

## Lekcija 6

# TURISTIČI RESURSI - ČINIOCI TURISTIČKE DESTINACIJE

*Turistički resursi kao elementi turističke destinacije*

*Definicija pojma turističkih resursa*

*Vrste turističkih resursa shodno podelama*

*prema funkcijama,*

*prema genezi i*

*prema obnovljivosti*

# Resursi i turistički resursi

Zavisno od konkretne teme koja se obrađuje u teoriji, isti objekti mogu da se različito imenuju:

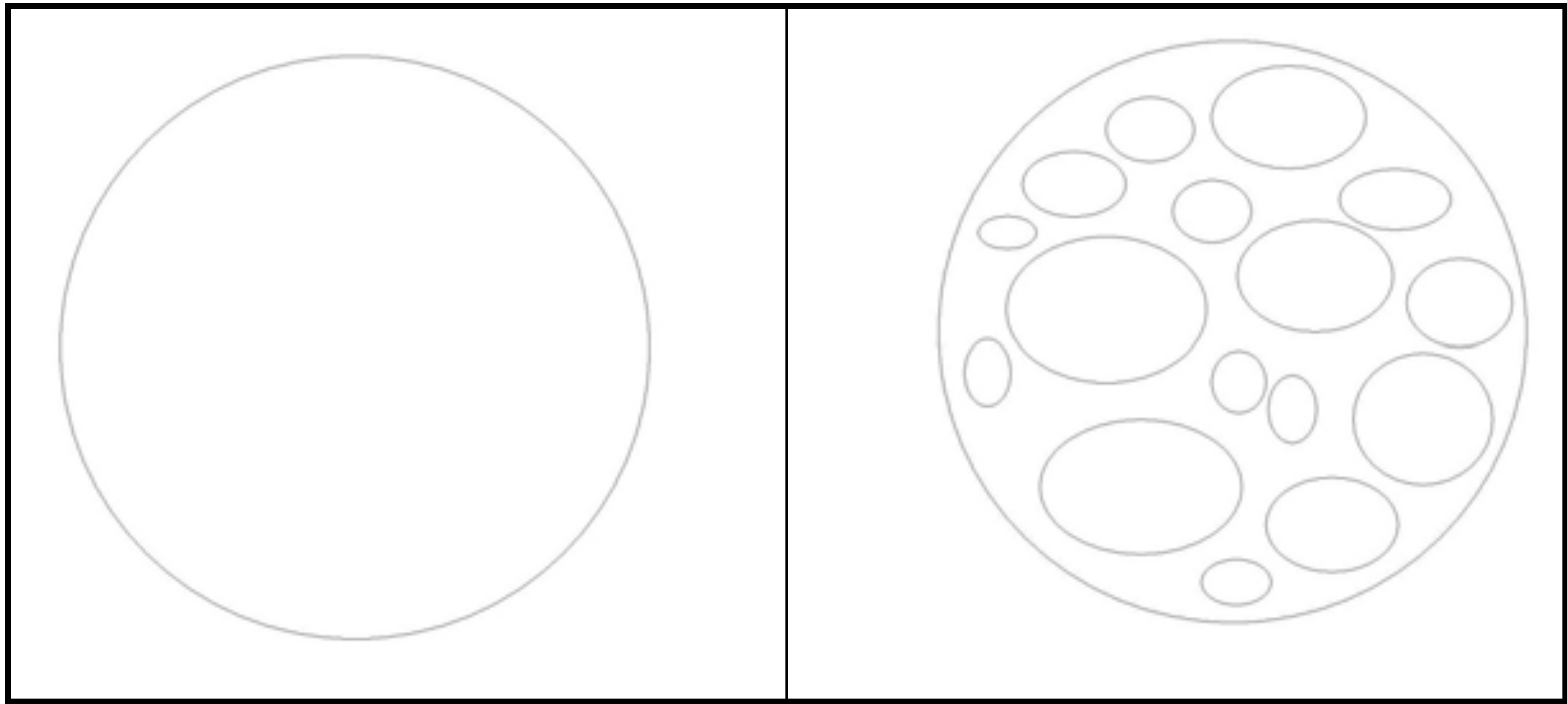
-**Turistički resursi**

ili

- **Faktori turističke ponude** (kada je reč o ponudi)

- **Činioci turističke destinacije** (kada se govori o destinacijama)

- odnosno **elementi turističke destinacije**



**Turistička destinacija** predstavlja jedan zaokružen poslovni sistem  
u kome se nalazi  
veliki broj različitih **turističkih resursa**  
odnosno  
**činilaca destinacije (faktora turističke ponude )**



## VODOPADI

Antaliya, Turska

Viktorijini vodopadi





TRADICIONALNI PLES, Turska



NARODNI OBIČAJI, NOŠNJA, TRADICIJA  
PESMA I IGRA, .....





RAZLIČITI PEJZAŽI



HOTELI



RESORT HOTELI



Plaže



Restorani



Etno restorani





Hrana





Etno hrana





PUTEVI



MOSTOVI

Mladosti, Zagreb



Tower Brige

Golden Gate



Višegradski most

Điaodžou Bej





Pijani most (Stroiseissunde), Norveška



Pijani most (Stroiseissunde), Norveška





Veliki kanjon (Grand canyon) Kolorado, USA

Gezira u Jeloustonu (*Yellowstone*)

## **NACIONALNI PARKOVI**



Planinski vrhovi, ali i vodič



Jezera...



Šume, kao i reke  
(reke i kao atrakcija, ali i kao plovni put)







Biljni i životinjski svet





Benzinske pumpe

Frizerski saloni





Parking,

Odmorište i Vidikovac

*S tim što odmorište i vidikovac mogu da imaju i ulogu atrakcije)*



## Arheoloski lokaliteti

### *Kao i restoran pored*

*S tim što mu terasa pored,  
okrenta ka lokalitetu daje i  
dodatne odlike*





Aerodromi  
I avioni

Železničke stanice, pruge  
I vozovi





**Stare gradske četvrti  
zaštićene urbane celine**

Bašča, Amsterdam

Tešnar,



**Stara sela - zaštićene ruralne celine**

MODERNE  
GRAĐEVINE



*Muzej Gughajm, Bilbao*

|

*Sidnejska opera*





Turistički info centri

Turistička informativna sredstva





Muzeji i galerije





Đavolja Varoš

## GEOLOŠKI FENOMENI



Goreme i Pamukale, Turska





Celje, Slovenija



Gračanica, Srbija

**Stare građevine,  
svetovne i crkvene**



Turistički vodiči,  
 Kuvari,  
 Konobari,  
 Muzejski vodiči  
 Recepcioneri  
 Sobarice

.....  
 .....

## LJUDI

njihova obučenosť i odnos  
 prema gostima



Plitvice, Hrvatska



Prašume bukve, tromeđa: Slovačka, Ukraina i Njemačka



Švajcarski Alpi



Norveški fjordovi



**Umetnička dela**



**SPOMENICI**



Vaterlo, Gazimestan,  
Brankovina



**ISTORIJSKI ZNAMENITA  
MESTA**



**PREVOZNA SREDSTVA**





**PREVOZNA SREDSTVA**



**Turistički resursi su Sva prirodna i društvena dobra (potencijali) koja mogu da se ekonomski iskoriste (valorizuju na tržištu) i uvedu u namene turizma.**

# Resursi i turistički resursi

Prema jednoj od najopštijih, **resursi** su svi potencijali na kojima bi mogao da se zasniva razvoj nekog prostora ili delatnosti, odnosno sva sredstva koja se mogu privesti korisnoj nameni.

Eduard Kušen navodi da su resursi: sredstva, mogućnosti, zalihe, rezerve, izvor, vrelo, prirodna bogatstva jedne zemlje, kraja, regije, kontinenta, a sa privrednog stanovišta oni su prirodne i proizvedene stvari kao i ljudska znanja i sposobnosti koje mogu da se koriste za zadovoljavanje potreba i u potrošnji i u proizvodnji.

Osnovna definicija **turističkih resursa**:

**to su sva prirodna i društvena dobra koja mogu da se ekonomski iskoriste (valorizuju na tržištu) i uvedu u namene turizma.** Shodno tome turistički resursi su i atrakcije koje turiste privlače na određenu destinaciju, i turistička suprustuktura koja im je namenjena radi dodatnih usluga, i infrastruktura koju takođe koriste, kao i kadrovi koji se direktno ili indirektno bave turizmom i raznovrsne usluge koje oni pružaju.

# Podele turističkih resursa

<b>VRSTE TURISTIČKIH RESURSA</b> <i>prema različitim vidovima klasifikacije</i>		
<i>prirodni antropogeni</i>	<i>obnovljivi neobnovljivi</i>	<i>primarni sekundarni</i>
<i>osnovni direktni, ostali direktni indirektni</i>	<i>prirodno – fiziografski kulturno-istorijski turističke usluge i sadržaji suprastrukturni klimatske odlike potpomažući</i>	<i>atraktivnost pristupačnost uslovi za boravak</i>
<i>attractions (atrakcije) amenities (pogodnosti) access (ostale usluge) ancillary services (pomoćne usluge)</i>	<i>osnovne atraktivnosti izgrađeno okruženje potpomažuće usluge socio-kulturna dimenzija</i>	<i>atrakcije usluge i objekti dostupnost kadrovi imidž i karakter cena</i>

# Podela turističkih resursa prema genezi

Prema genezi (nastanku) turistički resursi se dele na *prirodne* i *antropogene* (*društvene, kulturno-istorijske, kulturne*).

**Prirodni turistički resursi** su sva dobra **nastala delovanjem prirode** koja mogu da se ekonomski iskoriste (valorizuju na tržištu) i uvedu **u namene turizma**.

*Slapovi na reci Krka, Hrvatska*



**Antropogeni turistički resursi** su sva dobra **nastala delovanjem ljudi u različitim vremenima** koja mogu da se ekonomski iskoristite (valorizuju na tržištu) i uvedu **u namene turizma**.

*Manastir Hopovo, Srbija*



Pored pojma **antropogeni turistički resursi**, u literaturi se ne retko sreću i pojmovi ***kulturno – istorijski*** ili samo ***kulturni turistički resursi***.

To nas dodatno direktno povezuje sa osnovnom temom naše pažnje i otvara **pitanje postojanja razlika između antropogenih i kulturnih resursa**.

\*

\*

**U NAJŠIREM SMISLU** reči, pojam kulturni resursi bi mogao da se izjednači sa pojmom antropogeni resursi, budući da **reč kultura ima širok spektar različitih značenja, od kojih ono najopštine podrazumeva širokoobuhvatan način života ljudi u različitim vremenima**. Shodno tome, svaki resurs nastao delovanjem čoveka bi mogao biti kulturni resurs.

\*

Ipak, u osnovi kulturni turistički resursi predstavljaju jednu užu podkategoriju antropogenih turističkih resursa.

To nisu svi resursi stvoreni delovanjem čoveka, već samo oni koji su nastali izražavanjem stvaralačkih, umetničkih i kreativnih potreba ljudi za nadogradnjom svakodnevnog života, za nadržanjem iznad same egzistencije.

**Takav uži, ali pravilniji pristup, kulturne turističke resurse svrstava u kategoriju kulturnih, odnosno kulturnoistorijskih turističkih atrakcija, kao jednog od vidova antropogenih turističkih resursa, i odvaja ih od turističke suprastrukture, infrastrukture i usluga, koje takođe spadaju u istu kategoriju resursa.**

**Neretko kulturni i prirodni resursi su objedinjeni u jednu nerazdvojivu turistički atraktivnu celinu**, poput pećina koje su prirodni resurs, ali se u njima nalaze arheološki lokaliteti kao antropogeni, kulturno-istorijski resursi.

U okviru ili pored mnogih **nacionalnih parkova**, koji objedinjuju različite prirodne resurse, nalaze se i raznovrsni kulturni resursi, od arheoloških lokaliteta, preko tradicionalnih sela, do raznih vidova muzejskih prostora u koje spadaju i vizitorski centri kao uvodni informativni i uslužni elementi savremenih parkova i rezervata. Isto tako i brojne značajne kulturne turističke resurse, kao što su **arheološki lokaliteti, spomenici ili znamenita mesta**, prati prijatno prirodno okruženje sa svojim atraktivnostima.





**National Park Colorado USA**



# Podela turističkih resursa prema obnovljivosti

*Prema obnovljivosti* turistički resursi se dele na

- *obnovljive* i
- *neobnovljive*.

Strogo gledajući:

- Obnovljivi **prirodni** resursi se po svojoj devastaciji ili nestanku mogu obnoviti prirodnim putem u roku od jednoga dana do nekoliko hiljada godina.
- Neobnovljivi **prirodni** resursi se ili uopšte ne mogu obnavljati ili je njihova obnova proces koji traje više hiljada pa i miliona godina.

Ova podela ima jedno vrednovanje kada su u pitanju prirodni, a drugo kada je reč o kulturnim turističkim resursima,

ali oba slučaja način obnovljivost je proces koji je vezan za način nastanka.

Kulturni resursi se obnavljaju delovanjem čoveka,

dok se prirodni obnavljaju delovanjem prirode, s tim što delovanje čoveka može da ubrza, ali i uspori proces obnove.

- Kada je reč o kulturnim turističkim resursima, kod njih je obnovljivost odnosno neobnovljivost vezana za stepen i vrstu devastacije.

Oštećena umetnička slika, kroz restauratorski tretman može da povрати svoje stare atribute.

Ali ako taj tretman nije profesionalan može i da ih izgubi.



Potpuno uništeno umetničko delo je nemoguće da se nadoknadi.

Uništena Monaliza može da se zameni izvanredno načinjenom kopijom koju bi izradio vrhunski majstor, ali to više neće biti ono čuveno delo Leonarda Davinčija koje svake godine u Luvr dovede više miliona posetilaca



Isto tako, veoma je teško povratiti atraktivnost obrušenoj pećini, ili kamenim stubovima iz Đavolje varoši.

A sa druge strane zatrpano antičko naselje može da se, posle procesa arheoloških istraživanja, u većij ili manjoj meri rekonstruiše i postane lokalitet atraktivan za posetu.



Kao što i uništena šuma posle određenog niza godina može da se obnovi i da opet postane atraktivna za posetioce.

**Resursi ne moraju da budu uništeni samo destruktivnim procesima (što dovodi do **devastacije**), već i neplanskim razvojem (što dovodi do **degradacije**).**

Do prestanka dolaska turista može da dovede i

- previše izgrađena okolina planinskog jezera,
- prateći sadržaji koji ne odgovaraju srednjovekovnom zamku i time degradiraju i njegovu kulturnu vrednost i atraktivnost,
- neautentična hrana u etno selu,
- osavremenjavanje stare gradske četvrti,
- promena koncepcije muzičke manifestacije i slično.

A sa uništavanjima turističkih resursa ove vrste nestaju razlozi za dolazak posetilaca, a izgrađeni prilazni putevi, hoteli i restorani ostaju prazni.

Isto se dešava i sa devastiranom morskom obalom, i uništenim zamkovima, urušenim kanjonima ili zamrlim manifestacijama.

- **Devastacija** (lat: *devastatio*) - pustošenje, uništavanje, razaranje.

- **Degradacija** (lat: *degradatio*) - poniženje, vraćanje s višeg položaja na niži, svodenje na niže stanje razvoja.

Dok

devastacija predstavlja materijalno, fizičko oštećenje ili potpuno uništenje nekog subjekta,

degradacija predstavlja nematerijalno oštećenje koje se ogleda kroz snižavanje njenog značaja i atraktivnosti.

Do degradacije dolazi usled neprimerene upotrebe baštine i/ili neprimerenih sadržaja njenog okruženje, najčešće izazvanih preteranom komercijalizacijom.

**Jedan od primarnih zadataka** menadžmenta turizma, pored razvoja i izgradnje, mora da bude i **preventivna zaštita kao i rekonstrukcija turističkih resursa koji dovode posetioce i pune kapacitete.**

**Njegov primarni zadatak je da primenom različitih mera brine da ti resursi ne budu ugroženi.**

**Kefrenova piramida** u Egiptu je za posetioce bila zatvorena šest godina, zbog radova na unutrašnjoj rekonstrukciji koji su bili neophodni zbog štetnog uticaja vlage koja stvaraju posetioci.

Iza svakog od posetilaca ostaje 20 grama vlage, što ukupnu vlažnost vazduha unutar piramide povećava i do 80%.

Zbog toga se sada broj dnevnih posetilaca ograničava (pitanje nosećeg kapaciteta!).

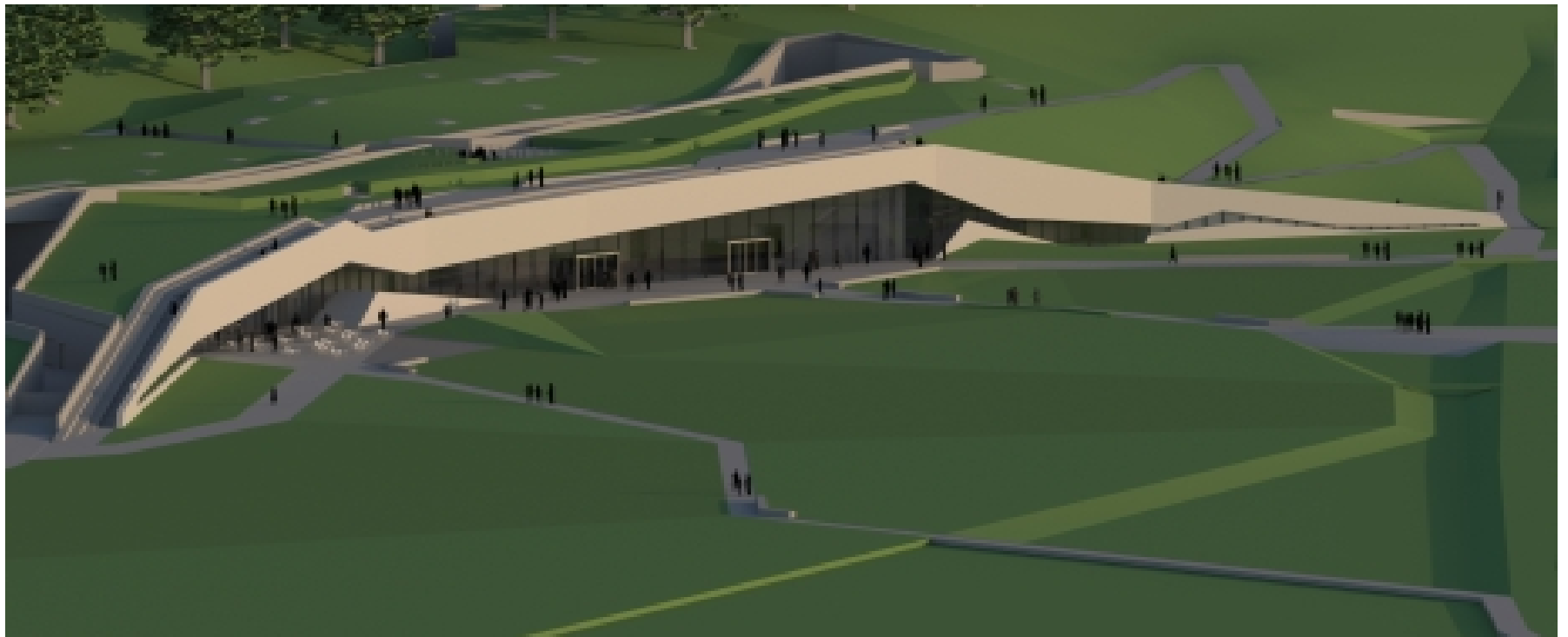


**Pećina Lasko**, Francuska. Otkrivena 1940. godine i u njoj su pronađeni crteži stari 16-17.000 godina. Veliki broj ljudi je počeo da svakodnevno ulazi u ne baš veliku pećinu (ukupna površina je oko 120 m.kv.) što je uzrokovalo povećanje vlažnosti a usled toga dolazilo je do stvaranja zelenih algi. To je rezultiralo propadanje boje na crtežima. Bilo je potrebno deset godina za skidanje algi sa crteža. Danas je pećina zatvorena za posete, ali je zato nedaleko od nje sagrađena njena replika a u kojoj su verno preslikani crteži originala.





Nicolas Sarkozy visite  
la grotte de Lascaux





**Pećine Altamira** u Španiji, sa višebojnim crtežima nastalim u periodu mlađeg paleolita. I ako znatno veća od Laska (duga oko 300 metara), i u Altamiri je uočeno oštećenje slika usled velikog broja posetilaca. Zato je pećina zatvorena za posete 1977. godine, da bi posle restauracije 1982. godine bila otvorena, ali sa ograničenim dnevnim brojem posetilaca. 2001. godine, pored pećine je sagrađen muzej a u njegovim salama, pored drugih sadržaja, načinjena je i rekonstrukcija ambijenta pećine. Od tada je sama pećina zatvorena za posete. Bilo je planova da se od 2011. godine ponovo dozvoli ograničeni pristup, ali se od toga odustalo.

# Podela turističkih resursa prema funkcijama

**Na osnovu funkcije koju konkretan resurs ima u opštem turističkom sistemu**

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Primarni</li> <li>- Sekundarni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Osnovni direktni</li> <li>- Ostali direktni</li> <li>- Indirektni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prirodno - fiziografski</li> <li>- Kulturno-istorijski</li> <li>- Turističke usluge i sadržaji</li> <li>- Suprastruktorna</li> <li>- Klimatske odlike</li> <li>- Potpomažući elementi</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atraktivnost</li> <li>- Pristupačnost (fizička i ekonomska)</li> <li>- Uslovi za boravak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Attractions</i> (atrakcije)</li> <li>- <i>Amenities</i> (pogodnosti)</li> <li>- <i>Access</i> (ostale usluge)</li> <li>- <i>Ancillary services</i> (pomoćne usluge)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Osnovne atraktivnosti</li> <li>- Izgrađeno okruženje</li> <li>- Potpomažuće usluge</li> <li>- Socio-kulturna dimenzija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atrakcije</li> <li>- Usluge i objekti</li> <li>- Dostupnost</li> <li>- Kadrovi</li> <li>- Imidž i karakter</li> <li>- Cena</li> </ul>

## PODELA NA **PRIMARNE** I **SEKUNDARNE** TURISTIČKE RESURSE.

**Primarni resursi** su oni elementi koji svojim postojanjem i atraktivnošću privlače turiste,

**Sekundarni resursi** svi ostali elementi koji su im na uslugama, od prilaznih puteva i parkinga preko hotela i restorana do usluga koje se pružaju u njima, kao i na drugim mestima.

## **PODELA NA**

- OSNOVNE DIREKTNE TURISTIČKE RESURSE,**
- OSTALE DIREKTNE TURISTIČKE RESURSE I**
- INDIREKTNE TURISTIČKE RESURSE**

**Osnovni direktni** turistički resursi bi **odgovarali navedenom pojmu primarnih** turističkih resursa, i to su turističke atrakcije, realne i potencijalne, odnosno subjekti koji samim svojim postojanjem privlače pažnju i dovode turiste na destinaciju.

**(ATRAKCIJE)**

U **ostale direktne** turističke resurse spada niz veoma različitih elemenata koji su **namenjeni prevashodno turističkoj ponudi** (turistička infrastruktura i suprastruktura) kao što su: turističke građevine, oprema, zone, mesta, agencije, informativni i propagandni materijal, kadrovi, turistička edukovanost lokalnog stanovništva, organizacija destinacije i sistem informisanja. **(SUPRASTRUKTURA)**

U **indirektne turističke** resurse spadaju elementi koji nisu u direktnoj funkciji turista ali u velikoj meri utiču na razvoj turizma poput: očuvana okolina, komunalna infrastruktura, sadržaji društvenog standarda, geo-saobraćajni položaj, saobraćajna povezanost, prostorna organizacija šireg okruženja, privlačna urbana arhitektura i pejzaži, mirnodopsko stanje i politička stabilnost i dr. **(INFRASTRUKTURA)**

# Tema našeg posebnog interesovanja

<ul style="list-style-type: none"><li>- Primarni</li><li>- Sekundarni</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Osnovni direktni</li><li>- Ostali direktni</li><li>- Indirektni</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Prirodno - fiziografski</li><li>- Kulturno-istorijski</li><li>- Turističke usluge i sadržaji</li><li>- Suprastrukturalna</li><li>- Klimatske odlike</li><li>- Potpomažući elementi</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Atraktivnost</li><li>- Pristupačnost</li><li>- Uslovi za boravak</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Attractions</i> (atrakcije)</li><li>- <i>Amenities</i> (pogodnosti)</li><li>- <i>Access</i> (ostale usluge)</li><li>- <i>Ancillary services</i> (pomoćne usluge)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Osnovne atraktivnosti</li><li>- Izgrađeno okruženje</li><li>- Potpomažuće usluge</li><li>- Socio-kulturna dimenzija</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Atrakcije</li><li>- Usluge i objekti</li><li>- Dostupnost</li><li>- Kadrovi</li><li>- Imidž i karakter</li><li>- Cena</li></ul>

nije usmeren ka svim turističkim resursima, već **samo onim** koji spadaju u kategoriju **primarnih**, odnosno **osnovnih** turističkih resursa, koji su po svom nastanku **prirodno-fiziografski i kulturno-istorijski**, i koje, pošto svojim postojanjem i atraktivnošću privlače turiste, nazivamo i **turističkim atrakcijama**.