
PRINCIP PRO-POOR TURIZMA – ANALIZA POZITIVNIH I NEGATIVNIH ASPEKATA

Iva Škrbić, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

Dragica Tomka, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

Srđan Milošević, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

Sažetak

Smanjivanje siromaštva predstavlja jednu od primarnih aktivnosti koje moraju sprovesti kako razvijene zemlje, tako i zemlje u razvoju. Budući da turizam ima veliki uticaj na ekonomiju i na globalnom i na lokalnom nivou, implementiranje ciljeva smanjenja siromaštva kroz strategije *pro-poor* turizma predstavlja obaveznu aktivnost pri sastavljanju agende razvoja turizma. Ove strategije imaju za cilj povećavanje ekonomskih i socio-kulturnih koristi za lokalno stanovništvo. Teorijska podloga za kreiranje ovih strategija gotovo da i ne postoji, ali bogatstvo „malih“ inicijativa predstavlja put koji nam može pokazati dalji pravac delovanja. Kritike strategija *pro-poor* turizma i problemi koji se javljaju u praksi ne smeju biti zanemareni, budući da je njihova identifikacija ujedno prvi korak ka njihovom rešavanju i unapređenju postojećih strategija. Uzimajući ovo u obzir, ovaj rad ima za cilj da ukaže na dobre i loše strane primene principa *pro-poor* turizma. Predmet ovog rada je identifikovanje ključnih determinanti strategija ove vrste turizma, ali i šta je to što treba učiniti da pozitivnu stranu ovog turizma podjednako osete investitori, turisti i lokalno stanovništvo.

Ključne reči: pro-poor turizam, smanjenje siromaštva, lokalni razvoj

PRINCIPLE OF PRO-POOR TOURISM - ANALYSIS OF THE POSITIVE AND NEGATIVE ASPECTS

Abstract:

Reducing poverty is one of the primary activities that must be implemented by developed countries and developing countries alike. Seeing as tourism has a major impact on the global and local economy through the implementation of the objectives of poverty reduction, the pro-poor tourism strategy must be included in the agenda of tourism development. The aim of the pro-poor strategy is to increase the economic and socio-cultural benefits for the local population. The theoretical frame for the creation of these strategies is almost inexistent, but a number of small initiatives is what indicates the further course of activities. Criticisms of the strategy of pro-poor tourism and problems occurring in practice should not be ignored, because the identification of these problems is the first step toward solving them and improving the existing strategies. Therefore, this paper aims to point out the advantages and disadvantages of applying the principle of pro-poor tourism. The subject of the paper is the identification of the key determinants of pro-poor tourism strategies and the requirements for the investors, tourists and local people to reap the benefits of pro-poor tourism.

Keywords: Pro-poor tourism, Poverty alleviation, Local development

TIMS Acta (2014) 8, 177-185

Uvod

Siromaštvo je jedan od gorućih problema savremenog sveta. Rešavanje ovog problema zahteva angažovanje svih zemalja, kako razvijenih i ekonomski stabilnih, tako i zemalja u razvoju. Smanjivanje siromaštva zahteva implementaciju ovog problema u agende razvoja svih sektora privrede i aktivno uključivanje svih privrednih subjekata bez obzira na njihovu veličinu i ekonomsku moć. Uticaji turizma na siromašne, obuhvataju širok spektar uticaja na standard siromašnih - ne samo nivoa zaposlenosti ili prihoda - već i različitih socijalnih, ekoloških i kulturnih uticaja. Postoji obilje neiskorišćenih potencijala koji se mogu prilagoditi i povećati prihode siromašnih od turizma (Meyer, Ashley, & Poultney, 2004). Počinju da se sagledavaju potencijalne koristi od poslovnih i turističkih aktivnosti koje bi imale pozitivan uticaj upravo na siromašno lokalno stanovništvo pojedinih turističkih destinacija koje je u dosadašnjim turističkim aktivnostima bilo marginalizovano bez adekvatne i pravedne, kako ekonomske, tako i socio-kulturne valorizacije prirodnih i društvenih resursa koji učestvuju u formiranju turističkih proizvoda i usluga. S obzirom na sve izraženiji masovni uticaj koji turizam ima na siromašan svet, *pro-poor* turizam bi trebalo postaviti kao centralno pitanje razvoja (Meyer, Ashley, & Poultney, 2004). Kako svaka pojava, strategija i pravac imaju svoje dobre i loše strane, one strane koje se odmah vide i posledice koje naknadno stignu, ovaj rad ima za cilj da ukaže na obe strane primene principa *pro-poor* turizma. Praksa ukazuje na to da posledice koje su već vidljive uglavnom bivaju pozitivne, ali postavlja se pitanje za koga, na koji način i koliko, a pokušaj odgovora na ovo pitanje predstavlja predmet ovog rada. Takođe, predmet analize je i šta treba učiniti da bi pozitivnu stranu *pro-poor* turizma osetile obe strane – i ona koja podstiče i ulaže, kao i ona strana od koje se očekuje da uloži sve nevidljivo, a toliko vredno – svoju tradiciju, snagu, volju, nameru, trud i rad.

Polazne pretpostavke *pro-poor* turizma

Prema nekim autorima, *pro-poor* turizam je prepoznat u zemljama u razvoju kao instrument poboljšanja i ubrzanja ekonomskog razvoja lokalnih ekonomija i uopšte, uslova života ljudi u nedovoljno razvijenim

zajednicama. Jedan od osnovnih zadataka *pro-poor* turizma je unapređivanje veza između biznisa i turizma lokalnog stanovništva, tako da lokalno stanovništvo efikasnije učestvuje u samom razvoju turizma i pravičnije deli profit od turističkih aktivnosti na svojoj teritoriji. Povećanje zaposlenosti i veća participacija u donošenju odluka jeste svakako jedan od postulata *pro-poor* turizma (Ecotour, 2010).

Međutim, neki autori tome dodaju da, ako je cilj *pro-poor* turizma promena distribucije u korist siromašnih ljudi, onde se mora naglasiti da se on ne bi smeo shvatiti kao eko turizam ili turizam baziran na zajednici, niti je ograničen na ove navedene oblike (Theerapapisit, 2007). Takođe se mora imati u vidu da ekonomski uticaji koji proizilaze iz *pro-poor* turizma nisu i jedini uticaji na lokalno stanovništvo. Procena uticaja turizma na život siromašnog lokalnog stanovništva nije samo prosto broj zaposlenih ljudi ili procena visine njihovih prihoda na osnovu turizma. Učešće siromašnog lokalnog stanovništva pokazuje veliku raznovrsnost u prioritetima tih ljudi i faktore koji utiču na njihovu životnu sigurnost i održivost (Meyer, Ashley, & Poultney, 2004). *Pro-poor* turizam definiše se kao turizam koji generiše neto korist za siromašne, i to ne samo ekonomske koristi, već i stvaranje pozitivne socio-kulturne zaštite i zaštite životne sredine (Ashley, Roe, & Goodwin, 2001). Theerapapisit (2007) naglašava da turizam nije *pro-poor* i nije održiv ukoliko je organizovan siguran pristup kulturnom i prirodnom nasleđu siromašnih samo za vodeće *tur-operatore* sa nezadovoljavajućim prihodom za siromašne „vlasnike“ staništa i nasleđa. Pretpostavka je da turisti traže jedinstven doživljaj u svakoj od turističkih destinacija, ali ponekad ta iskustva donose mnogo veći prihod razvijenim i bogatim organizatorima turističkog proizvoda koji ne pripadaju lokalnoj zajednici, dok lokalnom stanovništvu ostaju samo mrvice. Dobar primer za to je turistička poseta selima etničkih manjina na Laosu. Turisti masovno posećuju ova sela, bilo kroz organizovane ili neorganizovane ture. Međutim, javlja se zabrinutost da lokalno stanovništvo (seljani) nemaju mnogo koristi od toga, budući da većina turista šeta selom i razgleda, ali ne učestvuje u aktivnostima koje donose prihode lokalnom stanovništvu. Analizirajući ponude različitih operatera vidi se da procenat cene koju turisti plaćaju, a koja se vraća lokalnom stanovništvu varira od 2-30%, sa jakom

tendencijom ka nižem procentu. Faktori koji utiču na visinu zarade lokalnog stanovništva zavise od toga da li su ručak i voda lokalno obezbeđeni, da li se naplaćuje naknada za gostoprimstvo i da li je turistima obezbeđeno noćenje.

Faktori uticaja *pro-poor* turizma na ekonomsku participaciju siromašnih u turizmu – pogled iz ugla lokalnih zajednica

Analizirajući koncept *pro-poor* turizma postavlja se pitanje koji to faktori utiču na ekonomsku participaciju siromašnih u turizmu? Da li će siromašni imati koristi od turizma zavisi od toga da li i kako mogu ekonomski da učestvuju u industriji, uzimajući i neekonomske uticaje u obzir. Širok spektar faktora, počevši od lokalnih faktora, preko politike zaštite životne sredine, tržišnog koncepta, itd., utiču na učešće siromašnih i svi ovi faktori su potencijalne barijere koje mogu biti smanjene. Važan elemenat razvoja turizma jeste poznavanje stranih jezika i razumevanje očekivanja turista. Obuka za poslove u turizmu u malom preduzetništvu često počinje pitanjem „Šta je turista?“. Kada siromašni imaju pristup dinamičnim i fleksibilnim formama socijalnog kapitala, njihove mogućnosti za participaciju se povećavaju. Posedovanje zemlje i prirodnih resursa takođe daje lokalnom stanovništvu tržišnu moć, dobru poziciju u pregovaranju i sigurne koristi od turizma (Meyer, Ashley, & Poultney, 2004). Siromašne etničke zajednice su često kulturno bogate i razvijaju različite strategije opstanka prilagođene njihovom okruženju. Ova kulturna i prirodna baština ujedno predstavlja najveći potencijal turizma (Theerappisit, 2007). Međutim, lokalni stanovnici i lokalna zajednica su u velikom broju slučajeva samo delimično svesni potencijalnih socijalnih, kulturnih i ekonomskih

koristi koje se mogu ostvariti u sferi turističkih aktivnosti. Različite vrste prihoda se mogu generisati iz aktivnosti *pro-poor* turizma i ti prihodi imaju različite uticaje i koristi kako na pojedince i njihove porodice, tako i na lokalnu društvenu zajednicu posmatranu u celini. Sfere posmatranja su, između ostalog, obrazovanje, lokalna infrastruktura, zdravstvena zaštita, očuvanje životne sredine, itd. Međutim, upliv turizma na lokalno područje često nije pozitivno dočekan od strane lokalnog stanovništva. Jedan od primera je i izrazito negativan stav lokalnog stanovništva prema turističkim aktivnostima u Šri Lanci, u oblasti Dambula (Chandralal, 2010). U prošlosti je lokalna zajednica organizovala velike proteste protiv projekata iz oblasti turizma i nije odobravala njihov razvoj. Nakon implementacije turističkih aktivnosti, sprovedeno je istraživanje o stavu i mišljenju lokalnog stanovništva o uticaju turističkih aktivnosti na njihov životni standard u najširem smislu te reči. Istraživanje mišljenja lokalnog stanovništva je sprovedeno u dve faze. Prva faza se bazirala na eksplorativnim intervjuima lokalnog stanovništva, dok je druga faza podrazumevala popunjavanje upitnika koji ispituju uticaj turizma na lokalno stanovništvo. Prikupljeni su podaci i mišljenja više od 400 lokalnih ispitanika. Istraživanje je pokazalo ekstremnu promenu stava i visok nivo podrške turizmu u sadašnjosti. Najbitniji benefiti po mišljenje lokalnog stanovništva jesu porast mogućnosti zapošljavanja, porast vrednosti vlasništva lokalnog stanovništva, povećani javni prihodi, urbanizacija i viši nivo kvaliteta infrastrukture. Stanovništvo takođe smatra da troškovi života nisu porasli usled rasta turističkih aktivnosti i da turizam nema negativnih efekata na dostupnost, kvalitet i raznovrsnost proizvoda i usluga. Detaljnije predstavljanje rezultata istraživanja nalazi se u Tabeli 1.

Tabela 1. Prikaz rezultata istraživanja – Šri Lanka (Chandralal, 2010)

	povećanje	bez promene	smanjenje
Mogućnost zaposlenja lokalnog stanovništva	85 %	15 %	0%
Lokalni javni prihodi ...	77%	23 %	0%
Urbanizacija	67.5%	32.5%	0%
Kvalitet infrastrukture	60%	40 %	0%
Mogućnosti lokalnog biznisa	54.2%	45.8%	0%
Vrednost lokalnog vlasništva	78%	22%	0%
Prihodi lokalnog stanovništva	61.2%	37.2%	1.5%
Kvalitet javnih dobara poput puteva, parkova, sportskih sadržaja i javnog transporta	44.5%	55%	0.5%
Troškovi života	39.2%	60.8%	0%
Kvalitet i asortiman ostalih proizvoda i usluga	45.5	54.5%	0%

Težnja lokalnog stanovništva za učešćem u turizmu je često velika. Zapošljavanje u oblasti turizma se karakteriše kao „dobar posao“, a željene forme učešća se razlikuju od domaćinstva do domaćinstva. Turizam je obično dodatna i alternativna delatnost za siromašne, a ne zamena za njihove osnovne delatnosti. Turističke aktivnosti se dopunjuju sezonskom poljoprivredom, stočarstvom i ribarstvom (Meyer, Ashley, & Poultney, 2004). Velika opasnost po lokalno stanovništvo krije se u akcentovanju turizma kao jedine egzistencijalne delatnosti, te strategije pro-poor turizma zbog toga naglašavaju turizam kao dodatni izvor prihoda.

Ako posmatramo stavove turista i način na koji ih doživljava lokalno stanovništvo, prema nekim autorima (Kusworo & Damanik, 2005), do sada se najviše isticalo šta je to što se turistima može optimalno ponuditi u samoj turističkoj transakciji. Sada se zahtevi menjaju i turisti se pitaju šta oni mogu pružiti zajednici na turističkoj destinaciji. Ovi turisti dobijaju i zadovoljenje u njihovim turističkim aktivnostima, pa čak i u svakodnevnom životu. Promena stavova u sagledavanju samog turističkog putovanja i nova vrsta doživljaja i spoznavanja turističkih destinacija u smislu boljeg upoznavanja lokalnog stanovništva, njihovih običaja, istorije, tradicije i kulture i briga za zaštitu lokalne i kulturne baštine, otvara nove mogućnosti razvoja turističkih aktivnosti koje bi trebalo da budu inkorporirane u dobro osmišljene *pro-poor* strategije razvoja turizma, a čiji nosioci bi

trebalo da budu svi zainteresovani subjekti na destinaciji, a posebno siromašno lokalno stanovništvo i organizacije koje teže da povežu male pojedinačne ekonomske subjekte u sistem efikasne lokalne turističke delatnosti. Upravo ovo povezivanje dovodi do toga da, na primer, usluge hotela na osnovu lokalnog učešća (proizvodi iz lokalne zajednice) postaju veoma važan proizvod koji će turisti rado kupovati. Dobar primer je Jamajka gde je 1996. godine dva hotela snabdevalo deset lokalnih farmara. Tokom 2004. godine bilo ih je 80 sa prometom od oko 3,3 milona dolara. Jedan rizort je na mesečnom nivou kupovao lubenice od lokalnih uzgajivača u vrednosti od 7,200 dolara, odnosno mesečni prihod od 100 dolara po uzgajivaču, što je tim porodicama omogućilo da ostvare status iznad granice siromaštva. U Svetoj Luciji postoji lokalna politika proizvodnje od 2002. godine koja uključuje lokalne farme, gde je zaposleno preko 75% žena (Sandals Resort, 2012). Jedan od načina jeste i program „Tree-Adoption“ gde sami turisti kupuju i sade zasade na destinaciji uz prigodan performans i prateće aktivnosti. Cilj je održavanje ekosistema i staništa na samoj destinaciji sa jedne strane, dok sa druge strane ovaj program ima za cilj povećanje prihoda od turizma (Kusworo & Damanik, 2005).

Osnovne strategije *pro-poor* turizma – pozitivna i negativna iskustva

Pro-poor turizam strategije su strategije poslovanja

i tiču se kreiranja veza sa brojnim učesnicima u obliku malih i srednjih preduzeća, dobavljača, zajednica, lokalnog stanovništva i ostalih koji se mogu uključiti u lokalni turizam. Postoji mnogo različitih strategija koje povećavaju uticaj turizma na siromašno lokalno stanovništvo. Ovo uključuje povećanje prihoda, poboljšanje životnog standarda, povećanje učešća u odlučivanju (Meyer, Ashley, & Poultney, 2004). Iako se od privatnog sektora ne može očekivati da u svom poslovanju prioritet daju

smanjivanju siromaštva, oni takođe moraju biti uključeni u izradu strategija *pro-poor* turizma. Jedan od osnovnih činilaca uspešnosti *pro-poor* strategija jeste da one moraju biti realne (Meyer, Ashley, & Poultney, 2004).

Strategije *pro-poor* turizma mogu se podeliti prema tipovima generisanja lokalne koristi na ekonomske koristi, druge životne beneficije i manje opipljive koristi od učešća i angažovanja. Svaki od ovih nivoa se dalje može razvrstati na određene podtipove.

Tabela 2. Vrste strategija pro-poor turizma (Meyer, Ashley, & Poultney, 2004)

Povećanje ekonomskih koristi	Poboljšanje nefinansijskih životnih uticaja	Povećanje participacije i saradnje
<ul style="list-style-type: none"> • Povećanje zaposlenosti lokalnog stanovništva, posvećenost lokalnim poslovima, obuka • Proširivanje lokalnih preduzetničkih aktivnosti uključujući i one koji pružaju usluge u turističkom poslovanju (npr. dobavljači hrane) i druge (zanatlije, vodiči...) • Povećanje kolektivnih prihoda kao što su provizije, dividende, donacije... 	<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja kapaciteta i obuka • Ublažavanje negativnih uticaja na životnu sredinu • Upućivanje na korišćenje prirodnih resursa • Poboljšanje društvenih i kulturnih uticaja • Povećanje lokalnog pristupa infrastrukturi i uslugama predviđenim za turiste (telekomunikacije, zdravstvo, prevoz) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kreiranje okvira koji više podržava planiranje sa većim učešćem siromašnih • Povećanje učešća u donošenju odluka od strane vlade i privatnog sektora • Građenje <i>pro-poor</i> partnerstva siromašnih i privatnog sektora • Povećanje protoka informacija i komunikacija između zainteresovanih i postavljanje temelja za budući dijalog.

Turizam može da generiše četiri različita tipa lokalnih prihoda koji uopšteno uključuju četiri različite kategorije stanovništva:

1. Plate iz redovnog (formalnog) zaposlenja.
2. Prihodi od prodaje robe, usluga ili povremenog posla (hrana, zanati, građevinski materijal, usluge vodiča...).
3. Dividende i profit koji potiče od vlasništva lokalnih preduzeća.
4. Kolektivni prihod koji uključuje profit od preduzeća u vlasništvu lokalne zajednice, dividendi iz privatnog sektora po osnovu partnerstva, renta po osnovu iznajmljivanja zemljišta (Ashley, Boyd, & Goodwin, 2000).

Plate po osnovu redovnog zaposlenja mogu biti dovoljne da domaćinstvo dovedu iz pozicije nesigurnosti u finansijski bolju poziciju, ali su one privilegija manjeg

broja ljudi i to najčešće ne onih siromašnih. Povremena zarada može biti vrlo mala, ali daleko je raširenija među stanovništvom (Ashley, 2000) i može biti dovoljna, na primer, za školovanje dece. Posao vodiča, mada neformalan, podrazumeva visok status i relativno je dobro plaćen. Postoji nekoliko dobrih primera održivog prihoda od turizma. Međutim, ovde se kao osnovni problem javlja upravljanje tim prihodima (Elliott, Ashley, & Sikoyo, 2009).

Kreiranje strategija *pro-poor* turizma nije ni malo lagan i jednostavan posao i zahteva angažovanje stručnjaka različitih profila. Situaciju otežava i to što još uvek ne postoji jaka teorijska podloga koja je u vezi sa ovom tematikom. Prema (Meyer, Ashley & Poultney, 2004) politike implikacije strategija koje se javljaju su:

- Postavljanje pitanja siromaštva u Agendi turizma. To podrazumeva razlikovanje ovog problema od pitanja tržišne, ekološke i etničke

zabrinutosti. *Pro-poor* turizam može biti inkorporiran kao dodatni cilj, ali svakako zahteva proaktivan i strateški pristup.

- Povećanje ekonomskih mogućnosti i širok spektar uticaja. Ovo znači proširenje ekonomskog učesća siromašnih i uklanjanje prepreka sa kojima se suočavaju, povećanje zapošljavanja i samozapošljavanja. Takođe, u većem stepenu je zastupljeno i uključivanje siromašnih u procese donošenja odluka.
- Rad kroz partnerstvo, uključujući i poslovanje. Ovde bitnu ulogu imaju svi od lokalnih vlasti, privatnih preduzetnika, udruženja, nevladinih organizacija, potošača, donatora, itd..
- Uključivanje *pro-poor* strategija u osnovu turističkog planiranja.

- Reforme u sistemu odlučivanja.

Uprkos brojnim studijama slučaja, postoji relativno malo procena praktičnog iskustva u strategijama kako turizam učiniti „više *pro-poor*“. Ipak, lekcije se mogu izvući iz bogatstva malih inicijativa iz „turističkih zajednica“ ili „očuvanja i razvoja“, dopunjujući sve bogatijim znanjem *pro-poor* strategija.

Pozitivni aspekti *pro-poor* turizma

Valorizacija pozitivnih uticaja *pro-poor* turizma podrazumeva kako materijalne uticaje, tako i nematerijalne, poput socio-kulturnih uticaja. Prema nekim autorima, te uticaje možemo svrstati u nekoliko grupa:

Tabela 3. Mogući pozitivni uticaji turizma na aspekte životnog standarda (Ashley, Boyd, & Goodwin, 2000)

Uticaji turizma	Mogući pozitivni uticaji
Životni ciljevi	Ekonomska sigurnost, kulturni život, zdravlje
Životne aktivnosti	Proširivanje ekonomskih opcija
Osnovni kapital	Unapređivanje sredstava
Političko i institucionalno okruženje	Povećanje uticaja lokalnog stanovništva
Dugoročni životni prioriteti	Usaglašavanje sa dugoročnim prioritetima lokalnog stanovništva

Postoji puno pozitivnih primera primene *pro-poor* strategija u turizmu. Jedan od primera je Bali, na kome najvećim brojem restorana upravljaju volonterske asocijacije sa jasnim principima raspodele posla i prihoda. Ovaj sistem se takođe koristi i prilikom iznajmljivanja bicikala i minibuseva (Peeters, 2009). Neke strategije se zasnivaju na radnom angažovanju ugroženih slojeva stanovništva kao što su žene. Procenat radnih mesta na kojima su angažovane žene u turizmu varira od preko 60%, Boliviji, pa do manje od 10% u nekim muslimanskim zemljama. Priroda uslužne industrije zahteva visok procenat angažovanja nisko kvalifikovane lokalne radne snage, te to pruža veću dostupnost radnih mesta, prevashodno namenjenih ženama. Takođe je veliki procenat žena uključen u aktivnosti neformalnog tipa (Shah, 2000). No, često se te aktivnosti neadekvatno ekonomski valorizuju sa aspekta samih radnika koji za svoje rukotvorine ponekad dobijaju manje od 10% postignute tržišne vrednosti (Meyer,

Ashley, & Poultney, 2004).

Na području šireg Mekong podregiona postoji šest zemalja u razvoju gde etničke manjine spadaju u kategoriju siromašnih. Od 1998. godine aktivno se promovise etnički turizam, od lokalnog do međunarodnog nivoa. Rezultati istraživanja pokazuju da *pro-poor* inicijative uključuju nevladine organizacije u cilju smanjivanja siromaštva kroz aktivnosti volonterskog turizma. Rezultati istraživanja takođe pokazuju da bi etnička pitanja trebala biti razmotrena u *pro-poor* inicijativama (Theerapapissit, 2007).

Izbegavanjem oblika aktivnosti koji zahtevaju veća ulaganja od strane lokalnog stanovništva i pribegavanje aktivnostima koje predstavljaju dopunu postojećim životnim strategijama, siromašni izbegavaju rizik i povećavaju svoje prihode. Postizanje ovih ciljeva zahteva dobro programiranje i uklapanje između tipova usluga koje zahtevaju turisti i onih koje je lokalno stanovništvo

spreмно da pruži (Meyer, Ashley, & Poultney, 2004). Primer dobro primenjene strategije *pro-poor* turizma sa malim finansijskim ulaganjima jeste primer kreiranja iskustvene *kafe-ture* u Tanzaniji. Tanzanijska zadruga proizvođača kafe odlučila je da obezbedi dodatne prihode i podsticaje proizvođačima da neguju svoje zasade kafe u turističke svrhe. Osnovni cilj ove strategije je da pored povećanja prihoda podstakne poljoprivrednike da uživaju u tome što rade. Turisti posećuju farme kafe, dobijaju lokalni ručak uz kafu, uče o procesu proizvodnje, a sve u cilju da se ohrabre da kupe kafu koja predstavlja suvenir. Kilogram neobrađene kafe vredi 80 centi, ali ako se kafa ispeče i prodaje posetiocima-turistima na farmi, njena cena može dostići i do 20 dolara po kilogramu. Glavne aktivnosti ovog programa su: tradicionalni ručak, upoznavanje sa kafom i načinom uzgoja, branje kafe od strane turista, upoznavanje sa važnostima organskog

tretmana uzgoja kafe koja je povezana sa pričom o fer trgovini, upoznavanje sa načinom obrade kafe (prženje i mešanje), degustacija kafe na lokalnoj farmi i mogućnost kupovine kafe. KNCU je savez koji koordinira aktivnosti na farmi kafe i poseduje 50% vrednosti ovog projekta, dok seoske zadruge poseduju preostalih 50% (ProPoor-Tourism.info, 2013).

Negativni aspekti *pro-poor* turizma

Pri valorizovanju uticaja *pro-poor* turizma moramo imati u vidu da pored pozitivnih ekonomskih i socio-kulturnih uticaja, neadekvatnim programiranjem i sprovođenjem strategija *pro-poor* turizma može da dođe i do negativnog uticaja na životni standard lokalnog stanovništva. Prema nekim autorima te uticaje možemo svrstati u nekoliko grupa:

Tabela 4. Mogući negativni uticaji turizma na aspekte životnog standarda (Ashley, Boyd, & Goodwin, 2000)

Uticaji turizma	Mogući negativni uticaji
Životni ciljevi	Podrivanje ekonomske sigurnosti, samoorealizacija i zdravlja
Životne aktivnosti	Konflikti sa drugim aktivnostima
Osnovni kapital	Gubljenje imovine
Političko i institucionalno okruženje	Politika ograničenja
Dugoročni životni prioriteti	Kreiranje ili povećavanje pretnji koji ugrožavaju dugoročnu bezbednost

Neke od najčešćih grešaka koje se javljaju prilikom implementacije strategija *pro-poor* turizma su: ulaganje u razvoj turističke ponude koje je praćeno zaduživanjem uz neadekvatnu turističku tražnju ili nesigurne izvore sirovina, kao i podatak da lokalno stanovništvo ne mora nužno imati slobodno vreme, te da njihovo preživljavanje zavisi od čitavog niza drugih aktivnosti. Dok *pro-poor* dobija „široku podršku razvojnih agencija, donatora, vlada i raznih turističkih organizacija“ (Scheyvens, 2009), kritika ovom pristupu je dobrodošla zato što i najbolje osmišljena i primenjena strategija mora da ima svoje slabosti, a suočavanje sa slabim tačkama jeste prvi korak u njihovom prevazilaženju. Zagovornici strategije *pro-poor* turizma zastupaju stanovište da ona povećava korist siromašnih od turizma, ali priznaju da ta korist nije velikog obima (Meyer, 2009). Jedna od gorkih real-

nosti jeste da se *pro-poor* turizam uglavnom zasniva na dugim putovanjima, gde primarno putuju bogati turisti u siromašne krajeve. Bogati turisti u tim krajevima često troše ionako oskudne resurse, kao što su voda i energija, te lokalno stanovništvo ponekad ima više štete nego koristi (Scheyvens, 2009). Gorepomenuta duga putovanja obično se baziraju i na avio-prevozu što dovodi i do narušavanja ekološke ravnoteže usled veće emisije štetnih gasova - uzročnika klimatskih promena koje opet mogu u značajnoj meri uticati na još veće povećanje siromaštva, prevashodno u Africi, Aziji i Latinskoj Americi (Peeters, 2009). Takođe, vrlo važno pitanje je i da li se interesi najsiromašnijih mogu zadovoljiti na globalnom turističkom tržištu koje se organizuje po principima jednakosti, gde firme nastoje da zadovolje svoje tržišne interese iskazane u stopi profita. Osnovna misija investi-

tora jeste da uvećavaju svoj profit, a ne da pomažu siromašnima, te je logično pitati se zbog čega bi se od njih očekivala etička posvećenost siromašnima (Scheyvens, 2009). Neki autori čak tvrde da turizam koji pokreću interesi stranog privatnog sektora ne predstavlja aktivnost pogodnu za eliminaciju siromaštva i da se ekonomske koristi ne maksimiziraju, kako zbog visokog nivoa stranog vlasništva, tako i zbog generisanja značajnih neekonomskih troškova za siromašne (Milošević & Škrbić, 2009). Ukoliko znamo da je jedan od osnovnih aspekata *pro-poor* strategija povezivanje između subjekata turističke privrede i lokalne zajednice, jasno je da hoteli imaju bitnu ulogu u ovom lancu. Međutim, hotelijerstvo je jedan od osnovnih vidova turizmu, što zahteva velike investicije i njegov menadžment je u potpunosti zasnovan na ekonomskim racionalnostima. Razumljivo je stoga što postoje problemi u saradnji sa hotelima, budući da se format aktivnosti svodi na davanje materijalnih donacija i taj trend „davanja milostinje“ nije baziran na temeljima mehanizma partnerstava i ne može dati pozitivan doprinos hotela ili zajednice. U ovoj vrsti aktivnosti hotel se nalazi kao donator, a lokalna zajednica kao prijemnik neuključen u međusobne partnerske odnose. Na taj način i dalje se ne utiče na razvoj duha zajednice koja neosporno ima sve elemente samostalnosti i održivosti. Ponekada se hoteli suočavaju sa pozicijom da kao ekonomski subjekat imaju društvenu odgovornost prema lokalnoj zajednici, dok zajednica sama nastoji da se prikaže kao zanemarena strana u razvoju turizma (Kusworo & Damanik, 2005).

Primena iskustava u Srbiji

Kada je u pitanju Srbija, strategije *pro-poor* turizma su još uvek u samom povoju i analizom različitih razvojnih dokumenata koji se mogu sresti, može se zaključiti da ona načelno podržavaju strategije *pro-poor* turizma, iako ih možda ne zovu tim imenom. Veće učešće siromašnih lokalnih zajednica, otvaranje radnih mesta u oblasti turizma, kreiranje turističkih proizvoda i usluga baziranih prevashodno na lokalnim znanjima, umećima i resursima, prisutni su u skoro svim razvojnim dokumentima koji se donose na različitim nivoima upravljanja. A dobra ideja i strategija nije sama po sebi uslov uspešnosti, već različiti eksterni faktori igraju značajnu ulogu u procesu imple-

mentacije. Spektar ovih faktora može da bude izrazito širok i da se kreće već od dobro poznatog nedostatka finansijskih sredstava, pa do nepostojanja adekvatnih zakonskih okvira ili nestabilnosti državnih struktura. Kroz praksu primene staregija *pro-poor* turizma, došlo se do zaključka da je za ostvarivanje benefita neophodna jaka institucionalna i zakonska podrška, što u Srbiji nije slučaj. Bez podrške ove vrste i postignuti rezultati su neodrživi na duge staze. Međutim, potencijali za razvoj *pro-poor* turizma u Srbiji postoje. Srbija, kao pretežno ruralna zemlja, ima veliki broj sela koja se kroz *pro-poor* turizam mogu revitalizovati i oživeti (Škrbić & Milošević, 2012). Prvi korak u razvoju uspešnih *pro-poor* strategija razvoja turizma jeste usklađivanje razvojnih planova lokalnog nivoa sa državnim regulatornim dokumentima. Korektni i racionalni instrumenti kontrole sprovođenja aktivnosti razvoja i primene strategija, kao i jaka institucionalna podrška u materijalnom i nematerijalnom obliku, jesu uslovi koji moraju da postoje ako želimo dugoročni uspeh postavljenih strategija.

Zaključak

Prilikom izbora i ocene strategije razvoja neke oblasti ili prostora, mora se imati u vidu da svaka strategija, pa i strategija *pro-poor* turizma, implicira pozitivne i negativne aspekte. Pozitivni aspekti su dobro uočljivi i izraženi, ali negativni aspekti predstavljaju problem, budući da se često namerno ili slučajno previde i ne obrati se na njih potrebna pažnja. Jedan od vodećih razloga ovakve situacije je i to što strategije postavljaju donosioci odluka koji su po pravilu moćni investitori, imaoci sredstava (finansijskih i drugih), ali i oni koji imaju ekonomsku i političku moć, te im je glavni strateški cilj bolje pozicioniranje i sredstava i moći. Bitnu ulogu ima i vremenska dimenzija sagledavanja efekata strategije, jer se po pravilu negativni aspekti ispoljavaju u srednjem i dugom roku, a donosioci strategija evaluiraju uglavnom samo kratkoročne efekte. Na ovaj način se često zanemaruje održivi razvoj turizma, ali i drugi principi razvoja poput etičkog i odgovornog razvoja. Integralna evaluacija efekata *pro-poor* strategije mora obuhvatati kako pozitivne, tako i negativne aspekte kroz sve tri vremenske dimenzije uz permanentnu kontrolu i merenje odstupanja od projektovanih vrednosti. Samo se na taj način mogu dobiti potpuni efekti ovih

strategija u vidu ostvarivanja neto-koristi za siromašne. Angažovanje i aktivnosti svih stejkoldera uključenih u *pro-poor* strategije, moraju biti vođene isključivo etičkim principima bez skrivenih namera koje su, nažalost, često prisutne kada se velike inostrane korporacije uključuju u ovu osjetljivu sferu. Veoma često kao rezultat toga bogati postaju još bogatiji, a siromašni još siromašniji. Realnost i objektivnost procene sveukupnih efekata strategije kako na kratkoročnom, tako i na dugoročnom planu mora biti prezentovana i poznata investitorima, lokalnim stanovnicima, ali i turistima kao možda najuticajnijem faktoru u ovom procesu, koji inicira samu turističku aktivnost kroz turističku tražnju.

LITERATURA

- Ashley, C. (2000). London: ODIEorking Paper.
- Ashley, C., Boyd, C., & Goodwin, H. (2000). *Pro-poor Tourism: Putting Poverty at the Heart of the Tourism Agenda*. London: Overseas Development Institute.
- Ashley, C., Roe, D., & Goodwin, H. (2001). *Pro-poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor-A Review of Experience*. London: Overseas Development Institute.
- Chandralal, K. P. (2010). Impacts of Tourism and Community Attitude towards Tourism: A Case Study in Sri Lanka. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*. 41-49.
- Ecotour. (2010). Retrieved 2 16, 2010 from www.ecotourdirectory.com: www.ecotourdirectory.com/pro-poor-tourism.htm
- Elliott, J., Ashley, C., & Sikoyo, G. (2009). *Economic and livelihood impacts of wildlife enterprises in Kenya*. Nairobi: Africa Wildlife Foundation.
- Kusworo, H., & Damanik, J. (2005). Retrieved 2 16, 2010 from www.fab.utm.my/download/ConferenceSem
- Kusworo, H., & Damanik, J. (2005). *Friends of Community Hotel: Towards Institutionalized Partnership in Poverty Alleviation*. Retrieved 2 16, 2010, from www.fab.utm.m: www.fab.utm.my/download/ConferenceSem
- Meyer, D. (2009). Pro-Poor Tourism: Is There Actually Much Rhetoric? And, If So, Whose? *Tourism Recreation Research*. 197-199.
- Meyer, D., Ashley, C., & Poultney, C. (2004). Retrieved 2 16, 2010 from www.tanzaniagateway.org/docs/Bussines_Implementation_of_Pro_Poor_Tourism_Case_Study_Briefs.pdf
- Milošević, S., & Škrbić, I. (2009). Turizam zasnovan na lokalnom razvoju. U: D. Tomka, & V. Jegdić, *Turizam i lokalni razvoj* (pp. 101-114). Novi Sad: Fakultet za sport i turizam.
- Peeters, P. (2009). Pro-Poor Tourism, Climate Change and Sustainable Development. *Tourism Recreation Research*. 203-205.
- ProPoorTourism.info. (n.d.). *Kilimanjaro Native Cooperative Union: Tanzanian Coffee Tour Experience*. Retrieved 12 15, 2013., from [www.propoortourism.info](http://propoortourism.info): <http://propoortourism.info/Case%20Studies/CSKilimanjaroNativeCooperativeUnion.html>
- Sandals Resort*. (2012). Retrieved 4 24, 2012, from Sandals: www.sandals.com
- Scheyvens, R. (2009). Pro-Poor Tourism: Is There Value Beyond the Rhetoric? *Tourism Recreation Research*. 191-196.

Shah, K. (2000). *Tourism, the poor and other stakeholders: Asian Experience*. London: ODI Fair-Trade in Tourism Paper.

Škrbić, I., & Milošević, S. (2012). Atraktivnost kompleksne turističke ponude fruškogorskih manastira i sela iz ugla potencijalnih turista. *Tims Acta*. 6(2), 73-80.

Theerapappisit, P. (2007). *Pro-poor Tourism in the GSM: Towards Sustainability?* Retrieved 2 16, 2010, from www.mekong.es.usyd.edu.au: [www.mekong.es.usyd.edu.au/events/past/conference07/images/papers&presentations/Poll Theerapappisit paper.pdf](http://www.mekong.es.usyd.edu.au/events/past/conference07/images/papers&presentations/Poll%20Theerapappisit%20paper.pdf)

Datum prijave rada: 24.12.2014.

Datum prihvatanja rada: 28.01.2014.

Kontakt

Iva Škrbić, Fakultet za sport i turizam, Radnička 30a, Novi Sad

E-mail: iva.skrbic@tims.edu.rs

Dragica Tomka, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

E-mail: iva.skrbic@tims.edu.rs

Srđan Milošević, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

E-mail: iva.skrbic@tims.edu.rs