

Слободан КАСАЛИЦА

ТУРИЗАМ У ФУНКЦИЈИ ОДРЖАВАЊА И
РЕВИТАЛИЗАЦИЈЕ СЕЛА У ЦРНОЈ ГОРИ
(концепт истраживања)

УВОД

Туризам је, са бројним и разноврсним облицима промета и туристичке градње, захватио готово све туристичко-географске цјелине Црне Горе. Највише, свакако, Црногорско приморје и његова градска и један број сеоских насеља у оквиру бококоторског, будванског, барског и улцињског туристичког подручја. У остале туристичко-географске регије је скромно закорачио, и то, углавном, у градове континенталног дијела Републике, док се селима још увијек није озбиљно ни приближио као дјелатности која може имати запажену функцију на плану њиховог одржавања и оживљавања у периоду који слиједи. Овдје, прије свега, мислимо на сеоска насеља размјештена у високо атрактивном амбијенту дурмиторског, бјеласичког, плавско-гусињског и рожајског туристичко-географског подручја. Мислимо, наравно, и на оне насеобинске јединице ове врсте, које се налазе и у другим туристичко-географским цјелинама сјеверне и таквим цјелинама средишње Црне Горе, односно свуда тамо гдје њихове туристичке вриједности долазе до пуног изражаја. О којим вриједностима и видовима ревитализације је ријеч видјећемо бар унеколико анализом следећих питања из осмишљеног тематског оквира истраживања. Ево тих питања:

1. Туристичко вредновање села као основа њиховог привредно-туристичког активирања, и
2. Одржавање и ревитализација села под утицајем туризма.

1. ТУРИСТИЧКО ВРЕДНОВАЊЕ СЕЛА КАО ОСНОВА ЊИХОВОГ ПРИВРЕДНО-ТУРИСТИЧКОГ АКТИВИРАЊА

Поступак вредновања села у разматраном простору укључује све елементе туристичке валоризације на којима се огледају теоријско-методолошка и примијењена проучавања, првенствено са становишта туристичке понуде. То су:

а) Туристичко-географски положај села према дисперзивним и туристичко-географским зонама и правцима туристичких кретања локалног, регионалног, националног и међународног значаја;

б) Атрактивно-рекреативни садржај, који у поступку туристичког вредновања простора по коме су размјештена села, обухвата бројне и разноврсне геоморфолошке, климатске, хидрографске и биогеографске вриједности;

в) Амбијентално-архитектонски садржај села који обухвата традиционално архитектонско стваралаштво које се постепено гаси, а показује извјесне специфичности одређеног историјског раздобља;

г) Етнолошко-еколошка својства села (народни обичаји, ношња, фолклорне игре и пјесме, традиционалне спортске игре, домаћи специјалитети, здрава природна храна, боравак у незагађеној и здравој средини и сл.) која се валоризују кроз одговарајуће видове туристичког промета;

д) Комунално-урбанистички услови села (могућност водоснабдијевања, стамбено-комунални услови, локална саобраћајна инфраструктура и др.) који кроз интеграцију „просторних” и „техничких” елемената погодују развоју туризма, и

ђ) Постојећи и потенцијални облици туризма као функционална компонента туристичке валоризације села (зимско-спортски, љетњи, здравствени, излетнички, екскурзиони, викенд, транзитни, ловни, риболовни и екотуризам, планинарење и алпинизам, језерски, омладински, кампинг, научни, наутички, купалишни, приморски, планински, манифестациони, бањски и спелеотуризам).

Само се, дакле, на овим елементима туристичке валоризације може засновати истраживање (обима озбиљније студије), с циљем да се у Црној Гори издвоје села у којима би туризам могао бити (или је већ) комплементаран са традиционалним облицима привређивања домицилног становништва. Сем тога, у тематски оквир проучавања ове врсте укључује се и нешто шири дио материјалне основе туристичких кретања, те и демографско-популационих кретања у сели-

ма, која се, по овом концепту истраживања, издвоје у групу потенцијалних средишта сеоског туризма у Црној Гори. И најзад, органски се за претходно истакнуто везује и туристичка тражња и туристичко рејонирање сеоских туристичко-географских цјелина као једно од важнијих питања теорије и праксе туристичког развоја уопште. Рижечју, на окупу су сва она питања која ће у више праваца освијетлити туристичке вриједности села у Црној Гори с једне, и улогу туризма у њиховом одржавању и оживљавању, с друге стране.

2. ОДРЖАВАЊЕ И РЕВИТАЛИЗАЦИЈА СЕЛА ПОД УТИЦАЈЕМ ТУРИЗМА

Често се говори да је туризам сложена и хетерогена друштвено-економска дјелатност, јер у формирању туристичке понуде учествује не само читав низ привредних грана, већ и непривредних области. У неким учествује директно, кроз разноврсне видове туристичке изградње која је, поред осталог, захватила и бројна сеоска насеља, чији становници предузимају масовно преуређење кућа, па чак и привредних зграда у објекте за смјештај посјетилаца. Уз то, подижу и друге смјештајне јединице и дивне љетњиковце умјесто сточарских колиба, па и луксузно опремљене виле и моћне инфраструктурне садржаје намијењене развоју туризма. При том посебан комплекс проблема изазива „управо убрзана и масовна изградња. Она понегде доводи до великог нереди, јер није редак случај да се предузме изградња без урбанистичких планова и без претходних проучавања наменских локација. Накарадни стилови, облици кућа и шалеа представљају посебну невољу против које се не може увек успешно интервенисати” (2, 81).

У другим дјелатностима туризам учествује индиректно, као на примјер у пољопривреди кроз снабдијевање угоститељских капацитета и трговине, прехрамбене индустрије, индустрије разних предмета неопходних за нормално функционисање туристичких кретања. Једноставно, туризам утиче на читав спектар дјелатности, од којих неке заснивају своје постојање на туристичком промету, а друге у том промету виде солидан извор допунског привређивања као, рецимо, пољопривреда, трговина, занатство и домаћа радиност. У овом кратком напису, међутим, ми ћемо се, због ограниченог простора, осврнути само на међуусловљеност развоја туризма и пољопривреде и туризма и домаће радиности.

2. 1. Међуусловљеност развоја туризма и пољопривреде

Обављајући своје разноврсне функције туризам, као што смо истакли, значајно прожима цјелокупну материјалну основу друштва и готово све видове њене надградње. У склопу тог прожимања он се, дакако, сусреће и са пољопривредом. Мјеста тог сусрета су многобројна, а облици утицаја веома разноврсни. Те облике је до сада у југословенској литератури најуспјешније разрадио М. Вукићевић, издвојивши непосредне позитивне, посредне позитивне и негативне утицаје туризма на пољопривреду. По овом аутору непосредни и посредни утицаји туризма на разматрану грану привреде, садржани су у анализи слједећих основних питања: туризам – фактор пољопривредног развоја, туризам – тржиште пољопривредних производа, туризам – допунска дјелатност пољопривреде (која се на овом подручју функционисања исказује кроз продају пољопривредног земљишта, кроз запошљавање сеоског становништва у туризму и кроз непосредно укључивање у туристичко привређивање), туризам – природна брана миграције (на релацији село – град), туризам – фактор побољшања културно-образовног нивоа села, туризам – фактор политизације сеоског становништва итд. (3, 52-85). Насупрот томе, негативни утицаји туризма на пољопривреду и који дјелују у економској (туризам извор и „моторна снага” инфлације и запуштање традиционалних привредних дјелатности) и некономској сфери (нарастање низа етичких и социјалних проблема, појава тзв. агресивних облика туризма и појава облика „туристичког криминала”). Поред тога, М. Вукићевић се у наведеној студији бави и питањима која указују на улогу и значај пољопривреде за туризам (пољопривреда – снабдјевач туризма храном, пољопривреда – носилац развоја туризма и пољопривреда – мотив туристичких кретања људи) (3, 85-98).

У складу са наведеним намеће се и једно сасвим логично питање: да ли се одговарајуће количине прехранбених производа могу обезбиједити са постојећих пољопривредних површина које, рецимо, припадају развијеним селима у брдско-планинском простору Црне Горе? Чини се, бар кад је у питању производња меса, млијека, јаја, кромпира, па и планинског и континенталног воћа, да, ипак, могу. Штавише, неки пољопривредно-прехранбени производи са овог простора (месо, млијеко и кромпир, на примјер) могли би, уз један интензивнији развој пољопривреде, задовољити не само ње-

гове потребе, већ и потребе знатно пространијег тржишта. Ту би, поред осталог, посебно интересантно било тржиште средишње Црне Горе, а нарочито Црногорског приморја, на којем би се посредством туризма нашли и производи планинске пољопривреде. И не само нашли. Они би као „специјалитети црногорске кухиње” имали ваљан утицај и на туристичка кретања. Ово тим прије што се одликују квалитетом који у процесу производње не познаје „хемију” – толико присутну на производном тржишту земаља и регија из којих нам долазе најбројнији посјетиоци.

Не мање је, са поменутог становишта, интересантан и брдско-планински простор Црне Горе као тржиште за производе медитеранске пољопривреде (рано и касно поврће, медитеранско воће, љековито биље и украсно цвијеће, вино, ракија и други производи). Једноставно, без снажне међусобне комплементарности постојећих пољопривредних типова, нема праве, па ни потпуне снабђевености црногорског тржишта са пољопривредно-прехрамбеним производима о којима је у овом дијелу текста бијело ријечи. Како знамо да ти производи у великој мјери задовољавају и потребе туристичког тржишта, то их је у наредном периоду нужно што више оријентисати ка све израженијим захтјевима туристичке тражње. Зато, у бројним сеоским насељима сагледаваног простора постоје солидни услови, само их треба зналачки валоризовати и у производно-тржишном смислу што чвршће и успјешније међусобно комплементирати. То у доброј мјери налаже и све успјешније пословно повезивање пољопривреде и туризма, тј. повезивање које је постепено еволуирало од просте кооперације до веома сложених форми. Еволуирало је, дакле, тако да се у савременој фази туристичког развоја комплементарност ових дјелатности огледа, између осталог, и кроз заједничко планирање, равноправно улагање у развој основних капацитета производње, заједничко финансирање информативно-пропагандне дјелатности и међусобно распоређивање добити сагласно учешћу у предузетим акцијама.

Када се на простору села у брдско-планинским и приморским цјелинама Црне Горе успоставе поменути облици сарадње, онда ће туризам и пољопривреда у њиховом друштвено-економском развоју одиграти улогу каква се, заиста, с правом од њих очекује. А очекује се, у ствари, да у споменутиим мјестима и регијама, обаве на квалитетан начин своје многобројне економске и некономске функције (4, 170).

2. 2. Међуусловљеност развоја туризма и домаће радиности

Туризам у једном туристичком мјесту укључује у сферу свог свеукупног развоја и домаћу радиност као дјелатност производног и услужног карактера, односно као дјелатност која се обавља у домаћинству, не само у циљу пружања услуга путем смјештаја посјетилаца у своје властите објекте. Поред тога, устаљена је пракса да се и сакупљање љековитог биља и других природних плодова, све траженијих на туристичком тржишту, одвија, такође, преко ове дјелатности. Одвијају се, дакле, све оне активности за које туризам, уз друге привредне дјелатности, показује веома запажен интерес. Истина, тај интерес није до сада у већини сеоских, па и туристичких насеља, довољно уважаван у смислу развоја домаће радиности, што је, мора се констатовати, велики пропуст, будући да се ради о дјелатности која може имати значајан утицај на бржи и квалитетнији развој туризма и на рјешавање одређених економских и социјалних проблема, а тиме и проблема запошљавања незапослених, или недовољно запослених становника. Може, наравно, имати утицај и у повећању националног дохотка и животног стандарда, те и у обуздавању миграције и коришћења локалних сировина и материјала за рад на подручју ове дјелатности.

Гдје би се, међутим, шта и колико производило, продавало или обављало у виду услуга из ове дјелатности на којем туристичко-географском простору, не можемо у овом тренутку знати. Зато је потребно спровести једно детаљније истраживање. Али, с друге стране, можемо готово са сигурношћу тврдити да би сви производни и услужни облици домаће радиности нашли свој пословни интерес у сарадњи са туристичком дјелатношћу. Тај интерес би се остваривао, не само кроз продају разноврсних сувенира и атрактивних предмета који имају одређену намјену и употребну вриједност у свакодневном животу и који носе фолклорна обиљежја мјеста и крајева у којима су стварани, већ и путем пласмана производа локалне пољопривреде на туристичком тржишту, које је, као што знамо, један од њихових највећих потрошача. И не само то. Продаја производа домаће радиности на овом тржишту, иностраним посјетиоцима, на примјер, много је повољнија са становишта цијена, од продаје која се постиже путем извоза. Ово стога што се цијене поменутих производа на иностраном тржишту формирају у конкуренцији са произвођачима сличне робе из других земаља и регија

свијета. Зато је много боље организовати продају ове врсте производа на домаћем тржишту и то у вријеме када страни посјетиоци код нас бораве, или се, пак, налазе на пропутовању. Систем те организације подразумијева не само обезбјеђивање одговарајућег пословног простора за продају производа домаће радиности, већ и утврђивање откупних цијена код индивидуалних произвођача, па и пружање сталне стручне помоћи тим произвођачима у погледу креирања производње, побољшању асортимана и дизајна и у погледу изналажења стимулативних мјера које би убрзале развој ове дјелатности. Кад је о пословном простору ријеч, онда истакнимо да би функцију продаје производа домаће радиности преузеле специјализоване, и за ову намјену ваљано уређене продавнице. Тамо гдје нема услова за подизање таквих продавница, морало би се, у склопу постојећих трговинско-угоститељских објеката, ићи на отварање специјализованих радних јединица намијењених, такође, за продају производа домаће радиности туристичкој клијентели, и не само њој (4, 177-179).

ЛИТЕРАТУРА

1. Касалица, С. (1982): *Туристичка валоризација неких сеоских насеља сјеверне Црне Горе – основа њиховог будућег укључивања у систем туристичке понуде*, Зборник факултета за поморство у Котору, бр. 7-8, Котор.
2. Васовић, М и Јовичић, Ж (1982): *Важније туристичко-географске регије Европе*, ИРО „Рад“, Београд.
3. Вукићевић, М (1981): *Пољопривреда и туризам*, Међуопштинско друштво економиста – Сента, Нови Сад.
4. Касалица, С (1988): *Сјеверна Црна Гора – туристичко-географска студија*, НИО „Универзитетска ријеч“, Никшић.
5. Вукићевић, М, Кабиљо, Ј, Касалица, С и Рајковић, В (1995): *Развој сеоског и планинског туризма – значајан фактор развоја брдско-планинског подручја Југославије*, Зборник радова, Савез инжењера и техничара Југославије, Жабљак.
6. Јовичић, Ж (1975): *Концепт туристичко географских истраживања у Југославији*, Туризмологија, бр. 1, Београд.
7. Влаховић, Б. (2000): *Значај амбијенталне заштите народног грађанства Дурмиторског краја*, рад саопштен на научном скупу „На извору Вукова језика“, Жабљак.

Slobodan KASALICA

REVITALIZATION FUNCTION OF TOURISM
IN MONTENEGRIN VILLAGES
(concept of the survey)

Summary

Previous analysis of the mentioned issue, beside the rest, shows that:

a) tourist evaluation of the villages in this paper is based on tourist geographic location, on attractive-recreative, ambient-architecture, ethnologic-ecological and public works – urban contents, as well as existence and tourist traffic to be, as functional component for the tourist valorisation;

b) tourism is important factor for agricultural development, agricultural market and extra activity for agriculture;

c) this society and economic phenomenon could stop the migrations towards towns, it is the factor for improvement of the cultural and educational level and politics of the village;

d) agriculture supplies tourism with food and service handicrafts in villages;

e) tourism is an important market for produced and service trades of handicrafts in villages, and

f) there are the real bases for the healthful life in our village, which are nowadays world wide huge opportunity, which ought to be drawn on, and the project „Tourism in function of preservation and revitalisation of villages in Montenegro” ought to be done.