

ИСТОРИЈА И ВРСТЕ ТУРИЗМА

Туризам је сложена појава, друштвено-економског карактера, која у многим земљама има велики удео у привредном и друштвеном развоју. У многим земљама туризам представља један од главних извора националног дохотка. Развој туризма ствара услове да велики број људи обезбеђује своју егзистенцију, бавећи се на неки начин овом делатношћу.

Туризам као социјална појава има своју дугу традицију, а прави процват доживљава у XX веку. Ово је директна последица развоја саобраћаја, повећање фонда слободног времена и бољег економског стандарда становништва. Развој туризма се значајно мењао током година, што је проузроковано променом начина живота људи, њихових интересовања и навика. Улога спорта и рекреације у савременом туристичком развоју такође се променила. Спорт је постао важна активност унутар туризма, а истовремено је туризам значајно повезан са бројним спортовима.

Негативне промене у околини где људи живе и раде као што су бука, загађење, климатске промене, стрес, фрустрираност и затворени простор условљене наглим развојем урбанизације и индустријализације створиле су човекову потребу за путовањима, новим доживљајима и активности супротне од оних свакидашњих, монотоних и заморних професионалних делатности. Путовање у циљу одмора постало је начин живота (Станишић & Бујошевић, 2004.).

Ги и Сола (Gee & Sola, 1997), као редактори материјала Светске туристичке организације године говоре о пет развојних раздобља туризма:

- Рано доба – прве цивилизације, Грчка, Рим, Азија, ...
- Средње доба – од V до XIV века: ходочашћа и истраживачка путовања,
- Доба ренесансе – од XIV до XVII века: едукативна путовања,
- Индустријска револуција – од 1750. године до 1850. године и
- Модерни туризам – развој саобраћаја, лична потрошња, масовни туризам.

Корени туризма, сежу у праисторију људског друштва. На почетку људи су се кретали неорганизовано у потрази за храном или бегом од опасности, упознавајући тако нове просторе (Јовичић, 1992). Временом та кретања су постала организованија, о чему сведоче у својим делима истакнути мислиоци Грчке и Рима у старом веку, односно пустолови попут Марка Пола у средњем веку. Искрцавање на територију северноамеричког континента 1492. године представљало је велико географско откриће, али се може посматрати и као највеће туристичко путовање до тада. Оно је представљало полазиште за каснија путовања око света. Географска открића представљају темељ на којима су почивала туристичка кретања. То се потврђује и у данашње време (продајом аранжмана за пут у космос).

У другој половини двадесетог века туризам доживљава експанзију. То се могло закључити на основу прегледа броја људи, који путују у иностранство. Туристичка кретања су 1950. године укључивала 25 милиона, да би у 2000. години укључивала 700 милиона туриста. Прогнозе говоре, да ће се број туриста повећавати у међународним туристичким кретањима и да ће учествовати више од милијарду људи (<http://world-tourism.org>). Експанзија туризма се осликава и у оствареном туристичком промету, као и у функцијама туризма (културна, социјална, политичка, здравствена, итд.).

Основна подела историјског развоја туризма може се свртстати на две епохе:

1. Епоха туризма привилегованих класа и
2. Епоха савременог туризма.

Постоје докази (фосилни остаци) да је праčovек још пре 15000 година напуштао своје станиште у потрази за бољим условима живота, да се кретао односно путовао што је основ дефиниције туризма. У старим цивилизацијама (Феникији, Египту, Вавилону Персији, Кини, Индији, Грчкој, Риму) предузимана су путовања слична туристичким ради успостављања мира (краљица Хачепсут 1500 година пре нове ере), трговине, религиозних разлога (храм у Теби, Светилиште у Делфима), здравствених (опоравак римских легионера и грађана у бањама и купалиштима, спортских (Олимпијске игре), рекреације, одмора у летњим месецима, забаве (на јавним приредбама, атлетским такмичењима, гладијаторским борбама) и образовања.

У доба феудализма под утицајем цркве, која је забрањивала развој духа и тела, путовања су била углавном из религиозних и верских разлога (ходочашћа у Рим, Јерусалим), а феудалци су организовали турнире и лов.

У време хуманизма и ренесансе када долази до великих научних и техничких достигнућа, развоја културе и економије и нових политичких идеја, поново долази до развоја туризма. Организују се велика путовања у културне центре (Рим, Берлин, Праг), планинске центре (Алпи), лечилишта (Француска и Италија). Посебан значај имала је изградња нових путева, појава железнице, пароброда и мотора са унутрашњим сагоревањем.

Рани развој организоване туристичке индустрије можда се најбоље сагледава кроз прве туристичке екскурзије. Сматра се да су још двадесетих година XX века из Енглеске предузимана путовања у делове Француске и Швајцарске.

За незванични почетак развоја туристичких кретања узима се путовање које је организовао Томас Кук 1841. године, продавац књига и баптистички свештеник, који је дошао на идеју да за потребе једног скупа уметника изнајми услуге превоза возом за учеснике, који би дошли на тај скуп. Веома брзо после тога, 1845. године, Кук је покренуо организацију путовања ради задовољства кроз своју компанију „Кукова путовања“ („Cook's Tours“). То се сматра званичним почетком туристичке индустрије. Већ средином XIX века оваква путовања су постала један од омињених облика забаве и трошења слободног времена у Енглеској, а убрзо и у другим деловима Европе. Оваква туристичка путовања директно су утицала на обликовање физиономије и развој региона у којима се сливао све већи број туриста. Кукова путовања била су углавном усмерена ка обали мора, али су врло брзо Енглези почели да откривају нове пејзаже у северном Велсу, Шкотској и Ирској, односно деловима земље који нису били ка мору. То су била прва туристичка путовања која се нису везивала за морске регије. Убрзо су понуђена путовања у рурална подручја у Европи и урбане европске центре.

Изградња железничких пруга убрзала је ширење таласа туристичких путовања (осим развоја туризма на обали мора, развијају се различити видови активности у туристичким обиласцима сликовитих крајева унутрашњости у Енглеској, САД-у, Француској).

Период после Првог светског рата посебно је значајан за развој туристичке индустрије:

- Повећање броја туриста у рецептивним туристичким регијама;
- Консолидација урбаних центара као туристичких локалитета;
- Даље јачање туризма у економској структури локалне заједнице и
- Ширење туристичких зона и креирање туристичких регија које се често формирају око нових, јефтинијих облика смештаја (кампови).

Током тридесетих година XX века развија се тзв. домаћи туризам (средња класа може себи да приушти путовања у својој земљи, али не у иностранство).

Након Другог светског рата, укупни опоравак економије условио је поновно јачање туристичког сектора (консолидује се прво домаћи туризам, који јача нарочито у периоду од 1950. до 1970. године).

Током седамдесетих година XX века долази до опадања броја домаћих туриста и многа до тада развијена летовалишта и туристички локалитети (првенствено везани за морске обале) почињу да стагнирају. Туристима се нуде егзотичнија путовања која осамдесетих година доживљавају праву експлозију (међународни туризам). То се поклапа са јачањем саобраћаја, интензивнијим процесом глобализације (не само у транспортним компанијама, већ и у хотелијерској индустрији), као и расту глобалне економије, која је омогућила потрошачима да могу себи приуштити даља путовања и билазак удаљенијих дестинација.

Развој туризма у многоме зависи од: односа туризма и локалне заједнице, туризма и савремене глобалне економије, друштвених промена и туризам, туризма као фактора реструктурирања урбаних простора, туризма као сегмента одрживог развоја итд.

W. Freyer у свом делу из 1990. године истиче како треба одвојити појаву путовања од појаве туризма. Он користи три основна критеријума: степен развијености саобраћајних средстава, мотив путовања и број учесника на путовању. Појам путовања сврстава у предфазу до 1840. године, док туризам дели на три фазе:

- Почетна фаза – од 1850. до 1914. године,
- Развојна фаза – од 1914. до 1945. године и
- Висока фаза – од 1945.

Основни критеријум за овакву поделу јесу привредне промене у свету и последице које су ове промене имале на живот човека.

Врсте туризма

Туризам је, историјски гледано, одувек био на неки начин селективан будући да је израстао на индивидуалним туристичким мотивима. У данашње време када туризам представља глобалну индустрију, понуда је последично суочена са највећим степеном конкуренције па се намеће потреба за суптилнијим видовима диференцијације туристичке понуде. Један од видова разликовања туристичких одређишта је према обележјима тзв. тврдог (енг. *hard*) туризма или меког (енг. *soft*) туризма.

Од завршетка Другог светског рата па све до почетка осамдесетих година прошлог века туризам је био тзв. *hard* туризам, с обележјима масовности, унапред испланираним и чврстим пакет-аранжманима, малим припремама за путовање, често и непознавањем језика, културе и обичаја одређишне дестинације. Циљ, или главни мотив био је тзв. "3S" дестинација или сунце, песак и море (sun, sand, sea). Масовност туризма одвијала се у два наврата током године; лети на плажама и зими на снегу. Обзиром да је путовање било у "шпицу сезоне" користила су се искључиво брза превозна средства, провођење одмора било је мирно, пасивно и удобно, а додатне активности туриста биле су искључиво потрошачког карактера. Специфично за ово раздобље је и изградња масивних комплекса за прихват великог броја туриста.

"Soft" или меки туризам више се приближава индивидуалном туристи јер је предвођен индивидуалним и спонтаним одлукама о путовању којима претходи истраживање културе, језика, обичаја и других туристима занимљивих обележја одређишта. Осим тога, нови тренд у туризму је да се годишњи одмор са сврхом путовања користи у неколико наврата током године. Планирање путовања је индивидуално и подржано савременим електронским медијима, углавном интернетом, путем којег се дистрибуирају промотивни и информативни садржаји о дестинацијама широм света. Стога се проблематика посебних видова туризма разматра на стратешком и оперативном нивоу јер омогућава подстицање уједначеног туристичког развоја

свих локалитета, па и оних која до сада нису била туристички атрактивна.

Постоје различите врсте туризма:

Верски туризам један је од најстаријих облика туризма: из разних религијских побуда посећују се светилишта. Будући да се ради о економски врло уносном облику туризма, такве су дестинације редовно средишта не само верских, него и трговачких, културних и осталих догађања у појединим регијама. У таквим местима се за потребе ходочасника развијају и прилагођавају различити инфраструктурни, гастрономски, културни и остали садржаји.

У последње време све је израженији интерес за културу, тј. за историју, уметност, и уопште за баштину и стил живота људи на неком локалитету или некој регији па се, у складу са тим, развија **културни туризам**. Паралелно са почецима културног туризма из времена "Grand Tour" туризма, кад су већином деца аристократије путовала са циљем размене искуства и стицања нових знања, развио се креативни туризам. Он се односи на активно укључивање туриста у културу заједнице, кроз интеракцију у радним скуповима и неформално учење путем искуства. Више држава нуди овакав облик туризма (Велика Британија, Аустрија, Француска, Бахами, Јамајка, Шпанија, Италија, Нови Зеланд...), а све већи интерес туриста за овај нови облик путовања и откривања локалних култура заслужне су највише туристичке агенције и њихови стручњаци, који пажњу туриста усмеравају на специфичности локалне културе.

Едукативни туризам развио се из растућег тренда усвајања нових знања, али и преношења својих знања другима, као и побољшавање властитих способности изван учионица. У фокусу је упознавање са културом и стицање нових знања, или рад и примена усвојених знања у животним околностима.

Здравствени или медицински туризам појављује се услед значајних разлика у цени медицинских услуга међу државама или пак различите законске регулативе, с обзиром на допуштеност медицинских захвата па жељена услуга постаје главни мотив одласка у неку дестинацију.

Одрживи туризам наслања се на појам одрживог развоја који подразумева задовољавање потребе садашњег нараштаја, али уз одржавање културног интегритета, основних еколошких процеса, биолошке разноликости и одрживог развоја живота, дакле управљање ресурсима без угрожавања потреба будућих нараштаја људи. Одрживи туризам сагледава се кроз призму еколошког приступа, уважавајући социолошко-културне капацитете локалне заједнице на одредишту које мора бити укључено у планирање оваквих облика туризма. Такође, подразумева интеграцију туризма у тренутном степену развоја како би се смањили или ублажили потенцијално негативни учинци "масовног туризма". Дакле, овај је облик противан "масовном" или "нискобуџетном" туризму, који не узима у обзир утицај туризма на еколошку и/или социолошку компоненту одредишта.

Сафари туризам (сафари на свахили језику значи путовање) је појам који означава туристички поход на подручју Африке и разгледање природе. Док је некад сафари углавном подразумевао лов на велике животиње и осталу дивљач, данас се тај назив више користи за обилазак природе и посматрање и фотографисање животиња у њиховом природном окружењу. Све уочљивијој носталгији према традиционалном и оживљеном идеалу „повратка природи“, као специфичан облик развија се и **агротуризам** који за одредиште нуди угођај сеоског амбијента. Његова привлачност је у традиционалној архитектури, гастрономији, сеоским пословима и обичајима итд.

Екотуризам или еколошки туризам подразумева посете заштићеним подручјима која су сама по себи осетљива. Због тога треба водити рачуна да се на дотичну околину својим боравком утиче што мање. Зато чести слоган заштићених подручја гласи: "Однесите само успомене, а оставите само отиске (стопала у песку)". Овај вид туризма помаже у едукацији туриста, омогућује средства за очување одредишта, директно утиче на економски развој и

политичку развијеност локалне заједнице, промовише поштовање различитих култура и људских права.

Рецесијски туризам је тренд у путовањима који се развио паралелно са светском економском кризом. Намењен је нискобуџетним туристима и већином се одвија на старим одмаралиштима. Разна средишта рецесијског туризма доживела су пословни бум управо у време рецесије, највише захваљујући ниским ценама.

Мрачни или црни туризам укључује посете "мрачним" местима као што су бојишта, попршта најтежих злочина или геноцида (нпр. концентрациони логори). Почети овог облика туризма досежу још из средњег века. Ово је тренутно мали, али растући сегмент у туризму мотивисан различитим побудама као што су туга за ближњима, одржавање сећања, образовање, знатижеља, па чак и забава.

Уклети туризам, познатији и као туризам проклетих или туризам задње прилике подразумева путовања на места која су еколошки или на неки други начин на рубу катастрофе (пример сњежни врхови планине Килимањаро, Африка, глечери Патагоније којима прети отапање или корални гребени Великог коралног гребена) пре него што буде прекасно. Овај вид туризма први је пут приказао Kenneth Shapiro, главни уредник магазина "Travel Age West" 2007. године. Разлог растућег тренда овог вида туризма неки стручњаци повезују с одрживим туризмом, док други указују да управо долазак туриста на ове локације повећава њихову угроженост.

Свемирски туризам до сад је врло ограничен и своди се на Руску свемирску агенцију која је једина до сада пружила ову могућност. Овом виду туризма до 2030. године предвиђа се раст промета вредан неколико милијарди долара годишње.

У духу времена данас се развијају још неки нови концепти (**екстремни туризам, геолошки туризам, гастро-ено туризам, поп-култура туризам, ратни туризам, wellness туризам...**). Посебни облици туризма одражавају жељу туристичких радника, као и одређених туристичких дестинација да на туристичкој карти света буду препознатљиви по јединственом и специфичном туристичком производу којим ће привлачити што већи број туриста заинтересованих за баш одређену понуду. Али, и поред својих посебности, сви специфични облици туризма имају заједничку основу, више њих се често прожима и допуњава и сви чине туристичку индустрију. Поред напред споменутих, по својим финацијским ефектима значајни су још **наутички, ловни и спортски туризам**.