

# Izuzetne destinacije Evrope u Srbiji: Izazovi i šanse u razvoju turizma

European destination of excellence in Serbia:  
Challenges and chances within tourism  
development

**Danijela Vićentijević**, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

**Vesna Đukić**, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

## SAŽETAK

### Ključne reči:

turizam,  
povezivanje,  
integracija,  
destinacija,  
održivi razvoj

Srbija je od 2014. godine uključena u projekat Evropske komisije „Izuzetne destinacije Evrope“ (*European Destinations of Excellence – EDEN*). Ovim projektom predviđeno je povećanje vidljivosti i konkurentnosti manje razvijenih destinacija na evropskom nivou. Srbija se priključila ovom projektu kako bi podstakla manje razvijene turističke destinacije bogate kulturnim i prirodnim nasleđem da razvijaju turizam. U mrežu izuzetnih destinacija Evrope uključeni su Knjaževac, Pirot i Novi Pazar. Cilj ovog rada je da identifikuje mogućnosti održivog razvoja turizma u destinacijama Srbije koje su u sastavu Mreže izuzetnih destinacija Evrope. Predmet istraživanja su izazovi i šanse u razvoju turizma sa kojima se susreću izabrane izuzetne destinacije Evrope u Srbiji. Istraživanje sprovedeno u ovom radu daje odgovor na pitanje koje su mogućnosti povezivanja i umrežavanja izuzetnih destinacija Evrope u Srbiji, sa akcentom na odabir najpovoljnije strategije upravljanja destinacijama u daljem razvoju turizma. Metodologija istraživanja u ovom radu zasnovana je na teorijskim, normativnim i empirijskim izvorima. Naučni doprinos ovog rada sagledava se u određivanju mogućnosti poboljšanja vidljivosti malih turističkih destinacija – EDEN pobednika u Srbiji, strategijom povezivanja.

## ABSTRACT

### Keywords:

Tourism  
Networking,  
Integration,  
Destination  
sustainability  
development

Since 2014, Serbia has been a part of the European Commission project called European Destinations of Excellence – EDEN. This project has envisaged increasing of the visibility and competitiveness of less developed destinations at the European level. Serbia was included in the mentioned project in order to encourage less developed tourist destinations rich with cultural and natural heritage to develop tourism. Municipalities of Knjaževac, Pirot and Novi Pazar have been included into the network of the European Destinations of Excellence. The aim of this paper is to identify opportunities for sustainable tourism development within destinations in Serbia included in the network of European Destinations of Excellence. The subject of research are challenges and changes in tourism development faced by the selected exceptional

destinations of Europe in Serbia. The research carried out in this paper provides an answer to the question of the possibility of connecting and networking of the outstanding European Destinations of Excellence in Serbia, with an emphasis on choosing the most favorable destination management strategy in the further development of tourism. The research methodology in this paper is based on theoretical, normative and empirical sources. The scientific contribution of this paper focuses on determining the possibilities of improving the visibility of small tourist destinations - EDEN winners in Serbia.

TIMS Acta (2018) 12, 79-87

## Uvod

Prema Preporuci Evropske komisije „Evropa – svetska turistička destinacija broj 1 – novi politički okvir za turizam“ koja je usvojena 2010. godine (*Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe*), neophodno je podsticati konkurentnost u turizmu, promovisati održivi razvoj turizma i kreirati imidž Evrope, kao zbira održivih visokokvalitetnih destinacija. U tom kontekstu, Komisija podržava mrežu destinacija EDEN sa ciljem da razvije sistem indikatora za održivo upravljanje i povećanje vrednosti turističkih destinacija u cilju promovisanja održivosti turizma. Tokom 2005. godine Evropski parlament predložio je Evropskoj komisiji (EK) da u Evropskoj uniji (EU) bude sproveden izbor izuzetnih turističkih destinacija Evrope, nakon čega je dogovoreno da se krene s pilot projektom izbora „Izuzetne destinacije Evrope“ (*European Destinations of Excellence – EDEN*). Srbija je nakon sticanja statusa kandidata za članstvo u EU, po prvi put 2014. godine učestvovala u ovom programu. Izabrane EDEN destinacije dobile su mogućnost besplatne promocije na portalu Evropske komisije i povezivanja sa drugim EDEN destinacijama u Evropi, što doprinosi boljoj vidljivosti i pozicioniranju na turističkom tržištu. Grupa autora iz Italije (De Dalvo, Calzat, Campon-Cerro, Di-Clemente, & Hernandez-Mogollon, 2014) sprovela je istraživanje na temu održivost i male destinacije u Italiji. U svojim istraživanjima obuhvatili su sve male destinacije u Italiji koje su bile pobednice na konkursima za EDEN destinacije u Evropi od 2007-2013. godine. Osim ovih autora, nisu pronađeni naučni radovi koji su se detaljno bavili EDEN destinacijama do 2013. godine, a fokus ovog rada su teme za EDEN konkurs u Srbiji u 2014, 2015 i 2017. godini. Iz tog razloga, ovo može biti poseban doprinos naučnim istraživanjima u ovoj oblasti. Kriterijumi prema kojima se destinacije biraju za nagradu EDEN su: da imaju turistički potencijal koji nije dovoljno iskorišćen, da imaju manje turista po kvadratnom kilometru od proseka za zemlju u godini u kojoj se sprovodi EDEN konkurs. Za ostvarivanje cilja

ovog rada date su preporuke zasnovane na strategijama povezivanja: orijentisanosti ka partnerstvu, umrežavanju, internacionalizaciji i decentralizaciji aktivnosti (Dragičević Šešić & Dragojević, 2005) koje bi trebalo da primenjuju EDEN destinacija Srbije u cilju efikasnijeg održivog razvoja turizma i povećanja vidljivosti na tržištu.

## Metod

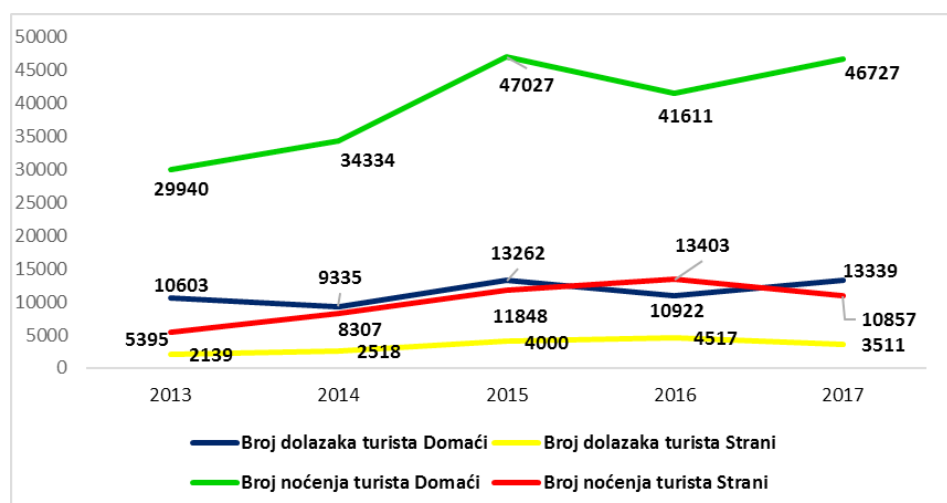
Pri istraživanjima sprovedenim za potrebe ovog rada korišćena je teorijsko-interpretativna metoda, kvalitativna i kvantitativna analiza podataka prikupljenih tehnikom intervjua sprovedenih za potrebe rada u periodu april-septembar 2018. godine. Za sprovođenje istraživanja korišćen je strukturisani intervju (prema unapred pripremljenim pitanjima, istim za sve ispitanike). Pitanja su formulisana u skladu sa inicijalnim upitnikom koji je distribuiran svim turističkim organizacijama od strane Turističke organizacije Srbije (TOS) prilikom prijavlivanja na konkurs za EDEN destinacije Srbije u 2014, 2015. i 2017. godini. Intervjuisano je tri direktora i 10 zaposlenih u turističkim organizacijama (TO) Knjaževac, Piroto i Novi Pazar koje su pobedničke destinacije EDEN konkursa u 2014, 2015. i 2017. godini. Struktura zaposlenih u turističkim organizacijama je koncipirana na sledeći način: U TO Knjaževac ima ukupno četiri zaposlene osobe (direktor, po jedan analitičar za promociju turističkih proizvoda i razvoj i unapređenje turističkih proizvoda, i jedan organizator za razvoj i promociju turističkih proizvoda), u TO Piroto je zaposleno četiri osobe (direktor, jedan samostalni stručni saradnik, jedan referent prodaje i jedan administrator zadužen za finansijske poslove) i u TO Novi Pazar je zaposleno četiri osobe (direktor, jedan administrativni radnik i tri stručna saradnika za poslove promocije i unapređenje turističkih proizvoda). Poseban intervju je obavljen sa gospodinom Dejanom Crnomarkovićem, vođom EDEN projekta za Srbiju, koji radi u Turističkoj organizaciji Srbije (TOS)<sup>1</sup>. Korišćeni su metod opservacija (u periodu od poslednjih 10 godina), i vizuelni metod.

## Rezultati istraživanja

Sprovedena istraživanja daju odgovor na pitanje – da li su i na koji način pobjedničke destinacije u Srbiji uspele da se međusobno povežu i povećaju svoju vidljivost na turističkom tržištu. Prvi konkurs u okviru EDEN projekta u Srbiji sproveden je 2014. godine na temu „Turizam i lokalno nematerijalno kulturno nasleđe“. Po rečima vođe projekta gospodina Dejana Crnomarkovića: „Projekat je imao za cilj da identifikuje i nagradi manje poznate destinacije koje razvijaju i baziraju svoju turističku ponudu na promociji sopstvenog teritorijalno-specifičnog nematerijalnog nasleđa, kao što su: zanati, rukotvorine, usmene tradicije, manifestacije, običaji, tradicionalna ishrana i slično. Pobjednička destinacija bila je Knjaževac sa teritorijalno-specifičnim nematerijalnim nasleđem „Molitva“, dok su za prateće destinacije izabrane Kovačica, Topola i Kučevo“. Uvidom u dokumentaciju TOS-a, prilikom analize dokumenta u prijavnom formularu koji je dostavio Zavičajni muzej u Knjaževcu, kao partnerska organizacija TO Knjaževac u okviru prijave za EDEN projekat, stoji: „Molitva je đurđevdanski običaj kolektivnog žrtvovanja crnog jagnjeta ispred kamenog krsta-obroka u kapelici „čeliji“ u selu Vrtovcu na Staroj planini. Na kamenom krstu prikazano je prehršćansko božanstvo „Trački heros“ koje je po primanju hrišćanstva transformisano u lik sv. Đorđa. Đurđevdanska molitva je nematerijalno nasleđe Stare Planine upisano na Listu nematerijalne kulturne baštine Srbije, a kao delo Đurđevdanskih običaja uključeno je u regionalni predlog za upis Đurđevdana na Reprezentativnu UNESCO listu“. Kao model interpretacije nematerijalne kulturne baštine na nivou destinacije,

izdvojena je manifestacija „Molitva pod Midžorom“, koja kroz đurđevdanske običaje predstavlja „belmuž“, ritualno i svakodnevno jelo balkanskih stočara. Kako je navedeno u aplikacionom formularu za projekat EDEN u Srbiji 2014, pri interpretaciji nasleđa putem pomenute manifestacije susrećemo se sa pripovedanjem („story telling“) koje je od davnina imalo vrlo važnu ulogu, jer je znanje koje su stekli stariji članovi društva moralo zbog egzistencije biti preneseno na mlađe generacije. U svakoj kulturi postoji neki oblik „pričanja priča“ (pisani, usmeni, u obliku slika ili arhitekture). Bitni elementi priča i pripovedanja su radnja, likovi i narativno gledište (Čorak, 2014). Manifestacija „Đurđevdanski susreti – Molitva pod Midžorom“ okuplja lokalne i regionalne proizvođače suvenira, zanatlije, uključuje meštane u takmičenje u proizvodnji lokalnih starih jela, od kojih se izdvaja tradicionalno jelo „belmuž“. Na taj način se, u skladu sa preporukama Faro konvencije, podiže nivo svesti lokalne zajednice u cilju korišćenja i upotrebe nasleđa zasnovanog na njegovom održivom korišćenju (Vićentijević, 2016).

Nakon proglašenja za pobjedničku EDEN destinaciju u Srbiji 2014. godine, TO Knjaževac nije imala drugih aktivnosti van granica zemlje. Prema odgovorima iz istraživačkog upitnika se saznaje da ova TO nije učestvovala na međunarodnim sajmovima i događajima koji u fokusu imaju EDEN destinacije Evrope. Na pitanje – Da li imate ili planirate kreiranje zajedničke turističke ponude i jedinstveni nastup sa drugim EDEN destinacijama Srbije? – zaposleni u TO Knjaževac navode: „S obzirom na to da je opština Knjaževac u krugu od 60 km sa Pirotom, Zaječarom i Belogradčikom u susjednoj Bugarskoj, planiramo zajedničke projekte“.



Grafikon 1. Broj dolazaka i noćenja turista u Knjaževcu 2013-2017. godine  
(Izvor: TO Knjaževac)

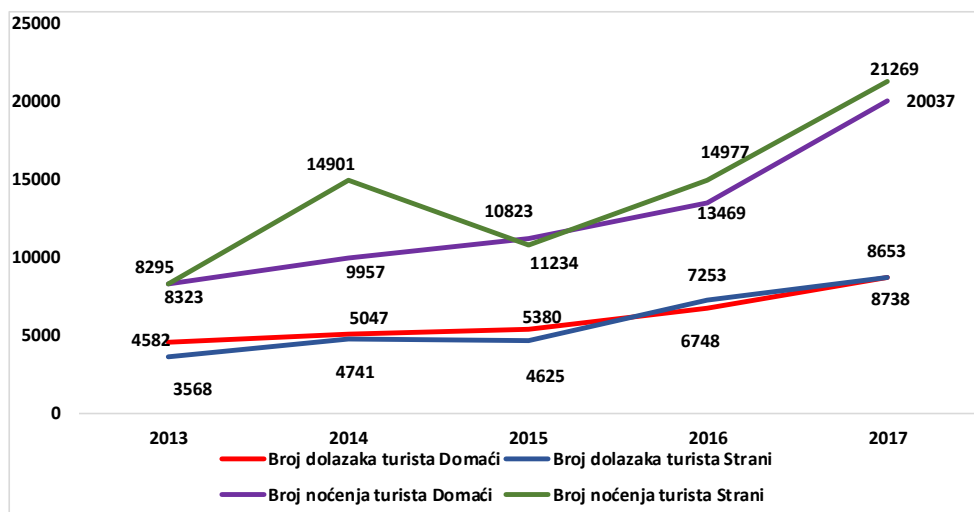
Na osnovu Grafikona 1. zaključuje se da je u 2015. godini, nakon proglašenja Knjaževca za pobjedničku EDEN destinaciju Srbije, došlo do povećanja broja dolazaka domaćih turista za 42,07%, dok je broj dolazaka stranih turista iznosio čak 58,86% više nego u 2014. godini. Iako se ne može sa sigurnošću tvrditi da je do porasta broja dolazaka domaćih i stranih turista došlo isključivo zbog dobijanja EDEN nagrade, evidentno je povećanje broja dolazaka turista, koje se može obrazložiti i adekvatnom promotivnom kampanjom. Već 2016. godine evidentiran je pad broja dolazaka domaćih turista za 17,65% dok je broj dolazaka stranih turista i u 2016. godini zabeležio porast od 12,92% u odnosu na u 2015. godinu. U 2017. godini je evidentirano 13.339 dolazaka domaćih turista (rast od 12,13% u odnosu na 2016.) i 3.511 stranih turista (pad od 22,27% u odnosu na 2016. godinu). Slična tendencija je uočena i kod broja noćenja turista. U 2015. godini (godinu dana nakon osvajanja EDEN nagrade) na teritoriji opštine Knjaževac evidentirano je povećanje broja noćenja domaćih turista za 36,97%, dok je broj noćenja stranih turista iznosio 42,63% više nego u 2014. godini. U 2016. godini je došlo do pada broja noćenja domaćih turista za 11,52%, dok je broj noćenja stranih turista bio veći za 13,12% u odnosu na 2016. godinu. U 2017. godini broj noćenja domaćih turista je iznosio 46.727 (rast od 12,30%), a broj noćenja stranih turista 10.857, što je činilo 19% manje nego u 2016. godini. Prema aplikacionom formularu koji je za potrebe istraživanja dobijen od TOS-a, jedan od uslova za prijavljivanje destinacija za EDEN nagradu je manji broj turista po km<sup>2</sup> u odnosu na prosek Republike Srbije za 2014. godinu. Navedeni statistički podaci ukazuju na to da se broj dolazaka i noćenja turista nije mnogo povećao od proglašenja Knjaževca za EDEN destinaciju u Srbiji 2014. godine do 2017. godine.

Tema EDEN projekta 2015. godine u Srbiji i svim evropskim zemljama bila je „Turizam i lokalna gastronomija“ (TOS konkurs za EDEN nagradu 2015). Cilj je bio da se identifikuju i nagrade manje razvijene i poznate destinacije koje svojom turističkom promocijom obuhvataju teritorijalno-specifičnu gastronomsku ponudu. Kako je navedeno na zvaničnoj internet stranici TOS-a „poseban naglasak biće stavljen na domaće poljoprivredne i prehrambene proizvode sa zaštićenim geografskim poreklom“ (*Ibid.*). Opština Pirot je proglašena za izuzetnu destinaciju Evrope u Srbiji za 2015. godinu, a Sjenica i Leskovac su bile prateće destinacije (TOS-Pirot – Pobjednička EDEN destinacija u Srbiji 2015.) U zvaničnoj izjavi TOS-a stoji: „Poseban naglasak

stavljen je na proizvode sa zaštićenim geografskim poreklom, a pobjednička destinacija konkurisala je sa gastronomskom ponudom koja uključuje pirotski kačkavalj, pirotsku peglanu kobasicu, staroplaninska jela, pirotski roštilj, sarme od lipovog lista i jagnjeći čomlek“ (*Ibid.*). Uvidom u aplikacioni formular, u okviru specifičnih kriterijuma za izbor lokalne gastronomije izdvojene su manifestacije: Sajam pirotke peglane kobasice, Festival staroplaninskih jela, Jagnjijada-Krupac – staroplanisko jagnje, Izložba vina i rakije i tradicionalnih jela i Festival majstora pirotskog roštilja.

Faro konvencija koju je usvojio Savet Evrope 2005. godine, predstavlja nov pristup prema kome centralno mesto delatnosti pripada pojedincu, a ne objektu (Liévaux, 2009, p.45). Pri tome se izvan pitanja zaštite nalazi društvena vrednost kulturnog nasleđa, dok se civilno društvo poziva da učestvuje u partnerstvu sa javnim vlastima, od identifikacije do interpretacije kulturnog nasleđa. U tom kontekstu se može posmatrati i način na koji lokalna zajednica, u ovom slučaju Pirot, koristi proizvod sa oznakom geografskog porekla u turističke privredne i promotivne svrhe. Peglana pirotka kobasica se može naći u meniju ugostiteljskih objekata u gradu Pirotu i okolini, a kako je navedeno u aplikacionom formularu „pirotski kačkavalj sa oznakom proizvoda geografskog porekla je zastupljen na svim manifestacijama u zemlji i inostranstvu kao sastavni deo promocije i prezentacije grada Pirota i TO Pirot, predstavlja deo poklona za delegacije koje dolaze u Pirot, a može se naći u Etnografskom muzeju i Manakovoj kući u Beogradu“. Na pitanje u istraživačkom upitniku koliko je lokalna zajednica uključena u realizaciju projekata zasnovanih na temi EDEN pobjedničke destinacije, ispitanici su odgovorili: „Pirot se prepoznaje kao prestonica dobre, zdrave i ukusne gastronomije u jugoistočnoj Srbiji, a kao osnova u promociji gastronomije i gastro turističkih manifestacija izdvajaju se lokalni zaštićeni proizvodi kao što su peglana kobasica, pirotski kačkavalj, staroplaninski med, pirotka jagnjetina i staroplaninska trpeza. Većina turističkih manifestacija u gradu i okolini baziraju se na gastronomiji“.

Na Grafikonu 2 se može videti tendencija rasta broja dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista u periodu 2013-2017. godine. Nakon proglašenja za pobjedničku EDEN destinaciju u Srbiji 2015. godine, broj dolazaka i noćenja turista na teritoriji grada Pirota raste iz godine u godinu. U 2016. godini je ostvareno 25,43% više dolazaka domaćih turista i čak 56,82% više dolazaka stranih turista u odnosu na 2015. godinu.



**Grafikon 2.** Broj dolazaka i noćenja turista u Pirotu 2013-2017. godine  
(Izvor: Republički zavod za statistiku, 2018)

Rast broja dolazaka domaćih i stranih turista se nastavlja i u 2017. godini kada je evidentirano 8 738 dolazaka domaćih turista (rast od 29,50%) i 8 653 dolazaka stranih turista, kada je ostvaren rast od 19,30% više nego u 2016. godini. Beleži se rast turističkog prometa i sa aspekta broja noćenja. U 2016. ostvareno je 19,89% više noćenja domaćih i 38,38% više noćenja stranih turista u odnosu na 2015. godinu. U 2017. godini evidentirano je 20.037 noćenja domaćih turista (rast od 48,76%) i 21 269 noćenja stranih turista čime je ostvareno povećanje od 2,01% u odnosu na 2016. godinu. Iako se povećanje broja dolazaka i noćenja ne može pripisati samo činjenici da je Pirot 2015. godine bio pobjednička EDEN destinacija u Srbiji, na osnovu empirijskih istraživanja čiji se rezultati navode u daljem tekstu, kao i uz pomoć metode opservacije, može se zaključiti da je EDEN nagrada pospešila sektorsko povezivanje TO na nivou lokalne zajednice, ali i ohrabrila međunarodnu saradnju uključivanjem TO Pirot u projekte prekogranične saradnje Srbija – Bugarska.

U istraživačkom upitniku je navedeno pitanje – Ko je glavni donosilac odluka koje se tiču kreiranja i finansiranja projekata koje sprovodi TO Pirot? Zaposleni su istakli: „Direktor TO donosi godišnji plan i program rada sa finansijskim planom koji usvaja Osnivač, tačnije Skupština grada Pirotu u decembru mesecu. Izradu plana i programa rada TO oblikuju zaposleni predlaganjem i budžetiranjem aktivnosti za datu godinu poslovanja.” Aktivnosti su usklađene sa Programom razvoja turizma grada Pirotu, koji je usvojen 2018. godine. Na pitanje sa kojim se preprekama pri realizaciji projekata i aktivnosti

TO susreće, kao i koji su ključni aduti uspešnog obavljanja aktivnosti, ispitanici su istakli: „Ne postoje značajnije prepreke pri realizaciji projekata TO Pirot. TO Pirot takođe ima mogućnost apliciranja sa gradom Pirotom u realizaciji projekata prekogranične saradnje Srbija – Bugarska... Imamo odličnu saradnju sa gradskom upravom ali i sa ostalim ustanovama i institucijama.” Saradnja se odnosi na zajedničko upravljanje turističkim objektima i lokalitetima, kao i aktivnosti sa upravljačem PP Stara planina i SRP Jerma na uređenju lokaliteta. U okviru programa prekogranične saradnje realizovano je nekoliko kapitalnih projekata koji se odnose na razvoj i unapređenje turističke infrastrukture i suprastrukture. Učešće u realizaciji projekata i apliciranju obezbeđeno je budžetom grada Pirotu.

Kako je cilj da se pobjedničke destinacije EDEN projekta u Srbiji povežu i kreiraju zajedničku ponudu unutar zemlje, ali i da umrežavanjem sa drugim EDEN destinacijama u regionu formiraju integralni turistički proizvod u okviru zajedničke ponude uz adekvatne marketinške aktivnosti, ispitanici iz TO Pirot su u skladu sa navedenim istakli: „Sa šireg prostora Stare planine potiču tri EDEN destinacije sa različitim temama: Pirot, Knjaževac i Berkovica (Bugarska). Ideja je u zajedničkom nastupu i povezivanju kao i prezentacija na međunarodnim sajmovima turizma u Beogradu i Sofiji. Konkretni rezultati u vezi sa navedenim još uvek nisu realizovani.

Uobičajeno je da godinu dana nakon izbora pobjedničke destinacije EDEN projekta u svakoj zemlji traje promotivna kampanja, pa se konkurs za EDEN destinaciju organizuje svake druge godine. Na zvaničnoj internet prezentaciji

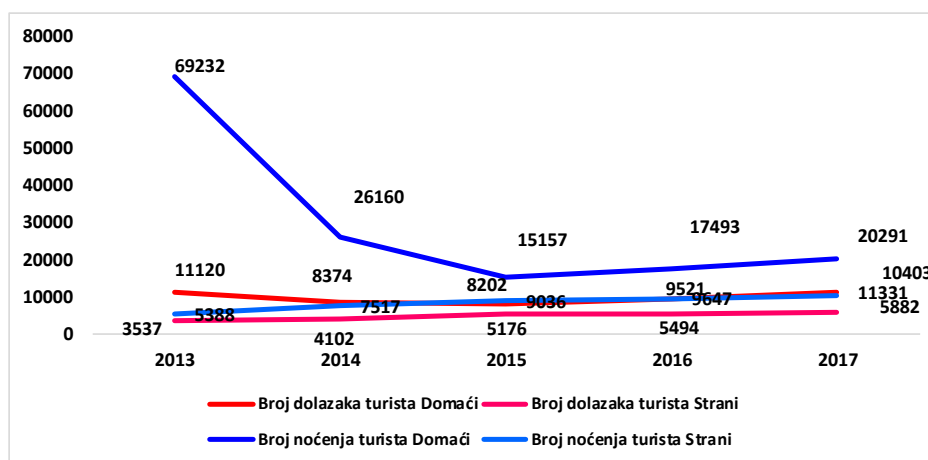
TOS-a, koji je nosilac ovog projekta u Srbiji, objavljen je konkurs za izuzetne destinacije Evrope u Srbiji sledeće sadržine (TOS - Konkurs za izbor „Izuzetne destinacije Evrope“ u Srbiji 2017): „Tema ovogodišnjeg EDEN projekta u svim evropskim zemljama je „kulturni turizam“, i ima za cilj da identifikuje i nagradi manje razvijene i manje poznate destinacije koje svojom turističkom promocijom obuhvataju teritorijalno-specifično materijalno kulturno nasleđe. Konkursom u Srbiji će poseban naglasak biti stavljen na materijalno kulturno nasleđe: na listi nepokretnih dobara Republičkog zavoda za zaštitu spomenika kulture, na listi UNESCO kulturne baštine i u okviru tematskih kulturnih ruta“.

Kulturni turizam se vremenom izdvojio kao posebna „vrsta“ – oblik turizma. Smatra se da je kao takav nastao pojavom veće grupe visoko obrazovanih putnika koji putuju u cilju boljeg i dubljeg razumevanja kulture određene destinacije (Tighe, 1986, p.3). ICOMOS (*International Monuments and Sites*) definicijom iz 1976. godine navodi: „Kulturni turizam predstavlja poseban oblik turizma koji uključuje posete turista van mesta stalnog boravka motivisane potrebom za kulturom, što podrazumeva istoriju, umetnost, nasleđe ili stil života ljudi na nekom lokalitetu“ (ICOMOS, 2002, p.22). Prema istraživanjima, 40% turista koji putuju svetom zbog kulture, mlađe je od 30 godina, što je veoma važno jer u tim godinama doživljena kulturna iskustva mogu imati presudni uticaj na njihove buduće turističke navike i praksu i uspostaviti vezu između konzumacije kulture i obrazovanja (Richards, 2007, p.15).

Nakon završetka konkursa za izbor EDEN destinacije Evrope u Srbiji za 2017. godinu objavljeni su rezultati

i pobednička destinacija je bila Novi Pazar. Rezultati su objavljeni na zvaničnoj internet stranici TOS-a (TOS-Novu Pazar je izuzetna destinacija Evrope u Srbiji 2017.): „Novi Pazar je „Izuzetna destinacija Evrope“ u Srbiji za 2017. godinu, prateće destinacije su Sremska Mitrovica i Zaječar. Pobednička destinacija Novi Pazar konkurisala je sa materijalnim kulturnim nasleđem koje, između ostalog, obuhvata spomenike na UNESCO listi – srednjovekovni kompleks Stari Ras sa Crkvom Svetih apostola Petra i Pavla (Petrova crkva) i manastirima Sopoćani i Đurđevi Stupovi koji su deo kulturne rute Saveta Evrope „Transromanika“, zatim znamenitosti iz osmanskog perioda – Novopazarsku tvrđavu sa starom čaršijom, Altun-alem i Lejle džamiju, Isa-begov hamam i mnoštvo drugih lokaliteta i sadržaja koji odlikavaju viševekovno bogatstvo tradicije i dinamičan razvoj ove multikulturalne sredine“.

Kulturni turizam beleži stalni rast u odnosu na ostale oblike turizma. Prema prognozama Svetske turističke organizacije – UNWTO, kulturni turizam će do 2020. godine zajedno sa avanturističkim i eko turizmom, biti dominantan (UNWTO, 2001, p.100). Kulturni turizam kao generator razvoja podstiče povezivanje sektora kulture i turizma, jača interkulturalni dijalog i obezbeđuje održivost (Robinson & Picard 2006, p.57). „Razvoj kulturnog turizma može biti ostvaren uspostavljanjem međuresorne saradnje usmerene na stvaranje atraktivnih turističkih proizvoda i usluga u oblasti kulture i umetnosti. Cilj međuresorne politike je stvoriti kvalitetno prezentovane, interpretirane i profesionalno promovisane proizvode i usluge integrisane u celokupnu turističku ponudu Srbije“ (Đukić, 2012, str.358).



Grafikon 3. Broj dolazaka i noćenja turista u Novom Pazaru 2013-2017. godine  
(Izvor: Republički zavod za statistiku, 2018)

Na grafikonu 3 je prikazan turistički promet u Novom Pazaru u periodu 2013-2017. godine. S obzirom na to da je Novi Pazar EDEN destinacijom u Srbiji proglašen u novembru 2017. godine, povećanje broja dolazaka domaćih turista u 2017. godini od 19,01%, a stranih od 7,06% ne možemo pripisati dobijanju EDEN nagrade za izuzetnu destinaciju Evrope u Srbiji 2017. godine. Osim što je kulturni, Novi Pazar je i trgovački centar, a tokom godine se održava i više manifestacija, kulturno-zabavnog i privrednog karaktera, te se može smatrati da je iz tog razloga evidentirano povećanje broja noćenja domaćih turista (oko 16%) i stranih turista za 7,84% više u 2017. u odnosu na 2016. godinu. Iz istraživačkog upitnika saznajemo da postoji dobra saradnja TO i lokalne samouprave, kao i povezanost sa civilnim i javnim sektorom u cilju boljeg promovisanja kulturno-turističke ponude, a to je najčešće preko manifestacija. Lokalna zajednica je uključena u realizaciju projekata zasnovanih na temi EDEN projekta 2017. „Kulturni turizam“. Kako je navedeno u istraživačkom upitniku „Lokalna zajednica daje punu podršku TO Novi Pazar za promociju turističkog potencijala, počevši od podrške učesća na velikom broju sajмова internacionalnog karaktera, kao i pružanju podrške prilikom organizovanja niza manifestacija kojima smo želeli da predstavimo Novi Pazar kao izuzetnu destinaciju Evrope u Srbiji. Održana je manifestacija „Pazar na dar“, „Dani dijaspore“, u saradnji sa Muzejom, kao i niz predavanja i radionica sa zainteresovanim stranama na nivou lokalne zajednice u cilju očuvanja baštine“. Kao i poredničke destinacije Knjaževac i Piroto, i Novi Pazar planira zajednički nastup na tržištu kao EDEN destinacije Srbije, ali to je tek na nivou planiranih aktivnosti. Kako se saznaje uvidom u istraživački upitnik, konkretnih rezultata još uvek nema.

### Diskusija

Intervjuisanjem vođe projekta EDEN u Srbiji, gospodina Dejana Crnomarkovića, za potrebe ovog rada došlo se do saznanja da TOS plaća deo troškova za kampanju u prvoj godini nakon proglašenja porednika, a da kasnije poredničke TO 50% novčane vrednosti za kampanje treba da finansiraju iz sopstvenih sredstava, dok preostalih 50% finansira Evropska komisija. On navodi da „dobitnici nagrada ulaze u mrežu Izuzetnih destinacija Evrope (EDEN Network), čiji je cilj stvaranje platforme za razmenu primera dobre prakse među nagrađenim destinacijama i ohrabre druge destinacije da usvoje model održivog razvoja“. Takođe, TOS finansira i konsultantske usluge

u domenu prezentacija na Mreži izuzetnih destinacija Evrope. Na osnovu sprovedenih istraživanja se zaključuje da poredničke destinacije u Srbiji do sada nisu iskoristile svoju šansu u potpunosti. Dobijanje EDEN nagrada ih je podstaklo da se povežu sa sektorom kulture i privrede, javnim i privatnim sektorom unutar lokalne zajednice, a da teme na koje su se pripremali za EDEN konkurse uključe u manifestacije i festivale na lokalnom nivou. Navedeno predstavlja dobar korak, ali ne i dovoljno angažovanja ka boljoj promociji i povećanju vidljivosti na turističkom tržištu. „Od festivala i lokalnih manifestacija svi imaju koristi, a ponajviše lokalna privredna i kulturna turistička zajednica“ (Đukić Dojčinović, 2005, str.122). Promocija i uključivanje lokalne zajednice u valorizaciju nematerijalnog, materijalnog nasleđa i gastronomije je evidentna i najčešće se realizuje preko manifestacija, od kojih imaju koristi sve zainteresovane strane na lokalnom nivou. Sve tri poredničke destinacije planiraju da se povežu sa sličnim destinacijama u regionu, ali je to samo na nivou planiranih aktivnosti, dok su konkretni rezultati do sada izostali.

### Zaključak

TO su prepoznale nematerijalno i materijalno kulturno nasleđe, kao i gastronomiju kao jedan od bitnih potencijala za razvoj turizma, a pre svega kulturnog turizma na lokalnom nivou. Institucije kulture i turizma su uvidele značaj razvoja kulturnog turizma, prvenstveno za razvoj lokalnih zajednica, ali i kao mogućnost umrežavanja sa drugim zemljama u regionu (preko projekata finansiranih iz IPA fondova EU i drugih izvora sredstava iz programa međunarodnih organizacija), pa su se intersektorski i interesorno povezale, (Vićentijević, 2017). Sledeći korak bio bi kreiranje seta mehanizama i instrumenata za uspostavljanje partnerskog odnosa između javnog i privatnog sektora, kao i nevladinog i vladinog sektora, kao i decentralizacija aktivnosti „odozgo ka dole“, ka lokalnom nivou vlasti. Navedeno zahteva dodatnu edukaciju zaposlenih u sektoru kulture, ekonomije, turizma, obrazovanja i drugih sektora na lokalnom nivou u cilju podizanja svesti svih lokalnih zainteresovanih strana, o mogućnostima koje im održivo korišćenje kulturnog nasleđa pruža za razvoj kulturnog turizma i za bolje pozicioniranje EDEN destinacija u Srbiji na turističkom tržištu. Pomenute edukacije bi mogle biti održavane u TOS jednom godišnje na kojima bi konsultanti iz Evropske komisije ili predstavnici drugih EDEN destinacija iz regiona i Evrope govorili o najpovoljnijim

marketing strategijama i aktivnostima usmerenim na povećanje vidljivosti EDEN destinacija iz Srbije na turističkom tržištu. U okviru strategije povezivanja, istraživanja sprovedena za potrebe ovog rada, ukazuju na to da se kao poseban oblik strategije može razviti internacionalizacija, koja većinu kulturnih sadržaja i programa poput kulturnih događaja i drugih programskih aktivnosti u funkciji razvoja kulturnog turizma, kao i dodatnih kulturnih sadržaja (Đukić, 2012, str.247), vodi ka spoljnom svetu. Dalji razvoj EDEN destinacija u Srbiji treba da se zasniva na partnerstvu, umrežavanju, saradnji, sektorskom povezivanju, ali i internacionalizaciji i decentralizaciji kao oblicima strategija pri sprovođenju strategije povezivanja. Strategijom turizma RS 2016-2025 jedan od ključnih turističkih proizvoda za razvoj turističkih destinacija (kojih je na nivou Srbije prema geografskom području izdiferencirano 18), jesu kulturno-tematske turističke rute. Povezivanje EDEN destinacija Srbije međusobno i sa EDEN destinacijama iz regiona, najefikasnije je preko tematskih turističkih ruta koje mogu biti vezane za temu ili biti sastavni deo teme EDEN projekata koji su realizovani ili će se realizovati ubuduće.

## IZJAVA

*Autorke su svojim izjavama potvrdile nepostojanje bilo kakvog sukoba interesa.*

## NAPOMENE

- 1 Autori ovog rada se zahvaljuju zaposlenima u Turističkoj organizaciji Srbije, koji sprovode EDEN projekat, a posebno gospodinu Dejanu Crnomarkoviću, vođi EDEN projekta u Srbiji na saradnji prilikom zajedničkih poseta EDEN destinacijama i učešću u istraživanjima za potrebe ovog rada.

## LITERATURA

- Čorak M. (2014). *Story Telling*, <http://autopoiesis.foi.hr/wiki.php?name=KM+-+Tim+52#ŠtojeStorytelling?> Pristupljeno, 22.05.2018.
- De Dalvo P., Calzat V, Campon-Cerro A.M., Di-Clemente E., & Hernandez-Mogollon J.M. (2014). Sustainability and the small destination: The EDEN project in Italy, *Revista turismo & Desenvolvimento*, No 21/22/2014, pp. 449-461 (<http://revistas.ua.pt/index.php/rtd/article/download/10057/8359>), Pristupljeno 12.10.2018.
- Dragičević Šešić, M. & Dragojević, S. (2005). *Menadžment umetnosti u turbulentnim okolnostima*. Beograd: Clio
- Đukić, Dojčinović V. (2005). *Kulturni turizam*. Beograd: Clio

- Đukić, V. (2012). *Država i kultura, Studije savremene kulturne politike*. Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti.
- EDEN Network. [https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/about/network\\_en](https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/about/network_en), Pristupljeno, 09.09.2018.
- European Commission. (2010). Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe. Preuzeto 20.06.2018. sa: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52010DC0352>
- ICOMOS 2002. [http://www.icomos.org/tourism/tourism\\_charter.html](http://www.icomos.org/tourism/tourism_charter.html), Pristupljeno 22.04.2018.
- Liévaux, P. (2009). *Heritage and Beyond*, Council of Europe – Prevod knjige: Više od nasleđe, Savet Evrope. Ministarstvo kulture Republike Srbije
- Republički zavod za statistiku. (2018) <http://data.stat.gov.rs/Home/Result/220201?languageCode=sr-Latn> (ažurirano 28.02.2018), pruzeto 23.10.2018.
- Richards, G. (2007). *Cultural Tourism – Global and Local Perspectives*. New York: Haworth press.
- Robinson, M. & Picard, D. (2006). *Tourism Culture and Sustainable Development*. UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578e.pdf>, Pristupljeno, 02.05.2018.
- Strategija razvoja turizma RS 2016-2025. <http://mtt.gov.rs/download/3/strategija.pdf>, Pristupljeno, 12.09.2018.
- Tighe, A. (1986). The Arts/Tourism Partnership. *Journal of Travel Research*, Vol. 24.
- TOS – Konkurs za EDEN nagradu 2015. godine, <http://www.serbia.travel/vesti/Konkurs-za-izbor-Izuzetne-destinacije-Evrope-u-Srbiji.n-4432.523.html>, Pristupljeno, 10.06.2018.
- TOS-Pirot – Pobednička EDEN destinacija u Srbiji 2015. godine, <http://www.srbija.travel/vesti/Pirot-izuzetna-destinacija-Evrope-u-Srbiji-za-2015-godinu.n-4529.523.html>, Pristupljeno, 11.06.2018.
- TOS – Konkurs za izbor „Izuzetne destinacije Evrope“ u Srbiji 2017, <http://www.serbia.travel/vesti/Konkurs-za-izbor-Izuzetne-destinacije-Evrope-u-Srbiji--EDEN-2017.n-6213.523.html>, Pristupljeno, 01.09.2018.
- TOS- Novi Pazar „Izuzetna destinacija Evrope u Srbiji 2017. <http://www.serbia.travel/vesti/Novi-Pazar-je-Izuzetna-destinacija-Evrope-u-Srbiji-za-2017-godinu-pratece-destinacije-Sremska-Mitrovica-i-Zajecar.n-6301.523.html>, Pristupljeno, 02.09.2018.
- UNWTO, *Tourism 2020 Vision*, 2001. <https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1243/1243-1.pdf>, Pristupljeno, 12.05.2018.
- Vićentijević, D. (2016). Oživljavanje arheoloških lokaliteta Srbije u funkciji kulturnog turizma. U *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti* 28 (str. 303-315). Beograd: Univerzitet umetnosti.
- Vićentijević, D. (2017). Jačanje interkulturalnog dijaloga projektima prekogranične saradnje u oblasti kulturnog turizma. *Kultura*, DOI 10.5937/kultura1652239V, UDK 338.48-6:7/8(4-12), 316.73(4-12), str. 239-256.



Datum prijave: 25.09.2018.

Datum prihvatanja: 09.10.2018.

---

### **Kontakt**

Danijela Vićentijević, doktorand Fakulteta dramskih  
umetnosti, Beograd

Bulevar umetnosti 20, Novi Beograd

E-mail: danijelavicentijevic9@gmail.com

Vesna Đukić, Univerzitet umetnosti, Fakultet dramskih  
umetnosti, Beograd

Bulevar umetnosti 20, Novi Beograd

E-mail: djukic.vesna@gmail.com