Wellness Institute, 2024).

Velnes putnici su 2023. godine ostvarili preko milijardu međunarodnih i domaćih velnes dolazaka (1.034,5 miliona), premašivši nivoe iz perioda pre pandemije COVID-19.

Udeo velnes turizma u ukupnom turizmu nastavio je da raste tokom i nakon pandemije. U 2019. godini, velnes putovanja činila su 6,3% svih putovanja, sa ostvarenih 15,1% ukupne turističke potrošnje. U 2023. godini, velnes putovanja činila su 7,8% svih turističkih putovanja, ali su predstavljala 17,9% ukupne turističke potrošnje u 2023. godini. To je zato što velnes putnici imaju znatno veću potrošnju po putovanju u poređenju sa prosečnim turistom, o čemu je već bilo reči.

Severna Amerika i dalje prednjači u svetu po ukupnoj potrošnji na velnes turizam, jer je prosečna potrošnja po putovanju znatno viša nego u drugim regionima. U 2023. godini, Azijsko-pacifički region je pretekao Evropu po broju velnes putovanja, postavši region sa najvećim brojem takvih putovanja. Međutim, region Azije i Pacifika je najviše zaostajao u oporavku nakon pandemije, zbog produženih ograničenja putovanja u Kini, Japanu, Južnoj Koreji, Tajvanu i drugim važnim tržištima tokom 2021. i 2022. godine. U 2022. godini, dok su restrikcije još bile na snazi, velnes putovanja i potrošnja u regionu bili su na samo 61% i 54% nivoa iz perioda pre pandemije. Kada su krajem 2022. sve granice u potpunosti otvorene, tržište turizma se brzo oporavilo, i velnes putovanja i potrošnja su dostigli 125% i 116% u 2023. godini u odnosu na 2019. godinu. Pomenuti brzi oporavak velnes turizma u Azijsko-pacifičkom regionu u velikoj meri je rezultat snažnog povratka putovanja u Kini i Indiji, koje zajedno čine više od dve trećine svih velnes putovanja u regionu. U mnogim drugim velikim tržištima velnes turizma, kao što su Japan, Tajland, Južna Koreja, Tajvan i Malezija, velnes putovanja i potrošnja i dalje zaostaju za nivoima iz perioda pre pandemije. S obzirom na to da se tržište turizma u Aziji i Pacifiku još uvek oporavlja, očekuje se dalji snažan rast velnes turizma u ovom regionu tokom narednih godina (Global Wellness Institute, 2024).

Region Bliskog istoka i Severne Afrike bio je najbrže rastući region u svetu po broju velnes putovanja i potrošnji u periodu od 2019. do 2023. godine - što odražava i ukupan rast turizma u tom regionu. Broj velnes putovanja rastao je prosečno 8,1% godišnje, a potrošnja u velnes turizmu 11,6% godišnje. Takođe, ovaj region beleži i najveći stepen oporavka nakon pandemije, sa velnes putovanjima na 137%, a potrošnjom na 155% nivoa iz 2019. godine

(zaključno sa 2023. godinom). Ovaj rast je impresivan s obzirom na to da je broj velnes putovanja u regionu opao za 59% tokom 2020. godine. Oporavak je podstaknut snažnim prilivom turista u zemlje kao što su Ujedinjeni Arapski Emirati, Saudijska Arabija, Egipat, Maroko, Bahrein i Katar (Global Wellness Institute, 2024).

Tabela 2.10. Putovanja u okviru velnes turizma po regionima
(2019-2023)

Region	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	Prosečni izdaci po putovanju (u dolarima)
	u milionima USD					u američkim dolarima
Severna Amerika	216,6	136,7	176,3	205,4	224,0	1.401
Evropa	324,0	174,0	222,1	292,6	328,5	872
Azijsko-pacifički region	323,6	136,6	150,9	196,6	403,4	411
Latinska Amerika i Karibi	52,4	26,2	34,8	47,2	55,0	682
Bliski istok i Severna Afrika	11,7	4,8	6,7	11,2	15,9	1.198
Podsaharska Afrika	6,6	2,7	2,9	5,7	7,8	956
WORLD: Wellness Tourism	934,8	481,1	593,7	758,7	1.034,5	803
WORLD: ALL Tourism	14.740,7	6.910,6	7.938,6	9.858,2	13.262,0	350

* Ovi podaci kombinuju kako međunarodna, tako i domaća turistička putovanja, i uključuju primarna i sekundarna velnes turistička putovanja. Zbir može odstupati zbog zaokruživanja.

Izvor: Global Wellness Institute, 2024

Velnes turizam je najviše koncentrisan u Severnoj Americi, Evropi i Aziji-Pacifiku. Samo SAD čine 20% svih velnes putovanja i 36% ukupne potrošnje u ovom sektoru tokom 2023. godine. To je zato što SAD imaju razvijeno tržište domaćeg velnes turizma, pored inostranih turističkih dolazaka, pri čemu je u pitanju zemlja velike populacije, globalno posmatrano. Tako 95% svih velnes putovanja u SAD-u realizuju domaći turisti.

Dvadeset vodećih zemalja čini 84% svetskog tržišta velnes turizma u 2023. godini. Od tih dvadeset zemalja, samo tri (Japan, Tajland i Južna Koreja) nisu premašile nivoe potrošnje u velnes turizmu iz 2019. godine (Tabela 2.11).

Tabela 2.11. Velnes turizam: Dvadeset vodećih destinacija po potrošnji u 2023. godini

Rang (2023)	Zemlja	Potrošnja (milijarde USD)	Rast (2022-2023) (u %)	Prosečni godišnji rast (2019-2023) (u %)	Broj putovanja (milion, 2023)
1.	SAD	300,6	11,3	4,8	207,5

2.	Nemačka	77,8	25,9	3,4	70,4
3.	Kina	55,7	477,4	18,0	158,7
4.	Francuska	41,3	15,1	4,0	38,7
5.	Japan	22,6	44,9	-5,1	41,1
6.	Austrija	21,1	24,4	3,5	17,7
7.	Italija	19,2	26,6	7,0	13,0
8.	Australija	19,0	32,9	3,8	14,6
9.	Švajcarska	18,0	32,1	4,8	11,5
10.	UK	17,5	4,9	5,7	23,5
11.	Indija	16,4	116,5	10,7	108,1
12.	Meksiko	15,5	19,6	5,4	17,9
13.	Španija	14,6	27,0	7,1	20,1
14.	Kanada	13,3	43,3	1,6	16,5
15.	Tajland	12,3	119,5	-6,1	13,5
16.	Turska	8,6	29,5	11,9	10,4
17.	J. Koreja	7,3	40,0	-4,5	20,9
18.	UAE	7,2	43,1	16,5	2,9
19.	Portugal	6,4	20,3	7,1	5,9
20.	Indonezija	6,0	96,1	5,3	10,0

**Ovi podaci obuhvataju dolaske i stranih i domaćih velnes turista, kao i primarna i sekundarna velnes turistička putovanja.*

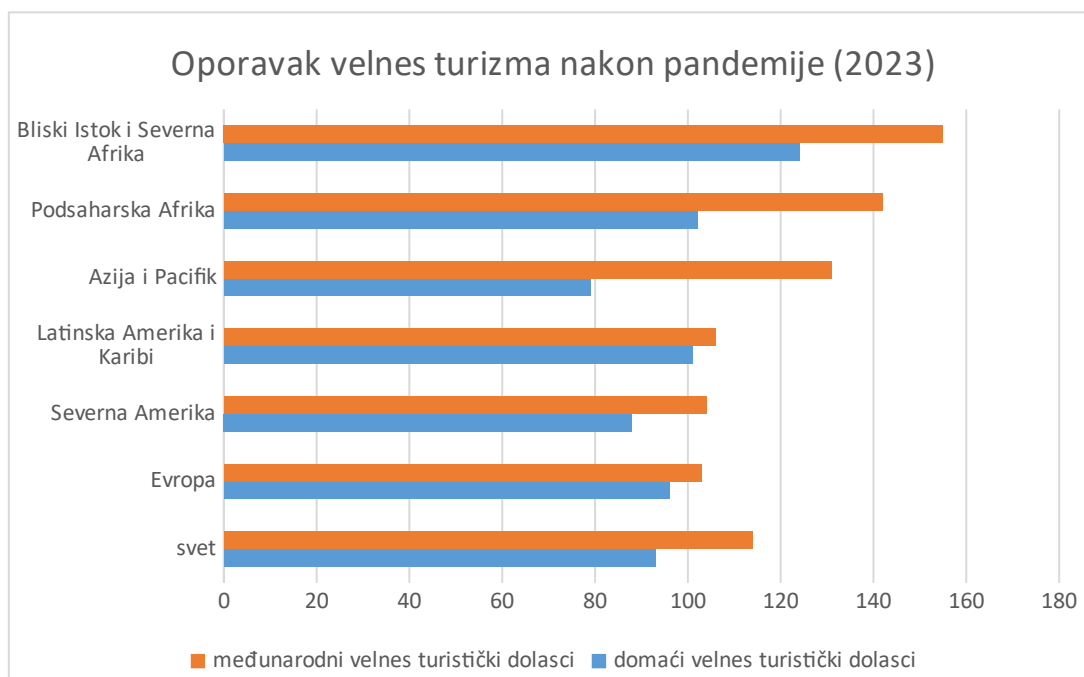
Izvor: Global Wellness Institute, 2024

SAD su daleko ispred po potrošnji, sa 300,6 milijardi američkih dolara, što je skoro četiri puta više od Nemačke, koja je na drugom mestu. Kina je zabeležila ogroman skok od 477,4% u 2023. u odnosu na prethodnu godinu, što odražava snažan postpandemijski oporavak. Indija i Tajland su takođe među zemljama sa najbržim rastom, ali Tajland i dalje zaostaje u odnosu na 2019. godinu (negativan prosečni rast). Japan, Južna Koreja i Tajland su zemlje u top 20 koje i dalje imaju nižu ukupnu potrošnju u 2023. u poređenju sa 2019. godinom. Ujedinjeni Arapski Emirati beleže jednu od najjačih stopa prosečnog godišnjeg rasta (16,5%), uprkos relativno malom broju putovanja. Top 20 zemalja čine 84% globalnog velnes turizma po potrošnji (Tabela 2.11), što pokazuje visoku koncentraciju u ovom tržištu (Global Wellness Institute, 2024).

U većini slučajeva je lakše i finansijski povoljnije učestvovati u kraćim putovanjima i putovati unutar zemlje, nego u inostranstvo. Zbog toga se širom sveta u većini godina (izuzev tokom pandemije) obavi devet do deset puta više domaćih putovanja nego međunarodnih. Isto tako, putovanja radi velnesa su mnogo češće domaća nego međunarodna. Od ukupno 1.034,5 miliona velnes putovanja u 2023. godini, međunarodna (dolazna) velnes putovanja činila su samo 13% (134,5 miliona dolazaka), dok su domaća velnes putovanja činila 87% (900,0 miliona dolazaka). Tržište domaćeg velnes turizma posebno je dominantno u zemljama Severne Amerike (SAD i Kanada) i u državama Azijsko-pacifičkog regiona (npr. Kina, Japan, Australija, Indija), gde ljudi imaju veliki izbor destinacija za putovanja unutar svoje zemlje.

Domaći velnes turizam je zabeležio manji pad tokom 2020. godine i brže se oporavio od pandemije u poređenju sa međunarodnim velnes turizmom. Gledajući broj velnes putovanja u 2023. godini, domaća velnes putovanja su se globalno u potpunosti oporavila i dostigla 114% nivoa iz perioda pre pandemije, tj. iz 2019. godine (u poređenju sa stopom oporavka od 90% za sva domaća putovanja). Domaća velnes putovanja su se u potpunosti oporavila u svih šest svetskih regiona (Grafikon 2.2).

Nasuprot tome, međunarodna velnes putovanja su u 2023. godini dostigla globalnu stopu oporavka od 93% (u poređenju sa 88% za sva međunarodna putovanja). U svih šest regiona, međunarodna (dolazna) velnes putovanja su i dalje ispod nivoa iz perioda pre pandemije u Azijsko-pacifičkom regionu, Severnoj Americi i Evropi (Grafikon 2.2).



Grafikon 2.2. Oporavak velnes turizma nakon pandemije: broj dolazaka turista u sektoru velnes turizma 2023. godine u odnosu na 2019. godinu (u %)

Izvor: Global Wellness Institute, 2024

Većinu sektora velnes turizma čine sekundarna velnes putovanja – kada putnici traže velnes iskustva ili zdrave opcije tokom bilo koje vrste putovanja (bilo da je reč o odmoru ili poslovnom putovanju). Sekundarni velnes turizam činio je 83% velnes putovanja i ukupne potrošnje u velnes turizmu u 2023. godini.

Velnes putnici troše više po putovanju nego prosečni turisti, i to važi i za domaće i za međunarodne putnike. U 2023. godini, međunarodni velnes turisti su u proseku trošili 1.668 američkih dolara po putovanju, što je 36% više u poređenju sa tipičnim međunarodnim turistom. Razlika u potrošnji je još veća kod domaćih velnes turista – oni troše 163% više nego prosečan domaći turista, odnosno 673 američkih dolara po putovanju. Razlog za to je što su velnes putnici

uglavnom imućniji, obrazovaniji i iskusniji putnici, koji su spremni da potroše više na putnička iskustva, usluge i pogodnosti koje podržavaju njihovo zdravlje i blagostanje.

3. KONCEPT BANJE U SRBIJI

Banje u hidrogeotermalnom smislu predstavljaju lokalitete u kojima se vrši eksploatacija termomineralnih voda i njihovo korišćenje radi lečenja i oporavka ljudskog organizma. Termalne vode mogu biti prirodne, u vidu izvora, i veštačke, u vidu bušotina sa hladnom vodom. Banje spadaju u sanatorijne prostore koje odlikuje očuvana i atraktivna prirodna sredina i koji pogoduju zadovoljavanju čovekovih rekreativnih potreba. Banje su naselja sa nizom specifičnosti, zahvaljujući lokaciji uz lekovite izvore, i nastojanja da se ovi izvori iskoriste za potrebe lečenja ili rekreacije, čime se banje funkcionalno usmeravaju prema zdravstveno-lečilišnom turizmu. Premda je ova vrsta turizma glavni oslonac razvoja banja, obično se na osnovu receptivne osnove i raznovrsnosti komplementarnih vrednosti okolnog banjanskog područja u njima razvijaju i ostali oblici turizma (Košić, 2004).

Područje Srbije karakteriše izuzetno bogatstvo voda, od kojih su mnoge termalne, termomineralne i lekovite. U Srbiji ima oko 300 izvora mineralne vode i oko 700 izvora običnih (stonih) voda, to jest slabo mineralizovanih voda. Stone vode predstavljaju potencijalni resurs za flaširanje. Pored više od 1.000 izvorišta hladne i tople mineralne vode, širom zemlje prisutno je veliko bogatstvo prirodnog gasa i lekovitog blata. Danas je više od 160 termomineralnih izvora uređeno i koristi se. Na njima je napravljeno preko 40 zvaničnih banja i lečilišta. Prema sadržaju mineralnih rastvorenih materija, lekovite vode kod nas mogu biti svrstane u:

- alkalne,
- alkalno-murijatične,
- murijatične,
- zemno-alkalne ili murijatično-karbonatne,
- gvožđevite,
- sumporovite,
- jodne i
- radioaktivne.

Najznačajnija zastupljenost hladnih izvora je u Vrnjačkoj banji, Bujanovačkoj banji, Palanačkom Kiseljaku, Priličkom Kiseljaku, Mladenovačkoj banji i Klokot banji.

Najveću rasprostranjenost pokazuju vode hipotermalnog karaktera. Ovakve vode prisutne su u Banji Koviljači, Sokobanji, Zvonačkoj Banji, Bukovičkoj Banji, Klokot Banji i Obrenovačkoj Banji.

Izvori homeomineralne vode postoje u sledećim banjama: Vrnjačka Banja, Ovčar Banja, Niška Banja, Brestovačka Banja, Pribojska Banja i Lukovska Banja.

Najtoplije, odnosno hipertermalne vode, karakteristične su za sledeće značajnije banje: Gamzigradska Banja (40°C), Brestovačka Banja (42°C), Kuršumlijska Banja (45-55°C), Novopazarska Banja (50°C), Sijarinska Banja (78°C), Jošanička Banja (78°C) i Vranjska Banja (92°C).

Brojnost termomineralnih izvora, odnosno potencijalnih banja na teritoriji Srbije je vrlo izražena, stoga postoji potreba za njihovim zoniranjem. U skladu s tim, na teritoriji Srbije izvršena je podela na sledeće banjske zone:

- Šumadijska (Mladenovački selters, Bukovička banja i Palanački kiseljak);
- Zapadnomoravska (Ovčar banja, Gornja Trepča, Mataruška, Bogutovačka i Vrnjačka banja);
- Kopaoničko-jastrebačka (Jošanička, Ribarska, Lukovska, Kuršumlijska i Prolom banja);
- Novopazarsko-pribojska (Pribojska banja, Prilički Kiseljak, Novopazarska banja, Rajčinovačka banja);
- Južnomoravska (Sijarinska i Vranjska banja);
- Istočnosrbijanska (Sokobanja, Brestovačka, Gamzigradska, Zvonačka i Niška Banja);
- Zapadnosrbijanska (Banja Koviljača i banja Vrujci);
- Vojvođanska (Kanjiža, banja Junaković, Rusanda, Vrdnik i Slankamen);
- Kosovska (Ilidža i Klokot) (Živanović, 2015).

Banje nesumnjivo predstavljaju veliko prirodno bogatstvo sa višenamenskim mogućnostima njihovog korišćenja, što predstavlja značajnu osnovu za razvoj određenih delatnosti i aktivnosti u oblasti medicine, u industriji osvežavajućih napitaka, u poljoprivredi, turizmu, sportu, za dobijanje određenih mineralnih sirovina pri raznim tehnološkim procesima koji zahtevaju povišenu temperaturu (Filipović, 1995).

Banje pripadaju sanatorijumskim prostorima sa očuvanom i atraktivnom prirodnom sredinom, koji pogoduju zadovoljavanju čovekovih rekreativnih potreba. Rekreativni atributi određenih prirodnih elemenata, karakterističnih za banje – termomineralni izvori, ostali hidrografski objekti, reljef, vegetacija, pejzažne vrednosti, klima – deluju pozitivno na fiziološke funkcije, čime se preventivno deluje na očuvanje zdravlja ljudi i poboljšanje njihovih radnih sposobnosti.

Banjski turizam predstavlja oblik turizma u kojem je naglasak na opuštanju i izlečenju tela, pretežno koristeći tretmane vodom, kao što su bazeni sa mineralnom i termalnom vodom, parne sobe i saune. Prilikom pružanja usluga u banjskom turizmu naglasak treba da bude na lečenju, oporavku ili odmaranju tela (Smith, Puczkò, 2009).

Međunarodno udruženje banja (ISPA), 2007. godine definisalo je banje kao „mesta posvećena poboljšanju opšteg stanja kroz razne profesionalne usluge koje podstiču obnavljanje uma, tela i duha“. Ovo udruženje definisalo je i ključne elemente banjskog turizma: opuštanje (otklanjanje stresa), razmišljanje (meditacija), obnavljanje (energija i meditacija), radost (sreća i zabava).

Veoma je teško napraviti razliku između banja i opštijih tipova velnesa. Ova činjenica ukazuje na složenost banjskog sektora. Turisti sa područja Srednje i Istočne Evrope doživljavaju banje kao tradiciionalna lečilišta, dok sa druge strane posetioci iz Sjedinjenih Američkih Država ili Ujedinjenog Kraljevstva kreiraju drugačiju sliku o banjama (banje kao kozmetički saloni).

Složenost pojma banja leži i u činjenici da skoro svaki pružalac neke vrste zdravstvenih usluga može te usluge nazvati „banjom“. Banje se razlikuju u velikoj mjeri po vrsti usluga koje nude, međutim, imaju jednu zajedničku stvar, a to je težnja za poboljšanjem zdravlja i opšteg stanja organizma. Većina banja koristi određeni oblik tretmana vodom, međutim, postoji razlika između mineralnih, termalnih i lekovitih voda:

1. Mineralne vode sadrže određenu količinu rastvorenih mineralnih materija (minimum 500 mg/l ili 1.000 mg/l);

2. Termalne vode predstavljaju prirodne vode čija je temperatura na izvoru bar 30°C ili 40°C (vrednosti variraju od zemlje do zemlje);

3. Lekovite su vode čija lekovita dejstva moraju biti dokazana.

Međunarodno udruženje banja definisalo je „deset domena banja“ ili delova te industrije kao:

1. Vode;

2. Hrana, dijeta i ishrana;

3. Kretanje, vežbe, dodir;

4. Dodir, masaža, fizičke vežbe;

5. Um/telo/duh;

6. Estetika, nega kože, prirodni agensi za lepotu;

7. Fizički prostor, klimatologija, globalna ekologija;

8. Društvene/kulturne/umetničke vrednosti, kultura banja;

9. Menadžment, marketing i upravljanje;

10. Vreme, ritam i ciklusi.

Važno je napomenuti da ne sadrže sve banje svaki od navedenih domena. Savremeno značenje banja ustanovljeno je u Sjedinjenim Američkim Državama. Jednu od najjasnijih kategorizacija banja dalo je Međunarodno udruženje banja 2007. godine:

– Spa klub je predstavlja objekat koji nude prvenstveno usluge fitnesa, ali i nekoliko drugih usluga koje banje pružaju dnevnim korisnicima;

– Banja za dnevni boravak jeste objekat koji nudi programe za lepotu, fitnes i velnes bez smeštaja, a trajanje usluga se kreće od jednog sata do celog dana;

– Termalni hotel-banja predstavlja banju koja nudi hotelski smeštaj i uglavnom nekoliko dana programa u koji su uključene sve usluge, osmišljene da uspostave fizičku, duhovnu i mentalnu ravnotežu;

– Holistička banja je banja koja nudi alternativnu terapiju i ishranu, na primer vegeterijansku ili makrobiotičku kuhinju, sa ciljem da napravi pozitivne promene u stavovima gostiju;

– Lekovita banja je objekat koji nudi tradicionalne i dodatne terapijske usluge i tretmane zdravstvene zaštite, kao i druge banjske usluge, a koji može uključivati i zdravstvene ustanove;

– Javno kupatilo je banja sagrađena za korišćenje prirodne mineralne, lekovite ili morske vode, na mestu na kojem se ove vode nalaze i koja gostima nudi hidroterapiju;

– Banjsko odmaralište je odmaralište koje se nalazi na udaljenom mestu u prirodnom okruženju, koje je izdvojeno od civilizacije i koje gostima nudi veliki broj velnes usluga i programa paket aranžmana;

– Banjski centar je ustanova koja nudi banjske usluge i posebne sportske programe (sportski programi mogu da uključuju sve od golfa do skijanja i sl);

– Specijalizovana banja je ustanova koja posluje po strogim pravilima i koja gostima nudi šansu da postignu određeni rezultat (na primer da redukuju telesnu težinu).

Prethodno navedena kategorizacija banja u skladu je sa severnoameričkim pristupom. Na osnovu procene Međunarodnog udruženja banja, najveća kategorija banja jeste banja za dnevni boravak. U Evropi je prisutno drugačije viđenje pojma banja, gde se boravak u banjama zasniva u najvećoj meri na korišćenju prirodnih lekovitih faktora, naročito lekovitih voda, dok sa druge strane u Severnoj Americi definicija boravka u banjama zasniva svoje korene na zdravlju u mnogo širem smislu. U Evropi je 2022. godine bilo više od 10.000 spa centara (prema podacima ESPA - evropskog udruženja banja), od kojih većina predstavlja medicinski priznate zdravstvene centre. Ovakve banje imaju uže usmerenje, što podrazumeva da pružaju fizičko lečenje posetiocima koji se često nazivaju pacijentima. Mnoge evropske banje poseduju izvore prirodnih lekovitih voda, koji se koriste za lečenje određenih zdravstvenih problema, kao što su problemi sa kretanjem ili cirkulacijom. Prema Evropskom udruženju banja, sledeći prirodni resursi mogu se okarakterisati kao lekoviti faktori:

- Izvori sa lekovitom vodom za terapijsku upotrebu;
- Lekoviti gasovi;
- Banje, banjski objekti i zdravstvena odmarališta na moru;
- Peloid u banjama, zdravstvenim odmaralištima i banjskim objektima;
- Bioklimatsko lečenje (www.europeanspas.eu).

U poslednje vreme primećuje se porast popularnosti banjskih centara, izgrađenih za određenu svrhu, u Evropi. Uglavnom su to centri za rekreaciju i razonodu, a mogu kombinovati tretmane vodom sa fitnessom i nutricionističkim programima, pa čak uključiti i radionice za radnu terapiju. U Srednjoj i Južnoj Americi je poslednje dve decenije izražen tren za avanturističkim turizmom u banjama koje se nalaze na udaljenim i mirnim mestima. Ovakve banje pretežno zasnivaju svoje usluge na avanturističkim aktivnostima na otvorenom, ali i na velnes tretmanima i bazenima (Smith, Puczkò, 2009).

Faktori razvoja banjskog turizma

Banjski turizam je poseban oblik turizma sa funkcijom lečenja i rehabilitacije obolelih, kao i sa funkcijama odmora, rekreacije, relaksacije. Specifičnost i pozitivna osobina banjskog turizma jeste najduži boravak u odnosu na sve ostale vrste turizma i manje-više ravnomerna sezonska iskorišćenost kapaciteta. Iako za banjskim lečenjem i rehabilitacijom povređenih postoji potreba tokom cele godine, priliv banjskih gostiju je ipak veći u letnjoj sezoni, zbog vremenskih prilika i stečenih navika. Naročito je tada veći broj onih posetilaca koji u banje dolaze zbog odmora, razonode i eventualne preventivne terapije. U cilju produženja sezone i

veće godišnje iskorišćenosti kapaciteta, banje u svoju ponudu unose razne dodatne sadržaje, naučne simpozijume, stručne seminare (Vrđnik), sportska takmičenja (npr. Vrnjačka banja - šah) i kulturne manifestacije (npr. Bukovička banja – "Mermer i zvuci"). Prema tome, banje nisu više samo mesta za lečenje već i turistički centri koji nude čitavu lepezu turističkih sadržaja privlačnih za zdrave osobe, a takođe i za bolesnike kojima zdravstveno stanje dozvoljava kretanje i učešće u kulturno-zabavnom životu (Laškov, 1982).



Slike 3.1. i 3.2. Vrnjačka banja

Foto: Aleksandra S. Dragin

Faktore razvoja banjskog turizma predstavljaju uglavnom elementi turističke ponude. Oni mogu biti prirodni, urbanistički i organizacioni, a svi su podjednako važni za razvoj banjskog mesta. *Prirodne faktore*, od kojih zavisi razvoj banjskog turizma, čine lekovita voda (izvori lekovite vode određuju lokalitet banjskog centra), geografsko-turistički položaj (za razvoj banjskog mesta važan je položaj u odnosu na saobraćajnice i na veća gradska i seoska naselja kao emitivne centre), morfološko-pejzažni ambijent banje, klimatski uslovi, čist vazduh, mir i tišina u krugu banjskog mesta i bližoj okolini. *Urbanističke faktore* razvoja banjskog turizma čine svi objekti za smeštaj i ishranu banjskih gostiju, objekti koji imaju zdravstvenu dijagnostičku i terapijsku funkciju, kao i tereni i objekti namenjeni rekreaciji i ostalim tercijarnim delatnostima značajnim za turistički promet (Laškov, 1982; Košić, 2019).

Lekovita voda ima primarni značaj u turističkoj ponudi banjskih mesta. Izvori lekovite vode određuju lokalitet banjskog centra. Potrebno je neprekidno voditi računa o očuvanju ovog prirodnog bogatstva od zagađenja i raditi na očuvanju postojeće izdašnosti i kvaliteta. Osim toga, kontinuiranim naučnoistraživačkim radom neophodno je pronalaziti mogućnosti za što efikasniju primenu vode u terapijske svrhe i nova saznanja koristiti u propagiranju banjskog mesta.

Brežuljkasti, visinski predeli karakteristični za banje Srbije, predstavljaju prijatan i privlačan okvir većini banjskih mesta u Srbiji. Međutim, postojeći banjski centri u Vojvodini ne raspolažu morfološki prirodnim motivima pejzaža. Ipak, obrađena vojvođanska polja i šumski kompleksi oko većih reka imaju svoje estetske pejzažne atribute.

Klimatski uslovidoprinosu pogodnosti boravka u banjskim mestima tokom pojedinih delova godine. Pre svega, značajne su temperature vazduha. Optimalan osećaj ugodnosti u odeći pružaju temperature vazduha 16,7-20,6°C, a bez odeće 17,3-21,7°C. Pri temperaturama višim od 10°C moguće su šetnja po suvom vremenu, kao i razni sportovi na otvorenom prostoru. Broj sunčanih dana nije presudan kao za primorske, kupališne centre, ali doprinosi prijatnijem ugođaju, naročito prilikom šetnji i izleta. Značajan je i stabilan vazdušni pritisak za zdrave, a pogotovo za bolesne osobe. Kod vetrova, naročito su važni intenzitet i dužina trajanja jakih vetrova, kao što je košava u Vojvodini. Jaki vetrovi negativno utiču na psihičko stanje nervno labilnih i premorenih osoba i povećavaju osećaj hladnoće u zimskom periodu. Nasuprot tome, slab vetar ima povoljno dejstvo, jer stvara osećaj svežine, naročito za vreme sparnih dana panonskog leta. U vezi s padavinama, za raznovrsnije mogućnosti i sadržajniji boravak mnogo je značajniji raspored padavina tokom godina i broj dana s padavinama od količine padavina (Laškov, 1982).

Urbanističke faktore razvoja turizma čine, pre svega, objekti za smeštaj i ishranu banjskih gostiju koji bi, zbog dugog boravka, trebalo da raspolažu punim komforom i da su građeni tako da sobe, restorani, terase, terapijske prostorije kao i svi prateći objekti budu pristupačni osobama koje se teže kreću ili se kreću u invalidskim kolicima. To važi za banje u kojima se leče hemiplegičari i paraplegičari, tj. bolesnici s povredama kičmenog stuba ili ekstremiteta (takve su gotovo sve vojvođanske banje). Ukoliko je pak reč o banji koja leči stomadne bolesti, bolesti jetre ili žuči, posebnu pažnju treba posvetiti ishrani banjskih gostiju. Restorani bi trebalo da raspolažu velikim izborom jela, prilagođenih raznim dijetama. I banje koje leče reumatična obolenja primorane su da vode računa o ishrani gostiju jer je većinom reč o ljudima poodmakle dobi, koji pored reumatizma već imaju problema s organima za varenje. Zbog korišćenja banjskih objekata tokom cele godine smeštajni kapaciteti sa restoranskim, zdravstvenim i rekreativnim objektima povezuju se zatvorenim hodnicima, tzv. "toplim vezama".

Zdravstveni objekti, u kojima radi dijagnostička i terapijska služba, iziskuju savremenu izgradnju i najmoderniju opremu. U okviru dijagnostičkog centra, pored kartoteke i lekarskih ordinacija, obično se nalaze laboratorija, sala za rendgenske preglede i snimanja, pretkomora i mračna komora za razvijanje snimaka. Terapeutske centri obično raspolažu salom za kineziterapiju, odeljenjima za elektro-, parafinsku, radnu i hidroterapiju. U okviru hidroterapije nalaze se boksovi sa specijalnim kadama, preprostorom i prostorom za odmor, specijalni tuševi,

hodni bazeni, terapijski bazen, bazen za rashlađivanje i sauna. Ukoliko banjsko lečenje pored uobičajene terapije u odgovarajućim salama može u terapiju da uključi i izvesne sportove na otvorenom prostoru, neophodno je, i korisno, za sve banjske posetioce urediti odgovarajuće sportske terene.

Uređenju objekata za rekreaciju i razonodu banjskih gostiju nužno je pristupiti stručno i osmišljeno. Pored otvorenih bazena i sportskih terena, urediti parkove i šetne staze do obližnjih izletišta. Uređeni parkovi iziskuju umetnički oblikovane cvetne leje, stručno negovano drveće i travnjake, koji mogu biti ukrašeni umetničkim skulpturama, prilagođeno slobodnom prostoru. Šetne staze po okolini mogle bi da se završavaju različitim interesantnim sadržajima kao što su vidikovci s prodavnicama suvenira i razglednica, čajdžinice ili kafe restorani ili prodavnice lokalnih specijaliteta. U zimskom delu godine i po vremenu koji nije adekvatan za boravak na otvorenom u sezoni, sami objekti za smeštaj gostiju trebalo bi da pružaju mogućnosti za razonodu i rekreaciju gostiju, tj. da raspolazu čitaonicom, salom za različite društvene igre (npr. kartanje, šah, bilijar) ili zatvorenim bazenom. Kao deo neizostavne današnje ponude banja su i saloni za masažu i negu lica i tela, čiji je tretman jednako prijatan kako zdravim, tako i obolelim posetiocima banje.

Banjskim gostima je nužno prilagoditi i ostale tercijarne delatnosti: saobraćaj, trgovinu, zanatstvo i domaću radinost. Trgovina bi trebalo da bude savremeno organizovana i snabdevena robom potrebnom banjskim gostima: odgovarajuća odeća, pribor i rekviziti potrebni za rekreaciju, sport i radnu terapiju. Domaća radinost može da bude orijentisana na izradu suvenira-ručni radovi ili drugi korisni predmeti od slame, drveta, vune i drugih materijala. U domaćoj radinosti mogu da se proizvode i prehrambeni specijaliteti namenjeni turistima.

Organizacioni faktori- u banjskom turizmu predstavljaju kadrovi zaposleni u banjskom centru, saradnja s turističkim agencijama i turističkim organizacijama, kao i turistička promocija i politika razvoja.

Naročito je važno da banja raspolaze potrebnim brojem zdravstvenog osoblja odgovarajuće stručne spreme. Neophodno je prisustvo lekara balneologa, specijalista za bolesti koje su obuhvaćene banjskim lečenjem. Takođe je važno da centar raspolaze dovoljnim brojem fizioterapeuta, masera i drugih profila zdravstvenih radnika srednje i više stručne spreme. Za ugodan boravak gostiju u banjskom mestu važan je i ugostiteljski kadar, koji pored odgovarajuće stručnosti treba da ima poseban tretman prema gostima, budući da rade s bolesnim i preosetljivim osobama. Za rad u kuhinji potrebna je takođe izvesna specijalizacija, ukoliko se pripremaju jela prema odgovarajućim dijetama prilagođenim zdravstvenom stanju gostiju.

Turistička promocija je značajan faktor razvoja svih vidova, pa i zdravstvenog banjskog turizma. Ona mora biti informativna, objektivna i stručna. Specifičnost turističke promocije banjskih centara je u tome što pored informacija o lokalitetu banje i mogućnostima smeštaja i razonode, treba da obaveštava o bolestima koje se leče i vidovima terapije koju pruža, kao i o opremljenosti terapijskog centra (Košić, 2004).

Od raznovrsnosti i bogatstva prirodnih, urbanističkih i organizacionih faktora u banjskim mestima zavisi struktura banjskih posetilaca, kao i struktura i visina prosečne dnevne i ukupne godišnje potrošnje banjskih gostiju, tj. ukupnog prihoda banjskog mesta i njegovog razvoja.

Funkcionalni razvoj banja

Utvrdjivanje vrste i stepena atraktivnosti banja kao turističkih motiva je složen proces. Složenost proističe iz problema preciznog razdvajanja dve osnovne funkcije banjskih mesta – lečilišne i turističke, koje se često poistovećuju. Činjenica je da termomineralni izvori i ostali prirodni lekoviti faktori (peloidi, gasovi, vazduh), predstavljaju prirodnu osnovu za razvoj klasičnog banjskog zdravstveno-lečilišnog turizma i rehabilitacije, ali i za preventivno delovanje i rekreaciju zdravih ljudi.

Zdravstveni turizam u banjama je najstariji, ali ipak samo jedna od brojnih vrsta turističkog boravka u banjama, koje su istovremeno i centri izletničkog, ekskurzionog, kulturno-manifestacionog, sportsko-manifestacionog, kongresnog turizma, turizma ljudi trećeg doba, a u nekim slučajevima i mesta kratkog zadržavanja putnika u tranzitu.

Primarne vrednosti banjskih potencijala su: termomineralni izvori sa gasovima i peloidima i prirodni banjski ambijent, a osnovne funkcije banja su: lečilišna ili zdravstveno-rekreativna i rekreativno-turistička. Sve druge prirodne vrednosti i funkcije su izvedene i dopunske.

Lečilišna funkcija je doprinela stvaranju dugogodišnje tradicije banja i u praksi je još uvek dominantnija. Ova funkcija naših banja je starija, a posećenost banja zavisi od terapijske vrednosti njenih izvora, stručnosti medicinskog osoblja i opremljenosti medicinskih ustanova.

Neosporna je činjenica da je kliničko (medikamentozno) lečenje ključni faktor saniranja bolesti, ali je funkcija banjskog lečenja izvrsna dopuna, često bitna, a u nekim slučajevima i odlučujuća komponenta ozdravljenja. Pozitivni efekti banjskog lečenja mnogo puta su empirijski i egzaktno verifikovani. Banjsko lečenje predstavlja rezultantu delovanja nekoliko faktora: upotreba termomineralne vode za piće, kupanje, stavljanje blatnih obloga, uticaj prijatne banjske mikroklimе na organizam, uticaj posebnog režima ishrane za vreme banjske kure, privremena promena načina života i promena ambijenta. Kombinovanje ovih faktora sa medikamentoznim lečenjem, fizikalnom, kinezi, hidro, aero helio i drгим terapijama, omogućava brzo i uspešno isceljenje, oporavak i rehabilitaciju bolesnih lica.

Lečilišna funkcija u banjama Srbije, naročito je dominirala u periodu do 1965. godine, u kome su banje imale status narodnih lečilišta, čije kapacitete je popunjavala organizacija socijalnog osiguranja. U ovom periodu su osiguranici masovno upućivani u banje na lečenje, odmor i rekreaciju pod povoljnim uslovima. Ovakav tretman banja je, u znatnoj meri, bio snažan stimulan za njihov ukupni razvoj u prvim decenijama posle Drugog svetskog rata.

Posetioci banja u Srbiji, čiji je glavni razlog dolaska lečenje, spadaju u grupu slabijih potrošača vanpasijskih usluga, a što se nepovoljno odražava na ostvarenje ekonomskih efekata. Njihov broj uglavnom zavisi od terapijskih vrednosti izvora, stručnosti medicinskog osoblja i opremljenosti medicinskih ustanova. Putovanja isključivo radi zdravstvenih usluga se mogu tretirati kao netipski oblici turističkog prometa, ali je neophodno uvažavati efekte turističke potrošnje koja proističe iz ove vrste putovanja. U današnje vreme značaj banjskog turizma ne potiče samo od njegove lečilišne funkcije, jer se pojavljuju i ostali oblici turizma, čime banjski turizam dobija veliku ulogu u sveukupnom turističkom kretanju (Košić, 2004).

Turistička funkcija je mlađa i njen intenzivniji razvoj u banjama Srbije započeo je posle 1965. godine, kada je ukinuto besplatno lečenje u banjama (mada time nije negirana aktivnost prirodnih lečilišta) i uvedeni tržišni uslovi privređivanja. Posle relativno kratkog konfuznog stanja, već posle par godina sve banje su svoj dalji razvoj orijentisale kroz dva koncepta. One banje koje su bile potpunije opremljene zdravstvenim kapacitetima, pretvorile su se u specijalizovane bolnice i uključile u strogo zdravstvenu aktivnost, dok su druge našle izlaz u razvoju turističke funkcije i animiranju zdravih ljudi za dolazak i boravak u banjskim ambijentima. U prvom redu, misli se na rekreativnu funkciju, koja u najvećoj meri determiniše ukupan promet u banjskim mestima.

U cilju afirmacije turističke funkcije, čine se veliki naponi na obogaćivanju rekreativnih sadržaja u ukupnoj ponudi banja, koji su doprineli bitnoj promeni fizionomije ovih mesta. Tako banje poprimaju izgled uređenih mesta prijatnog ambijenta, sa brojnim šetalištima, parkovima i drugim zelenim površinama. U njima se grade otvoreni i zatvoreni bazeni za veliki broj kupaca, sportski tereni za odbojku, košarku, mali fudbal, minigolf, staze za pešačenje, i otvaraju se saune, fitnes centri, mesta za inhalaciju i parenje.

Razvijenije banje imaju svojstva i kulturnih turističkih motiva (npr. ambijentalne i manifestacione vrednosti Vrnjačke banje), što je rezultat pojačanih aktivnosti na obogaćenju ukupne turističke ponude banjskih mesta. Uostalom, savremen razvoj turističke delatnosti bazira se na integralnom pristupu i fuzionisanju rekreativnih i kulturnih sadržaja u turističkoj ponudi. Činjenica da se u novije vreme, pored lečilišnog i rekreativnog, u pojedinim banjama razvijaju i druge vrste turizma (kulturno-manifestacioni, sportsko-manifestacioni, kongresni, izletnički, tranzitni), čini postupak turističke valorizacije ovih mesta još složenijim (Košić, 2019).

Banjski turizam u Srbiji

Kada se posmatra zdravstveno-rekreativni, odnosno banjski turizam, može se reći da je on "pionir" turističkih kretanja - 1927. godine na prostoru današnje Vinče nađena je jedna od najstarijih kaptaža na svetu koja datira iz doba Vinčanske kulture. Pripadnici slobodnog i imućnog staleža odlazili su u lečilišta – terme u potrazi za lekom za svoju bolest. Izuzetno poznati u izgradnji starih lečilišta bili su stari Rimljani, koji su i na našim prostorima ostavili tragove svojih termi (Niška banja, Sijarinska banja, Vrnjačka banja). Jedini posetioци banja u Srbiji ovog doba, do skoro, bili su bolesnici. Lečenje je bilo svedeno na kupanje u lekovitoj vodi i njenu konzumaciju.

U srednjovekovnim državama manje se koristi termomineralna voda, grade se improvizovani objekti. Narod ih zove "sveta mesta", zbog toga što su tamo često boravili ljudi iz manastira. Neke od banja imale su nezavisan status, kao što su Ovčar banja, Pribojska banja i danas nepostojeća banja Voljača.

Dolaskom Turaka, banje koje su se nalazile u blizini većih naselja i dalje su bile u funkciji. Usput, dolazi do grupisanja u dve celine: banjski lokaliteti kao "izletnička mesta za uživanje" (Niška, Vrnjačka, Novopazarska, Ovčar i Svrlijska banja) i lokaliteti kao "lečilišta" (Sokobanja, Jošanička, Kuršumlijska, Sijarinska i Palanačka banja). Oslobođanjem od turske vlasti dolazi do aktiviranja i rekonstrukcije banjskih centara, tako da su tadašnje uređene banje

svrstavane u red srednje uređenih banja Evrope (Vrnjačka banja, Banja Koviljača). Sezona je trajala 2-3 meseca (Romelić, 1995).

Od 19. veka broj i vrsta posetilaca u banjama se širio, a i banje su iznalazile novu ponudu. Lečenje ostaje primarna funkcija, ali asortiman ponude se proširio na razne oblike razonode i zabave, a želja za odmorom bila je sve veća, usled nagle industrijalizacije i širenja gradova.

Nekad samo lečilišni centri, banje postaju mondenska mesta, još uvek prihvatljiva imućnijem sloju društva, koje je sve više motivisano za odlazak u banje. U periodu od kraja 19. veka do 30-tih godina 20. veka banje su najposećeniji turistički centri, daleko razvijeniji od primorskog i planinskog turizma.

U periodu između dva svetska rata dolazi do adaptiranja neuređenih banja ulaganjem privatnog kapitala (Mataruška, Kuršumlijska, Niška banja). Banje postaju deo savremenog građanskog života, ali i mesto prestiža, posećivane tokom čitave godine, sa letom kao glavnom sezonom.

Nakon Drugog svetskog rata nastaje novi period u razvoju banjskog turizma. Ovaj vid turističkog boravljenja ulazi u trku sa ostalim vidovima turizma, u želji da svojom ponudom privuče što više posetilaca, jer je poseta moru leti i odlazak na planinu zimi postao trend kretanja turista.

Posle Drugog svetskog rata poseta banjama je vrlo izražena, ali su one u periodu 1948-1960. godine isključivo tretirane kao medicinske ustanove. To je nepovoljno uticalo na ulganja u receptivnu osnovu, koja bi bila podređena turističkim potrebama. Visoka posećenost je bila posledica državnog finansiranja lečenja pojedinih kategorija bolesnika, a naročito ratnih vojnih invalida i učesnika rata uopšte. Međutim, početkom sedamdesetih godina 20. veka, poseta banjama tretira se kao komponenta turizma i u skladu sa tim grade se hoteli, ugostiteljski objekti i novi rehabilitacioni centri u dvadesetak aktuelnih banja. Banje počinju da nude svoje kapacitete za sportska takmičenja, kulturne masnifestacije i naučne skupove. Iako su banje posećene tokom čitave godine, usled stečenih navika, letnja sezona i dalje ostaje najinteresantnija za boravak, pa stoga i razvoj banjskih centara ide ovim drugim pravcem.

Prema zaključcima kompetentnih stručnjaka – balneologa, koji banje proučavaju sa turističkog aspekta, pri turističkoj valorizaciji banja, potrebno je razgraničiti njihovu lečilišnu i turističku funkciju i u skladu s tim pronaći stepen izraženosti pojedinih faktora koji utiču na optimalnost funkcionisanja ovih kategorija.

4. BANJSKI TURIZAM U VOJVODINI

Mineralne, termalne i termomineralne vode u Vojvodini predstavljaju dominantna prirodno-lekovita bogatstva, obzirom na to da reljefne i klimatske osobine Panonske oblasti ne pružaju povoljne uslove za razvoj klimatskih lečilišta. U savremenim tendencijama razvoja selektivnih oblika turizma, banjski turizam je jedan od okosnica razvoja turizma ne samo naše zemlje, nego i na svetskom tržištu. Vojvodina raspolaže velikim potencijalima, koji do sada nisu valorizovani na adekvatan način. Iz utvrđivanja značaja geografskog i turističkog položaja i povezanosti banja Vojvodine, analize prirodnih komponenata, obima i strukture turističko-ugostiteljskih objekata, kao i kapaciteta i opremljenosti medicinskih ustanova, turističkog prometa, mogu se odrediti prioriteti i smer njihovog daljeg razvoja.

Istraživanja termomineralnih voda u Vojvodini

Prva saznanja o postojanju termomineralnih voda u Vojvodini dobijena su krajem 19. i početkom 20. veka bušenjem arteških bunara. U potrazi za arteškom vodom, bušači su često dostizali dubinu 400 m, pa i 600 m, u kojima su nailazili na tople vode. Takvi bunari najčešće su korišćeni za javna kupatila, kao što je slučaj u Bečeju, Temerinu, Kanjiži, Senti, Prigrevici, Zmajevo i dr.

Sa početkom istraživanja nafte i gasa u Vojvodini, 1949. godine, bušenje se odvijalo do mnogo većih dubina (i preko 2.000 m). Na taj način sticana su nova iskustva o rasprostranjenju i kvalitetu termomineralnih voda sa većih dubina, što je kasnije omogućilo brže i efikasnije istraživanje.

Prva sistematska i organizovana istraživanja termomineralnih voda u Vojvodini započeta su 1969. godine, kada je "Nafta-gas" iz Novog Sada na predlog Pokrajinskog Komiteta za energetiku prihvatio programiranje, finansiranje i realizaciju projekta istraživanja i primene termomineralnih voda u Vojvodini. Prva istražna bušotina po ovom projektu izvedena je u Subotici 1969. godine. Do kraja 1998. godine izbušene su 73 hidrotermalne bušotine sa 62.847 m. Najveći broj bušotina izbušen je u Bačkoj (42), zatim u Banatu (18), a najmanje u Sremu (13). Najveći intenzitet bušenja bio je u periodu 1977-1990. godine, kada se bušilo 2-7 bušotina godišnje. Od 1991. godine, kada je "NIS-Naftagas" pretao sa finansiranjem bušotina u celosti, intenzitet bušenja je naglo pao. Nedostatak finansijskih sredstava potencijalnih korisnika, koji su sada morali sami da finansiraju bušenje, delimično ili u celosti, velika početna ulaganja i nemogućnost dobijanja kredita, doprineli su naglom padu tempa razvoja.

U početku su bušene čisto istražne bušotine u cilju regionalnih upoznavanja hidrogeoloških prilika, izdašnosti, kvaliteta vode i dr. U kasnijoj fazi, prilikom izbora lokacije, vodilo se računa da se bušotine postave u blizinu nekog objekta kako bi se u slučaju pozitivnih rezultata one mogle i praktično iskoristiti. Na kraju, prešlo se isključivo na bušenje eksploatacionih bušotina, za poznatog korisnika i u poznate svrhe korišćenja.

U cilju upoznavanja hidrogeoloških prilika u Vojvodini, u proteklom periodu, pored bušenja i ispitivanja namenskih hidrotermalnih bušotina, ispitano je i preko 40 bušotina

negativnih na naftu i gas. Pored dobijenih dragocenih podataka, ove bušotine su poslužile za procenu mogućnosti prevođenja negativnih naftnih bušotina u hidrotermalne. Pokazalo se da se one samo u retkim slučajevima mogu prilagoditi za dobijanje termomineralnih voda. Takvi slučajevi su kada je kaptirani sloj, odnosno vodonosna sredina, izgrađena od čvrstih stena (krečnjaka, dolomita, peščara i sl.). U ostalim slučajevima to nije bilo moguće, uglavnom zbog iznošenja peska i malih kapaciteta bušotina. Optimalna izdašnost bušotina na samoizliv najčešće se kretala u rasponu 10-15 l/s, a izlazne temperature vode između 45°C i 65°C (Milosavljević, 1999).

Karakteristike podzemnih - termomineralnih voda i njihovo korišćenje u Vojvodini

Sve podzemne vode Vojvodine, sa retkim izuzecima, sa dubina većih od 400-500 m, mogu se okarakterisati kao termomineralne, pošto sadrže više od 1 g rastvorenih mineralnih materija po 1 l vode, a imaju temperaturu višu od 20°C. Opšta mineralizacija termomineralnih voda Vojvodine nalazi se u granicama od 0,8-38 g/l.

Termomineralne vode Vojvodine pokazuju velike varijacije u pogledu sadržaja rastvorenih mineralnih materija. Po pravilu, opšta mineralizacija u neogenom kompleksu raste sa dubinom. U kolektorima gornjopontijske starosti, opšta mineralizacija raste 1 g na svakih 250 m dubine. U sedimentima miocenske starosti, opšta mineralizacija raste od severa i severozapada Vojvodine, gde debljina miocenskih sedimenata iznosi nekoliko desetina metara, prema jugoistoku, odnosno u južnom Banatu, gde debljina sedimenata miocenske starosti iznosi preko 1.500 m. To znači da opšta mineralizacija voda raste sa debljinom miocenskih formacija. U starijim formacijama nije moguće izvući neke pravilnosti u ponašanju opšte mineralizacije. Varijacije su velike u lateralnom i vertikalnom pogledu. Tako na primer, u krečnjacima i dolomitima mezozojske starosti na relativno malom rastojanju uočavaju se promene od "slatkih" voda (južni Srem) do visoko mineralizovanih voda (zapadni Srem). Oslađene vode u južnom Sremu su posledica intenzivne vodoizmene sa površinskim vodama.

U pogledu jonskog sastava mogu se izvesti određene pravilnosti. Vode pliocenske i gornjopontijske starosti pripadaju $\text{HCO}_3\text{-Na}$ tipu, vode miocenske starosti Cl-Na tipu, a vode iz donjopontijskih kolektora pripadaju prelaznom tipu vode $\text{Cl-HCO}_3\text{-Na}$. Vode starijih formacija pripadaju mešanom tipu voda, zavisno od toga sa kojim su formacijama u hidruličkoj vezi. Od makrokomponentata preovlađuju: Na^{1+} , K^{1+} , Ca^{1+} , Mg^{2+} , Cl^{1-} , CO_4^{2-} i HCO_3^{2-} . Od mikrokomponentata prisutni su: jod, brom, stroncijum, litijum, fluor i dr. Izraženo je prisustvo organskih materija, naročito huminskih, u prvom hidrogeološkom sistemu, zbog čega u većini slučajeva vode ovog sistema imaju žućkastu boju, što naročito dolazi do izražaja prilikom korišćenja u bazenima za rekreaciju.

Kao stalni pratioci termomineralnih voda javljaju se gasovi, rastvoreni u vodi. Najčešći pratilac je metan. Ostali gasovi (CO_2 , H_2S , N_2) se javljaju u malim količinama ili sasvim izostaju. Zbog opasnosti od nakupljanja metana i eksplozije, ukoliko se voda koristi u zatvorenom prostoru, pre upotrebe se vrši degazacija vode.

Većina termomineralnih voda sadrži komponente koje imaju aktivno delovanje na ljudski organizam. Najrasprostranjenije su jodne vode (sadržaj joda kreće se do 20 mg/l). Pored joda,

vode često sadrže brom (do 500 mg/l), fluor (do 11 mg/l), stroncijum (do 180 mg/l), metasilicijsku kiselinu (do 50 mg/l) i metabornu kiselinu (do 400 mg/l). Neke od ovih tipova vode koriste se kao lekovite u banjama (banja Junaković, banja Kanjiža, banja Rusanda itd.)

Od nepoželjnih materija u vodama Vojvodine najčešće se pojavljuju fenoli, ali retko u nedozvoljenim količinama (Milosavljević, 1999).

Mineralne vode se u razvoju banjskih mesta iskorišćavaju na više načina. Njihova toplota se koristi direktno za zagrevanje određenih objekata, prostorija ili indirektno za iskorišćavanje toplotne energije. Ove mineralne vode nazivamo termalnim ili termomineralnim vodama, a energiju kojom raspolažu određene pojave i ležišta ovih voda – hidrogeotermalnom energijom. Poseban značaj imaju mineralne vode poznate pod imenom kiseljaci (ugljokisele vode), koje pobuđuju pažnju u pogledu njihovog iskorišćavanja, kao osvežavajućih, stonih voda za piće. Mineralne vode su, takođe, od značaja s aspekta iskorišćavanja određenih komponenata iz njihovog sastava, kao što su: jod, brom, fluor, do određenih soli kao kompleksnih jedinjenja. Određeni tipovi mineralnih voda značajni su s aspekta njihovog iskorišćavanja za potrebe rekreacije, izgradnjom otvorenih i zatvorenih bazena za masovno iskorišćavanje.

Korišćenje mineralnih i termalnih voda vrši se spontano od davnina. Ciljno smišljena primena počela je da se razvija kod nas u 19. i s početka 20. veka, na osnovu tadašnjeg naučnog znanja i narodnog verovanja. Mineralne i termalne vode kod nas se koriste u samo tri sektora: u balneologiji, za flaširanje i simbolično za grejanje.

Tradicija korišćenja termomineralnih voda u banjama i javnim kupatilima dosta je duga, a i danas je ovaj vid korišćenja u Vojvodini najzastupljeniji. Korišćenje termomineralnih voda u lekovite svrhe, koliko je poznato, datira još iz rimskog perioda. Voda je korišćena sa nekoliko izvora na padinama Fruške gore. Veći zamah, korišćenje lekovitih voda je dobilo sa početkom bušenja arteških bunara krajem prošlog i početkom ovog veka, kada je izgrađeno više javnih kupatila i banja. Ovaj vid korišćenja naročito je došao do izražaja sa početkom bušenja hidrotermalnih bušotina, zahvaljujući čemu su proširene i dograđene ili izgrađene nove banje i sportsko-rekreacioni centri (banja Kanjiža, banja Junaković, banja Palić, sportsko-rekreacioni centri na Paliću, u Kuli, Temerinu, Čelarevu itd.).

Na osnovu svetskih i domaćih iskustava, ocenjuje se da bi se geotermalne vode Vojvodine, s obzirom na njene fizičko-hemijske i geotermalne odlike, mogle koristiti u sledećim oblastima:

- u poljoprivredi za zagrevanje staklenika,
- u stočarstvu i živinarstvu za zagrevanje farmi,
- u industriji kao tehnološka topla voda,
- u balneoterapiji i sportsko-rekreaciono-turističkim centrima,
- za zagrevanje naselja i drugih objekata,
- za snabdevanje stanovništva sanitarnom toplom vodom,
- u ribarstvu i sl.

Stalni, odnosno kontinualni potrošači geotermalnih voda u Vojvodini su pre svega balneološko-rehabilitacioni centri i potrošači koji termalnu vodu koriste za tehnološke potrebe.

Prva grupa potrošača su u stvari kombinovani potrošači, pošto se kontinualna potrošnja može odnositi samo na onu koja se tokom cele godine primenjuje za balneološke potrebe i rekreaciju u zatvorenim i otvorenim bazenima. Ostali deo potrošnje termalnih voda se usmerava za grejanje pomenutih objekata. Najvažniji potrošači ove grupe su:

- Banja Junaković (Pb-1/H) koristi termomineralnu vodu za grejanje objekata banje, balneoterapiju i rekreaciju u plivačkim bazenima. Ukupna toplotna snaga bušotine iznosi 2,54 MW i na ovom hidrotermalnom objektu su prvi put u Vojvodini primenjene toplotne pumpe za grejanje. Moguća godišnja supstitucija mazuta prema projektovanom kapacitetu iznosi 1.228 t.

- Banja Kanjiža (KŽ-1/H, KŽ-2/H i KŽ-3/H) koristi termomineralnu vodu za zagrevanje objekata u instalacijama sa niskotemperaturnim režimom rada, za balneoterapiju i rekreaciju. Termalna voda je kao sanitarna topla potrošna voda uvedena u sve sobe koje koriste gosti. Ukupna toplotna snaga bušotina iznosi oko 6,61 MW, a optimalnim korišćenjem se godišnje može supstituisati oko 2.934 t mazuta.

- Na bušotini u Bečeju (Bč-2/H) je izgrađeno industrijsko postrojenje sa mogućnošću dogrevanja termomineralne vode izdvojenim gasom. Voda se koristi u sportsko-rekreacionom centru za grejanje objekta, pripremu tople potrošne vode i zagrevanje vode u zatvorenom plivačkom bazenu. Deo termalne vode se koristi za zagrevanje objekta obližnje banje i hotela "Bela lađa". Ukupna toplotna snaga bušotine iznosi 4,53 MW, a godišnje se prema projektu može supstituisati 2.097 t mazuta.

- Dve hidrotermalne bušotine u Kuli su se koristile za tehnološke potrebe tokom cele godine:

- Druga velika grupa potrošača su sezonski potrošači koji termalnu vodu koriste za grejanje i u sportsko-rekreacionim bazenima, s tim što se u prvom slučaju voda koristi za energetske potrebe u zimskim mesecima, a u drugom za rekreaciju u letnjim mesecima. Tipični predstavnici ove grupe potrošača su:

- U Srbobranu (Sr-1/H) se termomineralna voda koristi za zagrevanje čvrstog plastenika površine 0,5 ha. Karakteristika ovog hidrotermalnog sistema je ta što je ovde prvi put u eksperimentalne svrhe izvršeno sagorevanje izdvojenog gasa iz vode u posebnom uređaju i dodatnom toplotnom energijom dogrevana termalna voda na višu temperaturu. Ukupna toplotna snaga bušotine iznosi 2,55 MW, a godišnje se može supstituisati 852 t mazuta korišćenjem projektovanog kapaciteta.

- Tipični letnji zonski potrošači su otvoreni rekreacioni bazeni na hidrotermalnim sistemima u Temerinu (Te-1/H) i na Paliću (Pj-1/H)

- „Movenpick Resort and Spa Fruške Terme- Fruška gora“: Vodeni svet hotela čini dvaanaest bazena (6 unutrašnjih i 6 spoljašnjih) sa termomineralnom vodom iz grupe hipotermalnih voda (29°C – 32°C). Najvećem wellness & spa centru u Srbiji pridružila se i Termalna rivijera, koja istovremeno može da primi više od 1.000 gostiju.

-Najmasovnije korišćenje zastupljeno je praktično u neenergetskom području, odnosno u banjama i sportsko-rekreacionim centrima. Osnovni cilj, međutim, korišćenja geotermalnih voda jeste energetska područje u cilju supstitucije klasičnih vrsta goriva, što znači da bi se struktura korišćenja morala menjati u korist ove druge oblasti potrošnje.

4.1. POLOŽAJ BANJA

Turističko-geografski položaj je važan element turističke valorizacije banja. Za razvoj banjskog turizma u Vojvodini podjednako su važni i geografski i turistički položaj. Pod geografskim položajem Vojvodine podrazumeva se njen prostorni odnos prema bližim i daljim predeonim celinama i državama, a pod turističkim položajem njen prostorni odnos prema glavnim pravcima turističkih kretanja, prema regijama gušće naseljenosti (turistički disperzivi) i prema drugim turističkim atraktivnostima.

Vojvodina, kao autonomna pokrajina Republike Srbije, zauzima specifičan turističko-geografski položaj koji je čini izuzetno atraktivnom za razvoj različitih oblika turizma. Smeštena u Panonskoj niziji, Vojvodina se graniči sa Mađarskom na severu, Rumunijom na istoku, te Hrvatskom na zapadu, čime predstavlja važnu tranzitnu i kontakt zonu između Centralne i Jugoistočne Evrope. Njena dostupnost je dodatno olakšana razgranatom mrežom drumskih, železničkih i rečnih saobraćajnica, posebno blizinom međunarodnog puta E75 i reke Dunav, koji povezuju Vojvodinu sa glavnim evropskim saobraćajnim pravcima.

Ravničarski reljef, umereno-kontinentalna klima i bogatstvo prirodnih resursa čine Vojvodinu pogodnom za razvoj brojnih vidova turizma. Pored toga, geografski položaj omogućava ravnomernu razvijenost turističkih destinacija u svim delovima pokrajine – od Fruške gore, kao značajnog planinskog područja, do ravničarskih područja Banata i Bačke.

Kao multikulturalna sredina sa brojnim nacionalnim zajednicama, Vojvodina nudi i bogat kulturno-istorijski sadržaj, što dodatno doprinosi njenoj turističkoj privlačnosti. Gradovi poput Novog Sada, Subotice i Zrenjanina ističu se kao značajna turistička središta zahvaljujući festivalskim manifestacijama, arhitektonskoj baštini i bogatoj gastronomskoj ponudi (Vujko i Gajić, 2014).

Značajan aspekt turističkog potencijala Vojvodine predstavljaju i banje, koje zahvaljujući geografskom položaju pokrajine imaju povoljne uslove za razvoj zdravstvenog i velnes turizma. Banje se uglavnom nalaze u ravničarskom području, što olakšava pristupačnost, a dodatnu vrednost im daje blizina granice sa Mađarskom i Rumunijom, čime privlače i značajan broj stranih posetilaca.



Karta 4.1. Položaj Banja u Vojvodini

Autor: Stankov, 2025

Prema Zakonu o banjama RS (Sl. glasnik RS, br. 80/92, 67/93 - dr. zakon i 95/2018 - dr. zakon) „Banja je područje na kome postoji i koristi se jedan ili više prirodnih lekovitih faktora i koje ispunjava uslove u pogledu uređenosti i opremljenosti za njihovo korišćenje u skladu sa odredbama zakona. Prirodnim lekovitim faktorom u smislu ovog zakona smatraju se: termalna i mineralna voda, vazduh, gas i lekovito blato (peloid), čija su lekovita svojstva naučno ispitana i dokazana u skladu sa ovim zakonom“. Prema Prostornom planu Republike Srbije (2013), banje predstavljaju „zdravstveno-rekreativne i turističke centre sa zasebnom ponudom i/ili ponudom u okviru turističkih zona, regija i tranzitnih pravaca“. Na teritoriji Autonomne Pokrajine Vojvodine, postojeće banje i banjski lokaliteti mogu se, po svojim statusnim karakteristikama, svrstati u sledeće grupe:

- banje koje su stekle status po Zakonu o banjama i Uredbi o utvrđivanju područja banje;
- banje po kategorizaciji Prostornog plana Republike Srbije;
- banje - objekat ili više objekata u funkciji zdravstvene rehabilitacije;
- napuštene banje.

Danas u Vojvodini postoji šest banja: banja Kanjiža (opština Kanjiža), banja Junaković (opština Apatin), banja Palić (opština Subotica), banja Vrdnik (opština Irig), banja Stari Slankamen (opština Indija) i banja Rusanda (opština Zrenjanin). Pored ovih banja, postoji i nekoliko lokaliteta koji se nazivaju „banjama“ i mogu se smatrati kao potencijalni lokaliteti za

razvoj banje. To su: Temerinska banja, Jodna banja Novi Sad (jodno kupatilo), Bezdanska banja i Jodna banja Bečej (jodno kupatilo). U narednom tekstu biće prikazan položaj pomenutih banja sa geografskog i turističkog aspekta. Jedino je iz dalje analize izuzeta Jodna banja u Novom Sadu, jer ona isključivo posluje kao zdravstvena ustanova, a ne kao turistički resurs. Pored toga, u analizu je uvrštena banja Pačir, koja se profilisala za usluge turistima.

Banja Palić se nalazi na krajnjem severu Bačke, oko 8 km istočno od Subotice i u blizini granice sa Mađarskom. Smeštena je pored Palićkog jezera, jednog od najpoznatijih jezera u Srbiji. Ova lokacija u Panonskoj niziji, sa razvijenom turističkom infrastrukturom i blizinom Subotice, omogućava kombinaciju banjskog, kulturnog i rekreativnog turizma. Okružena je parkovima, šetalištima i arhitekturom iz perioda secesije.

Banja Kanjiža se nalazi u opštini Kanjiža, u Severnobanatskom okrugu. Smeštena je u blizini granice sa Mađarskom i uz reku Tisu. Ova lokacija joj omogućava laku dostupnost iz pravca Subotice, Sente i Horgoša, što čini banju atraktivnom i za domaće i za strane turiste.

Banja Junaković se nalazi u zapadnom delu Vojvodine, u blizini grada Apatina, u Bačkom okrugu. Smeštena je nedaleko od reke Dunav i granice sa Hrvatskom, okružena gustim šumskim pojasom koji doprinosi njenom rekreativno-lečilišnom karakteru. Banja je locirana na periferiji urbane zone, što omogućava mirno okruženje, a njena blizina Dunava i Specijalnog rezervata prirode „Gornje Podunavlje“ čini je interesantnom i za ljubitelje prirode.

Banja Vrdnik se nalazi u selu Vrdnik, na južnim padinama Fruške gore, unutar opštine Irig, u Sremu. Smeštena je u blizini Nacionalnog parka „Fruška gora“, što joj daje izuzetne prirodne prednosti – čist vazduh i bogatu šumsku okolinu. Udaljena je oko 25 km od Novog Sada i ima dobru saobraćajnu, drumsku povezanost. Specifična je po tome što je jedina banja u Vojvodini u brdovitom području, što doprinosi njenom terapijskom i rekreativnom značaju.



Slike 4.1. i 4.2. Rusanda
Foto: Maja Mijatov Ladičorbić

Banja Rusanda se nalazi u mestu Melenci, u opštini Zrenjanin, u srednjem Banatu. Banja je smeštena uz obalu jezera Rusanda, koje je poznato po lekovitom peloidnom blatu. Okružena je ravničarskim pejzažima karakterističnim za Banat, sa razvijenim poljoprivrednim

predelima. Lokacija između Zrenjanina i Kikinde omogućava dobru saobraćajnu povezanost sa ostatkom Vojvodine.

Banja Stari Slankamen se nalazi u opštini Inđija, na krajnjem severoistoku Srema, u mestu Stari Slankamen. Smeštena je na uzvišenju iznad ušća reke Tise u Dunav, sa pogledom na plodne ravnice. Banja se nalazi na granici između ravničarskog i brdovitog terena Fruške gore, što joj daje izuzetnu pejzažnu vrednost. Lokacija uz Dunav doprinosi njenom značaju za klimatsku i rekreativnu terapiju.

Banja Pačir se nalazi u selu Pačir, u opštini Bačka Topola, u Severnobačkom okrugu. Smeštena je u srcu Bačke, a specifična je po svom termalnom jezeru neobične roze boje, koja je rezultat visokog saliniteta i mineralnog sastava vode. Ova atraktivnost, zajedno sa pristupačnošću i ruralnim okruženjem, čini Pačir zanimljivim mestom za posetioce iz cele Srbije i inostranstva.



Slika 4.3. Pačir

Foto: Maja Mijatov Ladičorbić

Temerinska banja se nalazi u opštini Temerin, oko 20 km severno od Novog Sada. Smeštena je u na rubu lesne terase i aluvijalne ravni reke Jegričke. Termalne vode su otkrivene prilikom istražnih bušenja i odlikuju se povišenom temperaturom i značajnim sadržajem rastvorenih minerala. Osim hidrogeoloških faktora, položaj banje je povoljan zbog dobre saobraćajne povezanosti sa Novim Sadom i okolinom.

Bezdanska banja se nalazi u severozapadnom delu Bačke, na samoj granici sa Mađarskom i u blizini Dunava. Administrativno pripada opštini Sombor. Nalazi se u zoni bogatoj podzemnim vodama i aluvijalnim nanosima velikih reka. Termomineralna voda u Bezdanu ima specifičan hemijski sastav i visoku temperaturu, što je čini pogodnom za balneološku upotrebu. Položaj banje obeležava i blizina prirodnog rezervata „Gornje Podunavlje“, što doprinosi turističkoj atraktivnosti.

Jodna banja se nalazi u Bečeju na desnoj obali reke Tise. Nalazi se na prostoru sa izraženim prisustvom podzemnih mineralnih voda. Specifičnost ove banje je voda bogata jodom, bromom i drugim mineralima, koja se koristi u terapijske svrhe. Zbog povoljnog geografskog položaja, Bečej je dobro povezan putnim pravcima sa Novim Sadom, Zrenjaninom i Kikindom, što doprinosi pristupačnosti banje.

4.2. KARAKTERISTIKE BANJA U VOJVODINI I RAZVOJNI POTENCIJALI

Sastav i terapijska svojstva termomineralnih voda

Termomineralne vode **banje Palić** potiču iz dubine i karakterišu se specifičnim hemijskim sastavom. One su natrijum-hidrokarbonatno-hloridne vode, sa povećanom koncentracijom rastvorenih mineralnih soli i gasova. Temperatura vode na izvorima je između 70°C i 80°C, što ih svrstava u termalne vode. Pored natrijuma, sadrže i značajne količine kalcijuma, magnezijuma i sulfata, kao i određene količine joda i bromida, koji doprinose terapijskoj vrednosti (palic.biz).

Zahvaljujući svom bogatom mineralnom sastavu i visokoj temperaturi, termomineralne vode banje Palić koriste se u balneoterapiji za lečenje različitih zdravstvenih problema. Posebno su delotvorne kod reumatskih i degenerativnih oboljenja zglobova i mišića, neuroloških tegoba, kao i kod problema sa kožom. Pored toga, blagotvorno deluju na cirkulatorni sistem i oporavak nakon povreda, pa se često primenjuju u okviru fizikalne medicine i rehabilitacije.

U **Banji Kanjiža** postoje 3 izvora tople vode, od 51°C, 64°C i 78°C. Njihova termomineralna voda se koristi u terapijama u vidu kupanja i plivanja u dva zatvorena bazena. Poseduju tri bušotine koje su dovoljne za snabdevanje potrebne količine tople vode za grejanje, za terapije, za kupanje i za sanitarnu vodu u svim sobama. Postojeća otpadna voda koja ima temperaturu oko 40°C, može da se koristi za svrhe uzgoja ribe, kao i za plastenike, gajenje cveća i povrća (Balneoklimatologija, 1999). Na oko 7 km od Kanjiže, početkom 20. veka je izbušen bunar radi pojenja stoke. Njegova radioaktivna voda sa slobodnom i poluvezanom ugljenom kiselinom, podstakla je osnivanje akcionarskog društva „Veliko-kanjiški čudotvorni bunar i arteško kupatilo". Njegova mlaka voda žučkaste boje sa zapaljivim gasovima mnoge je izlečila, zato ga je i narod nazvao „Čudotvorni bunar". Ovaj čudotvorni izvor je imao prvu sezonu kupanja 1908.godine. Zanimljivost je i to što su se ovde za vreme Prvog svetskog rata lečili i ranjenici. Tako je jedan obični bunar za pojenje stoke postao lek za reumu. Vode Kanjiže pripadaju kategoriji natrijum, hidrokarbonatnoj jednoj bromidnoj sulfidnoj alkalnoj hipertermnoj mineralnoj vodi.

Pored voda, kao lekovito sredstvo koristi se još i blato – peloid. Prva zvanična analiza peloida je izvršena 1964. godine u Beogradu, u Balneo-klimatološkom Institutu SRS. Koristi se u vidu obloga (pakovanja) i u obliku blatnih kupki u bazenima. Lekovito blato ima veliki toplotni kapacitet i odgovarajući sadržaj raznih materija, koji zajednički deluju povoljno kod mnogih bolesti.

Smeštena na obodu istoimene park šume, nadomak Apatina i Dunava, Specijalna bolnica za rehabilitaciju **"Junaković" Apatin** izgrađena je na bazi korišćenja resursa termo-mineralnih

voda. Prvi termalni izvor vode otkriven je 1913. godine, a dobijeni nalazi potvrdili su njegovu lekovitost. Sa željom da se lekovita voda ponudi većem broju pacijenata, RH centar "Junaković" Apatin počinje sa radom 1983. godine. Termomineralna voda iz izvora RH centra "Junaković" Apatin spada među natrijum hloridno-hidrokarbonatne i slabo sumporovite vode. Ovakve vode se sreću na teritoriji Srbije i imaju dugu tradiciju primene u balneološkoj praksi. Voda sadrži malo CO₂ u gasovitom stanju, tako da se ne može svrstati u ugljeno-kisele vode. Izmerena granična vrednost sulfida (0.9 mg na 1 l vode) ima balneološki značaj, te ovu vodu svrstava u kategoriju sulfidnih i mogu joj se pripisati indikacije sulfidnih voda. Vode RH centra "Junaković" Apatin potiču sa dubine od 700 m i dostižu temperaturu od 50°C. Po svom kvalitetu spadaju u isti red kao i one u Karlovim Varima (Češka), Harkanju (Mađarska) i Lipiku (Hrvatska).

Kombinacijom hidroterapije i grupnih ili individualnih vežbi u terapijskom bazenu ili hidromasažnim kadama, pod kontrolom terapeuta, postižu se odlični rezultati u lečenju reumatskih, neuroloških i ortopedskih oboljenja, a svoje blagotvorno dejstvo pokazala je i u oblasti ginekologije, posebno u lečenju steriliteta. Od 2019. godine u RH centru "Junaković" Apatin sprovodi se i edukativni program prevencije nastanka i razvoja komplikacija kod osoba obolelih od šećerne bolesti. Pored kompleksa otvorenih bazena, gostima je na raspolaganju i mini spa i velnes centar sa finskom saunom, boditherm kabinom, hidromasažnom kadom, tuševima doživljaja i tepidarijumom. U sklopu kompleksa, obezbeđeni su kuglana i teren za odbojku na pesku. Kroz Park šumu banje, proteže se tzv. „staza zdravlja“ (<https://banja-junakovic.rs/o-nama>).

Najstariji poznati podaci o Vrdniku datiraju iz 1315. godine, kada se pominje naselje Rednik ili Rednak, koje se razvijalo u blizini istoimenog manastira (Stanković, 2013). Eksploatacija uglja u ovom mestu trajala je od 1804. do 1968. godine, a tokom tog perioda narušeni su prirodni odnosi među stenama, što je dovelo do prodiranja vode u rudarska okna 1929., 1930. i 1931. godine. Poznato je da je voda temperature između 34°C i 36°C brzo ispunila rudarske hodnike i galerije. Tadašnja termomineralna voda iz glavnog južnog okna iskorišćena je kao osnov za formiranje banje (Stanković, 2009). Zavod za specijalizovanu rehabilitaciju „**Termal**“ u Vrdniku osnovan je 1981. godine. Geološka, hidrogeološka, hemijska i balneološka istraživanja ukazuju na značaj termomineralne vode Vrdnika za razvoj banjškog centra sa dodatnim sadržajima za odmor i rekreaciju, što je kroz vreme u velikoj meri i realizovano. Analiza lekovite vode iz 1972. godine pokazuje temperaturu od 33°C (Stanković, 2013).

Lečenje u banji Vrdnik preporučuje se za različita oboljenja: reumatološka, neurološka i ortopedska (stanja nakon preloma kostiju i zglobova, posle ortopedskih zahvata, degenerativne promene kičmenog stuba), kao i u oblasti sportske medicine – za prevenciju i tretman sportskih povreda, postoperativnu rehabilitaciju, sindrome pretreniranosti, hroničnog umora i tzv. „overuse“ sindrome.

Kompleks „**Mövenpick Resort & Spa Fruške Terme**“ (Vrdnik), smešten na obroncima Fruške gore u neposrednoj blizini Vrdnika, predstavlja jedan od najvećih i infrastrukturno najsloženijih objekata te vrste u Vojvodini. Ovaj objekat je otvoren 2020. godine i izgrađen na mestu nekadašnjih vrdničkih termi, što ukazuje na kontinuitet u korišćenju lokalnih

termomineralnih resursa. Značajan segment objekta čine velnes i spa sadržaji koji koriste lokalnu termalnu vodu, što je primer uspešne valorizacije prirodnog resursa u turističko-preduzetničke svrhe. Kompleks raspolaže sa ukupno devet bazena (unutrašnjih i spoljašnjih) sa termalnom vodom različitih temperatura, koji su prilagođeni kako rekreativnim, tako i terapijsko-rehabilitacionim funkcijama. Dodatno, u sklopu centra nalaze se saune, slana soba, sobe za masažu i tretmane, kao i prostori za medicinski nadzor, što ukazuje na potencijal za razvoj zdravstvenog turizma (<https://movenpick.accor.com/en/europe/serbia/vrdnik/movenpick-resort-spa-fruske-terme-.html>).

Početak lečenja u **Rusandi** vezuje se za pojedinačna svedočenja o izlečenju kožnih oboljenja, kao i za kasnije stručne procene o lekovitosti peloida, koje su dale nadležne ustanove (Tomić i dr., 1996). Do 1878. godine lečenje se odvijalo na neorganizovan i improvizovan način, sa povremenim boravkom bolesnika. Nakon toga, sve do Drugog svetskog rata, izgrađeno je šest paviljona za lečenje, kao i objekti za smeštaj i ugostiteljstvo. Godine 1959. u banji je otvoreno Odeljenje za rehabilitaciju, a od 1963. godine funkcioniše kao Centar za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju. Veći investicioni zahvati realizovani su 1974. godine, kada su izgrađeni novi, kvalitetniji paviljoni i zatvoreni bazen za hidrotretmane.

Lečenje u banji Rusanda se preporučuje kod oboljenja lokomotornog sistema (nakon reumatske groznice, hronični i zapaljenski reumatizam, degenerativni reumatizam, posledice povreda), ali i kod određenih ginekoloških tegoba. Terapije uključuju kineziterapiju, fizikalnu terapiju, elektroterapiju, radnu terapiju i hidroterapiju.

Sastav vode u **banji Stari Slankamen** spada u slano-jodne vode natrijumskog tipa. Temperatura vode izvora u Starom Slankamenu iznosi oko 18,4 °C. Voda se ne preporučuje za piće (<https://ubas.org.rs>). Termomineralne vode Starog Slankamena, u kombinaciji sa savremenim medicinskim tretmanima, čine banju značajnim centrom za rehabilitaciju i lečenje brojnih zdravstvenih stanja. Terapijske mogućnosti obuhvataju lečenje posledica moždanog udara, povreda mozga i kičmene moždine, degenerativnih i zapaljenskih reumatskih oboljenja, kao i oštećenja perifernog i centralnog motornog neurona. Primjenjuju se individualno prilagođeni programi kineziterapije, hidroterapija, termoterapija, elektroterapija, fototerapija, magnetoterapija, laseroterapija i ultrazvuk (www.bolnicaslankamen.co.rs).

Kada je otkrivena termalna žila sa lekovitom vodom javila se želja članova Mesne zajednice u **Pačiru** da poboljšaju turističku ponudu sela, tako što bi došlo do izgradnje termalne banje. Zvanična ideja o banji javila se 2006. godine, i tada je napravljena prva skica na kojoj su ucrtane termalne vode i ustanovljeno je da je to isti vodeni krak koji se pruža duž Mađarske. Na prelazu 2008. na 2009. godinu izvršena su bušenja bunara na dubini od 1.400 m, gde je pronađena voda temperature 72°C, i izuzetno slana. Voda je potom poslata na dalja ispitivanja, koja su izvršena u „Centralnoj laboratoriji NIS – Naftagas“. Analizom je potvrđena temperatura vode i svrstana je u grupu hipertermalnih voda, Ph vrednost je 7,24 čime daje neutralnu reakciju, ukupna količina minerala je 20,646 g/l, a suvi ostatak na 180°C je 19,215 g/l, po čemu pripada jako mineralizovanim – rudnim vodama.



Slika 4.4. Banja Pačir
Foto: Maja Mijatov Ladičorbić

Voda u Pačiru ima prepoznatljiv miris joda i fenola, na koji se posetioци brzo naviknu. Zahvaljujući visokom sadržaju soli - oko 21 do 22 g/l, voda je dobila zvaničan status lekovite. Njen slani i topli sastav pozitivno utiče na jačanje imuniteta i koristi se u prevenciji i tretmanu različitih zdravstvenih problema. Pripada grupi lekovitih voda, koja se isključivo može koristiti za balneoterapijske procedure. Pre upotrebe treba se rashladiti za banjanje, kupanje, plivanje i tuširanje. Visok termalizam može biti iskorišćen i za grejanje. Slana voda uz termalizam ima značajno delovanje na kožu i kožne promene, naročito kod psorijaze. Hidrostatski potisak i pritisak daju vredne terapijske efekte kod neuromuskularnih i određenih vaskularnih i posttraumatskih stanja na ekstremitetima. Voda se može koristiti kod sledećih oboljenja: kožna oboljenja – psorijaza, degenerativna reumatska oboljenja i stanja nakon povreda. Bolesnicima sa psorijazom preporučuje se plivanje, dok bi bolesnici sa degenerativnim oboljenjima i povredama trebalo da izvedu vežbe. Voda temperature između 32°C i 35°C pogodna je za terapije u trajanju od 20 minuta svakodnevno, ukupno čineći zbir od 12 do 15 procedura. Na putu do površine, voda prolazi kroz brojne slojeve stena i tako se prirodno obogaćuje mineralima poput natrijuma, joda, bromida i sulfata. Kada stigne na površinu, voda ima temperaturu od oko 72°C, dok se nakon hlađenja spušta na 30–35°C. Ova kombinacija toplote i bogatstva minerala povoljno utiče na zdravlje i blagostanje posetilaca (<https://vojvodina.travel>).

Termomineralna voda u Temerinskoj banji se odlikuje bogatim mineralnim sastavom i različitim temperaturama koje je svrstavaju u hipoterme i hiperterme. Analize sprovedene 1984. godine pokazale su da voda sa nove bušotine, na dubini od 526-607 m, ima ukupnu mineralizaciju od 3,45 g/l, izdašnost od 1.340 l/min i temperaturu od 40°C, dok je voda sa stare bušotine iz 1914. godine, na dubini od 397-417 m, imala ukupnu mineralizaciju od 2,4 g/l, izdašnost od 384 l/min i temperaturu od 26,5°C. Obe bušotine sadrže značajne količine natrijuma, hlorida, hidrogenkarbonata i gasa metana, što doprinosi njenim lekovitim svojstvima i balneološkoj primeni, naročito u lečenju reumatskih i dermatoloških oboljenja (Bogdanović & Vidić, 1999).

Termomineralna voda u Bezdanskoj banji, čija su lekovita svojstva otkrivena još 1912. godine, predstavlja značajan prirodni lekoviti faktor ove banje. Prema svom hemijskom sastavu, ova voda spada u kategoriju alkalnih natrijum-hidrogenkarbonatnih voda, a posebno je značajno prisustvo joda u njenom sastavu. Temperatura vode na izvoru kreće se u rasponu od 26°C do 37°C, što je svrstava u kategoriju hipotermalnih i homeotermalnih voda. Zahvaljujući ovakvoj kombinaciji mineralnog sastava i temperature, voda ima blagotvorno dejstvo na organizam. Njena terapijska svojstva se najefikasnije ispoljavaju u lečenju različitih oblika reumatizma, stanja nakon ortopedskih intervencija i povreda koštano-zglobnog sistema (Zvanična stranica Bezdana, 2016). Balneoterapija u banji, koja uključuje kupanje u lekovitoj vodi, pomaže u smanjenju bolova, poboljšanju pokretljivosti zglobova i opštoj relaksaciji mišića.

Jodna banja u Bečeju predstavlja značajan, ali danas zapušteni zdravstveni resurs zasnovan na termomineralnim vodama sa izuzetnim karakteristikama. Bušotina Bč-2/H na dubini od 1.020 m daje vodu kapaciteta 28,3 l/s i temperature od 63 °C. Analize su pokazale da je reč o natrijum-hidrokarbonatnoj, hloridnoj, jednoj i sulfidnoj hipertermalnoj vodi, pogodnoj za balneoterapijske svrhe, naročito kupanjem i rehabilitacijom. Njena terapijska svojstva uključuju tretman zapaljenskog i degenerativnog reumatizma, posledica trauma i ratnih povreda, rehabilitaciju posle preloma i hirurških intervencija na koštano-zglobnom sistemu, kao i lečenje kožnih oboljenja poput psorijaze i hroničnog ekcema. Tokom međuratnog perioda, Jodna banja bila je jedno od priznatih lečilišta, privlačeći više od 3.500 stranih gostiju godišnje (Opština Bečej, 2007).

Afirmacija banja

Savremeni razvoj banjskih naselja nezamisliv je bez višefunkcionalnog pristupa. U ranom periodu nastanka banjskih mesta, preovladavala je zdravstvena funkcija, uslovljena bogatstvom i lekovitošću termomineralnih izvora, lekovitog blata i gasova, ali i zbog čistog vazduha. Dugi niz godina, ovi lekoviti faktori bili su jedini preduslov za razvoj turizma banja. Savremene tendencije u turizmu i turističkoj tražnji dovele su do zasićenosti tradicionalnim vidovima ponude u zdravstvenom turizmu. Usled ove činjenice, banje su počele da osmišljavaju dodatne aktivnosti, kako bi privukle zdrave osobe da dođu i borave u njima.

Postojeći turistički kapaciteti banja u Vojvodini

Palić nudi različite smeštajne kapacitete koji se kreću od nekoliko luksuznih hotela do porodičnih vila i gostinskih kuća. Luksuzni „Hotel & Spa Palić Resort“ se nalazi u srcu stogodišnjeg parka i raspolaže zatvorenim bazenom i fitnes centrom, dok „Garni Hotel Park“ uz „Depandans Jezero“ pruža smeštaj neposredno uz obalu Palićkog jezera. Hotel „Prezident“ pruža vrhunsku uslugu uz mir i tišinu starog parka. U 2023. godini su sprovedene značajne investicije: izgradnja novog akva parka i rekonstrukcija vodotornja, zbog čega je deo smeštajnih objekata privremeno bio van upotrebe. Akva-park je svečano otvoren 15. septembra 2023. godine (park-palic.rs). Kapacitet ležajeva je 1.522.

Smeštajni kapaciteti **banje Kanjiža** su skoro tokom cele sezone redovno popunjeni. Najpoznatiji smeštajni objekat je hotel „Aqua Panon“, pored njega su i „Abella“, „Lupus“

i „Aquamarin”. Pored hotela, postoji veliki broj privatnih smeštajnih kapaciteta. U samom gradu Kanjiža se nalazi i garni hotel „Art”.

Hotel „Aquamarin” – Događeno zdanje zdanje ovog hotela radi od 1980. godine. Objekat ima kompletan terapijski blok, sportsku halu, fitnes salu, sportske terene, dva zatvorena bazena, restoran kapaciteta do 300 gostiju koji služi i za održavanje svadbi i drugih manifestacija, kongresnu salu za 150 učesnika, prijemno odeljenje, recepciju, solarijum, saunu, frizerski salon, kozmetički salon, *free hot spot* internet, kao i sve druge sadržaje za hotel sa tri zvezdice. Raspolaže sa 150 postelja smeštenih u jednokrevetne, dvokrevetne, trokrevetne sobe i apartmane sa permanentnim dežurstvom lekara i medicinskih sestara (<https://www.banja-kanjiza.rs/>)



Slika 4.5. Hotel „Aquamarin”

Izvor:<https://www.wellness-spa.rs/banja-kanjiza>

Hotel „Aqua Panon” – Ovaj hotel je u poslednjih par godina doživeo ekspanziju. Počeo je sa radom 2004. godine i kategorizovan je sa 4 zvezdice. U svom sastavu ima 47 smeštajnih jedinica, od čega su 3 apartmana, 7 jednokrevetnih i 37 dvokrevetnih soba. U restoranu kapaciteta do 150 mesta se mogu organizovati razne vrste banketa ili proslava. Hotel raspolaže sa velnes i spa centrom, a u ponudi su đakuzi, finska sauna, zatvoreni bazen sa termalnom lekovitom vodom temperature 38°C i otvoreni bazen sa dubinom od 1,5 m, oko kojeg se nalazi prostor za suncobrane i ležaljke. Na recepciji se takođe mogu iznajmiti biciklovi za vožnju duž Tise(<https://aquapanon.com/>).

Hotel „Lupus” se nalazi u okviru banjskog kompleksa u banji Kanjiži. Dobro je povezan sa kompleksom, pa gosti ne moraju da izlaze napolje kako bi došli do bazena sa termalnom vodom. Posедуje 40 smeštajnih jedinica, apartmana i soba. Sve smeštajne jedinice poseduju balkon terase sa pogledom na park, kupatila, klima uređaje, frižider, telefon, kablovsku televiziju, bežični internet i podno grejanje (<https://www.banjakanjiza.org/>).

Stacionar „Abella” se nalazi u sklopu banjskog kompleksa. Poseduje 150 postelja (jednokrevetne, dvokrevetne i trokrevetne sobe i apartmani), uz permanentno dežurstvo lekara i medicinskih sestara. U sklopu objekta se nalazi i restoran (<http://banja-kanjiza.com/>).



Slika 4.6. Stacionar „Abella“

Izvor: <http://banja-kanjiza.com/>

Banja Junaković raspolaže sa 125 dvokrevetnih soba, 6 deluks soba i 4 dupleksa. Od toga, 68 dvokrevetnih soba, 3 deluks sobe i 4 dupleks sobe nalaze se u bloku A a 57 soba i 3 deluks sobe u bloku B. Sve sobe imaju kupatilo, terasu, TV i telefon. U kupatilima su kade, a topla voda je lekovita termo-mineralna voda. U sklopu objekta je i restoran sa 450 sedišta.

Gostima banje Junaković, u toku letnje sezone, na raspolaganju je kompleks otvorenih bazena sa vodenim toboganom, skakaonicom i masažerima: olimpijski bazen – temperatura vode oko 22°C; termalni bazen – geotermalna voda temperature oko 32°C; dečiji bazen, okrugli – geotermalna voda temperature oko 32°C; bazen sa pečurkom i vodenim toboganom, u 3 nivoa – temperatura vode oko 22°C. Geotermalna voda u zatvorenom bazenu temperature je 35°C. U okviru kompleksa banje Junaković, u ponudi je kongresna sala, kapaciteta 120 osoba (bioskopski raspored stolica), kreirana da bude adekvatna za različite tipove poslovnih sastanaka i konferencija. Banja Junaković nudi mogućnost kombinovanja rada sa opuštanjem, zahvaljujući sportskim terenima, spa i velnes centru, kao i mnogobrojnim vrstama masaža i tetmana lica i tela.

Kapacitet ležajeva u **Vrdniku** znatno je uvećan – sa 540 pre pandemije na 919 u 2020. godini, a potom na 2.174 u 2022. i 2.669 u 2023. godini. Ovaj rast rezultat je intenzivne izgradnje privatnih objekata i investiranja u nove kapacitete, uključujući i gradnju dodatnih hotelskih jedinica. U Vrdniku se nalazi raznovrsna hotelska i turistička ponuda, od luksuznog velnes odmarališta do tradicionalnog etno-sela. „TripAdvisor“ navodi preko 200 smeštajnih opcija u Vrdniku, uključujući hotele, apartmane i etno-komplekse. Specijalna bolnica „Termal“ raspolaže sa oko 280 ležajeva i šest termalnih bazena.

„Mövenpick Resort & Spa Fruške Terme“ prvi je hotel brenda „Mövenpick“ u Srbiji, smešten u Nacionalnom parku „Fruška gora“. U okviru resorta nalazi se i apartmanski kompleks „Fruške Residence“, sa 45 savremeno opremljenih apartmana. Poseban segment kompleksa čini hotel „Premier Aqua“, namenjen isključivo odraslima („adults only“ koncept). Hotel nudi moderan spa centar, otvorene i zatvorene bazene, restoran i kongresne sale, kreirane za relaksaciju i poslovne događaje. Etno naselje „Vrdnička kula“ predstavlja autentičan kompleks u

tradicionalnom stilu, sa bungalovima različitih kategorija i etno-restoranom. Posebno se izdvajaju brvnare „Ala Vrdnik“, drveni bungalovi smešteni u prirodnom ambijentu.

Kompleks „Mövenpick Resort & Spa Fruške Terme“ raspolaže sa ukupno 201 smeštajnom jedinicom raspoređenom u više kategorija – standardne i superior sobe, porodične sobe, luksuzni apartmani. Takva struktura ukazuje na jasno definisanu strategiju diferenciranja ponude u skladu sa različitim potrebama i preferencijama gostiju. Dodatnu raznovrsnost obezbeđuju izdvojeni bungalovi u prirodnom okruženju, koji nude viši nivo privatnosti i odgovaraju savremenim trendovima turističke potražnje – boravak van urbanih sredina, ali u okviru visokokvalitetnog standarda. Poseban kvalitet kompleksa čini devet bazena koji koriste termomineralnu vodu iz lokalnih izvora, čime se naglašava održiva upotreba prirodnih resursa u službi turizma. Porodični segment dodatno je ojačan vodenim parkom sa toboganima, dok je spa centar osmišljen kao sveobuhvatan wellness prostor, sa različitim vrstama sauna, parnim kupatilima, slanom sobom i specijalizovanim zonama za tretmane. (<https://movenpick.acor.com/en/europe/serbia/vrdnik/movenpick-resort-spa-fruske-terme-.html>).

Specijalna bolnica za rehabilitaciju „**Rusanda**“ osnovana je 1867. godine na obali istoimenog slanog jezera u Melencima kod Zrenjanina, nalazi se u zoni zaštićenog parka bogatog borovom, bagremovom i lipovom šumom. Kompleks obuhvata pet smeštajnih paviljona sa ukupno 306 ležajeva, koncipiranih za različite kategorije pacijenata – od nepokretnih do korisnika velnes i rekreativnih usluga. Prema planu mreže zdravstvenih ustanova Republike Srbije, „Rusanda“ je razvrstana kao specijalna bolnica za rehabilitaciju, a od 2015. godine služi i kao nastavna baza Medicinskog fakulteta u Novom Sadu. U neposrednoj okolini kompleksa dostupni su privatni smeštajni objekti, uključujući gostinjske kuće i apartmane za posetioce spa-tretmana (banjarusanda.rs).

Specijalna bolnica za neurološka oboljenja i posttraumatska stanja „Dr Borivoje Gnjatić“ čini osnovu **banje Stari Slankamen**. U neposrednoj blizini kompleksa bolnice dostupni su smeštajni objekti tipa vila, apartmana i pansiona, ali ne i hotelskih objekata.

Kompleks u **Pačiru** obuhvata dva zatvorena bazena i jedan otvoreni bazen, a temperatura vode u zatvorenim bazenima iznosi oko 37 °C, što doprinosi relaksaciji i balneoterapiji. U ponudi je trenutno samo privatni smeštaj u vidu apartmana, vila i pansiona, na nekoliko minuta hoda od spa-kompleksa. Banja je počela da radi sredinom jula 2014. godine i po sadržaju je imala mogućnost da prihvata posetioce samo u letnjem periodu godine. U januaru 2018. godine, otvoren je zatvoreni objekat, čime se mogućnost korišćenja banjskih usluga proširio na celu godinu. Jezero ima 2.000 m² površine i može da primi 2.000 gostiju, dok zatvoreni objekat obuhvata 700 m² ukupne površine, od čega je 200 m² vodene površine. Od januara 2018. godine banja radi tokom cele godine, njen nosilac za održavanje i funkcionisanje je Mesna zajednica. Pun naziv banje je Regionalni, rekreacioni i rehabilitacioni centar seoskog turizma. Penzioneri i osobe između 65 i 70 godina čine glavnu interesnu grupu. Njih 80% su iz Subotice i okolnih sela, a značajna je posećenost i iz mađarskih pograničnih mesta. Organizovani su dolasci posetilaca autobusom iz Sente, Ade, Mola, Palića, Hajdukova i Stare Pazove, koji zbog brojnosti ostvaruju povlašćene cene.



Slike 4.7- 4.9. Pačir
Foto: Maja Mijatov Ladičorbić

Ubrzo nakon otvaranja proširenog objekta, broj posetilaca je porastao, ali ipak najviše ih ima u letnjem delu godine, dok je zimi smanjen broj. U kompleksu se nalazi restoran u kojem se mogu kupiti mekice, palačinke, pomfrit, te gazirana, negazirana i alkoholna pića. Iako banju posećuje prevashodno starije stanovništvo, postoji manje dečje igralište sa terenima za mali fudbal i odbojku.

U planu je proširenje ponude uključivanjem novih usluga poput finske saune, usluga masaže, za koje su obezbeđeni stolovi, te nabavljanje uređaja za solarijum i đakuzi. U okviru izgradnje zamišljen je još jedan pokriveni objekat u kojem bi se nalazilo medicinsko osoblje koje bi pružalo terapije pacijentima, kao i smeštajni kapaciteti za 50 gostiju (Mesna zajednica, 2024).

Temerinska banja ne raspolaže smeštajnim kapacitetima. Usluge su ograničene na korišćenje termalne vode i rehabilitacione tretmane. Smeštaj je koguće obezbediti u Temerinu i okolnim naseljima.

Bezdanaška banja ima razvijenije kapacitete u vidu zatvorenih bazena, odeljenja za fizikalnu terapiju i pratećih medicinskih sadržaja. Opšta bolnica "Dr Radivoj Simonović" se trenutno nalazi u postupku rekonstrukcije i sanacije objekta pri Odeljenju za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju u Bezdanu, oštećenog u požaru.

Jodna banja u Bečeju nema razvijene smeštajne kapacitete. Termomineralna voda koristi se u terapijske svrhe, ali nema mogućnosti za boravak pacijenata i posetilaca u okviru same ustanove.

Turistički promet

Turistički promet predstavlja jedan od ključnih indikatora uspešnosti razvoja turizma određene destinacije. Na osnovu evidencije o dolascima i noćenjima turista moguće je oceniti efikasnost upravljačkih struktura i njihove razvojne strategije, kao i identifikovati potrebe za unapređenjem kvaliteta turističkog proizvoda. U banjskim mestima, turistički promet je dodatno značajan jer odražava nivo valorizacije prirodnih resursa, pre svega termomineralnih voda, koje čine osnovu njihovog turističkog identiteta. Ipak, prateća statistika ima svoja ograničenja – izletnici se najčešće ne registruju kao posetioci, a promet u privatnom smeštaju često se ne evidentira dosledno, što stvara iskrivljenu sliku o stvarnoj poseti i ekonomskoj koristi po lokalnu zajednicu.

Analiza podataka za tri turistička mesta, Palić, Kanjižu i Vrdnik, pokazuje različite obrasce oporavka i razvoja banjskog turizma u Vojvodini nakon pandemije COVID-19. Za ostale banje nema zvaničnih statističkih podataka.

U slučaju **Palića**, za koji su statistički podaci dostupni od 2022. godine, uočava se negativan trend. Između 2022. i 2023. godine broj turista opao je sa 47.628 na 40.279, dok je broj noćenja pao sa 122.156 na 89.992. Znatno je opao i broj stranih noćenja – sa 57.466 u 2022. na 36.264 u 2023. godini, što predstavlja pad od gotovo 37% (Tabela 4.1). Ove oscilacije delimično su posledica infrastrukturnih radova u centru Palića i privremene redukcije smeštajnih i pratećih kapaciteta, što se u kratkom roku negativno odrazilo na promet.

Tabela 4.1. Dolasci turista, noćenja i broj ležajeva u **Paliću** od 2019. do 2023. godine

Godina	Ukupan broj turista	Broj stranih turista	Noćenja turista	Strani turisti – noćenja	Ležajevi
2023.	40.279	17.511	89.992	36.264	1.522
2022.	47.628	22.097	122.156	57.466	1.635

Izvor: Statistički godišnjaci RZZS, 2023-2024.

Za razliku od Vrdnika, **banja Kanjiža** beleži drugačiji trend. Iako je 2019. bila godina sa najvećim brojem turista (12.892) i noćenja (52.952), pandemija je dovela do snažnog pada prometa. Tokom 2020. godine broj turista opao je na 6.838, a broj noćenja na 29.506. U narednim godinama dolazi do postepenog oporavka, ali ne i potpunog povratka na predpandemijski nivo. U 2023. godini broj turista bio je 8.549, dok je broj noćenja iznosio 49.426 – još uvek ispod rezultata iz 2019. Pad broja ležajeva, sa 880 u 2019. na 516 u 2023. godini (Table 4.1), dodatno ukazuje na probleme u održivosti i obnavljanju smeštajnih kapaciteta, što može imati direktne posledice na konkurentnost ove destinacije.

Tabela 4.2. Dolasci turista, noćenja i broj ležajeva u banji Kanjiža od 2019. do 2023. godine

Godina	Ukupan broj turista	Broj stranih turista	Noćenja turista	Strani turisti- noćenja	Ležajevi
2023.	8.549	2.517	49.426	7.301	516
2022.	9.156	2.683	50.368	8.720	548
2021.	9.000	1.916	38.341	6.432	474
2020.	6.838	1.034	29.506	3.110	474
2019.	12.892	4.081	52.952	10.637	880

Izvor: Statistički godišnjaci RZZS, 2020-2024.

U slučaju **Vrdnika**, od 2019. do 2023. godine beleži se stabilan i izražen rast svih ključnih pokazatelja. Ukupan broj turista gotovo se utrostručio (sa 28.700 na 89.873), dok je broj noćenja porastao sa 104.881 na 220.027. Broj ležajeva, koji je 2019. iznosio 540, porastao je na 2.669 u 2023. godini, što ukazuje na snažan investicioni ciklus u materijalnu turističku bazu, pre svega kroz izgradnju hotelskih kapaciteta kao što je „Mövenpick Resort & Spa Fruške Terme“. Ovaj kompleks je značajno doprineo transformaciji Vrdnika iz lokalnog banjškog mesta u destinaciju sa regionalnim i međunarodnim dometima. Poseban značaj ima rast broja stranih turista, čija su noćenja sa 12.903 u 2019. porasla na 62.647 u 2023, što potvrđuje da Vrdnik uspeva da se pozicionira i na inostranom tržištu (Tabela 4.3).

Tabela 4.3. Dolasci turista, noćenja i broj ležajeva u Vrdniku od 2019 do 2023. godine

Godina	Ukupan broj turista	Broj stranih turista	Noćenja turista	Strani turisti-noćenja	Ležajevi
2023.	89.873	25.621	220.027	62.647	2.669
2022.	79.372	15.054	201.872	38.523	2.174
2021.	61.838	8.293	144.035	19.620	1.070
2020.	31.594	2.848	93.035	6.313	919
2019.	28.700	5.451	104.881	12.903	540

Izvor: Statistički godišnjaci RZZS, 2020-2024.

Kada se uporede svi analizirani lokaliteti, jasno je da Vrdnik prednjači po stopi rasta, ulaganju u turističku infrastrukturu i privlačenju stranih posetilaca, što pokazuje da postojanje kvalitetne materijalne baze, kao što je hotelski kompleks sa savremenim wellness sadržajima, može da generiše rast i diverzifikaciju turističke tražnje. S druge strane, Palić i Kanjiža suočavaju se sa izazovima koji uključuju nedostatak kontinuiranih investicija, nedovoljno razvijenu promociju i zavisnost od domaćih gostiju. Udeo stranih turista u ukupnom prometu banja u Vojvodini i dalje je nizak, što ukazuje na potrebu unapređenja međunarodne promocije, diferencijacije ponude i stvaranja sadržaja koji bi zadovoljili očekivanja visoko platežno sposobne klijentele.

U tom smislu, strateški razvojni modeli treba da se usmere na kreiranje specijalizovanih sadržaja – edukativnih, rekreativnih i kulturnih – kao i na bolju integraciju lokalnog stanovništva kroz razvoj preduzetničkih inicijativa koje koriste resurse termomineralnih voda. Upravo primer Vrdnika pokazuje da sinergija između privatnih investicija, valorizacije prirodnih resursa i institucionalne podrške može dovesti do održivog rasta turističke destinacije.

Izazovi i mogućnosti za razvoj spa turizma - potencijali za širenje i privlačenje međunarodnih turista

Na osnovu vrlo povoljnih uslova, a u skladu sa planiranim razvojem Srbije na bazi korišćenja svojih prirodnih potencijala, čiji je cilj celishodniji i ekonomičniji razvoj i povećanje sopstvenog nacionalnog bogatstva uopšte, među prioritnim sirovinama opšte društvenog značaja, treba podrazumevati i termomineralne, mineralne i gasne vode, kao i geotermalnu energiju. Srbija je poznata po velikom broju termomineralnih izvora, čak i u evropskim razmerama. Međutim, samo bogatstvo ovih motivskih vrednosti nije dovoljno da se racionalnije koriste svi potencijali banjskih i klimatskih mesta.

Stepen iskorišćavanja termomineralnih voda u Vojvodini je vrlo neujednačen, od primitivnog, neorganizovanog načina njihovog korišćenja do organizovanog iskorišćavanja u savremenim medicinskim centrima ili u centrima za rekreaciju. U Vojvodini su Kanjiža, Vrdnik i Junaković banje sa najkompletnijom turističkom ponudom, imaju najizgrađenije smeštajne kapacitete i prateću infrastrukturu, dostignut izvanredno visok nivo medicinskih usluga, kadrova i opreme, što je uslovalo umnožavanje njihovih turističkih funkcija, tako da se može govoriti o polivalentnom turizmu. Za ove banje je karakteristična ravnomerna mesečna distribucija

turističkog prometa u toku godine. Sve ostale banje zaostaju iza pomenutih, a što je u najvećoj meri uzrokovano niskim nivoom turističke tonude.

Prisutnost međunarodnog hotelskog brenda, kao što je „Mövenpick“ (koji posluje u okviru grupacije „Accor“), u ovom kontekstu ne predstavlja samo primer komercijalnog ulaganja, već i značajan faktor u procesu transformacije lokalne zajednice. Infrastrukturalna ulaganja ove vrste omogućavaju proširenje turističke ponude, ali i jačanje lokalne ekonomske aktivnosti kroz otvaranje radnih mesta i stimulisanje dodatnih preduzetničkih inicijativa. Poseban značaj ima uključivanje lokalnog stanovništva u sistem podržavajućih usluga – od ugostiteljstva, zanatstva, poljoprivrede, do obrazovanja i obuke kadrova u sektorima zdravstvenog i velnes turizma. Ovakav model ukazuje na potencijal održivog razvoja koji se zasniva na kombinaciji prirodnih resursa i društveno-ekonomskih kapaciteta zajednice, pri čemu se lokalni razvoj integriše u širi okvir savremenih turističkih kretanja (<https://movenpick.accor.com/en/europe/serbia/vrdnik/movenpick-resort-spa-fruske-terme-.html>).

Vojvodina raspolaže značajnim termalno-mineralnim vodama koje izviru sa različitih dubina i odlikuju se bogatim sadržajem natrijuma, joda, sulfata i drugih lekovitih elemenata, što ih čini izvanrednim za balneološke tretmane, velnes programe i rehabilitaciju. Osim toga, geotermalna energija se može koristiti ne samo za zagrevanje bazena i objekata, već i za proizvodnju električne energije u manjim lokalnim sistemima, što predstavlja održivu alternativu fosilnim gorivima (Gulan, et al., 2020, Radin et al., 2022).

Multietničko nasleđe regiona, u kome koegzistiraju mađarska, slovačka, rumunska i druge zajednice, stvara jedinstven kulturni mozaik koji dodatno valorizuje ponudu zasnovanu na korišćenju termo-mineralnih izvora. Tradicionalni festivali i autentični običaji mogu se povezati sa velnes tretmanima u obliku paket-aranžmana, čime se gostima pruža celovito turističko iskustvo (Blešić et al, 2021). Učešće lokalnih zanatlija i ugostitelja ne samo da osnažuje ekonomsku održivost zajednica, već doprinosi i autentičnosti sadržaja, što je presudno za goste koji traže netipične destinacije.

Smeštena na raskrsnici sa Mađarskom i Rumunijom, Vojvodina ima pristup različitim evropskim fondovima. Evropski programi za prekograničnu saradnju (Interreg, IPA) omogućavaju sufinansiranje infrastrukturnih i promotivnih projekata (Kranjac, et al., 2019), dok zajednički marketing, razvoj itinerera i razmena stručnjaka iz oblasti turizma i balneologije mogu dodatno povećati vidljivost regiona i stvoriti sinergiju među spa destinacijama duž obe strane granice.

Istorijski nedostatak kapitalnih ulaganja predstavlja izazov za modernizaciju brojnih objekata iz posleratnog perioda, koji zahtevaju temeljnu rekonstrukciju ili izgradnju novih kapaciteta u skladu sa savremenim standardima (Blešić et al., 2014). Privlačenje javno-privatnih partnerstava, specijalizovanih kredita i EU grantova može obezbediti sredstva za zelenu energetiku i digitalnu transformaciju spa centara. Strateško planiranje mora obuhvatiti i razvoj prateće infrastrukture – puteva, parkinga, info-centara i biciklističkih staza – kako bi centri bili lako dostupni i integrisani u širu turističku mrežu.

Pored klasičnih masaža i hidroterapije, treba uvesti programe digitalnog detoksa, *biofeedback* tretmani i aplikacije za praćenje fizioloških parametara, kao i virtualne ture kroz istoriju banjskog nasleđa (Božović, et al., 2022; Kovačić et al, 2024; Filimonau, Ashton, & Stankov, 2024; Stankov, Gretzel, 2021). Koncepti naučnog turizma, u kojima posetioci učestvuju u istraživanjima termalno-mineralnih voda, mogu privući akademce i zaljubljenike, stvarajući dodatne prihode i jačajući reputaciju Vojvodine kao centra za balneo-istraživanja.

Za dugoročnu održivost važno je aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u planiranje i realizaciju projekata (Pantelić, et al. 2012). Formiranje turističkih saveta i organizacija radionica omogućava prikupljanje ideja i povećava osećaj zajedničkog vlasništva, dok ekoturistički sadržaji u zaštićenim zonama, kroz tematske ture, posmatranje ptica i edukativne programe doprinose produženju turističke sezone izvan letnjih meseci (Dragičević, et al., 2012).

Razvoj spa centara može revitalizovati ruralna područja, povećati zapošljavanje u uslužnom sektoru i građevinarstvu, te stimulisati otvaranje restorana, suvenirnica i novih smeštajnih kapaciteta. Mladim stručnjacima iz oblastima turizma, balneologije i ekologije pruža se prilika za ostanak ili povratak u region, što može ublažiti depopulacione trendove i starenje stanovništva.

Efikasno pozicioniranje Vojvodine na međunarodnom tržištu zahteva kreiranje prepoznatljivog brenda koji ističe prirodne i kulturne vrednosti regiona (Kovačić, et al. 2022; Stankov, et al. 2023). Digitalni marketing na platformama poput *Booking.com*, *TripAdvisor* i društvenim mrežama treba da se fokusira na specifične segmente – velnes entuzijaste. Učešće na međunarodnim sajmovima, organizacija fam-tripova za medije i influensere, kao i partnerstva sa turističkim agencijama u susednim zemljama, mogu značajno povećati vidljivost i atraktivnost destinacije.

5. DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE STANOVNIŠTVA U BANJAMA VOJVODINE

Pouzdan znak razvoja određenog društva je postojanje evidencije o njegovoj sveukupnoj prošlosti. Na prostoru Republike Srbije, popisi se mogu pratiti sve od 1834. godine, tako da je do poslednjeg popisa, organizovanog 2022. godine, na ovim prostorima sprovedeno 39 popisa (21 srpskih, pet austro-ugarskih, pet bugarskih i osam jugoslovenskih) (Radovanović, 1995; Djurdjev, Arsenović & Dragin, 2010). U okviru popisa, beleže se brojni parametri i pokazatelji stanovništva, a među njima i oni koji mogu uticati na razvoj neke ekonomske delatnosti, kao što je turizam, ili je turizam uticao na njih.

Demografske promene u Vojvodini uglavnom prate demografski trend šireg regiona u pogledu depopulacije, pada nataliteta, starenja stanovništva (Bubalo Živković, Đurđev & Dragin, 2008). Poslednjih par decenija, migraciona kretanja su specifična: neplanirana i neravnomerna. Demografski podaci pokazuju stagnaciju ukupnog broja stanovnika Vojvodine, ali i stalno opadanje broja domicilnog stanovništva, pojavu izbeglih lica i porast broja emigranata. Istovremeno se povećao broj domaćinstava, ali broj članova domaćinstava se smanjuje. Struktura vojvođanskog stanovništva prema polu je srazmerna, a više od polovine živi u gradovima.

Vojvodina je kroz istoriju sačuvala raznovrsno etnografsko bogatstvo, koje u turističkoj ponudi ima svoje mesto kao etnografske turističke vrednosti, jer na ovom prostoru živi 26 nacionalnih ili etničkih zajednica, a zastupljene su 34 verske zajednice. Ovakva struktura čini specifičan mozaik, gde su svi aspekti kulture i tradicije življenja naroda na tlu Vojvodine predstavljeni kroz: poreklo stanovništva, socijalnu, duhovnu i materijalnu kulturu i umetnost. Teritorija Vojvodine predstavlja multietničku regiju na kojoj egzistira veliki broj različitih vrsta folklornih običaja. Njihovo poreklo je u direktnoj vezi sa načinom i specifičnostima života u Vojvodini (Ivkov Džigurski et al., 2024; Đurđev, Ivkov Džigurski & Dragin, 2009) i odlična osnova za razvoj turizma. Folkorno nasleđe čini ukupnost materijalnog i duhovnog stvaralaštva naroda nekog prostora. Iako zastupljeni u različitom broju na prostoru Vojvodine, svi narodi koji žive tu imaju folklorno nasleđe koje može biti privlačno za potencijalnog turistu i upotpuniti ponudu u banjskim mestima Vojvodine (Molnar Gabrić, 2008; Ivkov & Ivanović, 2006). Od posebnog značaja za razvoj banjskog turizma su promene broja stanovnika u banjskim mestima, promene starosne i ekonomske strukture (Đurđev, Košić & Dragin, 2007), jer lokalno stanovništvo ne samo da kreira neophodnu turističku ponudu, ono čini raznovrsnu osnovu u pogledu ljudskog kapitala.

Kao što je rečeno, danas u Vojvodini postoji šest banja: banja Kanjiža, banja Junaković, banja Palić, banja Vrdnik, banja Stari Slankamen i banja Rusanda. Pored ovih banja, postoji i nekoliko lokaliteta koji se nazivaju „banjama“ i mogu se smatrati kao potencijalni lokaliteti za razvoj banje: Temerinska banja, Jodna banja Novi Sad, Bezdanska banja i Jodna banja Bečej. Zbog toga je izvršena analiza demografskih karakteristika u ovih šest banja i dodatno najvažnijih parametara za Bečej, Temerin, Bezdan, ali i Pačir, koji se poslednjih godina izdvaja po

atraktivnosti i turističkoj posećenosti. Novi Sad nije uzet u razmatranje, jer Jodna banja Novi Sad još uvek ne pruža usluge turistima, nego isključivo pacijentima.

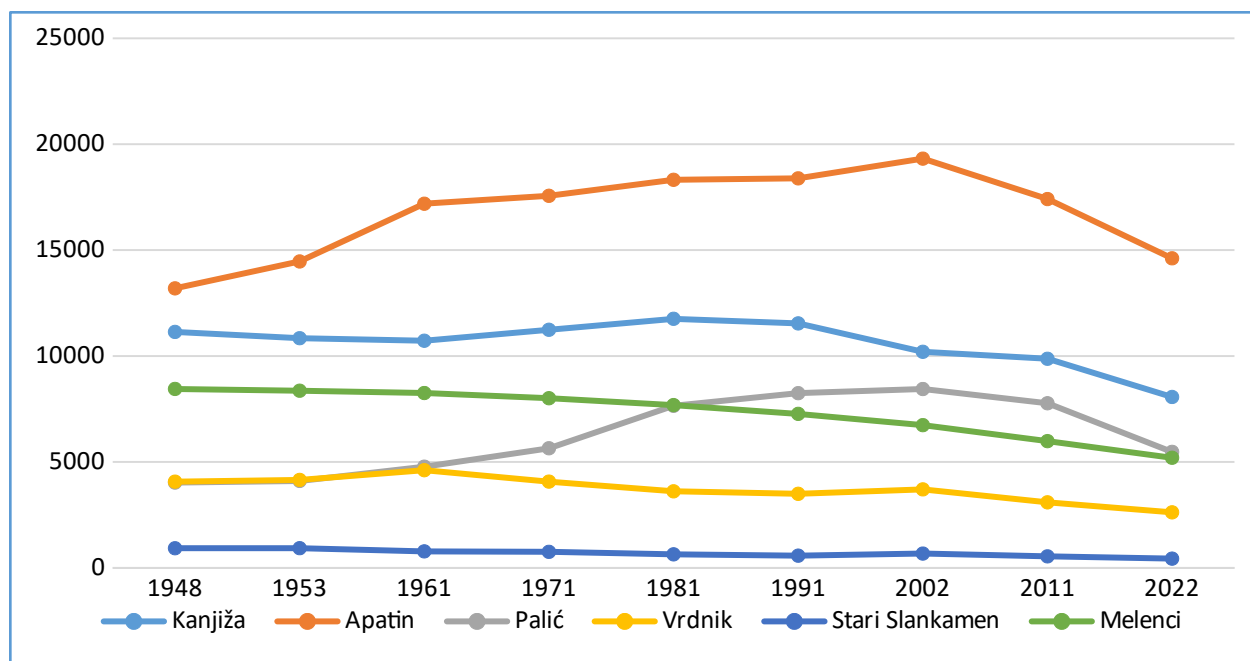
Metodologija istraživanja bazirana je na demografskom i komparativnom metodu obrade popisnih podataka Republičkog zavoda za statistiku, za banjska naselja Vojvodine (Kanjiža, Apatin, Palić, Vrdnik, Stari Slankamen i Melenci), kao i naselja koja imaju tendenciju da postanu banjska (Temerin, Bezdán, Bečej i Pačir) prema popisima iz 2002., 2011. i 2022. godine.

Promene broja stanovnika

Na početku 21. veka, kao i gotovo svaka druga evropska zemlja, Srbija se suočava sa posledicama kontinuiranih, decenijskih negativnih demografskih trendova. Proces depopulacije počeo je emigracijom mladog stanovništva, da bi došlo do smanjenja nataliteta i povećanja srednje starosti stanovništva. Šta je to što je dovelo do ovakvog toka demografskih kretanja? Glavni problem, još u vreme egzistiranja SFR Jugoslavije, bila je neadekvatna ekonomska politika i permanentno uništavanje poljoprivrede. Tako da seoska naselja, koja su živela od poljoprivrede, vremenom ostaju pusta. Ruralno stanovništvo emigrira u gradska naselja, da bi radilo u industriji. To stanovništvo se odseljava i u inostranstvo. Od osamdesetih godina, a posebno tokom devedesetih godina prošlog veka, sa radom prestaju i brojne fabrike koje su postojale u većim naseljima. To je imalo za posledicu odseljavanje stanovništva ka pokrajnskom i republičkom centru, odnosno pomeranje stanovništva ka centralnim delovima zemlje, ali i dalje odseljavanje ka inostranstvu (Živković et al, 2017; Bubalo-Živković, et al, 2011; RZS, 2022).

Kao i kod većine naselja u Vojvodini, u banjama se uočava pad broja stanovnika što se može videti i u grafikonu 1. Kod pojedinih banja, koje su u blizini većih naselja, došlo je do povećanja stanovnika u periodu nakon 90-tih godina 20. veka, tj. prema popisu iz 2002. godine, uočen je porast koji je bio direktna posledica doseljavanja izbeglih i prognanih lica tokom prethodne dekade. Međutim, nakon toga se uočava dalji pad.

Promene broja stanovnika su analizirane od perioda posle Drugog svetskog rata do poslednjeg popisa, sprovedenog 2022. godine. Jedino je u Apatinu i na Paliću uočen nešto veći broj stanovnika nego polovinom 20 veka, ali opet znatno niži od maksimalnih vrednosti koje su zabeležene u nekim od prethodnih popisa. Kod ostalih naselja uočen je značajno manji broj stanovnika i smanjenje od 30% do preko 50% od početnog broja.



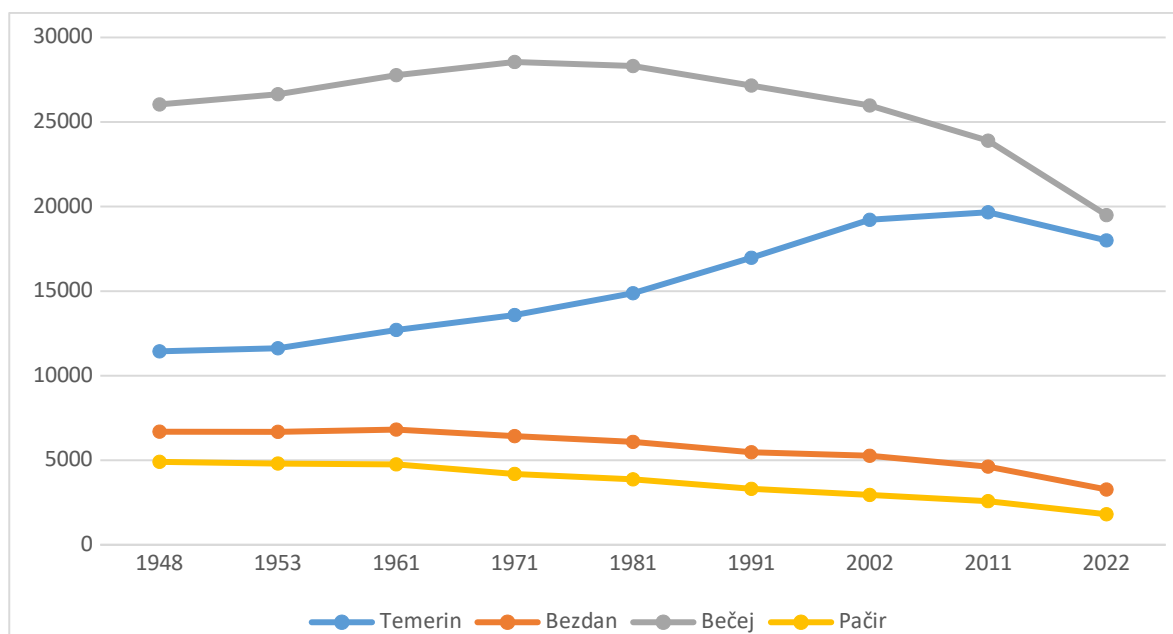
Grafikon 5.1. Promene broja stanovnika u banjskim mestima Vojvodine (1948-2022)

Izvor: RZS, Uporedni pregled broja stanovnika 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991, 2002, 2011. i 2022. godine

Posebno je interesantan primer Palića, gde je 1948. godine zabeleženo 4.026 stanovnika, potom maksimum 2002. godine sa 8.443 stanovnika, a po poslednjem popisu 5.476, što je za oko 1.500 stanovnika više nego na početku posmatranog perioda, ali znatno manje nego po popisu iz 2002. godine. Postavlja se pitanje da li je turizam uticao na ovaj porast? Razvoj turizma na Paliću je izražen upravo u drugoj polovini 20. veka, kada dolazi do razvoja smeštajnih i ugostiteljskih objekata. Početkom 21. veka, dolazi do intenzivnog otvaranja salaša u njegovoj okolini, koji postaju turistički atraktivni, što dovodi do ulaganja i doseljavanja jednog dela stanovništva.

Drugi primer je Apatin, gde je brojem stanovnika obuhvaćena i banja Junaković, koja je predmet istraživanja. Prvi popis beleži 13.195 stanovnika, dok poslednji beleži 14.613 stanovnika, što je nešto više nego na početku posmatranog perioda. Lokalno stanovništvo sa teritorije opštine Apatin dosta ulaže u turizam, pa možemo reći da je razvoj banje Junaković, kroz otvaranje za širi spektar turista (ne samo za osobe kojima je potrebna rehabilitacija), uticao na zadržavanje mlađeg stanovništva, njihovo zaposlenje, ali i doseljavanje stručnog kadra na ovaj prostor.

Ako se pogleda promena broja stanovnika u ostala četiri naselja, u kojima postoje pozitivne tendencije za razvoj banjskog turizma, uočava se da, od prvog posmatranog popisa iz 1948. godine, broj stanovnika u Bezdanu i Pačiru ima konstantan pad. U Pačiru, broj stanovnika se u posmatranom periodu smanjio za 63,2%, a u Bezdanu za 51,1%. U Bečeju je broj stanovnika bio u porastu do 1971. godine, da bi nakon toga počeo i nastavio konstantno da opada i sada je taj broj za 25% manji nego na početku posmatranog perioda. Mali broj opština u Vojvodini je na prelasku iz 20. u 21. vek zabeležio porast stanovništva u svim svojim naseljima. Među njima je opština Temerin (Lukić, Dragin & Ivanović, 2010). Temerin, kao naselje koje se nalazi u blizini Novog Sada i pripada njegovoj gravitacionoj zoni, ima stalan rast broja stanovnika sve do 2011. godine, ali prema popisu iz 2022. i ovo naselje beleži pad, mada u odnosu na početak perioda ima oko 58% stanovnika više.



Grafikon 5.2. Promene broja stanovnika u naseljima
koja imaju perspektivu da postanu banjska (1948-2022)

Izvor: RZS, Uporedni pregled broja stanovnika 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991, 2002, 2011.
i 2022. godine

Utvrđeno je da, ukoliko se proceni da turizam može predstavljati dodatnu dobit za domaćinstva, raste i motivisanost lokalnog stanovništva da u svom mestu ostane i unapređuje turističku ponudu (Pašalić & Pašalić, 2016; Tešin, et al., 2024; Mijatov Ladičorbić et al., 2024; Dragin et al., 2024; Đerčan et al., 2022). Pojedini primeri govore da je upravo razvoj turizma bio faktor demografskog porasta ili faktor sporijeg pada broja stanovništva (Khan et al., 2020) u posmatranim naseljima.

Migracije

Kako Devedžić (2007) navodi, migracije stanovništva su mnogostruko vezane za turizam. Najjednostavniji, najkonkretniji, ali i najpovršniji način poimanja te veze je demografsko tumačenje turističkih kretanja kao vida najmasovnijih sezonskih migracija (Salazar, 2022). U razvijenim turističkim regijama, turizam pospešuje ne samo definitivna preseljenja, već sezonsko migriranje radne snage iz udaljenijih područja, te se postavlja pitanje da li to može biti slučaj i sa područjem Vojvodine i banjskim naseljima.

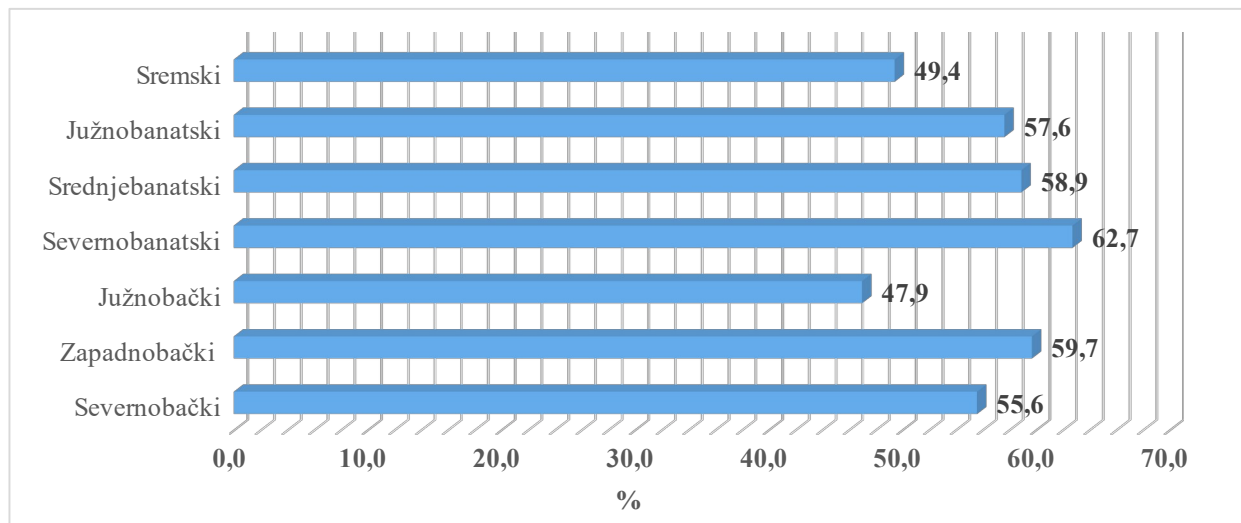
Tokom poslednja tri veka, današnja teritorija Vojvodine imala je ulogu klasičnog imigracionog područja. Intenzivna emigracija dogodila se posle Prvog, ali i posle Drugog svetskog rata. Intenzivno naseljavanje Vojvodine bilo je posle Drugog svetskog rata, kada je naseljen značajan broj imigranata iz slabije razvijenih krajeva države, najviše iz Bosne i

Hercegovine i Hrvatske. Ove migracije su imale veliki uticaj na kretanje stanovništva 90-ih godina 20. veka, nakon raspada SFRJ.

Takvim organizovanim migracionim strujama, u toku druge polovine 20. veka, ali i masovnom prilivu izbegličkog korpusa nakon devedeseth godina prošlog veka, može se pripisati činjenica da Vojvodina danas ima veći udeo migrantskog stanovništva (Bubalo-Živković et al., 2014; Studija o spoljnim i unutrašnjim migracijama građana Srbije, 2016).

Početkom 21. veka, na teritoriji Vojvodine, došlo je do značajnih migracija i koncentrisanja stanovništva u većim gradovima, koji predstavljaju pre svega istaknute ekonomske centre (Novi Sad, Subotica, Zrenjanin...) ili u njihovoj okolini (Lukić, Dragin & Ivanović, 2010). Kako Savić (2008) navodi, veće opštine uglavnom beleže procentualno manji pad broja stanovnika u odnosu na manje opštine, jer iako je u svim opštinama Vojvodine zabeležen negativan prirodni priraštaj, migraciona komponenta ublažava pad ukupnog broja stanovnika kod onih sa pozitivnim migracionim bilansom. Zbog toga je za veće gradove registrovanje manjeg međupopisnog deficita u odnosu na manja mesta indirektan pokazatelj pozitivnog dejstva migracija.

Posmatrajući rezultate popisa iz 2022. godine, uočava se da je 47% stanovništva doseljeno, a 53% je od rođenja na njenoj teritoriji. Prema najnovijim podacima i posmatrano po regionalnim celinama (Srem, Banat, Bačka), najveći udeo stanovništva koje od rođenja stanuje u istom mestu, zabeležen je u Banatu (59,1%), a zatim u Bačkoj (50,6%) i na kraju u Sremu (49,4%).



Grafikon 5.3. Udeo stanovništva po okruzima u Vojvodini

koje od rođenja stanuje u istom mestu prema popisu iz 2022. godine

Izvor: RZS, Stanovništvo prema migratornim obeležjima, po opštinama i gradovima, Popis 2022.

Posmatrano po okruzima, najveći udeo stanovništva koje od rođenja stanuje u istom mestu u ukupnom stanovništvu je u Severno-banatskom okrugu (62,7%), a zatim u Zapadno-bačkom (59,7%) i Srednje-banatskom okrugu (58,9%). Nasuprot ovim okruzima su Južno-bački i

Sremski okrug, u kojima je broj doseljenog stanovništva u mesto stanovanja veći od broja lica koja stanuju u mestu rođenja. Za Južno-bački okrug, u kome je doseljenih 53% od ukupnog stanovništva, karakteristične su obimne migracije stanovništva unutar Vojvodine, ali i značajan udeo imigrirajućeg stanovništva iz Hrvatske i Bosne i Hercegovine. Novi Sad, kao centar okruga i Vojvodine, ujedno je i centralno naselje unutrašnje i spoljne imigracije. Sremski okrug karakteriše visoko učešće imigracije iz bivših republika SFRJ, posebno iz Hrvatske i Bosne i Hercegovine, kao kontaktnih područja (Marinić & Bugarin, 2006), te je u njemu 50,6% doseljenih, a 49,4% je tamo od rođenja.

Prostornu mobilnost u savremenim društvima karakteriše porast dnevnih migracija (Partridge, Kamar & Olfert, 2010). U savremenom društvu, dnevne migracije se analiziraju sa više aspekata, ali u demografskim istraživanjima, poseban značaj daju analize dnevnih migranata prema polu, starosti, obrazovanju, ekonomskoj aktivnosti, bračnom stanju, mestu porekla, distanci migracije i sl.

Od ukupnog broja dnevnih migranata, iz kategorije ekonomski aktivnog stanovništva koje obavlja zanimanje na području Vojvodine je oko 10% ukupnog stanovništva, gde je najveći broj migranata u okviru iste opštine (5,23%), dok ih je najmanje u drugoj državi - svega 0,04% dnevnih migranata.

U kategoriji dnevnih migranata, učenika i studenata je 4,5% od ukupnog stanovništva na području Vojvodine i to 1,68% čine migranti u istoj opštini, dok je svega 0,05% dnevnih migranata u drugoj državi.

Smatra se da su žene slabije prostorno pokretne od muškaraca na dnevnom nivou. Čikić i Stojšin (2017) navode da je proučavanjem dnevne mobilnosti uočeno da žene dnevno migriraju na kraćim udaljenostima i u kraćem trajanju nego muškaraci.

Ako posmatramo područje Vojvodine, uočava se da je kod dnevnih migranata znatno veći broj muškaraca koji u njima učestvuju od žena, što potvrđuje iznete pretpostavke. Od ukupnog broja muškaraca, dnevni migranti čine 12,5%, dok žene čine 7,6%. Interesantno je da se kod mlađih kategorija (učenika i studenata) javlja obrnut slučaj, sa minimalno većim udelom ženskog stanovništva od 4,6%, dok je kod muškaraca taj udeo 4,4%.

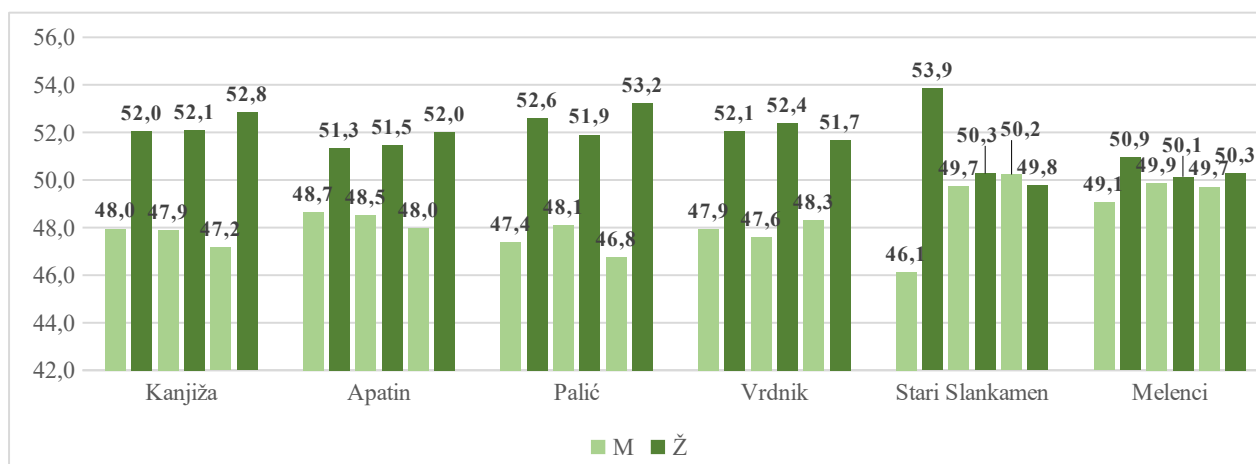
U zemljama u okruženju, uočen je porast broja imigranata iz udaljenih područja (Filipini, Nepal, Indonezija i sl.), koji se zapošljavaju u poljoprivrednom sektoru, ali i u sektoru turizma (posebno u sezoni), pa se postavlja pitanje da li je to sudbina daljeg razvoja banjskih mesta, gde bi imigranti dobili ulogu u ovom sektoru usled nedostatka lokalne radne snage. U razvijenim turističkim regijama, turizam pospešuje ne samo definitivna preseljenja, već sezonsko migriranje radne snage iz udaljenijih područja (Sarı & Meydan Uygur, 2024), što može biti situacija kako u banjama Vojvodine, tako i u naseljima koja imaju tendenciju da to postanu.

Polno-starosna struktura

Polno-starosna struktura stanovništva predstavlja jednu od najvažnijih karakteristika populacije, kako sa stanovišta dostignutog razvoja, tako i za sagledavanje perspektive budućeg razvoja. Karakteristike polno-starosne strukture određuju radnu i reproduktivnu sposobnost stanovništva i razvoj društva u celini.

Sve etničke grupe u Srbiji pokazuju karakteristike starenja, većeg ili manjeg intenziteta, a njihova prostorna distribucija može imati važnu ulogu u budućoj održivosti. Udeo ljudi starijih od 65 godina u Srbiji, od 19,6%, među najvišim je u svetu. Stanovništvo Vojvodine spada u staro stanovništvo i nalazi se u stadijumu duboke demografske starosti. Ovakva starosna struktura, posledica je pada fertiliteta i nasleđene starosne strukture (Milovanović, 2006; Solarević et al., 2019; Republički zavod za statistiku, 2018).

Posmatrajući polnu strukturu u banjskim mestima Vojvodine, uočava se da, skoro tokom čitavog perioda, u svim naseljima dominira žensko stanovništvo i da je udeo žena u odnosu na udeo muškaraca u ovim naseljima veoma različit, kako između samih naselja, tako i u istom naselju, ali u različitom periodu. Najveća razlika, od 7,7% više žena, zabeležena je u naselju Stari Slankamen 2002. godine, a najmanja, opet interesantno, u istom naselju 2022. godine, kada je registrovano 0,5% manje žena (jedini slučaj da je bilo manje žena) nego muškaraca. Ovo ukazuje na to da se udeo žena promenio za čak 8,2%, što je smanjenje za 147 žena u odnosu na 2002. godinu ili čak pad od 21% od ukupnog broja stanovnika iz 2002. godine. Ovo je veoma zabrinjavajuć podatak, posebno za naselje koje ima predispozicije za razvoj banjskog turizma. Upravo razvoj banjskog turizma može pozitivno uticati na zadržavanje ženskog stanovništva, zapošljavanje u ovoj delatnosti i zaustavljanje takvog negativnog trenda.

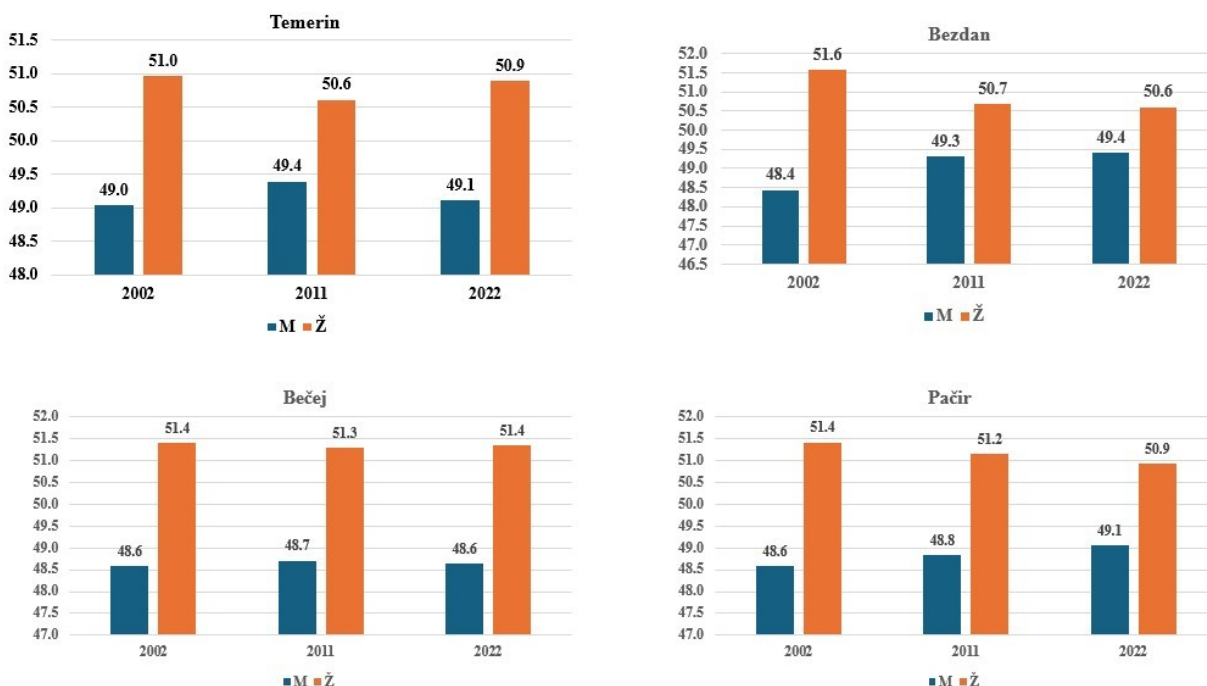


Grafikoni 5.4. Polna struktura u banjama Vojvodine 2002., 2011. i 2022. godine (u %)

Izvor: Republički zavod za statistiku, 2023. Pol i starost. Po naseljima; Republički zavod za statistiku, 2012. Pol i starost. Po naseljima; Republički zavod za statistiku, 2003. Pol i starost. Po naseljima; Knjiga 2

Ako se pogleda polna struktura u naseljima koja imaju tendenciju da postanu banje, uočava se da, kao i u Vojvodini uopšteno posmatrajući, i u banjskim naseljima dominira žensko stanovništvo, s tim što se najveća razlika između udela muškog i ženskog stanovništva uočava u Bečeju, gde je 2,8% više žena nego muškaraca. Posmatrajući rezultate tri poslednja popisa, uočava se da je stalno prisutan trend većeg udela žena nego muškaraca, kod sva četiri posmatrana naselja, ali i da je razlika bila mnogo veća na početku posmatranog perioda nego

danas, tj. kod većine naselja je udeo žena smanjen na kraju u odnosu na početak perioda (Grafikon 5.4).



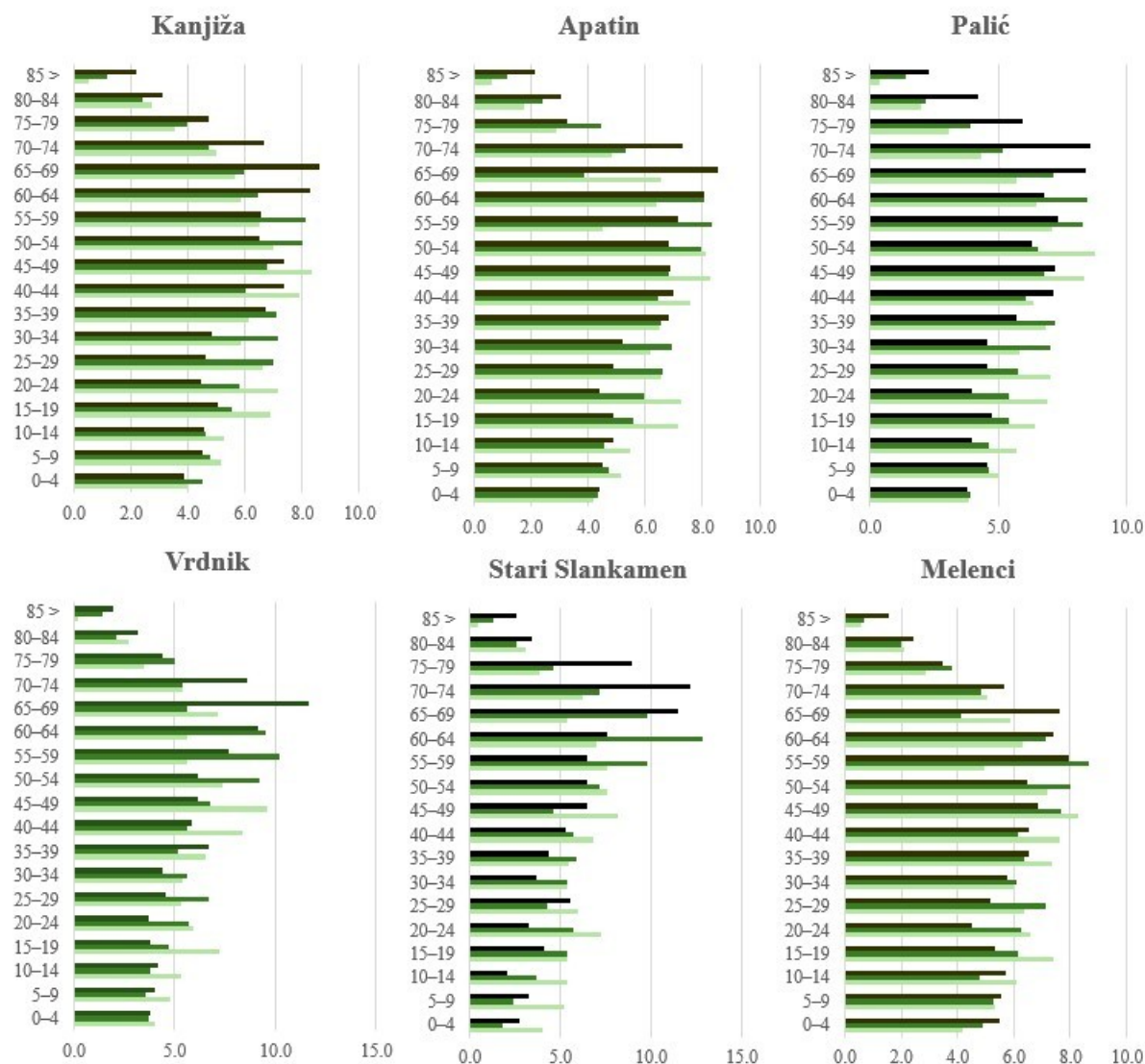
Grafikon 5.5. Polna struktura u naseljima koja imaju tendenciju da postanu banje (po popisima iz 2002., 2011. i 2022. godine)

Izvor: Republički zavod za statistiku, 2023. Pol i starost. Po naseljima; Republički zavod za statistiku, 2012. Pol i starost. Po naseljima; Republički zavod za statistiku, 2003. Pol i starost. Po naseljima; Knjiga 2.

Posmatrajući starosnu strukturu u ovih šest banja, uočava se da je dominantno prisutno stanovništvo zrelog doba, dok je uočen porast u kategorijama najstarijih starosnih grupa i najmanja zastupljenost u kategoriji najmlađih. Ovo nisu odgovarajuće strukture za razvoj turizma, jer su mladi ti koji bi trebalo da budu njegovi nosioci i da rade na njegovom daljem razvoju.

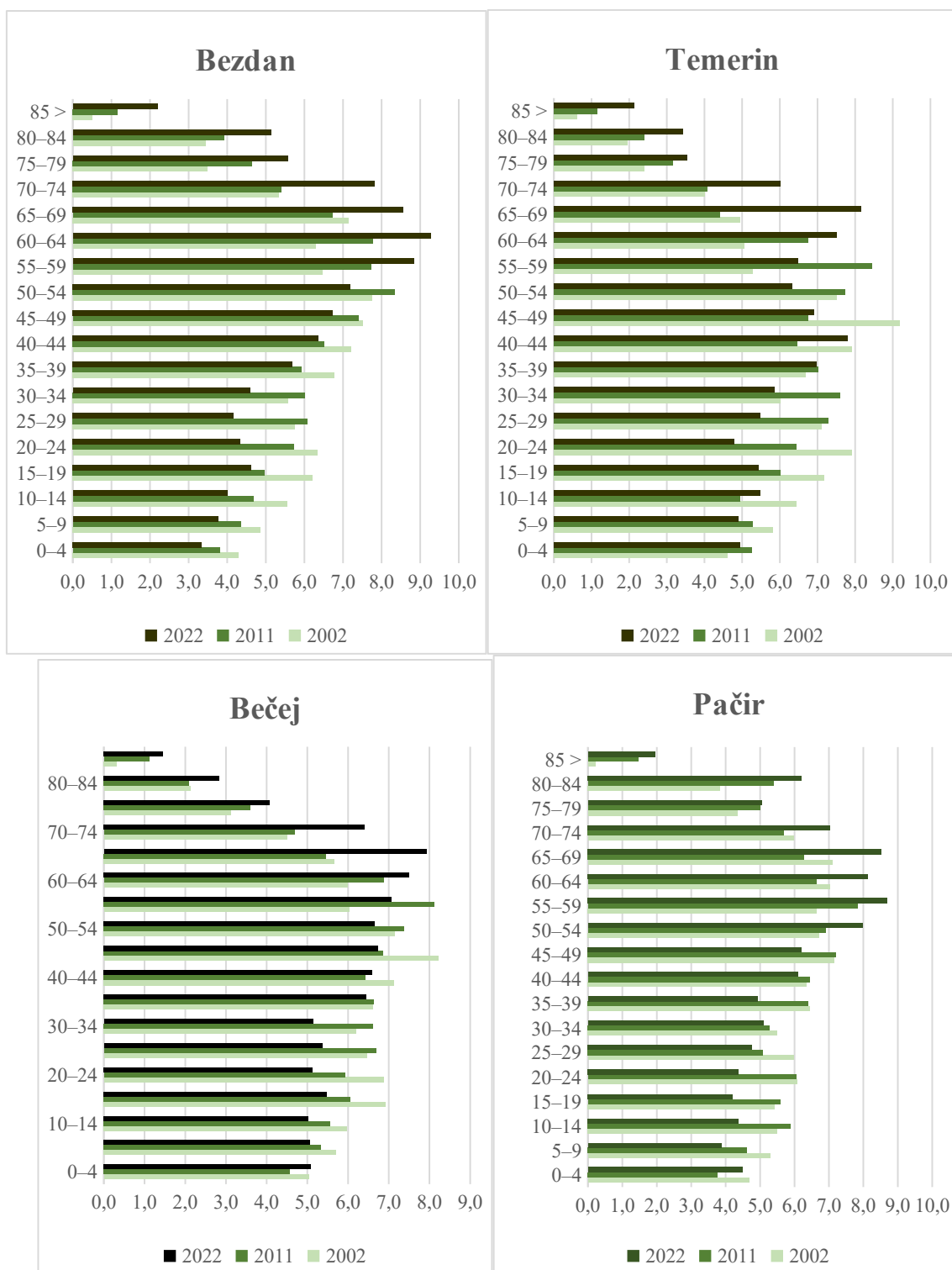
Posmatrajući grafikone starosne strukture (5.6), uočavamo da je najbolja situacija u pogledu udela mladih u Melencima, Apatinu i Paliću, što se može povezati i sa najvećom razvijenošću ovih banja na prostoru Vojvodine. Posebno je interesantno da je znatan udeo mladih u naselju Melenci (u okviru kog se nalazi banja Rusanda), jer pored same banje nema industrijskih postrojenja ili preduzeća koji bi zadržali mlade, a i blizina Zrenjanina kao većeg grada je mogla negativno uticati na ovaj broj i emigracije (Ivkov Džigurski et al., 2024).

Najlošija struktura je svakako u banji Stari Slankamen, gde se uočava izrazito mali udeo mladih, znatno dominira zrelo stanovništvo i veliki je udeo starih, posebno preko 65 godina starosti.



Grafikoni 5.6. Starosna struktura u banjama Vojvodine 2002., 2011. i 2022. godine (u %)

Izvor: Republički zavod za statistiku, 2023. Pol i starost. Po naseljima; Republički zavod za statistiku, 2012. Pol i starost. Po naseljima; Republički zavod za statistiku, 2003. Pol i starost. Po naseljima; Knjiga 2.

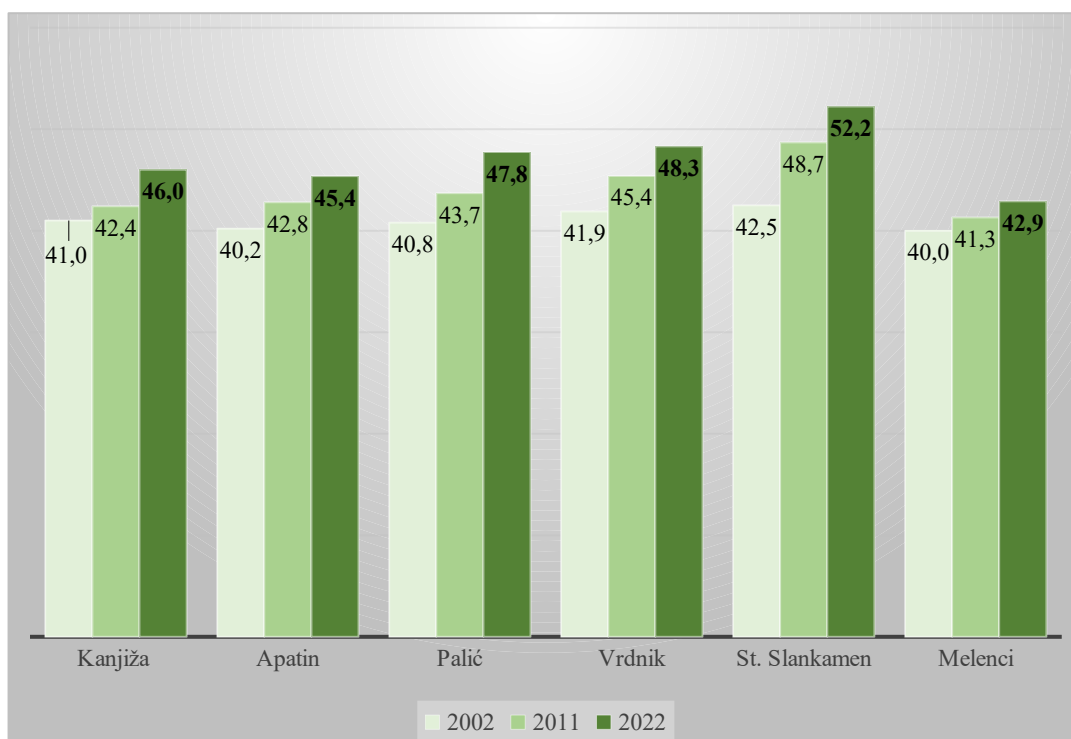


Grafikoni 5.7. Starosna struktura u naseljima koja imaju tendenciju da postanu banje 2002., 2011. i 2022. godine (u %)

Izvor: Republički zavod za statistiku, 2023. Pol i starost. Po naseljima; Republički zavod za statistiku, 2012. Pol i starost. Po naseljima; Republički zavod za statistiku, 2003. Pol i starost. Po naseljima; Knjiga 2.

Starosna struktura u naseljima, koja imaju potencijala da postanu banje u Vojvodini, ukazuju na problem koji postoji i u ostalim naseljima Vojvodine. Dominira stanovništvo starije od 40 godina i veliki je udeo starih lica. Nešto bolja situacija je u Bečeju i Temerinu (što zbog razvijenosti naselja, što zbog blizine Novog Sada u slučaju Temerina), gde ima oko 40% mlađih od 40 godina, ali i u Bezdanu, gde je taj udeo 34,5%, kao i u Pačiru - 36,1%, taj podatak je veoma zabrinjavajući. Mladi, kao nosioci privrednog razvoja, vidno su u manjini, sa tendencijom daljeg smanjenja.

Posebno zabrinjavajuć pokazatelj starosne strukture banjaskih naselja je prosečna starost u njima. Prosečna starost se kreće od 42,9 u Melencima, do čak 52,2 godine u Starom Slankamenu. Na žalost, sa takvom prosečnom starošću, teško je govoriti o razvoju ovih naselja i banjaskog turizma u njima. Posmatrajući samo poslednja tri popisa (iz 2002., 2011. i 2022. godine), uočava se naglo povećanje srednje starosti, koja je početkom 21. veka bila u čak tri banje - oko 40 godina (Melenci, Apatin i Palić), u Kanjiži je iznosilo 41, u Vrdniku 42,9 i u Starom Slankamenu 42,5 godina, da bi se kod svih povećala za između 3 i 10 godina (Grafikon 5.8).

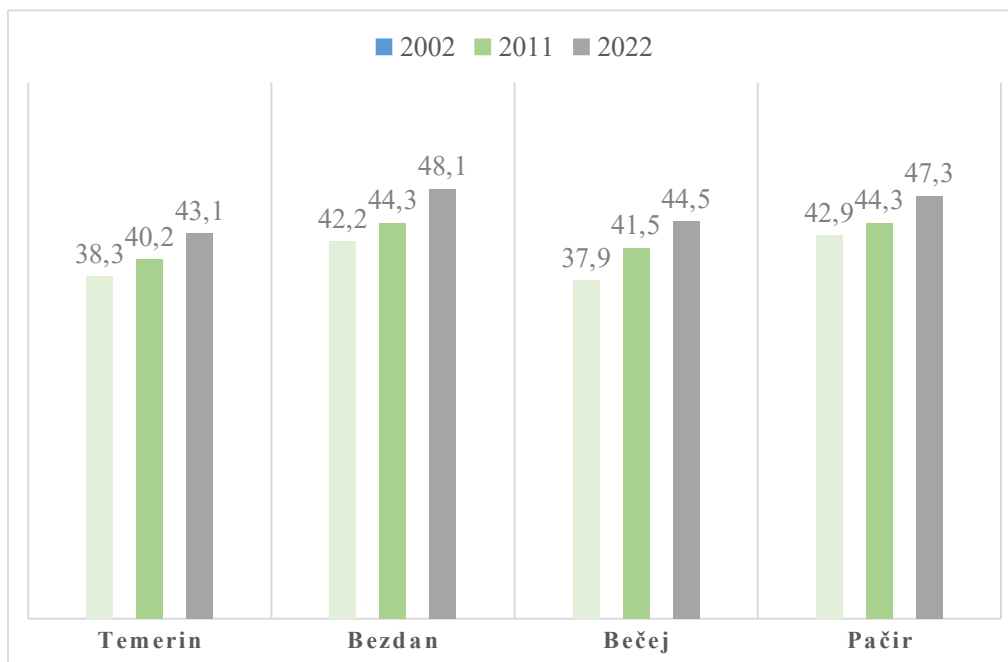


Grafikon 5.8. Prosečna starost stanovništva u banjama Vojvodine (2002., 2011. i 2022. godine)

Izvor: Republički zavod za statistiku, 2023. Pol i Starost. Po naseljima; Republički zavod za statistiku, 2012. Pol i Starost. Po naseljima; Republički zavod za statistiku, 2003. Pol i starost. Po naseljima; Knjiga 2.

Ako posmatramo prosečnu starost u naseljima koja imaju tendenciju da postanu banjaska, uočavaju se visoke i zabrinjavajuće vrednosti srednje starosti. Ta vrednost u Bezdanu iznosi čak

48,1 godinu, a u Pačiru 47,3. Kod sva četiri naselja, uočava se rast ovih vrednosti od popisa sprovedenog 2002. do popisa iz 2022. godine.



Grafikon 5.9. Prosečna starost stanovništva u naseljima koja imaju tendenciju da postanu banje (po popisima iz 2002, 2011. i 2022. godine)

Izvor: Republički zavod za statistiku, 2023. Pol i starost. Po naseljima; Republički zavod za statistiku, 2012. Pol i starost. Po naseljima; Republički zavod za statistiku, 2003. Pol i starost. Po naseljima; Knjiga 2.

Prema dostupnim podacima, najviše zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu u Srbiji je starosne dobi između 30 i 54 godine. Takvih je čak 57,8% od ukupnog broja zaposlenih u turizmu. Zastupljeni su profili svih školskih sprema, a očekivano, žene su nešto brojnije – ima ih 55,2%, naspram 44,8% muškaraca (<https://www.ekapija.com/news/4573711/kakvi-su-nam-kadrovi-u-turizmu-radnika-ni-za-lek-a-plata>).

Analizirajući starosnu strukturu u banjama Vojvodine, uočava se da je oko 30% stanovništva upravo u kategorijama između 30 i 54 godine, što može predstavljati osnovu za dalji razvoj turizma u njima. Najviše stanovništva u ovim kategorijama je u Kanjiži, Apatinu i Melelcima, a najmanje u Starom Slankamenu (svega 26,3%).

Demografski problemi, poput depopulacije i starenja stanovništva, tipični su za regione sa niskim fertilitetom u Republici Srbiji, odnosno za teritoriju Centralne Srbije (osim opština Novi Pazar, Sjenica, Tutin, Prijepolje, Preševo i Bujanovac) i Vojvodine. Na nivou manjih područja, kao što su opštine, depopulacija i starenje stanovništva, koji traju više od pet decenija, izazvali su nedostatak i starenje radne snage i opštu regresiju društvenog života. Stoga, ovi

poremećaji predstavljaju realan problem demografskog razvoja u brojnim opštinama (Živković et al, 2017) i naselja u njima, što se vidi iz navedenih primera banjskih naselja Vojvodine.

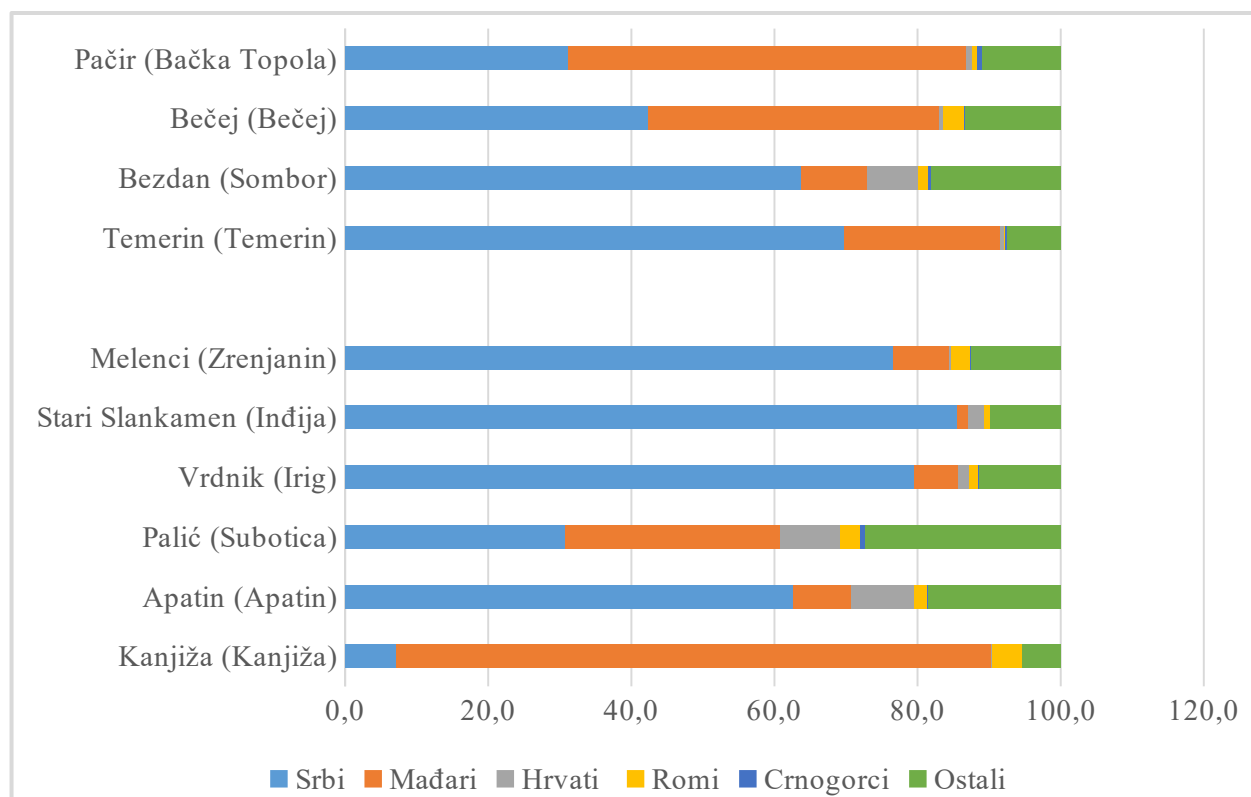
Nacionalna struktura

Prostor Vojvodine, prema svojim opštegeografskim predispozicijama, često je bio u poziciji imigracionog središta. Mnogobrojne migracione struje sticale su se na ovom prostoru, a najveći deo njih imao je za rezultat trajno naseljavanje pojedinih etničkih grupa. Svaka ta etnička grupa je donela sa sobom niz individualnih karakteristika. U međusobnom kontaktu, značajan deo njih je očuvan u izvornom obliku, a deo je izmešan sa nasleđem drugih naroda. Tako je stvorena jedinstvena kultura ovih prostora. Formiranje tog složenog kulturnog, odnosno etnografskog nasleđa, u okviru kog brojna dobra poseduju i značajnu kulturnu vrednost i izražene turističke attribute, zahteva kontinuirano i strpljivo istraživanje, kao i pažljivu turističku valorizaciju u skladu sa principima održivosti i očuvanja autentičnosti (Ivkov Džigurski, Romelić, Lazić & Dragin, 2011).

Ako posmatramo opštine¹ u kojima se banjska naselja (i ona koja imaju potencijal da to postanu) nalaze, sa aspekta nacionalne strukture, uočava se da su one pravo ogledalo vojvođanskog prostora u kome su po popisu iz 2022. godine zabeležni: Albanci, Bošnjaci, Bugari, Bunjevci, Vlasi, Goranci, Jugosloveni, Mađari, Makedonci, Muslimani, Nemci, Romi, Rumuni, Rusi, Rusini, Slovaci, Srbi, Ukrajinci, Hrvati, Crnogorci, mada ima i regionalno izjašnjenih i onih koji nisu želeli da se izjasne.

U većini opština, najzastupljeniji su Srbi, potom Mađari, Hrvati, Crnogorci, pa slede ostale nacionalne zajednice. Ovakva šarolikost stanovništva nosi bogato folklorno nasleđe, koje se sastoji od materijalnog i nematerijalnog nasleđa: običaja, pesmama, folklornih igara, narodnih nošnji, koji se mogu staviti u funkciju turizma.

¹Usled nedostatka podataka po naseljima, analiza je vršena na nivou opština u kojima se posmatrana naselja nalaze



Grafikon 5.10. Nacionalna struktura opština u kojima se nalaze banjska naselja (po popisu iz 2022. godine) prema najzastupljenijim nacionalnim grupama

Izvor: RZS, 2023. Stanovništvo prema nacionalnoj pripadnosti i polu, Popis 2022.

Kada je u pitanju relacija turizam - folklorno nasleđe, potrebno je istaknuti da je turizam kategorija koja bi trebala da donese korist lokalnoj sredini iz koje to nasleđe potiče i to u vidu materijalnih sredstava, ali i podizanja svesti i brige o sopstvenom nasleđu i njegovom održavanju (Ivkov et al., 2007). Postojeća nacionalna struktura stanovništva u banjskim mestima pruža mogućnost dopune turističke ponude elementima folklornog nasleđa i bogaćenje ponude kulturnog turizma u njima. Ovakvo bogatstvo bi svakako trebalo iskoristiti u budućim planovima za razvoj turizma i ponude u banjama Vojvodine.

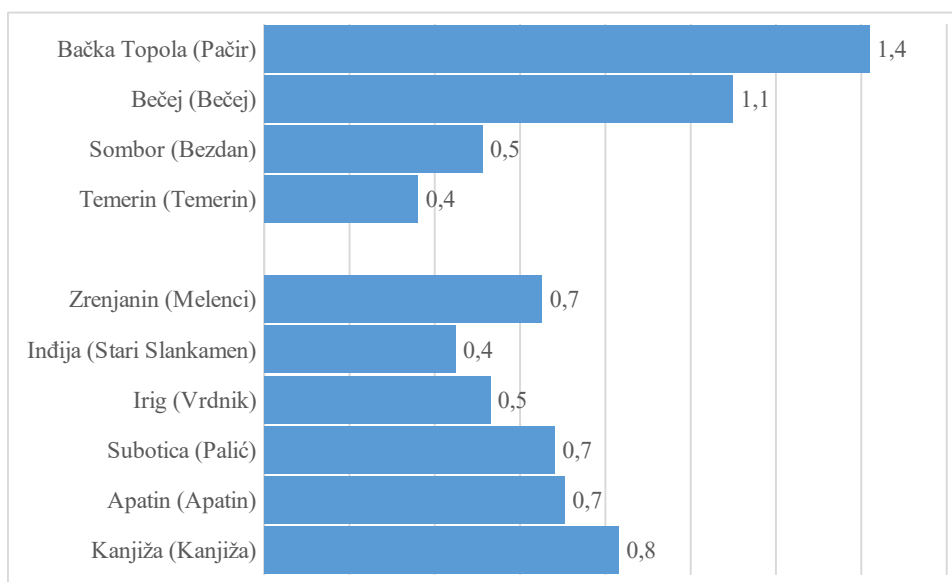
Oslanjajući se na folklorno nasleđe, može se razvijati zanatstvo, narodna umetnost, izrada suvenira, priprema tradicionalnih jela i sl., gde bi pre svega bile angažovane žene, što bi doprinelo njihovom očvršćavanju i ujedno ekonomskoj stabilnosti, s jedne, kao i razvoju turizma, s druge strane.

Obrazovna struktura

Obrazovna struktura se može posmatrati kao struktura prema pismenosti i prema završenom stepenu formalnog obrazovanja. Ona ima veliki značaj u mnogobrojnim demografskim istraživanjima. Nivo i struktura obrazovanosti stanovništva važni su za svaku zemlju, jer postoji uzajamna uslovljenost celokupnog društvenog razvoja i sastava stanovništva po obrazovnim karakteristikama.

Kao što je već napomenuto, od obrazovnih obeležja, koja se posmatraju popisom u našoj zemlji, izdvajaju se pismenost i školska sprema. U svim do sada sprovedenim popisima, pismenost je standardno pitanje i oni, kao takvi, pružaju mogućnost praćenja postignutih rezultata u obrazovnom nivou stanovništva (Kicošev, 1999; Kicošev, Bubalo-Živković & Ivkov, 2006a).

U opštinama u kojima se nalaze banjska naselja, uočava se mali udeo nepismenih u odnosu na ukupan broj stanovnika. Najveći udeo beleži Bačka Topola, sa 1,4%, potom sledi Bečej, sa 1,1%, dok najmanji udeo nepismenih imaju Temerin i Zrenjanin sa 0,4%, što su dobri pokazatelji i osnova za razvoj ovih naselja.



Grafikon 5.11. Udeo nepismenih u ukupnom broju stanovnika opština u kojima su banjska naselja (po popisu iz 2022. godine)

Izvor: RZS, 2023. Stanovništvo staro 10 i više godina prema polu, a nepismeni i prema starosti, po opštinama i gradovima po popisu iz 2022. godine

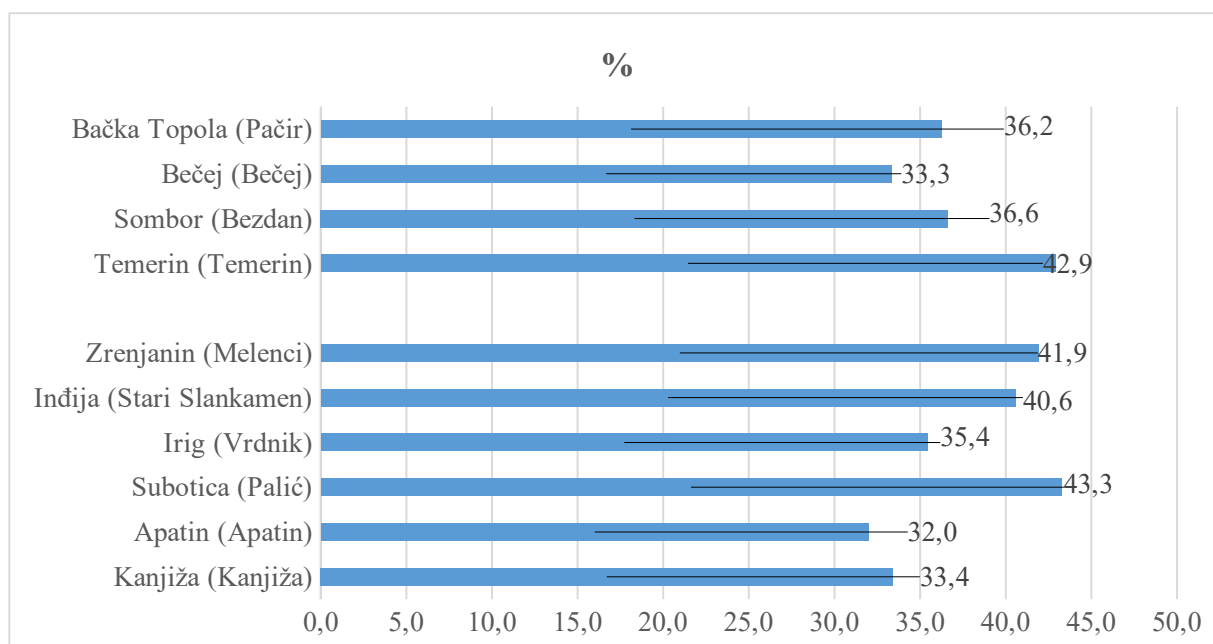
U 21. veku, digitalni život je sve složeniji, jer jedna osoba koristi više od jednog uređaja od kuće ili na poslu, čak i u pokretu – u autobusu ili u parku: stoni računar, laptop računar, tablet računar, pametni telefon... Kako bi se danas, uz upotrebu IKT-a (informaciono-komunikacionih tehnologija), efikasno radilo, potrebno je da korisnik sarađuje sa drugim ljudima i vrši razmenu iskustava i putem društvenih mreža (Facebook, Twitter, Instagram) i različitih programa i aplikacija (*Google Meet*, *Zoom*, *Webex*, *Teams*...). U savremenom svetu, različite aplikacije na bazi informaciono-komunikacionih tehnologija koriste milioni ljudi, u različitim sferama života (Ivkov Džigurski et al., 2021), pa tako i u turizmu.

Uspeh na turističkom tržištu zavisi od sposobnosti anticipiranja promena u zahtevima i motivima turista. Primena informacionih tehnologija povezana je sa brojnom i kompleksnom turističkom tražnjom, kao i sa ekspanzijom turističkih proizvoda, namenjenih manjim tržišnim segmentima (Milićević, Podovac & Sekulić, 2013), zbog čega je važno da lokalno stanovništvo

bude obučeno za upotrebu informaciono-komunikacionih tehnologija u svakodnevnom radu sa turistima, pri rezervaciji smeštaja, prevozu i svim pratećim delatnostima.

Prema rezultatima popisa iz 2022. godine, oko 46% stanovnika u Republici Srbiji, starosti 15 i više godina, može se smatrati kompjuterski pismenim (umeju da obavljaju tri osnovne aktivnosti na računaru – kompjuteru, tabletu, mobilnom telefonu), oko 30% stanovnika samo delimično poznaje rad na računaru (najčešće znaju da pronađu informacije na internetu ili umeju da koriste neku od aplikacija za elektronsku komunikaciju ili koriste računar za unos teksta i sl.), dok se 24% stanovništva smatra kompjuterski nepismenima, jer ne umeju da obavljaju nijednu od navedenih aktivnosti (<https://popis2022.stat.gov.rs/sr-latn/5-vestisaopstenja/news-events/20230731-skolska-sprema-pismenost/>).

Na području posmatranih opština, kod svih se uočava da je bar 1/3 stanovništva kompjuterski pismena, dok kod nekih taj procenat dostiže i preko 40% (u opštini Subotica čak 43,3%). U vremenu kada se smeštaj najvećim delom rezerviše on-line, ulaznice i prevoz rezervišu putem Interneta, ovo je dobar udeo, jer postoje ljudski resursi za modernizaciju turističke ponude u ovim naseljima.



Grafikon 5.12. Stanovništvo prema kompjuterskoj pismenosti po opštinama (po popisu iz 2022. godine)

Izvor: RZS, 2023. Stanovništvo staro 15 i više godina prema kompjuterskoj pismenosti i polu, po opštinama i gradovima, po popisu iz 2022. godine

Analizom rezultata popisa iz 2022. godine, u pogledu školske spreme u posmatranim naseljima, uočava se da najveći udeo stanovništva čine lica sa završenom srednjom školom (kao poslednjim nivoom obrazovanja) i taj udeo se kreće od 47,7% u Kanjiži, do 63,1% u Temerinu. Očekivano, najveći udeo lica sa višom i visokom školom imaju najveće opštine: Zrenjanin

(14,2%), Subotica (13,6%), Sombor (11,8%) i Indija (10,5%), a najmanji udeo ima Irig sa 7,7%. Problem je što je najveći broj ovih lica skoncentrisan u sedištu opštine, u gradskim naseljima, dok je u selima taj udeo mali.

Ono što je zabrinjavajuće i predstavlja težu okolnost za razvoj turizma u ovim naseljima je znatan udeo stanovništva sa nepotpunom i potpunom osnovnom školom, koji dostiže čak 38,9% u Kanjiži, 33,9% u Bečeju i 32,1% u Bačkoj Topoli. Ostale opštine imaju ispod 30%. Nedovoljno obrazovano stanovništvo je otežavajuća okolnost za dalji privredni razvoj i razvoj banjskog turizma u naseljima koja se nalaze u okviru ovih opština.

Udeo nepismenih nije veliki i kreće se od 0,8% u Kanjiži, do 1,1% u Bečeju i 1,4% Bačkoj Topoli. Taj udeo je u stalnom opadanju, jer obuhvata najstarije kategorije stanovništva, koje su dominantnije u seoskim sredinama.

Tabela 5.1. Stanovništvo staro 15 i više godina prema školskoj spremi
(po popisu iz 2022. godine)

	Bez školske spreme	Nepotpuno osnovno	Osnovno	Srednje	Više	Visoko	Nepoznato
Kanjiža (Kanjiža)	0,7	10,7	28,2	47,7	4,3	8,2	0,1
Apatin (Apatin)	1,2	5,5	22,1	58,6	4,2	8,2	0,3
Subotica (Palić)	1,1	5,3	20,6	53,3	5,6	13,6	0,5
Irig (Vrdnik)	1,0	7,1	22,3	57,5	4,3	7,7	0,1
Indija (Stari Slankamen)	1,0	4,1	15,8	63,0	5,4	10,5	0,2
Zrenjanin (Melenci)	1,1	4,5	18,1	56,1	5,9	14,2	0,2
Temerin (Temerin)	0,8	3,6	17,0	63,1	5,0	10,2	0,2
Sombor (Bezdan)	0,9	4,6	20,9	56,9	4,7	11,8	0,2
Bečej (Bečej)	1,6	8,2	25,7	50,9	4,0	9,5	0,1
Bačka Topola (Pačir)	1,6	7,4	24,7	52,0	4,8	9,3	0,2

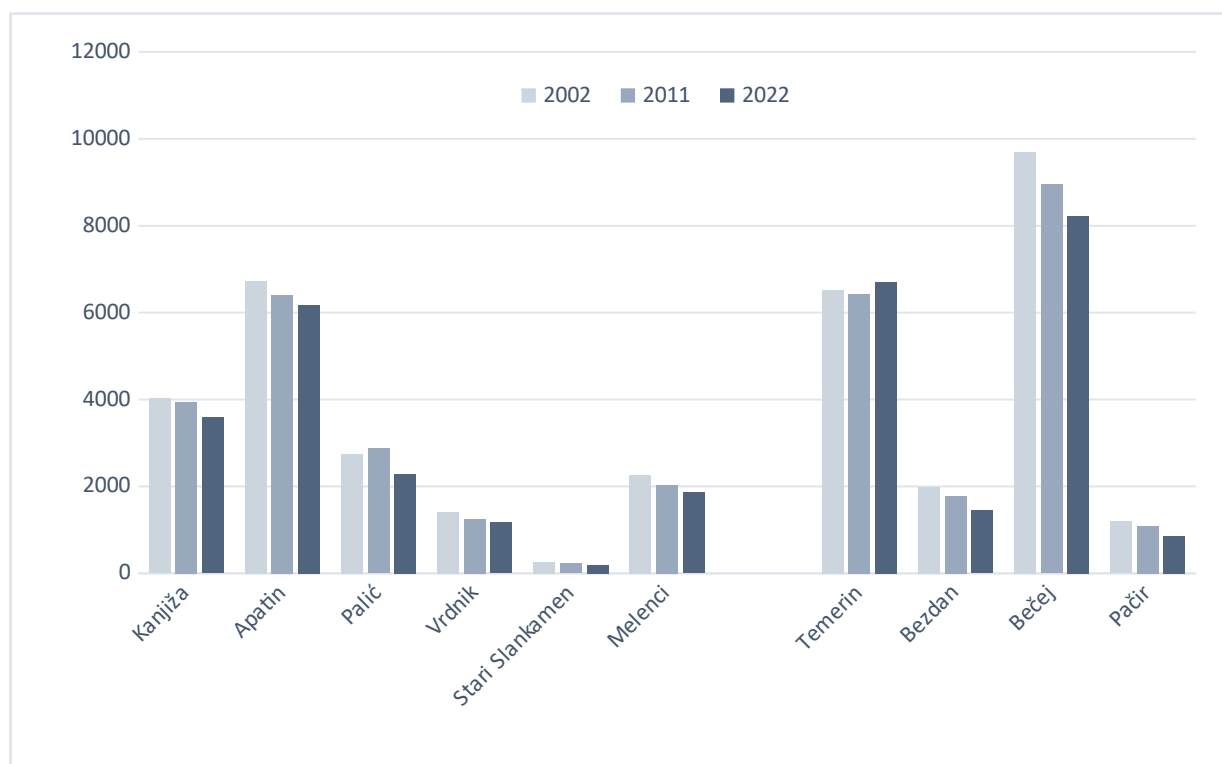
Izvor: RZS, 2023. Stanovništvo, staro 15 i više godina, prema školskoj spremi i polu, po opštinama i gradovima po popisu iz 2022. godine

Promene broja domaćinstava

Prema Republičkom zavodu za statistiku (2004), „domaćinstvo je svaka porodična ili druga zajednica lica, za koju je popisivaču data izjava da zajedno stanuje i zajednički troši svoje prihode za podmirivanja osnovnih životnih potreba (stanovanja, ishrane i drugih), bez obzira da li se svi članovi stalno nalaze u mestu gde je nastanjeno domaćinstvo ili neki od njih borave duže vreme u drugom naselju zbog rada ili školovanja, ili su odsutni iz drugih razloga (službeno putovanje, lečenje i dr.). Domaćinstvom se smatra i svako lice koje u mestu popisa živi samo, a koje nije član domaćinstva u nekom drugom mestu, bez obzira da li stanuje u posebnom ili

deljivom stanu, kao samac-podstanar, u samačkom hotelu i sličnom objektu, ili u istoj sobi sa drugim samcem ili sa članovima domaćinstva stanodavca, ali sa njima ne troši zajedno svoje prihode“.

Usled dinamičnog porasta stanovništva i raspada patrijarhalne porodične organizacije unutar jednog domaćinstva, javlja se porast broja domaćinstava i smanjenje broja članova u njima u Vojvodini uopšte. Rast broja domaćinstava u Vojvodini bio je najveći odmah posle Drugog svetskog rata i trajao je do početka 70-ih godina 20. veka. Ova pojava se javlja kao posledica usitnjavanja velikih poljoprivrednih domaćinstava, prouzrokovana agrarnom reformom i spontanim deljenjem u okviru velikih domaćinstava, izražene migracije seoskog stanovništva, porasta broja razvoda itd. (Ivkov Džigurski, Bubalo-Živković & Pašić, 2010; Kicošev, Bubalo & Ivkov, 2006).



Grafikon 5.13. Promene broja domaćinstava u posmatranim naseljima, po popisima iz 2002., 2011. i 2022. godine

Izvor: RSZ, 2023. Uporedni pregled broja domaćinstava u periodu između 1948. i 2022. godine

Nakon Drugog svetskog rata, na području cele Vojvodine, kao što je pomenuto, zabeležen je konstantan rast broja domaćinstava, da bi u 21. veku taj broj počeo da opada, usled negativnog prirodnog priraštaja (gašenja staračkih domaćinstava) i izraženog odseljavanja.

U posmatranim naseljima, kod svih se uočava pad broja domaćinstava, izuzev u Temerinu. Ovo se može objasniti blizinom Novog Sada, u čijoj je gravitacionoj zoni, te opredeljenju stanovništva da živi u njemu, a radi i obavlja brojne delatnosti u Novom Sadu.

Najveći apsolutni pad zabeležen je u Bečeu (čak 1.471 domaćinstvo) za period od 20 posmatranih godina, a najmanji u Starom Slankamenu (66 domaćinstava). Međutim, ako se posmatra koliko je to procentualno u odnosu na početni broj, najveći pad beleže Stari Slankamen, Bezdan i Pačir, u kojim je ugašeno preko 25% (1/4) domaćinstava, dok je najmanje ugašeno u Apatinu (8,3%).

Temerin, koji jedini beleži povećanje broja domaćinstava, ima povećanje od svega 2,5% u odnosu na 2002. godinu (Grafikon 5.13).

Domaćinstva prema broju članova

Procese porasta broja domaćinstava i smanjenja prosečne veličine domaćinstava paralelno prate i promene u strukturi domaćinstava prema broju članova. Tokom perioda posle Drugog svetskog rata, preobražaj strukture domaćinstava, prema broju članova, prvenstveno se manifestovao kroz porast broja i udela maločlanih i neprekidno smanjivanje broja i udela višečlanih domaćinstava (Kicošev, Bubalo & Ivkov, 2006; Kicošev, 1999).

Tabela 5.2. Prosečan broj članova domaćinstava u posmatranim naseljima, po popisu iz 2002., 2011. i 2022. godine

Naselje	2002.	2011.	2022.
Kanjiža	2,52	2,48	2,22
Apatin	2,84	2,69	2,34
Palić	2,71	2,69	2,37
Vrdnik	2,60	2,45	2,24
Stari Slankamen	2,57	2,34	2,21
Melenci	2,97	2,95	2,78
Temerin	2,94	3,05	2,68
Bezdan	2,64	2,61	2,25
Bečej	2,66	2,65	2,35
Pačir	2,46	2,35	2,11

Izvor: RZS, 2004. Domaćinstva prema posedovanju poljoprivrednog gazdinstva i broju članova, Knjiga 11. Popis 2002. RZS, 2013. Domaćinstva prema broju članova. Knjiga 10. Popis 2011.

RZS, 2024. Porodice prema tipu i broju članova, po opštinama i gradovima, Popis 2022.

Posmatrajući promene u broju članova po domaćinstvu za poslednja tri popisa, uočava se da, tokom čitavog perioda, jedino popis iz 2011. godine, i jedino u Temerinu, beleži 3,05 članova, dok se u svim naseljima, tokom čitavog perioda, prosečan broj članova kreće između dva i tri. Najveće smanjenje registrovano je u Apatinu, gde je ono 0,5, dok je najmanje smanjenje zabeleženo u Melencima - 0,2. Najveće oscilacije su zabeležene u Temerinu, gde se najpre, od 2002. do 2011. godine, beleži rast prosečnog broja članova, a potom znatan pad.

Razlozi smanjenja broja članova u vojvođanskim domaćinstvima su mnogobrojni: smanjena stopa nupcijaliteta (sklapanja braka) i povećana stopa divorcijaliteta (razvoda),

smanjena stopa nataliteta, pojava negativnog prirodnog priraštaja, izraženije migracije selo-grad ...

Zabrinjavajuća je činjenica da najveći procenat domaćinstava u svim naseljima čine domaćinstva sa jednim ili dva člana. Pojedinaac se sve češće pojavljuje sam u privrednoj aktivnosti, znatno je manje vezan za porodicu nego ranije, a najčešće ekonomske funkcije ostvaruje van porodice (Ivkov, Dragin & Kovačević, 2007). Udeo domaćinstava sa jednim članom, u odnosu na ukupan broj domaćinstava, najveći je u naselju Pačir (40,8%), a najmanji u Temerinu (23,3%). Što se tiče udela domaćinstava sa dva člana, vrednosti se kreću od 26,7% u Melencima do 34,2% u Starom Slankamenu. Kumulativno gledano, domaćinstva sa jednim i dva člana, u svim naseljima, čine od 53% ukupnog broja domaćinstava (Melenci i Temerin), do čak 71-72% u Pačiru i Starom Slankamenu. Sva ova domaćinstva imaju tendenciju gašenja u vrlo bliskoj budućnosti.

Ovakva tendencija smanjenja broja domaćinstava i broja članova po domaćinstvu je otežavajuća okolnost za razvoj turizma u ovim naseljima. Napuštena domaćinstva se mogu staviti u funkciju turizma, tako što će se prazne kuće pretvoriti u smeštajne kapacitete.

Takođe, Republika Srbija je pokrenula akciju dodele sredstava mladim bračnim parovima za kupovinu kuće sa okućnicom u selima, što može dovesti do povećanja broja domaćinstava i njihovog uključivanja u dalji ekonomski razvoj naselja.

Porodični sastav domaćinstava

Porodica je stub svakog društva. Na području Vojvodine (posebno u ruralnim područjima), još uvek važi uverenje da je porodica porodična zajednica koja se sastoji od bračnog para ili roditelja (jednog ili oba) i njihove dece koja nisu u braku. Prema Republičkom zavodu za statistiku (koji sprovodi zvanične popise), vanbračne zajednice (sa decom ili bez dece) su, isto tako, uključene u porodice. Porodicom se, takođe, smatraju i one zajednice u kojima ima usvojene dece, odnosno, usvojena deca se smatraju članovima porodice. Pripadnost deteta porodici nije uslovljena starošću, tj. kao dete u porodici smatra se svaki član, bez obzira na starost, ukoliko živi sa oba ili samo sa jednim roditeljem, a u vreme popisa nije bio u zakonskom braku i nije imao svoju porodicu u tom domaćinstvu.

Danas, u 21. veku, zajednica, porodica, partnerstva se ne posmatraju nužno kroz prizmu braka. Slobodna volja je mnogo rasprostranjenija među mladima, nego što je bila pre samo pola veka. U tom smislu, pojedinci se odlučuju da formiraju porodicu u okviru vanbračne zajednice i danas sve više ljudi ima porodicu i decu, a da nisu u braku. Takođe, uočava se sve veći trend porodica u kojima nema dece. Određena zanimanja novog doba (rad od kuće i sl.), prihodi i loši uslovi stanovanja pokrenuli su brojne promene, ne samo u veličini porodice, već i u njenom opstanku (Kicošev, Bubalo & Ivkov, 2006a; Ivkov Džigurski et al., 2022; Golub, Ivkov Džigurski & Simeunović, 2022).

Tabela 5.3. Ukupan broj porodica i porodice bez dece
 u banjskim naseljima Vojvodine po popisu iz 2022. godine

Naselje	Ukupan broj porodica	Bračni par bez dece	Vanbračni par bez dece	Ukupno porodica bez dece	% porodica bez dece
Kanjiža	2.337	791	72	863	36,9
Apatin	4.303	1.317	157	1.474	34,3
Palić	1.621	550	60	610	37,6
Vrdnik	743	249	34	283	38,1
Stari Slankamen	131	56	7	63	48,1
Melenci	1.488	419	67	486	32,7
Temerin	5.334	1.532	141	1.673	31,4
Bezdan	970	338	28	366	37,7
Bečej	5.561	1.617	250	1.867	33,6
Pačir	504	170	25	195	38,7

Izvor: RZS, 2023. Porodice prema tipu i broju članova, Popis 2022.

Posebno je zabrinjavajuće što se, prema rezultatima popisa iz 2022. godine, u svim naseljima, udeo porodica bez dece kreće od 31,4% u Temerinu, do čak 48,1% u Starom Slankamenu, što ukazuje da će se te porodice ugasiti, da nema ko da učestvuje u privrednom doprinosu i eventualnom uključivanju u turistički razvoj ovih banjskih mesta. Jedan od glavnih faktora koji smanjuje želju za potomstvom je socio-ekonomska transformacija društva, što rezultira većim očekivanim troškovima, povezanim sa odgajanjem dece. Ekonomska dominacija zahtevala je veće ulaganje u profesionalnu karijeru i žena i muškaraca, želja da se stvore temelji za stabilniju i bolju budućnost za potencijalne naraštaje prouzrokovala je manjak slobodnog vremena za realizovanje roditeljstva (Golub, Ivkov Džigurski & Simeunović, 2022; Mandić & Ivkov Džigurski, 2018), te se ovakva pojava sve većeg udela porodica bez dece javlja u čitavoj Vojvodini (i Srbiji), ne samo u posmatranim naseljima. U ovakvoj situaciji neophodno je učiniti nešto da se i ono malo učešće mladih u ovim naseljima zadrži ili poveća, odnosno da im se obezbede bolji uslovi za život, kako bi odlučili da ostanu na porodičnim imanjima, da u svom selu sklope brak, zasnuju porodicu. Trebalo bi im omogućiti uslove koji bi doveli do toga da imaju više od jednog deteta, kako bi se ova naselja vremenom ponovo podmladila i opstala (Ivkov, Dragin & Kovačević, 2007), a otvorile nove mogućnosti za privredni razvoj, koji svakako uključuje i razvoj turizma.

Ekonomska struktura stanovništva

Podela rada u društvu, kao i stepen ekonomske razvijenosti, prenose se na datu populaciju u vidu ekonomskih i društveno-ekonomskih struktura.

Ekonomska struktura stanovništva predstavlja jedan od najznačajnijih pokazatelja demografske i društveno-ekonomske slike jedne teritorije. U skladu sa međunarodno priznatim metodološkim preporukama, ova struktura se posmatra kao osnovni element u proceni radnog potencijala stanovništva, nivoa zaposlenosti, privredne aktivnosti i stepena socijalne uključenosti različitih kategorija stanovništva (Sokolovska, 2018).

U socijalnoj demografiji, uobičajena je podela ovih struktura na dva podtipa: ekonomske (ili opšte ekonomske), koje se odnose na raspodelu stanovništva prema aktivnosti (aktivno, izdržavano i lica sa ličnim prihodom), delatnosti (poljoprivreda, nepoljoprivreda) i zanimanju (kvalifikaciona struktura), odnosno društveno ekonomske, prema položaju u zanimanju i sektoru vlasništva.

Posebne ekonomske strukture daju pregled ekonomski aktivnog stanovništva po pojedinim granama delatnosti, koje su grupisane u tri sektora:

- primarni (poljoprivreda, šumarstvo, lov, ribolov i vodoprivreda),
- sekundarni (industrija, rudarstvo, građevinarstvo i proizvodno zanatstvo) i
- tercijarni (uslužne delatnosti, kao što su saobraćaj, trgovina, uslužno zanatstvo, *turizam, ugostiteljstvo*, administracija, bankarstvo, školstvo, zdravstvo, itd.), koji je za ovo istraživanje i najznačajniji.

U analizama se može posmatrati struktura prema visini prihoda, izvorima prihoda i slično. Sve ove strukture predstavljaju realan odraz društveno-ekonomskog razvoja jedne populacije. One se menjaju pod neposrednim delovanjem činilaca privrednog razvoja, tj. modernizacijskom fazom date društvene zajednice, ali, sa druge strane, i samo kretanje i razvoj stanovništva, a pre svega, promene u starosnoj strukturi ukupnog, a posebno aktivnog dela i radne snage, povratno deluju na ovaj razvoj.

Nažalost, nedostupnost preciznih podataka o ekonomskim strukturama po naseljima onemogućava detaljniju analizu uticaja turizma na ovu demografsku strukturu u banjama Vojvodine.

Ekonomska struktura stanovništva pruža sveobuhvatan uvid u raspodelu stanovništva prema ekonomskoj aktivnosti i time služi kao polazište za kreiranje i primenu politika u oblasti tržišta rada, obrazovanja i socijalne zaštite.

U skladu sa međunarodno utvrđenom metodologijom, stanovništvo se klasifikuje na ekonomski aktivno i ekonomski neaktivno. Ekonomski aktivno stanovništvo obuhvata lica koja su sposobna za rad i koja učestvuju u procesu stvaranja dobara i usluga. Ova kategorija uključuje zaposlene, kao i nezaposlene osobe koje aktivno traže posao i dostupne su za zapošljavanje (International Labour Organization, 2022). Zaposleni se definišu kao lica koja obavljaju posao u okviru formalne ili neformalne ekonomije, dok nezaposleni obuhvataju one koji u trenutku ispitivanja ne obavljaju posao, ali ispunjavaju uslove za aktivno traženje zaposlenja. Suprotno tome, ekonomski neaktivno stanovništvo obuhvata lica koja ne učestvuju u procesu rada niti su aktivna na tržištu rada. U ovu kategoriju spadaju učenici, studenti, penzioneri, domaćice, deca,

kao i lica koja su trajno ili privremeno nesposobna za rad, ili iz drugih razloga nisu radno angažovana (RZS, 2023).

Promene u ekonomskoj strukturi stanovništva direktno su povezane sa dubljim društveno-ekonomskim i tehnološkim transformacijama. Strukturne promene u privredi, urbanizacija, migracioni tokovi i proces starenja stanovništva utiču na dinamiku zaposlenosti ekonomski aktivnog i neaktivnog stanovništva. Naročito je uočljiv trend smanjenja udela stanovništva zaposlenog u primarnom sektoru (poljoprivredi, šumarstvu i ribarstvu) uz istovremeno povećanje broja zaposlenih u sektoru usluga i tehnološki intenzivnim industrijama. Ovakav razvojni pravac odražava tranziciju ka ekonomiji znanja i informacija (Castells, 2000).

Ekonomska struktura stanovništva se, u kontekstu savremenih društava, smatra ključnim parametrom za procenu radnog potencijala, nivoa zaposlenosti, stepena socijalne uključenosti i prilagodljivosti ekonomije globalnim izazovima. Njeno analiziranje je od suštinskog značaja za donosiocje odluka, istraživače i planere razvoja, posebno u kontekstu unapređenja tržišta rada i smanjenja socijalne nejednakosti (United Nations, 2019). Imajući u vidu njen značaj, pitanja koja se odnose na ekonomsku aktivnost stanovništva integralni su deo sadržaja svih popisa stanovništva koji su sprovedeni na teritoriji Republike Srbije nakon Drugog svetskog rata (Sokolovska, 2018).

Na osnovu podataka o ekonomskoj strukturi stanovništva moguće je izvršiti komparativnu analizu između različitih regiona, uz uočavanje specifičnih razvojnih izazova i potencijala. Stoga se ova struktura s pravom svrstava među najznačajnije pokazatelje u svakoj sveobuhvatnoj demografskoj i ekonomskoj analizi. Ekonomska struktura stanovništva predstavlja raspored i učešće stanovništva u različitim privrednim aktivnostima, odnosno ukupnu podelu stanovništva prema njihovom ekonomskom statusu i zanimanju. Ona obuhvata podelu stanovništva na aktivno (radno sposobno i ekonomski angažovano stanovništvo) i neaktivno stanovništvo (lica koja nisu ekonomski angažovana), kao i raspodelu ekonomski aktivnog stanovništva po privrednim sektorima.

Osnovni elementi ekonomske strukture stanovništva uključuju:

- **Stopu ekonomske aktivnosti** – odnos broja ekonomski aktivnih lica prema ukupnom broju stanovnika.
- **Zaposlenost po sektorima** – broj i procenat zaposlenih u različitim delatnostima, kao što su: poljoprivreda, industrija, građevinarstvo, trgovina, usluge, javna uprava i druge delatnosti.
- **Oblici zaposlenja** – zaposlenost u pravnim licima, samozaposleni (preduzetnici), kao i lica angažovana u neformalnom sektoru.
- **Nezaposlenost** – broj i struktura lica koja aktivno traže zaposlenje.

Postojeća privredna struktura Autonomne Pokrajine Vojvodine uslovljena je zakasnelom tranzicijom, dugogodišnjom izolacijom i odsustvom sa svetskog tržišta, dugotrajnim dezinvestiranjem i značajnim tehnološkim zaostajanjem za razvijenim privredama (CODEX, 2013).

Uticaj turizma na promene u ekonomskim strukturama stanovništva, zasniva se na radno-intenzivnom karakteru ove delatnosti, zbog čega je razvoj turizma praćen povećanjem različitih

aktivnosti. Konkretna obim radne snage u turizmu, na prvi pogled je najpouzdaniji pokazatelj ekonomskog značaja turizma. Takođe, potreba za kompleksom turističkih usluga podstiče razvoj niza drugih delatnosti iz privrede i van nje, pa bi trebalo uzeti u obzir indirektno dejstvo na porast broja aktivnih u delatnostima koje učestvuju u formiranju turističke privrede.

Promene, izazvane razvojem turizma, najdirektnije se ogledaju u ekonomskim strukturama stanovništva. Prostori i mesta, u kojima se razvija turizam, kao dominantna privredna grana, pokazuju adekvatno veliko učešće tercijarnog sektora u strukturi aktivnog stanovništva po delatnosti. Turizam povećava razvoj komplementarnih delatnosti, zaposlenost, utiče na veće angažovanje ženske radne snage i često uzrokuje direktan prelaz iz primarnih u tercijarne delatnosti. Nemasovni oblici turizma mogu imati ovakve efekte, ali se u sumi ne iskazuju kao značajan pomak koji bi bio indikator demografskih procesa (Devedžić, 2007; Pašalić & Pašalić, 2016).

Turizam otvara veće mogućnosti aktiviranja ženske radne snage. Posebno pitanje odnosi se na „nevidljivu“ zaposlenost i privređivanje žena, izdavanjem smeštajnih kapaciteta u domaćinstvu. Zahvaljujući ovome, žena je dobila izrazito značajnu ulogu u ekonomskoj funkciji porodice (Devedžić, 2007).

Zaposlenost prema opštini prebivališta²

Banja Kanjiža pripada opštini Kanjiža. Prema podacima popisa iz 2022.godine, broj ukupno zaposlenih u Kanjiži iznosio je 5.686, od čega je bilo zaposleno 3.248 muškaraca i 2.438 žena. Udeo zaposlenih starosti od 15 do 29 godina u ukupnoj zaposlenosti na teritoriji opštine Kanjiža iznosio je 12,7%. Broj zaposlenih na 1.000 stanovnika je 281 (Popis 2022. godine).

Tabela 5.4. Struktura zaposlenih prema polu po opštinama

Opština	Muškarci	Žene
Kanjiža	3.248	2.438
Apatin	3.431	3.067
Subotica	23.421	21.646
Irig	1.697	1.283
Indija	8.502	7.631
Zrenjanin	20.779	17.333

Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2023),
Republički zavod za statistiku, Beograd

U Apatinu, čijoj opštini pripada **banja Junaković** je nešto drugačija situacija. Naime, ukupno zaposlenih je bilo 6.499, od toga 3.431 čine zaposleni muškog pola, dok 3.067 čine žene. Učešće zaposlenih starosti od 15-29 godina u ukupnoj zaposlenosti, izraženo u procentima iznosi 15,4%. Broj zaposlenih na 1.000 stanovnika je 279 (Popis 2022. godine).

² Pošto nema dostupnih podataka po naseljima, analiza je rađena prema opštinama u kojima se banje nalaze.

Banja Palić pripada opštini Subotica. U Subotici, prema popisu iz 2022.godine, ima ukupno 45.067, od čega 23.421 čine zaposleni muškog pola, dok 21.646 čine žene. Zaposleni starosti od 15-29 godina učestvuju sa 15,2% u ukupnoj zaposlenosti, dok je broj zaposlenih na 1000 stanovnika 363 (Popis 2022. godine).

Banja Vrdnik pripada opštini Irig. Broj ukupno zaposlenih na teritoriji opštine Irig prema popisu iz 2022. godine je 2.981, od kojih su 1.697 zaposleni muškog pola, dok je 1.283 zaposlenih ženskog pola. Učešće zaposlenih starosti 15-29 godina u ukupnoj zaposlenosti bilo je 18,7%. Broj zaposlenih na 1.000 stanovnika je 319 (Popis 2022. godine).

Opštini Indija pripada i banja **Stari Slankamen**. Prema podacima iz popisa 2022. godine, ukupan broj zaposlenih na teritoriji opštine Irig je 16.133, od toga zaposlenih muškog pola ima 8.502, dok zaposlenih ženskog pola ima 7.631. Kada je reč o učešću zaposlenih starosti 15-29 godina u ukupnoj zaposlenosti izraženo u procentim iznosi 17,1%. Broj zaposlenih na 1.000 stanovnika je 371 (Popis 2022. godine).

Banja **Rusanda** (Melenci) pripada opštini Zrenjanin. Kada se govori o ukupnom broju zaposlenih u opštini Zrenjanin, prema podacima Popisa iz 2022.godine, u ovoj opštini ih je bilo 38.112, od toga 20.779 muškaraca i 17.333 žene. U pogledu učešća zaposlenih starosti 15-29 godina u ukupnoj zaposlenosti je bilo u ovoj opštini 14,6%. Broj zaposlenih na 1.000 stanovnika iznosio je 359 (Popis 2022.godine).

Registrovana zaposlenost prema opštini rada po sektorima delatnosti

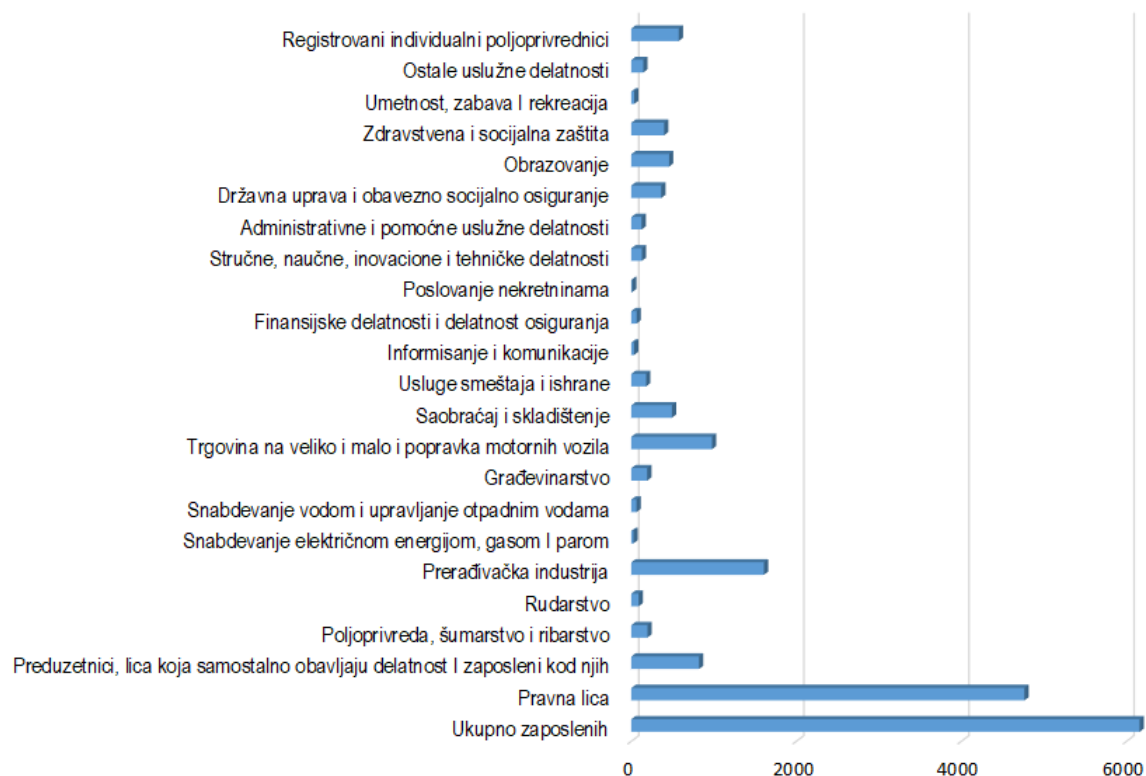
Prema sektorima delatnosti, Popis iz 2022. godine, odredio je grupe zaposlenih koji su zaposleni u pravnim licima (privredna društva, preduzeća, zadruge, ustanove i druge organizacije) i preduzetnici, lica koja samostalno obavljaju delatnost i zaposleni kod njih.

Banja Kanjiža pripada opštini Kanjiža. U opštini Kanjiža prema popisu iz 2022 godine, ukupno zaposlenih je 6.158, od toga je zaposlenih u pravnim licima 4.762, dok je preduzetnika, lica koja samostalno obavljaju delatnost i zaposlenih kod njih 820.

U sektoru poljoprivrede, šumarstva i ribarstva u ovoj opštini je bilo 196 zaposlenih. rudarstvo je zapošljavalo 89 zaposlenih. U prerađivačkoj industriji je bilo 1.607 zaposlenih, dok je u sektoru snabdevanje električnom energijom, gasom i parom bilo 26 zaposlenih. Sektor snabdevanja vodom i upravljanje otpadnim vodama je zapošljavalo 63 zaposlenih, građevinarstvo 193, a trgovina na veliko i malo i popravka motornih vozila je uposlila 977 zaposlenih. U sektoru saobraćaj i skladištenje u opštini Kanjiža bilo je zaposleno 492 lica. U sektoru usluge smeštaja i ishrane 179, a u sektoru informisanje i komunikacije 34 zaposlenih. Finansijske delatnosti i delatnost osiguranja je zapošavala 64 zaposlenih, poslovanje nekretninama 10 zaposlenih, dok je u stručnim, naučnim, inovacionim i tehničkim delatnostima bilo 128 zaposlenih.

Administrativne i pomoćne uslužne delatnosti obavljalo je 125 zaposlenih. U sektoru državne uprave i obaveznog socijalnog osiguranja bilo je 363 zaposlenih. U sektoru obrazovanje je bilo zaposleno 457 zaposlenih. Zdravstvena i socijalna zaštita je brojala 398 zaposlenih. Umetnost, zabava i rekreacija je zapošljavala 35 zaposlenih, dok je ostale uslužne delatnosti

obavljalo 145 lica. Registrovanih individualnih poljoprivrednika je bilo 575 (Popis 2022. godine).



Grafikon 5.14. Zaposlenost po sektorima u opštini Kanjiža - banja Kanjiža

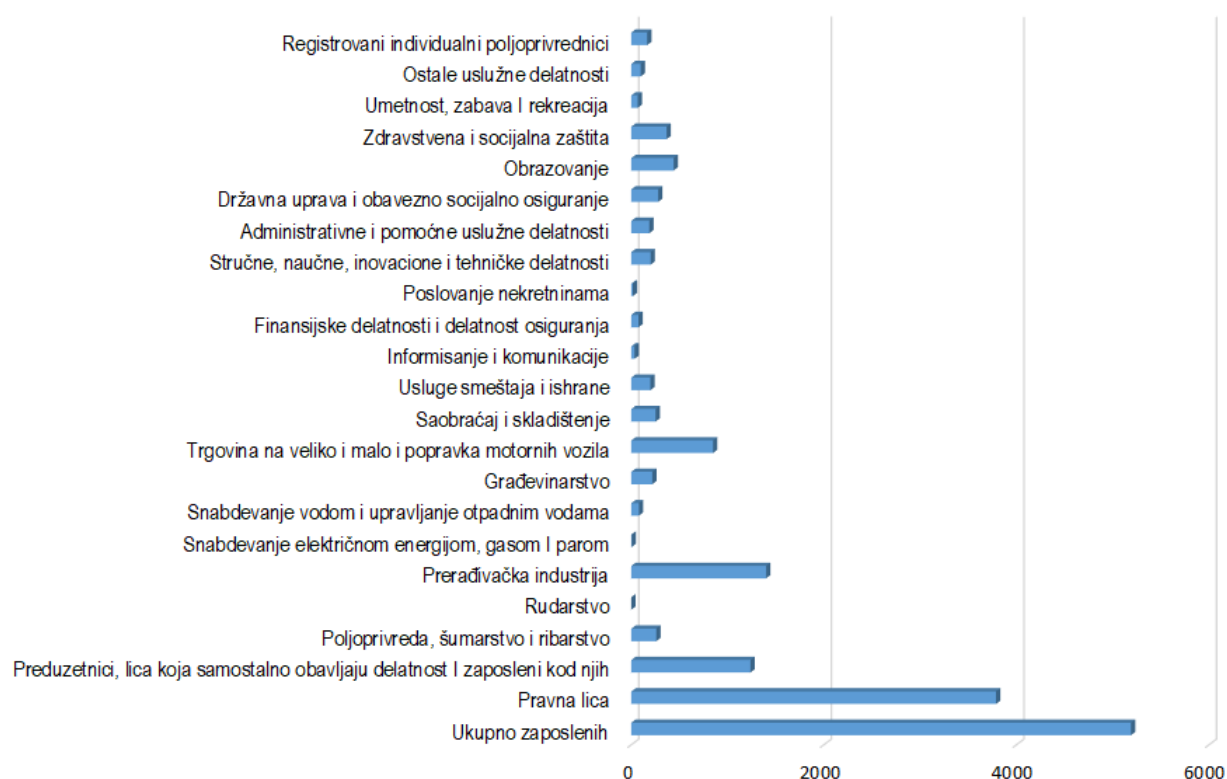
Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2023), Republički zavod za statistiku, Beograd

Može se zaključiti da jenajveći broj zaposlenih u prerađivačkoj industriji, trgovini, saobraćaju i skladištenju, kao i u javnom sektoru - obrazovanju i zdravstvu. Ovo ukazuje na industrijsko-trgovinsku orijentaciju lokalne privrede sa razvijenim javnim službama. Usluge smeštaja i ishrane, važne za banjski turizam, zapošljavaju 179 lica, što ukazuje na postojanje potencijala za unapređenje turističke ponude.

Banja Junaković priprada opštini Apatin. Prema popisu iz 2022. godine ukupno zaposlenih prema opštini rada je 5.189. Zaposlenih u pravnim licima je 3.787, dok preduzetnika, lica koja samostalno obavljaju delatnost i zaposleni kod njih ima 1.237. U sektoru poljoprivrede, šumarstva i ribarstva ukupno je bilo 260 zaposlenih, dok u sektoru rudarstva u opštini Apatin prema popisu iz 2022. godine nije bilo zaposlenih. Prerađivačka industrija je u ovoj opštini zapošljavala 1.400 zaposlenih.

Svega 4 zaposlenih je bilo zaposleno u sektoru snabdevanje električnom energijom, gasom i parom. U sektoru snabdevanje vodom i upravljanje otpadnim vodama bilo je zaposleno 79 stanovnika opštine Apatin. U sektoru građevinarstva zaposlenje je imalo 218 stanovnika.

trgovina na veliko i malo i popravka motornih vozila je imala 849 zaposlenih. Sektor saobraćaja i skladištenja zapošljavao je 253 zaposlena. Kada se govori o sektoru usluge smeštaja i ishrane u opštini Apatin bilo je 198 zaposlenih. Informisanje i komunikacije su zapošljavale svega 34 ljudi. U okviru sektora finansijske delatnosti i delatnost osiguranja bilo je 74 zaposlenih, a u sektoru poslovanje nekretninama svega 16 zaposlenih. Sektor stručne, naučne, inovacione i tehničke delatnosti imao je 201 zaposlenog. Administrativne i pomoćne uslužne delatnosti su zapošljavale 187 zaposlenih. U sektoru državna uprava i obavezno socijalno osiguranje bilo je 279 zaposlenih. Sektor obrazovanje je zapošljavao 440 stanovnika opštine Apatin. U okviru sektora zdravstvena i socijalna zaštita zapošljavalo se 366 zaposlenih. Umetnost, zabava i rekreacija je zaposlila 67 zaposlenih. Ostale uslužne delatnosti su zaposlila 98 stanovnika, dok je registrovanih individualnih poljoprivrednika bilo 165.



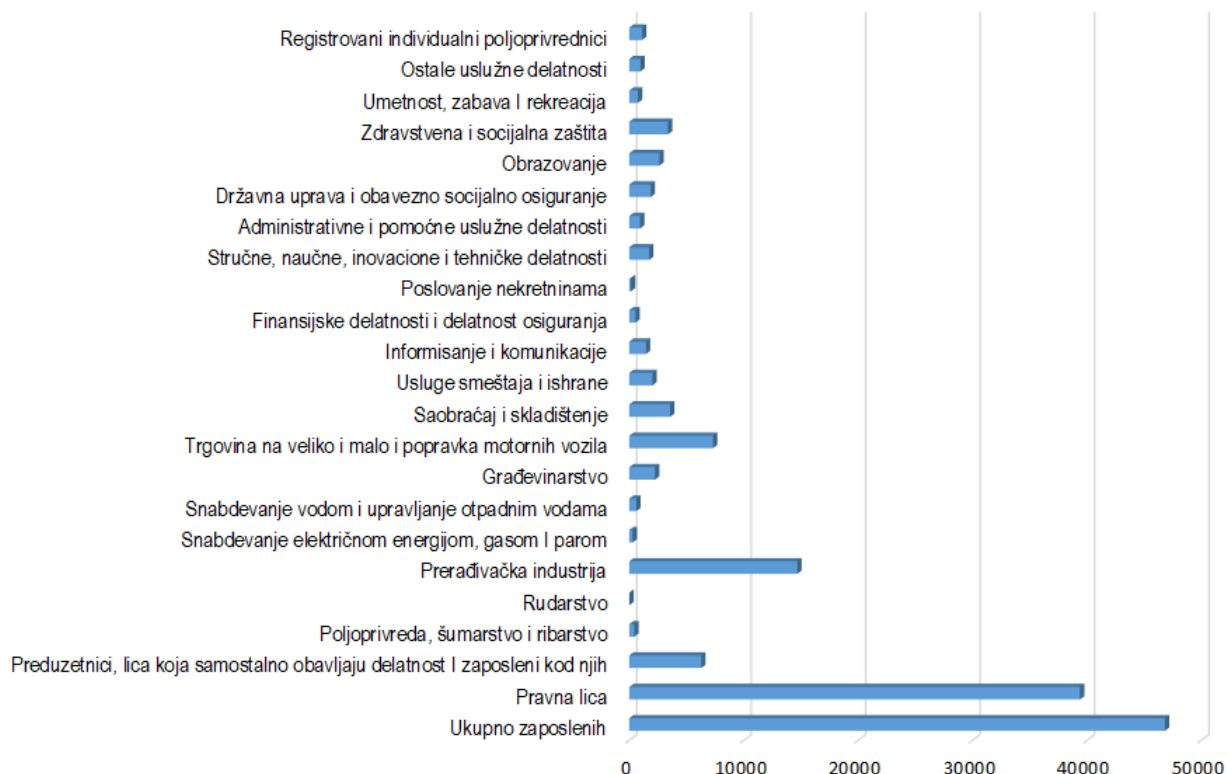
Grafikon 5.15. Zaposlenost po sektorima u opštini Apatin - banja Junaković
Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2023), Republički zavod za statistiku, Beograd

Na osnovu grafikona 5.15. može se zaključiti da se banja Junaković, kao deo opštine Apatin, nalazi u okruženju koje karakteriše raznovrsna struktura zaposlenosti, koja nam ukazuje na solidan nivo samozapošljavanja i preduzetništva. Sektori kao što su poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo, kao i registrovani individualni poljoprivrednici, svedoče o očuvanoj ulozi primarne proizvodnje. Zaposlenost u opštini Apatin odlikuje dominacija industrije i trgovine, snažna prisutnost javnog sektora i umeren razvoj usluga povezanih sa turizmom.

Ovi podaci ukazuju na stabilnu ekonomsku strukturu sa potencijalima za dalji razvoj, naročito u pravcu unapređenja turističke infrastrukture i podrške malom preduzetništvu.

Banja Palić pripada opštini Subotica. Ukupno zaposlenih stanovnika prema opštini rada u Subotici je 46.799. Zaposlenih u pravnim licima je 39.387, dok je preduzetnika, lica koja samostalno obavljaju delatnost i zaposleni kod njih 6.288.

U sektoru poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo prema popisu iz 2022. godine bilo je 445 zaposlenih. U sektoru rudarstvo zaposleno je bilo svega 12 stanovnika, a u prerađivačkoj industriji 14.684 zaposlenih.



Grafikon 5.16. Zaposlenost po sektorima u opštini Subotica - banja Palić

Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2023), Republički zavod za statistiku, Beograd

U sektoru snabdevanje električnom energijom, gasom i parom bilo je 291 zaposlenih, a u sektoru snabdevanje vodom i upravljanje otpadnim vodama 613 zaposlenih. Sektor građevinarstvo zapošljavao je 2.252 zaposlenih. U okviru trgovine na veliko i malo i popravka motornih vozila zaposlenje je našlo 7.322. Sektor saobraćaj i skladištenje je zapošljavao 3.568 stanovnika. U sektoru usluge smeštaja i ishrane je bilo 2.022 zaposlenih. Informisanje i komunikacije su imale 1.460 zaposlenih, finansijske delatnosti i delatnost osiguranja 544 zaposlena, a poslovanje nekretninama 149 zaposlenih. Stručne, naučne, inovacione i tehničke

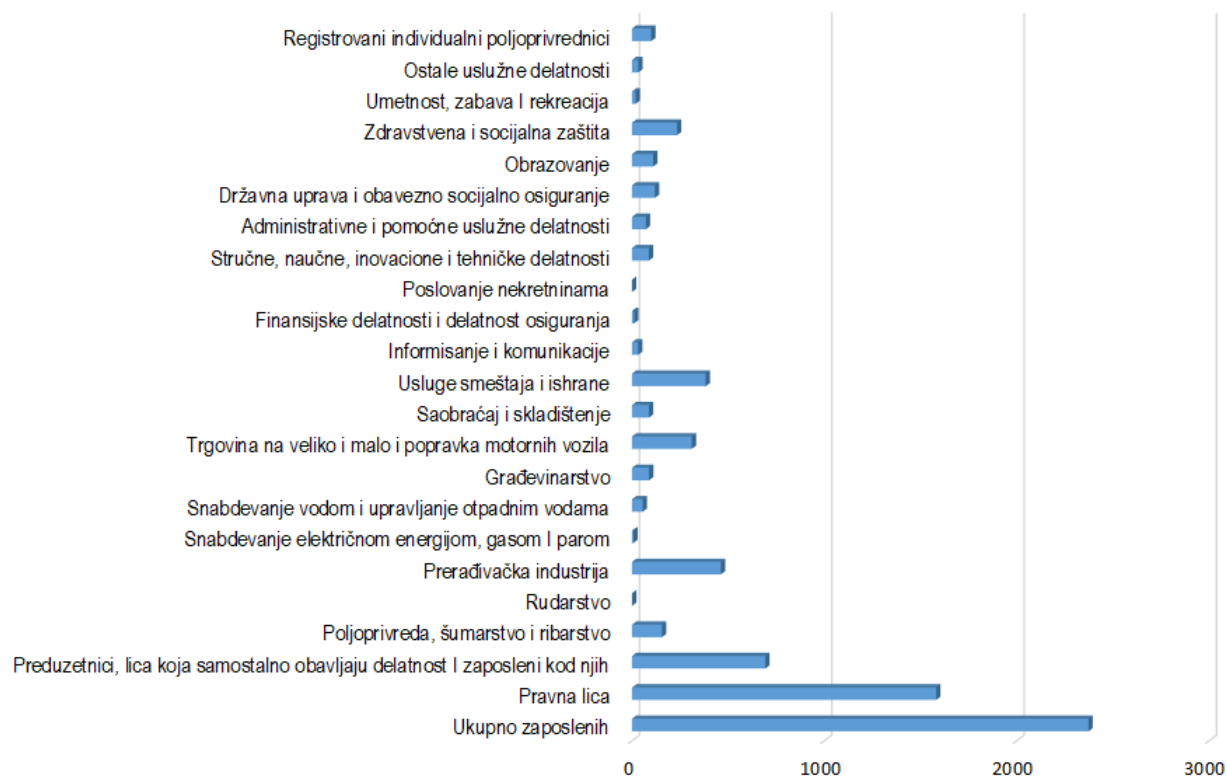
delatnosti su zapošljavale 1.739 stanovnika ove opštine. U okviru sektora administrativne i pomoćne uslužne delatnosti bilo je 945 zaposlenih, dok je državna uprava i obavezno socijalno osiguranje zapošljavalo 1.876 ljudi. U sektoru obrazovanje radilo je 2.637 stanovnika opštine Subotica, dok je sektor zdravstvene i socijalne zaštite zapošljavao 3.382 stanovnika ove opštine. U sektoru umetnost, zabava i rekreacija radilo je 763. Ostale uslužne delatnosti su zapošljavale 979 stanovnika, dok je registrovanih individualnih poljoprivrednika u opštini Subotica bilo 1.124.

Može se zaključiti da opština Subotica najveći broj zaposlenih beleži u prerađivačkoj industriji, što ukazuje na industrijski karakter ekonomije opštine. Slede trgovina i popravka vozila, a zatim i zdravstvena i socijalna zaštita, što govori o značaju uslužnog sektora. Značajan broj stanovnika radi u saobraćaju i skladištenju i obrazovanju. Sektori sa najmanjim brojem zaposlenih su rudarstvo, poslovanje nekretninama i finansije i osiguranje, što ukazuje na manji razvoj ovih grana u odnosu na druge. Udeo individualnih poljoprivrednika i zaposlenih u poljoprivredi pokazuje da poljoprivreda ima manji značaj u ukupnoj zaposlenosti, iako može imati širi ekonomski uticaj na ruralna područja.

Banja Vrdnik pripada opštini Irig. Prema popisu iz 2022. godine Opština Irig broji 2.373 zaposlenih. Od ukupnog broja, većina zaposlenih (1.581) radi u pravnim licima, dok su preduzetnici i samozaposleni, zajedno sa svojim zaposlenima, brojali 693 lica.

Sektor prerađivačke industrije je vodeći poslodavac u opštini, sa 462 zaposlena, što ukazuje na industrijsku osnovu lokalne privrede. Visok broj zaposlenih – 383 u sektoru usluga smeštaja i ishrane ističe značaj turizma, što je posebno važno imajući u vidu prisustvo banje kao turističkog centra. Sektori zdravstva i socijalne zaštite sa 234 zaposlena, kao i obrazovanja sa 110 zaposlenih, svedoče o razvijenoj društvenoj infrastrukturi. Primetan je i značaj sektora trgovine sa 311 zaposlenih, što odražava i komercijalne aktivnosti u ovoj opštini. Interesan je podatak da sektor rudarstva zapošljava samo jednog radnika, a u oblasti poslovanja nekretninama nema zaposlenih, što ukazuje na zanemarljivu ulogu ovih sektora u lokalnoj ekonomiji. Sa druge strane, prisustvo 100 registrovanih individualnih poljoprivrednika potvrđuje značaj poljoprivrede kao tradicionalne privredne delatnosti u opštini Irig.

Ovi podaci prikazuju jednu diverzifikovanu, ali turistički i industrijski orijentisanu ekonomsku strukturu, u kojoj banja Vrdnik kao prirodno-turistički resurs ima značajan potencijal za dalji razvoj.



Grafikon 5.17. Zaposlenost po sektorima u opštini Irig - banja Vrdnik

Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2023), Republički zavod za statistiku, Beograd

Možemo da zaključimo da je najrazvijeniji sektor u opštini prerađivačka industrija sa što govori o industrijskoj orijentaciji lokalne privrede. Odmah za njim, po broju zaposlenih, ističe se sektor usluga smještaja i ishrane, što predstavlja snažan indikator turističke aktivnosti, posebno u kontekstu banjskog turizma u Vrdniku. Stabilna zaposlenost u sektorima zdravstva i socijalne zaštite, kao i u obrazovanju ukazuje na razvijenu društvenu infrastrukturu, neophodnu za dugoročni održivi razvoj. Značajnu ulogu ima i trgovina, što dodatno podržava lokalnu ekonomsku aktivnost.

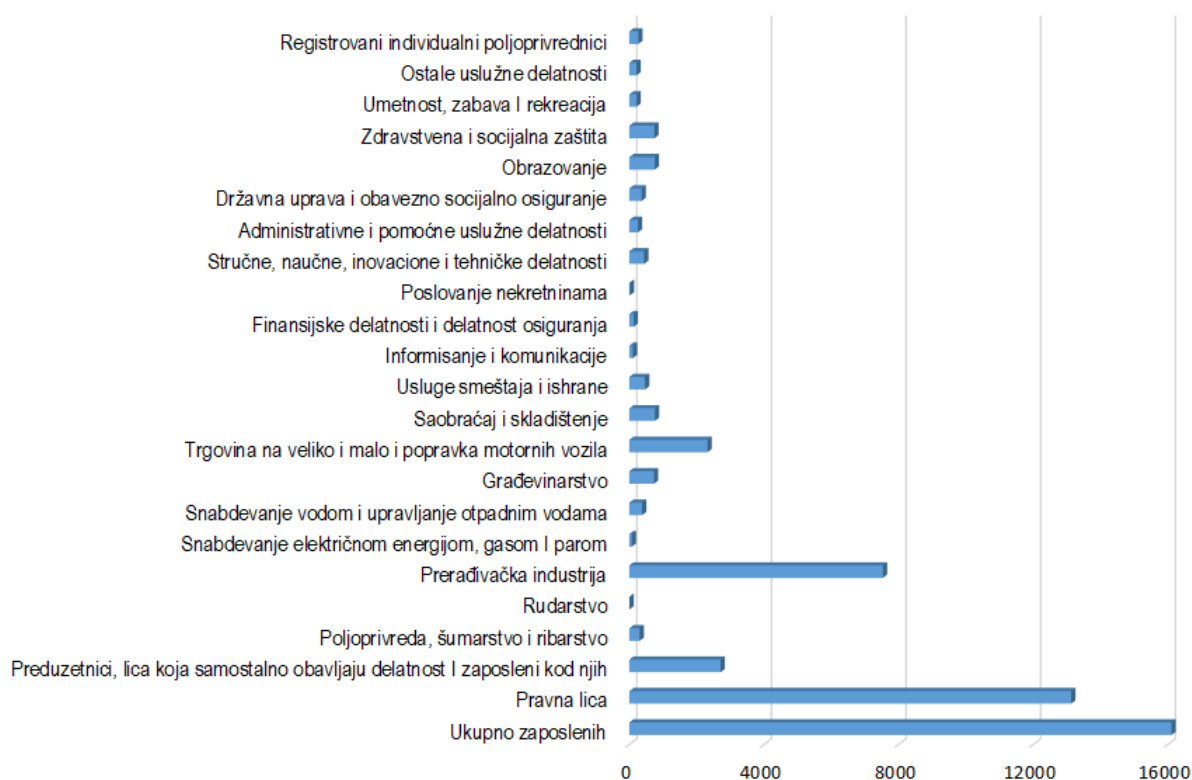
Ukupni pokazatelji ukazuju da je opština Irig, sa banjom Vrdnik kao ključnom turističkom ponudom u poziciji daljeg razvoja kroz integraciju poljoprivrede u turističke tokove, kao i kroz osnaživanje sektora usluga. Kombinacija prirodnih resursa, postojeće infrastrukture i rastućeg turističkog interesovanja predstavlja osnovu za jačanje banjskog turizma kao strateškog pravca razvoja ove opštine.

Banja Stari Slankamen pripada opštini Indija. Opština Indija prema popisu iz 2022. godine beleži ukupno 16.107 zaposlenih. Od toga, čak 13.126 lica je bilo zaposleno kao pravno lice, dok 2.713 čine preduzetnici i lica koja samostalno obavljaju delatnost, zajedno sa svojim zaposlenima. Ovo ukazuje na snažnu institucionalnu i preduzetničku strukturu zaposlenosti. Najveći broj zaposlenih beleži se u prerađivačkoj industriji 7.535, što govori o

industrijskoj orijentaciji privrede ove opštine. Značajna je i zaposlenost u trgovini na veliko i malo i popravci motornih vozila sa 2.324 zaposlena, što ukazuje na snažan komercijalni segment.

Sektori kao što su zdravstvena i socijalna zaštita od 745 i obrazovanje od 756 zaposlenih predstavljaju bitne društvene temelje za održivi razvoj. Prisutnost 467 zaposlenih u sektoru usluga smeštaja i ishrane sugerise i na značaj turizma, što je od posebne važnosti za razvoj banjskog turizma u Starom Slankamenu.

Indija se izdvaja kao privredno snažna opština sa dominantnom industrijskom proizvodnjom, ali i sa potencijalom u turizmu, što postavlja temelj za unapređenje banjskog turizma u Starom Slankamenu.



Grafikon 5.18. Zaposlenost po sektorima u opštini Indija - banja Stari Slankamen

Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2023), Republički zavod za statistiku, Beograd

Možemo da vidimo da u opštini Indija prerađivačka industrija, dominira ekonomskom slikom opštine i odražava njenu industrijsku orijentaciju. Uz to, visoka zaposlenost u sektoru trgovine, kao i u saobraćaju i skladištenju, potvrđuje komercijalni značaj ovog područja. Posebnu pažnju zasluđuje i sektor usluga smeštaja i ishrane, što u kontekstu postojanja banje Stari Slankamen, ukazuje na potencijal za dalji razvoj turizma, naročito banjskog. U celini, opština Indija predstavlja ekonomski stabilnu sredinu sa snažnim industrijskim jezgrom i značajnim prostornim i kadrovskim resursima za unapređenje banjskog turizma u Starom Slankamenu.

Banja Rusanda, smeštena u selu Melenci, predstavlja značajan zdravstveno-rekreativni resurs opštine Zrenjanin. Njen značaj prevazilazi lokalne okvire, budući da spaja prirodne lekovite faktore sa dugom tradicijom balneološkog lečenja. Radi potpunijeg sagledavanja privrednog ambijenta u kojem banja Rusanda funkcioniše, važno je osvrnuti se na opštu strukturu zaposlenosti u opštini Zrenjanin, prema podacima iz poslednjeg popisa stanovništva, domaćinstava iz 2022. godine.

Ukupno je u opštini Zrenjanin bilo zaposleno 36.896 lica, od čega 30.291 u pravnim licima, dok je 5.709 lica bilo angažovano kao preduzetnici, samostalni obveznici ili zaposleni kod njih. Najveći broj zaposlenih zabeležen je u prerađivačkoj industriji – 10.706, što svedoči o industrijskom karakteru ovog područja. Zanimljivo je i značajno učešće zaposlenih u trgovini (5.591) i u zdravstvenoj i socijalnoj zaštiti (2.729), što ukazuje na važnost uslužnog sektora.

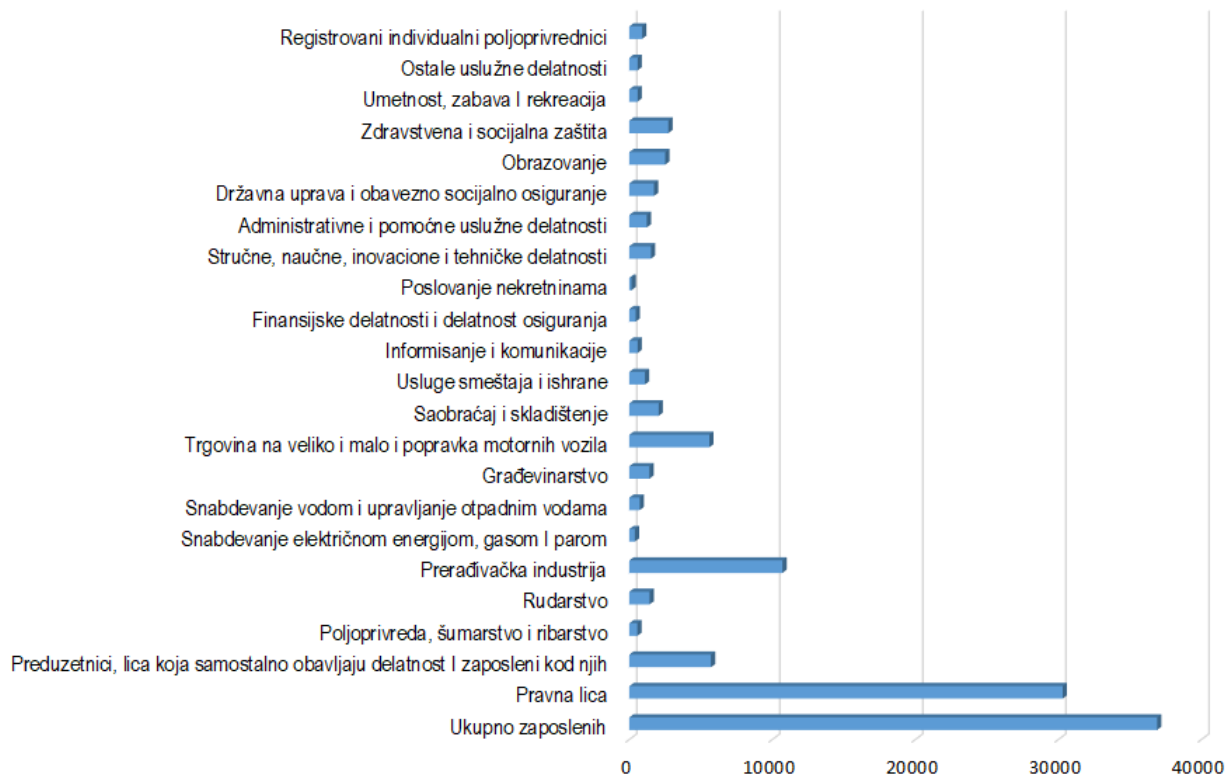
Sektor građevinarstva zapošljavao je 1.407 lica, dok je u oblasti saobraćaja i skladištenja bilo angažovano 2.053 zaposlenih. U uslužnim delatnostima smeštaja i ishrane radilo je 1.093 lica – sektor u kome su banje, kao što je Rusanda, imaju značajnu ulogu. Obrazovanje i državna uprava zapošljavali su ukupno preko 4.200 lica, što ukazuje na značaj javnog sektora u strukturi lokalne ekonomije.

Posebno je važno istaći da je u sektoru umetnost, zabava i rekreacija, u koji se takođe mogu svrstati delatnosti banjskog turizma, bilo angažovano 578 lica, što otvara prostor za dalje unapređenje banjskog i velnes turizma kao komplementarnog sektora zdravstvenoj zaštiti i rekreaciji.

Banja Rusanda, kao jedna od retkih prirodnih banja u Vojvodini sa lekovitim blatom (peloidom), ima potencijal da uz adekvatnu podršku i integraciju sa ostalim sektorima, doprinese ne samo poboljšanju zdravstvenih usluga, već i otvaranju novih radnih mesta u sektorima turizma, ugostiteljstva i kulture. Njen dalji razvoj zavisiće od saradnje javnog i privatnog sektora, kao i od strateškog uključivanja u razvojne planove opštine Zrenjanin i AP Vojvodine.

Na osnovu grafikona uočava se da u privrednoj strukturi opštine Zrenjanin dominantnu ulogu imaju sektori prerađivačke industrije, trgovine, kao i zdravstvene i socijalne zaštite. Ovi sektori ne samo da zapošljavaju najveći broj stanovnika, već odražavaju i ukupni ekonomski profil opštine - industrijski snažno orijentisan, ali i sa razvijenim uslužnim i javnim sektorom.

U tom kontekstu, banja Rusanda se izdvaja kao prirodni i zdravstveni resurs sa potencijalom da postane jedan od nosilaca razvoja banjskog turizma u regionu. Njen značaj se ogleda u mogućnosti integracije sa sektorima zdravstva, obrazovanja, ugostiteljstva, kulture i rekreacije, što otvara prostor za razvoj lokalnog preduzetništva, od privatnih smeštajnih kapaciteta i usluga, do specijalizovanih velnes programa i turističkih sadržaja.



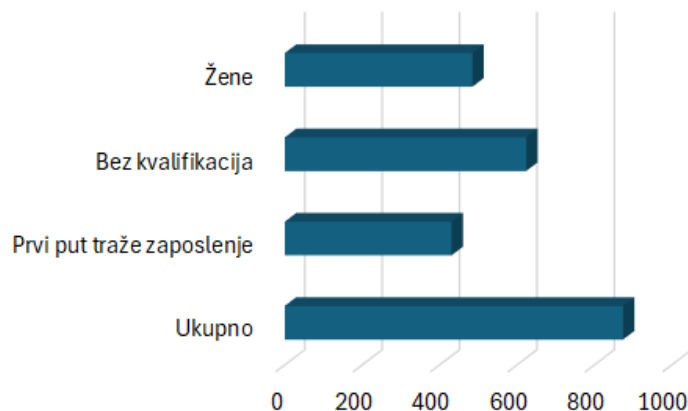
Grafikon 5.19. Zaposlenost po sektorima u opštini Zrenjanin - banja Rusanda
Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2023), Republički zavod za statistiku, Beograd

Struktura nezaposlenih lica

Prema podacima za 2023. godinu, na teritoriji opštine Kanjiža, u kojoj se nalazi **banja Kanjiža**, evidentirano je ukupno 874 nezaposlenih lica. Od tog broja, 431 lice ili 49, 31% čini populacija koja prvi put traži zaposlenje, što ukazuje na prisustvo mladih koji tek ulaze na tržište rada.

Veoma značajan podatak predstavlja i struktura prema stručnim kvalifikacijama – čak 624 lica (71,4%) nema kvalifikacije, odnosno svrstavaju se u kategoriju polukvalifikovanih ili nekvalifikovanih. Ovo ukazuje na potrebu za unapređenjem obrazovne i profesionalne strukture stanovništva.

Kada je reč o polu, 485 lica ili 55,49% nezaposlenih čine žene, što ukazuje na blagu rodnu neravnotežu u nezaposlenosti. Ukupan broj nezaposlenih na 1.000 stanovnika iznosi 44, što je važan indikator opšteg ekonomskog stanja i zaposlenosti u opštini.



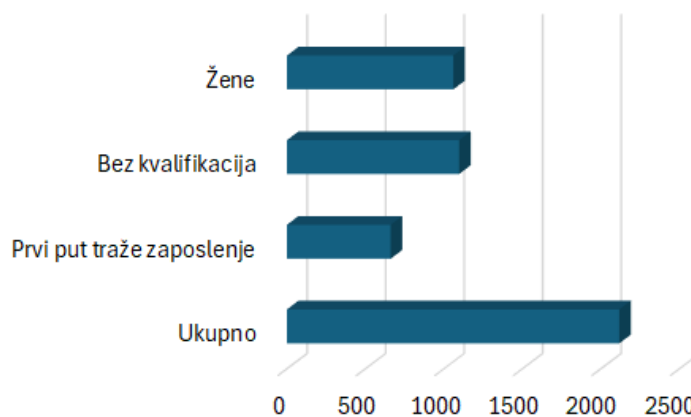
Grafikon 5.20. Struktura nezaposlenih lica u opštini Kanjiža

Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2024), Republički zavod za statistiku, Beograd

Banja Junaković pripada opštini Apatin, koja se u 2023. godini suočila sa značajnim brojem nezaposlenih lica. Ukupno je evidentirano 2.117 nezaposlenih. Od tog broja, 661 lice, što čini 31,22%, prvi put je tražilo zaposlenje, što ukazuje na izazove mladih pri ulasku na tržište rada.

Posebnu zabrinutost izaziva činjenica da je 1.097 lica, odnosno 51,82%, bilo bez kvalifikacija – polukvalifikovani i nekvalifikovani radnici, što ukazuje na potrebu za dodatnim obrazovanjem i prekvalifikacijama.

Žene čine polovinu ukupno nezaposlenih – njih 1.060, odnosno 50,07%, što svedoči o rodnoj ravnopravnosti u problemu nezaposlenosti. Stopa nezaposlenosti u odnosu na broj stanovnika iznosi 92 nezaposlena na 1.000 stanovnika, što je značajan pokazatelj opterećenja lokalnog tržišta rada.



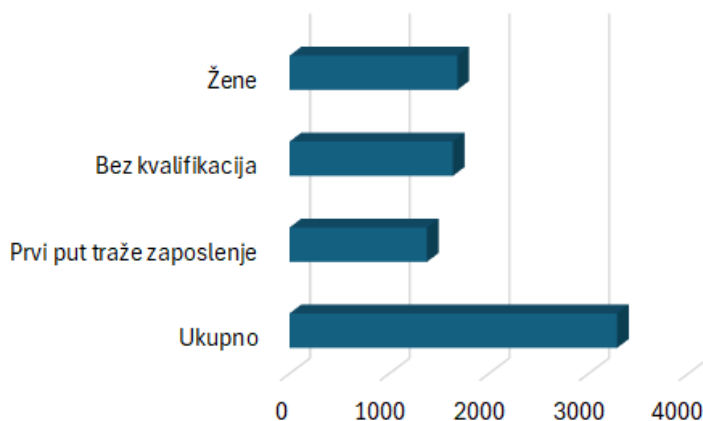
Grafikon 5.21. Struktura nezaposlenih lica u opštini Apatin

Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2024), Republički zavod za statistiku, Beograd

Banja Palić pripada opštini Subotica koja se, prema podacima iz 2023. godine, suočava sa izazovima na tržištu rada. Ukupno je evidentirano 3.287 nezaposlenih lica. Od tog broja, značajan deo – 1.379 lica (41,95%) - čini kategorija stanovništva koja prvi put traži zaposlenje. I ovaj podatak ukazuje na izazove sa kojima se suočavaju mladi pri ulasku u svet rada.

Značajan problem predstavlja i veliki broj lica bez kvalifikacija – 1.638 lica ili 49,83%. Ovo govori u prilog potrebi za sprovođenjem mera dodatnog obrazovanja, prekvalifikacija i obuka radi lakšeg uključivanja ovih lica u proces rada.

Žene čine 51,23% ukupno nezaposlenih, što ukazuje na rodnu ravnopravnost u izazovima nezaposlenosti. Iako je udeo nezaposlenih na 1.000 stanovnika relativno nizak (27/1000), ovi podaci i dalje ukazuju na potrebu za usmerenim merama podrške i unapređenjem aktivnih politika zapošljavanja u lokalnoj zajednici.



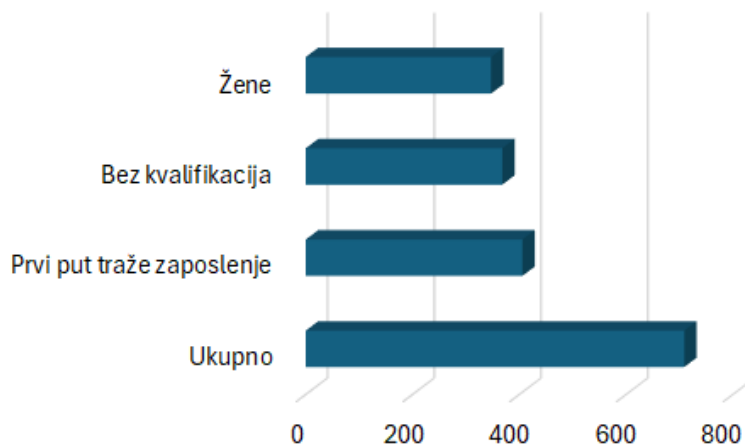
Grafikon 5.22. Struktura nezaposlenih lica u opštini Subotica

Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2024), Republički zavod za statistiku, Beograd

Opštini Irig pripada **banja Vrdnik**, jedan od značajnih turističkih centara u Sremu. Prema podacima za 2023. godinu, u ovoj opštini evidentirano je ukupno 709 nezaposlenih lica. Posebno zabrinjava podatak da je 406 lica ili 57,26% prvi put tražilo zaposlenje, što ukazuje na značajne izazove mladih u pristupu tržištu rada i neophodnost boljeg povezivanja obrazovnog sistema i potreba lokalne privrede.

Takođe, 368 nezaposlenih lica ili 51,9% pripada grupi bez kvalifikacija, u koju spadaju nekvalifikovani i polukvalifikovani radnici. Ova struktura naglašava potrebu za dodatnim programima prekvalifikacije i obrazovanja kako bi se poboljšala zaposlenost ovog dela stanovništva.

Od ukupnog broja nezaposlenih, 347 su žene, što predstavlja 48,94%, čime se uočava približna rodna ravnoteža u strukturi nezaposlenosti. Broj nezaposlenih lica na 1.000 stanovnika iznosi 77, što ukazuje na umereno opterećenje lokalnog tržišta rada, ali i na potencijal za unapređenje zapošljavanja kroz ciljane mere aktivne politike zapošljavanja.



Grafikon 5.23. Struktura nezaposlenih lica u opštini Irig

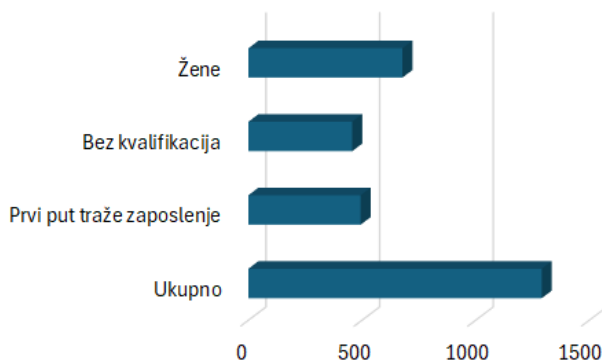
Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2024), Republički zavod za statistiku, Beograd

Opština Indija, kojoj pripada i banja Stari Slankamen, se u 2023. godini suočila sa 1.291 nezaposlenim licem. Od tog broja, čak 494 lica, odnosno 38,26%, prvi put je tražilo zaposlenje, što ukazuje na značajan udeo mladih i osoba bez prethodnog radnog iskustva na evidenciji Nacionalne službe za zapošljavanje.

Značajan udeo nezaposlenih čine lica bez kvalifikacija – ukupno 457, što predstavlja 35-40%. Ovaj podatak ukazuje na potrebu za unapređenjem programa stručnog usavršavanja i prekvalifikacija u lokalnoj zajednici.

Žene čine 48,94% ukupnog broja nezaposlenih, što govori o relativno ujednačenoj rodnoj strukturi u pogledu nezaposlenosti.

Broj nezaposlenih na 1.000 stanovnika iznosi 30, što je relativno umerena vrednost, ali i dalje predstavlja osnov za sprovođenje aktivnih mera zapošljavanja u lokalnoj zajednici.



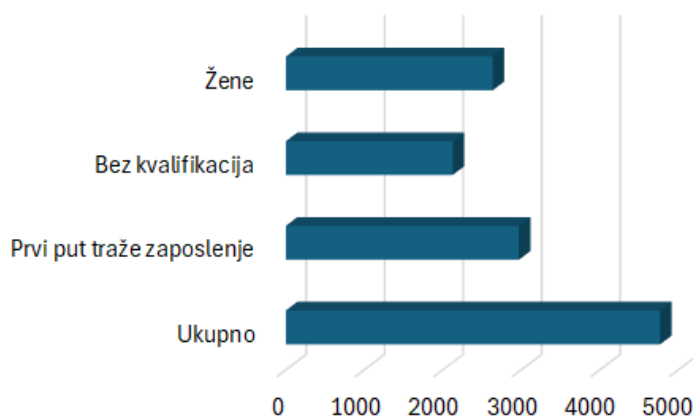
Grafikon 5.24. Struktura nezaposlenih lica u opštini Indija

Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2024), Republički zavod za statistiku, Beograd

Prema podacima iz 2023. godine, na teritoriji opštine Zrenjanin evidentirano je ukupno 4.766 nezaposlenih lica. Značajan deo ove grupe, odnosno 2.969 lica ili 62,30%, činili su oni koji su prvi put tražili zaposlenje. Ovaj podatak ukazuje na izazove s kojima se susreću mladi i lica bez radnog iskustva prilikom uključivanja na tržište rada.

Zabrinjavajući je i podatak da je bez kvalifikacija bilo 2.125 lica, što predstavlja 44,59% ukupne nezaposlenosti. Ova struktura ukazuje na potrebu za ulaganjem u programe dodatnog obrazovanja, prekvalifikacije i obuka koje bi povećale konkurentnost ovih lica na tržištu rada.

Žene su činile većinu ukupno nezaposlenih - njih 2.634, ili 55,27%, što ukazuje na rodnu neravnopravnost u zapošljavanju i potrebu za posebnim merama podrške u ovom domenu (Grafikon 5.25). Broj nezaposlenih lica na 1.000 stanovnika u opštini Zrenjanin iznosio je 45, što predstavlja značajan pokazatelj opterećenosti lokalnog tržišta rada.



Grafikon 5.25. Stuktura nezaposlenih lica u opštini Zrenjanin

Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (2024), Republički zavod za statistiku, Beograd

Važno je istaći da je ekonomska struktura važan instrument za planiranje i sprovođenje lokalne i regionalne politike zapošljavanja, obrazovanja i socijalne zaštite. Analiza ovih podataka omogućava donosiocima odluka da formulišu ciljne mere za unapređenje kvaliteta života stanovništva i podsticanje održivog ekonomskog razvoja. Ujedno, ona je temelj za planiranje obrazovnih, socijalnih i ekonomskih politika na lokalnom i regionalnom nivou.

Stanovništvo i turizam

Kako Devedžić (2007), a kasnije i drugi autori potvrđuju kada se govori o usporavanju i zaustavljanju procesa depopulacije, najčešće se kao faktor revitalizacije navodi turizam. Devedžić (2007) smatra da bi turistički razvoj u emigracionim područjima sa redukovanim demografskim potencijalima, ali sa očuvanim prirodnim vrednostima i bogatim etno nasleđem, ne samo zaustavio iseljavanje, već, eventualno, doveo do povratnih migracija i ekonomskog oporavka. Ovo bi mogao biti značajan faktor za izmenu demografske slike u banjama Vojvodine.

Aktivnosti od posebnog značaja za razvoj turizma koje bi se mogle podržavati iz budžetskih sredstava ministarstva nadležnog za poslove turizma ili za koje se može konkurisati za raspoložive programe EU su:

- 1) marketing/promocija;
- 2) unapređenje turističke infrastrukture i suprastrukture (izgradnja i uređenje biciklističkih staza i drugih kulturno tematskih ruta, turistička signalizacija, vizitorski centri, izgradnja kampova, uređenje plaža i dr);
- 3) podrška turističkim agencijama u oblasti receptivnog turizma;
- 4) razvoj online rezervacionih sistema;
- 5) izgradnja i uređenje atrakcija (npr. tematski parkovi, adrenalin sadržaji i sl);
- 6) konferencije i organizacije događaja – jačanje Republike Srbije kao MICE turizam destinacije;
- 7) razvoj DMO i jačanje upravljačkih struktura;
- 8) razvoj i primena međunarodnih standarda kvaliteta (proizvoda, pruženih usluga i upravljanja destinacijama);
- 9) aktivnosti istraživanja, edukacije i treninga u turizmu;
- 10) razvijanje međunarodne i regionalne saradnje i kreiranje regionalnih turističkih proizvoda;
- 11) razvoj inovacija i preduzetništva u turizmu (Strategija razvoja turizma Republike Srbije za period 2016-2025, 2016).

Značaj ovih proizvoda za Republiku Srbiju (samim tim i Vojvodinu), kao turističku destinaciju, u najvećoj meri proizlazi iz činjenice da ih, u svetskim razmerama, odlikuje veliki i konstantan obim tražnje, ili dinamična stopa rasta tražnje, ili velika prosečna potrošnja po danu boravka. U tom smislu, prodor Republike Srbije na tržište bilo kog od ovih proizvoda bi se u velikoj meri pozitivno odrazio na današnji broj i strukturu dolazaka i noćenja, kao i na ostvarenu inostranu turističku potrošnju u zemlji.

Važno je istaknuti da se snaga turizma, kao faktora populacionog porasta, razlikuje u zavisnosti od lokalnih faktora: saobraćajno-geografskog položaja, stepena urbanosti, blizine i značaja emitivnih centara, tipa turističkog mesta i demografskih pojava i procesa koji su zatečeni u konkretnom prostoru. Turizam je, kao *pull* faktor, u nekim područjima iskazao značaj adekvatan onom koji je imala industrijalizacija u drugim područjima. U razvijenijim turističkim mestima, turizam pospešuje ne samo definitivna preseljenja, već sezonsko migriranje radne snage. Takođe, turizam kao privredna grana ima veliki uticaj na lokalnu zajednicu, a isto tako i na okruženje. Razvoj turizma donosi brojne pozitivne ekonomske efekte (mogućnost zapošljavanja, poboljšanje infrastrukture i drugo) (Devedžić, 2007; Lee, 2013).

Podrška zajednice u procesu razvoja turizma potrebna je u dostizanju principa održivosti destinacije, pa zato ne čudi što je lokalno stanovništvo ključni faktor u procesu razvoja turizma. Percepcija lokalnog stanovništva o stvarnim uticajima turizma na lokalnu zajednicu, odnosno stvarna promena u pogledu kvaliteta života lokalnog stanovništva, određuje stepen prihvatanja turizma i turističkog sadržaja kao načina privređivanja (Milošević, Perić & Vujinović, 2020).

Takođe, jedna od ključnih stvari za postizanje i negovanje održivog razvoja turizma na destinacijama je stvaranje pozitivne interakcije između lokalnog stanovništva i turista. Kvalitet interakcije između turista i domicilnog stanovništva doprinosi i doživljaju turista, odnosno percepciji posećene destinacije, kao i stepen prihvatanja i tolerancije turista od strane rezidenata. Međusobna društvena i kulturna interakcija između lokalnog stanovništva i turista je neizbežna. Mnogi elementi nacionalne kulture (vrednosti, norme ili pravila) imaju značajan uticaj na ponašanje turista, na njihova očekivanja tokom boravka na nekoj destinaciji, zadovoljstvo i posledično ponovljene posete (Armenski et al., 2011; Reisinger & Turner, 2003).

Uloga turizma u privrednom razvoju banjskih naselja Vojvodine je u ekonomskoj valorizaciji brojnih resursa, generatorskoj i integrativnoj funkciji u odnosu na druge delatnosti, socijalnim i demografskim efektima i sl. Da bi se postigli pozitivni rezultati, turizma treba sinhronizovano da se razvija sa ostalim, komplementarnim delatnostima. Problem je što banjski turizam nije ni približno iskoristio sve mogućnosti i resurse koje turistička privreda Vojvodine ima (Gajić, Džigurski & Dragin, 2011; Gajić & Ivkov Džigurski, 2010).

Veliki broj nezaposlenih i male mogućnosti za stvaranje radnih mesta čine samo neke u nizu problema koji su doveli do depopulacije u posmatranim naseljima Vojvodine (Pantelić et al., 2011). Postoji nekoliko mogućnosti za revitalizaciju područja pogođenih depopulacijom. S obzirom na to da se veliki procenat ljudi u ruralnim područjima bavi poljoprivredom, poboljšanje stanja poljoprivrede, uopšteno posmatrano, može biti jedno od rešenja za ovaj problem, kao i plasiranje domaćih proizvoda potencijalnim turistima u ovim banjskim mestima. Turistička privreda u Vojvodini u budućnosti nudi velike mogućnosti za zapošljavanje radno sposobnog stanovništva, a tu se ogleda i njena funkcija u aktiviranju ljudskih resursa. Razvoj turizma i ugostiteljstva je značajan preduslov za ublažavanje problema nezaposlenosti u tim naseljima (Gajić & Ivkov Džigurski, 2010; Pantelić et al., 2011).

Prema podacima Svetske turističke organizacije, broj turista na svetskom nivou u prethodnih 60 godina je pokazivao kontinuirani rast (UNWTO, 2016). Prema podacima dobijenim iz CROSO (Centralni registar obaveznog socijalnog osiguranja Republike Srbije), broj zaposlenih u turizmu raste iz godine u godinu. U decembru 2023. godine, broj zaposlenih u turizmu u Republici Srbiji iznosio je 84.205, što je za 4,8% više nego u isto vreme 2022. godine i za 9% više nego u decembru 2021. godine. Istovremeno, povećava se i udeo zaposlenih u turizmu u Srbiji u odnosu na ukupan broj zaposlenih, sa 3,6% u 2021. godini na 3,8% u 2023. godini (<https://www.ekapija.com/news/4573711/kakvi-su-nam-kadrovi-u-turizmu-radnika-ni-zalek-a-plata>).

Ukoliko se posmatra starosna struktura onih koji su zaposleni u matičnom sektoru (delatnosti usluge smeštaja i ishrane i administrativnim i pomoćnim uslužnim delatnostima) sa odgovarajućim školovanjem, koji čine 40,77% od svih delatnosti, može se primetiti da je najveći broj onih starosne dobi između 30 i 54 godine.

Primećuje se da je, u sektoru turizam i ugostiteljstva, ubedljivo najviše zaposlenih sa završenom srednjom školom (trogodišnje i četvorogodišnje stručno obrazovanje - 82,6%), ostale kategorije su približne zastupljenosti, s tim što bi trebalo naglasiti da je peti stepen stručne sprema najmanje zastupljen među zaposlenima. Prema radnoj angažovanosti u sektoru turizam i

ugostiteljstvo, najveći je broj onih koji rade na neodređeno vreme – 6.735, što predstavlja 65,7% od ukupnog broja zaposlenih. Zatim slede lica zaposlena na određeno, a najmanji broj lica radi po ugovoru (NOSK, 2016).

Prema najnovijim podacima, turizam u Srbiji je u prvoj polovini 2024. godine zabeležio značajan rast broja turista i noćenja. U ovom periodu, Srbiju je posetilo 2.038.026 turista, što predstavlja povećanje od 10,2%, u odnosu na isti period prošle godine. Od tog broja, polovinu su činili domaći turisti, dok su drugu polovinu činili strani posetioci. Ukupan broj noćenja dostigao je 5.946.591, što je povećanje od 7,8% u odnosu na prethodnu godinu. U Vojvodini je takođe registrovan porast, dok su pozitivni trendovi u zapošljavanju ukazali na stabilan ekonomski razvoj. U prvih šest meseci 2024. godine, regiju je posetilo 335.892 turista, što je za 7,6% više, nego u istom periodu prethodne godine. Od ukupnog broja dolazaka, domaći turisti su činili 52%, dok su strani turisti činili 48%. Ukupan broj noćenja u Vojvodini dostigao je 917.285, što predstavlja povećanje od 5,6%, u poređenju sa prvim polugodištem 2023. godine (<https://objektiv24.rs/ivanisevic-vojvodina-belezi-rast-u-turizmu-i-zaposljavanju-u-prvoj-polovini-2024-godine/>).

6. LOKALNE PERSPEKTIVE I PREDUZETNIČKI POTENCIJALI U RAZVOJU BANJSKOG TURIZMA U VOJVODINI

Tokom poslednjih decenija, svet se suočio sa brojnim izazovima koji su oblikovali socijalne, ekološke i ekonomske procese društva. Demografski sastav stanovništva, kao i standard i kvalitet života, pogođeni su modernizacijom, industrijalizacijom, globalizacijom i ubrzanim tempom života. Najveći razvojni izazovi posebno su pogodili ruralna područja, gde je došlo do demografskog disbalansa, što dalje usporava socio-ekonomski razvoj određenih ruralnih oblasti (Eurostat, 2024).

Jedan od ključnih problema Srbije je depopulacija, koja se intenzivno dešava u ruralnim prostorima. Područja pogođena depopulacijom karakterišu niže stope nataliteta, veći udeo muške populacije, obrazovna razlika između ruralnih i urbanih sredina, kao i visok udeo starijeg stanovništva (RZS, 2010, 2022). Ovakvi trendovi su detaljno opisani u poglavlju koje se bavi strukturom stanovništva, kao i u uvodnom delu monografije.

U devitalizovanim selima i regionima, čiji broj raste u Srbiji iz godine u godinu, sve je manje perspektivnih pojedinaca i porodica (Pašić, Ivkov-Džigurski & Dragin, 2010; RZS, 2022). Buduće generacije zavise od sadašnje strukture mladog, fertilnog i radno sposobnog stanovništva. Stoga je neophodno kontinuirano praćenje (Djurđev, Arsenović & Dragin, 2010) kako bi se identifikovali problemi, koji se (ukoliko se već ne mogu eliminisati) mogu ublažiti pravovremenim merama, o čemu se raspravlja u ovoj monografiji, koja je proistekla iz projekta PanSpa, zasnovanog na međunarodnim i nacionalnim preporukama.



Slike 6.1. Depopulacija ruralnih prostora

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2017/01/31/09/49/bike-2023470_1280.jpg i
https://cdn.pixabay.com/photo/2016/04/05/20/28/home-1310286_1280.jpg

Iako ruralna područja čine većinu teritorije Evropske unije, prihod po glavi stanovnika u tim regionima je značajno manji od prihoda u urbanim sredinama (Evropska komisija, 2021). Prema zvaničnim podacima Evropske unije (EU), ruralna područja predstavljaju 83% teritorije EU, u kojima živi 31% stanovništva EU (https://rural-vision.europa.eu/rural-vision_en). Ovome

u prilog idu podaci Eurostata, koji pokazuju da je u 2023. godini, prosečan ekvivalentni neto prihod stanovnika ruralnih područja u EU iznosio 88,2% prihoda koji ostvaruju ljudi koji žive u gradskim sredinama (Eurostat, 2024b). Zbog toga privlačenje i zadržavanje kvalifikovanih pojedinaca u ruralnim prostorima postaje sve veći izazov. Identifikovani su ključni problemi za budućnost ruralnog zapošljavanja, među kojima je učešće mladih u ruralnoj ekonomiji. Zbog toga su analize na temu kako zadržati mlade u Srbiji neophodne. Projekat PanSpa je zato kreirao kompleksnu bazu podataka, koja predstavlja novi prostor znanja u Srbiji. Ova integrativna baza kombinuje primarne i sekundarne podatke iz različitih naučnih disciplina, korišćenjem određenih metoda.

Poseban akcenat u monografiji je stavljen na pojmove kao što su „vezanost za mesto“, „kvalitet života/blagostanja“ i „preduzetnički duh“. U monografiji se ove teme razmatraju kroz interdisciplinarnu perspektivu, sa krajnjim ciljem da se preciziraju razvojne mogućnosti ruralnih prostora Vojvodine. Šire posmatrano, ovakav nov pristup doprinosi definisanju razvojnih mogućnosti ruralnih područja Srbije. Projekat PanSpa time obezbeđuje aktuelnu bazu podataka neophodnu za izradu nacionalnih i regionalnih planova i programa ključnih za budući razvoj Srbije.

6.1. RAZVOJ NOVE METODOLOGIJE

Ruralno stanovništvo u Srbiji najčešće se proučava parcijalno, odnosno iz ugla pojedinačnih naučnih disciplina. Međutim, sagledavanje demografske situacije na kompleksniji način zahteva interdisciplinarni i transdisciplinarni pristup, koji je ostvaren u okviru projekta PanSpa. Na čemu se on zasniva?

Polazište su bili zvanični podaci popisa stanovništva RS, uključujući i poslednji popis 2022. godine. Iako daju najpouzdaniju sliku određenog istorijskog trenutka sa prostora čitave države, podaci iz popisa nisu mogli da odgovore na sve potrebe istraživanja, jer su delimično obezbedili određene ulazne informacije za istraživanje. Zbog toga su sprovedeni intervjui i ankete među lokalnim stanovništvom. Navedeno ukazuje na složenost istraživanja obuhvaćenog projektom PanSpa, a sama baza podataka je koncipirana tako da je objedinila relevantne, važne i potrebne informacije za donosiocje odluka na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou, za nauku, građanstvo, medije, ruralno stanovništvo, dijasporu i druge.

Razvoj upitnika o učešću u razvoju zajednice, o vezanosti za mesto i percepciji kvaliteta života, kao i o preduzetničkom duhu – adaptacija i modifikacija postojećih instrumenata

Prva faza se odnosila na adaptaciju i modifikaciju skale za ispitivanje percepcije lokalnog stanovništva (mladih iz ruralnih prostora) o učešću u razvoju zajednice, naročito u razvoju turizma, i o tome da li smatraju da bi trebalo da imaju koristi od korišćenja lokalnih resursa, prvenstveno termo-mineralnih izvora. Za ovu svrhu korišćeni su delovi standardizovane SUS-TAS skale Čoi i Sirakaja (Choi & Sirakaya, 2005), validirane od strane PanSpa članova tima (Dragin et al., 2023a,b; Mijatov Ladičorbić, et al, 2023; Mijatov Ladičorbić, et al., 2024).

Druga faza se odnosila na adaptaciju i modifikaciju skale za ispitivanje percepcije lokalnog stanovništva po pitanju njihove vezanosti za mesto, njihovog prebivališta u ruralnim oblastima. Vezanost za mesto odnosi se na kognitivno-emocionalne odnose koje pojedinci razvijaju prema svom socijalno-fizičkom okruženju. Vremenom, osoba može razviti snažnu emocionalnu i ličnu vezu sa određenim mestom, što omogućava identifikaciju i osećaj pripadnosti. Vezanost za mesto je složen fenomen koji uključuje ne samo fizičko i društveno okruženje, već i funkcionalnu zavisnost – uslove života koje je teško replicirati na drugom mestu (Dragin et al., 2024a).



Slika 6.2. Vezanost za mesto

Izvor: <https://images.pexels.com/photos/236164/pexels-photo-236164.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200> i <https://images.pexels.com/photos/1416741/pexels-photo-1416741.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200>

Dve ključne dimenzije koje su u ovoj fazi bile korišćene su:

- Identitet mesta (*place identity*) – kako okruženje utiče na vrednosti, ponašanje, stavove,
- Zavisnost od mesta (*place dependence*) – koliko mesto zadovoljava potrebe i omogućava željene aktivnosti.

U okviru istraživanja, uvedena je i treća dimenzija – povezivanje sa mestom (*place bonding*), koju je PanSpa tim sa svojim kolegama razvio 2024. godine, a odnosi se na sledeće elemente: prijatelji, porodica, bezbednost, finansijska pristupačnost i percepcija opšte sigurnosti u mestu prebivališta (Tešin et al., 2024).



Slika 6.3. Vezanost za mesto

Izvor: <https://images.pexels.com/photos/48794/boy-walking-teddy-bear-child-48794.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200>

Treća faza se odnosila na adaptaciju i modifikaciju skale za ispitivanje lokalnog stanovništva po pitanju njihove percepcije ličnog kvaliteta života u ruralnim područjima (*well-being*). Indikatori kvaliteta života obuhvataju objektivne i subjektivne komponente. Budući da su objektivne teško merljive, subjektivne procene (npr. osećaj sreće, zadovoljstva) su ključne. Ljudi sa višim subjektivnim osećajem blagostanja, manje su skloni preseljenju (Đerčan et al., 2022). Metodologija je bazirana na modifikovanim instrumentima EU (Eurofound), WHOQOL, kao i EU-SILC podacima. Korišćene su modifikovane skale zadovoljstva životom (Đerčan et al., 2022). Poseban fokus je stavljen na specifičnosti ruralnih naselja u Vojvodini, sa ciljem razumevanja faktora koji utiču na ostanak stanovništva (Tešin et al., 2024). Pomoću ovakvog pristupa istraživanju, dobijeni su podaci, na osnovu kojih je bilo moguće izvršiti analizu uticaja pola, starosti, obrazovanja, zanimanja, prihoda, veličine domaćinstva itd.

Četvrta faza se odnosila na adaptaciju i modifikaciju skale za procenu preduzetničkog duha stanovništva. U kontekstu brzog tehnološkog napretka i globalnih ekonomskih promena, razumevanje faktora koji podstiču preduzetničke namere postaje ključno i za naučnike i za donosiocce odluka. „U središtu preduzetničke namere, nalazi se koncept preduzetničkog duha – višedimenzionalna konstrukcija koja obuhvata mešavinu psiholoških osobina, motivacionih snaga i stavova, a koji zajedno inspirišu pojedince da se upuste u preduzetničke poduhvate“ (Yeing-Aramkul et al., 2025). Pozitivan stav prema preduzetništvu predstavlja ključni momenat u procesu transformacije preduzetničkog duha u konkretnu nameru za pokretanje preduzetničkih aktivnosti. Ova uloga naglašava važnost razvoja pozitivnih preduzetničkih stavova, koji su pod uticajem ličnih osobina i spoljnih sistema podrške (Dragin et al., 2024a).

Obrazovanje i socijalno okruženje igraju važnu ulogu u oblikovanju preduzetničkog duha. Brojna istraživanja ukazuju na to da mlađe generacije imaju izražen preduzetnički potencijal, ali se suočavaju sa značajnim preprekama, kao što su strah od neuspeha i nedostatak adekvatne društvene i institucionalne podrške. Ovo potvrđuje i izveštaj OECD-a „The Missing

Entrepreneurs 2019“, gde se ističe da mladi ljudi u EU često navode strah od neuspeha kao prepreku za pokretanje biznisa. U periodu od 2014. do 2018. godine, 44,5% mladih u EU navelo je ovaj faktor kao barijeru, što je slično procentu odraslih koji su naveli isti faktor kao barijeru za pokretanje biznisa. Neke zemlje, poput Grčke i Italije, imaju još veće učešće mladih koji se plaše neuspeha (OECD, 2019). Istraživanja Moa-Liberti i saradnika (Moa-Liberty et al., 2016) ukazuju na značajan uticaj socio-demografskih varijabli na preduzetničke aktivnosti, ali takva istraživanja su retka u Srbiji (Dragin et al., 2022).

Shodno tome, PanSpa projektom se želelo utvrditi da li postoje razlike u preduzetničkim namerama mladih u odabranim ruralnim prostorima u zavisnosti od individualnih socio-demografskih varijabli. Razumevanje ovih faktora može doprineti razvoju teorije, ali i pomoći donosiocima odluka, istraživačima, edukatorima i konsultantima u unapređenju položaja ruralnog stanovništva i smanjenju depopulacije.

Upitnik je delimično bio baziran na anketama autora Linjan i saradnici (Liñán et al., 2011), Dragin i saradnici (2022), sa značajnim prilagođavanjima potrebama PanSpa projekta. Proučena je veza između socio-demografskih karakteristika mladih u ruralnim sredinama Vojvodine (pol, starost, obrazovanje, bračni status itd.) i preduzetničkih potencijala i namera – motivacije kao prediktora planiranog ponašanja. U narednom tekstu će biti izneti nalazi ove četiri faze istraživanja.

6.2. STAVOVI MLADOG RURALNOG STANOVNIŠTVA VOJVODINE PREMA RAZVOJU BANJSKOG TURIZMA

Savremene turističke destinacije beleže ubrzan i intenzivan razvoj, podstaknut pre svega očekivanim ekonomskim koristima koje turizam može doneti lokalnim zajednicama i širem regionu (Dragin et al., 2014; Đeri et al., 2014; Jovanović et al., 2013). Međutim, u tom procesu često dolazi do zanemarivanja drugih aspekata turističkog razvoja, kao što su socijalni, kulturni i ekološki uticaji na lokalno stanovništvo i prirodnu sredinu (Mijatov Ladičorbić et al., 2023c; Stojanović et al., 2023; Stojanović et al. 2024). Iako je opštepoznato da turizam može imati i pozitivne i negativne posledice (Dragin et al., 2024b), važno je razumeti da se ti uticaji razlikuju u zavisnosti od konteksta i da direktno utiču na svakodnevni život lokalnog stanovništva u turističkim područjima (Jafari, 2001; Kim et al., 2013; Wang & Pfister, 2006).

U doba sve izraženijih savremenih izazova, uključujući klimatske promene, globalizaciju, tehnološki razvoj i postpandemijske transformacije, turizam se sve češće posmatra ne samo kao ekonomski fenomen, već i kao kompleksna društvena pojava sa snažnim posledicama po lokalne zajednice (Dragin et al., 2010; Dragin et al., 2022a,b; Ivkov Džigurski et al., 2024; Majstorović et al., 2021; Mijatov et al., 2022). Održivi razvoj turizma ne podrazumeva samo balansiranje ekonomskih koristi i ekoloških ograničenja, već i postizanje društvene pravde i uključivanje lokalnih aktera u sve faze planiranja i upravljanja turizmom (UNWTO, 2018; Hall, 2019).



Slike 6.4-6.8. Turizam i lokalno stanovništvo

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2020/02/25/15/46/parade-4879243_1280.jpg,
https://cdn.pixabay.com/photo/2019/12/28/02/19/myanmar-4723740_1280.jpg,
https://cdn.pixabay.com/photo/2020/08/21/22/03/kimono-5507116_1280.jpg,
https://cdn.pixabay.com/photo/2022/01/05/05/55/man-6916436_1280.jpg,
https://cdn.pixabay.com/photo/2019/11/23/05/06/baby-4646299_1280.jpg

Koncept održivog razvoja turizma podrazumeva da lokalno stanovništvo ima ključnu i nezamenljivu ulogu u procesu planiranja i implementacije turističkih strategija. Prema mišljenju autora Čoi i Sirakaja, održivi turizam ne može postojati bez aktivnog uključivanja lokalnog stanovništva koje najbolje poznaje potrebe, kapacitete i ograničenja svog okruženja (Choi & Sirakaya, 2005). Samo kroz dublje razumevanje njihovih stavova, percepcije i nivoa informisanosti, moguće je obezbediti turistički razvoj koji neće narušiti kvalitet njihovog života, već će doprineti njegovom poboljšanju (Ap, 1992; Ritchie & Inkari, 2006).

Brojni istraživači ukazuju na to da, iako je značajan broj studija već bio posvećen ispitivanju uticaja turizma na lokalne zajednice, percepcija i stavovi stanovnika i dalje ostaju centralna tačka koju istraživači ne bi trebalo da zanemare (Caro-Carretero & Monroy-Rodríguez, 2025; Ritchie & Inkari, 2006; Sekole, Lethoko, Mautjana & Makombe, 2023). Njihovo razumevanje je presudno za dugoročno očuvanje održivosti, jer bez podrške stanovništva, turistički razvoj gubi legitimitet i nailazi na otpor u praksi. Bird podseća da su ključni faktori

održivog turizma spremnost stanovništva da učestvuje u donošenju odluka i njihova volja da podrže razvoj turizma, kao deo šire strategije razvoja destinacije (Byrd, 2007). O tome se navodi i u brojnim udžbenicima i studijama širom sveta (Stojanović, 2023; Travel Oregon, 2024). Tačnije, lokalno stanovništvo, kao deo društvenog tkiva destinacije, ima presudnu ulogu u oblikovanju i sprovođenju strategija održivog turizma. Njihova podrška je ne samo poželjna, već i apsolutno neophodna u svakom pokušaju dugoročnog planiranja i upravljanja turističkim razvojem (Ramseook-Munhurrin & Naidoo, 2011). U tom kontekstu, ova studija ima za cilj da ispita kako stanovnici percipiraju različite uticaje banjskog turizma, kao i koliko su informisani o takvim turističkim aktivnostima u svojoj sredini. Pored toga, istražuju se i njihove namere da se uključe u takve aktivnosti.

Takođe, faza u kojoj se destinacija nalazi unutar svog životnog ciklusa, značajno utiče na stavove lokalnih aktera (Butler, 2024; Zhang, Inbakaran & Jackson, 2006). Iz tog razloga, neophodno je kontinuirano pratiti promene u percepcijama i stavovima stanovništva, kako bi se identifikovali trendovi i potencijalni problemi u vezi sa turističkim razvojem. Postojeći podaci pokazuju da je percepcija stanovništva direktno povezana sa njihovim ponašanjem, posebno kada je reč o pružanju podrške turizmu (Andriotis & Vaughan, 2003; Caro-Carretero & Monroy-Rodríguez, 2025; Šegota, Mihalić & Perdue, 2024).

U poslednjih nekoliko godina, akademska zajednica sve više usmerava pažnju na razumevanje percepcija i stavova lokalnog stanovništva prema turizmu u određenim destinacijama, jer je postalo jasno da su njihovi pogledi od suštinskog značaja za uspešno planiranje i sprovođenje turističkog razvoja (Hadinejad et al., 2019). Ap (1992) je još davno ukazao da je nemoguće govoriti o održivom turizmu, ukoliko stanovništvo koje direktno trpi njegove posledice, nema aktivnu ulogu u procesu odlučivanja i ne percipira koristi koje iz njega proističu. Zato je u okviru projekta PanSpa bilo neophodno baviti se ovom temom, ako se želi podsticati razvoj banjskog turizma u ruralnim prostorima Vojvodine, koji obiluju takvim prirodnim resursima.

Brojna istraživanja ukazuju i na to da percepcija lokalnog stanovništva o turizmu varira, u zavisnosti od širokog spektra faktora – od demografskih karakteristika (kao što su pol, starost, obrazovanje, prihod) do socio-ekonomskog statusa, nivoa informisanosti, kao i stepena zavisnosti od turizma. Tako su projektom PanSpa ispitane i demografske karakteristike lokalnog stanovništva, u želji da se sagleda njihova potencijalna uloga u podršci ili otporu prema daljem razvoju banjskog turizma u destinaciji.

Viliams i Lavson (Williams & Lawson 2001) su klasifikovali postojeća istraživanja o percepciji stanovništva u dve glavne grupe: prva se bavi zajednicom kao celinom, najčešće definisanom teritorijalno ili politički, dok se druga grupa fokusira na pojedince i njihove individualne karakteristike u odnosu na turizam. Ova studija crpi znanja oba pristupa, baveći se analizom pojedinačnih percepcija u kontekstu demografskih obeležja i njihove veze sa podrškom razvoju banjskog turizma na određenoj teritoriji.

Pregled literature pokazuje da se percepcija uticaja turizma može podeliti u četiri osnovne dimenzije: ekonomsku, društvenu, kulturnu i ekološku (Khan, Masood & Khan, 2021; Ramseook-Munhurrin & Naidoo, 2011). Ekonomski aspekti se često ističu kao ključni –

otvaranje novih radnih mesta, povećanje prihoda i unapređenje infrastrukture su prepoznati kao glavne koristi (Akis et al., 1996; McGehee & Andereck, 2004; Sirakaya et al., 2002; WTTC, 2023). Ipak, pojedinci koji zavise od turizma ponekad izražavaju veću osetljivost na njegove negativne posledice (Vodeb et al., 2021).

Društveni i kulturni uticaji takođe imaju značajnu ulogu. Negativni efekti, poput gužvi, porasta cena, kriminala i gubitka autentičnosti, mogu uticati na stavove lokalne zajednice (Andriotis & Vaughan, 2003; Elorrieta, Cerdán Schwitzguébel & Torres-Delgado, 2022; Zhang et al., 2006). Ovi problemi posebno dolaze do izražaja u destinacijama pogođenim turizmom u prekomernom obimu (Milano et al., 2019), što dodatno pojačava značaj proaktivnog planiranja (Goodwin, 2016; Stojanović, 2023).



Slike 6.9. i 6.10. Negativni uticaji turizma

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2018/08/01/17/15/city-3577655_1280.jpg

https://cdn.pixabay.com/photo/2015/09/22/20/59/relief-952459_1280.jpg

Ekološki uticaji turizma sve više oblikuju javnu percepciju. Prekomerna eksploatacija prirodnih resursa, zagađenje i narušavanje pejzaža izazivaju zabrinutost kod stanovništva (Mehran Nejati, Badaruddin & Shida Irwana, 2014; Ramseook-Munhurrin & Naidoo, 2011). Long (2011) u svojoj studiji, sprovedenoj u Vijetnamu, pokazuje da lokalno stanovništvo ponekad više ceni očuvanje prirodnih i društvenih vrednosti nego ekonomske koristi.

Uloga obrazovanja i medija u formiranju stavova o turizmu takođe je ključna. Edukacija lokalnog stanovništva o benefitima i rizicima turizma, kao i njihovo uključivanje u proces odlučivanja, može značajno doprineti održivosti destinacije (Gómez-Cano & Sánchez-Castillo, 2023; Simpson, 2008; Bramwell & Lane, 2013). Informisano i osnaženo stanovništvo ne samo da pruža podršku turizmu, već postaje i njegov aktivni nosilac (Prasad, 2024). Sve su ovo teme koje zahtevaju dublju analizu na određenom prostoru u određenom trenutku, što je prepoznato PanSpa projektom. S tim u vezi, trebalo bi napomenuti da rezultati postojećih istraživanja ukazuju na složenost i neujednačenost stavova stanovništva prema turizmu. Percepcija i faktori koji utiču na podršku lokalne zajednice, razlikuju se u zavisnosti od brojnih varijabli, kao i od samog konteksta destinacije (Ramseook-Munhurrin & Naidoo, 2011). Ovo jasno pokazuje

potrebu za nastavkom istraživanja u različitim geografskim, kulturnim i ekonomskim sredinama. U tom smislu, Hadinejad i saradnici (2019) ističu značaj sprovođenja studija u različitim zemljama, gde su ovakva istraživanja i dalje relativno retka, uprkos rastućem turističkom potencijalu. Na osnovu razumevanja lokalnih stavova, moguće je formulisati politike i strategije koje će uvažiti interese zajednice, smanjiti negativne posledice turizma i maksimizirati njegove koristi. Na taj način, stvara se osnova za održiv, inkluzivan i odgovoran turizam, koji ima podršku ljudi koji u destinaciji žive i rade. A kakva je situacija po pitanju ruralnog stanovništva Vojvodine u pogledu njihovog stava prema razvoju banjskog turizma, bila je nepoznanica do pojave projekta PanSpa.

Banjski centri i banjski turizam u lokalnoj sredini

U okviru savremenog održivog turizma, banjski centri sve češće postaju značajni akteri ruralnog razvoja. Ove ustanove ne samo da nude zdravstvene i velnes usluge, već se snažno povezuju sa ekološkom i društvenom dinamikom zajednice. Banjski centri u ruralnim sredinama koriste prirodne resurse i pejzaže kako bi pružili terapijska i senzorna iskustva, oslanjajući se na lokalne prirodne karakteristike poput mineralnih izvora i pejzažnih vidika. Potražnja za ovakvim vidovima zdravstvenog turizma raste (Baloglu, Busser & Cain, 2019; Global Wellness Institute, 2024; Koskinen, 2019; Szromek & Wybrańczyk, 2019). Međutim, njihov razvoj mora biti pažljivo planiran, kako bi bio usklađen sa principima održivog turizma. Cilj ove studije jeste da pruži uvid u percepciju i angažovanje lokalne zajednice, kao osnovu za održivo upravljanje u pravcu zdravih i održivih ljudskih naselja, zasnovanih na korišćenju prirodnih resursa, poput termo-mineralnih voda.

Banjski turizam, kao rastući segment turističke privrede, fokusira se na aktivnosti usmerene na zdravlje i blagostanje, uključujući terapijske tretmane, opuštanje i fizičku revitalizaciju (Radin et al., 2022). Ova vrsta turizma ne samo da naglašava oporavak i velnes, već se često ukršta sa ekološkim i društveno-ekonomskim dimenzijama lokalnih zajednica (Busser & Cain, 2019; Koskinen, 2019; Singh et al., 2022; Szromek & Wybrańczyk, 2019). Ruralne oblasti, koje su bogate prirodnim pejzažima i resursima poput mineralnih izvora, predstavljaju prikladnu lokaciju za razvoj takvog oblika turizma. Banjski turizam može doneti ekonomske koristi privlačenjem posetilaca koji traže velnes iskustva, što omogućava održiv izvor prihoda za ruralne zajednice (Global Wellness Institute, 2024; Goulding, Horan & Tozzi, 2014). Ipak, razvoj banjskog turizma zahteva pažljivo prostorno planiranje, kako bi se izbegli negativni uticaji na životnu sredinu i obezbedilo poštovanje principa održivosti (Lobosco, 2017; Mijatov Ladičorbić et al., 2024).



Slike 6.11. i 6.12. Prodaja lokalnih proizvoda i pružanje različitih usluga

Foto: Aleksandra S. Dragin

Mladi su često više ekološki osvešćeni i podržavaju održive prakse (Gaidhani, Arora & Sharma, 2019; Dwidienawati et al., 2021), a istovremeno su i više orijentisani ka budućnosti (Dragin et al., 2022a), što ih čini ključnim akterima u održivosti turističkih projekata. Ipak, istraživanja koja se posebno fokusiraju na stavove mladih u vezi sa korišćenjem zemljišta i banjskim turizmom u ruralnim područjima i dalje su ograničena (Mijatov Ladičorbić, 2024).

U cilju popunjavanja ovog istraživačkog jaza, neophodno je koristiti robustan instrument za merenje stavova lokalnog stanovništva prema održivom turizmu i korišćenju zemljišta. Zbog toga je, za potrebe ovog istraživanja, korišćena *Sustainable Tourism Attitude Scale* (SUS-TAS skala), validirana specifično za kontekst ruralnog banjskog turizma, sa fokusom na percepciju mladog lokalnog stanovništva. Na taj način je jedino bilo moguće obezbediti uvide, potrebne različitim stakeholderima, koji su uključeni u politike održivog turizma i prostorno planiranje, kako bi se osiguralo da razvoj banjskog turizma doprinosi ruralnim ekonomijama, a da se istovremeno očuva ekološki integritet i lokalno nasleđe. Ovo dalje omogućava definisanje adekvatne strategije, koja balansira očuvanje životne sredine sa dobrobitima za zajednicu, čime se unapređuje održivost banjskih centara, kao destinacija za velnes i kao pokretača održivog lokalnog razvoja.

SUS-TAS metoda i stavovi lokalne zajednice

Ova metoda (*Sustainability Tourism Attitudes Scale*) predstavlja uspostavljen kompleksan istraživački okvir, osmišljen za analizu stavova lokalnog stanovništva u vezi sa održivim razvojem turizma. Kao alat koji se koristi za razumevanje kako zajednice percipiraju turizam i učestvuju u razvojnim inicijativama, SUS-TAS obuhvata ključne dimenzije održivosti, uključujući ekonomske, socijalne, kulturne i ekološke aspekte. Njena primena omogućava uvid u to kako uverenja i stavovi zajednica mogu oblikovati pristupe održivom turizmu, pri čemu se posebna pažnja posvećuje ekološkoj odgovornosti, socijalnom učešću i ekonomskim interesima. Integracijom ove skale u istraživanje, autori nastoje da razotkriju složene slojeve percepcije i

preferencija lokalnog stanovništva u različitim kontekstima turizma (Dragin et al., 2023a,b; Hsu et al., 2020; Jeelani et al., 2023).

Iako su istraživanja stavova zajednice prema turizmu široko zastupljena (Duda, 2017; Głabiński & Duda, 2017; Marković et al., 2020; Megeirhi et al., 2020; Rathnayake & Darshi, 2022), postoji primetan jaz u literaturi kada je u pitanju banjski turizam i specifična primena SUS-TAS okvira u tom kontekstu. U Srbiji je ova skala, fokusirana na ispitivanje percepcije članova lokalne zajednice u vezi sa održivim razvojem turizma, korišćena u kontekstu ekoturizma (Obradović & Stojanović, 2021; Obradović, Stojanović & Lukić, 2023; Stojanović et al., 2021) i industrijskog nasleđa (Dragin et al., 2023b; Hsu et al., 2020; Mijatov Ladičorbić et al., 2023a), a takođe i za ispitivanje percepcije i stavova zainteresovanih strana o razvoju kongresnog turizma u Srbiji (Ivkov et al., 2023). Prema uvidu u dostupnu literaturu, postoji jaz u istraživanjima koja koriste SUS-TAS skalu za ispitivanje stavova članova lokalne zajednice o održivom razvoju u okviru banjske destinacija, što je dodatno opravdalo sprovođenje ovog istraživanja.

Postojeća istraživanja često zanemaruju nijansirane faktore koji oblikuju stavove zajednice prema razvoju banjskog turizma, što otežava formulisanje ciljanih i efikasnih strategija za održivi suživot. U takvim situacijama, SUS-TAS metoda može značajno da pomogne, jer je bazirana na analizi nekoliko ključnih dimenzija:

- *Ekonomski faktori*: Stavovi o tome kako turizam utiče na lokalnu ekonomiju, zapošljavanje i poslovne prilike.
- *Socijalni i kulturni faktori*: Stavovi o uticaju turizma na društvene odnose, kulturne tradicije i kvalitet života.
- *Ekološki faktori*: Stavovi o uticaju turizma na životnu sredinu, resurse i očuvanje prirodnih vrednosti.
- *Lokalno upravljanje*: Stavovi o tome kako lokalne vlasti i zajednice upravljaju turizmom i kako to utiče na održivost.

Kroz niz pitanja i istraživačkih tehnika, istraživači mogu prikupiti podatke koji pomažu u razumevanju kako zajednice percipiraju uticaj turizma na njihov svakodnevni život i u kojoj meri su spremne da se uključe u aktivnosti održivog turizma.

Pozitivni stavovi: Mnogi ljudi u turističkim destinacijama vide turizam kao priliku za ekonomski razvoj i poboljšanje infrastrukture. Turizam može doneti nove poslove, poboljšanje kvaliteta života i može da podstiče kulturne razmene.

Negativni stavovi: S druge strane, neki članovi zajednice mogu imati negativne stavove prema turizmu, ukazujući na potencijalne negativne efekte kao što su zagađenje, prekomerna komercijalizacija, gužve i narušavanje lokalnih kulturnih vrednosti.

Lokalne zajednice često doživljavaju turizam kao ključni izvor prihoda. Povećanje broja turista može dovesti do povećanja potrošnje u lokalnim trgovinama, hotelima i restoranima. Uz to, turizam može stvoriti radna mesta u ugostiteljstvu, prevozu, vođenju tura i drugim sektorima povezanim s turizmom. Međutim, važno je razumeti i rizike. Prekomerna zavisnost od turizma može učiniti ekonomiju ranjivijom na ekonomske šokove, kao što su recesije ili prirodne nepogode. Takođe, preveliki pritisak na turizam može dovesti do inflacije cena, što može

negativno uticati na životni standard lokalnog stanovništva. S tim u vezi, ova metoda omogućava da se ispituju sledeće teme:

- Kako turizam doprinosi ekonomskom razvoju ili izaziva negativne posledice po ekonomiju?
- Da li lokalno stanovništvo vidi turizam kao dugoročnu priliku za ekonomski rast?
- Koliko turizam doprinosi smanjenju nezaposlenosti u zajednici?



Slike 6.13-6.15. Turizam kao promoter lokalne kulture

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2019/02/08/20/43/tradition-3983951_1280.jpg

https://cdn.pixabay.com/photo/2015/10/21/11/17/marrakesh-999370_1280.jpg

https://cdn.pixabay.com/photo/2024/11/16/08/40/ai-generated-9200996_1280.jpg

Turizam ima dubok uticaj na socijalnu strukturu zajednice. S jedne strane, može da pomogne u očuvanju i promociji lokalne kulture, tradicije i običaja, posebno u destinacijama koje se oslanjaju na kulturni turizam. Turizam može doprineti povećanju društvene interakcije, razmeni ideja i boljim međuljudskim odnosima, kroz različite manifestacije i događaje. S druge strane, prekomeran razvoj turizam može dovesti do promene životnih vrednosti i običaja, što može uzrokovati napetosti u zajednici. U nekim slučajevima, turizam može dovesti do gubitka autentičnosti i komercijalizacije kulturnih tradicija, što može negativno uticati na identitet zajednice. Tako se primenom SUS-TAS metode može doći do odgovora na sledeća pitanja:

- Kako turizam utiče na društvenu koheziju i međuljudske odnose u zajednici?

- Da li lokalno stanovništvo smatra da turizam pomaže u očuvanju kulture i tradicija?
- Kakav je odnos između turista i lokalnog stanovništva? Da li postoji strah od gubitka identiteta?

S obzirom na to da turizam često ima veliki uticaj na prirodnu sredinu, od zagađenja do prekomernog korišćenja resursa, ekološki faktor postaje ključan za održivost turizma. Lokalne zajednice često imaju različite stavove prema uticaju turizma na životnu sredinu. Neki su svesni pozitivnih efekata turizma, kao što su ulaganja u očuvanje prirodnih područja ili promocija ekoturizma (Obradović et al., 2022). Drugi pak ukazuju na negativne aspekte, poput zagađenja, uništavanja ekosistema i nepravilnog upravljanja resursima (Khanom & Buckley, 2015). S tim u vezi, SUS-TAS skala nam omogućava da dobijemo odgovore na pitanja kao što su sledeća:

- Kako turizam utiče na očuvanje prirodnih resursa i zaštitu životne sredine?
- Da li lokalno stanovništvo veruje da se turizam može razvijati bez negativnog uticaja na prirodu?
- Koliko su lokalne zajednice uključene u ekološke inicijative i upravljanje prirodnim resursima?

Konačno, efektivno upravljanje turizmom na lokalnom nivou ključno je za postizanje održivog razvoja. Stavovi lokalnog stanovništva prema tome kako se upravlja turizmom, kako se raspoređuju resursi i kako se rešavaju izazovi povezani s turizmom, imaju značajan uticaj na uspeh turističkih inicijativa. U okviru SUS-TAS metode, kada je u pitanju percepcija lokalnog stanovništva, ovaj deo bi se mogao odnositi na sledeća pitanja:

- Kako lokalne vlasti uključuju zajednicu u proces donošenja odluka o turizmu?
- Da li postoji odgovarajući balans između turizma i očuvanja lokalnih resursa?
- Kako se razvijaju infrastrukturni projekti (putevi, smeštaj, transport) u vezi sa turizmom?

Na osnovu pregleda literature i identifikovanog istraživačkog jaza, autori su postavili sledeća istraživačka pitanja:

- Kakva je percepcija mladih stanovnika ruralnih područja prema održivom razvoju banjskog turizma? Da li među njima preovlađuju pozitivni stavovi, ili su negativni stavovi prema održivom razvoju banjskog turizma dominantni?
- Da li postoji povezanost između socio-demografskih karakteristika članova lokalne zajednice u ruralnim područjima i njihova percepcija održivog razvoja banjskog turizma?

Istraživanje je sprovedeno korišćenjem upitnika, u okviru kog se pitanja mogu podeliti u dve grupe. Prva grupa sadržala je nekoliko osnovnih socio-demografskih pitanja, uključujući pol ispitanika, starost, stepen obrazovanja i mesto stanovanja. Druga grupa pitanja obuhvatala je 44 stavke standardizovane SUS-TAS skale, koju su razvili Čoi i Sirakaja (Choi & Sirakaya, 2005), a verifikovali Sirakaja-Turk, Ekinci i Kaja (Sirakaya, Ekinci & Kaya, 2008).

Podaci za potrebe PanSpa projekta su prikupljeni korišćenjem standardne metode „olovka i papir“ u periodu od oktobra 2022. do januara 2023. godine. Ispitanici su odgovarali na pitanja, tačnije, izražavali su svoj stav prema stavkama SUS-TAS skale, birajući jedan odgovor na skali od 1 (uopšte nije važno) do 7 (potpuno je važno), osim kada je reč o pitanjima koja se odnose na

njihov socio-demografski profil. Ispitanici su bili informisani da je učešće u istraživanju anonimno i dobrovoljno, kao i da će njihovi odgovori biti analizirani isključivo u naučne svrhe. Prikupljeni podaci su dalje analizirani u SPSS softveru, na osnovu deskriptivne statistike, faktorske analize i opšteg linearnog modela.

Od ukupno 254 ispitanika, 69% su činile žene, a 31% muškarci. Uzorak je činilo 59,4% ispitanika starosti do 20 godina i 40,6% ispitanika između 21 i 30 godina. Prema stepenu obrazovanja, većina ispitanika je završila srednju školu – čak 94,4%, dok je manji broj ispitanika završio gimnaziju (1,2%) ili stekao visoko obrazovanje (4,4%). Kada je reč o mestu stanovanja, ispitanici su dolazili iz svih delova Vojvodine, iz ukupno 64 ruralna naselja.

U ovom istraživanju fokus je stavljen na predstavnike generacije Z, rođene između 1995. i 2015. godine. Zanimljivo je da, prema istraživanju koje su objavili Dvidienavati i saradnici, generacija Z se doživljava kao generacija budućih lidera (Dwidienawati et al., 2021). Ovome u prilog idu i nalazi drugih istraživanja (Gaidhani, Arora & Sharma, 2019; Diz, 2021; Dragin et al., 2022; Dragin et al., 2022a,b; Mahapatra, Bhullar, & Gupta, 2022; Mijatov et al., 2022; Wennqvist, 2022). Sa druge strane, bez mladih ljudi, posebno žena, ne postoji opstanak sela (Dragin et al., 2025; Tešin et al., 2024). Njihov stav prema ekonomskom razvoju ruralnih područja stoga je još značajniji za razmatranje.

Stavovi lokalnog stanovništva

Uzimajući u obzir rezultate istraživanja prikazane u Tabeli 6.1, može se uočiti da se prva grupa stavki SUS-TAS skale odnosi na percepciju i stavove ispitanika u vezi sa *zaštitom životne sredine* u kontekstu razvoja banjskog turizma. Analiza srednjih vrednosti odgovora ukazuje na visok nivo ekološke svesti među ispitanicima. Naime, učesnici istraživanja izražavaju snažan stav da je neophodno očuvati životnu sredinu, kako u sadašnjem trenutku, tako i dugoročno ($M = 6,64$), dok takođe naglašavaju važnost očuvanja i uvažavanja prirodne raznovrsnosti ($M = 6,60$).

Nešto niža, ali i dalje visoka srednja vrednost, zabeležena je kod tvrdnje da bi razvoj banjskog turizma mogao doprineti intenziviranju napora usmerenih ka očuvanju životne sredine ($M = 5,79$). Ovo ukazuje na određenu dozu opreza ili skepticizma, kada je reč o stvarnom uticaju turističkog razvoja na unapređenje ekoloških praksi, iako se generalno prepoznaje njegova potencijalna pozitivna uloga.

Daljom analizom preostalih rezultata iz Tabele 1, može se zaključiti da su opšti stavovi ispitanika o zaštiti životne sredine u okviru razvoja banjskog turizma pretežno pozitivni. Ovaj zaključak dodatno je potkrepljen visokim srednjim vrednostima i raspodelom odgovora, što ukazuje na visok stepen slaganja ispitanika sa iznetim tvrdnjama. Dobijeni podaci jasno sugerišu da većina učesnika izražava slaganje, bilo potpuno ili delimično, sa stavovima koji afirmišu značaj zaštite životne sredine u procesu razvoja banjskog turizma.

Tabela 6.1. Stavovi ispitanika o zaštiti životne sredine u okviru razvoja banjskog turizma
(srednje vrednosti)

Životna sredina bi trebalo da bude zaštićena sada, kao i u budućnosti.							6,64
1	2	3	4	5	6	7	
/	/	1,2%	4,4%	3,6%	10,8%	80,1%	
Raznolikost prirode mora biti cenjena i zaštićena.							6,60
1	2	3	4	5	6	7	
/	0,4%	0,8%	4,4%	5,2%	10,8%	78,4%	
Smatram da bi razvoj turizma doveo do intenziviranja napora usmerenih ka očuvanju životne sredine.							5,79
1	2	3	4	5	6	7	
0,4%	0,4%	5,2%	10,4%	21,2%	22,0%	40,4%	
Turizam mora da štiti životnu sredinu lokalne zajednice.							6,31
1	2	3	4	5	6	7	
0,4%	/	2,4%	6,0%	11,2%	16,5%	63,5%	
Pravilno razvijen turizam podrazumeva da su biljne i životinjske vrste, kao i njihova staništa, stalno zaštićeni.							6,35
1	2	3	4	5	6	7	
0,4%	0,4%	2,0%	3,6%	12,4%	17,3%	63,9%	
Potrebni su zakoni, kako bi se umanjili negativni uticaji razvoja banjskog turizma.							5,93
1	2	3	4	5	6	7	
1,6%	0,8%	3,2%	10,4%	16,1%	16,9%	51,0%	
Banjski turizam bi trebalo razvijati u skladu sa prirodnim i kulturnim okruženjem.							6,29
1	2	3	4	5	6	7	
/	0,4%	2,4%	6,0%	12,4%	16,8%	62,0%	
Razvoj banjskog turizma mora promovisati pozitivan odnos prema životnoj sredini među svim učesnicima u turizmu.							6,27
1	2	3	4	5	6	7	
/	/	3,2%	7,2%	11,2%	16,3%	62,2%	
Verujem da banjski turizam mora poboljšati životnu sredinu za buduće generacije.							5,91
1	2	3	4	5	6	7	
0,4%	1,6%	6,0%	6,0%	18,4%	19,6%	48,0%	

*Stavovi mladih pripadnika lokalne zajednice o održivom razvoju banjskog turizma, na skali od 1 (potpuno neslaganje) do 7 (potpuno slaganje)

Izvor: Dragin et al., 2023b

Iako svi odgovori u ovom segmentu ukazuju na visok nivo saglasnosti sa tvrdnjama koje se odnose na zaštitu životne sredine, najslabije izražen (iako i dalje pozitivan), bio je stav da bi razvoj banjskog turizma mogao doprineti dodatnim naporima u očuvanju prirode (M = 5,79). Ovaj rezultat sugerise da, iako ispitanici generalno podržavaju razvoj turizma, ne doživljavaju ga

nužno kao ključnog pokretača ekološke zaštite. Umesto toga, turizam vide kao delatnost koja bi trebalo da se razvija u sinergiji sa odgovornim i održivim upravljanjem prirodnim resursima.

Tabela 6.2. Stavovi ispitanika o daljem razvoju banjskog turizma u njihovoj lokalnoj zajednici i društvenim pitanjima (srednje vrednosti)

Smatram da dolazak turista u moju lokalnu zajednicu, usled posete konkretnom banjskom centru, može da ugrozi kvalitet mog života.							3,37
1	2	3	4	5	6	7	
19,7%	19,7%	14,9%	16,1%	14,9%	8,8%	6,0%	
Verujem da bi kvalitet mog života mogao biti narušen razvojem banjskog turizma.							2,72
1	2	3	4	5	6	7	
37,6%	18,0%	10,8%	14,4%	9,6%	6,8%	2,8%	
Često me iritira prisustvo banjskog turizma u mojoj zajednici.							2,01
1	2	3	4	5	6	7	
64,4%	10,4%	4,8%	8,8%	5,6%	4,0%	2,0%	
Smatram da bi banjski turisti mogli prekomerno koristiti turističke resurse.							3,14
1	2	3	4	5	6	7	
25,3%	16,3%	16,7%	17,6%	12,7%	7,3%	4,1%	
Smatram da bi razvoj banjskog turizma mogao dovesti do gužvi u mom lokalnom okruženju.							3,83
1	2	3	4	5	6	7	
13,6%	12,0%	17,6%	18,0%	9,6%	12,0%	7,2%	
Ne osećam se prijatno ili dobrodošlo u lokalnim turističkim objektima, zbog posetilaca banjskog centra.							2,46
1	2	3	4	5	6	7	
39,6%	19,6%	15,2%	12,0%	8,8%	4,0%	0,8%	
Smatram da će se banjski turizam razvijati prebrzo u mom lokalnom okruženju.							2,62
1	2	3	4	5	6	7	
33,9%	21,1%	17,9%	11,2%	9,6%	5,2%	1,2%	
Verujem da bi međuljudski odnosi u mojoj zajednici mogli biti narušeni razvojem banjskog turizma.							2,34
1	2	3	4	5	6	7	
48,8%	14,8%	13,6%	9,2%	6,4%	4,4%	2,8%	

*Stavovi mladih pripadnika lokalne zajednice o održivom razvoju banjskog turizma, na skali od 1 (potpuno neslaganje) do 7 (potpuno slaganje)

Izvor: Dragin et al., 2023b

Posmatrano u celini, nalazi istraživanja ukazuju na to da mladi ljudi, koji žive u ruralnim sredinama, poseduju razvijenu ekološku svest i jasno prepoznaju važnost očuvanja prirodne sredine. Oni smatraju da svaki oblik razvoja, uključujući i turistički, mora biti pažljivo planiran i

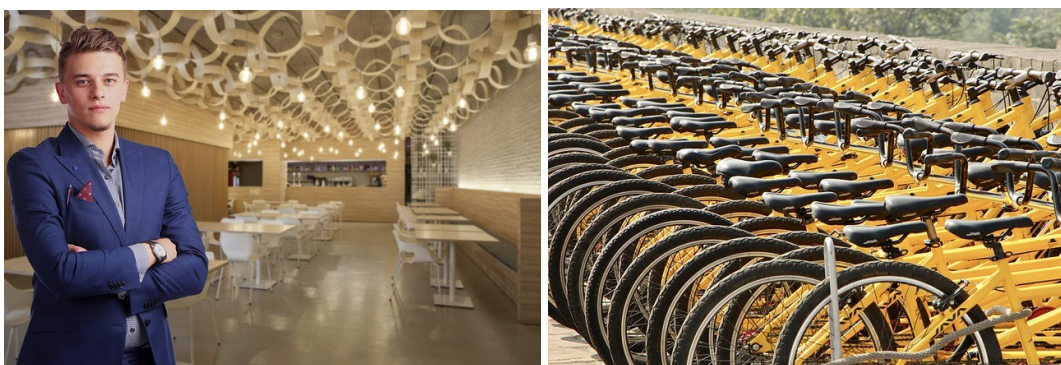
usmeravan, kako bi se sačuvalo prirodno bogatstvo i obezbedili uslovi za održivu budućnost. Ovakav stav odražava odgovoran odnos prema prirodi i naglašava potrebu za balansiranjem ekonomskih koristi i ekoloških imperativa.

Drugi segment SUS-TAS skale bio je usmeren na ispitivanje stavova ispitanika o potencijalnim *negativnim uticajima razvoja banjskog turizma, uključujući i prateće socijalne probleme*. Analiza srednjih vrednosti i procentualne raspodele odgovora, prikazanih u Tabeli 6.2, ukazuje na to da većina ispitanika izražava neslaganje - potpuno ili delimično - sa tvrdnjama koje sugerišu negativne aspekte banjskog turizma. Srednje vrednosti ovih stavova kreću se u rasponu od 2,01 do 3,83, što ukazuje na relativno nizak nivo zabrinutosti ili otpora prema potencijalno nepovoljnim posledicama turističkog razvoja.

Najniža prosečna vrednost zabeležena je kod tvrdnje „Često me iritira prisustvo banjskog turizma u mojoj zajednici“ ($M = 2,01$), što predstavlja pozitivan nalaz, jer implicira da lokalno stanovništvo ne doživljava prisustvo banjskog turizma kao smetnju ili izvor nezadovoljstva. Ovakav rezultat može se tumačiti kao pokazatelj visoke tolerancije i opšte prihvaćenosti turizma, kao oblika razvoja zajednice, bez izraženijih negativnih emocionalnih reakcija (Tabela 6.2).

U narednom segmentu SUS-TAS skale, ispitivani su stavovi ispitanika o *ekonomskim koristima koje bi dalji razvoj banjskog turizma mogao doneti lokalnoj zajednici*, a rezultati su prikazani u Tabeli 6.3. Srednje vrednosti odgovora na ove tvrdnje kreću se u uskom rasponu od 5,53 do 5,87, što ukazuje na izraženo pozitivne stavove ispitanika prema ekonomskoj dimenziji razvoja banjskog turizma. Iako su ovi rezultati nešto niži u poređenju sa vrednostima koje se odnose na stavove o zaštiti životne sredine, i dalje jasno pokazuju visok nivo saglasnosti sa tvrdnjama koje afirmišu ekonomski doprinos turizma.

Najviše prosečne vrednosti zabeležene su za tvrdnje da banjski turizam može doprineti razvoju lokalne ekonomije ($M = 5,87$) i otvoriti nova tržišta za lokalne proizvode ($M = 5,86$). Ovi nalazi sugerišu da ispitanici prepoznaju potencijal banjskog turizma ne samo kao priliku za povećanje prihoda, već i kao mehanizam za jačanje lokalne proizvodnje i podsticanje preduzetništva unutar zajednice.



Slike 6.16. i 6.17. Lokalna ekonomija

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2020/08/09/10/57/man-5475187_1280.jpg,
https://cdn.pixabay.com/photo/2019/09/10/09/07/asia-4465652_1280.jpg

Tabela 6.3. Stavovi ispitanika o ekonomskim koristima daljeg razvoja banjskog turizma u njihovoj lokalnoj zajednici (srednje vrednosti)

Verujem da bi banjski turizam mogao da obezbedi nova primanja za lokalnu zajednicu.							5,76
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
2,8%	0,8%	4,5%	5,3%	20,7%	28,0%	37,8%	
Verujem da bi banjski turizam mogao da pruži snažan ekonomski doprinos lokalnoj zajednici.							5,75
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
1,2%	0,8%	4,4%	10,8%	18,7%	27,1%	37,1%	
Verujem da bi banjski turizam mogao da donese značajne poreske prihode za lokalnu samoupravu.							5,53
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
1,6%	0,8%	6,0%	12,8%	21,2%	28,8%	28,8%	
Verujem da je razvoj banjskog turizma dobar za lokalnu ekonomiju.							5,86
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
1,2%	0,4%	4,0%	7,2%	20,0%	26,8%	40,4%	
Banjski turizam bi mogao da omogućipristup novim tržištima za naše lokalne proizvode.							5,87
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
0,4%	1,2%	4,4%	9,2%	17,5%	24,7%	42,6%	
Banjski turizam bi mogao da omogućiti razvoj raznovrsnosti lokalne ekonomije.							5,81
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
0,4%	0,4%	6,0%	9,2%	18,7%	25,5%	39,8%	
Banjski turizam bi mogao da donese koristi i za druge aktivnosti u lokalnoj zajednici (kao što su građevinarstvo, zdravstvo, industrija, kultura).							5,73
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
0,8%	0,8%	6,9%	10,9%	19,4%	19,4%	41,9%	

*Stavovi mladih pripadnika lokalne zajednice o održivom razvoju banjskog turizma, na skali od 1 (potpuno neslaganje) do 7 (potpuno slaganje)

Izvor: Dragin et al., 2023b

Pored stavova o ekološkim i ekonomskim aspektima, istraživao je i odnos ispitanika prema *participaciji lokalne zajednice u procesu odlučivanja o budućem razvoju banjskog turizma*, što je prikazano u Tabeli 6.4. Dobijeni rezultati ukazuju na značajnu saglasnost sa tvrdnjama koje ističu važnost uključivanja lokalnog stanovništva u planiranje i donošenje odluka. Srednje vrednosti za ovaj segment kreću se između 3,86 i 5,36, pri čemu više vrednosti dominiraju, što potvrđuje opšti stav da participacija zajednice predstavlja ključni element održivog razvoja turizma.

Posebno je značajno što su ispitanici u velikoj meri izrazili neslaganje sa tvrdnjom da je ponekad opravdano isključiti lokalne predstavnike iz procesa odlučivanja, što dodatno naglašava njihov stav da bi razvoj turizma trebalo da bude transparentan, inkluzivan i usklađen sa interesima lokalne zajednice. Ovi nalazi sugerišu postojanje svesti o važnosti pristupa kroz otvoreni dijalog u oblikovanju turističkih politika i planova, čime se doprinosi većem poverenju i dugoročnoj održivosti turizma u ruralnim područjima.

Tabela 6.4. Stavovi ispitanika o uključivanju lokalne zajednice u proces donošenja odluka u vezi daljeg razvoja banjskog turizma (srednje vrednosti)

Verujem da bi odluke o banjskom turizmu trebalo da donose svi predstavnici lokalne zajednice, bez obzira na to čime se bave.							4,98
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
3,2%	8,1%	8,9%	15,8%	21,5%	16,6%	25,9%	
Verujem da je uključivanje predstavnika lokalne zajednice u proces donošenja odluka u vezi sa razvojem banjskog turizma neophodan aspekt uspešnog razvoja ove delatnosti.							5,16
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
2,4%	3,2%	8,5%	18,6%	21,9%	19,8%	25,5%	
Ponekad je prihvatljivo isključiti predstavnike lokalne zajednice iz procesa donošenja odluka o razvoju banjskog turizma.							3,86
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
14,6%	12,2%	14,6%	24,0%	12,2%	10,6%	11,8%	
Predstavnici lokalne zajednice bi trebalo da imaju mogućnost da budu uključeni u proces razvoja i upravljanja banjskim turizmom.							5,23
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
1,2%	3,2%	6,9%	19,4%	25,5%	17,0%	26,7%	
Sektor turizma mora poštovati vrednosti koje su prepoznate od strane svih članova lokalne zajednice.							5,36
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
1,2%	2,0%	6,5%	16,3%	23,3%	25,3%	25,3%	

*Stavovi mladih pripadnika lokalne zajednice o održivom razvoju banjskog turizma, na skali od 1 (potpuno neslaganje) do 7 (potpuno slaganje)

Izvor: Dragin et al., 2023b

Sledeći segment SUS-TAS skale obuhvatao je stavove ispitanika o značaju sistemskog i planskog pristupa u razvoju banjskog turizma, što je prikazano u Tabeli 6.5. Analizom srednjih vrednosti, koje se kreću u rasponu od 4,70 do 5,91, može se zaključiti da većina ispitanika prepoznaje važnost strateškog i dugoročnog planiranja kao ključnog faktora za održiv i uspešan razvoj ovog sektora.

Najveći broj ispitanika saglasan je sa tvrdnjom da sektor banjskog turizma mora imati jasan plan za budućnost (48,6%), što ukazuje na njihovo očekivanje da razvoj bude vođen konkretnim ciljevima i strategijama. Takođe, značajan procenat učesnika istraživanja smatra da bi takvi planovi trebalo redovno da se ažuriraju u skladu sa promenama i potrebama tržišta (45,6%), kao i da bi celokupan razvoj trebalo da bude zasnovan na dugoročnom, a ne *ad hoc* pristupu (41,7%).

Ovi rezultati dodatno potvrđuju opredeljenost ispitanika ka odgovornom, održivom i sistematskom razvoju banjskog turizma, uz jasno izraženu potrebu za planiranjem koje uključuje analizu potreba zajednice, zaštitu prirodnih resursa i praćenje tržišnih trendova.

Tabela 6.5. Stavovi ispitanika o sistemskom planiranju razvoja banjskog turizma u njihovoj lokalnoj zajednici (srednje vrednosti)

Banjski turizam kao privredna delatnost mora imati plan za budućnost.							5,91
1	2	3	4	5	6	7	
0,4%	0,4%	3,2%	13,8%	17,0%	16,6%	48,6%	
Verujem da uspešno upravljanje planiranjem banjski turizma zahteva unapređenu strategiju planiranja.							5,77
1	2	3	4	5	6	7	
0,4%	0,8%	4,9%	10,7%	20,9%	23,0%	39,3%	
Verujem da treba usmeriti dugoročnu strategiju prilikom planiranja razvoja banjskog turizma.							5,72
1	2	3	4	5	6	7	
/	1,6%	5,7%	13,8%	19,0%	18,2%	41,7%	
Smatram da bi trebalo podsticati članove lokalne zajednice da preuzmu vodeću ulogu u odborima za planiranje razvoja banjskog turizma.							4,70
1	2	3	4	5	6	7	
3,2%	4,9%	13,8%	23,5%	23,1%	15,0%	16,6%	
Verujem da je potrebna dobra koordinacija planiranja za razvoj banjskog turizma.							5,75
1	2	3	4	5	6	7	
/	1,2%	3,6%	14,2%	19,0%	23,5%	38,5%	
Planovi za razvoj banjskog turizma bi trebalo da se stalno ažuriraju.							5,90
1	2	3	4	5	6	7	
/	1,2%	2,8%	10,9%	20,2%	19,4%	45,6%	

*Stavovi mladih pripadnika lokalne zajednice o održivom razvoju banjskog turizma, na skali od 1 (potpuno neslaganje) do 7 (potpuno slaganje)

Izvor: Dragin et al., 2023b

Stavovi ispitanika o *odgovornosti sektora banjskog turizma za obezbeđivanje kvalitetnog iskustva posetiocima* prikazani su u Tabeli 6.6, a srednje vrednosti u ovom segmentu kreću se u visokom rasponu – od 5,38 do 6,19. Ovi rezultati ukazuju na to da većina ispitanika izražava

jasno slaganje sa tvrdnjama koje afirmišu obavezu sektora da odgovori na očekivanja i potrebe turista. Procentualna distribucija odgovora dodatno potvrđuje ovaj nalaz, budući da se većina učesnika u istraživanju u potpunosti slaže sa tvrdnjom da je sektor banjskog turizma odgovoran za kreiranje kvalitetnog i zadovoljavajućeg turističkog iskustva.

Ipak, nešto niža srednja vrednost kod pojedinih tvrdnji ($M = 5,38$) može da ukaže na postojanje prostora za unapređenje ponude, naročito u pogledu diverzifikacije sadržaja i usluga. Ova odstupanja sugerisu potrebu za širenjem i obogaćivanjem turističkog proizvoda u okviru banjskog turizma, kako bi se bolje zadovoljile raznolike potrebe i očekivanja savremenih posetilaca, uključujući personalizovane sadržaje, dodatne aktivnosti i inovativne oblike usluga.

Tabela 6.6. Stavovi ispitanika o odgovornosti sektora banjskog turizma za zadovoljstvo posetilaca (srednje vrednosti)

Kompanije u sektoru banjskog turizma imaju odgovornost da zadovolje potrebe posetilaca.							6,01
1	2	3	4	5	6	7	
/	0,4%	4,0%	10,5%	13,3%	23,0%	48,8%	
Zadovoljstvo posetilaca mora biti nadgledano.							6,19
1	2	3	4	5	6	7	
/	/	5,2%	4,8%	13,7%	18,1%	58,1%	
Turistički sektor mora da obezbedi kvalitetno turističko iskustvo za buduće posetioce banjskog destinacija.							6,13
1	2	3	4	5	6	7	
/	0,4%	3,7%	10,7%	9,5%	19,0%	56,6%	
Atraktivnost lokalne zajednice je osnovni element interesa za posetioce banjske destinacija.							5,38
1	2	3	4	5	6	7	
0,4%	2,8%	7,7%	17,1%	19,5%	24,0%	28,5%	

*Stavovi mladih pripadnika lokalne zajednice o održivom razvoju banjskog turizma, na skali od 1 (potpuno neslaganje) do 7 (potpuno slaganje)

Izvor: Dragin et al., 2023b

Poslednji set stavova iz SUS-TAS skale, bavio se pitanjem *uključenosti lokalne zajednice u razvoj banjskog turizma*, a rezultati su prikazani u Tabeli 6.7. Srednje vrednosti za ove stavove kreću se između 5,22 i 5,60, što sugerise da većina ispitanika prepoznaje značaj aktivnog učešća zajednice u procesu razvoja banjskog turizma. Ovi nalazi ukazuju na to da ispitanici smatraju da je neophodno da lokalni akteri budu uključeni u donošenje odluka i planiranje, kako bi se obezbedila održivost razvoja i očuvali ekološki, ekonomski i društveni resursi zajednice.

Takav stav je u skladu sa principima održivog razvoja, koji podrazumevaju ravnotežu između ekonomskih koristi, socijalnih potreba i zaštite životne sredine. Ispitanici su, stoga,

izrazili želju da njihova zajednica aktivno doprinosi i oblikuje razvoj banjskog turizma, kako bi se osigurala njegova dugoročna održivost i usklađenost sa interesima lokalnog stanovništva.

Tabela 6.7. Stavovi ispitanika o njihovom udelu u razvoju banjskog turizma (srednje vrednosti)

Sektor banjskog turizma bi trebalo da koristi barem polovinu dobara i usluga od lokalnog stanovništva.							5,48
1	2	3	4	5	6	7	
/	0,4%	8,1%	19,8%	19,0%	20,2%	32,4%	
Kompanije u sektoru banjskog turizma bi trebalo da teže ka tome da barem polovina ukupnog broja zaposlenih bude iz lokalne zajednice.							5,42
1	2	3	4	5	6	7	
1,6%	0,8%	9,2%	16,5%	18,1%	22,1%	31,7%	
Članovi lokalne zajednice bi trebalo da imaju značajan udeo u koristima (prihodima) od banjskog turizma.							5,22
1	2	3	4	5	6	7	
1,2%	2,0%	10,1%	21,1%	17,8%	21,1%	26,7%	
Sektor banjskog turizma mora doprineti razvoju fondova članova lokalne zajednice.							5,60
1	2	3	4	5	6	7	
/	0,4%	9,3%	12,9%	20,6%	21,0%	35,9%	
Članovima lokalne zajednice bi trebalo omogućiti više prilika da ulažu u razvoj banjskog turizma.							5,53
1	2	3	4	5	6	7	
0,4%	0,8%	6,9%	17,3%	19,8%	21,8%	33,1%	

*Stavovi mladih pripadnika lokalne zajednice o održivom razvoju banjskog turizma, na skali od 1 (potpuno neslaganje) do 7 (potpuno slaganje)

Izvor: Dragin et al., 2023b

Rezultati istraživanja svih dimenzija primenom SUS-TAS skale ukazuju na pozitivan i statistički značajan odnos, što sugerise da bi snažnija podrška budućem razvoju banjskog turizma mogla biti posledica pozitivnog stava ispitanika prema uticajima turizma na zajednicu. Ovi nalazi su u skladu sa rezultatima prethodnih istraživanja, koje su publikovali Murešana et al. (2016), Stilidisa et al. (Stylidisa et al., 2014), Mijatov et al. (2023) i Dragin et al. (2023b), a takođe su ukazivali na značajnu povezanost između pozitivnih stavova lokalnog stanovništva i podrške razvoju turizma.



Slike 6.18. i 6.19. Lokalna ekonomija

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2016/08/27/11/21/radishes-1623915_1280.jpg,
https://cdn.pixabay.com/photo/2016/03/16/18/24/market-1261448_1280.jpg

Glavni rezultati ovog istraživanja pokazuju da lokalna zajednica ima pozitivne stavove prema održivom razvoju banjskog turizma. Konkretno, ispitanici prepoznaju potencijal banjskog turizma, kojim je moguć pristup novim tržištima za lokalne proizvode, radi pružanja pozitivnog stimulativnog uticaja na lokalnu ekonomiju. S obzirom na to da su ispitanici pripadnici Generacije Z, njihova uloga u povezanosti ruralnih zajednica sa tržištem i ekonomskom revitalizacijom postaje posebno značajna. Generacija Z, sa svojim digitalnim vještinama, može doprineti boljoj integraciji ruralnih područja u šire ekonomske tokove, kroz razvoj banjskog turizma i slične inovativne inicijative bazirane na principima cirkularne ekonomije.

Takođe, ohrabruje činjenica da većina ispitanika smatra da bi lokalna zajednica trebalo aktivno da učestvuje u planiranju budućeg razvoja banjskog turizma. Ovaj stav naglašava važnost inkluzivnog pristupa, u kojem se glas lokalnog stanovništva čuje i u kojem se njihov interes štiti. Na kraju, rezultati istraživanja ukazuju na svesnost ispitanika o značaju principa održivog razvoja i potrebama za balansiranjem ekonomskih, ekoloških i socijalnih aspekata u razvoju banjskog turizma.

Ovi nalazi mogu biti korisni za različite zainteresovane strane, uključujući stručnjake iz oblasti ekonomije, održivog razvoja i turizma, kao i za donosiocje odluka koji se bave razvojem receptivnog turizma. Pomoći će u oblikovanju politika i strategija koje omogućavaju da se turistički sektor razvija na način koji koristi i čuva interese lokalnih zajednica, u skladu sa principima održivosti.

Značajan broj novijih istraživanja pokazuje da stavovi lokalnog stanovništva prema turizmu nisu uvek motivisani isključivo ekonomskim ili ekološkim razlozima (Obradović et al., 2023; Ribeiro, Valle & Silva, 2017; Stylidis, 2018). Emocionalna povezanost sa mestom stanovanja, odnosno **osećaj identiteta i pripadnosti zajednici**, igra veliku ulogu u oblikovanju stavova prema turizmu. Kada stanovnici osećaju da turizam ugrožava njihov lokalni identitet (npr. kroz komercijalizaciju tradicije ili narušavanje autentičnosti), često dolazi do negativne percepcije, čak i u slučaju kada postoje ekonomske koristi. Ovakvi uvidi upućuju na važnost

razvoja turizma koji ne narušava lokalne vrednosti, već ih osnažuje. Upravo zbog toga je sprovedena sledeća faza istraživanja projekta PanSpa, što je prikazano u sledećem poglavlju.

6.3. PERCEPCIJA KVALITETA ŽIVOTA I PERCEPCIJA VEZANOSTI ZA MESTO MLADOG RURALNOG STANOVNIŠTVA VOJVODINE

Istraživanje na temu Kvaliteta života: Teorijski okvir, metodologija i primena

Pojam „kvalitet života“ (*Quality of Life*) postao je ključni indikator u brojnim disciplinama, od socijalnih i psiholoških nauka, preko zdravstvenih istraživanja, pa do oblasti ekonomije i javne politike. Kvalitet života se koristi kako bi se evaluiralo opšte stanje pojedinca, zajednice ili nacije, a zasniva se na različitim aspektima života, uključujući fizičko, mentalno, socijalno i ekonomsko blagostanje.

U mnogim istraživanjima, kvalitet života nije samo merilo zadovoljstva i sreće, već i objektivnih uslova života, kao što su pristup obrazovanju, zdravstvu, ekonomskoj stabilnosti i sigurnosti (Đerčan et al., 2022). Pitanje kvaliteta života postalo je posebno relevantno u poslednjim decenijama, kada je globalna pažnja usmerena na poboljšanje životnih uslova, smanjenje siromaštva i nejednakosti, kao i pružanje jednakih šansi svim društvenim grupama (UN, 2015).

Kroz ovaj tekst, prikazaćemo teorijske pristupe u razumevanju kvaliteta života, metodološke alate za njegovu procenu, kao i načine na koje se kvalitet života može unaprediti kroz različite društvene, ekonomske i političke intervencije.

Dimenzije kvaliteta života

Kvalitet života je multidimenzionalni pojam koji se odnosi na različite sfere života i može biti definisan iz različitih perspektiva. Na osnovu teorijskih pristupa, kvalitet života se može analizirati kroz nekoliko ključnih dimenzija.

Jedan od najvažnijih faktora koji utiče na kvalitet života je *fizičko zdravlje*. Loše zdravlje ili hronične bolesti često smanjuju sposobnost osobe da obavlja svakodnevne aktivnosti, što direktno utiče na njen životni standard i zadovoljstvo životom. Zdravlje takođe ima i indirektan uticaj na druge dimenzije života, kao što su emocionalno i socijalno blagostanje.

Emocionalno blagostanje obuhvata doživljaj pozitivnih emocija, kao što su sreća, zadovoljstvo, optimizam, kao i sposobnost da se nosimo sa stresom i izazovima. Zdravlje mentalnog stanja i emocionalna stabilnost ključni su za ukupni kvalitet života, jer ljudi, koji se psihološki osećaju dobro, imaju veću sposobnost da postignu ciljeve i održavaju kvalitetne međuljudske odnose.

Socijalni odnosi: Kvalitet međuljudskih odnosa, kao i socijalna povezanost, imaju značajan uticaj na kvalitet života. Ljudi koji imaju snažnu društvenu mrežu, koji se osećaju povezani sa svojom zajednicom i imaju podršku prijatelja i porodice, obično imaju veći nivo

zadovoljstva životom. Osobe koje pate od socijalne izolacije ili usamljenosti često doživljavaju niz negativnih efekata na svoje emocionalno i fizičko zdravlje.

Ekonomski status i materijalna sigurnost: Ekonomski faktori kao što su prihod, zaposlenost, adekvatan stambeni prostor, kao i pristup osnovnim resursima (hrana, voda, obrazovanje), imaju značajan uticaj na kvalitet života. Ekonomija određuje sposobnost individua da obezbede sebi i svojoj porodici osnovne životne potrebe, što direktno utiče na njihovu sreću i zadovoljstvo životom.

Obrazovanje i lični razvoj: Obrazovanje je još jedan ključni faktor u proceni kvaliteta života. Osobe koje su obrazovane obično imaju bolje šanse za dobijanje kvalitetnijeg zaposlenja, veću socijalnu mobilnost i bolji pristup informacijama. Obrazovanje takođe omogućava ljudima da razvijaju veće lične potencijale, što je važno za ostvarivanje profesionalnih i ličnih ciljeva.

Životna sredina i sigurnost: Životna sredina u kojoj osoba živi takođe ima veliki uticaj na kvalitet njenog života. Čisti vazduh, voda, pristup zelenim površinama i kvalitet infrastrukture mogu značajno poboljšati ili pogoršati opšte blagostanje. Pored toga, sigurnost u zajednici – niska stopa kriminala, politička stabilnost i pravna zaštita – takođe su povezane sa višim kvalitetom života (Đerčan et al., 2022; Tešin et al., 2024).

Metodologija istraživanja kvaliteta života

Istraživanje kvaliteta života zahteva korišćenje raznovrsnih metodoloških pristupa, kako bi se obuhvatile različite dimenzije ovog kompleksnog fenomena. Ove metode obuhvataju kako objektivne pokazatelje, tako i subjektivne procene pojedinaca (Đerčan et al., 2022).

Kvantitativna istraživanja obuhvataju korišćenje upitnika i drugih statističkih instrumenata za merenje različitih dimenzija kvaliteta života. Neki od najpoznatijih upitnika koji se koriste u istraživanjima kvaliteta života uključuju sledeće:

- Upitnik *Satisfaction with Life Scale (SWLS)* se koristi za merenje opšteg zadovoljstva životom. Sastoji se od nekoliko pitanja koja omogućavaju ispitanicima da procene koliko su zadovoljni svojim životom u celini.

- Upitnik *WHOQOL-BREF (World Health Organization Quality of Life)* je razvijen od strane Svetske zdravstvene organizacije za procenu kvaliteta života. Ovaj instrument uključuje dimenzije kao što su fizičko zdravlje, psihološko zdravlje, socijalni odnosi i životna sredina (WHOQOL Group, 1998).

- *EuroQol-5D (EuroQol 5 Dimensions 5 Levels)* meri zdravlje i kvalitet života pomoću jednostavne skale koja omogućava procenu fizikalnog zdravlja, bola, mobilnosti, samostalnosti i socijalnog života. Koristi se u istraživanjima ekonomije zdravlja i analizi troškova i koristi (Brooks, Boye & Slaap, 2020).

Kvantitativne metode omogućavaju istraživačima da analiziraju velike uzorke podataka, identifikuju statističke povezanosti između različitih faktora koji utiču na kvalitet života i postavljaju temelj za kreiranje empirijskih modela.

Kvalitativne metode istraživanja omogućavaju dublje razumevanje subjektivnog iskustva kvaliteta života, kroz direktnu interakciju sa ispitanicima. Korišćenje dubinskih intervjua, fokus

grupa i etnografskih studija pruža bogatije podatke o tome kako ljudi doživljavaju različite aspekte života, poput zdravlja, socijalnih odnosa i ekonomskih izazova.

Faktori koji utiču na kvalitet života u ruralnim prostorima

Kao što je prethodno pomenuto, kvalitet života zavisi od različitih faktora, uključujući socijalne, ekonomske i političke uslove. Neki od najvažnijih faktora uključuju sledeće: ekonomske faktore, zdravlje, obrazovanje, socijalne faktore i okolinu i sigurnost.

Veći ekonomski status obično vodi ka višem kvalitetu života, jer omogućava pristup boljim zdravstvenim i obrazovnim uslugama, boljim uslovima stanovanja i većim mogućnostima za uživanje u kulturnim i društvenim aktivnostima. S druge strane, siromaštvo i ekonomske nejednakosti negativno utiču na kvalitet života, dovodeći do socijalnih problema, smanjenja socijalne kohezije i povećanja stresa. U seoskim sredinama, ove razlike su često izraženije zbog manjeg pristupa tržištu rada, nižih prosečnih prihoda i ograničenih mogućnosti za dodatne izvore zarade. On-line poslovanje i rad na daljinu omogućavaju stanovnicima sela da bez napuštanja svojih zajednica učestvuju na globalnom tržištu, bilo kroz prodaju domaćih proizvoda ili kroz digitalne usluge. Takođe, razvoj banjskog turizma u ruralnim krajevima otvara nove šanse za zapošljavanje i lokalni razvoj, posebno kroz otvaranje banjskih kapaciteta, koji privlače turiste i omogućavaju razvoj pratećih usluga.

Fizičko zdravlje je jedan od osnovnih faktora za postizanje visokog kvaliteta života. Osobe koje pate od hroničnih bolesti ili fizičkih ograničenja, često doživljavaju smanjenje životne satisfakcije. Pristup kvalitetnoj zdravstvenoj zaštiti, fizička aktivnost i prevencija bolesti igraju ključnu ulogu u očuvanju visokog kvaliteta života. U seoskim sredinama, fizička aktivnost je često sastavni deo svakodnevnog života, kroz rad na polju i generalno na seoskom domaćinstvu, što može doprineti boljoj fizičkoj kondiciji. Međutim, izazov može predstavljati otežan pristup specijalizovanoj zdravstvenoj zaštiti, što naglašava potrebu za unapređenjem zdravstvene infrastrukture na selu.



Slike 6.20. i6.21. Aktivnosti na selu

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2016/11/23/17/31/boy-1853960_1280.jpg,
https://cdn.pixabay.com/photo/2022/03/19/09/38/tractor-7078176_1280.jpg

Obrazovanje je povezano sa višim kvalitetom života, jer omogućava ljudima da bolje razumeju svet oko sebe, lakše se snalaze na tržištu rada i ostvaruju lične ciljeve. Obrazovane osobe često imaju veće šanse za zapošljavanje, bolje prihode i veću životnu satisfakciju. Ruralni prostori donekle omogućavaju obrazovanje lokalnom stanovništvu. Zahvaljujući on-line programima, u današnje vreme, obrazovanje postaje dostupnije i stanovnicima ruralnih područja, čime se smanjuju razlike između urbanih i ruralnih sredina u pristupu znanju i profesionalnom razvoju. Time se stanovnicima sela otvara mogućnost za sticanje kvalifikacija, bez potrebe za preseljenjem, što doprinosi ostanku mladih u tim sredinama i održivom razvoju lokalnih zajednica.



Slika 6.22. Obrazovanje na selu

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2017/12/24/13/23/people-3036887_1280.jpg

Kvalitet socijalnih odnosa, kao što su porodica, prijatelji i šira zajednica, imaju veliki uticaj na kvalitet života. Snažni socijalni kontakti pružaju emocionalnu podršku, smanjuju stres i povećavaju životnu satisfakciju. U seoskim sredinama, često su prisutne jače međuljudske veze i osećaj zajedništva, jer se ljudi češće oslanjaju jedni na druge, što dodatno doprinosi osećaju sigurnosti i pripadnosti.



Slika6.23. Socijalni odnosi / Životna sredina

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2018/07/23/22/24/alps-3557992_1280.jpg

Životna sredina, uključujući pristup prirodnim resursima, kvalitet vazduha, vodu, infrastrukturu i bezbednost, takođe značajno utiče na kvalitet života. Zeleni prostori, čista voda, kvalitetan vazduh i bezbedna okolina poboljšavaju opšte zdravlje i dobrostanje. U urbanim sredinama, visoki nivoi zagađenja i nesigurnosti mogu imati negativan uticaj na mentalno zdravlje i opšte zadovoljstvo životom. Pored toga, pristup prirodnim lepotama, može značajno doprineti emocionalnom blagostanju ljudi, što su upravo prednosti ruralnih prostora.

Skala o percepciji kvaliteta života među mladima u ruralnim područjima

S obzirom na kompleksnost ove teme, nophodno je da se istraživanja sprovode permanentno i u različitim kontekstima. Tako su članovi projektnog tima PanSpa poslednje četiri godine fokus stavili na ruralne prostore i na mlade pripadnike lokalne zajednice, kako bi se utvrdila njihova percepcija ličnog kvaliteta života.

Interdisciplinarni pristup je omogućio uočavanje određenih veza između različitih dimenzija kvaliteta života, radi koncipiranja osnove za razvoj održivih strategija, koje dalje mogu unaprediti kvalitet života u globalnom, nacionalnom i lokalnom kontekstu. Kroz primenu naučnih saznanja i empirijskih podataka, koncept kvaliteta života ne ostaje samo apstraktna teorija, već postaje konkretan cilj, koji vodi ka izgradnji bolje, pravednije i održivije budućnosti.

Glavni cilj upitnika je bio da se analiziraju faktori koji utiču na percepciju kvaliteta života mladih u ruralnim područjima Vojvodine. Merenje sreće i subjektivnog blagostanja (SWB - *Subjective well-being*) koristi se u sve većem broju istraživanja. Indikatori kvaliteta života uključuju i objektivne i subjektivne elemente, pa se u brojnim inostranim studijama primenjuju dva koncepta kvaliteta života. Objektivni indikatori su podaci koje dobija posmatrač i mogu se direktno meriti (npr. broj ljudi koji žive ispod minimalnog životnog standarda), dok su subjektivni indikatori oni koji se formiraju na osnovu pitanja upućena svakom pojedincu. Pošto je objektivne okolnosti kvaliteta života pojedinaca često teško meriti, ovim parametrima se moraju dodati subjektivne procene. Najčešće postavljana pitanja su ona koja se odnose na životne okolnosti pojedinca, ali često postavljana pitanja su i ona o opštem nivou sreće. Takva pitanja mere strahove, samopouzdanje i osećanja u vezi sa budućnošću. Pitanja za samoprocenu sreće i zadovoljstva životom obično se uključuju u anketu i koriste se kao indikator SWB-a. Ljudi sa višim nivoom subjektivnog blagostanja pokazuju veće zadovoljstvo životom, što rezultira prijatnijim iskustvima, manjim brojem negativnih emocija i smanjenom verovatnoćom preseljenja (Đerčan et al., 2022; Tešin et al., 2024).

Za dizajniranje upitnika, upotrebljenog za potrebe istraživanja u okviru projekat PanSpa, korišćena je modifikovana metodologija, zasnovana na dva pristupa: EU (Eurofund) i Svetska zdravstvena organizacija (WHOQOL), kao i podaci EU-SILC-a iz EU statistike o prihodima i uslovima života (EU-SILC). Tako je modifikovana Skala zadovoljstva životom (*Satisfaction with Life Scale*), što je podrazumevalo uključivanje specifičnih pitanja, adekvatnih za projekat PanSpa (Tešin et al., 2024). Članovi projekta objavili su nekoliko pojedinačnih studija o percepciji lokalnog stanovništva u ruralnoj sredini u Srbiji, u vezi sa kvalitetom njihovog života u okruženju u kojem žive na lokalnom nivou, što bi moglo biti odlična polazna tačka za dalji razvoj metodologije i sprovođenje sličnih istraživanja na ovu temu u širem, nacionalnom kontekstu. Štaviše, projektom PanSpa, poštujući princip lokalne specifičnosti, razmatrani su uzroci, trenutno stanje i perspektive ruralnih naselja širom Vojvodine. Kroz ceo skup društvenih, psiholoških i ekonomskih indikatora testiranih anketnim istraživanjem, cilj je bio da se utvrdi kako određeni faktori utiču na percepciju zadovoljstva seoskog mladog stanovništva, jer će ljudi, koji su zadovoljniji uslovima života, biti manje skloni selidbi. Istraživanje je bilo usmereno na utvrđivanje razlika u stepenu zadovoljstva, uslovljenog polom, godinama, obrazovanjem, zanimanjem, mesečnim prihodima, veličinom domaćinstva, itd. Pre prikaza konkretnih rezultata istraživanja, vezanih za percepciju kvaliteta života (Tabele 6.8. i 6.9), neophodno je pojasniti i pojam vezanosti za mesto.

Istraživanje na temu vezanosti za mesto: Teorijski okvir, metodologija i primena

Vezanost za mesto je koncept koji opisuje emocionalnu povezanost koju ljudi razvijaju prema mestima sa kojima su u svakodnevnom kontaktu. Povezanost može biti prema prostoru u kojem osoba živi, mestu njenog odrastanja, ali i prema mestima u kojima je osoba provodila vreme i koje je emocionalno značajno. Ovaj fenomen se razmatra kroz različite perspektive, kao što su sociološka, psihološka, geografska i ekološka, i istražuje kako ti emotivni odnosi utiču na

ponašanje ljudi, uključujući njihovu sposobnost da se angažuju u očuvanju okruženja i zajednice (Tešin et al., 2024).



Slika 6.24. Emocionalno povezivanje sa mestom

Izvor: <https://images.pexels.com/photos/207891/pexels-photo-207891.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200>

Emocionalna veza s mestom postaje važan element kada se govori o životnoj sredini, prostornom planiranju i razvoju, populacionoj politici, ali i u kontekstu turizma i održivog razvoja. Razumevanje toga kako i zašto ljudi formiraju emocionalne veze s konkretnim mestima može imati značajan uticaj na dizajn urbanih i ruralnih prostora, ali i na politiku zaštite prirodnih i kulturnih resursa, jer se u takvim sredinama razvijaju snažni motivi za očuvanje specifičnih karakteristika tih prostora.

Razvoj koncepta i teorije *Vezanost za mesto*

Prvi radovi koji su se bavili temom vezanosti za mesto (*place attachment*) pojavili su se još početkom 20. veka, ali tek od sredine prošlog veka postali su važan deo sociološke i psihološke teorije. Različiti istraživači dali su svoj doprinos definisanju emocionalnih veza koje ljudi razvijaju sa mestima. Jedan od pionira u istraživanju ovih veza, bio je geograf Edvard Relf, koji je uveo pojam „*sense of place*“, odnosno osećaj mesta, kao način na koji se ljudi identifikuju sa određenim prostorima. Kroz njegove radove, postalo je jasno da mesto nije samo fizički prostor, već je i psihološki, emotivni entitet. On pravi razliku između autentičnih mesta (koja imaju značenje za lokalne zajednice) i „ne-mesta“ (*placelessness*) – prostora koji gube identitet zbog globalizacije i uniformnosti (Relf, 1976).

Psiholog Ji-Fu Tuan razvio je ideju da je veza sa mestom rezultat emocionalnog odgovora na specifičan prostor. Po njemu, emotivna povezanost sa mestom se stvara kroz interakciju sa okolinom i iskustva koja su vezana za određeno mesto. Tuan pravi razliku između pojmova *space* (prostor) i *place* (mesto), pri čemu *space* predstavlja apstraktni, potencijalni prostor, dok *place* nastaje kada taj prostor postane ispunjen značenjem kroz iskustvo, emocije i interakciju s okolinom (Tuan, 1977).



Slike 6.25. i 6.26. „Vezanost“ za mesto

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2020/04/04/19/01/padlock-5003455_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2016/11/18/13/26/bridge-1834475_1280.jpg

Line Manzo je značajno doprineo razumevanju *vezanosti za mesto* (*place attachment*), naročito u društvenom i emocionalnom kontekstu. Društveni i ekološki aspekti vezanosti za mesto, kako je to definisao Manzo, dodaju dimenziju koja se odnosi na to kako zajednice i individue koriste prostor da oblikuju svoj identitet. Naime, emotivna povezanost sa mestom može biti duboko ukorenjena u lokalnoj tradiciji, društvenim normama, ili ekološkim vrednostima koje ljudi dele na jednom prostoru. Manzo ističe da vezanost za mesto nije samo pozitivna i romantična veza sa prostorom, već i složen i višeslojan odnos, koji uključuje društvene norme, kolektivna sećanja, kulturne obrasce i ekološke vrednosti. Posebno se bavi načinima na koje ljudi emocionalno reaguju na promene u svom okruženju i kako ti odgovori utiču na njihov identitet i osećaj zajednice (Manzo, 2005).

Dimenzije vezanosti za mesto

Vezanost za mesto se razmatra kroz četiri osnovne dimenzije: emocionalnu, socijalnu i fizičku povezanost i zavisnost od mesta.

Emocionalna povezanost je najizraženija dimenzija, koja se odnosi na ličnu emotivnu povezanost sa mestom. Ljudi se mogu vezivati za specifične elemente prostora, kao što su objekat u kom žive, priroda, komšiluk, pa čak i miris ili zvukovi određenih mesta. Ova emocionalna veza često je posledica dugotrajnog kontakta sa mestom, kroz koje su prošla važna životna iskustva.



Slika 6.27. Vezanost za mesto – emocionalna povezanost

Izvor:<https://images.pexels.com/photos/1879288/pexels-photo-1879288.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200>

Socijalna povezanost. Veza koju ljudi imaju sa mestom, uključuje i njihove međuljudske odnose. Na primer, ljudi, koji žive u istoj zajednici, razvijaju specifične socijalne veze, koje dodatno produbljuju njihovu emocionalnu povezanost sa mestom. Ove veze često jačaju sa generacijama koje su utemeljene u specifičnim prostorima (Low & Altman, 1992).



Slika 6.28. Vežanost za mesto – socijalna povežanost

Izvor: [https://media.istockphoto.com/id/1662857795/photo/happy-family-relaxing-in-the-park.jpg?](https://media.istockphoto.com/id/1662857795/photo/happy-family-relaxing-in-the-park.jpg?b=1&s=612x612&w=0&k=20&c=vwoTPRdeQ2gP4wy5mXJFKvsOLC4xeuWSZsX0i_0RhMY)

[b=1&s=612x612&w=0&k=20&c=vwoTPRdeQ2gP4wy5mXJFKvsOLC4xeuWSZsX0i_0RhMY](https://media.istockphoto.com/id/1662857795/photo/happy-family-relaxing-in-the-park.jpg?b=1&s=612x612&w=0&k=20&c=vwoTPRdeQ2gP4wy5mXJFKvsOLC4xeuWSZsX0i_0RhMY)
=

Fizička povežanost. Ponekad je emocionalna veza sa mestom duboko ukorenjena u svakodnevrim fizičkim aktivnostima, kao što su rad, igre, šetnje i drugi oblici svakodnevnog života (Koohsari et al., 2023). Veza sa mestom se tako može izražavati kroz stalnu interakciju sa okolinom (Tuan, 1977). U tom smislu, Kejsi razvija ideju da je naše razumevanje mesta utemeljeno u telu, iskustvu i sećanju, i naglašava kako fizička prisutnost i svakodnevna interakcija sa prostorom stvaraju dublju emocionalnu i identitetsku vezu s mestom (Casey, 1993).



Slika 6.29. Vežanost za mesto – fizička povežanost

Izvor: [https://images.pexels.com/photos/1549974/pexels-photo-1549974.jpeg?](https://images.pexels.com/photos/1549974/pexels-photo-1549974.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200)
[auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200](https://images.pexels.com/photos/1549974/pexels-photo-1549974.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200)

Zavisnost od mesta se odnosi na ekonomsku i socijalnu zavisnost od određenog prostora. Mesto postaje integralni deo svakodnevnog života, u kom se ljudi osećaju sigurno i zadovoljno, što stvara duboku emocionalnu vezu. Anton i Lorens detaljno razmatraju dimenzije vezanosti za mesto, uključujući *zavisnost od mesta* (*place dependence*), koja se odnosi na funkcionalnu vezu između ljudi i mesta, odnosno na to koliko je određeno mesto važno za postizanje željenih ciljeva ili aktivnosti. Ova funkcionalna zavisnost često se temelji na faktorima, kao što su mogućnosti za zapošljavanje, pristup uslugama i društvena povezanost, što doprinosi emocionalnoj sigurnosti i zadovoljstvu (Anton & Lawrence, 2016).



Slike 6.30. i 6.31. Vezanost za mesto – zavisnost od mesta

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2025/02/09/17/58/cycling-9394894_1280.jpg i
https://cdn.pixabay.com/photo/2018/12/07/16/25/man-3861989_1280.jpg

Metode istraživanja vezanosti za mesto

Istraživanje vezanosti za mesto koristi raznovrsne metodološke pristupe, budući da se radi o fenomenu koji se, u velikoj meri, zasniva na subjektivnim iskustvima i emocijama. U zavisnosti od ciljeva istraživanja, primenjuju se kvalitativne i kvantitativne metode, kao i kombinacije različitih pristupa. Ovaj metodološki pluralizam omogućava istraživačima da dobiju sveobuhvatan uvid u emocionalnu povezanost ljudi sa mestima.

Kvantitativni pristupi u istraživanju vezanosti za mesto obično se koriste za merenje stepena povezanosti sa mestom i njegovih različitih dimenzija. Najčešće se primenjuju upitnici sa zadatkom da prikupe podatke o tome kako ljudi doživljavaju i vrednuju svoja mesta. U tim upitnicima, obično se koristi Likertova skala, koja omogućava procenu nivoa emocija, sećanja i vrednosti koje ljudi pridaju određenim mestima.

Primer takvih pitanja može biti: „U kojoj meri se slažete sa tvrdnjom da osećate emotivnu povezanost sa vašim mestom?“ ili „Kako biste ocenili važnost vašeg mesta za formiranje vašeg identiteta?“ Kvantitativni podaci se zatim analiziraju statistički, kako bi se identifikovali obrasci povezanosti među različitim demografskim grupama (npr. prema starosnoj dobi, polu, ekonomskom statusu).

Jedan od najpoznatijih upitnika koji se koristi u ovom kontekstu je *Place Attachment Scale* (PAS). Primenuje se za merenje emocionalne povezanosti sa mestom, u nekoliko različitih

aspekata, uključujući emocionalnu, socijalnu i fizičku povezanost sa prostorom (Williams & Vaske, 2003). PAS skala se sastoji od dva glavna faktora:

– *Identitet vezan za mesto (place identity)* – emocionalna i simbolička povezanost sa mestom, gde ljudi doživljavaju mesto kao deo svog identiteta. Identifikovanje sa mestom se definiše kao lični uticaj koji mesto ima na pojedinca; tačnije, kako jedinstvena atmosfera mesta oblikuje nečiji karakter, vrednosti, kogniciju, stavove i uverenja (Williams & Vaske, 2003; Tešin et al., 2024).

– *Zavisnost od mesta (place dependence)* – funkcionalna vezanost/zavisnost od mesta, koja se odnosi na to koliko je određeno mesto važno za postizanje željenih ciljeva ili aktivnosti. Nasuprot identifikovanju sa mestom, funkcionalna vezanost za mesto se odnosi na vezu između pojedinca i mesta, zasnovanu na sposobnosti mesta da zadovolji njihove potrebe. Ova zavisnost često dovodi do nevoljnosti da se mesto zameni bilo kojim drugim. Odražava procenu kvaliteta, vrednosti i podrške koju mesto pruža, omogućavajući pojedincima da zadovolje svoje potrebe i uključe se u željene aktivnosti. Istraživanja sugerisu da što je jača ova funkcionalna veza, veća je verovatnoća da će mesto postati ukorenjeno u identitet pojedinca (Williams & Vaske, 2003; Tešin et al., 2024).



Slika 6.32. Vezanost za mesto

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2014/11/04/09/24/children-516340_1280.jpg

Prethodno pomenuta dva faktora vezanosti za mesto, korišćena su i u ovoj monografiji. Stavke su preuzete i adaptirane od već pomenutih Vilijamsa i Vaskea (Williams & Vaske, 2003), koji su među pionirima u ovoj oblasti. Njihov instrument za merenje vezanosti za mesto je široko prepoznat i korišćen u dosadašnjim istraživanjima. Iako ova dva faktora zajedno omogućavaju kompleksniji uvid u različite dimenzije vezanosti za mesto, radi sveobuhvatnijeg uvida, Tešin i saradnici uvode i treći faktor - *Povezanost sa mestom (place bonding)* (Tešin et al., 2024). Sastoji se od pet stavki, usmerenih na istraživanje uticaja koji prijatelji, porodica, bezbednost, finansijska pogodnost i opšta sigurnost imaju na izbor života na datom mestu i time stvaranje veze sa njim. Kao što je ranije pomenuto u literaturi, ljudi stvaraju veze sa različitim aspektima mesta, uključujući društvene, koji se odnose na društvene kontakte, mreže, veze sa prijateljima,

porodicom i zajednicom. Dakle, treća dimenzija integriše ove društvene aspekte, zajedno sa dodatnim faktorima koje PanSpa projektni tim smatra važnim za dalje istraživanje. Ovu dimenziju je pilotirao tim projekta PanSpa sa svojim kolegama, i publikovao u studiji objavljenoj u naučnom časopisu “Land” 2024. godine (Tešin et al., 2024).



Slika 6.33. Vezanost za mesto – emocije, uspomene, tradicija, generacije

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2015/10/01/10/32/grasping-week-966835_1280.jpg

Stavovi lokalnog stanovništva

U ovom delu monografije, biće prikazani rezultati istraživanja, koje su članovi PanSpa projekta sprovedili među mladima, žiteljima ruralnih prostora Vojvodine, a odnose se na njihovu percepciju zadovoljstva vlastitim kvalitetom života i percepcije njihove vezanosti za mesto.

Unapređenje kvaliteta života prepoznaje se kao ključni korak ka smanjenju iseljavanja i jačanju atraktivnosti ruralnih područja za život i preduzetništvo. Prvi korak u tom pravcu jeste razumevanje načina na koji mladi ljudi percipiraju i vrednuju različite aspekte života na selu koji oblikuju njihov životni standard. Uprkos značaju ove teme, još uvek postoji ograničeno razumevanje stavova mladih stanovnika ruralnih područja. Istraživanje koje su sprovedili članovi tima PanSpa, imalo je za cilj da popuni tu prazninu i ponudi nalaze koji mogu doprineti budućim strategijama za obnovu i transformaciju sela (Dragin et al., 2025; Tešin et al., 2024). Situacija je zahtevala kako interdisciplinarni, tako i transdisciplinarni pristup, koji se primenjuje i u okviru ove monografije.

Anketno istraživanje je sprovedeno od decembra 2023. do maja 2024. godine, na osnovu upotrebe upitnika, formiranog za potrebe ove studije, u okviru kog se pitanja mogu grupisati na sledeći način. Prvi deo odnosio se na socio-demografske karakteristike ispitanika, uključujući pol, starost, obrazovanje, prihode, radni status. Drugi deo upitnika bio je usmeren na ispitivanje

percepcije mladih stanovnika o kvalitetu života u ruralnim sredinama. U tu svrhu, korišćeno je 18 stavki koje opisuju životni standard u seoskim naseljima, preuzetih iz rada Đerčan i saradnici (Đerčan et al., 2022). Ispitanici su procenjivali nivo svog zadovoljstva različitim aspektima životnog standarda, kao što su putevi, infrastruktura, javne službe, bezbednost, škole, zdravstvena zaštita, cene i sl. Treći deo upitnika odnosio se na ispitivanje privrženosti mladih stanovnika ruralnim područjima, što je ispitano kroz dodatnih 18 stavki. Korišćena je adaptirana skala, koju su razvili Viliams i Vaske (Williams & Vaske, 2003). Odgovori su mereni upotrebom petostepene Likertove skale (od 1 – uopšte nisam zadovoljan/na – uopšte se ne slažem, do 5 – veoma sam zadovoljan/na – u potpunosti se slažem).

Za ispitivanje strukture dve skale – skale zadovoljstva kvalitetom života i skale privrženosti mestu – korišćena je analiza glavnih komponenti (*Principal Component Analysis – PCA*) u programu *SPSS 23.0*. Da bi se opravdala primena analize glavnih komponenti, korišćeni su *Kaiser-Meyer-Olkin* pokazatelj (čija bi vrednost trebalo da bude iznad 0,6) i *Bartletov* test sferičnosti (čija bi vrednost trebalo da bude statistički značajna). Usled očekivanja da će između identifikovanih dimenzija postojati međusobna korelacija, korišćena je *Promax* metoda rotacije. Za određivanje konačnog broja faktora, korišćene su *eigenvalues* (sopstvene vrednosti, koje bi trebalo da budu iznad 1) i *Scree* dijagram. Pored navedenih analiza, istraživanje je obuhvatilo i utvrđivanje korelacije, kao i deskriptivnu statistiku.

U istraživanju je učestvovalo 150 ispitanika, većinski ženskog pola (72%). Ispitanici su mladi ljudi, sa približnom distribucijom onih do 20 godina (52%) i od 21 do 30 godina (48%). Nešto više od polovine ispitanika navodi da ima prosečne mesečne prihode (53,3%), dok 28% ispitanika ističe da su njihova mesečna primanja ispod proseka, a najmanji procenat ispitanika (18,7%) je sa mesečnim primanjima koja su iznad prosečnih vrednosti. Većina ispitanika ima završenu srednju školu (77,3%), dok 20,7% ispitanika ima završenu višu školu ili fakultet. Daleko manji procenat ispitanika ima završene master ili doktorske studije (1,3%) ili samo osnovnu školu (0,7%). U pogledu radnog statusa, shodno starosnoj strukturi, čak 84,7% ispitanika navodi da je reč o studentima, dok je 13,3% njih zaposleno, a svega 2% ispitanika je bez radnog angažovanja.

Zadovoljstvo kvalitetom života

Najpre je analiza glavnih komponenti sprovedena za 18 stavki koje se odnose na zadovoljstvo ispitanika kvalitetom života. Zabeležena vrednost *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* pokazatelja iznosila je 0,876, što premašuje preporučeni prag od 0,6. Bartletov test sferičnosti bio je statistički značajan ($p < 0,001$), što je takođe opravdalo primenu analize glavnih komponenti u ovom slučaju. Analiza glavnih komponenti otkrila je prisustvo četiri faktora sa *eigenvalues* (sopstvenim vrednostima) većim od 1, koje objašnjavaju 40,17%, 10,11%, 8,49% i 6,01% varijanse. Nakon ekstrakcije faktora, primenjena je *Promax* rotacija sa *Kaizer* normalizacijom, što je rezultiralo modelom od 18 stavki, grupisanih u četiri faktora, koji objašnjavaju ukupno 64,78% varijanse. Identifikovani faktori prikazani su u Tabeli 6.8. i označeni su kao: *Zadovoljstvo javnim i društvenim sadržajima* (1), *Zadovoljstvo kvalitetom*

usluga (2), Zadovoljstvo kvalitetom saobraćajne i komunalne infrastrukture (3) i Zadovoljstvo ustanovama obaveznog obrazovanja (4).

Tabela 6.8. Faktorska analiza skale zadovoljstva kvalitetom života

Stavke	Faktori			
	Zadovoljstvo javnim i društvenim sadržajima	Zadovoljstvo kvalitetom usluga	Zadovoljstvo kvalitetom saobraćajne i komunalne infrastrukture	Zadovoljstvo ustanovama obaveznog obrazovanja
	$\alpha = 0,838$ M = 2,98	$\alpha = 0,807$ M = 3,17	$\alpha = 0,808$ M = 3,49	$\alpha = 0,842$ M = 3,67
Zadovoljan/na sam brojem viših i visokih škola.	,860			
Zadovoljan/na sam brojem i dostupnošću kulturnih institucija.	,806			
Zadovoljan/na sam raznovrsnošću sadržaja za decu i odrasle.	,685			
Zadovoljan/na sam brojem i dostupnošću sportsko-rekreativnih objekata.	,622			
Zadovoljan/na sam radom javnih službi.	,413			
Zadovoljan/na sam cenama proizvoda i usluga.		,920		
Zadovoljan/na sam kvalitetom proizvoda i usluga.		,865		
Zadovoljan/na sam pružanjem medicinskih usluga.		,624		
Zadovoljan/na sam svojim životnim standardom.		,606		
Zadovoljan/na sam bezbednošću života u mom naselju.		,462		
Zadovoljan/na sam higijenom u naselju.		,420		
Zadovoljan/na sam prilaznim putevima do mog naselja.			,912	
Zadovoljan/na sam kvalitetom puteva u naselju.			,824	
Zadovoljan/na sam saobraćajnom povezanošću (dovoljan broj autobuskih i železničkih linija) do mog naselja.			,664	
Zadovoljan/na sam infrastrukturnom opremljenošću naselja (elektifikacija, vodovod, kanalizacija, gas, telefon, televizija, internet).			,611	
Zadovoljan/na sam brojem osnovnih škola.				,880
Zadovoljan/na sam brojem predškolskih ustanova.				,828
Zadovoljan/na sam brojem srednjih škola.				,428

Metod izdvajanja: Analiza glavnih komponenti.

Metod rotacije: Promax sa Kaizer normalizacijom.

Prvi faktor, označen kao *Zadovoljstvo javnim i društvenim sadržajima*, obuhvata stavke koje ukazuju na zadovoljstvo brojem i dostupnošću kulturnih institucija, raznovrsnošću sadržaja za decu i odrasle, sportsko-rekreativnih objekata, radom javnih službi, ali i brojem viših i visokih škola. Drugi faktor ukazuje na zadovoljstvo cenama i kvalitetom proizvoda i usluga, posebno kvalitetom medicinskih usluga, životnim standardom, higijenom i bezbednošću u naselju. Zbog svega navedenog, drugi faktor je označen kao *Zadovoljstvo kvalitetom usluga*. Naredni faktor je označen kao *Zadovoljstvo kvalitetom saobraćajne i komunalne infrastrukture*, usled činjenice da obuhvata stavke koje se odnose na kvalitet prilaznih puteva do naselja, ali i onih u samom naselju, kao i na generalnu povezanost (dovoljan broj autobuskih i železničkih linija) i infrastrukturu i opremljenost naselja (u pogledu električne energije, vodovoda, kanalizacije, priključaka za gas, telefon, televiziju, internet). Poslednji faktor, *Zadovoljstvo ustanovama obaveznog obrazovanja*, obuhvata stavke koje ukazuju na zadovoljstvo ispitanika brojem predškolskih ustanova, osnovnih i srednjih škola (pogledati Tabelu 6.8).

U pogledu srednjih vrednosti identifikovanih faktora, rezultati Tabele 6.8. ukazuju i na to da ispitanici pokazuju najizraženije *Zadovoljstvo ustanovama obaveznog obrazovanja* ($M = 3,67$), dok je najmanje izraženo *Zadovoljstvo javnim i društvenim sadržajima* ($M = 2,98$). Dalje, na osnovu rezultata istraživanja, prikazanih u Tabeli 6.9, može se primetiti da postoji statistički značajna korelacija, srednjeg i visokog intenziteta, između prethodno identifikovanih tipova zadovoljstva kvalitetom života.

Tabela 6.9. Korelacija identifikovanih faktora zadovoljstva kvalitetom života

	Zadovoljstvo javnim i društvenim sadržajima	Zadovoljstv o kvalitetom usluga	Zadovoljstvo kvalitetom saobraćajne i komunalne infrastrukture	Zadovoljstvo ustanovama obaveznog obrazovanja
Zadovoljstvo javnim i društvenim sadržajima	1	,510** ,000	,600** ,000	,642** ,000
Zadovoljstvo kvalitetom usluga	,510** ,000	1	,509** ,000	,500** ,000
Zadovoljstvo kvalitetom saobraćajne i komunalne infrastrukture	,600** ,000	,509** ,000	1	,446** ,000
Zadovoljstvo ustanovama obaveznog obrazovanja	,642** ,000	,500** ,000	,446** ,000	1

** Korelacija je statistički značajna na nivou od 0,01 (dvosmerni test).

Privrženost mestu

Dodatna analiza glavnih komponenti sprovedena je i za 18 stavki koje se odnose na privrženost mestu. Zabeležena vrednost *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* indikatora je 0,876, što

premašuje preporučeni prag od 0,6. Bartletov test sferičnosti je statistički značajan ($p < 0,001$), što je opravdalo primenu analize glavnih komponenti i u ovom slučaju. Analiza je pokazala prisustvo tri komponente sa *eigenvalues* (sopstvenim vrednostima) većim od 1, koje objašnjavaju 42,38%, 10,41% i 7,91% varijanse. Nakon ekstrakcije faktora, primenjena je *Promax* rotacija uz *Kaizer* normalizaciju, što je rezultiralo modelom sa 18 stavki grupisanih u tri faktora koji objašnjavaju ukupno 60,7% varijanse. Identifikovani faktori prikazani su u Tabeli 6.10. i označeni su kao: *Zavisnost od mesta* (1), *Identitet vezan za mesto* (2) i *Povezanost sa mestom* (3).

Tabela 6.10. Faktorska analiza skale za privrženost mestu

Stavke	Faktori		
	Zavisnost od mesta	Identitet vezan za mesto	Povezanost sa mestom
	$\alpha = 0,896$ M = 3,95	$\alpha = 0,847$ M = 2,68	$\alpha = 0,760$ M = 3,59
Moje mesto mi mnogo znači.	,963		
Moje mesto je veoma posebno za mene.	,906		
Kada provodim vreme u svom mestu osećam se ispunjeno i spokojno.	,802		
Veoma sam vezan/a za moje mesto.	,790		
Osećam da je moje mesto deo mene.	,787		
Zadovoljniji/a sam boravkom u mom mestu više nego na bilo kom drugom mestu.	,399		
Ne bih se bavio ni sa čim drugim od onoga što radim u svom mestu.		,945	
Moje mesto je najbolje mesto za ono što volim da radim.		,832	
Raditi ono što radim u mom mestu mi je važnije od toga da to radim na bilo kom drugom mestu.		,809	
Snažno se identifikujem sa mojim mestom.		,499	
Život u mom mestu govori mnogo o tome ko sam.		,473	
Uživao/la bih u drugom mestu samo ako je slično mom mestu.		,468	
Nijedno drugo mesto se ne može porediti sa mojim mestom.		,428	
Živim u svom mestu zato što je tu moja porodica.			,803
Živim u svom mestu zato što mi to finansijski odgovara.			,800
Živim u svom mestu jer mi je tu sve obezbeđeno.			,763
Živim u svom mestu jer se tu osećam sigurno.			,603
Živim u svom mestu jer tu žive svi moji prijatelji.			,365

Metod izdvajanja: Analiza glavnih komponenti.

Metod rotacije: Promax sa Kaizer normalizacijom.

Prvi faktor označen je kao *Zavisnost od mesta*, usled činjenice da obuhvata stavke koje se odnose na posmaranje konkretnog mesta kao posebnog, tačnije od posebne važnosti. Ispitanici navode da se u konkretnom mestu osećaju ispunjeno i spokojno, osećaju da je mesto deo njihove ličnosti i osećaju posebnu vezanost, a smatraju i da su zadovoljniji boravkom u konkretnom

mestu, više nego što bi bili na bilo kom drugom mestu. Može se primetiti da ovaj faktor generalno obuhvata stavke koje se odnose na pozitivne stavove prema određenom mestu. *Identitet vezan za mesto* je drugi faktor, u okviru kog su se grupisale stavke koje ukazuju na to da je konkretno mesto najbolje mesto za preferirane aktivnosti i da se nijedno drugo mesto ne može porediti sa mestom u kom ispitanici navode da žive. Ispitanici se snažno identifikuju sa mestom prebivališta, a smatraju i da bi mogli da uživaju u nekom drugom mestu isključivo ako je to drugo mesto slično onom u kom žive. Navedeni faktor zapravo obuhvata stavke u okviru kojih se posmatra kvalitet mesta stanovanja u poređenju sa drugim mestima. Treći faktor je označen kao *Povezanost sa mestom* i većinski se odnosi na razloge zbog kojih osobe ostaju u određenom mestu. Ovaj faktor su autori uveli u metodologiju za izučavanje vezanosti za mesto (Tešin et al., 2024). Stavke tog faktora zapravo ukazuju na to da je mesto stanovanja prijatno za ispitanike i da tamo ostaju uglavnom zato što su im tamo porodica i prijatelji, mesto im finansijski odgovara i osećaju se bezbedno. Na kraju, stavke ukazuju na to da im je u mestu stanovanja sve obezbeđeno (pogledati Tabelu 6.10).

Na osnovu srednjih vrednosti izolovanih faktora, prikazanih u Tabeli 6.11, može se primetiti da su *Zavisnost od mesta* i *Povezanost sa mestom* nešto više u poređenju sa faktorom označenim kao *Identitet vezan za mesto*. U pogledu korelacije, u okviru Tabele 6.11, može se uvideti da statistički značajna korelacija, srednjeg i visokog intenziteta postoji između svih identifikovanih faktora.

Tabela 6.11. Korelacija identifikovanih faktora skale privrženosti mestu

	Zavisnost od mesta	Identitet vezan za mesto	Povezanost sa mestom
Zavisnost od mesta	1	,671** ,000	,536** ,000
Identitet vezan za mesto	,671** ,000	1	,574** ,000
Povezanost sa mestom	,536** ,000	,574** ,000	1

** Korelacija je statistički značajna na nivou od 0,01 (dvosmerni test).

Kroz različite metodološke pristupe i multidisciplinarni okvir, koji je upravo prikazan, jasno je da na takav način koncipirano istraživanje, iz segmenta vezanosti za mesto, omogućava bolje razumevanje ljudskih veza sa prostorom i daje osnove za razvoj strategija koje će doprineti održivom razvoju i očuvanju kulturnih i prirodnih vrednosti, odnosno koji će podstaknuti promene na bolje u određenim zajednicama.

Već je rečeno da se unapređenje kvaliteta života prepoznaje kao ključan korak ka smanjenju iseljavanja i jačanju atraktivnosti ruralnih područja za život i preduzetništvo, što je

bila tema prve faze istraživanja. Poslednji korak u tom pravcu je bio usmeren ka razumevanju preduzetničkog duha, čemu je posvećeno naredno poglavlje.

6.4. PREDUZETNIČKI DUH MLADOG RURALNOG STANOVNIŠTVA VOJVODINE

Zdrav je onaj ekonomski sistem koji je često na udaru „većitih bura kreativne destrukcije“

Džozef Šumpeter

Savremeni pravci u preduzetništvu

Među osnovnim karakteristikama savremenog sveta su brze promene, koje se manifestuju u svim sferama života: politici, ekonomiji i u domenu tehnologije. Ove promene zahtevaju od savremenih organizacija stalno prilagođavanje, pa i anticipiranje promena. Brze promene stvaraju i brojne poslovne prilike, ali i probleme koji proističu iz velikog stepena neizvesnosti i rizika ulaska u novi posao. Cilj preduzetničke aktivnosti jeste da se maksimalno iskoriste uočene poslovne prilike, uz istovremeni adekvatan odgovor na neizvesnost i rizik.

Danas možemo da kažemo da živimo u eri preduzetništva. Preduzetnici širom sveta uočavaju šanse tamo gde drugi vide konfuziju i haos. U 21. veku, preduzetništvo dobija novu dimenziju, pod uticajem globalizacije, digitalne transformacije i klimatskih izazova. Digitalne tehnologije omogućile su smanjenje ulaznih barijera, otvarajući mogućnosti za globalno poslovanje čak i mikro-preduzećima. Istovremeno, koncept održivog preduzetništva dobija na značaju – sve više preduzetnika integriše ekološke i društvene ciljeve u svoje poslovne modele. Upravo činjenice da organizacije malog i srednjeg obima (najčešće do 100 zaposlenih) imaju više mogućnosti za brze odgovore na promene u okruženju (imaju fleksibilnu organizacionu strukturu, brže prilagođavanje novom proizvodnom programu), omogućile su nagli razvoj preduzetništva u savremenoj ekonomiji. Organizacije koje nisu dinamične, odnosno spremne da:

- promene svoj proizvodni program u skladu sa zahtevima tržišta,
- promene svoju organizacionu strukturu i kulturu,
- stalno inoviraju znanja,
- motivišu zaposlene u realizaciji organizacionih, ali i ličnih ciljeva zaposlenih,
- podstiču kreativnost i inovativnost zaposlenih,

neće imati šanse da opstanu na veoma kompetitivnom i visoko globalizovanom tržištu.

Usled novih okolnosti koje karakterišu savremenu ekonomiju, sve veći značaj preduzetništva menja i velike organizacije, koje svesne potrebe prilagođavanja brzim promenama, razvijaju interno preduzetništvo koje karakteriše:

- razvoj kreativnosti i inovativnosti zaposlenih,
- ohrabrivanje zaposlenih na otvorene diskusije,
- nagrađivanje inovatora,
- autonomija preduzetničkog tima,
- liderstvo zasnovano na viziji razvoja organizacije kao i na delegiranju poslova

zaposlenima u skladu sa njihovom stručnošću i ambicijama.

Definisanje preduzetništva

Preduzetništvo predstavlja ključni pokretač ekonomskog razvoja, inovacija i stvaranja novih radnih mesta. U svojoj suštini, preduzetništvo podrazumeva prepoznavanje prilika, preuzimanje inicijative i rizika, kao i razvijanje i implementaciju ideja, koje dovode do stvaranja novih proizvoda, usluga ili poslovnih modela. U savremenom svetu, koji se brzo menja pod uticajem tehnologije i globalizacije, preduzetnički duh postaje sve važniji, ne samo u privatnom sektoru, već i u javnim institucijama i nevladinim organizacijama. Razumevanje osnova preduzetništva ključno je za sve one koji žele da ostave trag u svetu biznisa i doprinesu stvaranju inovativnijeg i otpornijeg društva.

Preduzetništvo je složen i dinamičan proces koji obuhvata identifikaciju, evaluaciju i eksploataciju poslovnih prilika, kako bi se stvorila nova vrednost. Preduzetništvo se karakteriše kao proces adaptacije u susretu sa novim situacijama (Cope, 2005; Minnitti & Bygrave, 2001), a jedan od izvora „novosti“ je neprekidna promena „pejzaža“ kreiranog od strane kompetitora, na koje bi preduzetnik trebalo da nađe odgovor (Lumpkin & Dess, 1996). Prema definiciji Šanea i Venkataramana (Shane & Venkataramana, 2000), preduzetništvo se odnosi na način na koji, od strane koga i sa kakvim efektima se prilike za stvaranje budućih dobara i usluga otkrivaju, ocenjuju i iskorišćavaju. Ova definicija stavlja akcenat na prepoznavanje prilika, kao ključnih elemenata preduzetničkog procesa.

Noviji pristupi preduzetništvu dodatno proširuju ovu definiciju. Na primer, Sarasvati i Venkataraman naglašavaju da preduzetništvo nije samo proces otkrivanja prilika, već i proces zasnovan na logici uzročnosti i izazivanja događaja, gde preduzetnici koriste dostupno znanje i prilike, kako bi stvorili put ka budućnosti (Sarasvathy & Venkataraman, 2011). Ovaj pristup stavlja akcenat na kreativnost i adaptabilnost preduzetnika u suočavanju sa neizvesnostima tržišta.

Značaj preduzetništva

Preduzetništvo ima višedimenzionalni značaj za savremeno društvo, privredu i globalni razvoj. Značaj preduzetništva se ogleda kroz doprinos rastu bruto domaćeg proizvoda (BDP), smanjenju nezaposlenosti i unapređenju konkurentnosti nacionalnih ekonomija. Naime, mala i srednja preduzeća, koja su često rezultat preduzetničke aktivnosti, predstavljaju glavne izvore zaposlenja.

Preduzetništvo je jedan od ključnih pokretača ekonomskog razvoja, jer stvara nove poslove, povećava konkurenciju, unapređuje inovacije i poboljšava efikasnost. Prema Porteru (1990), konkurentnost nacija zavisi od sposobnosti preduzetnika da stvore nove proizvode i tržišta, što povećava ukupni ekonomski rast.



Slike 6.34. i 6.35. Novi proizvodi na tržištu

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2015/07/20/23/08/spa-853462_1280.jpg

https://cdn.pixabay.com/photo/2023/09/01/20/06/soaps-8227624_1280.jpg

Preduzetnici takođe igraju ključnu ulogu u smanjenju nezaposlenosti i stimulisanju ekonomskog rasta u lokalnim zajednicama. Osnovanjem novih preduzeća, preduzetnici kreiraju radna mesta, unapređuju produktivnost i doprinose razvoju novih industrija (Baumol, 1990).

Osnivanjem novih preduzeća i plasiranjem inovativnih proizvoda i usluga na tržište, preduzetnici direktno utiču na ekonomsku dinamiku i diverzifikaciju tržišta. Njihova spremnost da prepoznaju tržišne prilike i investiraju u rizične, ali potencijalno profitabilne projekte, predstavlja osnovu za tehnološki napredak i razvoj industrija. Preduzetnici uvode nove proizvode i usluge, često brže i efikasnije od velikih korporacija.



Slike 6.36. i 6.37. Preduzetništvo u društvenom kontekstu

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2019/03/09/21/30/downtown-4045037_1280.jpg

i https://cdn.pixabay.com/photo/2021/06/06/12/23/landscape-6315249_1280.jpg

U društvenom kontekstu, preduzetništvo igra ključnu ulogu u rešavanju lokalnih i globalnih problema, kroz razvoj socijalnog preduzetništva i inicijativa koje imaju za cilj unapređenje kvaliteta života. Takođe, ono pruža prilike marginalizovanim grupama da se

uključuje u ekonomske tokove. Kroz socijalno i održivo preduzetništvo, preduzetnici doprinose rešavanju problema kao što su siromaštvo, nezaposlenost i zaštita životne sredine. Preduzetništvo doprinosi smanjenju i regionalnih dispariteta, tako što podstiče ekonomske aktivnosti u manje razvijenim sredinama.

Zbog svoje kompleksnosti i uticaja na različite sektore, preduzetništvo postaje sve značajnija tema u naučnim istraživanjima iz oblasti ekonomije, menadžmenta, sociologije, psihologije i obrazovanja. Razumevanje njegovih mehanizama i efekata je od suštinske važnosti za kreiranje efektivnih javnih politika koje podstiču inovacije i održiv ekonomski razvoj. Preduzetništvo je kompleksan fenomen koji obuhvata više od puke ekonomske aktivnosti. Ono podrazumeva specifičan način razmišljanja i delovanja koji je usmeren ka inovaciji, rešavanju problema i stvaranju nove vrednosti. Kroz različite oblike – od profitno orijentisanih organizacija do socijalnih inicijativa – preduzetništvo igra ključnu ulogu u oblikovanju savremenog društva.

Preduzetnik i njegova ličnost

Preduzetništvo, kao dinamičan i višedimenzionalan fenomen, zauzima centralno mesto u savremenim teorijama ekonomskog razvoja, menadžmenta i inovacija. U njegovom središtu nalazi se preduzetnik – pojedinac koji prepoznaje tržišne prilike, inovira, preuzima rizik i stvara novu ekonomsku vrednost. Razumevanje psiholoških osobina i obrazaca ponašanja preduzetnika od suštinskog je značaja za tumačenje uzroka preduzetničkog uspeha, ali i za oblikovanje obrazovnih i ekonomskih politika koje podstiču preduzetništvo. Koncept preduzetničke ličnosti obuhvata skup karakteristika koje pojedinca usmeravaju ka iniciranju i realizaciji preduzetničkih aktivnosti.

Tabela 6.12. Uloga preduzetnika u savremenoj ekonomiji

Pokretači inovacija	Preduzetnici su ključni za razvoj novih tehnologija, proizvoda i usluga. Njihove ideje i inicijative pokreću tehnološki napredak i unapređuju način na koji se zadovoljavaju potrebe potrošača.
Kreatori radnih mesta	Osnivanjem i širenjem svojih organizacija, preduzetnici zapošljavaju nove ljude i time doprinose smanjenju nezaposlenosti i jačanju ekonomije.
Agenti promene	Njihovo prisustvo na tržištu podstiče konkurenciju, prisiljava postojeće firme da se inoviraju, a tržište da se prilagođava novim trendovima i potrebama.
Upravljači rizicima	Preduzetnici donose strateške odluke u uslovima neizvesnosti, snose finansijske i poslovne rizike, i time podstiču dinamičnost tržišne ekonomije.

Izvor: Acs, 2006

Preduzetnik je definisan kao pojedinac koji identifikuje neiskorišćene poslovne prilike, mobilizuje potrebne resurse i preuzima rizik u cilju stvaranja nove vrednosti (Drucker, 1985). On ne mora nužno biti inovator u tehničkom smislu, ali svakako unosi novine u poslovne procese, organizacione modele ili tržišnu ponudu. U tom kontekstu, Džozef Šumpeter

prepoznaje preduzetnika kao ključnog aktera ekonomske promene, definišući ga kao onoga „koji uvodi nove kombinacije“ – nove proizvode, procese, izvore sirovina ili tržišta – i time inicira ciklus kreativne destrukcije (Schumpeter, 1934).

Savremena istraživanja u oblasti preduzetništva ukazuju na to da uspeh u preduzetničkom poduhvatu nije samo rezultat spoljašnjih okolnosti, kao što su ekonomski resursi ili tržišne mogućnosti, već u velikoj meri zavisi od ličnih karakteristika samog preduzetnika. Preduzetnička ličnost se odnosi na skup psiholoških osobina i motivacionih faktora koji predisponiraju pojedinca da se uključi u preduzetničku aktivnost. Studije iz oblasti preduzetničke psihologije identifikovale su niz karakteristika koje se često dovode u vezu sa uspešnim preduzetničkim ponašanjem (Rauch & Frese, 2007; Zhao & Seibert, 2006). Neke od ključnih osobina uključuju:

Unutrašnji lokus kontrole predstavlja uverenje pojedinca da je on sam odgovoran za sopstveni uspeh ili neuspeh, a ne spoljne okolnosti (Rotter, 1966). Visok nivo internog lokusa kontrole smatra se jednom od ključnih dispozicija za uspešno bavljenje preduzetništvom. Preduzetnik, da bi bio efikasan, mora biti u stanju da sopstvenu strategiju i viziju pretoči u konkretnu akciju, pri čemu je važno da oseća ličnu kontrolu nad tim procesom. On mora biti sposoban da identifikuje neophodne korake za realizaciju postavljenih ciljeva, da veruje u efikasnost sopstvenog delovanja i da smatra da njegov lični angažman predstavlja presudan faktor u postizanju uspeha.

Pojedinci sa visokim stepenom internog lokusa kontrole svesniji su mogućnosti za postizanje ciljeva i skloniji su preduzimanju različitih akcija, kako bi poboljšali uslove u svom okruženju. Pored toga, ovi pojedinci aktivno nastoje da razviju svoje sposobnosti za postizanje ciljeva. Stoga, oni veruju u mogućnosti za transformaciju svoje ličnosti, jer osećaju visoku odgovornost za sopstvene postupke. Takve osobe su orijentisane ka budućnosti i uspešnije su u postizanju postavljenih ciljeva (Nedeljković Knežević et al., 2021).

Značaj internog lokusa kontrole, kao i potrebe za postignućem, za preduzetničke performanse potvrđen je u empirijskoj studiji Rauča i Frezea (Rauch & Frese, 2000). Veza između internog lokusa kontrole i preduzetničkog ponašanja logična je, ako se ima u vidu da je preduzetnik inicijator sopstvenog poduhvata, da preuzima odgovornost za sopstveno blagostanje i nastoji da deluje nezavisno od drugih (McClelland, 1961). Nasuprot tome, nedostatak uverenja da uspeh zavisi od ličnog angažmana dovodi do izbegavanja rizika, posebno u situacijama u kojima je potencijalna šteta od neuspeha značajna. Iz tog razloga, uspešne preduzetničke ličnosti u većoj meri poseduju interni nego eksterni lokus kontrole (Brockhaus, 1982).

Potreba za postignućem predstavlja jedan od ključnih motivacionih faktora u preduzetništvu. McClelland je ovu karakteristiku identifikovao kao osnovni pokretač preduzetničkog ponašanja, definišući je kao snažnu unutrašnju potrebu pojedinca da postigne rezultate zasnovane na ličnom zalaganju i trudu (McClelland, 1961). U empirijskim istraživanjima, isti autor je potvrdio da orijentacija ka postignuću ima značajnu povezanost sa preduzetničkim uspehom. Osobe sa izraženom orijentacijom ka postignuću ne samo da postižu bolje rezultate u dinamičnom i nepredvidivom poslovnom okruženju, već se i aktivnije uključuju u aktivnosti koje zahtevaju inicijativu, odlučnost i usmerenost ka rezultatu (McClelland, 1965).

Tolerancija na neizvesnost predstavlja jednu od ključnih karakteristika preduzetničke ličnosti. Preduzetnici deluju u okruženju koje je obeleženo visokim stepenom rizika, brzim promenama i neizvesnošću, što zahteva sposobnost donošenja odluka i preduzimanja akcije u uslovima ograničenih informacija i nepredvidivih okolnosti. Preduzetnička aktivnost često podrazumeva ulazak u nepoznato – bilo da je reč o novom proizvodu, usluzi ili tržištu, što neminovno nosi rizik od grešaka u proceni, kao što je, na primer, pretpostavka da će tržište prihvatiti novi proizvod. Uspešne preduzetnike karakteriše sposobnost da identifikuju i prihvate proračunati rizik - odnosno, rizik koji je svesno analiziran i minimiziran u meri u kojoj je to moguće. Takav pristup smanjuje verovatnoću neuspeha i omogućava dugoročno održiv preduzetnički razvoj (Begley & Boyd, 1987; Timmons, Smollen, & Dingee, 1985).

Samopouzdanje i proaktivnost predstavljaju dodatne lične osobine koje značajno doprinose uspehu u preduzetničkom ponašanju. Visok nivo samopouzdanja omogućava pojedincu da istraje i nakon neuspeha, dok proaktivnost podrazumeva inicijativnost i delovanje, pre nego što dođe do promena u okruženju (Bateman & Crant, 1993). Proaktivnost, kao karakteristika ličnosti, predstavlja težnju pojedinca da aktivno utiče na svoje okruženje, inicira promene i preuzme odgovornost za oblikovanje budućih ishoda (Nedeljković Knežević et al., 2021).

U kontekstu preduzetništva, proaktivnost je ključni element preduzetničkog ponašanja, jer podrazumeva sposobnost prepoznavanja i iskorišćavanja poslovnih mogućnosti, kao i spremnost da se preduzmu konkretni koraci ka pokretanju inovativnog poslovnog poduhvata. Preduzetnički orijentisani pojedinci nastoje da ne čekaju na promene, već da ih sami iniciraju, što ih razlikuje od reaktivnih aktera u poslovnom okruženju (Nedeljković Knežević et al., 2021). Proaktivno ponašanje podrazumava da pojedinac ne reaguje isključivo na postojeće zahteve, već preduzima mere unapred, sa sposobnošću da sagleda buduće izazove i mogućnosti. To podrazumeva dugoročnu orijentaciju, sposobnost anticipacije potencijalnih problema i aktivnu pripremu za njihovo rešavanje. U tom smislu, proaktivnost predstavlja ključni element preduzetničke sposobnosti za adaptaciju i inovaciju u kompleksnim i promenljivim uslovima poslovanja.

Inovativnost predstavlja sposobnost individue da generiše nove ideje, istražuje alternativna rešenja i razmatra različite pristupe u rešavanju problema, što čini osnovu preduzetničke kreativnosti.

Inovativnost predstavlja ključni faktor u ostvarivanju preduzetničke aktivnosti, budući da preduzetnički poduhvat, kao i njegov potencijal za rast i razvoj, u značajnoj meri zavise od sposobnosti da ponudi nove i atraktivne proizvode ili usluge postojećim i potencijalnim kupcima (Nedeljković Knežević et al., 2021).

Pored toga, inovacije ne moraju biti potpuno nove u apsolutnom smislu, već mogu biti nove za određene relevantne grupe, tržišta ili okruženja. Inovativnost se može primeniti na različite aspekte preduzetničkog delovanja, uključujući razvoj novih proizvoda i usluga, ali i na administrativne procese ili tehnološke inovacije. Kako ističu Vest i Far, inovacije se ne odnose samo na potpuno nove koncepte, već i na poboljšanje i adaptaciju već postojećih ideja i procesa u novim kontekstima (West & Farr, 1990).

Uspešni preduzetnici ne odustaju lako, već pokazuju *upornost* i spremnost da se nose sa neuspehom. *Otpornost* na neuspehe i sposobnost da se brzo oporave nakon neuspeha, jedan je od ključnih aspekata koji razlikuje uspešne preduzetnike od ostalih. Sposobnost da nastave sa radom i inovacijama, čak i uprkos neuspehu, često je ključ za dugoročni uspeh i stabilnost preduzetničkih aktivnosti.

Razvoj i podsticanje preduzetničke ličnosti

Savremena istraživanja i obrazovni modeli sve više ukazuju na to da se preduzetnička ličnost može razvijati kroz formalno obrazovanje, obuku i praktično iskustvo. Programi preduzetničkog obrazovanja, koji kombinuju teorijske osnove sa radom na realnim projektima, simulacijama i mentorstvom, pokazuju pozitivan uticaj na razvoj preduzetničkih osobina, posebno kod mladih (Fayolle & Gailly, 2015). Pored toga, institucionalna podrška, kroz pristup finansiranju, poslovnim inkubatorima, savetodavnim uslugama i pravnoj zaštiti, podstiče izražavanje preduzetničkih potencijala u društvu. Kultura koja nagrađuje inovativnost, toleranciju prema neuspehu i nezavisnost, takođe igra ključnu ulogu u formiranju i afirmaciji preduzetničke ličnosti.

Preduzetnik nije samo akter tržišta, već i pokretač promena i inovacija. Njegove lične karakteristike, psihološki profil, kao i motivacija, igraju presudnu ulogu u oblikovanju preduzetničkih aktivnosti i rezultata. Razumevanje preduzetničke ličnosti omogućava bolje projektovanje obrazovnih, ekonomskih i socijalnih politika, usmerenih na podsticanje preduzetništva. U savremenom društvu, koje se suočava sa brzim tehnološkim promenama i neizvesnošću, razvoj i negovanje preduzetničke ličnosti predstavlja jedan od ključnih izazova i prioriteta.



Slike 6.38. i 6.39. Preduzetnik

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2017/05/18/08/25/girl-2322901_1280.jpg
i https://cdn.pixabay.com/photo/2016/08/05/15/02/london-1572444_1280.jpg

Istraživanje na temu Preduzetničkog duha: Teorijski okvir, metodologija i primena

Usred globalnih ekonomskih, demografskih i ekoloških promena, razumevanje faktora koji pokreću preduzetničke namere, postalo je ključno i za naučnike i za kreatore politike. Šta je preduzetnički duh i kako istražiti njegov uticaj na zajednice i razvoj? Kao što je do sada već definisano, preduzetništvo predstavlja dinamičan proces stvaranja dodatne vrednosti i inovacija koje imaju značajan uticaj na dobrobit tržišta i društva u celini. Kroz razvoj novih ideja, proizvoda i usluga, preduzetništvo omogućava proizvodnju ogromne količine dobara i usluga, čime direktno doprinosi ekonomskom rastu, ali i unapređenju kvaliteta života zajednice (Dragin et al., 2022; Dragin et al., 2024a; Yeing-Aramkul et al., 2025). Ključnu ulogu u ovom procesu ima preduzetnik – visoko motivisana, proaktivna osoba, usmerena ka ostvarenju ciljeva, koja je spremna da preuzme rizik, prepozna prilike koje drugi ne vide i deluje u skladu s tim (Hisrich, Peters & Shepherd, 2017). Kako ističe ekonomista Izrael M. Kirzner: „Preduzetnik je onaj koji uočava ono što drugi ne vide i reaguje na to opažanje“ (Kizner, 1973). Na taj način, preduzetnici ne samo da doprinose razvoju tržišta, već i podstiču šire društvene promene – stvaraju nova radna mesta, unapređuju životnu sredinu, oživljavaju lokalne zajednice i jačaju ukupni društveni kapital. Njihova uloga u savremenom društvu je od suštinskog značaja za postizanje napretka, inovacija i blagostanja.



Slika 6.40. Preduzetništvo na selu

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2022/06/08/22/08/village-7251339_1280.jpg

Pojam „preduzetnički duh“ odnosi se na način razmišljanja, osobine i stavove koji podstiču pojedince da se upuste u inovativno razmišljanje, preuzimanje rizika i traženje novih prilika, često sa fokusom na ekonomski i društveni razvoj. To je ključni pokretač kako poslovnog, tako i razvoja zajednice, jer utiče na način na koji ljudi pristupaju izazovima, rešavaju probleme i stvaraju nova rešenja u ličnim, profesionalnim i društvenim kontekstima (Yeing-Aramkul et al., 2025). Preduzetnički duh predstavlja ključnu komponentu poslovnog sistema i ima značajnu ulogu u ekonomskom razvoju, inovacijama i društvenim promenama. Kao skup osobina ličnosti preduzetnika, preduzetnički duh obuhvata sposobnost da se

prepoznaju i iskoriste poslovne prilike, razvijaju nove ideje i rizične inicijative, te vodi ka stvaranju vrednosti na tržištu.

Preduzetnički duh je vitalna komponenta svakog društva koje teži ekonomskom razvoju i inovacijama. On se razvija kroz lične osobine, ali i spoljne faktore kao što su obrazovanje, kultura, pristup kapitalu i tehnologija. Iako se preduzetnici suočavaju sa brojnim izazovima, njihova sposobnost da prepoznaju poslovne prilike i preuzimaju rizik, igra ključnu ulogu u stvaranju novih vrednosti i ekonomskom rastu. Razumevanje preduzetničkog duha može pomoći vladama, obrazovnim institucijama i organizacijama da kreiraju podržavajuće okruženje za razvoj preduzetništva.



Slike 6.41. i 6.42. Preduzetništvo u banjskom turizmu

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2023/09/01/20/06/spa-8227623_1280.jpg

https://cdn.pixabay.com/photo/2019/01/23/08/19/cosmetology-3949746_1280.jpg

Na osnovu brojnih istraživanja i praksi, može se zaključiti da su neke od najvažnijih osobina koje čine preduzetnički duh: kreativnost, inovativnost, spremnost na preuzimanje rizika, proaktivnost, istrajnost, razvijena vizija, leaderske sposobnosti i sklonost ka timskom radu. Preduzetnici su osobe koje umeju da uoče priliku čak i u situacijama koje drugi doživljavaju kao prepreke. Oni se ističu sposobnošću da identifikuju probleme i transformišu ih u konkretna rešenja koja odgovaraju potrebama tržišta ili društva. Taj inovativni način razmišljanja često je pokretač razvoja poslovanja, ali i faktor otpornosti i napretka lokalnih zajednica. Pored toga, preduzetnici su svesni da svaki poduhvat nosi određenu dozu neizvesnosti, ali pristupaju izazovima s poverenjem, spremni da uče na sopstvenim greškama. Oni ne čekaju pasivno da se prilike pojave, već ih aktivno traže i kreiraju, što ih čini inicijatorima promena. Njihova spremnost da preuzmu odgovornost i da budu prvi u pokretanju aktivnosti, omogućava im da oblikuju pravac poslovnog i društvenog razvoja. Takođe, važno je naglasiti da je preduzetnički put često ispunjen izazovima, a uspeh nije uvek zagarantovan. Ipak, istrajnost, kao i sposobnost

učenja iz neuspeha, čine da mnogi preduzetnici istraju u svojim ciljevima i unaprede buduće poslovne poduhvate. Na kraju, jasna vizija onoga što žele da postignu, ali i sposobnost da tu viziju prenesu drugima, omogućava preduzetnicima da inspirišu saradnike, motivišu timove i izgrade mrežu koja podstiče zajednički uspeh (Kerr, Kerr & Xu, 2018; Verma, 2025). Može se zaključiti da preduzetnički duh nije samo alat za ekonomski rast, već i za društvenu transformaciju ruralnih područja. Kroz inovacije, saradnju i održiv pristup, preduzetnici mogu biti ključni akteri u procesu revitalizacije ruralnih zajednica, naročito onih suočenih s izazovima depopulacije.

Metode istraživanja preduzetničkog duha

Istraživanje preduzetničkog duha zahteva multidisciplinarni pristup i primenu različitih metodoloških okvira. Kvantitativne metode, prikladne za ovu temu, su anketiranja i statističko modeliranje. Standardizovani upitnici, kao što su Entrepreneurial Orientation Scale (Covin & Slevin, 1989) ili General Enterprising Tendency Test (GET), omogućavaju sistematično prikupljanje podataka i uporedivost rezultata među različitim populacijama. Generalno, anketni upitnici se za potrebe ovakvog istraživanja mogu koristiti radi ispitivanja osobina ličnosti preduzetnika, njihovih motivacija, nivoa tolerancije na rizik, kao i uticaja različitih ekonomskih i socio-demografskih faktora na preduzetničko ponašanje. Anketni upitnik je zbog toga bio odabrano sredstvo za prikupljanje podataka o preduzetničkom duhu mladih u ruralnim naseljima Vojvodine, u okviru projekta PanSpa.



Slika 6.43. Preduzetništvo na selu

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2017/10/28/15/30/shops-2897328_1280.jpg

„Centralna tema za preduzetničku nameru je koncept preduzetničkog duha - višedimenzionalni konstrukt koji obuhvata mešavinu psiholoških osobina, motivacionih sila i predispozicija stavova, koje kolektivno inspirišu pojedince da se bave preduzetničkim

poduhvatima“ (Yeing-Aramkul et al., 2025). Pozitivan stav prema preduzetništvu služi kao ključni posrednik u preduzetničkom procesu, transformišući preduzetnički duh u konkretnu nameru za obavljanje preduzetničkih aktivnosti. Ova posrednička uloga naglašava važnost negovanja pozitivnih preduzetničkih stavova, na koje utiču i individualne osobine ličnosti i spoljni sistemi podrške, kako bi se poboljšale preduzetničke namere. Obrazovanje i društveno okruženje igraju vitalnu ulogu u oblikovanju preduzetničkog duha. Na primer, izveštaj AGER-a (2015) ističe da, iako mlađe generacije pokazuju snažan preduzetnički potencijal, one se često suočavaju sa značajnim preprekama, kao što su strah od neuspeha i nedostatak adekvatne društvene ili institucionalne podrške. Razmatranje preduzetničkog duha mladih u ruralnim područjima, sa aspekta geografskih i ekonomskih nauka, psihologije i sociologije, osmišljeno projektom PanSpa, predstavlja novu ideju kojom se nastoje definisati mogućnosti razvoja ruralnih sredina u Vojvodini.

Razumevanje ovih faktora koji prethode preduzetništvu može doprineti razvoju teorije u ovoj oblasti, ali i pomoći kreatorima politika, istraživačima, konsultantima, edukatorima i drugim zainteresovanim stranama da dobiju jasniju sliku o tome kako formirati preduzetničke namere, kao polaznu tačku za poboljšanje situacije ruralnog stanovništva i zaustavljanje depopulacije ruralnih područja.

Zbog toga, upitnik se delom sastojao od pitanja, preuzetih iz radova Linjan i saradnici (Liñán et al., 2011) i Dragin i saradnici (Dragin et al., 2022), sa dopunama, prilagođenim istraživačkim potrebama projekta PanSpa (Dragin et al., 2024a).

Pored toga, jedan deo upitnika je bio posvećen istraživanju stavova mladih na selu u vezi sa faktorima učešća zajednice. Ovo se odnosi na to kako pojedinci doživljavaju svoje učešće u procesu razvoja i upravljanja turizmom, na primer, kao i na to da li veruju da bi trebalo da dobiju značajan deo koristi (prihoda) koje generiše turizam, posebno kada se on zasniva na korišćenju lokalnih resursa (atrakcija) – u ovom slučaju termo-mineralnih lokalnih kapaciteta. U tu svrhu, korišćene su neke stavke standardizovane SUS-TAS skale, koju su razvili Čoi i Sirakaja, a koju su potvrdili brojni naučnici, uključujući članove PanSpa projekta (Dragin et al., 2023b; Mijatov Ladičorbić et al., 2023a; Mijatov Ladičorbić et al., 2024). Kako su rezultati SUS-TAS metode prikazani u prethodnom poglavlju, u narednom tekstu će akcenat biti stavljen na analizu preduzetničkog duha lokalnog stanovništva ruralnih područja Vojvodine.

Stavovi lokalnog stanovništva

Anketno istraživanje je sprovedeno od decembra 2023. do maja 2024. godine, na osnovu upotrebe upitnika, formiranog za potrebe ove studije, u okviru kog se pitanja mogu grupisati na sledeći način. Prvi deo odnosio se na socio-demografske karakteristike ispitanika, uključujući pol, starost, obrazovanje, prihode, radni status. Poseban deo upitnika obuhvatio je pitanja o otvorenosti ispitanika prema preduzetništvu (5 stavki), kao i o njihovoj proceni sposobnosti za pokretanje preduzetničkih aktivnosti (13 stavki), na osnovu Upitnika preduzetničkih namera, preuzetog od autora Linjan i Čen (Liñán & Chen, 2009), a koji je zatim prilagođen potrebama ovog istraživanja. Odgovori su mereni upotrebom petostepene Likertove skale (od 1 – uopšte

nisam zadovoljan/na – uopšte se ne slažem, do 5 – veoma sam zadovoljan/na – u potpunosti se slažem).

Za ispitivanje strukture dve skale – skale zadovoljstva kvalitetom života i skale privrženosti mestu – korišćena je analiza glavnih komponenti (*Principal Component Analysis* – PCA) u programu SPSS 23.0. Da bi se opravdala primena analize glavnih komponenti, korišćeni su *Kaiser-Meyer-Olkin* pokazatelj (čija bi vrednost trebalo da bude iznad 0,6) i *Bartlettov* test sferičnosti (čija bi vrednost trebalo da bude statistički značajna). Usled očekivanja da će između identifikovanih dimenzija postojati međusobna korelacija, korišćena je *Promax* metoda rotacije. Za određivanje konačnog broja faktora korišćene su *eigenvalues* vrednosti (koje bi trebalo da budu iznad 1) i *Scree* dijagram. Pored navedenih analiza, istraživanje je obuhvatilo i utvrđivanje korelacije, kao i deskriptivnu statistiku.

U istraživanju je učestvovalo 150 ispitanika, većinski ženskog pola (72%). Ispitanici su mladi ljudi, sa približnom distribucijom onih do 20 godina (52%) i od 21 do 30 godina (48%). Nešto više od polovine ispitanika navodi da ima prosečne mesečne prihode (53,3%), dok 28% ispitanika ističe da su njihova mesečna primanja ispod proseka, a najmanji procenat ispitanika (18,7%) je sa mesečnim primanjima koja su iznad prosečnih vrednosti. Većina ispitanika ima završenu srednju školu (77,3%), dok 20,7% ispitanika ima završenu višu školu ili fakultet. Daleko manji procenat ispitanika ima završene master ili doktorske studije (1,3%) ili samo osnovnu školu (0,7%). U pogledu radnog statusa, shodno starosnoj strukturi, čak 84,7% ispitanika navodi da je reč o studentima, dok je 13,3% njih zaposleno, a svega 2% ispitanika je bez radnog angažovanja.

Otvorenost ka preduzetništvu i procena preduzetničkih kapaciteta

Na osnovu rezultata istraživanja, prikazanih u okviru Tabele 6.13, može se uvideti da ispitanici pokazuju generalno dosta visoku srednju vrednost *Otvorenosti ka preduzetništvu* ($M = 4,00$).

Tabela 6.13. Otvorenost ka preduzetništvu

	Srednje vrednosti
Otvorenost ka preduzetništvu	4,00
Biti preduzetnik implicira više prednosti nego nedostataka za mene.	3,82
Karijera preduzetnika mi je privlačna.	4,01
Kada bih imao priliku i resurse, voleo bih da započnem svoj posao.	4,39
Kada bih postao preduzetnik osećao bih se zadovoljno.	4,15
Između različitih mogućnosti, najradije biram da budem preduzetnik.	3,64

Ukoliko se sagledaju srednje vrednosti pojedinačnih stavki, može se zapaziti da ispitanici pokazuju najveći stepen slaganja po pitanju toga da bi voleli da započnu sopstveni posao, kada bi imali priliku i resurse ($M = 4,39$). Sa druge strane, najmanja srednja vrednost je zabeležena za stavku koja ukazuje na to da između različitih mogućnosti, ispitanici najradije biraju da budu preduzetnici ($M = 3,64$).

U pogledu *procene preduzetničkih kapaciteta*, ispitanici se najmanje slažu sa tim da imaju profesionalno znanje koje je potrebno za pokretanje sopstvenog poslovnog poduhvata ($M = 3,33$), što se može videti u Tabeli 6.14. Sa druge strane, ispitanici se najviše slažu sa tim da su odgovorne osobe i tačne u pogledu ispunjavanja obaveza ($M = 4,39$).

Tabela 6.14. Procena kapaciteta za pokretanje preduzetničkih aktivnosti

Procena preduzetničkih kapaciteta	Srednje vrednosti
Umem da prepoznam dobru poslovnu priliku.	3,85
Kreativna sam osoba.	4,09
Umem da rešavam problem	4,26
Imam liderske i komunikacione veštine.	3,93
Umem da razvijem nove proizvode i usluge.	3,68
Umem da se povezujem sa ljudima i da stvaram poslovne kontakte.	4,07
Spreman/na sam na rizik.	3,94
Mogu da držim pod kontrolom ceo poslovni proces.	3,76
Imam profesionalno znanje.	3,33
Odgovoran/na sam i tačan/na u ispunjavanju obaveza.	4,39
Vešt/a sam sa novcem i želim da ostvarim veliku zaradu.	4,17
Imam veliku potrebu da se pokažem pred drugima i da uspem.	3,73
Imam veliku želju da napravim nešto novo.	4,22

Istraživanje je dalje bilo usmereno i na identifikaciju korelacije između *Otvorenosti ka preduzetništvu* i 13 stavki koje odražavaju stavove ispitanika o posedovanju zadovoljavajućih ličnih kapaciteta za pokretanje i realizovanje preduzetničkih aktivnosti. Kao što se može videti u Tabeli 6.15, postoji značajna pozitivna korelacija, srednjeg intenziteta, između ova dva istraživana aspekta. Najveća korelacija je identifikovana između *Otvorenosti ka preduzetništvu* i potrebe ispitanika da stvore nešto novo, dok je najniža korelacija *Otvorenosti ka preduzetništvu* identifikovana u slučaju velike potrebe da se ispitanici pokažu pred drugima i da postignu uspeh u tom kontekstu.

Na osnovu sprovedene analize, može se zaključiti da mladi iz ruralnih područja Vojvodine pokazuju visok nivo interesovanja i potencijala za preduzetničke aktivnosti, ali da i dalje postoje određene prepreke, koje ograničavaju realizaciju tih aspiracija u praksi. Najizraženija motivacija među ispitanicima ogleda se u snažnoj želji da započnu sopstveni posao ukoliko bi imali odgovarajuće resurse i podršku, što ukazuje na značajan potencijal za razvoj preduzetničkih inicijativa na selu.

Tabela 6.15. Korelacija između *Otvorenosti ka preduzetništvu* i preduzetničkih sposobnosti

Procena preduzetničkih sposobnosti - stavke	Otvorenost ka preduzetništvu	
Umem da prepoznam dobru poslovnu priliku.	Pearson	,286**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,000
Kreativna sam osoba.	Pearson	,362**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,000
Umem da rešavam problem.	Pearson	,366**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,000
Imam liderske i komunikacione veštine.	Pearson	,369**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,000
Umem da razvijem nove proizvode i usluge.	Pearson	,356**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,000
Umem da se povezujem sa ljudima i da stvaram poslovne kontakte.	Pearson	,344**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,000
Spreman/na sam na rizik.	Pearson	,347**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,000
Mogu da držim pod kontrolom ceo poslovni proces.	Pearson	,345**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,000
Imam profesionalno znanje.	Pearson	,261**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,001
Odgovoran/na sam i tačan/na u ispunjavanju obaveza.	Pearson	,299**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,000
Vešt/a sam sa novcem i želim da ostvarim veliku zaradu.	Pearson	,364**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,000
Imam veliku potrebu da se pokažem pred drugima i da uspem.	Pearson	,231**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,004
Imam veliku želju da napravim nešto novo.	Pearson	,424**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	,000

** Korelacija je statistički značajna na nivou od 0,01 (dvosmerni test).

* Korelacija je statistički značajna na nivou od 0,05 (dvosmerni test).

Međutim, istraživanje je takođe pokazalo da mladi ispitanici izražavaju nižu samoprocenu, kada je reč o posedovanju profesionalnog znanja i kontrole nad celokupnim poslovnim procesom, što može ukazivati na potrebu za dodatnim obrazovanjem, mentorstvom i praktičnom obukom u oblasti preduzetništva.

Najveće slaganje sa izjavama koje se odnose na lične osobine, kao što su odgovornost, kreativnost, rešavanje problema i želja da se stvori nešto novo, sugerise da mladi iz ruralnih sredina Vojvodine poseduju karakteristike koje su osnova preduzetničkog duha. Visoka korelacija između otvorenosti ka preduzetništvu i želje da se stvori nešto novo samo potvrđuje važnost inovativnog potencijala u procesu osnaživanja mladih za pokretanje sopstvenog biznisa.

Rezultati ukazuju na važnost systemske podrške razvoju preduzetničkih kapaciteta u ruralnim sredinama, kroz ciljane ulaganja u obrazovne programe, lokalne biznis inkubatore i savremene platforme za povezivanje mladih sa mentorima, investitorima i tržištem. U kontekstu depopulacije sela i potrebe za njihovim ekonomskim oživljavanjem, razvoj preduzetničkog duha kod mladih može predstavljati ključnu strategiju za revitalizaciju ruralnih zajednica i zadržavanje mladog stanovništva u manjim mestima.

Ova studija takođe doprinosi razumevanju socijalno-ekonomskog potencijala ruralne omladine i može poslužiti kao polazna osnova za izradu lokalnih razvojnih politika koje promovišu inovativno i održivo preduzetništvo u selima Vojvodine.

Faktori koji utiču na razvoj preduzetničkog duha

Preduzetnički duh se razvija ne samo kao rezultat ličnih osobina preduzetnika, već i pod uticajem eksternih faktora, među kojima su:

Obrazovanje i obrazovni sistemi: Edukacija igra ključnu ulogu u razvijanju preduzetničkog duha.

Pristup kapitalu: Razvijeni finansijski sistemi omogućavaju lakši pristup kapitalu za preduzetnike. Startup fondovi, investitori, kao i razvojne banke, često igraju ključnu ulogu u pokretanju novih preduzetničkih inicijativa.

Tehnološki napredak: Razvoj novih tehnologija omogućava preduzetnicima da pokreću inovativne poslove u industrijama koje pre toga nisu bile razvijene. Na primer, internet je omogućio stvaranje globalnih startapa sa minimalnim početnim kapitalom (Acs, 2006).

Kultura i društveni faktori: Kultura koja vrednuje preduzetništvo, kao i društveni normativi koji favorizuju inovacije i rizično poslovanje, mogu značajno uticati na razvijanje preduzetničkog duha. U zemljama sa snažnom tradicijom preduzetništva, ljudi su često skloniji da prepoznaju poslovne prilike i rizike.

Nacionalna kultura predstavlja važan društveni konstrukt koji oblikuje ekonomsko ponašanje pojedinaca, uključujući i njihovu sklonost ka preduzetništvu. Kao skup kolektivno usvojenih vrednosti, normi i uverenja, nacionalna kultura utiče na to kako se percipiraju poslovne prilike, kakva se očekivanja vezuju za preduzetnički uspeh i u kojoj meri je prihvatljivo preuzimanje rizika u određenom društvu (Hofstede, 2001; Hayton, George & Zahra, 2002).

Razlike u kulturnim dimenzijama kao što su individualizam – kolektivism, izbegavanje neizvesnosti ili distribucija moći, mogu se odraziti na stepen inovativnosti, toleranciju prema riziku, kao i na spremnost za organizacione promene - dakle na odrednice, koje su od suštinskog značaja za preduzetničku aktivnost (Hayton, George & Zahra, 2002).

Kulture koje vrednuju individualizam, inovativnost i samostalnost, obično generišu viši nivo preduzetničke aktivnosti, dok kulture sa jakim orijentacijama ka izbegavanju neizvesnosti ili kolektivističkim vrednostima mogu biti sklonije institucionalizovanim i manje rizičnim formama ekonomskog delovanja.



Slike 6.44. i 6.45. Kolektivism

Izvor: https://cdn.pixabay.com/photo/2022/10/17/14/16/women-7527799_1280.jpg i
https://cdn.pixabay.com/photo/2017/04/10/18/36/botswana-2219383_1280.jpg

Nacionalna kultura utiče i na formiranje kulturno zasnovanih očekivanja u pogledu vrednosti i kvaliteta preduzetničkih proizvoda (Nedeljković Knežević et al., 2020). Na primer, u kulturama u kojima se više vrednuje kolektivno delovanje i harmonija, preduzetničke inicijative mogu biti orijentisane ka zajedničkom dobru i socijalnom preduzetništvu, dok će u individualističkim kulturama naglasak biti na ličnom postignuću i inovaciji.

Na taj način, nacionalna kultura deluje kao okvir koji oblikuje percepciju, motive i ponašanje preduzetnika, kao i njihovu sposobnost da identifikuju i iskoriste poslovne mogućnosti u skladu sa kulturno relevantnim očekivanjima i tržišnim potrebama.

Hejton i saradnici (Hayton et al., 2002) ističu da nacionalna kultura može imati značajan uticaj na preduzetničke aktivnosti na individualnom nivou, bilo kroz njihovo podsticanje ili obeshrabrivanje. Ovaj uticaj se, između ostalog, ostvaruje kroz oblikovanje kulturnog okvira, koji omogućava pojedincima da prepoznaju preduzetničke mogućnosti i procene da li su takve aktivnosti društveno poželjne. Kada društvo vrednuje preduzetništvo i podržava ga kroz razne podsticajne mere, pojedinci će verovatnije biti motivisani da se upuste u preduzetničke poduhvate. Hejton i saradnici (Hayton et al., 2002) ističu da kulturne dimenzije kao što su distanca moći i izbegavanje neizvesnosti utiču na nivo preduzetničke aktivnosti. S druge strane, Šejn (Shane, 1993) navodi da visoka distanca moći ima negativan uticaj na inovativnost.

Jedna od važnih studija koja se bavi dimenzijama kulture je GLOBE studija. Kulturni model GLOBE (House et al., 2004) zasniva se na devet dimenzija kulture koje se analiziraju na društvenom ili organizacionom nivou. Posebna pažnja posvećuje se razlici između onoga što, prema mišljenju ispitanika, u društvu *jeste* i onoga što bi, po njihovom mišljenju, *trebalo da bude*.

Tabela 6.16. Dimenzije kulture prema GLOBE modelu

Dimenzija	Opis
Distanca moći	Stepen do kog članovi društva prihvataju nejednaku raspodelu moći.
Izbegavanje neizvesnosti	Nivo tolerancije prema neizvesnosti i nepoznatim situacijama.
Orijentacija prema ljudima	Stepen u kome društvo podstiče pravednost, velikodušnost i pažnju prema drugima.
Institucionalni kolektivism	Nivo u kome institucije nagrađuju kolektivne akcije.
Grupni kolektivism	Stepen u kome pojedinci izražavaju lojalnost grupi i identifikuju se s njom.
Ravnopravnost polova	Stepen jednakosti među polovima u društvenim i profesionalnim ulogama.
Orijentacija ka performansama	Nivo u kome društvo nagrađuje visok učinak i izvrsnost.
Orijentacija ka budućnosti	Stepen planiranja i investiranja u budućnost.
Asertivnost	Stepen do kog pojedinci u društvu izražavaju svoje mišljenje i preduzimaju inicijativu.

Izvor:House i saradnici, 2002

Određene dimenzije GLOBE modela pokazuju sličnosti sa kulturnim dimenzijama Hofstedeovog modela, ali postoje i značajne razlike, o kojima su raspravljali i sami autori ovih teorija. Jedna od ključnih razlika, pored broja kulturnih dimenzija, ogleda se u strukturi GLOBE modela koji uključuje dva podmodela:

- *vrednosni aspekt* – odnosno stanje koje bi, prema mišljenju ispitanika, trebalo da postoji u društvu,
- *percepcija stvarnog stanja* – odnosno način na koji ispitanici doživljavaju postojeću situaciju.

GLOBE model je posebno značajan u istraživanjima iz oblasti preduzetništva, jer uključuje dimenziju Orijentacija ka performansama, koja je od ključne važnosti za razumevanje i podsticanje preduzetničkih aktivnosti.

Distanca moći predstavlja meru u kojoj članovi jednog društva očekuju i prihvataju da je moć neravnomerno raspoređena (House et al., 2002). U društvima sa visokim stepenom distance moći karakteristični su ograničena društvena mobilnost ka višim slojevima i društveni status koji se ne zasniva na ličnim vrednostima i zaslugama, već prevashodno na poziciji u društvenoj

hijerarhiji. Istraživanja koja se bave odnosom između distance moći i preduzetničkih aktivnosti ukazuju na to da su preduzetnički poduhvati znatno zastupljeniji u društvima sa niskim stepenom distance moći. Nasuprot tome, u društvima sa visokom distancom moći dominira očuvanje postojećeg stanja (*status quo*), što može predstavljati značajnu prepreku za razvoj i podsticanje preduzetničkog duha (Hayton et al., 2002; Gelekanycz, 1997).

Izbegavanje neizvesnosti predstavlja nivo u kojem su u društvu prisutna pravila, zakoni, institucije i norme, koje imaju za cilj da regulišu različite društvene aktivnosti, kako bi se smanjila neizvesnost (House et al., 2002). Istraživači imaju različite stavove u pogledu uticaja visokog stepena izbegavanja neizvesnosti na preduzetničko ponašanje. Miler, Tomas i Šajn ukazuju na postojanje negativne korelacije između ove kulturne dimenzije i preduzetničkih aktivnosti. Oni ističu da su društva sa visokim nivoom izbegavanja neizvesnosti manje sklona rizičnim aktivnostima i da njihovi članovi pokazuju nisku spremnost na promene, što su karakteristike od suštinskog značaja za razvoj preduzetništva (Mueller & Thomas, 2000; Shane, 1995).

Orijentacija prema ljudima označava stepen u kojem društvo podstiče i nagrađuje ponašanje pojedinaca koje je fer, altruistično i ispunjeno pažnjom i prijateljskim odnosom prema drugima (House et al., 2002). U društvima u kojima je ova dimenzija izražena, može se očekivati veća društvena podrška preduzetnicima, čak i u slučaju početnih neuspeha, što je od posebnog značaja u sredinama sa niskim nivoom ekonomskog razvoja.

Institucionalni kolektivizam predstavlja stepen u kojem društveni sistemi ohrabruju i vrednuju kolektivnu raspodelu resursa i zajedničko delovanje. Nasuprot tome, *grupni kolektivizam* meri stepen u kojem pojedinci iskazuju ponos, lojalnost i osećaj pripadnosti prema svojoj primarnoj grupi, kao što su porodica ili uža zajednica (House et al., 2002).

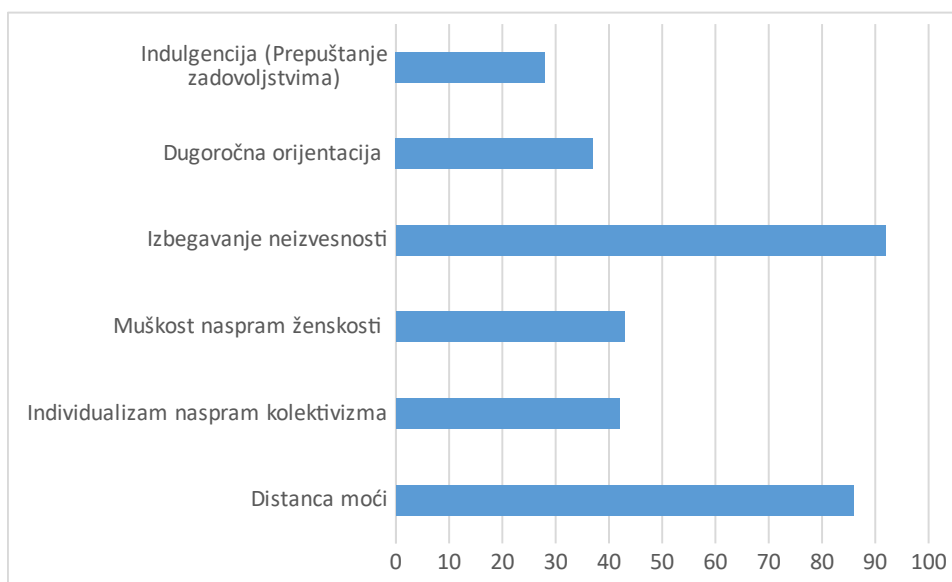
Orijentacija ka performansama predstavlja stepen u kojem društvo podstiče i nagrađuje svoje članove za ostvarivanje visokih rezultata i težnju ka izvrsnosti (House et al., 2002). Ova dimenzija se temelji na konceptu motiva postignuća koji je razvio MekKliland (McClelland, 1976). Preduzetnici su po prirodi svojih aktivnosti osobe koje streme visokim postignućima, pri čemu finansijska dobit često predstavlja jednu od posledica dobrih performansi. Stoga, društva u kojima postoji jaka orijentacija ka performansama, odnosno društva u kojima se radni učinak prepoznaje i nagrađuje, obezbeđuju povoljan ambijent za razvoj i podsticanje preduzetničkih aktivnosti.

Orijentacija ka budućnosti odnosi se na stepen u kojem se članovi društva usmeravaju ka budućim ciljevima i učestvuju u aktivnostima, kao što su dugoročno planiranje, investiranje u budući razvoj i prihvatanje odloženog nagrađivanja (House et al., 2002). Društva sa izraženom orijentacijom ka budućnosti teže stabilnom i održivom razvoju, što takođe predstavlja važan preduslov za podršku dugoročnim preduzetničkim poduhvatima.

Polni egalitarizam, kao kulturna dimenzija, odražava stepen polne ravnopravnosti, odnosno nivo diskriminacije i razliku između polova u različitim aspektima društvenog života, uključujući obrazovanje, zaposlenost, pristup leaderskim pozicijama i drugim oblicima društvenog učešća (House et al., 2002). Istraživanje koje su sprovedi Emrič i saradnici pokazuje da, u društvima sa visokim stepenom rodne ravnopravnosti, žene u značajnoj meri zauzimaju visoke

društvene pozicije, aktivno učestvuju u radnoj snazi i imaju obrazovni nivo uporediv s muškarcima. Kao posledica toga, u takvim društvima je i učešće žena u preduzetničkim aktivnostima znatno veće, u odnosu na društva u kojima je ravnopravnost polova slabije zastupljena (Emrich et al., 2004).

Asertivnost predstavlja kulturnu dimenziju koja se odnosi na stepen u kojem pojedinci u društvu iskazuju direktnost, takmičarski duh i spremnost na konfrontaciju, a ponekad i određeni nivo agresivnosti u društvenim i poslovnim interakcijama (House et al., 2002). Visoka asertivnost može uticati na način komunikacije, donošenje odluka i način vođenja u okviru poslovnog i preduzetničkog konteksta.



Grafikon 6.1. Dimenzije nacionalne kulture prema Hofstedeu: Studija slučaja Srbija

Izvor: <https://www.theculturefactor.com/country-comparison-tool?countries=serbia>

U kontekstu turističke industrije, uticaj nacionalne kulture je posebno izražen, jer preduzetnici ne samo da deluju unutar sopstvenog kulturnog sistema, već istovremeno moraju prilagoditi svoje usluge i pristupe turistima, koji potiču iz različitih kulturoloških sredina. Razumevanje kulturnih preferencija i očekivanja postaje ključno za kreiranje personalizovanih iskustava, što direktno utiče na percepciju kvaliteta usluge i nivo zadovoljstva gostiju. Stoga, kulturna osetljivost i interkulturalna kompetencija predstavljaju važne komponente uspešnog turističkog preduzetništva u globalizovanom okruženju (Nedeljković Knežević & Pavluković, 2020). U drugoj studiji (Nedeljković, Koković & Nedeljković, 2010) se ukazuje na postojanje značajne povezanosti između kulture i ponašanja turista, posebno u procesu izbora turističkih proizvoda. Autori ističu da kulturni obrasci, vrednosti, kao i navike potrošača, utiču na percepciju i prioritete pri donošenju turističkih odluka. To potvrđuju i druga istraživanja (Dragin, 2015; Dragin, 2024). Kako bi se što bolje proučio preduzetnički duh određene sredine, u nastavku će biti analizirane dimenzije nacionalne kulture po modelu Hofstede, a na primeru

Srbije. Ta analiza je poslužila kao polazište u izučavanju preduzetničkog duha mladih u ruralnim sredinama Vojvodine.

Dimenzija *Distanca moći* se bavi činjenicom da nisu svi pojedinci u društvu jednaki. Drugim rečima, ovom dimenzijom se izražava stav kulture prema nejednakostima među ljudima. Distanca moći definiše se kao stepen u kojem manje moćni članovi institucija i organizacija u nekoj zemlji očekuju i prihvataju da je moć neravnomerno raspodeljena. Srbija ima visoku ocenu na ovoj dimenziji – 86/100 (Grafikon 6.1), što znači da ljudi prihvataju hijerarhijski poredak u kojem svako ima svoje mesto i koji ne zahteva dodatno objašnjenje. Hijerarhija u organizaciji se vidi kao odraz prirodnih nejednakosti. Visoka distanca moći može negativno uticati na razvoj preduzetničkog duha, jer obeshrabruje autonomno donošenje odluka.

Dimenzija *Kolektivizam naspram Individualizma* se odnosi na stepen međuzavisnosti članova društva. U individualističkim društvima, ljudi brinu prvenstveno o sebi i svojoj užoj porodici. U kolektivističkim društvima, ljudi pripadaju „grupama“ koje brinu jedni o drugima, u zamenu za lojalnost. Srbija, sa indeksom vrednosti 42/100 (Grafikon 6.1), smatra se kolektivističkim društvom. To se ogleda u jakim, dugotrajnim vezama sa članovima „grupe“ – porodica, rodbina, prijatelji. Lojalnost je ključna i ima prednost nad pravilima i propisima. U poslovnom svetu, menadžment se vodi kao briga o grupi. Kolektivizam može i pomoći i odmoći preduzetništvu. S jedne strane, jaka podrška porodice i zajednice može biti oslonac pri pokretanju biznisa. S druge strane, lojalnost grupi i želja da se ne istupa izvan kolektiva može obeshrabriti inovacije, rizik i individualno isticanje – što su ključne osobine preduzetnika. Istovremeno, kolektivizam može značajno doprineti razvoju preduzetništva, posebno u društvima poput Srbije, gde su porodične i društvene veze snažne. U takvom okruženju preduzetnici često imaju pristup širokoj mreži podrške – porodica i prijatelji ne samo da pružaju emotivnu stabilnost, već često i praktičnu pomoć u vođenju posla ili početnom finansiranju. Poverenje koje karakteriše kolektivističke zajednice omogućava dugoročne i stabilne poslovne odnose, gde reč ima posebnu težinu, a lojalnost klijenata i partnera može biti snažan oslonac za rast. Preduzetništvo se često razvija kao zajednički poduhvat, kroz porodične firme ili timove prijatelja, što umanjuje rizik i povećava motivaciju. U kolektivističkoj kulturi, reputacija i očuvanje dobrih odnosa često imaju prednost nad kratkoročnom dobiti, što doprinosi održivosti poslovanja. Zaposleni su lojalniji i posvećeniji, kada se osećaju kao deo „porodice“ u firmi, a lokalne zajednice često podržavaju svoje preduzetnike, kroz različite formalne i neformalne načine. Umesto da bude prepreka, kolektivizam može predstavljati čvrst temelj za stabilno, solidarno i dugoročno orijentisano preduzetništvo.

Sledeća dimenzija, *Muškost naspram ženskosti*, sa rezultatom preko 50/100 označava društva orijentisana ka takmičenju i uspehu, dok do 50/100 označava društva orijentisana ka konsenzusu, gde se uspeh meri kvalitetom života, a ne isticanjem. Srbija ima ocenu 43/100 (Grafikon 6.1), što znači da je više orijentisana ka konsenzusu (ženskost). Ljudi vrednuju jednakost, solidarnost i kvalitet života. Pridaje se pažnja kompromisu, a fleksibilnost i slobodno vreme se visoko cene. Ova karakteristika može smanjiti motivaciju za takmičenje i lični uspeh, što može otežati razvoj ambicioznih, visoko-motivisanih preduzetnika. Ipak, ovakav pristup može pomoći u izgradnji etičnog i održivog poslovanja, koje brine o dobrobiti svih zaposlenih.

Dimenzija *Izbegavanje neizvesnosti* meri koliko društvo toleriše neizvesnost i nepoznate situacije. Visok rezultat znači da ljudi teže pravilima, planiranju i izbegavanju rizika. Srbija ima veoma visok rezultat – 92/100 (Grafikon 6.1), što ukazuje na snažno izbegavanje neizvesnosti. Postoji emocionalna potreba za pravilima, radnim navikama i sigurnošću. Inovacije mogu nailaziti na otpor, jer se promene mogu percipirati kao pretnja. Preduzetništvo podrazumeva stalnu neizvesnost i rizik. Visoka potreba za sigurnošću i rigidnost u razmišljanju mogu ozbiljno ograničiti preduzetnički duh. Strah od neuspeha, birokratija, kao i otpor prema promenama, često sprečavaju ljude da preduzmu prvi korak ka sopstvenom biznisu.

Za petu dimenziju, *Dugoročna naspram kratkoročne orijentacije*, Srbija ima vrednost 37/100 (Grafikon 6.1). Ova ukazuje na normativnu kulturu, koja poštuje tradiciji gleda sumnjičavo na promene. Ljudi cene tradiciju, slabo štede za budućnost i žele brze rezultate. Nedostatak dugoročne orijentacije može biti prepreka za održivo preduzetništvo, jer ljudi očekuju brze rezultate i nisu skloni planiranju i ulaganju na duže staze. Ovo može voditi ka neodrživim poslovnim praksama i brzim odustajanjima kad se ne postignu odmah vidljivi uspesi.

Poslednja dimenzija, *Indulgencija (Prepuštanje zadovoljstvima)*, za Srbiju iznosi 28/100 (Grafikon 6.1), što ukazuje na kulturu u kojoj se vrednuju disciplina, samokontrola i posvećenost obavezama. U takvom okruženju ljudi često stavljaju rad i odgovornost ispred ličnog zadovoljstva, a slobodno vreme doživljavaju kao nagradu za trud, a ne kao prioritet. Ovakav pristup može doprineti upornosti i istrajnosti – osobinama koje su dragocene za preduzetnike, posebno u izazovnim fazama razvoja biznisa. Ipak, za dodatno podsticanje preduzetničkog duha, korisno je negovati i kulturu balansa, gde su optimizam, lično ispunjenje i kreativna energija podjednako važni kao i posvećenost i radna etika.

Preduzetnička namera

Pored preduzetničkog duha, među istraživanjima iz domena preduzetništva često se nalaze istraživanja vezana za preduzetničke namere. Preduzetnička namera predstavlja ključni koncept u razumevanju procesa pokretanja sopstvenog poslovanja. Ona odražava motivaciju pojedinca da započne preduzetničku aktivnost i prethodi konkretnim preduzetničkim ponašanjima (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). Preduzetnička namera se takođe može smatrati idejom u oblasti pokretanja poslovnog poduhvata u budućnosti. Njen značaj se ogleda u činjenici da uspeh preduzetničkog poduhvata u velikoj meri zavisi od preduzetničke namere potencijalnog preduzetnika (Dragin et al., 2022).

Teorijski okvir, najčešće korišćen za analizu preduzetničke namere, je *teorija planiranog ponašanja* (*Theory of Planned Behavior – TPB*), (Ajzen, 1991). Ova teorija postulira da se namera formira pod uticajem tri faktora: (1) ličnog stava prema preduzetništvu, (2) subjektivne norme (društveni pritisak ili podrška) i (3) percepcije sopstvene kontrole nad preduzetničkim aktivnostima. Lična motivacija, samopouzdanje i prethodna iskustva imaju veliki uticaj na formiranje pozitivne preduzetničke namere. Takođe, institucionalna podrška, obrazovanje i dostupnost resursa (npr. finansijska sredstva,) značajno doprinose razvoju preduzetničke namere (Shapero & Sokol, 1982; Nabi et al., 2017).

U specifičnim sektorima, kao što je banjski turizam, preduzetnička namera može biti ojačana prepoznavanjem neiskorišćenih potencijala u ponudi usluga, očuvanju kulturnog i prirodnog nasleđa, te implementaciji inovacija u zdravstvu, rekreaciji i digitalizaciji. U Vojvodini, poznatoj po svojim banjskim centrima (banje: Kanjiža, Junaković, Rusanda), postoji izražen prostor za razvoj malih i srednjih preduzeća, koja bi nudila komplementarne usluge, od velnes i spa programa, do organizovanih kulturno-turističkih sadržaja.

Razvoj preduzetničke namere je složen i ključan proces za stimulisanje ekonomskog rasta u specijalizovanim sektorima, uključujući banjski turizam. Promocija preduzetništva, kroz edukaciju, pozitivne primere i institucionalnu podršku, može značajno doprineti revitalizaciji banjskih destinacija i razvoju lokalne ekonomije. Kako bi se istražila namera lokalnog stanovništva da uzme učešće u razvoju banjskog turizma u Vojvodini, korišćena je SUS-TAS skala, što je detaljno prikazano u prethodnom poglavlju ove monografije.

U savremenim uslovima, kada cirkularna ekonomija i lokalni razvoj postaju ključni stubovi ekonomskih politika, Vojvodina poseduje značajan potencijal za pozicioniranje kao atraktivna destinacija banjskog turizma. Termomineralni izvori, bogata kulturna baština i razvijena mreža lokalnih zajednica stvaraju osnovu za strateški pristup koji integriše turizam i preduzetništvo. Zbog toga se u narednom poglavlju razmatraju konkretni predlozi za unapređenje sektora banjskog turizma u Vojvodini, uz naglasak na uključivanje lokalnih preduzetnika kao ključnih nosilaca održivog razvoja.

7: STRATEŠKI RAZVOJ BANJSKOG TURIZMA I PREDUZETNIŠTVA U VOJVODINI

Kroz definisanje razvojnih strategija, preporuka za relevantne stejkholdere i vizije budućnosti, ovo poglavlje pruža okvir za implementaciju održivih i inovativnih modela koji spajaju prirodne resurse sa savremenim pristupima menadžmentu i lokalnom razvoju. Cilj je stvoriti jedinstven identitet Vojvodine kao regije koja prepoznaje značaj banjskog turizma, ali ga istovremeno gradi na principima održivosti, zajedničkog interesa i ekonomskog osnaživanja lokalne zajednice.

SWOT analiza razvoja banjskog turizma i preduzetništva u Vojvodini

SWOT analiza je analitički alat koji se koristi za identifikaciju snaga (*Strengths*), slabosti (*Weaknesses*), prilika (*Opportunities*) i pretnji (*Threats*) koje mogu uticati na razvoj određenog sektora, strategije ili projekta.

Tabela 7.1. SWOT analiza u kontekstu razvoja banjskog turizma i preduzetništva u Vojvodini

SNAGE	SLABOSTI
Bogati termomineralni izvori i prirodni resursi.	Nedovoljno razvijena infrastruktura (putevi, digitalna povezanost/pismenost u ruralnim krajevima).
Postojeći lokalni identitet i tradicija u turizmu i velnesu.	Ograničena svest i edukacija lokalne zajednice o održivom turizmu.
Rastući interes lokalnih preduzetnika i inovacija u sektoru.	Slabo integrisani modeli participativnog planiranja i upravljanja.
Uključivanje mladih i digitalne generacije sa savremenim znanjima.	Rizik od neravnomerne raspodele koristi od turizma unutar zajednice.
Podrška održivim i ekološkim praksama (zelena infrastruktura, energetska efikasnost)	Moguća niska psihološka otpornost i slabija društvena kohezija u nekim područjima.
PRILIKE	PRETNJE
Razvoj turističkih proizvoda kroz diversifikaciju (velnes, gastro-turizam, ekoturizam).	Prekomerni razvoj i eksploatacija resursa, ugrožavanje prirodnog okruženja.
Korišćenje digitalnih platformi i startup programa za promociju i razvoj.	Gentrifikacija i rast cena nekretnina, što može marginalizovati lokalno stanovništvo.
Partnerstva između lokalnog javnog i privatnog sektora.	Neadekvatna regulacija i loša implementacija održivih politika.
Primena inostranih primera dobre prakse.	Digitalna dezinformacija i negativni digitalni narativi koji mogu narušiti imidž destinacije.
Podizanje svesti o ekologiji i održivosti kao konkurentskoj prednosti.	Globalne krize (ekonomske, zdravstvene) koje mogu uticati na turistički promet.

U kontekstu razvoja banjskog turizma i preduzetništva u Vojvodini, SWOT analiza omogućava sveobuhvatno sagledavanje unutrašnjih i spoljašnjih faktora koji oblikuju

konkurentnost i održivost ovog sektora. Kroz jasno sagledavanje prednosti kao što su prirodni resursi i postojeća turistička infrastruktura, ali i slabosti poput nedovoljne promocije ili ograničenog ulaganja u inovacije, moguće je precizno definisati strateške pravce delovanja. Takođe, identifikovanjem spoljašnjih prilika i pretnji, kao što su trendovi zdravog života ili rizici od prekomerne urbanizacije, stvara se osnova za izradu odgovarajućih politika i preduzetničkih inicijativa.

Analiza zainteresovanih strana

U Vojvodini, posebno u ruralnim područjima, ključni akteri uključuju:

- *Lokalnu samoupravu u ruralnim opštinama* kao što su Kanjiža, Apatin, Zrenjanin i Bačka Topola, koje upravljaju lokalnim resursima i planiraju razvoj.
- *Privatni preduzetnici i porodični biznisi* u oblastima usluga banjskog turizma, tradicionalne medicine, seoskog turizma i proizvodnje lokalnih proizvoda (npr. med, voće, rakija).
- *Lokalno stanovništvo* koje je često vezano za poljoprivredu i manjinska etnička udruženja (mađarska, slovačka, rumunska zajednica i dr.), čije uključivanje je ključno za očuvanje autentičnosti.
- *Institucije za obrazovanje i istraživanje* (npr. Prirodno-matematički fakultet: Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo) koje mogu podržati obuke i inovacije u turizmu i podršku projektima.
- *Agencije* koje pružaju podršku projektima i kanalizuju sredstva iz EU fondova.
- *Turisti* (domaći i inostrani), kojima su zanimljive termalne banje i ruralni doživljaji.

Analiza konkurencije

Termomineralni izvori u Vojvodini:

- Banja Pačir (Bačka Topola) - jedinstvenog izgleda, poznata po lekovitoj vodi i blizini turističkih atrakcija.
- Banja Rusanda (Melenci) - jedna od najstarijih termalnih banja u Srbiji, sa termalnom vodom bogatom mineralima.
- Banja Kanjiža - sa termalnim izvorima i razvijenim velnes centrima.
- Banja Junaković (Apatin) - poznata po mineralnim vodama pogodnim za rehabilitaciju i razvijenom infrastrukturom.

Prednosti Vojvodine u odnosu na konkurenciju:

- Pristupačnost velikim gradovima poput Novog Sada i Beograda (oko 1-2 sata vožnje).
- Raznoversna ruralna iskustva kroz ruralni i kulturni turizam (etno, manifestacije i dr), kao i kroz turizam specijalnih događaja.
- Manje komercijalizovana ponuda u odnosu na Mađarsku ili Sloveniju, što privlači specifičnu nišu turista koji traže autentičnost i mir.

Slabosti:

- Nedostatak promotivnih kampanja na međunarodnom nivou.
- Nepotpuna infrastruktura u ruralnim oblastima (loši putevi, slabiji smeštajni kapaciteti).
- Niska digitalna zastupljenost lokalne turističke ponude.

Analiza resursa

Prirodni resursi:

- Utvrđeno je da se u Vojvodina banjski turizam može razvijati na 50 lokacija, od kojih se banjski kompleksi mogu izgraditi u 33 opštine (PSETOUR, 2019). Termalni izvori u Vojvodini imaju temperaturu vode od 24°C do 69°C i pogodni su za različite terapije i relaksaciju.
- Značajni izvori se nalaze u brojnim banjama (npr. banja Kanjiža, banja Rusanda, Pačir, banja Junaković i u Vrdniku).
- Zemljište je uglavnom ravničarsko, što olakšava razvoj infrastrukture i pristupačnost.

Ljudski resursi:

- Oko 65% stanovništva Vojvodine živi u ruralnim sredinama.
- Poljoprivreda i prateće delatnosti su dominantne, sa rastućim interesovanjem za turističke usluge.
- Centri za obrazovanje u turizmu, što podrazumeva i digitalne i preduzetničke veštine.

Finansijski resursi:

- Regionalni i nacionalni fondovi, uključujući EU programe kao što su IPA i Interreg, dostupni su za projekte u oblasti turizma i zaštite životne sredine.
- Lokalni budžeti često su ograničeni, pa je neophodna podrška investicija iz privatnog sektora i javno-privatnih partnerstava.

Infrastruktura:

- Putevi koji povezuju termalne centre sa većim gradovima su u fazi unapređenja.
- Digitalna infrastruktura je razvijena u urbanim sredinama, ali ruralna područja još nisu u potpunosti pokrivena brzim internetom.
- Uključivanje obnovljivih izvora energije u objekte je još uvek na niskom nivou.

Analiza rizika

Ekonomski rizici:

- Zavisnost od sezonskih faktora i globalnih turističkih trendova.
- Državna podrška je budžetski ograničena.

Ekološki rizici:

- Poljoprivredna praksa koja koristi pesticide može negativno uticati na kvalitet voda.

Društveni rizici:

- Iseljavanje mladih iz ruralnih sredina može smanjiti raspoložost radne snage i preduzetnički potencijal.

- Potencijalni konflikti između novih investicija i lokalnih zajednica ukoliko nisu uključeni u proces odlučivanja.

Tehnološki rizici:

- Nedovoljno korišćenje digitalnih alata za promociju i upravljanje turizmom.

Politički i regulatorni rizici:

- Spori procesi izdavanja dozvola i moguće promene u zakonodavstvu koje mogu usporiti razvoj projekata.

7.1. OKVIR ZA RAZVOJNE STRATEGIJE: ODRŽIVI BANJSKI TURIZAM KROZ LOKALNO PREDUZETNIŠTVO

Na osnovu sprovedenog istraživanja i analize stavova lokalne zajednice, kao i uz uvid u globalne trendove održivog razvoja, jasno se uočava rastuća potreba za kreiranjem jedinstvenog, inkluzivnog i dugoročno održivog modela razvoja banjskog turizma u Vojvodini. Taj model mora biti usklađen sa socio-ekološkim karakteristikama regije, oslonjen na lokalne potencijale i orijentisan na inkluzivan društveni i ekonomski napredak.

Ključ za uspešan, otporan i inkluzivan razvoj banjskog turizma leži u snažnoj sinergiji postojećih prirodnih resursa, kulturnog nasleđa, društvenog kapitala i inovativnog lokalnog preduzetništva. Banjski turizam, kada se pravilno planira i vodi, postaje ne samo sredstvo za ekonomski razvoj, već i poluga za društvenu koheziju, očuvanje životne sredine i reafirmaciju lokalnog identiteta. Sledeći pravci delovanja predstavljaju okvir za konkretne intervencije i strateške politike:

- Inkluzivno planiranje razvoja;
- Diverzifikacija turističke ponude;
- Strategijsko planiranje i održivo upravljanje;
- Uključivanje mladih i digitalne generacije;
- Ekološka održivost kao temelj;
- Očuvanje i afirmacija lokalnog identiteta;
- Pravedna raspodela koristi;
- Balans između kratkoročnih koristi i dugoročnih posledica;
- Psihološka otpornost zajednice i
- Upravljanje digitalnim narativima.

Inkluzivno planiranje razvoja. Razvoj banjskog turizma treba da bude zasnovan na participaciji svih aktera zajednice – građana, civilnog sektora, lokalnih institucija i privrede. Mehanizmi uključivanja, poput javnih rasprava, fokus grupa, konsultacija sa građanima i participativnog budžetiranja, moraju biti primenjeni u različitim fazama procesa – od inicijalnog

istraživanja do implementacije i evaluacije projekata. Time se osigurava transparentnost, ali i jača osećaj vlasništva i odgovornosti u zajednici. Transparentno donošenje odluka dodatno omogućava identifikaciju lokalnih prioriteta, očuvanje autentičnosti ponude i zaštitu prirodnih i kulturnih resursa. Na taj način se može obezbediti ravnoteža između ekonomskih interesa i očuvanja dugoročnih vrednosti.

Diverzifikacija turističke ponude. Tradicionalna slika banjskog turizma kao isključivo medicinsko-rekreativnog segmenta mora biti prevaziđena. Uvođenjem dodatnih sadržaja – velnes i holističkih programa, tematskih kulturno-edukativnih tura, tradicionalnih zanatskih radionica, festivala zdravlja i gastronomije, poseta seoskim domaćinstvima – stvara se bogatija, integrisana i sezonski stabilnija ponuda. Iako većina ispitanika vidi banjski turizam kao potencijalni izvor ekonomskog rasta, postoji indikacija da bi širenje turističke ponude bilo korisno kako bi se zadovoljile različite potrebe posetilaca. Preporučuje se razvoj dodatnih sadržaja, kako bi se privukla šira publika: od starijih generacija do digitalnih nomada, od porodičnih poseta do eko-turista, čime se znatno povećava ekonomski multiplikator turizma u lokalnoj sredini, i konačno, povećala konkurentnost destinacije.

Strategijsko planiranje i održivo upravljanje. Dugoročne strategije razvoja moraju imati snažnu ekološku i socijalnu komponentu. One podrazumevaju:

- unapređenje zelene infrastrukture (biciklističke staze, pešačke zone, energetske efikasni objekti);
- razvoj ljudskih kapaciteta kroz formalnu i neformalnu edukaciju;
- praćenje uticaja turizma korišćenjem alata kao što je SUS-TAS metodologija (*Sustainable Tourism Assessment System*), što omogućava brzo reagovanje na promene i efikasno prilagođavanje politika.

Upravljanje mora biti agilno, analitički potvrđeno i otvoreno za inovacije. U tom smislu, primena principa adaptivnog upravljanja postaje ključni instrument u suočavanju sa neizvesnostima.

Uključivanje mladih i digitalne generacije. Savremeni turizam zahteva digitalno pismene aktere sa svežim idejama i preduzetničkim duhom. Mladi ljudi, posebno pripadnici generacije Z i alfa generacije, poseduju ključne kompetencije za razvoj inovativnih turističkih rešenja, kao što su mobilne aplikacije, virtuelni vodiči, pametni sistemi za rezervaciju i digitalni marketing. U tom smislu, podrška mladima kroz: *startup* inkubatore, tehnološke *habove* i mentorska partnerstva, predstavlja ulaganje u regeneraciju celokupnog sektora.

Ekološka održivost kao temelj. Turistički razvoj mora biti u skladu sa principima zelene tranzicije i cirkularne ekonomije. Ovo uključuje:

- implementaciju energetske efikasne tehnologije u spa centrima;
- efikasno upravljanje otpadom;
- uvođenje sistema za reciklažu i tretman otpadnih voda;
- upotrebu lokalnih i prirodnih građevinskih materijala;
- očuvanje biodiverziteta u turistički frekventnim zonama.

U tom kontekstu, razvoj „zelenih“ sertifikata i sistema nagrađivanja održivih praksi može dodatno motivisati lokalne aktere da ulažu u ekološki odgovorne projekte.

Očuvanje i afirmacija lokalnog identiteta. Turizam ne sme homogenizovati kulturu. Naprotiv, on mora osnaživati raznolikost kroz:

- predstavljanje lokalnih narativa,
- afirmaciju tradicionalne umetnosti, jezike, običaje,
- razvoj autentičnih suvenira i lokalnih brendova.

Kroz *storytelling* strategije i etnografsku promociju, destinacije mogu postati ne samo atraktivne, već i edukativne, čuvajući svoj duhovni i kulturni kapital za buduće generacije.

Pravedna raspodela koristi. Važno je uspostaviti modele koji obezbeđuju da koristi od banjskog turizma ne završe samo u rukama velikih investitora, već budu dostupne i malim preduzetnicima, lokalnim zanatlijama i ranjivim grupama. To se postiže:

- podsticanjem kooperativa i društvenih preduzeća,
- subvencijama za mikropreduzeća,
- konkursima za sufinansiranje lokalnih inicijativa.

Balans između kratkoročnih koristi i dugoročnih posledica. Kratkoročni profiti ne smeju ugroziti dugoročnu stabilnost zajednica. Efekti poput gentrifikacije, porasta troškova života, promene u vlasništvu nad zemljištem i isključenja lokalnog stanovništva iz turističkih tokova moraju biti uzeti u obzir kroz inkluzivne politike prostornog i socijalnog planiranja. Zanimljivo je zapažanje da stanovnici neretko izražavaju ambivalentne stavove: s jedne strane, podržavaju turizam zbog brzih i vidljivih ekonomskih koristi, ali s druge strane izražavaju zabrinutost zbog dugoročnih posledica – poput gubitka kontrole nad resursima i promena u strukturi zajednice. Ovo ukazuje da održivost turizma mora biti planirana intergeneracijski, uz sagledavanje i budućih potreba zajednice, a ne samo trenutnog profita.

Psihološka otpornost zajednice. Otporna zajednica je ona koja je spremna da se nosi sa izazovima, da menja paradigme i da gradi stabilne odnose unutar sebe. Jačanjem lokalnog identiteta i liderstva, međugeneracijskog dijaloga i mreža uzajamne pomoći, povećava se kapacitet zajednice da se prilagodi i raste.

Upravljanje digitalnim narativima. U eri društvenih mreža, imidž destinacije se formira online. Potrebno je strateški upravljati digitalnim identitetom destinacije – kroz autentične priče, vizuelni sadržaj, video-vodiče i promociju lokalnih vrednosti. Aktivna prisutnost na društvenim mrežama (*Instagram, TikTok, YouTube*), kao i saradnja sa influenserima iz oblasti održivog turizma, postaje ključni kanal komunikacije sa novim generacijama turista. Sa druge strane, razvojem društvenih mreža, lokalno stanovništvo sve češće dolazi u kontakt s percepcijama turista, ali i sa narativima o sopstvenoj zajednici koji se plasiraju kroz digitalne kanale. Ovo može oblikovati stavove stanovnika – pozitivno, ako se osećaju ponosno, jer je njihovo mesto atraktivno, ali i negativno, ako smatraju da su „gurnuti u drugi plan“ ili stereotipizovani. Ovaj uticaj digitalnih medija i tzv. digitalne reprezentacije destinacija postaje novo polje istraživanja koje vredi dalje pratiti.

Na osnovu rezultata istraživanja i stavova lokalne zajednice prema razvoju spa turizma, što je prikazano u prethodnom poglavlju, mogu se formulisati sledeće preporuke za budući razvoj ovog sektora:

Inkluzivno planiranje razvoja. Ispitanici su jasno izrazili stav da je učešće lokalne zajednice u procesu donošenja odluka o razvoju spa turizma ključno za postizanje održivog razvoja. Preporučljivo je da se u budućim fazama planiranja i implementacije razvoja turizma u ruralnim područjima, uključe predstavnici lokalnih zajednica kako bi se osigurala ravnoteža između ekonomskih koristi i očuvanja kulturnih i ekoloških vrednosti.

Strategijsko planiranje i dugoročna održivost. Većina ispitanika naglašava potrebu za strateškim i dugoročnim planiranjem razvoja spa turizma, kao i redovnim ažuriranjem tih planova. Preporučuje se usvajanje sveobuhvatnih strategija koje uključuju ciljeve za održivost, obnavljanje infrastrukture i ulaganje u ljudske resurse, kako bi se osigurao dugoročni uspeh i konkurentnost sektora.

Podrška generaciji Z. S obzirom na to da su ispitanici pripadnici ove generacije, poznate kao digitalno pismene „od rođenja“, preporučuje se angažovanje mladih ljudi u promovisanju i marketingu banjskog turizma. Korišćenje digitalnih alata i platformi može pomoći u boljoj povezanosti ruralnih zajednica sa globalnim tržištem i doprineti većoj prepoznatljivosti destinacija.

Očuvanje i unapređenje ekološke održivosti. Iako su ispitanici generalno saglasni sa potrebom za očuvanjem životne sredine u kontekstu razvoja banjskog turizma, preporučuje se razvoj specifičnih ekoloških inicijativa, kao što su implementacija zelenih tehnologija, smanjenje ekološkog otiska i promocija ekološkog turizma, kako bi se osigurao usklađen razvoj koji ne ugrožava prirodne resurse.

Percepcija pravednosti i raspodele koristi. Lokalno stanovništvo češće izražava podršku turizmu kada smatra da su koristi fer raspodeljene među svim članovima zajednice. Nasuprot tome, ukoliko se koristi percipiraju kao koncentrisane u rukama malog broja pojedinaca (npr. hotelijera, investitora, ili lokalnih vlasti), može doći do osećaja isključenosti, što smanjuje poverenje i podršku. U tom kontekstu, transparentnost u donošenju odluka i uključivanje šire zajednice u procese planiranja postaju ključne tačke održivog upravljanja.

Potencijal SUS-TAS metode u razumevanju stavova

SUS-TAS metoda pruža kompleksno razumevanje stavova lokalnog stanovništva prema održivom razvoju turizma, omogućavajući istraživačima, planerima i donosiocima odluka da identifikuju ključne faktore koji oblikuju ove stavove. Razumevanje ekonomskih, socijalnih, ekoloških i političkih dimenzija stavova zajednice prema turizmu može pomoći u izradi održivih politika i strategija koje ne samo da podstiču turizam, već i štite interese lokalnog stanovništva. Kroz ovu metodu, zajednice mogu postati aktivni učesnici u oblikovanju budućnosti turizma, osiguravajući da razvoj turizma bude koristan za sve. SUS-TAS metoda pruža nekoliko značajnih prilika za unapređenje održivog turizma:

– *Podrška zajednicama:* Razumevanje stavova lokalnog stanovništva može pomoći u razvijanju programa koji unapređuju njegovu aktivnu ulogu u održivom razvoju turizma. Na primer, ako istraživanje pokaže da zajednica ima negativne stavove prema turizmu zbog neadekvatnog upravljanja resursima, lokalne vlasti mogu razviti strategije za obezbeđivanje održivosti resursa i povećanje pozitivnih stavova.

– *Osvrt na ekološke aspekte:* Usmeravanje fokusa na ekološke stavove lokalnog stanovništva omogućava bolje upravljanje resursima i održivu upotrebu prirodnih dobara. Uključivanje zajednice u inicijative za očuvanje životne sredine može doneti dugoročne koristi, kao što su smanjenje negativnog uticaja turizma na prirodu.

– *Poboljšanje socijalne kohezije:* Kroz uključivanje lokalnih zajednica u donošenje odluka o turizmu, može se poboljšati socijalna kohezija i smanjiti socijalni konflikti. Ako stanovnici imaju mogućnost da utiču na razvoj turizma, to povećava njihov osećaj vlasništva nad tim procesom, čime se smanjuje otpor prema turizmu. I dublje se vezuju za mesto.

Upravo je zbog navedenih prilika za unapređenje održivog banjskog turizma primenjena SUS-TAS metoda u ispitivanju stavova lokalne zajednice prema razvoju banjskog turizma u njihovoj sredini, što je detaljno prikazano u prethodnom poglavlju.

Istraživanje kvaliteta života nastavlja da se razvija u mnogim pravcima, s ciljem dubljeg razumevanja faktora koji utiču na dobrostanje pojedinaca i zajednica. Bilo je potrebno dalje istraživati kako se objektivni i subjektivni aspekti kvaliteta života povezuju, kako bi se stvorila efikasnija sredstva za njegovo poboljšanje. Istraživanja moraju obuhvatiti i globalne izazove, kao što su klimatske promene, migracije i digitalizacija, koji imaju dubok uticaj na kvalitet života. Kako bi se objasnilo zašto se ljudi *emocionalno vezuju za neka mesta*, istraživači su identifikovali nekoliko ključnih faktora koji utiču na formiranje tih veza. Iako su svi ovi faktori međusobno povezani, za svaki od njih mogu se identifikovati specifičnosti i načini koji utiču na vezu sa mestom. Lična iskustva, kao što su odrastanje, odmor ili proslava specifičnih događaja (npr. venčanja, rođenja, gubitka voljenih osoba), mogu biti ključni faktori u formiranju emocionalnih veza sa mestom. Poznato je da mesta koja su bila prisutna u životima ljudi tokom ključnih trenutaka u njihovom životu postaju duboko emotivno povezani sa sećanjima na te događaje.

Odnosi sa porodicom, prijateljima i komšijama takođe igraju ključnu ulogu u procesu formiranja vezanosti za mesto. Zajedničke aktivnosti, kao što su proslave, susreti, ali i svakodnevni odnosi i interakcije, stvaraju emotivnu vrednost prostora i mogu doprineti dubokom povezivanju sa mestom. Za mnoge ljude, mesto postaje simbol njihove socijalne sigurnosti i identiteta.

Mesta koja imaju bogatu istoriju ili kulturni značaj često izazivaju snažnu emocionalnu povezanost. Na primer, mesta koja imaju specifičnu tradiciju, jezik, običaje i istorijske spomenike postaju ne samo fizički prostor, već i simbol kolektivnog identiteta zajednice. Ljudi koji osećaju da su deo te tradicije imaju tendenciju da razviju dublje emocionalne veze sa tim mestima.

Prirodni pejzaži i ekološke vrednosti prostora igraju značajnu ulogu u stvaranju veza sa mestom. Prirodne lepote, očuvani ekosistemi, kao i specifične ekološke karakteristike (kao što su šume, reke, planine) često izazivaju emocionalnu povezanost, jer nude ne samo estetski doživljaj, već i osećaj mira i pripadnosti. Ove veze mogu biti od ključne važnosti u kontekstu zaštite životne sredine, jer ljudi koji imaju emocionalnu povezanost sa prirodnim prostorima često postaju aktivniji u njihovoj zaštiti.

Emocionalna povezanost ljudi sa mestom ima značajan uticaj na mnoge aspekte društvenog i ekonomskog života zajednice. Zbog svoje duboke veze sa mestom, ljudi su često spremniji da se angažuju u očuvanju i unapređenju svog okruženja, što se odražava na kvalitet života, socijalnu koheziju, ali i ekonomski razvoj. Vezanost za mesto može oblikovati ponašanje pojedinaca, motivaciju za angažman u zajednici i čak njihove odluke o migraciji i migracionim tokovima.

Jedan od ključnih aspekata vezanosti za mesto jeste njegova uloga u održavanju društvene kohezije i identiteta zajednice. Ljudi koji imaju emotivnu povezanost sa mestom obično ulažu više u međuljudske odnose, a to može doprineti stvaranju snažnijih socijalnih mreža. Takve zajednice često pokazuju veći nivo solidarnosti, što može biti od pomoći u rešavanju socijalnih problema i u kriznim situacijama, kao što su ekonomske ili ekološke katastrofe. Takođe, emocionalna povezanost sa mestom može povećati učešće građana u donošenju odluka na lokalnom nivou, kao što su učešće u inicijativama zaštite životne sredine, planiranju i implementaciji zajedničkih aktivnosti ili volonterski rad.

Emocionalna povezanost sa mestom često se odražava u povećanoj motivaciji za ekonomski razvoj i unapređenje životnih uslova. Ljudi koji se identifikuju sa svojim mestom postaju skloniji ulaganjima u ekonomske projekte koji mogu unaprediti njihovu zajednicu, bilo kroz otvaranje novih preduzetničkih inicijativa, razvoj lokalnog turizma ili ulaganje u infrastrukturu. Na primer, u mestima sa izraženom privrženosti mestu, lokalni preduzetnici su više podstaknuti da vide ekonomske potencijale u očuvanju kulturnih i prirodnih resursa, što doprinosi ne samo očuvanju tih resursa, već i stvaranju novih ekonomskih prilika za zajednicu.

Ljudi koji razvijaju emocionalnu povezanost sa određenim mestom često postaju najvatreniji zaštitnici lokalnih resursa. U slučaju mesta sa prirodnim vrednostima, kao što su termomineralni resursi, ta povezanost može dovesti do stvaranja ekološki održivih strategija upravljanja pomenutim resursima. Vezanost za mesto može povećati motivaciju za očuvanje biodiverziteta, smanjenje zagađenja i ulaganje u obnovljive izvore energije, čime se doprinosi zaštiti životne sredine. Kada se ljudi povežu sa svojim mestom na emotivnom nivou, postaju spremniji da ulažu napore u očuvanje tih vrednosti za buduće generacije, što doprinosi održivom razvoju zajednice.

Vezanost za mesto u kontekstu održivog razvoja

Održivi razvoj zahteva pažljivo upravljanje prirodnim resursima, očuvanje kulturne baštine, socijalnu jednakost i ekonomski rast. Vezanost za mesto igra ključnu ulogu u svim tim aspektima, jer omogućava stvaranje dublje emocionalne i kulturne povezanosti sa prostorima koji su od značaja za zajednice. U kontekstu održivosti, vezanost za mesto može doprineti razvoju dugoročnih strategija koje uzimaju u obzir ne samo ekonomske, već i ekološke i socijalne faktore. U takvim zajednicama, lokalno stanovništvo postaje ambasador održivog turizma, koji promoviše očuvanje resursa i kulturnih tradicija. Lokalni planeri, arhitekti i donositelji odluka mogu koristiti podatke o emocionalnoj povezanosti stanovništva sa mestom kako bi razvili strategije koje ne samo da promovišu ekonomski rast, već i poboljšavaju kvalitet života. Prostor treba biti dizajniran na način koji uzima u obzir duboku emotivnu povezanost

ljudi sa svojim okruženjem. To može uključivati očuvanje zelenih površina, razvoj javnih prostora koji stimulišu socijalne interakcije, kao i integraciju kulturnih objekata u okruženje.

Vežanost za mesto je složen fenomen koji ima dubok uticaj na emocionalno, socijalno, kulturno i ekonomsko ponašanje ljudi. Razumevanje ove veze sa mestom može igrati ključnu ulogu u stvaranju održivih zajednica, u kojima se čuvaju lokalni resursi, unapređuje kvalitet života i razvija ekonomski potencijal. Kroz različite metodološke pristupe i multidisciplinarni okvir, istraživanje vežanosti za mesto omogućava dobru bazu za podsticanje preduzetničkih potencijala lokalne zajednice, što su pokazali i nalazi ove studije.

Preduzetnički duh kao katalizator promena

Preduzetnički duh je vitalna snaga koja pokreće inovacije, ekonomski razvoj i društveni napredak. On podstiče kreativnost, otpornost i viziju budućnosti koja može doneti transformativne promene i pojedincima i zajednicama. Promovisanje preduzetničkog načina razmišljanja i stvaranje okruženja koje podržava preduzetničke inicijative omogućava zajednicama da stvore ili iskoriste nove prilike, poboljšaju kvalitet života i izgrade održivu i prosperitetnu budućnost.

Bilo da se radi o razvoju zelenih tehnologija, društvenim inovacijama ili stvaranju lokalnih biznisa, poput razvoja banjskog turizma, preduzetnički duh nudi put ka održivijem i pravednijem svetu. Stoga bi negovanje preduzetništva trebalo da bude prioritet kreatora politika, edukatora i lidera zajednica jer ima potencijal da stvori trajne pozitivne promene za buduće generacije. Promovisanje preduzetničkog duha u lokalnim zajednicama zahteva stvaranje okruženja koje podstiče kreativnost, spremnost na rizik i inovacije. Ovo se može postići kroz različite inicijative i politike, uključujući: obrazovanje i nauku. Omogućavanje pristupa obrazovanju i programima obuke iz oblasti preduzetništva presudno je za razvijanje preduzetničkog načina razmišljanja. Država dalje igra ključnu ulogu u podršci preduzetništvu kreiranjem programa koji obezbeđuju početna sredstva, zajmove i grantove, kao i inkubatore i akcelerate koji nude mentorstvo i mogućnosti za umrežavanje. Vlade takođe mogu obezbediti poreske olakšice ili subvencije za preduzeća koja se fokusiraju na održivost, inovacije i društveni uticaj. Konačno, podsticanje članova zajednice da se uključe u preduzetničke inicijative, bilo kroz podršku lokalnim biznisima ili razvojem mreža saradnje, može doprineti stvaranju preduzetničke kulture. Učešće lokalnih lidera, organizacija i građana osigurava da koristi preduzetništva budu ravnomerno raspodeljene i dostupne svima.

7.2. PREPORUKE ZA KLJUČNE STEJKHOLDERE

Razvoj banjskog turizma u Vojvodini ne može se odvijati izolovano. Potrebna je koordinisana i integrisana saradnja između svih aktera: javnog sektora, privatnog preduzetništva, obrazovnih institucija, civilnog društva i građana. Svaki od ovih aktera ima specifičnu ulogu i odgovornost u stvaranju održivog i inkluzivnog turističkog ekosistema.

Lokalne samouprave, razvojne agencije i lokalni preduzetnici treba da prepoznaju turizam kao strateški sektor za ekonomski i društveni razvoj zajednice. Njihova saradnja mora biti zasnovana na zajedničkim interesima, transparentnosti i dugoročnoj viziji.

Finansijska i administrativna podrška malim preduzetnicima: Uvođenje programa subvencionisanja i olakšica za preduzetnike koji ulažu u oblasti banjskog turizma, poput programa za proizvodnju organske hrane, etno-turizma i domaću zanatsku proizvodnju. Time se omogućava pristup tržištu za inicijative koje doprinose lokalnoj autentičnosti i održivosti.

Ulaganje u infrastrukturu: Prioritetno je unapređenje infrastrukture koja direktno utiče na turistički doživljaj – od sanacije lokalnih puteva i uređenja pristupa termalnim izvorima, do poboljšanja digitalne pokrivenosti u ruralnim područjima. Razvoj širokopojasnog interneta i mobilne infrastrukture je ključan za privlačenje digitalnih nomada i promovisanje destinacije na mrežama.

Zeleni propisi i sertifikacija: Uvođenje lokalnih propisa koji podstiču energetske efikasne gradnju, održivo korišćenje resursa i očuvanje prirodnog ambijenta. Uspostavljanje sistema ekoloških sertifikata može biti dodatni podsticaj za primenu najboljih praksi.

Obrazovni programi i participacija građana: Organizovanje kontinuiranih edukacija, seminara i radionica za lokalno stanovništvo o održivom turizmu, preduzetništvu i upravljanju destinacijom. Uključivanje lokalnih aktera u nadzor nad projektima jača razvojne procese i doprinosi većem stepenu poverenja.

SUS-TAS metodologija: Primena ovog alata za ocenu održivosti turističkih projekata omogućava kvantifikaciju efekata na lokalnu zajednicu i prirodnu sredinu. Na osnovu rezultata, donosioci odluka mogu pravovremeno prilagoditi politike i strategije. SUS-TAS metodologija može biti obogaćena upotrebom tehnologije, koja omogućava efikasnije prikupljanje i analizu podataka. Neki od načina na koje tehnologija može doprineti ovoj metodologiji uključuju:

Upotreba online anketa i aplikacija – digitalne platforme omogućavaju jednostavniji pristup širokom broju ljudi. Online ankete i aplikacije mogu obuhvatiti veći broj učesnika u kraćem vremenskom periodu, čime se povećava reprezentativnost uzorka.

Geografski informacioni sistemi (GIS) – ovi alati omogućavaju istraživačima da povežu stavove lokalnog stanovništva sa određenim geografskim lokacijama, što može pomoći u analizi specifičnih lokalnih faktora koji utiču na stavove prema turizmu. Na primer, stanovnici koji žive u neposrednoj blizini popularnih turističkih destinacija mogu imati drugačiji stav prema turizmu od onih koji žive u udaljenim područjima.

Analiza društvenih medija – praćenje stavova lokalnog stanovništva putem društvenih medija može pružiti dodatne uvide u to kako se zajednica oseća u vezi sa turizmom, kao i u vezi sa specifičnim turističkim inicijativama. Iako ovo može biti neformalni izvor podataka, analiza sentimenta na društvenim mrežama može ponuditi vredne informacije o javnom mnjenju.

Korišćenjem SUS-TAS metode, istraživači i donosioci odluka mogu razviti konkretne preporuke za unapređenje održivog turizma na lokalnom nivou. Preporuke mogu obuhvatiti sledeće:

- Edukacija i podizanje svesti. Ako istraživanje pokazuje da je lokalno stanovništvo nezadovoljno turizmom zbog ekoloških ili socijalnih uticaja, potrebno je organizovati kampanje

za podizanje svesti o važnosti održivog turizma i pružiti obrazovne programe koji pokrivaju temu održivog razvoja i očuvanja resursa.

– Uključivanje lokalnog stanovništva u donošenje odluka. Rezultati SUS-TAS istraživanja mogu ukazivati na potrebu za većim uključivanjem zajednice u proces planiranja i upravljanja turizmom u prosecu definisanja i implementacije strategija održivog turizma.

7.3. VIZIJA ZA BUDUĆNOST VOJVODINE KAO EVROPSKE BANJSKE (SPA) DESTINACIJE

Vizija razvoja banjskog turizma u Vojvodini mora biti više od turističkog slogana – ona treba da reflektuje dugoročnu posvećenost razvoju koji je inkluzivan, kreativan i ukorenjen u lokalnim vrednostima.

7.3.1. POGLED NA BUDUĆNOST VOJVODINE KAO KLJUČNE DESTINACIJE ZA BANJSKI TURIZAM, U KOJEM SE SPAJAJU LOKALNE TRADICIJE SA INOVATIVNIM PRISTUPIMA ODRŽIVOSTI I PREDUZETNIŠTVA

U narednim decenijama, Vojvodina može postati:

- Prepoznatljiva evropska destinacija zdravlja i blagostanja, utemeljena na termalnim resursima, lokalnoj gastronomiji i kulturnoj raznolikosti;
- Centar regionalne inovacije u turizmu, kroz primenu cirkularne ekonomije, digitalnih rešenja i edukativnih modela u velnes industriji;
- Primer društveno-odgovornog turizma, koji osnažuje zajednice i poštuje prirodu.

Ključne komponente ove vizije uključuju lokalizovanu ponudu sa poštovanjem nasleđa – svi sadržaji moraju da proističu iz lokalne kulture i neophodno je da budu pažljivo integrisani u prirodno okruženje. Svaka banja, selo, manifestacija treba da priča autentičnu priču regije.

Osnaživanje ugroženih i nedovoljno zastupljenih grupa (žene, mladi, stariji i pripadnici nacionalnih manjina) - pristup ekonomskim prilikama kroz mikrofinansijske modele, edukaciju i tržišnu promociju svojih proizvoda i usluga.

Digitalne platforme za promociju i prodaju. Kreiranje online marketa za lokalne proizvode, interaktivnih vodiča, aplikacija za rezervacije i virtuelnih tura doprinosi većoj vidljivosti i konkurentnosti.

Integracija sa sektorima zdravstva, obrazovanja i kulture. Banjski turizam treba da funkcioniše kao multidisciplinarna platforma za razvoj – kroz saradnju sa školama, univerzitetima i zdravstvenim institucijama, kreiraju se specijalizovani programi (npr. medicinski turizam, edukativni kampovi, kulturne razmene).

Inspiracija iz međunarodnih praksi. Uspešni modeli iz sveta treba adaptirati u kontekstu Vojvodine:

- Skandinavija – cirkularna ekonomija i zelene politike kao standard (Swedish spa resorts and sauna rituals, 2024; Spa Destinations in Southern Sweden, 2017; Spa & wellness in Scandinavia, 2024);

- Indija – primena društvenog preduzetništva za vodosnabdevanje (Nirnalaya, 2025; Paani Foundation, 2025; The Times of India, 2025);

- Kostarika – održivi eko-turizam i participacija lokalne zajednice (Matarrita-Cascante, Brennan & Luloff, 2010; Bosque del Cabo Rainforest Lodge, 2025; Nicuesa Rainforest Lodge).

Vojvodina mora postati sinonim za turizam koji ne troši – već obnavlja: prirodne resurse, ljude i zajednice.

7.4. INTERVENCIJE ZA UNAPREĐENJE KVALITETA ŽIVOTA: OD VEZANOSTI ZA MESTO KA STVARNIM PROMENAMA

Osnovni preduslov održivog turizma jeste viši kvalitet života lokalnog stanovništva. Ako zajednica ne vidi korist i ne oseća se emocionalno povezano sa prostorom u kojem živi, turizam postaje izvor napetosti, umesto razvoja. Koncept vezanost za mesto (*place attachment* – emocionalne vezanosti za prostor), mora biti temelj svih intervencija. Zbog toga postoji niz intervencija koje doprinose jačanju otpornosti i lokalnog identiteta

Zdravstvene usluge. Unapređenje dostupnosti i kvaliteta zdravstvenih ustanova u ruralnim sredinama, posebno specijalističkih službi i preventivnih programa, ima direktan uticaj na kvalitet života i na razvoj zdravstvenog turizma.

Obrazovanje i obuke. Pored formalnog obrazovanja, neophodno je razvijati programe osposobljavanja za zanimanja u turizmu – terapeuti, vodiči, menadžeri destinacija, digitalni marketing eksperti. Ove veštine moraju biti dostupne lokalnim akterima, bez obzira na godine, pol ili socijalni status.

Socijalna zaštita. Inkluzivni modeli raspodele resursa i podrške ranjivim grupama osiguravaju veću socijalnu pravdu. Time se kreira stabilnija zajednica, koja je spremnija da prihvati inovacije i investicije.

Ekološke inicijative. Učešće građana u očuvanju prirodnih resursa povećava njihovu identifikaciju sa prostorom. Male lokalne akcije često imaju veći efekat nego skupi infrastrukturni projekti kada je reč o stvaranju osećaja pripadnosti.

Psihološka podrška i mentalno zdravlje. Programi podrške mentalnom zdravlju, edukacije o stresu i međuljudskim odnosima doprinose formiranju zajednice koja se temelji na međusobnom poverenju, saradnji i emocionalnoj otpornosti.

Iz svega iznetom može se zaključiti da razvoj banjskog turizma u Vojvodini ne predstavlja samo priliku za ekonomski rast, već i za oblikovanje održivog društva zasnovanog na lokalnim vrednostima, solidarnosti i inovacijama. Integracijom prirodnih potencijala, preduzetničkih inicijativa i savremenih upravljačkih modela, Vojvodina ima kapacitet da postane prepoznatljiva

evropska destinacija zdravlja i kvaliteta života. Ključ uspeha leži u participativnom pristupu – gde svaki akter, od lokalne vlasti i preduzetnika do građana i obrazovnih institucija, ima svoju ulogu u stvaranju otpornog, pravednog i dugoročno održivog turističkog sistema. Predloženi strateški okvir nije krajnji cilj, već temelj za dalje korake i političku volju neophodnu da bi vizija postala stvarnost. U tom smislu, banjski turizam u Vojvodini može biti više od sektora – može biti model transformacije zajednica koje neguju zdravlje, prirodu i međusobnu povezanost. Za razvoj preduzetništva u Vojvodini (kao i u čitavoj Srbiji), ključno je raditi na:

- razbijanju straha od neuspeha,
- podsticanju inicijative i kreativnog razmišljanja,
- promociji uspešnih primera iz lokalne sredine i
- razvoju obrazovanja koje podržava kritičko mišljenje, inovacije i samostalnost.

8. ZAKLJUČAK

Uvodno poglavlje monografije bavi se višeslojnim problemom depopulacije ruralnih područja Srbije, sa akcentom na Vojvodinu. Istraživanje koje autori sprovode u okviru projekta PanSpa ima za cilj da prepozna potencijale lokalnih zajednica i pronađe održive modele razvoja koji mogu doprineti zaustavljanju iseljavanja, posebno mladog i radno sposobnog stanovništva. Depopulacija sela nije samo lokalni problem – ona je deo šireg globalnog trenda koji karakterišu migracije iz sela u gradove, starenje stanovništva, pad nataliteta i gubitak ekonomskih i socijalnih funkcija ruralnih područja.

Autori u uvodu iznose podatke koji potvrđuju ozbiljnost problema: prema najnovijem popisu iz 2022. godine, više od 95% naselja u Srbiji beleži pad broja stanovnika, dok mnoga sela nemaju ni jedno dete, ženu u fertilnom dobu, pa čak ni stanovnika mlađeg od 50 godina. Poseban akcenat je stavljen na *gubitak ženskog fertilnog kontingenta* – ključnog faktora za biološki opstanak ruralnih zajednica. U poslednje dve decenije, broj žena u optimalnom reproduktivnom periodu se smanjio za čak 200.000. Iako su demografski problemi izraženi u celoj zemlji, oni su akutni u ruralnim krajevima, gde postoji i snažna povezanost sa socio-ekonomskom marginalizacijom.

Kao odgovor na ove izazove, istraživački tim ističe potrebu za valorizacijom prirodnih i lokalnih resursa, među kojima posebno mesto zauzimaju termomineralni izvori. Projekat PanSpa, sproveden tokom četiri godine, predstavlja pokušaj da se kroz interdisciplinarni pristup i naučna istraživanja identifikuju faktori koji bi mogli podstaći revitalizaciju ruralnih područja, uz snažnije uključivanje lokalnog stanovništva, naročito mladih. Razvijena je nova metodologija i sveobuhvatna baza podataka koja omogućava analizu veza između migracija, ekonomskog razvoja i prirodnih resursa.

Popisi stanovništva u Srbiji prate se još od 1834. godine, a do 2022. sprovedeno je ukupno 39 popisa na ovom prostoru. Ti popisi beleže brojne demografske parametre, važne za razvoj ekonomskih delatnosti, među kojima je i turizam.

Demografski trendovi u Vojvodini prate šira kretanja regiona: depopulacija, pad nataliteta i starenje stanovništva. Poslednjih decenija migraciona kretanja su neplanirana i neravnomerna, sa padom domicilnog stanovništva i porastom broja emigranata.

Vojvodina je multietnička regija sa 26 nacionalnih zajednica i bogatim folklornim nasleđem, što predstavlja značajan turistički potencijal, posebno za banjski turizam. Na teritoriji Vojvodine danas postoji šest banja: banja Kanjiža (Kanjiža), banja Junaković (Apatin), banja Palić (Palić), banja Vrdnik (Vrdnik), banja Stari Slankamen (Stari Slankamen) i banja Rusanda (Melenci). Pored ovih postoje i lokaliteti sa potencijalom za razvoj banjskog turizma, kao što su Jodna banja Bečej, Jodna banja Novi Sad, Temerinska i Bezdanska banja.

Tokom druge polovine 20. veka i početkom 21. veka, banjska naselja Vojvodine beleže pad broja stanovnika, osim nekih izuzetaka poput Apatina i Palića, gde je u određenim periodima došlo do porasta stanovništva zbog doseljavanja izbeglih lica i razvoja turizma. Palić je imao rast stanovništva do 2002. godine, verovatno zahvaljujući razvoju turističkih kapaciteta. Apatin je

takođe zadržao i blago povećao broj stanovnika zahvaljujući banji Junaković, industriji i razvoju turizma. Naselja kao što su Bečej, Temerin, Bezdan i Pačir beleže pad broja stanovnika, sa izuzetkom Temerina koji je do 2011. godine imao rast zbog blizine Novog Sada.

Migracije stanovništva u Vojvodini su značajne i povezane sa ekonomskim i socijalnim promenama. Posle Drugog svetskog rata, zabeležen je veliki priliv stanovništva iz slabije razvijenih krajeva. Poslednjih decenija, migracije su vezane za koncentraciju stanovništva u većim gradovima i ekonomskim centrima. Po poslednjem popisu, oko 47% stanovništva Vojvodine su doseljenici, dok 53% živi na mestu svog rođenja. Najveći udeo domicilnog stanovništva je u Banatu, a najmanji u Južno-bačkom i Sremskom okrugu. Dnevne migracije su značajne, sa oko 10% ekonomski aktivnog stanovništva koje dnevno migrira zbog posla.

Stanovništvo Vojvodine karakteriše duboka demografska starost, sa velikim udelom starijih od 65 godina (oko 19,6% u Srbiji). U banjskim naseljima dominira žensko stanovništvo, mada postoje varijacije među mestima i kroz vreme. Posebno zabrinjavaju podaci o opadanju broja žena u naselju Stari Slankamen, što će svakako uticati na daljudruštvenu strukturu, ali i na razvoj turizma.

Multietničnost Vojvodine je rezultat dugogodišnjih migracija i naseljavanja različitih naroda, što je doprinelo bogatom i složenom kulturnom nasleđu. U banjskim mestima prisutne su mnoge nacionalne zajednice: Srbi, Mađari, Hrvati, Crnogorci, Romi, Bugari, Rumuni, Slovaci, Ukrajinci, Albanci i druge. Srbi su najzastupljeniji, nakon njih Mađari i Hrvati, što odražava nacionalnu strukturu mnogih delova Vojvodine. Takva šarolikost stanovništva nosi bogato folklorno nasleđe, koje se može koristiti u turizmu (običaji, pesme, igre, nošnje, tradicionalna jela, zanatstvo). Turizam treba doprineti i ekonomskoj stabilnosti lokalne zajednice, posebno angažovanjem žena u proizvodnji suvenira i tradicionalnih jela.

Obrazovni nivo stanovništva važan je za demografski razvoj i ekonomske potencijale. U banjskim opštinama nepismenost je mala (ispod 1,5%), što je pozitivno za razvoj preduzetništva. Digitalna pismenost je ključna u savremenom turizmu. Oko 46% stanovništva Srbije je kompjuterski pismeno, oko 30% delimično, dok je oko 24% nepismeno po ovom pitanju. U Vojvodini, posebno u opštinama sa banjskim naseljima, od 1/3 do skoro 50% stanovništva je kompjuterski pismeno, što omogućava modernizaciju turističke ponude. Najviše stanovnika ima završenu srednju školu (od 47,7% do 63,1%), dok se veći procenat visokoobrazovanih nalazi u većim gradovima. Ipak, veliki problem predstavlja značajan udeo stanovništva sa samo osnovnom školom, što može otežati razvoj turizma i ekonomije.

Nakon Drugog svetskog rata rastao je broj domaćinstava zbog razdvajanja velikih porodica i migracija. U 21. veku, broj domaćinstava u banjskim opštinama u Vojvodini uglavnom opada zbog prirodnog pada i odseljavanja, osim u Temerinu, gde blizina Novog Sada utiče na rast. Najveći pad broja domaćinstava zabeležen je u Bečeju, dok se u Temerinu beleži blagi porast. Smanjuje se prosečan broj članova po domaćinstvu (najčešće je između 2 i 3), dok domaćinstva sa jednim ili dva člana čine više od pola ukupnog broja, što otežava dalji razvoj. Prazne kuće se mogu iskoristiti u turističke svrhe. U prilog tome idu i podsticajne mere države za mlade bračne parove da kupe kuće u selima.

Značajan je trend porodičnih zajednica bez dece (od 31% do čak 48%), što ukazuje na buduće demografske izazove i pad privrednog i turističkog potencijala. Glavni razlog smanjenja broja dece su socio-ekonomske promene, veća ulaganja u karijeru, manjak vremena i veći troškovi odgajanja dece. Neophodno je kreirati uslove za zadržavanje mladih i povećanje nataliteta kako bi se obezbedila budućnost ovih sredina.

Ekonomske i društveno-ekonomske strukture stanovništva odražavaju stepen privrednog razvoja društva i utiču na demografske promene. One se dele na osnovu aktivnosti, delatnosti i zanimanja, pri čemu je tercijarni sektor (uslužne delatnosti, uključujući turizam) naročito značajan. Turizam, kao radno-intenzivna grana, direktno utiče na rast zaposlenosti i razvoj pratećih delatnosti, povećava učešće tercijarnog sektora, aktivira žensku radnu snagu i može podstaći prelaz radnika iz primarnih u tercijarne delatnosti.

U Srbiji i Vojvodini, broj zaposlenih u turizmu kontinuirano raste, sa većim udelom srednjoškolskih radnika i rastom broja dolazaka turista i noćenja. Turizam može doprineti zaustavljanju depopulacije, posebno u područjima sa prirodnim i kulturnim vrednostima, kao i ekonomskom oporavku kroz povratne migracije. Razvoj turizma zahteva unapređenje infrastrukture, promotivne aktivnosti, edukaciju i međunarodnu saradnju, uz podršku lokalne zajednice. Poseban značaj ima pozitivna interakcija između turista i lokalnog stanovništva, koja utiče na doživljaj destinacije i prihvatanje turizma kao izvora prihoda. U Vojvodini, turizam je važan za privredni razvoj banjskih mesta, ali potencijali nisu u potpunosti iskorišćeni. Razvoj turizma doprinosi zapošljavanju i može ublažiti nezaposlenost i depopulaciju, posebno u ruralnim područjima.

Jedna od glavnih pretpostavki istraživanja jeste da se ruralna područja mogu osnažiti kroz razvoj specifičnih oblika turizma, kao što su ruralni turizam i posebno banjski turizam, koji mogu generisati nova radna mesta, produžiti turističku sezonu i omogućiti dodatne prihode tokom cele godine. Takav turizam, kada se pravilno upravlja i planira u saradnji sa lokalnom zajednicom, može doprineti poboljšanju infrastrukture, očuvanju kulturnog i prirodnog nasleđa i jačanju emocionalne povezanosti stanovništva sa mestom življenja.

Uloga mladih u ovom procesu ocenjuje se kao od suštinskog značaja – ne samo kao demografski potencijal, već i kao nosilac društvenih promena, ekološke svesti i novih preduzetničkih inicijativa. U uvodu se naglašava da je potrebno razumeti stavove i potrebe mladih, te ih uključiti u izradu razvojnih strategija, čime bi se povećala njihova motivacija za ostanak u ruralnim sredinama. U tom smislu, autori ukazuju na značaj *ciljanih populacionih politika, interdisciplinarnog planiranja i stvaranja povoljnog ambijenta za život i rad mladih ljudi u selima*.

U međunarodnom kontekstu, primeri zemalja poput Portugalije, Mađarske i drugih pokazali su da razvoj banjskog turizma može imati snažan multiplikativni efekat na lokalnu ekonomiju: povećava potražnju u građevinskoj industriji, doprinosi očuvanju radnih mesta, podstiče osnivanje malih i srednjih preduzeća i doprinosi smanjenju regionalnih nejednakosti. U Vojvodini je identifikovano čak 50 potencijalnih lokacija za razvoj banjskog turizma, od kojih se 33 nalaze u ruralnim opštinama, što predstavlja značajan, ali nedovoljno iskorišćen potencijal.

Pored ekonomskog efekta, banjski turizam može doprineti i povećanju kvaliteta života u seoskim sredinama kroz unapređenje zdravlja, socijalnu inkluziju i kulturni razvoj zajednice. Takođe, zdravstveni i velnes turisti troše više novca od prosečnih putnika, što dodatno jača lokalne ekonomije. U tom svetlu, PanSpa je istražio i percepcije lokalnog stanovništva o potencijalu banjskog razvoja – njihovu volju za uključivanjem, spremnost za nove oblike angažovanja i osećaj pripadnosti u procesu donošenja odluka.

Izveštaj Globalnog velnes instituta za 2023. godinu jasno pokazuje da velnes industrija više nije marginalna ili elitna delatnost, već jedan od glavnih stubova savremene globalne ekonomije. U sektorima velnes turizma i spa industrije (gde su i banje), beleži se kontinuiran rast, sa posebnim naglaskom na personalizovane i integrisane usluge koje objedinjuju zdravlje, relaksaciju i prevenciju. Statistički podaci ukazuju da velnes potrošači postaju sve brojniji i zahtevniji širom planete, te da ovaj trend nudi ogromne prilike za dalji razvoj turističkih destinacija, hotelijerstva, zdravstvenih ustanova, kao i proizvođača proizvoda i usluga usmerenih na zdrav način života.

Prema procenama Globalnog velnes instituta, očekuje se da će velnes ekonomija do 2028. godine dostići vrednost od skoro 9 triliona dolara, uz prosečnu godišnju stopu rasta od 7,3%. Najbrže rastući sektori su: velnes nekretnine (sa godišnjom stopom rasta od 18,1%), preventivna i personalizovana medicina (rast od 15,2%), i mentalno zdravlje (sa godišnjim rastom od 11,6%). Ovi podaci ukazuju na to da se velnes više ne posmatra kao luksuz, već kao neophodan aspekt modernog života, koji utiče i na ekonomske tokove širom sveta.

Velnes turizam, kao važna komponenta globalnog turističkog tržišta, beleži izuzetne stope rasta. U 2022. godini, ukupna vrednost ovog sektora iznosila je 651 milijardu dolara, dok se za 2024. godinu procenjuje da će premašiti 1 trilion dolara. Očekivani prosečni godišnji rast ovog segmenta iznosi čak 16,6% do 2027. godine. Zanimljivo je da velnes turisti, i domaći i međunarodni, troše značajno više od prosečnih putnika: međunarodni velnes turisti troše u proseku 1.764 američkih dolara po putovanju, što je 41% više od proseka drugih međunarodnih turista. Domaći velnes turisti troše 668 američkih dolara, čak 175% više od standardnih domaćih turista. Tako, uprkos činjenici da velnes putovanja čine samo 7,8% svih turističkih putovanja, ovaj sektor učestvuje sa 18,7% u ukupnoj globalnoj turističkoj potrošnji, što dodatno potvrđuje njegovu ekonomsku snagu.

Spa industrija je još jedan značajan deo velnes ekonomije. Tokom 2022. godine, globalna vrednost ovog sektora dostigla je 104,5 milijardi američkih dolara, a do 2027. godine predviđa se rast na 156 milijardi američkih dolara, uz prosečan godišnji rast od 8,3%. Regionalno, najbrži oporavak i rast zabeležen je u Severnoj Americi i regionu Bliskog istoka i Severne Afrike, koji su već premašili nivoe iz 2019. godine. Azijsko-pacifički region pokazuje snažan oporavak, iako još uvek nije u potpunosti dostigao predpandemijske brojeke. Spa centri su sve više integrisani u hotelsku ponudu, luksuzne nekretnine i zdravstvene ustanove, što doprinosi rastu potražnje za personalizovanim tretmanima i uslugama koje kombinuju relaksaciju sa zdravstvenim benefitima.

Prema podacima Globalnog velnes instituta, najveće nacionalne velnes ekonomije po vrednosti su:

- Sjedinjene Američke Države – 1,8 triliona američkih dolara (godišnji rast je 14%),
- Nemačka – 269 milijardi američkih dolara (rast: 16,8%),

- Francuska – 172 milijarde američkih dolara (rast: 11,6%),
- Indija – 132,5 milijardi američkih dolara (rast: 16,5%),
- Australija – 110 milijardi američkih dolara (rast: 12,9%).

Ovi podaci ukazuju da se velnes industrija razvija na globalnom nivou, uz posebno izražen rast u azijskim i pacifičkim zemljama, što može biti odraz rasta srednje klase i sve većeg interesovanja za holistički pristup zdravlju.

Razvoj turističke privrede, svojim ekonomskim efektima, stimuliše demografski razvoj. Utoliko je značajniji, što se često razvijao u privredno nerazvijenim područjima, gde se, prema dosadašnjim iskustvima, pokazao kao jedna od najpropulzivnijih delatnosti za prevazilaženje regionalne nerazvijenosti. Ključni pristup u održivom razvoju banjskog turizma je uključivanje lokalnog stanovništva u planiranje razvoja turizma, koji će se zasnivati na njihovim prioritetima, čime će biti omogućeno optimalnije zadovoljstvo lokalnog stanovništva. Ukoliko rezidenti imaju ekonomske koristi od razvoja turizma, njihovi stavovi biće pozitivni, dok se, sa druge strane, mogu javiti i negativni stavovi, ali uglavnom kod rezidenata koji nemaju nikakve koristi od turizma. Takođe, takav razvoj turizma će pozitivno uticati na promene demografskih struktura. Razvoj turizma dovešće do većeg zapošljavanja različitih starosnih struktura, veće zaposlenosti žena, uticaja na ostanak mladih, povećanje nataliteta, doseljavanja..., jer razvoj turističke privrede, svojim ekonomskim efektima, stimuliše demografski razvoj. Na osnovu brojnih primera, možemo videti da je turizam omogućio populacioni opstanak malim naseljima širom sveta, a onima sa povoljnijim položajem, brojnijim funkcijama i drugim komparativnim prednostima, čak i populacioni porast i imigracioni karakter.

Turizmu se pripisuje moć da pospeši društveno-ekonomski i demografski razvoj. Brojni su primeri čitavih regija u kojima je turizam dominantna ili objedinjujuća delatnost, a koje beleže ekonomske komparativne prednosti u odnosu na regione koji ne razvijaju turizam, te se može pretpostaviti da dalji razvoj banjskih mesta, kao i turizma u banjma Vojvodine, može pozitivno uticati i na njihovu demografsku strukturu. I pored uverenja da turizam može dovesti do demografske revitalizacije određenih krajeva, sa konkretnim primerima koji to potvrđuju, iskustvo i istraživanja takođe govore da se to ne dešava po automatizmu, i sa istim pozitivnim efektima, već da je potrebno planski i singornizovani raditi sa različitim akterima, da bi se u tome uspeo.

Pitanje je kako sprečiti dalji odliv stanovništva i kako revitalizovati određeno područje? U tranzicionoj ekonomskoj situaciji u zemlji, teško je pronaći rešenje koje će biti brzo i adekvatno sprovedeno, sa dugoročnim mogućnostima razvoja. Iako mladi i aktivni ljudi čine prioritet, i stariji bi trebalo da budu uključeni u proces, kako bi i oni mogli doprineti razvoju, koliko im to sposobnosti dozvoljavaju.

Odsustvo jake privrede, naročito u seoskim sredinama, mora se nadomestiti dostojnim alternativama. A termomineralni izvori mogu biti odlična baza lokalnog razvoja. Uz to, bogati folklornim nasleđem, stvorenim radom različitih generacija, ruralni prostori pružaju neiscrpne mogućnosti bazirane na nasleđu, kao specifičnom kulturnom identitetu svake sredine. Lokalna kultura je izvor aktivnosti i može biti prednost i važan faktor za ekonomski razvoj.

Masovnost turističkih kretanja i rapidan trend razvoja informacijskih tehnologija implicirale su napuštanje konvencionalnih oblika i prelazak na *on-line* poslovanje, te se mora veći akcenat staviti i na obuku lokalnog stanovništva za korišćenje savremenih tehnologija koje bi doprinele daljem razvoju.

PanSpa projekat razvija integrisanu bazu podataka koja kombinuje kvantitativne i kvalitativne metode (popisi, ankete, intervjui), kako bi se dobio sveobuhvatan uvid u stanje ruralnih zajednica. U okviru projekta razvijeni su i modifikovani upitnici, prilagođeni za ispitivanje više ključnih dimenzija: *vezanost za mesto*, *percepcija kvaliteta života*, *preduzetnički duh* i *učešće u razvoju zajednice*. U istraživanju se naročito akcentuje značaj mladih kao nosilaca budućih razvoja, kao i prepreke sa kojima se suočavaju – od ekonomske nesigurnosti do straha od neuspeha i nedostatka institucionalne podrške.

Korišćene su priznate skale kao što je SUS-TAS (*Sustainable Tourism Attitude Scale*), uz njihovu adaptaciju za specifične potrebe ruralnog i banjskog turizma. Ova metoda omogućila je kompleksno razumevanje stavova lokalnog stanovništva u vezi sa razvojem turizma, uključujući ekonomske, društvene, kulturne i ekološke aspekte.

Poseban fokus dat je banjskom turizmu, koji se u savremenim uslovima pozicionira kao važan segment zdravstvenog i velnes turizma, sa velikim potencijalom za revitalizaciju ruralnih zajednica. Banjski centri mogu doprineti razvoju lokalne ekonomije, otvaranju radnih mesta i poboljšanju infrastrukture, ali njihov uspeh zavisi od pažljivog prostornog planiranja i uključivanja lokalne zajednice u sve faze razvoja. U tom kontekstu, značajna pažnja posvećena je i percepciji stanovništva o potencijalnim koristima i rizicima banjskog turizma, kao i njihovoj spremnosti da učestvuju u turističkim aktivnostima u svojoj lokalnoj sredini.

Rezultati pokazuju da su *mladi ključni akteri* održivog razvoja, ali i da su njihovi stavovi o banjskom turizmu uslovljeni brojnim faktorima – od obrazovanja i prihoda, do osećaja pripadnosti lokalnoj zajednici. Istraživanja ukazuju da oni sa izraženijom vezanošću za mesto i višim nivoom blagostanja pokazuju veću sklonost ka ostanku i uključivanju u lokalne projekte. Takođe, preduzetnički duh je snažno povezan sa društvenom podrškom, obrazovanjem i institucionalnim okvirom.

Monografija naglašava da je razvoj *održivog banjskog turizma* moguća šansa za revitalizaciju sela, ali zahteva strateški pristup – koji uključuje edukaciju lokalnog stanovništva, promociju preduzetništva i očuvanje prirodnih resursa. Neophodno je uvažiti specifičnosti svakog lokaliteta i kontinuirano osluškivati potrebe zajednice, kako bi se osigurao balans između ekonomskog napretka i očuvanja društveno-ekološke ravnoteže.

Konkretnije, ovo istraživanje se fokusira na mlade ljude, pripadnike generacije Z (rođene između 1995. i 2015. godine), koji se sve češće prepoznaju kao budući lideri, kako na globalnom, tako i na lokalnom nivou. U kontekstu ruralnih zajednica, posebno se ističe značaj njihove uloge za održivost sela i potencijal za ekonomski razvoj kroz turizam, naročito banjski turizam. U tom smislu, stavovi ove generacije prema razvoju banjskog turizma postaju važan pokazatelj budućih razvojnih pravaca ovih sredina.

U prvom delu istraživanja, analizirani su stavovi ispitanika prema ekološkim aspektima razvoja banjskog turizma. Rezultati pokazuju visok nivo ekološke svesti: većina učesnika smatra

da je zaštita prirode imperativ, kako sada tako i za budućnost. Ispitanici veruju da banjski turizam treba da se razvija u skladu sa prirodnim okruženjem i da doprinosi očuvanju biodiverziteta. Ipak, postoji izvesna doza skepticizma u pogledu toga koliko turizam zaista može doprineti ekološkim naporima – prosečna ocena ovog stava je nešto niža u poređenju s drugim tvrdnjama.

Sledeći segment se bavio potencijalnim društvenim i negativnim uticajima banjskog turizma. U ovom pogledu, ispitanici generalno ne izražavaju zabrinutost – dominantno su u neslaganju sa tvrdnjama koje sugerišu negativne posledice po kvalitet života, socijalne odnose ili resurse lokalne zajednice. Najniže prosečne vrednosti zabeležene su kod tvrdnji da ih turizam iritira ili da se ne osećaju dobrodošlo zbog prisustva turista, što ukazuje na visoku toleranciju i prihvatanje turista u lokalnoj sredini.

U vezi sa ekonomskim koristima, mladi prepoznaju banjski turizam kao važan pokretač ekonomskog razvoja. Visoke prosečne vrednosti pokazuju da ispitanici vide banjski turizam kao priliku za nova zaposlenja, poreske prihode, jačanje lokalne ekonomije i proširenje tržišta za lokalne proizvode. Takođe veruju da bi razvoj banjskog turizma mogao doprineti drugim sektorima, poput građevine, zdravstva i kulture.

Istraživanjem su obuhvaćeni i stavovi o participaciji lokalne zajednice u donošenju odluka. Većina ispitanika podržava uključivanje lokalnog stanovništva u planiranje razvoja banjskog turizma, naglašavajući važnost inkluzivnog pristupa. Postoji izraženo neslaganje s idejom da se odluke donose bez konsultacija sa zajednicom. Ovi nalazi ukazuju na svest o važnosti transparentnog procesa odlučivanja.

Kada je reč o strategijskom planiranju, mladi su svesni da je za uspešan razvoj banjskog turizma potrebno sistematsko i dugoročno planiranje. Smatraju da bi planovi trebalo da budu redovno ažurirani i da sektor mora imati jasnu viziju razvoja. Visoke ocene ukazuju na njihovu spremnost da prihvate i podrže odgovorne razvojne modele.

U segmentu o odgovornosti sektora za zadovoljstvo turista, ispitanici smatraju da kompanije u sektoru banjskog turizma imaju jasnu obavezu da zadovolje potrebe posetilaca, osiguraju kvalitetnu ponudu i kontinuirano prate zadovoljstvo gostiju. Nešto niža prosečna ocena kod tvrdnje o značaju atraktivnosti lokalne zajednice sugerise da postoji prostor za jačanje lokalne identitetske ponude.

Značajan deo istraživanja posvećen je i uključenosti lokalnog stanovništva u ekonomske tokove banjskog turizma. Većina mladih smatra da bi lokalno stanovništvo trebalo da ima veći udeo u prihodima od turizma, da se više koristi lokalna radna snaga i da se kupuju lokalni proizvodi i usluge. Takođe, izražavaju želju za većom investicionom participacijom lokalnih aktera u razvoju sektora.

Tokom sledeće faze PanSpa projekta, detaljno je bio analiziran složeni odnos između percepcije kvaliteta života i percepcije vezanosti za mesto među mladima koji žive u ruralnim delovima Vojvodine. Kvalitet života, kao multidimenzionalni koncept, obuhvata fizičko i mentalno zdravlje, ekonomske uslove, socijalne odnose, obrazovanje i kvalitet životne sredine. Percepcija ovih faktora kod mladih u ruralnim sredinama predstavlja ključni indikator njihove spremnosti da ostanu u zajednici ili migriraju ka urbanim centrima.

Kvalitet života se posmatra iz subjektivne i objektivne perspektive. Subjektivni aspekt se odnosi na zadovoljstvo životom i emocionalno blagostanje, dok objektivni uključuje pristup zdravstvenim, obrazovnim i ekonomskim resursima. U istraživanjima koja su sprovedeli članovi PanSpa tima, korišćeni su relevantni instrumenti kao što su *Satisfaction with Life Scale* (SWLS), *WHOQOL-BREF* i *EuroQol-5D*, kao i podaci iz *EU-SILC* baze, koji su prilagođeni specifičnostima lokalnog konteksta. Rezultati ukazuju na kompleksan odnos između percepcije ličnog blagostanja i strukturalnih faktora karakterističnih za ruralna područja. Mladi iz ruralnih zajednica pokazuju visok nivo emocionalne otpornosti, ali istovremeno izražavaju zabrinutost zbog ograničenih ekonomskih i obrazovnih mogućnosti.

Cilj istraživanja je bio i da se identifikuju ključni faktori koji utiču na subjektivnu percepciju kvaliteta života kod mladih u ruralnim delovima Vojvodine. *Ekonomija* – ograničeni pristup tržištu rada i niži prihodi negativno utiču na percepciju kvaliteta života. Međutim, razvoj digitalnih usluga, onlajn poslovanja i banjskog turizma predstavlja mogućnost za unapređenje lokalne ekonomije. *Zdravlje* – fizička aktivnost koja je deo svakodnevnog seoskog života pozitivno utiče na zdravlje, ali je pristup specijalističkoj zdravstvenoj zaštiti otežan. *Obrazovanje* – onlajn obrazovanje doprinosi smanjenju jaza između urbanih i ruralnih sredina, ali se i dalje ukazuje na potrebu za unapređenjem lokalne obrazovne infrastrukture. *Socijalni odnosi* – u ruralnim sredinama često su prisutni snažni socijalni kontakti i osećaj zajedništva, što pozitivno utiče na emocionalno blagostanje. *Životna sredina i sigurnost* – kvalitet vazduha, prirodna okruženja i niska stopa kriminala doprinose višem nivou zadovoljstva životom.

Konačno, u sprovedenoj empirijskoj analizi percepcije kvaliteta života kod mladih u ruralnim naseljima Vojvodine, analizirani su podaci u vezi sa polom, godinama, obrazovanjem, prihodima, veličinom domaćinstva i drugim sociodemografskim karakteristikama. Rezultati su pokazali da viši nivo subjektivnog blagostanja značajno smanjuje verovatnoću migracije i povećava životno zadovoljstvo.

Vezanost za mesto (*place attachment*) označava emocionalnu, socijalnu i funkcionalnu povezanost pojedinca sa konkretnim mestom. Kroz teorijski okvir koji su postavili autori kao što su Relf, Tuan i Manzo, mesto se ne posmatra samo kao fizički prostor, već kao entitet ispunjen ličnim i kolektivnim značenjima. Vezanost za mesto ima važne implikacije za održivost zajednica, razvoj lokalnih politika i očuvanje identiteta prostora. Dimenzije vezanosti za mesto uključuju: (1) *Emocionalnu povezanost* (duboka osećanja prema prostoru prožeta ličnim iskustvima), (2) *Socijalnu povezanost* (razvijene mreže prijatelja i porodice u zajednici), (3) *Fizičku povezanost* (interakcija sa prostorom kroz svakodnevne aktivnosti) i (4) Zavisnost od mesta (funkcionalna važnost prostora za postizanje ciljeva i zadovoljenje potreba). Empirijsko merenje vezanosti za mesto realizovano je upotrebom *Place Attachment Scale* (PAS) kao osnove, uz dodatnu dimenziju – *povezanost sa mestom* (*place bonding*), razvijenu i validiranu od strane PanSpa tima i pilotiranu kroz publikacije u naučnim časopisima. Ova treća dimenzija uključuje aspekte vezane za prijatelje, porodicu, finansijske pogodnosti i bezbednost, kao vežne faktore koji utiču na ostanak u ruralnoj sredini.

U monografiji su tako predstavljeni rezultati istraživanja koje su članovi PanSpa projekta sprovedeli među mladima iz ruralnih područja Vojvodine, s ciljem da se ispita njihov stepen

privrženosti mestu u kom žive. Polazeći od pretpostavke da je unapređenje kvaliteta života ključno za smanjenje iseljavanja i revitalizaciju sela, istraživanje je nastojalo da pruži dublje razumevanje percepcija mladih ljudi o životu u ruralnim sredinama. Posebna pažnja posvećena je aspektima koji mogu doprineti zadržavanju mladih i osnaživanju njihove veze sa lokalnom zajednicom.

Rezultati analize zadovoljstva kvalitetom života pokazuju da su identifikovana četiri glavna faktora: *zadovoljstvo javnim i društvenim sadržajima*, *zadovoljstvo kvalitetom usluga*, *zadovoljstvo infrastrukturom* i *zadovoljstvo obrazovnim ustanovama*. Među njima je najviše izraženo zadovoljstvo obrazovnim ustanovama, dok je najniže zadovoljstvo primećeno u oblasti kulturnih i društvenih sadržaja. Statistički značajne korelacije između svih identifikovanih faktora ukazuju na međuzavisnost različitih dimenzija životnog standarda.

Drugi deo istraživanja obuhvatio je analizu privrženosti mestu, gde su takođe identifikovana tri faktora: *zavisnost od mesta*, *identitet vezan za mesto* i *povezanost sa mestom*. Najviši prosečni skor postignut je kod faktora zavisnosti od mesta, što sugerise snažnu emocionalnu vezanost mladih za svoje mesto boravka. Ispitanici ističu da se u svom mestu osećaju spokojno i ispunjeno, kao i da ga smatraju nezamenjivim. Faktori su međusobno statistički značajno povezani, što ukazuje na kompleksnu i višeslojnu prirodu lokalne privrženosti.

Sprovedene analize ukazuju na značajnu povezanost između percepcije kvaliteta života i stepena vezanosti za mesto. Rezultati faktorske analize i korelacionih merenja ukazuju na to da viši stepen zadovoljstva infrastrukturom, uslugama i obrazovanjem doprinosi jačanju emocionalnih i identitetskih veza prema mestu stanovanja. Ovakvi nalazi su dragoceni za kreiranje strategija održivog razvoja ruralnih područja, jer ukazuju na ključne tačke intervencije – naročito u unapređenju javnih sadržaja i osnaživanju lokalnog identiteta.

U savremenom kontekstu sve izraženijih globalnih ekonomskih, demografskih i ekoloških izazova, preduzetnički duh postaje ključni faktor za osnaživanje lokalnih zajednica, naročito u ruralnim područjima. Ovaj deo istraživanja fokusira se na razumevanje i merenje *preduzetničkog duha mladih* u ruralnim naseljima Vojvodine, kao deo šireg koncepta projekta PanSpa, koji nastoji da prepozna mogućnosti za održivi razvoj i revitalizaciju sela.

Preduzetništvo se posmatra kao proces stvaranja dodatne vrednosti kroz inovacije, ideje i proizvode koji doprinose ne samo ekonomskom razvoju, već i kvalitetu života u zajednici. U fokusu je ličnost preduzetnika – proaktivne i motivisane osobe sklone riziku, inovacijama i liderstvu. Preduzetnički duh obuhvata niz osobina kao što su kreativnost, istrajnost, sposobnost rešavanja problema i timski rad. Osobe s izraženim preduzetničkim duhom sposobne su da uoče prilike čak i u nepovoljnim okolnostima i da preuzmu inicijativu u pravcu promene.

Metodološki okvir istraživanja bio je multidisciplinaran, sa osloncem na kvantitativne metode – pre svega anketiranje. Upitnici su uključivali standardizovane skale kao što su *Entrepreneurial Orientation Scale*, *GET* i *SUS-TAS*, prilagođene specifičnostima projekta PanSpa. Anketiranje je obuhvatilo mlade iz ruralnih delova Vojvodine, sa naglaskom na njihove socio-demografske karakteristike, stavove prema preduzetništvu i samoprocenu preduzetničkih kapaciteta.

Rezultati su pokazali da ispitanici imaju izraženu *otvorenost ka preduzetništvu*, pri čemu najveću motivaciju iskazuju za pokretanje sopstvenog biznisa ukoliko bi imali priliku i resurse. S druge strane, nešto slabije izražavaju preferenciju da izaberu karijeru preduzetnika među više opcija. U domenu preduzetničkih kapaciteta, najviše ocene dobijaju osobine kao što su odgovornost, sposobnost rešavanja problema, i izražena želja za stvaranjem nečeg novog. Najnižu samoprocenu ispitanici su dali kada je reč o posedovanju profesionalnog znanja i kontrole nad kompletnim poslovnim procesom, što ukazuje na potrebu za dodatnom edukacijom i mentorskom podrškom.

Analiza korelacije otkrila je značajnu pozitivnu povezanost između otvorenosti ka preduzetništvu i pojedinih osobina ličnosti koje se odnose na preduzetničke sposobnosti. Najjača veza identifikovana je između otvorenosti i želje da se stvori nešto novo, dok je najslabija veza zabeležena kod potrebe za dokazivanjem pred drugima. Ovakvi nalazi ukazuju da mladi iz ruralnih sredina poseduju izražen unutrašnji motivacioni potencijal, ali im nedostaje tehnička i institucionalna podrška za konkretizaciju svojih ideja.

Značaj, ciljevi, smernice i perspektive razvoja banjskog turizma u Vojvodini ogledaju se kroz pokazatelje kao što su: povećanje prihoda - profita, porast turističkog prometa, proširenje kapaciteta i na kraju povećanje ukupnih ekonomskih efekata od turizma. Razvojem banjskog turizma ostvariće se direktni i indirektni efekti, povećaće se društveni proizvod i zaposlenost u delatnostima koje čine turizam (ugostiteljstvo, zdravstvo, kultura, saobraćaj..). Indirektni efekti su bitni, iako se teško mogu kvantifikovati, a prvenstveno se odnose na razvoj poljoprivredne proizvodnje i prehrambene industrije. Prostori gde su smešteni banjsko-rekreativni centri Vojvodine imaju dosta neiskorišćenog kvalitetnog zemljišta za razvoj poljoprivredne proizvodnje i prehrambene industrije, te bi razvoj boravišnog oblika turizma doprineo povećanju tražnje, a time i potrošnje prehrambenih i poljoprivrednih proizvoda, zatim bržem razvoju trgovine, saobraćaja, različitih oblika zanatstva, sporta, kulture i fizičke kulture. Znači, pokrenuo bi se kompletan mehanizam, jer nema razvoja turizma bez ovih i drugih delatnosti.

Ovo istraživanje doprinosi razumevanju preduzetničkih namera u ruralnom kontekstu i nudi konkretne smernice za izradu razvojnih politika koje promovišu inovativnost, samostalnost i održivost u manjim mestima Vojvodine.

Vojvodina poseduje značajne termomineralne resurse i potencijal za razvoj ruralnog banjskog turizma koji bi mogao postati nosilac regionalnog ekonomskog razvoja. Da bi se ovaj potencijal iskoristio na održiv i inkluzivan način, neophodno je koordinisano delovanje lokalnih samouprava, preduzetnika i zajednica, uz podršku države i međunarodnih fondova.

Strateški razvoj banjskog turizma u Vojvodini nije samo pitanje ekonomske koristi. On predstavlja mogućnost da se redefinišu odnosi u zajednici, da se obnovi prirodna sredina i osnaže lokalni kapaciteti. Suština vizije leži u vrednostima: održivosti, lokalnom učešću, digitalnoj inovaciji i društvenoj pravednosti. Ako se ove vrednosti dosledno primenjuju, banjski turizam u Vojvodini može postati alat transformacije – ne samo za posetioce, već i za one koji ovde žive. Zato su ključni zadaci unapređenje infrastrukture, edukacija i osnaživanje lokalnih aktera, razvoj jedinstvene turističke ponude zasnovane na autentičnosti, i zaštita prirodnih izvora kroz odgovorno upravljanje.

Kultura u Srbiji nosi sa sobom specifične izazove, ali i značajne potencijale za razvoj preduzetništva. Razumevanje ovih kulturnih osobina može pomoći u oblikovanju pristupa koji će najbolje odgovarati lokalnom kontekstu.

- Visoka distanca moći ukazuje na jasno postavljene hijerarhije, što može doprineti stabilnosti i strukturi u poslovnom okruženju. Kada se kombinuje sa mentorstvom i podrškom lidera, ova karakteristika može omogućiti da mlađe generacije lakše uče i razvijaju se unutar sistema.

- Kolektivistička orijentacija pruža snažnu društvenu mrežu i međusobnu lojalnost – važnu osnovu za timski rad i zajedničko pokretanje poslovnih inicijativa. U takvom okruženju, preduzetnici mogu računati na podršku porodice, prijatelja i lokalne zajednice, što je često presudno u ranim fazama razvoja biznisa i svakako su okosnica porodičnog biznisa.

- Sklonost ka konsenzusu donosi empatiju, timski duh i brigu za kvalitet života, što je dragoceno u savremenom poslovanju koje sve više vrednuje balans između posla i privatnog života, kao i društvenu odgovornost.

- Visoka potreba za izvesnošću pokazuje da ljudi cene red, planiranje i sigurnost. Ove vrednosti mogu biti prednost u preduzetništvu kada se kombinuju sa dobro razrađenim poslovnim planom i strukturiranim pristupom razvoju proizvoda i usluga.

- Orijentacija ka tradiciji govori o stabilnosti i snažnom identitetu. Preduzetnici mogu uspešno koristiti ovu osobinu tako što će povezati nove ideje sa lokalnim vrednostima, običajima i nasleđem – što je odlična osnova za autentične, domaće brendove.

- Restriktivniji pogled na uživanje može značiti da su ljudi disciplinovani, posvećeni i orijentisani na dugoročne ciljeve. Kada prepoznaju da je uspeh rezultat upornosti i rada, to može postati moćna motivacija za razvoj preduzetničkih projekata.

Isto tako, preduzetnički duh u Srbiji je suočen sa značajnim kulturološkim izazovima:

- Visoka distanca moći i izbegavanje neizvesnosti obeshrabruju inicijativu, promene i preuzimanje rizika.
- Kolektivizam i orijentacija ka konsenzusu mogu obeshrabriti lično isticanje, ali i pružiti zajedničku podršku.
- Normativnost i restriktivnost dodatno ograničavaju otvorenost prema inovacijama i ličnu slobodu u radu.

Preduzetništvo u Srbiji ima veliki potencijal. Uz kombinaciju tradicionalnih vrednosti i modernog razmišljanja, stvara se plodno tlo za stvaranje održivih i inovativnih biznisa. Iako postoje elementi kulture koji mogu usporiti razvoj preduzetničkog duha, mnoge od tih karakteristika, kada se pravilno razumeju i kanališu, mogu postati prednost. Ključ je u tome da se podstakne:

- samopouzdanje pojedinaca,
- podrška okoline,
- obrazovanje usmereno ka kreativnosti i inicijativi i
- poštovanje lokalnih vrednosti uz otvorenost ka novim idejama.



Slika 8.1. Članovi projekta PanSpa

9. SAŽETAK

Demografske promene u banjskim mestima Vojvodine usko su povezane sa ekonomskim i društvenim kretanjima. Razvoj turizma, naročito banjskog, može pozitivno uticati na zadržavanje stanovništva, posebno mladih i radno sposobnih, te usporiti negativne demografske trendove.

Migracije, kako trajne tako i sezonske, igraju važnu ulogu u promenama stanovništva, a banjska naselja imaju potencijal za razvoj i revitalizaciju kroz turizam i ulaganja u infrastrukturu.

Održivi razvoj ruralnih sredina zahteva sistemske pristupe koji uključuju lokalnu zajednicu, naučnu zajednicu, državne institucije i investitore. Poseban značaj imaju strateška planiranja zasnovana na realnim resursima i potrebama stanovništva, a ne na kratkoročnim interesima. Osnovna poruka uvoda jeste da sela mogu postati prostori razvoja, a ne nestajanja – ali samo ukoliko se deluje koordinisano, inovativno i sa jasnim razumevanjem izazova i potencijala.

Autori zaključuju da se samo uz *aktivno učešće lokalne zajednice*, zasnovano na njihovim realnim potrebama i aspiracijama, može postići održiv i inkluzivan razvoj banjskog turizma. PanSpa projekat, kao inovativan istraživački okvir, pruža neophodne podatke, analize i metodologije koje mogu služiti kao osnova za kreiranje javnih politika u oblasti regionalnog razvoja, turizma i demografske obnove.

Rezultati istraživanja pokazuju da pripadnici generacije Z, posebno oni koji žive u ruralnim zajednicama, imaju visoku ekološku svest, pozitivan odnos prema turizmu i izraženu potrebu za participacijom u donošenju odluka. Oni u spa turizmu vide potencijal za ekonomski razvoj, unapređenje kvaliteta života i jačanje lokalne ekonomije, ali i za očuvanje životne sredine i lokalne kulture – sve u skladu s principima održivog razvoja. Njihova uloga, uz digitalne veštine i inovativan pristup, može biti ključna za transformaciju i revitalizaciju ruralnih prostora.

Istraživanja sprovedena u okviru projekta PanSpa pokazuju da postoji značajna međuzavisnost između percepcije kvaliteta života i vezanosti za mesto kod mladih u ruralnim sredinama Vojvodine. Viši nivo emocionalne i funkcionalne vezanosti za mesto, u kombinaciji sa pozitivnom percepcijom životnih uslova, direktno utiče na manju sklonost ka migraciji. Ovi nalazi imaju važne implikacije za razvoj održivih politika usmerenih na zadržavanje mladih u ruralnim sredinama, unapređenje lokalne infrastrukture i promociju ruralnog identiteta kao vrednosti.

Rezultati istraživanja PanSpa projekta osvetljavaju kako mladi ljudi percipiraju i vrednuju život u ruralnim sredinama Vojvodine. Dobijeni uvidi predstavljaju važan korak u razumevanju potencijala ruralnih zajednica za zadržavanje mladog stanovništva, ali i za razvoj lokalnog preduzetništva. Ovo istraživanje doprinosi širem cilju jačanja atraktivnosti sela kao mesta za život, rad i identitetsku pripadnost, što je i osnovna polazna tačka za održivu ruralnu transformaciju.

Istraživanje ističe visok preduzetnički potencijal mladih u Vojvodini, ali i prepreke koje sprečavaju njegovu realizaciju, među kojima su nedostatak profesionalnog znanja,

institucionalne podrške i ekonomski resursi. S obzirom na to, preporučuje se razvoj sistemske podrške kroz obrazovne programe, lokalne biznis inkubatore, mentorsku mrežu i platforme za umrežavanje. Razvijanje preduzetničkog duha kod mladih se nameće kao ključna strategija za ublažavanje depopulacije i jačanje društveno-ekonomskih kapaciteta ruralnih zajednica.

10. LITERATURA

- Acs, Z. J. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? Innovations: Technology, Governance, *Globalization*, 1(1), 97-107. <https://doi.org/10.1162/itgg.2006.1.1.97>
- Akis, S., Peristianis, N. & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: The case of Cyprus, *Tourism Management*, 17(7), 481-494. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00066-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00066-0)
- Allen L, Long P, Perdue R & Kieselbach S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life, *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21.
- Andereck, K. L. & Vogt, C. A. (2000), The Relationship between Residents' Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options, *Journal of Travel Research*, 39, 27-36.
- Andriotis, K. & Vaughan, R.D. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: the case of Crete, *Journal of Travel Research*, 42(2), 172–185. <https://doi.org/10.1177/0047287503257488>
- Anton, C., & Lawrence, C. (2016). Place attachment in the context of conservation and development: A review of the literature. *Journal of Environmental Psychology*, 45, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.11.001>
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts, *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Aprilia, A., Aini, E. K., Kumalasari, K. P., & Fajar, Y. (2024). The impact of residents attitude toward sustainable tourism develop-ment using SUS-TAS: mediating role of tourism involvement. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(2), 514-527.
- Armenski, T., Pavluković, V., Pejović L., Lukić, T., Đurđev, B., 2011. Interaction Between Tourists and Residents: Influence on Tourism Development. *Polish Sociological Review*. 173(1):107-118.
- Bacsi, Z., Kovács, E. & Löke, Z. (2012). Spa successes and challenges in Transdanubia, Hungary–Results of a survey in three spa towns. *Deturope*, 4(1), 27-47. <https://deturope.eu/pdfs/det/2012/01/03.pdf>
- Baggio, R. & Klobas, J. (2011). Quantitative methods in tourism: A handbook. Channel View Publications. Bristol.
- Baloglu, S.; Busser, J. & Cain, L. (2019). Impact of experience on emotional well-being and loyalty. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28, 427-445. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1527269>
- Bateman, T. S., Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103–118. <https://doi.org/10.1002/job.4030140202>
- Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)00014-X](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)00014-X)

- Begley, T.M., Boyd, D.P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79-94. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90020-6](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90020-6)
- Blešić, I., Petrović, M. D., Gajić, T., Tretiakova, T., Vujičić, M. & Syromiatnikova, J. (2021). Application of the analytic hierarchy process in the selection of traditional food criteria in Vojvodina (Serbia). *Journal of Ethnic Foods*, 8, 1-13.
- Blešić, I., Popov-Raljić, J., Uravić, L., Stankov, U., Đeri, L., Pantelić, M., & Armenski, T. (2014). An importance-performance analysis of service quality in spa hotels. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 27(1), 483-495.
- Bogdanović, Ž., & Vidić, N. (1999). *Temerinskatermomineralnavoda*. Zbornik radova Instituta za geografiju, Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Institut za geografiju, Novi Sad.
- Bosque del Cabo Rainforest Lodge. (2025). Sustainable tourism at Bosque del Cabo. Preuzeto 31. maja 2025. <https://www.bosquedelcabo.com/home/sustainability/index.html>
- Božović, T., Vujičić, M. D., Kovačić, S., Jovanović, T., & Pivac, T. (2022). Tourist motivation for slow travel: A case study of the Vojvodina Region, Serbia. *Acta Geographica Slovenica*, 62(3), 33-45.
- Bramwell, B., & Lane, B. (Eds.). (2013). *Tourism governance: critical perspectives on governance and sustainability*. Routledge.
- Brockhaus, R.H. Sr. (1982). The Psychology of Entrepreneur, in Kent, C, Sexton, D.L., and Vesper, K.H., *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Brooks, R., Boye, K. S., & Slaap, B. (2020). EQ-5D: a plea for accurate nomenclature. *Journal of Patient-Reported Outcomes*, 4(1), 52. <https://doi.org/10.1186/s41687-020-00222-9>
- Bubalo Živković, M., Đurđev, B.S., Dragin, A. 2008. The ageing of Vojvodina's population between 1953 and 2002 with reference to middle adulthood and ageing index. *Geographica Pannonica*, 12, 39-44.
- Bubalo-Živković, M., Djurdjev, B., Đerčan, B., Lukić, T., Ivkov-Džigurski, A, 2014. Migrations on the territory of Vojvodina Province (Serbia) in the first half of the 20th century. *Pensee*, 76, 10, 309-324.
- Bubalo-Živković, M., Lukić T., Đerčan, B., Ivkov-Džigurski A. 2011. Prirodne i mehaničke demografske promene i njihove posledice u pograničnim naseljima Banata. *Zbornik radova Departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo*, 40, 43-59.
- Butler, R. W. (2024). Tourism destination development: the tourism area life cycle model. *Tourism Geographies*, 26(1), 1-21. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2325932>
- Byrd, E.T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development, *Tourism Review*, 62(2), 6-13, <https://doi.org/10.1108/16605370780000309>
- Caro-Carretero, R., & Monroy-Rodríguez, S. (2025). Residents' perceptions of tourism and sustainable tourism management: Planning to prevent future problems in destination management – The case of Cáceres, Spain. *Cogent Social Sciences*, 11(1), 2447398. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2447398>

- Casey, E. S. (1993). *Getting back into place: Toward a renewed understanding of the place-world*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Oxford: Blackwell Publishing. ISBN 978-1-4051-9686-4
- Chassang, L., Hsieh, C. J., Li, T. N., & Hsieh, C. M. (2024). Feasibility assessment of stakeholder benefits in community-based agritourism through university social responsibility practices. *Agriculture*, 14(4), 602. <https://doi.org/10.3390/agriculture14040602>
- Cheng, C. K. (2010). Understanding visual preferences for landscapes: an examination of the relationship between aesthetics and emotional bonding (Doctoral dissertation, Texas A & M University).
- Choi, H-S., Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale, *Journal of Travel Research*, 43, 380-394. <https://doi.org/10.1177/0047287505274651>
- CODEX, 2013. Analiza ekonomskog i socijalnog statusa marginalizovanih naselja u pograničnim oblastima AP Vojvodine, preuzeto 09.09.2024. sa <https://readgur.com/doc/125864/analiza-ekonomskog-i-socijalnog-statusa-marginalizovanih>
- Cope, J. (2005). Toward a Dynamic Learning Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 29, 373-397. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00090.x>
- Cristian-Constantin, D., Radu-Daniel, P., Daniel, P., Georgiana, C. L. & Igor, S. (2015). The role of SPA tourism in the development of local economies from Romania. *Procedia Economics and finance*, 23, 1573-1577. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00400-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00400-1)
- Čikić, J., Stojšin, S., 2017. Dnevne migracije ženskog stanovništva u Vojvodini. *Sociološki pregled*, 51, 2, 236-254.
- Davis, D., Allen, J. & Cosenza, R. M. 1988. Segmenting Local Residents by Their Attitudes, Interests and Opinions Toward Tourism, *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8. <https://doi.org/10.1177/004728758802700201>
- Deng, A., Junyang, L & Zhengyuan, Z. (2020). Rural destination revitalization in China: applying evolutionary economic geography in tourism governance, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(2), 215-230. <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1789682>
- Department of Statistics, International Labour Organization – ILO (2023). *Resolution to amend the 19th ICLS resolution concerning statistics of work, employment and labour underutilization*. 21st International Conference of Labour Statisticians (Geneva, 11-20 October 2023).
- Djurdjev B. S., Arsenović D. & Dragin A. (2010). Contemporary problems in studying population of Vojvodina Province, *Acta geographica Slovenica*, 50-1. ISSN: 1581-6613 DOI: <https://doi.org/10.3986/AGS50105>
- Devidžić, M. 2007. Prilog izučavanju uticaja turizma na demografski razvitak. *Stanovništvo*, 2, 63-79.

- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2004). Beyond money: Toward an economy of well-being. *Psychological Science*, 15(1), 1-21.
- Diz, M. R. (2021). Gen Z and Millennials in the workplace: How are leaders adapting to their short attention span and how will they keep them from leaving a qualitative study. Florida International University. <https://digitalcommons.fiu.edu/etd/4800>
- Doxey, G. V. (1975). A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences, Proceedings of the 6th Annual Conference of the Travel and Tourism Research Association 1, 195-198.
- Dragičević, V., Jovičić, D., Blešić, I., Stankov, U., & Bošković, D. (2012). Business tourism destination competitiveness: A case of Vojvodina Province (Serbia). *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 25(2), 311-332.
- Dragin A. S., Jovičić D. & Bošković D. (2010). Economic Impact of Cruise Tourism Along the Pan-European Corridor VII, *Economic Research - Ekonomska istraživanja*, 23 (4), 127-141. ISSN: 1331-677X (Print) 1848-9664 (Online)
- Dragin A., Kruzmetra Maiga, Jeroscenkova Laura, Pivac, T. & Rivza Baiba (2015). Craft as a Business Development Challenge: Latvian and Serbian Craftsmen's Views. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 185, 76-83. 3rd World Conference on Psychology and Sociology, WCPS - 2014. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.433>
- Dragin, A. (2015). *Kultura i komunikacija*. Prirodno-matematički fakultet – Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad (1-130).
- Dragin, A. (2024). *Kultura komunikacije i komunikacija kulturom*. Prirodno-matematički fakultet – Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad (1-118). ISBN: 978-86-7031-660-7
- Dragin, A. S., Majstorović, N., Janičić, B., Mijatov, M. B. & Stojanović, V. (2022c). Clusters of Generation Z and Travel Risks Perception: Constraining vs. Push–Pull Factors. In *The Emerald Handbook of Destination Recovery in Tourism and Hospitality*, 375-395. Emerald Publishing Limited. eISBN: 978-1-80262-073-3. <https://doi.org/10.1108/978-1-80262-073-320221022>
- Dragin, A., Đurđev, B., Armenski, T., Jovanović, T., Pavić, D., Ivkov-Džigurski, A. Košić, K. & Favro, S. (2014). Analysis of the Labor Force Composition on Cruisers: the Danube Through Central and Southeast Europe. *Journal of Transport Geography*, 39, 62-72. ISSN: 0966-6923, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2014.06.013>
- Dragin, A.S., Mijatov Ladičorbić, M., Stojanović, V., Lazić, L., Komnenić, B., Damnjanović, J., Carmer, A. & Hansen, B. (2023b). Evaluating resident attitudes on German industrial heritage and tourism using the sustainable tourism attitude scale in Vojvodina, Serbia. *Journal of Heritage Tourism*, 18(6), 864-884. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2023.2249137>
- Dragin, A., Tešin, A., Mijatov Ladičorbić, M., Zadel, Z., Košić, K., Amezcua-Ogáyar, J.M., Calahorra-López, A. & Surla, T. (2025). Place Attachment and Quality of Life as Catalysts for Sustainable Rural Transformation: Addressing Depopulation and Promoting Socioecological Resilience. In (eds. S. Sareen and S. Juhola) *Societal transitions to*

- sustainability: The prefigurative politics of present transformation* (book). Cham: Palgrave Macmillan (Springer). Electronic ISSN 2523-8191, Print ISSN 2523-8183. In press.
- Dragin, A.S., Majstorović, N., Mijatov, M., Janičić, B. & Stojanović, V. (2022a). Clusters of Generation Z and Travel Risks Perception: Constraining VS Push-Pull Factors. Edited by: Priykrushna Mohanty, Anukrati Sharma, James Kennel, Azizul Hassan. Book title: *The Emerald Handbook of Destination Recovery in Tourism and Hospitality*, 375-395, Emerald, Bingley: UK. doi:10.1108/978-1-80262-073-320221022 ISBN: 978-1-80262-074-0 (Print) ISBN: 978-1-80262-073-3 (Online) ISBN: 978-1-80262-075-7 (Epub)
- Dragin, A.S.; Mijatov, M.B.; Munitlak Ivanović, O.; Jovičić Vuković, A.; Ivkov Džigurski, A.; Košić, K.; Nedeljković Knežević, M.; Tomić, S.; Stankov, U.; Vujičić, M.D.; et al. (2022). Entrepreneurial Intention of Students (Managers in Training): Personal and Family Characteristics. *Sustainability* 14, 7345. <https://doi.org/10.3390/su14127345>
- Dragin, A.S., Mijatov Ladičorbić, M., Košić, K. & Zadel, Z. (2023a). The Residents' Attitude Toward Spa Tourism Development in Vojvodina. International Conference on Science, Social Science and Economics (IC3SE), Lisbon, Portugal, 29th - 30th September, 2023 (Academics World). <https://worldresearchlibrary.org/proceeding.php?pid=6096>
- Dragin, A.S., Mijatov, M.B., Majstorović, N., Janičić, B. & Korovljević, D. (2022b). COVID-19 Pandemic and Young Tourists' Travel Risk Perceptions. A chapter No. 95 in Stanley D. Brunn and Donna Gilbreath, eds., *COVID-19 and a World of Ad Hoc Geographies*, Vol. 3, 1755-1775. ISBN: 978-3-030-94349-3 (New York: Springer Cham).
- Dragin, A.S., Mijatov, M.B., Munitlak Ivanović, O., Jovičić Vuković, A., Ivkov Džigurski, A., Košić, K., Nedeljković Knežević, M., Tomić, S., Stankov, U., Vujičić, M.D., Stojanović, V., Ivanović Bibić, L., Đerčan, B. & Stojiljković, A. (2022b) Entrepreneurial Intention of Students (Managers in Training): Personal and Family Characteristics. *Sustainability*, 14(12), 7345; <https://doi.org/10.3390/su14127345>.
- Dragin, A.S., Stankov, U., Vujičić, M., Mijatov, M., Kennell, J. & Calahorra-López, A. (2024b). Breaking the Bubble – Addressing Managers' Cultural Biases in Designing Tourist Experiences. *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA*, 74(1), 139-146 <https://doi.org/10.2298/IJGI2401139D>
- Dragin, A.S., Surla, T. Mijatov Ladičorbić, M., Jovanović, T., Zadel, Z., Nedeljković-Knežević, M. Tešin, A., Amezcua-Ogáyar, J.M.; Calahorra-López, A., Košić, K., Stojanović, V., Ivkov-Džigurski, A., Pavlović, D. & Vasić, Ž. (2024a). Exploring the Link Between Openness and Entrepreneurial Capacity in Young People: Building Resilient and Sustainable Rural Territories, *Land*, 13 (11), 1827. <https://doi.org/10.3390/land13111827>
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper & Row.
- Dwidienawati, D., Abidinagoro, S. B., Gandasari, D. & Tjahjana, D. D. D. P. (2021). Do generation Y and Z really concern about environmental issues?. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 729(1), 012137. IOP Publishing. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/729/1/012137/pdf>
- DZS (2020) Dolasci i noćenja turista u 2019. https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm

- Derčan, B., Bubalo Živković, M., Gatarić, D., Lukić, T., Dragin, A., Kalenjuk Pivarski, B., Lutovac, M., Kuzman, B., Puškarić, A., Banjac, M., Grubor, B., Simović, O. (2022). Experienced Well-being in the Rural Areas of the Srem Region (Serbia): Perceptions of the Local Community. *Sustainability*, Special Issue: Sustainable Countryside Perspectives – Cohesion between Rural Geography and Tourism. 14(1), 248. <https://doi.org/10.3390/su14010248>
- Deri, L., Armenski, T., Jovanović, T. & Dragin, A. (2014). How income influences the choice of tourism destination? *Acta Oeconomica*, 64 (2), 219–237. ISSN: 0001-6373 DOI: 10.1556/AOecon.64.2014.2.5
- Đurđev, B. S., Ivkov-Džigurski, A., Dragin, A. 2009. Position of Minorities in Vojvodina Province, *Geographica Timisiensis*, 18, 1-2, 19-35. ISSN 1224-0079
- Đurđev, B. S., Košić, K. T., Dragin, A. S. 2007. Demografski rast i razvoj banjskih mesta u Srbiji. *Glasnik srpskog geografskog društva*, knjiga 1, 69-78, Beograd, UDK: 911.314.422, ISSN 0350-3593.
- Elorrieta, B., Cerdán Schwitzguébel, A., & Torres-Delgado, A. (2022). From success to unrest: The social impacts of tourism in Barcelona. *International Journal of Tourism Cities*, 8(3), 675-702. <https://doi.org/10.1108/IJTC-05-2021-0076>
- Emrich, C. G., Denmark, F. L., den Hartog, D. N. (2004). Cross-Cultural Differences in Gender Egalitarianism: Implications for Societies, Organizations, and Leaders. In R. J. House, P. Hanges, M. Javidan, P. Dorfman, V. Gupta (Eds.), *Culture, Leadership and Organizations: The Globe Study of 62 Societies* (pp. 343-394). Sage.
- Esfandiari, H. & Choobchian, S. (2020). Designing a wellness-based tourism model for sustainable rural development 2020. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-63947/v1>.
- Eurostat (2023). Predominantly rural regions experience depopulation (from: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20230117-2>).
- Eurostat (2024). Urban-rural Europe - women and men living in rural areas (from https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Urban-rural_Europe_-_women_and_men_living_in_rural_areas).
- Eurostat. Available online: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/rural-development/methodology> (accessed on 3 August 2024)
- Fayolle, A., Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Filimonau, V., Ashton, M., & Stankov, U. (2024). Virtual spaces as the future of consumption in tourism, hospitality and events. *Journal of Tourism Futures*, 10(1), 110-115.
- Gaidhani, S.; Arora, L. & Sharma, B.K. (2019). Understanding the attitude of generation Z towards workplace. *International Journal of Management, Technology and Engineering*, 9, 2804–2812.
- Gajić T., Ivkov Džigurski A., Dragin A., (2011). Analiza turističkog prometa u Srbiji i njegov uticaj na ekonomski razvoj. *Ekonomika poljoprivrede*, 2, 225-239. UDC 338.43:63 ISSN 0352-3462

- Gajić, T., Ivkov Džigurski A., (2010). Possibilities and Problems of Tourist Sector in Employment Stimulation on the Territory of Vojvodina, *Journal of Tourism/Revista de Turism - studii si cercetari in turism*, 10 (10), 32-41. ISSN 1844-2994.
- Geletkanycz, M.A. (1997). The salience of 'culture's consequences': The effects of cultural value on top executive commitment to the status quo. *Strategic Management Journal*, 18(8), 615-634. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199709\)18:8%3C615::AID-SMJ889%3E3.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199709)18:8%3C615::AID-SMJ889%3E3.0.CO;2-I)
- Głąbiński, Z. & Duda, T. (2017). The local community perception of tourism development. The case study of Gryfino County-Western Pomerania, Poland. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 37, 7-23. DOI: <http://dx.doi.org/10.1515/bog-2017-0021>
- Global Wellness Institute (2024). Global Wellness Economy Monitor 2024. Global Wellness Institute (preuzetosa <https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2024/11/WellnessEconMonitor2024.pdf>).
- Global Wellness Institute. (2018). Global Wellness Economy Monitor. Retrieved from <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/global-wellness-economy-monitor-2018/>
- Global Wellness Institute. (2021). The Global Wellness Report: Looking beyond COVID. https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2021/11/GWI-WE-Monitor-2021_final-digital.pdf
- Golub R., Ivkov Džigurski A., Simeunović, V. 2022. Determinants of Fertility Intentions of the Women in Bosnia and Herzegovina – An Example from the Semberija Region. *Behavioral Sciences*, 13, 417. <https://doi.org/10.3390/bs13050417>. ISSN: 2076-328X
- Gómez-Cano, C. A., & Sánchez-Castillo, V. (2023). Links between Tourism and Community Development: Keys to Sustainable and Participatory Management. *Educational Administration: Theory and Practice*, 29(1), 747-754. Doi: 10.53555/kuey.v29i1.8904
- Gonçalves, E. C. & Guerra, R. J. da C. (2019). O turismo de saúde e bem-estar como fator de desenvolvimento local: uma análise à oferta termal portuguesa. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 453–472. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.030>
- Goodwin, H. (2016). Responsible tourism: Using tourism for sustainable development. Goodfellow Publishers Ltd.
- Goulding, R., Horan, E. & Tozzi, L. (2014). The importance of sustainable tourism in reversing the trend in the economic downturn and population decline of rural communities. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(3), 549-563. (from: <https://www.pasosonline.org/Publicados/12314/PASOS38.pdf#page=47>)
- Gulan, L., Penjišević, I., Stajic, J., Milenkovic, B., Zeremski, T., Stevanović, V., & Valjarević, A. (2020). Spa environments in central Serbia: Geothermal potential, radioactivity, heavy metals and PAHs. *Chemosphere*, 242, 125171.

- Guo, X., Liu, J., Chen, Z., & Hong, X. C. (2023). Harmonious Degree of Sound Sources Influencing Visiting Experience in Kulangsu Scenic Area, China. *Forests*, 14(1), 138. <https://doi.org/10.3390/f14010138>
- Gursoy, D. & Rutherford, D. G. (2004). Host Attitudes toward Tourism: An Improved Structural Model, *Annals of Tourism Research*, 31 (3), 495-516. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008>
- Gursoy, D., Chi, C. G. & Dyer, P. 2010. Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: the case of Sunshine Coast, Australia, *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-394. <https://doi.org/10.1177/0047287509346853>
- Hadinejad, A., Moyle, B.D., Scott, N., Kralj, A., Nunkoo, R. (2019). Residents' attitudes to tourism: a review, *Tourism Review*, 74(2), 150-165. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-01-2018-0003/full/html>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, 7th Edition, Pearson Education Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Hall, C. M. (2019). Biological invasion, biosecurity, tourism, and globalization. In D. Timothy (Ed.), *Handbook of Globalisation and Tourism*, 114-125. Edward Elgar. DOI: 10.4337/9781786431295.00019
- Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. A. (2002). National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavior Research. *Entrepreneurship Theory and Practice* (Summer), 33-52. <https://doi.org/10.1177/104225870202600403>
- Helliwell, J. F., Layard, R., & Sachs, J. (2018). *World Happiness Report 2018*. Sustainable Development Solutions Network.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- House, R., Javidan, M., Hanges, P., & Dorfman, P. (2002). Understanding cultures and implicit leadership theories across the globe: an introduction to project of GLOBE. *Journal of World Business*, 37, 3-10.
- Hoang, T. T. H., Van Rompaey, A., Meyfroidt, P., Govers, G., Vu, K. C., Nguyen, A. T., ... & Vanacker, V. (2020). Impact of tourism development on the local livelihoods and land cover change in the Northern Vietnamese highlands. *Environment, Development and Sustainability*, 22, 1371-1395. . <https://doi.org/10.1007/s10668-018-0253-5>.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- House, R., Javidan, M., Hanges, P., & Dorfman, P. (2002). Understanding cultures and implicit leadership theories across the globe: an introduction to project of GLOBE. *Journal of World Business*, 37, 3-10. [https://doi.org/10.1016/S1090-9516\(01\)00069-4](https://doi.org/10.1016/S1090-9516(01)00069-4)
- Hrabovski-Tomić, E. (2008). *Selektivni oblici turizma*. Sremska Kamenica: Fakultet za uslužni biznis.
- Hsu, C. Y., Chen, M. Y., Nyaupane, G. P. & Lin, S. H. (2020). Measuring sustainable tourism attitude scale (SUS-TAS) in an Eastern island context. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100617. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100617>

- Ivasciuc, I. S., & Ispas, A. (2023). Exploring the motivations, abilities and opportunities of young entrepreneurs to engage in sustainable tourism business in the mountain area. *Sustainability*, 15(3), 1956.
- Ivkov A., Ivanović Lj., (2006). Etnodemografske karakteristike Rusina i Ukrajinaca u Vojvodini. *Zbornik radova Departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo*, 35, 48-56.
- Ivkov Džigurski, A., Dragin, A., Ivanović Bibić, Lj. & Mijatov Ladičorbić, M. (2024). The Potential Impact of Tourism on Changes in Demographic Characteristics in the Spas of Vojvodina. *Geographical Review*, 50, 57-74 ISSN: 2303-8950 DOI: 10.35666/23038950.2024.50.57
- Ivkov Džigurski, A., Đukićin Vučković, S., Ivanović Bibić, Lj., Milanković Jovanov, J. (2021). *Inovacije u nastavi geografije*. Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad, 1-129. udžbenik
- Ivkov Džigurski, A., Đukićin Vučković, S., Stajić S., Sekulić M., Ivanović Bibić Lj., Milanković Jovanov J., Dragin, A. (2022). Attitudes of university students towards institution of a marriage. *Family Forum*, 12, 15-30, DOI: 10.25167/FF/4809.
- Ivkov, A., Dragin A., Kovačević T. (2007). Karakteristike nupcijaliteta rumunskog stanovništva u Banatu na primeru sela Lokve. *Zbornik radova*, 57, 175-183. <https://doi.org/10.2298/IJGI0757175I>
- Ivkov, A., Dragin, A., Kovačević T., Đurđev B., Ivanović Lj., 2007a. Influence of tourism on the employment in Vojvodina. *Geographica Pannonica*, 11, 54-58. DOI: 10.5937/GeoPan0711054I
- Ivkov, A., Romelić, J., Lazić L., Dragin, A., Ivanović, Lj., 2007. *Folklorno nasleđe u turizmu Banata*. PMF, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad. str. 1-234.
- Ivkov, M., Mijatov Ladičorbić, M., Milošević, S., Dimić, N., Đoković, F., Bučić, A. & Nićin, M. (2023). Evaluation of stakeholders' attitudes towards sustainable development of congress tourism in Serbia. In Proceedings of the 6th International Scientific Conference Trends in the development of tourism and hospitality, Kotor, Montenegro, 08-09.09.2023. DOI: 10.5937/menhottur2400000I
- Ivkov-Džigurski, A., Bubalo-Živković, M., Pašić, M, 2010. Promene broja stanovnika Banata krajem XX veka, sa osvrtom na pogranične opštine. *Zbornik Matice Srpske za društvene nauke*, 131, 305-317 ISSN 0352-5732.
- Ivkov-Džigurski, A., Romelić, J., Lazić, L., Dragin, A., 2011. *Folklorno nasleđe u turizmu Bačke*. PMF, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad. str. 1-318.
- Jafari, J. (2001). The scientification of tourism. In: S. Valene; B. Maryann, eds. *Hosts and Guests Revisited Tourism Issues of the 21st Century*, 28-41. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Jeelani, P., Shah, S. A., Dar, S. N. & Rashid, H. (2023). Sustainability constructs of mountain tourism development: The evaluation of stakeholders' perception using SUS-TAS. *Environment, Development and Sustainability*, 25(8), 8299-8317. <https://doi.org/10.1007/s10668-022-02401-8>

- Jovanović, T., Dragin, A., Armenski, T., Pavić, D. & Davidović, N. (2013). What demotivates the tourist? Constraining factors of nautical tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30 (8), 858–872. ISSN: 1540-6306 DOI:10.1080/10548408.2013.835679
- Jurišić, M., Dlačić, J. & Grbac, B. (2019). Odrednice odanosti lokalnog stanovništva prema marki turističke destinacije, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 7 (1), 1-15.
- Kalfas, D. G., Zagkas, D. T., Dragozi, E. I., & Melfou, K. K. (2021). An approach of landsenses ecology and landsenseology in Greece. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 28(8), 677-692. <https://doi.org/10.1080/13504509.2021.1920061>
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2018). Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 14(3), 279–356. <https://doi.org/10.1561/03000000080>
- Khan, N., Hassan, A. U., Fahad, S., Naushad, M. 2020. Factors affecting tourism industry and its impacts on global economy of the world. *Available at SSRN 3559353*.
- Khan, Z., Masood, F., & Khan, M. A. (2021). Tourism impact dimensions, residents' quality of life and support for tourism in Hunza valley, Pakistan. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 11(2), 195-209. DOI: <https://doi.org/10.2478/ejthr-2021-0018>
- Khanom, S., & Buckley, R. (2015). Tiger tourism in the Bangladesh Sundarbans. *Annals of tourism Research*, 55(C), 178-180.
- Kicošev S., 1999. Domaćinstva i porodice. U monografiji: *Stanovništvo Srema*, PMF, Institut za geografiju, Novi Sad.
- Kicošev, S., Bubalo-Živković, M., Ivkov, A., 2006. *Stanovništvo Bačke*. Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad. ISBN 86-7031-119-0, (1-246).
- Kicošev, S., Bubalo-Živković, M., Ivkov, A., 2006a. *Stanovništvo Banata*. PMF, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad. 263 str.
- Kim, K., Uysal, M. & Sirgy, J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?, *Tourism Management*, 36, 527-540. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>
- Koohsari, M. J., Yasunaga, A., Oka, K., Nakaya, T., Nagai, Y., & McCormack, G. R. (2023). Place attachment and walking behaviour: Mediation by perceived neighbourhood walkability. *Landscape and Urban Planning*, 230, 104767. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2023.104767>
- Koskinen, V. (2019). Spa tourism as a part of ageing well. *International Journal of Spa and Wellness*, 2, 18-34. <https://doi.org/10.1080/24721735.2019.1668673>
- Kovačić, S., Jovanović, T., Vujičić, M. D., Morrison, A. M., & Kennell, J. (2022). What shapes activity preferences? The role of tourist personality, destination personality and destination image: evidence from Serbia. *Sustainability*, 14(3), 1803.
- Kovačić, S., Pivac, T., Solarević, M., Blešić, I., Cimbalević, M., Vujičić, M.D, Stankov, U. Besermenji S., Ćurčić, N. (2024). Let us hear the voice of the audience: Groups facing the risk of cultural exclusion and cultural accessibility in Vojvodina Province, Serbia. *Universal Access in the Information Society*, 23, 1595-1611.

- Kranjac, M. V., Stankov, U., Salom, J., Tomašević, V., & Tomić, S. (2019). GIS based model for evaluating effects of agricultural EU funds. *Geographica Pannonica*, 23(2).
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Lane, B., & Kastenholtz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches—towards a new generation concept?. *Journal of Sustainable tourism*, 23(8-9), 1133-1156.
- Látková, P. & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities, *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67. <http://dx.doi.org/10.1177/0047287510394193>
- Lee, T. 2013. Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34(C), 37–46.
- Liñán, F. & Chen, Y.W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C. & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors Affecting Entrepreneurial Intentions Levels: A Role for Education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218.
- Lobosco, G. (2017). Sizing Landscapes: A Scenario-Based Approach Addressing Landscape Changes due to Infrastructure Developments, Learning from Touristic Contexts (PhD Thesis, Polis University). <https://hdl.handle.net/11392/2487916>
- Long, P.H. (2011). Perceptions of tourism impact and tourism development among residents of Cuc Phuong National Park, Ninh Binh, Vietnam, *Journal of Ritsumeikan Social Sciences and Humanities*, 3, 75-92.
- Low, S. M., & Altman, I. (1992). Place attachment: A conceptual inquiry. In I. Altman & S. M. Low (Eds.), *Place Attachment* (1-12). New York: Plenum Press.
- Lukić, T., Dragin, A., Ivanović, Lj. 2010. Doseljavanje u prigradska naselja, studija slučaja: opština Temerin – Immigration in the Suburban Settlements. Case Study: the Municipality of Temerin, *Zbornik Matice Srpske za društvene nauke*. Matica Srpska, Department of Social Sciences, Social Sciences Quarterly, br. 131, pp. 115-126, Novi Sad. ISSN 0352-5732 / UDC 3(05) DOI: 10.2298/ZMSDN1031115L
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172. <https://doi.org/10.2307/258632>
- Mahapatra, G. P., Bhullar, N., & Gupta, P. (2022). Gen Z: An emerging phenomenon. *NHRD Network Journal*, 15(2), 246-256. DOI: 10.1177/26314541221077137
- Majstorović, N., Dragin, A.S., Mijatov, M. B., Stojanović, V., Zadel, Z. & Zelenović Vasiljević, T. (2021). Socio-Economic Sustainability of Cultural Tourism in Mediterranean during the Covid-19 Pandemic. Edited by Piera Buonincontri, Luisa Errichiello and Roberto Micera (Institute for Studies on the Mediterranean – IsMed CNR, Napoli: Italy). Book title: *Post*

- Covid-19 Tourism: A Pathway Towards Sustainable Development in the Mediterranean Region*, from edition: "Tourism Studies on the Mediterranean Region", McGraw Hill Publishing (chapter No. 13) (NY: McGraw Hill Publishing Book), 241-262, ISBN 978-88-386-5555-5.
- Maltsev, A. & Fechina, A. (2018). Global Health Services Market in the New Economic Conditions. In Proceedings of the 2nd Inter-national Scientific conference on New Industrialization: Global, national, regional dimension (SICNI 2018), Ekaterinburg, Russia, 04.12.2018-05.12.2018. 515-519, DOI: 10.2991/sicni-18.2019.104
- Mandić, R., Ivkov Džigurski, A. 2018. Komparativna analiza fertiliteta prema starosti i stepenu obrazovanja u Republici Srpskoj i Republici Srbiji. *Zbornik Matice Srpske za društvene nauke*, 167 (3/2018), 479-488. <https://doi.org/10.2298/ZMSDN1867479MISSN0352-5732>
- Manzo, L. C. (2005). For better or worse: Exploring multiple dimensions of place meaning. *Journal of Environmental Psychology*, 25(1), 67–86. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2005.01.002>
- Marinić, I., Bugarin, R., 2006. Migracione karakteristike stanovništva Vojvodine. *Zbornik Matice Srpske za društvene nauke*, 121. 59-67.
- Marković, S., Perić, M., Mijatov, M., Dragin, A. & Doljak, D. (2020). Attitudes of the Local Population in Border Municipalities on Development of Sport-Event Tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(7), 1282-1302.
- Matarrita-Cascante, D., Brennan, M. A., & Luloff, A. E. (2010). Community agency and sustainable tourism development: The case of La Fortuna, Costa Rica. *Journal of sustainable tourism*, 18(6), 735-756. <https://doi.org/10.1080/09669581003653526>
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. New York: Free Press.
- McClelland, D.C. (1965). Achievement and Entrepreneurship: A Longitudinal Study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(4), 389-392. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0021956>
- McClelland, D.C., Burnham, D.H. (1976). Power is the Great Motivator, *Harvard Business Review*, 54, 100-110.
- McGehee, N. G., Andereck, K. L. (2004). Factors Predicting Rural Residents' Support of Tourism, *Journal of Travel Research*, 43, 131-140. <https://doi.org/10.1177/0047287504268234>
- Megeirhi, H. A., Woosnam, K. M., Ribeiro, M. A., Ramkissoon, H. & Denley, T. J. (2020). Employing a value-belief-norm framework to gauge Carthage residents' intentions to support sustainable cultural heritage tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 28, 1351-1370. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1738444>
- Mehran Nejati, M. N., Badaruddin Mohamed, B. M., & Shida Irwana Omar, S. I. O. (2014). *Environmental impacts of tourism on locals' perceived importance of sustainable tourism*. University of the Aegean, Greece. ISSN (Print): 1790-8418
- Meimand, S.E., Khalifah, Z., Zavadskas, E.K., Mardani, A., Najafipour, A.A. & Ahmad, U.N.U. (2017). Residents' Attitude toward Tourism Development: A Sociocultural Perspective, *Sustainability*, 9(7), 1170. <https://doi.org/10.3390/su9071170>

- Mijatov Ladičorbić M., Dragin, A.S., Surla T., Tešin, A. Amezcua-Ogáyar, J.M., Calahorra-López, A., Stojanović, V., Zadel, Z., Košić, K., Munitlak Ivanović, O., Ivkov Džigurski, A., Vujičić, M.D., Nedeljković Knežević, M., Ivanović Bibić, Lj., Tomić, S. & Anđelković, Ž. (2024b). Towards Healthy and Sustainable Human Settlement: Understanding How Local Communities Perceive and Engage with Spa Tourism Development Initiatives in Rural Areas. *Land*, 13(11), 1817. <https://doi.org/10.3390/land13111817>
- Mijatov Ladičorbić, M., Dragin A.S., Stojanović, V., Lazić, L., Janjušević B., Carmer, A. & Hansen, B. (2023a). Do We Want to Be Involved? Tourism Promotion and the Industrial Heritage of Germans in Vojvodina. *Sociologija i prostor*, 61-1 (226), 79-104 <https://doi.org/10.5673/sip.61.1.4>
- Mijatov Ladičorbić, M., Dragin, A. S., Jovanović, T., Solarević, M., Ivanović, O. M., Stojanović, V., Košić, K., Ivkov Džigurski, A., Tomić, S., Vujičić, M.D., Nedeljković Knežević, M., Blešić, I., Anđelković, Ž., Zadel, Z., Tepavčević, J. & Stoiljković, A. (2023b). Tourism Stakeholder Perspectives on Corporate Social Responsibility in Serbia: The Perception of Hotel Employees. *Sustainability*, Special Issue: Comparative Corporate Social Responsibility (CSR) and Sustainable Development Goals (SDGs), 15(5), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su15054010>
- Mijatov, M.B., Dragin, A.S., Majstorović, N., Janičić, B. & Zadel, Z. (2022). The impacts of the COVID-19 on youth tourism and hospitality managers in-training. A chapter No. 102 in Stanley D. Brunn and Donna Gilbreath, eds., *COVID-19 and a World of Ad Hoc Geographies*, Vol. 3, 1879-1895, ISBN: 978-3-030-94349-3 (New York: Springer Cham).Eurostat, https://doi.org/10.1007/978-3-030-94350-9_101
- Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (2019). Overtourism and degrowth: A social movements perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(13), 1857-1875. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1650054>
- Milićević, S., Podovac, M., Sekulić, D. (2013). *Uloga i značaj informacionih tehnologija za razvoj turizma Srbije*. 13th International Conference "Research and Development in Mechanical Industry" RaDMI 2013. 12 - 15. September 2013, Kopaonik, Serbia.
- Milošević, S., Perić, D., Vujinović, M., (2020). Stavovi lokalnog stanovništva prema uticaju turizma na Paliću. *TIMS Acta*, 14, 41-51.
- Milovanović, Z., (2006). Starosna struktura stanovništva Vojvodine prema teritorijalnoj i nacionalnoj pripadnosti. *Zbornik Matice srpske za društvene nauke*, 121, 305-312.
- Minniti, M., Bygrave, W. (2001). A dynamic model of entrepreneurial learning. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(3), 5-16. <https://doi.org/10.1177/104225870102500301>
- Moa-Liberty, A. W., Tunde, A. O., & Tinuola, O. L. (2016). The influence of self-efficacy and socio-demographic factors on the entrepreneurial intentions of selected Youth Corp members in Lagos, Nigeria. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 34(34), 63-71. <https://doi.org/10.1515/bog-2016-0035>
- Molnar Gabrić, I. 2008. Karakteristike ljudskog resursa u regionu. *Anali*, 19, 65-74.
- Mueller, H. & Kaufmann, E. L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7, 5-17. <https://doi.org/10.1177/135676670100700101>

- Muresan, J.C., Oroian, C.E., Harun, R., Arion, F.H., Porutiu, A., Chiciudean, G.O., Todea, A., Lile, R. (2016). Local Residents' Attitude toward Sustainable Rural Tourism Development, *Sustainability*, 8, 2-14. doi:10.3390/su8010100
- Nedeljkovic Knezevic, M., Hadzic, O., Nedeljkovic, S., & Kennell, J. (2020). Tourism entrepreneurship and industrial restructuring: globe national and organizational culture dimensions. *Zbornik Radova (Geografski Institut "Jovan Cvijić"*. Online), 70(1), 15–30. <https://doi.org/10.2298/IJGI2001015N>
- Nedeljković Knežević, M., Koković, D., Nedeljković, S. (2010) Uticaj nacionalnih kultura na ponašanje potrošača i zaposlenih u turističkom sektoru (Primena teorije Hofstede), *Zbornik Matice srpske za drustvene nauke*, 130, 43-59.
- Nedeljković Knežević, M., Mijatović, M., Kovačić, S. (2021). "Achievement Motivation and Locus of Control as Factors of Entrepreneurial Orientation in Tourism and Healthcare Services." *Journal of East European Management Studies*, 26(2), 275–305. <https://doi.org/10.5771/0949-6181-2021-2-275>
- Nedeljković Knežević, M., Pavluković, V., (2020). The influence of GLOBE culture dimensions on entrepreneurial orientation in tourism and medical service sectors in Serbia. *Geographica Pannonica*, 24(2), 157-67. <https://doi.org/10.5937/gp24-24303>.
- Nicholas, L.N., Thapa, B. & Ko, Y.J. (2009). Residents' perspectives of a world heritage site: The pitons management area, *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.005>.
- Nicuesa Rainforest Lodge. (2025). Nicuesa Rainforest Lodge is sustainable tourism. Preuzeto 31. maja 2025. <https://www.nicuesalodge.com/blog/nicuesa-rainforest-lodge-is-sustainable-tourism>
- Nirnalaya. (2025). Nirnalaya. Preuzeto 31. maja 2025. <https://en.wikipedia.org/wiki/Nirnalaya>
- Obradović, S. & Stojanović, V. (2021). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism development: A case study of the Gradac River gorge, Valjevo (Serbia). *Tourism Recreation Research*, 1-13. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1870073>
- Obradović, S., Stojanović, V. & Lukić, T. (2023). Geotourism and Local Communities: Measuring Residents' Attitudes Toward Sustainable Tourism in the Fruška Gora National Park. *Geoheritage*, 15(3), 90. <https://doi.org/10.1007/s12371-023-00860-7>
- Obradović, S., Stojanović, V., Knežević, S. M., & Milić, D. (2022). The importance of local community attitudes for sustainable tourism in protected areas: The case of Tikvara Nature Park, Serbia. *Eastern European Countryside*, 28.
- OECD. (2019). The missing entrepreneurs 2019: Policies for inclusive entrepreneurship. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/3ed84801-en>
- Opština Bečej (2007). Strategija održivog razvoja opštine Bečej 2007-2017. Bečej: Opština Bečej. Preuzeto sa <https://www.becej.rs/docs/strategije/StrategijaOdrzivogRazvoja.pdf>
- Opštine i regioni u Republici Srbiji (2023), Republički zavod za statistiku, Beograd
- Paani Foundation. (2025). Paani Foundation. Preuzeto 15. maja 2025. https://en.wikipedia.org/wiki/Paani_Foundation

- Pantelić, M., Đurđev, B., Stankov, U., Dragičević, V., & Dolinaj, D. (2012). Water quality as an indicator of local residents' attitudes towards tourism development: A case study of settlements along Veliki Bački Kanal, Vojvodina, Serbia. *Knowledge and Management of Aquatic Ecosystems*, 404 (09), 1-9.
- Pantelić, M., Ivkov-Džigurski, A., Ivanović, Lj., Dragin, A., Blešić, I., (2011). Unemployed Persons in Border Municipalities of Northern Banat in Serbia, *Geographica Pannonica*, 15(1), 16-26. ISSN 0354-8724. DOI: 10.5937/GeoPan1101016P
- Partridge, M. D., Kamar, Ali, Olfert, M. R. 2010. Rural-to-Urban Commuting: Three Degrees of Integration. *Growth and Change*, 41(2), 303-335.
- Pašalić, D., Pašalić, S. 2016. *Uticaj turizma i demografskih resursa na održivi razvoj Republike Srpske*. Sinergija University International Scientific Conference. pp. 8-13 DOI: 10.7251/ZRSNG1602008P
- Peptenatu, D., Draghici, C. & Merciu, C. (2012). Characteristics of entrepreneurial profile in some emergent territorial structures in Romania. *Actual Problems of Economics*, 12, 448-458.
- Pereira, R., Costa, V. & Gomes, H. (2023). Health and Wellness Tourism: An Overview of Thermal Tourism in Portugal. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-being*, 11(3), 136-147. <https://doi.org/10.34623/e2bm-8030>
- Pivac, T., Dragin, A., Dragičević, V., Vasiljević, Đ. (2016). *Selektivni oblici turizma – Primeri dobre prakse u svetu i stanje u Republici Srbiji*, Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad.
- Pokrajinski sekretarijat za privredu i turizam (2023). *Izveštaj o investicijama i razvoju turizma u AP Vojvodini*. Novi Sad.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Prasad, K. (2024). The Role of Local Community in Enhancing Sustainable Community Based Tourism. *Journal of Electrical Systems*, 20(7s), 558-571.
- Prostorni plan Republike Srbije od 2021. do 2035. Ministarstvo građevinarstva, saobraćaja i infrastrukture, 2021.
- PSETOUR. (2019). Study of spa locations in Vojvodina. The Provincial Secretariat for Economy and Tourism, Novi Sad, 2019 (from <https://www.pressreader.com/serbia/blic/20190320/281844349970436>).
- Radin, M. B., Vujičić, M. D., Todorović, N., Dragin, A. S., Stankov, U. & Mijatov, M. B. (2022). Modeling spa destination choice for leveraging hydrogeothermal potentials in Serbia. *Open Geosciences*, 14(1), 906-920.
- Radovanović, S. 1995. *Etnička struktura i maternji jezik* u Radovanović S. et al, *Domaćinstva i stanovništvo SR Jugoslavije prema popisu 1991*, Beograd: CDI IDN i Savezni zavod za statistiku.
- Ramseook-Munhurrin, P. & Naidoo, P. (2011). Residents' attitudes toward perceived tourism benefits, *International Journal of Management and Marketing Research*, 4(3), 45-56.

- Rasoolimanesh, S., M., Jaafar, Kock, N., Ramayah. T. (2015) A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions, *Tourism Management Perspectives*, 16, 335-345. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.10.001>
- Rasoolimanesh, S.M. & Seyfi, S. (2021). Residents' perceptions and attitudes towards tourism development: a perspective article, *Tourism Review*, 76(1), 51-57. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2019-0461>.
- Rathnayake, C. V., & Darshi, G. A. N. (2022). An application of sustainable tourism attitude scale (SUS-TAS) in three coastal tourist destinations in the southern province of Sri Lanka. In The Sixth International Conference on Business Management, Faculty of Management Studies and Commerce, University of Sri Jayewardenepura, 161-170.
- Rauch, A. Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353-385. <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Rauch, A., Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings. In C. L. Cooper, I. T. Robertson (Eds.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 15, 101-142. New York: John Wiley & Sons, Ltd.
- Raymond, C. & Brown, G. (2007). A spatial method for assessing resident and visitor attitudes towards tourism growth and development. *Journal of sustainable tourism*, 15(5), 520-540.
- Reisinger, Y., Turner, L. W. 2003. *Cross-Cultural Behaviour in Tourism*, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion.
- Republički zavod za statistiku. (2004). *Domaćinstva prema posedovanju poljoprivrednog gazdinstva i broju članova, Knjiga 11. Popis 2002*.
- Republički zavod za statistiku. (2013). *Domaćinstva prema broju članova. Knjiga 10. Popis 2011*.
- Republički zavod za statistiku. (2023). *Pol i starost. Po naseljima*.
- Republički zavod za statistiku. (2012). *Pol i starost. Po naseljima*.
- Republički zavod za statistiku. (2003). *Pol i starost. Po naseljima; Knjiga 2*.
- Republički zavod za statistiku. (2023). *Porodice prema tipu i broju članova, Popis 2022*.
- Republički zavod za statistiku. (2024). *Porodice prema tipu i broju članova, po opštinama i gradovima, Popis 2022*.
- Republički zavod za statistiku. (2023). *Stanovništvo prema nacionalnoj pripadnosti i polu, Popis 2022*.
- Republički zavod za statistiku. (2024). *Stanovništvo prema migratornim obeležjima, po opštinama i gradovima. Popis 2022*.
- Republički zavod za statistiku. (2023). *Stanovništvo staro 10 i više godina prema polu, a nepismeni i prema starosti, po opštinama i gradovima po popisu 2022*.
- Republički zavod za statistiku. (2023). *Stanovništvo staro 15 i više godina prema kompjuterskoj pismenosti i polu, po opštinama i gradovima, po popisu 2022*.

- Republički zavod za statistiku. (2018). *Statistički godišnjak Republike Srbije*. Beograd: Republički zavod za statistiku Srbije.
- Republički zavod za statistiku – RZS. (2023). *Tržište rada: Statistički godišnjak za 2022. godinu* (str. 67–90). Beograd. ISSN 0354-4206.
- Republički zavod za statistiku. (2023). *Uporedni pregled broja domaćinstava 1948–2022*.
- Republički zavod za statistiku. (2023). *Uporedni pregled broja stanovnika 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991, 2002, 2011. i 2022. godine*. Preuzeto 9. septembra 2024. sa <https://www.stat.gov.rs>
- Ribeiro, M. A., Pinto, P. & Silva, J. A. (2018). Woosnam, K. M. Examining the predictive validity of SUS-TAS with maximum parsimony in developing island countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 26, 379-398. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1355918>
- Ribeiro, M. A., Valle, P. O. d., & Silva, J. A. (2017). Residents' attitudes towards tourism development in Cape Verde Islands. *Sustainability*, 9(7), 1170. DOI: 10.1080/14616688.2013.769022
- Ritchie, B.W. & Inkari, M. (2006) Host community attitudes toward tourism and cultural Tourism Development: The Case of the Lewes District, Southern England, *International Journal of Tourism Research*, 8 (1), 27-44. <https://doi.org/10.1002/jtr.545>
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28. <https://doi.org/10.1037/h0092976>
- RZA. *Population Census in Serbia*; RZS: Beograd, Serbia, 2022.
- RZS (2010). *Projekcije stanovništva Republike Srbije 2011-2041*. Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd.
- Salazar, N. B. 2022. Labour migration and tourism mobilities: Time to bring sustainability into the debate. *Tourism Geographies*, 24(1), 141-151.
- Sarasvathy, S. D., Venkataraman, S. (2011). Entrepreneurship as method: Open questions for an entrepreneurial future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 113-135. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00425.x>
- Sari, Ö., Uygur M., 2024. A research on the relationship between tourism and migration. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(1), 523-540.
- Savezni zavod za statistiku, 2004. Domaćinstva. Popis 2002.
- Savić, M., 2008. Potencijalni pravci migracija tipa grad-grad u Vojvodini. *Stanovništvo*. 46 (2), 63-80.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Sekole, M. Q., Lethoko, M., Mautjana, M. H., & Makombe, G. (2023). Community perceptions on tourism development in South Africa: The case of developing a tourism route in the City of Mbombela Local Municipality, Mpumalanga Province, *South Africa. Local Economy*, 37(6), 513-532. <https://doi.org/10.1177/02690942231161827>
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-being*. Free Press.

- Shane, S. (1993). Cultural influences on national rates of innovation. *Journal of Business Venturing*, 8, 59-73. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90011-S](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90011-S)
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.2307/259271>
- Shapero, A., Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In Kent, C., Sexton, D., & Vesper, K. (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>
- Simpson, K. (2008). Community benefit tourism initiatives - A conceptual oxymoron? *Tourism Management*, 29(1), 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.005>
- Singh, R., Manhas, P. S., Mir, M. A. & Quintela, J. A. (2022). Investigating the relationship between experience, well-being, and loyalty: A study of wellness tourists. *Administrative Sciences*, 12, 98. <https://doi.org/10.3390/admsci12030098>
- Sirakaya-Turk, E., Ekinci, Y., Kaya, A. G. (2008). An examination of the validity of SUS-TAS in cross-cultures. *Journal of Travel Research*, 46, 414-421. DOI: 10.1177/0047287507308328
- Službeni glasnik RS", br. 80/92, 67/93 - dr. zakon i 95/2018 - dr. zakon. Zakon o banjama.
- Sokolovska, V., (2018), *Ekonomska struktura stanovništva Republike Srbije*, Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, ISBN 978-86-6065-469-6.
- Solarević, M., Sekulić M., Đerčan B., Lukić, T., 2019. Starenje stanovništva kao izazov održivosti slovačkih naselja i slovačke etničke grupe u Vojvodini. *Demografija*, 16, 9-30.
- Soldić Frleta, D. & Đurkin Badurina, J. (2019) "Factors affecting residents' support for cultural tourism development", ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe. Creating Innovative Tourism Experiences: The Way to Extend the Tourist Season. (16-18 May) Opatija, Croatia, 5, 641-653. <https://doi.org/10.20867/tosee.05.13>
- Spa & wellness in Scandinavia. (2024). Visit Sweden. Preuzeto 31. decembra 2024. <https://visitsweden.com/what-to-do/spa-wellness/spa-resorts-and-sauna-rituals/>
- Spa Destinations in Southern Sweden. (2017). The Travelling Dane. Preuzeto 15. februara 2023. <https://travellingdane.org/2017/08/06/spa-sweden/>
- Stankov, U. & Gretzel, U. (2021). Digital well-being in the tourism domain: mapping new roles and responsibilities. *Information Technology & Tourism*, 23(1), 5-17.
- Stankov, U., Filimonau, V., Vujičić, M. D., Basarin, B., Carmer, A. B., Lazić, L., Hansen, B.K, Ćirić Lalić, D. & Mujkić, D. (2023). Ready for action! Destination climate change communication: An archetypal branding approach. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5), 3874.
- Statista. (2020). *Average spending per wellness trip in 2020*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/XXXXXX> (Ovde zameni XXXXX stvarnim ID-jemili URL-om ako imaš tačnu adresu)
- Stojanović, V. (2023). Turizam i održivi razvoj. Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet: Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad (1-195). ISBN 978-86-7031-648-5

- Stojanović, V., Mijatov Ladičorbić, M., Dragin, A., Cimbaljević, M., Obradović, S., Dolinaj, D., Jovanović, T., Ivkov-Džigurski, A., Dunjić, J., Nedeljković Knežević, M. & Marković, V. (2023). Tourists' Motivation in Wetland Destinations: Gornje Podunavlje Special Nature Reserve Case Study (Mura-Drava-Danube Transboundary Biosphere Reserve). *Sustainability*, 15, 9598. <https://doi.org/10.3390/su15129598>
- Stojanović, V., Mijatov Ladičorbić, M., Lazić, L., Pantelić, M., Obradović Stráľman, S. & Dragin, A.S. (2024). Direct Contact with Nature and Online Perspective: Does It Make a Difference in Environmental Attitudes Regarding the Nature Conservation Challenges in Serbia? *Geographica Pannonica*, 28 (4), 259-270, doi: 10.5937/gp28-53166
- Stojanović, V., Mijatov, M., Dunjić, J., Lazić, L., Dragin, A., Milić, D. & Obradović, S. (2021). Ecotourism impact assessment on environment in protected areas of Serbia: A case study of GornjePodunavlje Special Nature Reserve. *Geographica Pannonica*, 25(3), 157-167. doi: 10.5937/gp25-32288
- Strategija razvoja turizma Republike Srbije za period 2016-2025, 2016. Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija. Beograd.
- Studija o spoljnim i unutrašnjim migracijama građana Srbije sa posebnim osvrtom na mlade, 2016. Međunarodna organizacija za migracije, Beograd.
- Stylidis, D. (2018). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Sustainability*, 10(6), 1892.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J. & Szivas, E.M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts, *Tourism Management*, 45, 260-274. DOI: 10.1016/j.tourman.2014.05.006
- Suess, C., Baloglu, S. & Busser, J. A. (2018). Perceived impacts of medical tourism development on community wellbeing. *Tourism Management*, 69, 232-245. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.006>
- Sokolovska, V., (2018). *Ekonomska struktura stanovništva Republike Srbije*, Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, ISBN 978-86-6065-469-6
- Swedish spa resorts and sauna rituals. (2024). Visit Sweden. Preuzeto 21. aprila 2025. <https://visitsweden.com/what-to-do/spa-wellness/spa-resorts-and-sauna-rituals/>
- Szromek, A. R. & Wybrańczyk, K. (2019). Proposal of value for customer of spas: expectations of spa patients and tourist in polish spas. *Sustainability*, 11, 3598. <https://doi.org/10.3390/su11133598>
- Šegota, T., Mihalić, T., & Perdue, R. R. (2024). Resident perceptions and responses to tourism: individual vs community level impacts. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(2), 340-363. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2149759>
- Tešin, A., Dragin, A.S., Mijatov Ladičorbić, M., Jovanović, T., Zadel, Z., Surla, T., Košić, K., Amezcua-Ogáyar, J.M., Calahorra-López, A., Kuzman, B. & Stojanović, V. (2024). Quality of Life and Attachments to Rural Settlements: The Basis for Regeneration and Socio-Economic Sustainability, *Land*, 13 (9), 1364. <https://doi.org/10.3390/land13091364>
- The Times of India. (2025). More than spas and ashrams: How India's hospitality is shaping global wellness. (2025). The Times of India. Preuzeto 11. januara 2025.

- <https://timesofindia.indiatimes.com/life-style/travel/destinations/more-than-spas-and-ashrams-how-indias-hospitality-is-shaping-global-wellness/articleshow/121382571.cms>
- Timmons, J. A., Smollen, L. E., & Dingee, A. L. M. (1985). *New Venture Creation*. Homewood, IL: Irvine.
- Travel Oregon. (2024). 2024 Resident Sentiment Study. Preuzetosa <https://industry.traveloregon.com/resources/research/2024-resident-sentiment-study/>
- Tuan, Y.-F. (1977). *Space and Place: The Perspective of Experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- UN (2015). Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. United Nations, [preuzeto sa https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf)
- UNWTO and IPSOS. (2019) *Global Survey – Local Residents Remain Largely Positive to Urban Tourism*. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/8092947_omt_estudio_internacional_complete_v5_eng.pdf
- UNWTO, *Tourism Highlights*, 2016 Edition, Madrid, 2016.
- Urban-rural Europe – income and living conditions – Statistics Explained. Evropskakomisija. Preuzetosa https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?oldid=655398&title=Urban-rural_Europe_-_income_and_living_conditions
- Ursache, M. (2015). Tourism - significant driver shaping a destinations heritage. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 130-137. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.03.348
- Veenhoven, R. (2010). Happiness in Nations: Subjective Well-being and National Quality of Life. In A. S. P. P. Diener & J. F. Helliwell (eds.), *International Differences in Well-being*. Oxford University Press.
- Verma, M. (2025). *Characteristics of Entrepreneurship*. Retrieved from <https://www.pw.live/exams/commerce/characteristics-of-entrepreneurship>
- Vidal Rua, S. (2021). Perceptions of tourism: a study of residents' attitudes towards tourism in the city of Girona, *Journal of Tourism Analysis: Revista De Análisis Turístico (JTA)*, 27(2), 165-184. <https://doi.org/10.53596/jta.v27i2.359>
- Vodeb, K., Fabjan, D. & Krstinić Nižić, M. (2021). Residents' Perceptions of Tourism Impacts and Support for Tourism Development, *Tourism and Hospitality Management*, 27(1), 143-166, <https://doi.org/10.20867/thm.27.1.10>
- Vujko, A., & Gajić, T. (2014). Kulturni turizam kao razvojna šansa Vojvodine. *Turizam*, 18(1), 39-45.
- Wang, K.; Xu, H.; Huang, L. (2020). Wellness tourism and spatial stigma: A case study of Bama, China. *Tourism Management*, 78, 104039. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104039>
- Wang, P., Li, N., He, Y., & He, Y. (2022). Evaluation of Cultural Ecosystem Service Functions in National Parks from the Perspective of Benefits of Community Residents. *Land*, 11(9), 1566. <https://doi.org/10.3390/land11091566>

- Wang, S., Chen, S., & Xu, H. (2019). Resident attitudes towards dark tourism, a perspective of place-based identity motives. *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1601-1616. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1390553>
- Wang, Y. & Pfister, R. E. (2008). Residents' Attitudes toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community, *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93. <https://doi.org/10.1177/0047287507312402>
- Weaver, D. B. & Lawton, L. J. (2001). Resident perceptions in the urban-rural fringe, *Annals of Tourism Research*, 28(2), 439-458. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00052-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00052-9)
- Wennqvist, K. (2022). What motivates Gen Z employees at work? Insights into how leaders can create a workplace environment where the motivational needs of Gen Z are met. Arcada.
- West, M. A., Farr, J. L. (1990). *Innovation and Creativity at Work: Psychological and Organizational Strategies*. Chichester: John Wiley & Sons.
- WHOQOL Group. (1998). Development of the World Health Organization WHOQOL-BREF quality of life assessment. *Psychological Medicine*, 28(3), 551-558, <https://doi.org/10.1017/S0033291798006667>
- Williams J. & Lawson R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism, *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00030-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00030-X)
- Williams, D. R., & Vaske, J. J. (2003). The measurement of place attachment: Validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest Science*, 49(6), 830-840. <https://doi.org/10.1093/forestscience/49.6.830>
- World Tourism Organization. (2018). UNWTO Annual Report 2017. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419807>
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2023). *Travel & Tourism Economic Impact 2023*. <https://wttc.org/research/economic-impact/sustainability/net-zero-roadmap>
- Yeing-Aramkul, Y. Y., Suanpong, K., Yoochayantee, K., & Tripopsakul, S. (2025). Conceptualizing the Entrepreneurial Spirit Index (Esi): A Framework for Assessing Entrepreneurial Potential. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 3(2), 4.
- Yoon, Y., Gursoy, D. & Chen, J.S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation Modelling, *Tourism Management*, 22, 363-372. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00062-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00062-5)
- Zhang, J., Inbakaran, R.J. & Jackson, M.S. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host-guest interaction in the urban-rural border region, *Tourism Geographies*, 8(2), 82-204. <https://doi.org/10.1080/14616680600585455>
- Zhao, H., Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>
- Zvanična stranica Bezdana. (2020). Bezdan: zvanični sajt mesne zajednice. Preuzeto 21. aprila 2016. sa <http://www.bezdan.org.rs>
- Živković J., Lukić T., Ivkov Džigurski A., Đekić T. 2017. Policy responses to low fertility in Serbia. The case of municipality of Bela Palanka. *Transylvanian Review of Administrative Science*, 13(51), 155-170.. ISSN 2247-8310 DOI:10.24193/tras.51E.10

<https://adica.rs/>
<https://banjarusanda.rs/wellness/>
https://cdn.pixabay.com/photo/2014/05/05/17/01/woman-338321_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2014/05/22/14/32/pollution-351100_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2014/11/04/09/24/children-516340_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2015/02/26/18/39/head-650878_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2015/07/20/23/08/spa-853462_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2015/07/23/11/21/person-856759_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2015/09/04/23/19/girl-923117_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2015/09/22/20/59/relief-952459_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2015/10/01/10/32/grasping-week-966835_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2015/10/21/11/17/marrakesh-999370_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2015/11/06/11/46/interior-1026464_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2016/03/16/18/24/market-1261448_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2016/08/05/15/02/london-1572444_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2016/08/27/11/21/radishes-16239_vg15_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2016/11/18/13/26/bridge-1834475_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2016/11/23/17/31/boy-1853960_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2017/01/31/09/49/bike-2023470_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2016/04/05/20/28/home-1310286_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2017/03/17/15/17/madagascar-2151860_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2017/04/10/18/36/botswana-2219383_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2017/04/15/15/51/water-2232732_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2017/05/18/08/25/girl-2322901_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2017/06/20/22/14/merry-christmas-2425121_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2017/08/07/00/33/people-2597996_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2017/08/16/16/09/basket-2648251_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2017/10/28/15/30/shops-2897328_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2017/12/24/13/23/people-3036887_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2018/01/31/09/42/christmas-wallpaper-3120717_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2018/04/24/20/30/pensioners-3347948_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2018/07/23/22/24/alps-3557992_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2018/08/01/17/15/city-3577655_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2018/12/07/16/25/man-3861989_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2019/02/08/20/43/tradition-3983951_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2019/11/23/05/06/baby-4646299_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2019/12/28/02/19/myanmar-4723740_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2020/02/25/15/46/parade-4879243_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2020/04/04/19/01/padlock-5003455_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2020/08/21/22/03/kimono-5507116_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2020/12/23/03/14/men-5853759_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2021/01/25/21/33/woman-5949726_1280.jpg

https://cdn.pixabay.com/photo/2021/06/06/12/23/landscape-6315249_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2021/08/14/18/01/people-6545894_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2021/08/14/18/33/kids-6545935_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2021/08/17/15/25/boys-6553290_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2022/01/05/05/55/man-6916436_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2022/03/19/09/38/tractor-7078176_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2022/06/08/22/08/village-7251339_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2022/08/21/10/56/snail-7400948_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2022/10/17/14/16/women-7527799_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2022/12/16/14/49/traditional-7659865_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2023/09/01/20/06/soaps-8227624_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2023/09/01/20/06/spa-8227623_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2023/12/04/15/12/soap-8429699_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2024/11/16/08/40/ai-generated-9200996_1280.jpg
https://cdn.pixabay.com/photo/2025/02/09/17/58/cycling-9394894_1280.jpg
<https://images.pexels.com/photos/1549974/pexels-photo-1549974.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200>
<https://images.pexels.com/photos/1879288/pexels-photo-1879288.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200>
<https://images.pexels.com/photos/207891/pexels-photo-207891.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200>
<https://images.pexels.com/photos/236164/pexels-photo-236164.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200> i <https://images.pexels.com/photos/1416741/pexels-photo-1416741.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200>
<https://images.pexels.com/photos/48794/boy-walking-teddy-bear-child-48794.jpeg?auto=compress&cs=tinysrgb&w=1200>
https://media.istockphoto.com/id/1662857795/photo/happy-family-relaxing-in-the-park.jpg?b=1&s=612x612&w=0&k=20&c=vwoTPRdeQ2gP4wy5mXJFKvsOLC4xeuWSZsX0i_0RhmY=
<https://objektiv24.rs/ivanisevic-vojvodina-belezi-rast-u-turizmu-i-zaposljavanju-u-prvoj-polovini-2024-godine/>
https://old.zavurbvo.rs/images/codex/analiza_skraceno.pdf
<https://popis2022.stat.gov.rs/sr-latn/5-vestisaopstenja/news-events/20230731-skolska-sprema-pismenost/>
https://rural-vision.europa.eu/rural-vision_en
<https://ubas.org.rs/banje/stari-slankamen/>
<https://vojvodina.travel/termalna-banja-pacir-pacir/>
<https://www.bolnicaslankamen.co.rs/terapijske-mogucnosti/>
<https://www.ekapija.com/news/4573711/kakvi-su-nam-kadrovi-u-turizmu-radnika-ni-za-lek-a-plata>
<https://www.mgsi.gov.rs/sites/default/files/PPRS%20Nacrt.pdf> Pristup 10.04.2025.
<https://movenpick.accor.com/en/europe/serbia/vrdnik/movenpick-resort-spa-fruske-terme-.html>

<https://www.paragraf.rs/propisi/zakon-o-banjama-republike-srbije.html> Pristup 10.04.2025.

<http://www.palic.biz/node/228>

https://www.park-palic.rs/index/pagelist/id_page_node/2/lg/sr

<https://www.theculturefactor.com/country-comparison-tool?countries=serbia>