

## **MOGUĆNOSTI RAVNOMERNIJEG TURISTIČKOG RAZVOJA UZ PRETPOSTAVKE POZITIVNIJEG UTICAJA NA EKONOMSKI SEKTOR**

---

### **OPPORTUNITIES FOR MORE BALANCED TOURISM DEVELOPMENT WITH THE ASSUMPTION OF POSITIVE IMPACT ON THE ECONOMIC SECTOR**

---

Aleksandra Vujko<sup>3</sup>

Visoka poslovna škola strukovnih studija

Tamara Gajić<sup>4</sup>

Visoka poslovna škola strukovnih studija

#### **Sažetak**

Imajući u vidu značaj sezonalnosti kao fenomena koji se prožima kao akutno pitanje problematike turističkog razvoja u svetu, autorke su u radu pokušale ukazati na činjenicu da pojedini prostori imaju mogućnosti za ravnomerniji razvoj turizma. Postavljena je glavna hipoteza, kao i podhipoteze koje se tiču utvrđivanja stepena sezonalnog ili neravnomernog turističkog razvoja Fruške gore (Vojvodina, Srbija) tokom godine, te da li postoje mogućnosti ublažavanja ovih dispariteta, čime bi se neminovno došlo do pozitivnih efekata u određenim ekonomskim kategorijama. Sprovedeno je anketno istraživanje u određenim ugostiteljskim objektima na Fruškoj gori 2013. godine, te u poznatim novosadskim biciklističkim, planinarskim i konjičkim klubovima, kao i anketa slučajnog uzorka sprovedena među stanovnicima Novog Sada. Veličina reprezentativnog uzorka je 153 ispitanika, a za obradu podataka korišten je SPSS program (verzija 17.0). Da bi se utvrdila odstupanja određenih frekvencija upotrebljen je Pearson Chi-Square Test, a analizom dobijenih podataka potvrđena je glavna hipoteza.

**Ključne reči:** turizam, sezonalnost, ekonomski razvoj, Fruška gora

---

<sup>3</sup> Vladimira Perića – Valtera, 21000 Novi Sad, Telefon: +381 64 9142645, E-mail: aleksandravujko@yahoo.com

<sup>4</sup> Vladimira Perića – Valtera, 21000 Novi Sad, E-mail: tamara\_gajic@yahoo.com

## Summary

Considering the importance of seasonality as a phenomenon that permeates question as acute problems of tourism development in the world, the authors of this paper tried to point out the fact that some areas have more equal opportunities for tourism development. The main hypothesis is set as well as lower-level hypotheses, those are concerning the determination of the degree of seasonality or uneven tourism development of Fruška Gora Mountain during the year, and whether there are opportunities to mitigate these disparities, which would inevitably bring about positive effects in certain economic categories. The method survey was conducted in prominent cycling, hiking and horse clubs in the city of Novi Sad. Also, the method survey was conducted on a random sample of the residents of Novi Sad (the sample of 153 participants). The data were processed with the SPSS program (version 17.0). To determine the frequency of specific deviations chi-square test is used. The task of this research was to confirm the main hypotheses, which have greatly contributed to the results of a given study, whose analysis of some concrete and practical solutions, as well as suggestions for future steps in the promotion of current tourism development and the implications for economic development. The authors used statistical data and all available secondary documentation.

**Keywords:** Tourism, Sesonality, Economic Development, Fruška Gora Mountain

## 1 Uvod

Razvoj turističke privrede doprinosi opštem regionalnom razvoju, a radna mesta otvaraju se čak i u područjima industrijskog i ruralnog nazadovanja, te onih područja koja prolaze kroz urbanu obnovu. Drugačije rečeno turizam je agens oživljavanja mnogih privrednih i neprivrednih delatnosti, te stimulacije zapošljavanja i posebno značajan faktor u daljem razvoju ekonomskih odnosa sa inostranstvom. Saznanje o postojanju sezonalnog dispariteta u turističkom razvoju u svetu nametnulo se i pri koncipiranju ovog istraživačkog poduhvata kao aktuelne teme. Produblјivanje razlika između razvijenih i nerazvijenih delova sezone nalazi svoj oslonac u teritorijalnoj alokaciji investicija, ali i jednostranostima privrednog sistema. Poslednje decenije dvadesetog veka su stvorile za inostrani turizam Srbije vrlo nepovolјnu konstelaciju u kojoj su postali evidentni svi dugoročnije akumulirani problemi u samom turizmu, a još više problemi njegovog nedefinisanog mesta i uloge u privredi i društvu kao celini. Do stagnacije razvoja turizma u Srbiji i plasiranju na međunarodnom turističkom tržištu dolazi upravo u vreme kada druge evropske zemlje uglavnom beleže visok nivo turističke razvijenosti, kod kojih je turizam ujedno i doprineo razvoju nacionalnih ekonomija zemalja i njihovih regiona, te postao snažan faktor međunarodnih ekonomskih odnosa i agens oživljavanja celokupne privrede. Za sada se može govoriti samo o parcijalnom turističkom uspehu koji je zapravo samo prividan, a isto tako se sa sigurnošću može tvrditi da će se najveći uspeh postići kada se dostigne i veći stepen međuregionalne turističke povezanosti. Ono na čemu se primarno zasniva tema ovog rada je uvid u postojeću sezonalnu nejednakost po pitanju razvijenosti turističke privrede, osvrćući se samo na osnovne pokazatelje disproporcionalnog turističkog razvoja. Autorke rada su sprovele istraživanje na

prostoru Fruške gore u cilju utvrđivanja stepena postojeće sezonalnosti, te se u istraživanju krenulo upravo od ove hipoteze. Takođe se pokušalo ustanoviti da li postoje određeni uslovi za smanjenje disproporcionalnog godišnjeg razvoja turizma, te koji su to segmenti ponude koji determinišu ravnomerniji razvoj turizma. Naravno, kroz utvrđivanje datih hipoteza i podhipoteza autorke su iznele određene statističke podatke koji ukazuju da ublažavanje stepena sezonalnosti može dovesti i do pozitivnih efekata u određenim ekonomskim kategorijama. Za potrebe rada izvršeno je anketno istraživanje 2013. godine, s reprezentativnim uzorkom od 153 anketirane osobe, a za obradu dobijenih podataka korišten je SPSS metod. Ispitaničke grupe obuhvatile su uglavnom sportsko-rekreativne kategorije, jer je to neminovno i jedini najzastupljeniji oblik turističkih kretanja na prostoru Fruške gore. Osim navedene metode istraživanja autorke su koristile svu dostupnu literaturu i sekundarnu publikaciju. Obradom i analizom podataka autorke su potvrdile polaznu hipotezu o postojanju sezonalnog, odnosno neravnomernog turističkog kretanja tokom godine na datom prostoru.

## 2 Pregled literature

Sezonalnost predstavlja jednu od najistaknutijih karakteristika turizma, ali isto tako i jednu od najmanje shvaćenih. Konkretno, sezonalnost uopšteno pokazuje dramatičan turistički vrhunac tokom određenih meseci. Takve oscilacije turista i prihoda su gotovo univerzalno gledane kao problem u turizmu. Uopšteno je prihvaćeno da sezonalnost u turizmu zavisi od dve osnovne grupe faktora, prirodnih i institucionalnih (Hartman, 1986; BarOn, 1999; Higham & Hinch, 2002). Sezonalnost koja zavisi od prirodnih faktora odnosi se na normalne vremenske varijacije u prirodnim pojavama, posebno onih koje su povezane s cikličkim klimatskim promenama tokom cele godine, kao što su temperatura, padavine, vetar, i svetlost (Allcock, 1994; Butler, 1994). Institucionalni faktori odražavaju društvene norme i prakse društva. Ti faktori se najčešće zasnivaju na verskim, kulturnim, etničkim, društvenim i ekonomskim razlozima i ogledaju se u različitim verskim, školskim i državnim praznicima (Higham and Hinch, 2002). Pored toga, Butler (1994) navodi i druge faktore: prestiž, sportske manifestacije, tradiciju i drugo. Butler i Mao (1997) prave razliku između faktora koji deluju u mestu boravka od onih koji deluju u turističkim mestima, smatrajući da ti faktori ne deluju samostalno već su međusobno povezani i interaktivni. Sezonske varijacije u turističkoj tražnji su opšte priznate, i kao fenomen i problem, kako od strane stručnjaka tako i od strane naučnika. Identifikovani su uzroci i oblici (BarOn 1976; Butler 1994; Koenig & Bischoff, 2004); koncept, teorije i definicije, a istraženi su i uticaji i percepcije sezonalnosti (Butler & Mao 1997; Koenig & Bischoff, 2004); proučene su veze između kolebanja potražnje i turističkih motiva (Calantone & Johar 1984; Manning & Powers 1984; Spotts & Mahoney, 1994; Koenig and Bischoff, 2004); prezentovani su pregledi različitih metoda za kvantifikovanje sezonske varijacije (Drakatos 1987; Koenig & Bischoff 2004); upotrebljen je pristup analize uzoraka dolaska turista na pojedinim destinacijama (Lim & McAleer 2001; Koenig & Bischoff 2004); i primenjene su kvantitativne tehnike za istraživanje varijacije potražnje u smeštajnom sektoru (Jeffrey & Barden 1999; Koenig & Bischoff 2004; Nadal, Font & Rosselo, 2004).

Vujko, A. i Gajić, T. (2015). Mogućnosti ravnomernijeg turističkog razvoja uz pretpostavke pozitivnijeg uticaja na ekonomski sektor. *Anali poslovne ekonomije*, br. 12, str. 32–47

Sezonalnost je jedan od najreprezentativnijih atributa turizma i često se vidi kao jedan od glavnih problema ove industrije. Postavljene su mnoge definicije ovog koncepta. Prema Alkoku (1994), u pitanju je tendencija turističkih tokova da se koncentrišu u relativno kratkim razdobljima u godini. Ova karakterizacija se pre svega bazira na godišnjoj raspodeli turističkih tokova. Sledeći istu logiku, Butler (1994) sezonalnost opisuje kao privremenu neravnotežu koja se može izraziti turističkim prometom, intenzitetom saobraćaja, zapošljavanjem ili odnosom prema atrakcijama. U svakom slučaju jedna od najdoslednijih karakteristika sezonalnosti je njena učestalost. U tom smislu, BarOn (1999) smatra da se posmatrani efekti sezonalnosti javljaju svake godine sa manje-više istim vremenskim rasponom i magnitudom.

Treba istaći da se sezonalnost doživljava kao problem s ozbiljnim posledicama za sve aspekte privrede (Baum 1999). Problemi koji se najčešće javljaju odnose se na investicije (teškoće u osiguravanju povratka kapitala) i zapošljavanja (sezonska zaposlenja i teškoća za poslodavce pri regrutovanju i zadržavanju osoblja puno radno vreme). Na kraju treba spomenuti i štetne uticaje sezonalnosti na životnu sredinu, uzrokovane intenzitetom pritiska na pojedine resurse, pre svega njegovim prekomernim iskorišćavanjem tokom sezone (Fernandez-Morales, 2003). Imajući sve ovo u vidu, jasna su nastojanja kako javnog tako i privatnog sektora za smanjenje sezonalnosti kroz različite pristupe (Butler 1994). S druge strane, razlozi lošeg položaja Srbije na međunarodnom turističkom tržištu stoje u kauzalnom odnosu sa dinamikom razvoja turističke ponude, njenog kvaliteta i dostignutog stepena konkurentnosti na tržištu. Pozitivni uticaji biće osetni u svim sferama života, počevši od ekonomskih, socijalnih, kulturnih i sl., ali će na taj način visoko razvijene oblasti Srbije uticati na dalje omasovljavanje turizma i prezentovanje države na svetskom turističkom tržištu, otkrivajući delove zemlje ili turističke proizvode koji do tada realno nisu imali ekonomskih i drugih uslova za ulazak u turističku ponudu (Gajić, 2010). Turistički proizvodi Srbije, krajnje uprošćeno shvaćeni, su kao deo njene regionalne turističke ponude, predstavljaju krajnji rezultat međusobno povezanih i usklađenih postupaka unutar kojih se vrši kvantitativno-kvalitativni preobražaj turističkih sirovina ovog prostora u njegovo turističko bogatstvo, odnosno regionalnu turističku ponudu, a zatim u opšti turistički proizvod. Faktori koji nisu u formiranom lancu faktora regionalne turističke ponude tj. u opštem turističkom proizvodu ne nalaze se pod dejstvom mera turističke politike.

### **3 Metodologija istraživanja**

Istraživanje se zasnivalo na kombinaciji kvantitativnih (upitnici, statistike i internet analize) i kvalitativnih metoda (intervju, razgovor i pisani dokumenti). U fazi definisanja teorijskog okvira rada korišten je bibliografsko-spekulativni, a prilikom obrade i interpretacije rezultata statistički metod. Prvi deo rada čini terensko istraživanje i prikupljanje podataka direktnim ispitivanjem koje je provedeno u tri biciklistička kluba iz Novog Sada ("Vojvodina", "Elit" i "Velo"), dva planinarska društva iz Novog Sada ("Železničar" i "Poštar"), u konjičkom klubu "Petras" iz Petrovaradina, te među slučajnim prolaznicima. Istraživanje je deo šireg istraživačkog projekta koji je proveden u cilju provere hipoteze da prostor Fruške gore raspolaze resursima za razvoj određenih oblika turističkih kretanja. Uzorak je obuhvatio 153

ispitanika podeljenih u četiri grupe: biciklisti, planinari, terenski jahači i slučajni prolaznici. Anketa je realizovana u periodu maj-avgust 2013. godine, a upitnik se sastojao od 30 pitanja grupisanih u nezavisne i zavisne varijable. Nezavisne varijable čini skupina pitanja koja su se odnosila na pol, starosnu strukturu i samu strukturu ispitanika u odnosu na njihove afinitete. U drugom delu rezultata izvršena je obrada i analiza zavisnih promenljivih. Varijable su se ticale mišljenja ispitanika o najpogodnijem godišnjem dobu za upražnjavanje njihovih omiljenih aktivnosti, zatim o pogodnostima koje pruža određeno godišnje doba na planini za određeni oblik aktivnosti, kada se najčešće odlazi na planinu (vremenski period) i pod pretpostavkom da je izražena sezonalnost u poseti planini, ispitanicima je postavljeno pitanje što nedostaje da bi njihova poseta planini bila ravnomernija. Procena trenutnog stanja i mogućnosti uticaja turizma na ekonomski razvoj datog prostora rezultirano je terenskim istraživanjem, a analize su vršene na osnovu podataka dobijenih terenskim istraživanjem. Međutim, kako u Srbiji još uvek nema jedinstvena evidencija turističkog prometa kako broja turista tako i njihovih noćenja u objektima za smeštaj na Fruškoj gori, podaci su dobijeni na osnovu subjektivne ocene pružalaca usluga anketiranim posetiocima. Dobijeni podaci su obrađeni odgovarajućim statističkim metodama deskriptivnog i komparativnog karaktera, čime je omogućena eksplikacija rezultata istraživanja i izvođenje određenih zaključaka. Jedan od postupaka analize dobijenih podataka bio je i Chi-kvadrat test (Pearson Chi-Square Test), koji je poslužio da bi se utvrdilo da li neke dobijene (opažene) frekvencije (odgovori ispitanika) odstupaju od frekvencija koje su bile očekivane. Kod ovog testa se tražilo da li postoji povezanost između ove četiri skupine ispitanika i verovatnost povezanosti. Praksa je da se uvek krene od pretpostavke da postoje određene vrednosti razlika u odgovorima ispitanika. Kako bi se uočila razlika u odgovorima merena na osnovu statistički značajne razlike u distribuciji zavisne varijable u odnosu na nezavisnu, primenjen je ovaj test, a za statistički značajne razlike uzimaju se one za koje je  $p < 0,05$ . U istraživanju se krenulo od glavne hipoteze H: da postoji izražen određeni stepen sezonalnosti turističkih kretanja na Fruškoj gori. Pored glavne, postavljene su i određene pod-hipoteze: h1 - na Fruškoj gori postoje uslovi za ravnomerniji godišnji razvoj turizma, a ublažavanje trenutno izražene sezonalnosti turističkih kretanja (onih za koje postoje uslovi) na Fruškoj gori uticao bi pozitivno na sveukupan ekonomski razvoj prostora; h2 - svako godišnje doba na planini jednako je privlačno za turistička kretanja; h3 - postojeći stepen sezonalnosti rezultat je i problematika ljudskog faktora; h4 - kvalitet turističke ponude nije determinišući faktor ravnomernijeg (nesezonalnog) turističkog kretanja; h5 - ravnomerniji turistički razvoj tokom sezone implicira neminovno povećanje turističkog prometa za Frušku goru i okolinu.

## 4 Rezultati i diskusija

U anketnom istraživanju učestvovali su posetioci Fruške gore, uglavnom učesnici sportsko-rekreativnog turizma sledeće strukture (Tabela 1): biciklisti (33%), planinari (26,1%), terenski jahači (17,6%), te slučajni prolaznici (20,9%). Što se tiče starosne strukture posetilaca anketiranjem je obučeno 56,6% muške populacije i 43,4% žena. Najveći procenat njih, tačnije 59,6%, je starosne dobi od 25 do 35 godina, zatim

Vujko, A. i Gajić, T. (2015). Mogućnosti ravnomjernijeg turističkog razvoja uz pretpostavke pozitivnijeg uticaja na ekonomski sektor. *Anali poslovne ekonomije, br. 12*, str. 32–47

14,4% od 16 do 25 godina, a najmanji procenat sudionika je starosne dobi od 35 do 45 (4,1%), zatim do 15 godina (4,8%), te preko 56 godina njih 9,6%.

**TABELA 1: STRUKTURA ISPITANIKA**

		Frekvencije	%
Važeći podaci	Biciklisti	51	33,3
	Planinari	40	26,1
	Terenski jahači	27	17,6
	Slučajni prolaznici	32	20,9
	Ukupno	150	98,0
	Nedostaje	3	2,0
	Ukupno	153	100,0

Nakon obrade podataka koji su se odnosili na nezavisne varijable, u daljnjem radu urađena je obrada i analiza zavisnih promenljivih. Poređenja u odgovorima su vršena u odnosu na pol ispitanika, njihovu starosnu strukturu i zemlju porekla, ali u radu su prikazani samo odgovori u odnosu na spol ispitanika kao i odgovori koji su se razlikovali, tj. u kojima je  $p < 0,05$ . U Tabeli 2 prikazano je mišljenje ispitanika o najpogodnijem godišnjem dobu za upražnjavanje njihovih omiljenih aktivnosti. Interesantno je da je u analizi odgovora ispitanika pokazano da je bilo statistički značajne razlike u odgovorima ispitanika različitih struktura jer je  $p = 0,000$ . Jedino su jahači u najvećem broju slučajeva odgovarali da je za njihovu aktivnost najpogodniji letnji period i to 17 ispitanika od (11,5%) od ukupno 19 ispitanika koji su pripadali ovoj grupi. Zajedno sa još 2 ispitanika (1,4%) koji su pripadali skupini slučajnih prolaznika, onih koji su odgovorili da je leto najpogodnije godišnje doba, ukupno je bilo 12,8%. Sve ostale grupe su odgovarale da je svako godišnje doba podjednako atraktivno (87,2%).

**TABELA 2: POGODNOST ODREĐENIH GODIŠNJIH DOBA ZA UPRAŽNJAVANJE OMILJENIH AKTIVNOSTI**

Struktura ispitanika	Leto	Svako godišnje doba je jednako pogodno	Ukupno
Biciklisti	0	53	53
	0%	35,8%	35,8%
Planinari	0	41	41
	0%	27,7%	27,7%
Terenski jahači	17	2	19
	11,5%	1,4%	12,8%
Slučajni prolaznici	2	33	35
	1,4%	22,3%	23,6%
Ukupno	19	129	148
	12,8%	87,2%	100,0%
Pearson Chi-Square Test	Vrednost	df	Statistička značajnost (p)
	115,156	3	0,000

Rezultati su pokazali da je podhipoteza  $h_2$  samo delimično tačna, odnosno da je svako godišnje doba podjednako privlačno samo za pojedina turistička kretanja i pojedine aktivnosti, pre svega za biciklizam i planinarenje. U Tabelama 3, 4, 5 i 6 prikazani su potencijali planine za ravnomeran godišnji razvoj turizma. Naime, ispitanicima su postavljena otvorena pitanja o pogodnostima upražnjavanja njihovih omiljenih aktivnosti u odnosu na pojedina godišnja doba (proleće, leto, jesen i zima). Neki od odgovora koje su dali ispitanici odražavali su pravu sliku potencijala koji ova planina pruža. Iz Tabele 3 vidi se da samo 8,3% ispitanika, nije sigurno koji su to razlozi zbog kojih je proleće idealno godišnje doba za razvoj pojedinih oblika turizma, a da 91,7% njih smatra da postoji čitav niz predispozicija za razvoj. Promatrajući Tabelu 3 uočava se da nije bilo statistički značajne razlike u odgovorima ispitanika ( $p = 0,351$ ).

**TABELA 3: POGODNOST UPRAŽNJAVANJA AKTIVNOSTI U PROLEĆE**

Struktura ispitanika	Sve se budi, ozelenjava	Planina je puna visibaba i drugog cveća	Duž staza je moguće videti životinje i ptice	Vazduh je čist i svež, zelenilo inspiriše	Ne znam	Ukupno
Biciklisti	14 9,7%	15 10,3%	11 7,6%	8 5,5%	5 3,4%	53 36,6%
Planinari	9 6,2%	8 5,5%	8 5,5%	7 4,8%	7 4,8%	39 26,9%
Terenski jahači	5 3,4%	4 2,8%	5 3,4%	4 2,8%	0 ,0%	18 12,4%
Slučajni prolaznici	6 4,1%	11 7,6%	12 8,3%	6 4,1%	0 ,0%	35 24,1%
Ukupno	34 23,4%	38 26,2%	36 24,8%	25 17,2%	12 8,3%	145 100,0%
Pearson Chi-Square Test	Vrednost		df	Statistička značajnost (p)		
	13,247		12	0,351		

Iz Tabele 4 se vidi da su svi ispitanici (100%) saglasni da je letnji period idealan za razvoj pojedinih oblika turizma, a isto tako ne uočava se statistički značajna razlika u odgovorima jer je  $p = 0,334$ .

Vujko, A. i Gajić, T. (2015). Mogućnosti ravnomjernijeg turističkog razvoja uz pretpostavke pozitivnijeg uticaja na ekonomski sektor. *Anali poslovne ekonomije*, br. 12, str. 32–47

**TABELA 4: POGODNOST UPRAŽNJAVANJA AKTIVNOSTI U LETO**

Struktura ispitanika	U šumi je mnogo prijatnije nego u stanovima i kućama	Moguće je kupati se u jezerima na koja se naide	Moguće je kampovati u prirodi i ostati duže na otvorenom	Šuma je puna šumskih jagoda i drugih ukusnih plodova	Moguće je boraviti u planinarskim domovima	Ukupno
Biciklisti	14 9,3%	11 7,3%	9 6,0%	8 5,3%	13 8,7%	55 36,7%
Planinari	6 4,0%	7 4,7%	7 4,7%	8 5,3%	13 8,7%	41 27,3%
Terenski jahači	3 2,0%	3 2,0%	5 3,3%	5 3,3%	3 2,0%	19 12,7%
Slučajni prolaznici	13 8,7%	9 6,0%	6 4,0%	4 2,7%	3 2,0%	35 23,3%
Ukupno	36 24,0%	30 20,0%	27 18,0%	25 16,7%	32 21,3%	150 100,0%
Pearson Chi-Square Test	Vrednost 13,497		Df 12	Statistička značajnost (p) 0,334		

Što se jesenjeg razdoblja tiče (Tabela 5), situacija je približno slična kao i u prethodnim pitanjima jer je 93,9% ispitanika dalo krajnje zanimljive i originalne razloge zbog kojih je po njihovom mišljenju razvoj određenih oblika turizma na Fruškoj gori moguće i u jesenskom razdoblju.

**TABELA 5: POGODNOST UPRAŽNJAVANJA AKTIVNOSTI U JESEN**

Struktura ispitanika	Šuma je bogata pečurkama i drugim plodovima	Planinski izvori su dostupni	Jesen je najljepše i najživopisnije godišnje doba	Nema ništa lepše od zvuka opalog lišća	Godišnje doba idealno za posetu manifestacijama	Ne znam	Ukupno
Biciklisti	9 6,0%	13 8,7%	18 12,0%	8 5,3%	1 ,7%	6 4,0%	55 36,7%
Planinari	14 9,3%	5 3,3%	8 5,3%	9 6,0%	4 2,7%	1 ,7%	41 27,3%
Terenski jahači	8 5,3%	4 2,7%	2 1,3%	3 2,0%	2 1,3%	0 ,0%	19 12,7%
Slučajni prolaznici	10 6,7%	4 2,7%	6 4,0%	6 4,0%	7 4,7%	2 1,3%	35 23,3%
Ukupno	41 27,3%	26 17,3%	34 22,7%	26 17,3%	14 9,3%	9 6,0%	150 100,0%
Pearson Chi-Square Test	Vrednost 24,367		df 15	Statistička značajnost (p) 0,028			



Vujko, A. i Gajić, T. (2015). Mogućnosti ravnomjernijeg turističkog razvoja uz pretpostavke pozitivnijeg uticaja na ekonomski sektor. *Anali poslovne ekonomije*, br. 12, str. 32–47

Posmatrajući Tabelu 5 uočava se da nije bilo statistički značajne razlike u odgovorima ispitanika ( $p = 0,028$ ). Razlike u odgovorima ispitanika bilo je u vezi sa zimskim razdobljem godine, što se može videti iz podatka  $p = 0,001$  iz Tabele 6.

**TABELA 6: POGODNOST UPRAŽNJAVANJA AKTIVNOSTI U ZIMU**

Struktura ispitanika	Uživanje u planinskom čaju posluženom u planinarskim domovima	Drugačiji doživljaj planine kada je pokrivena snegom	Mogućnost upražnjavanja zimskih sportova (sankanje, grudvanje, klizanje na zaleđenim jezerima).	Ne znam	Ukupno
Biciklisti	11 7,4%	7 4,7%	8 5,4%	29 19,6%	55 37,2%
Planinari	9 6,1%	7 4,7%	15 10,1%	10 6,8%	41 27,7%
Terenski jahači	2 1,4%	5 3,4%	3 2,0%	8 5,4%	18 12,2%
Slučajni prolaznici	4 2,7%	16 10,8%	8 5,4%	6 4,1%	34 23,0%
<b>Ukupno</b>	<b>26 17,6%</b>	<b>35 23,6%</b>	<b>34 23,0%</b>	<b>53 35,8%</b>	<b>148 100,0%</b>
Pearson Chi-Square Test	Vrednost 27,964		df 9	Statistička značajnost (p) 0,001	

Iz Tabele 6 vidi se da je 64,2% ispitanika dalo pozitivne odgovore o potencijalima zimskog razdoblja za razvoj pojedinih oblika turizma. Tačnost podhipoteze  $h_2$  uočljiva je iz Tabele 7. Odgovorima da je razdoblje kada odlaze na planinu upravo razdoblje od proljeća do jeseni (92,6%) dokazano je da je na planinama trenutno izražena sezonalnost, bez obzira na potencijale. Također, nije bilo statistički značajne razlike u odgovorima ispitanika jer je  $p = 0,023$  (Tabela 2). Sve to je bilo vrlo kontradiktorno, pa su autorke rada želele saznati koji su to razlozi za takvo stanje.

**TABELA 7: PERIOD BORAVKA ISPITANIKA NA PLANINI**

Struktura ispitanika	Od proleća do jeseni	Leto	Zima	Podjednako	Ukupno
Biciklisti	51 34,5%	0 0%	3 2,0%	0 0%	54 36,5%
Planinari	34 23,0%	0 0%	2 1,4%	4 2,7%	40 27,0%
Terenski jahači	18 12,2%	1 0,7%	0 0%	0 0%	19 12,8%

Vujko, A. i Gajić, T. (2015). Mogućnosti ravnomernijeg turističkog razvoja uz pretpostavke pozitivnijeg uticaja na ekonomski sektor. *Anali poslovne ekonomije, br. 12*, str. 32–47

Slučajni prolaznici	34 23,0%	0 0%	1 0,7%	0 0%	35 23,6%
Ukupno	137 92,6%	1 0,7%	6 4,1%	4 2,7%	148 100,0%
Pearson Chi-Square Test	Vrednost 19,229		df 9	Statistička značajnost (p) 0,023	

Iz Tabele 8 mogu se uočiti neki od glavnih razloga za sezonalnost na planini, a to je pre svega ljudski faktor, u najširem smislu, čime je potvrđena podhipoteza h3. Takođe, nije bilo statistički značajne razlike jer je  $p = 0,010$  iako se ona nalazila na samoj granici.

**TABELA 8: USLOVI ZA RAVNOMERNIJI TURISTIČKI RAZVOJ TOKOM SEZONE**

Struktura ispitanika	Zimi je pristup planini otežan	Mnogi planinarski domovi nemaju grejanje	U hladnijem delu godine otežan je transport opreme	Ne postojanje organizovanih tura u zimskom delu godine	Ukupno
Biciklisti	14 9,6%	9 6,2%	10 6,8%	22 15,1%	55 37,7%
Planinari	13 8,9%	16 11,0%	6 4,1%	5 3,4%	40 27,4%
Terenski jahači	4 2,7%	2 1,4%	8 5,5%	3 2,1%	17 11,6%
Slučajni prolaznici	9 6,2%	9 6,2%	5 3,4%	11 7,5%	34 23,3%
Ukupno	40 27,4%	36 24,7%	29 19,9%	41 28,1%	146 100,0%
Pearson Chi-Square Test	Vrednost 21,564		df 9	Statistička značajnost (p) 0,010	

Iz Tabele 9 se može videti da su najslabijim ocenama ocenjivane aktivnosti vezane za pružanje adekvatnih informacija o postojanju obeleženih staza i drugih objekata u okruženju kao i nedostatak adekvatnih karata i vodiča neophodnih za snalaženje sportsko-rekreativnog turista u prostoru. Isto tako, iz iste tabele može se uočiti da su ispitanici uglavnom bili zadovoljni načinom i vrstom ugostiteljskih usluga potrebnih za zadovoljenje njihovih potreba, čime je zapravo potvrđena i podhipoteza h4 da kvalitet turističke ponude nije determinišući faktor ravnomernijeg (nesezonalnog) turističkog kretanja. Za potrebe rada urađeno je istraživanje prosečne potrošnje pojedinih sportsko-rekreativnih turista (planinara i biciklista) na Fruškoj gori. Međutim, kako se ne raspolože zvaničnim podacima o potrošnji turista na Fruškoj gori, važno je istaći da su dobijeni podaci prikupljeni na osnovu subjektivne procene, a dobijeni su u posećivanim smeštajnim kapacitetima tokom 2013. godine u kojima su najčešći sportsko-rekreativni turisti bili planinari i biciklisti.

Vujko, A. i Gajić, T. (2015). Mogućnosti ravnomernijeg turističkog razvoja uz pretpostavke pozitivnijeg uticaja na ekonomski sektor. *Anali poslovne ekonomije, br. 12*, str. 32–47

Imajući u vidu da je trenutna potrošnja po turisti na Fruškoj gori u rasponu od 250,00 do 3.500,00 dinara može se zaključiti da na planini ima kapaciteta za gotovo sve platežne kategorije turista, ali isto tako da bi se s povećanjem broja posetilaca povećao i turistički promet, čime je dokazana i pohipteza h5 da ravnomerniji turistički razvoj tokom sezone implicira neminovno povećanje turističkog prometa za Frušku goru i okolinu. Dakle, analizom podataka došlo se do zaključka da na Fruškoj gori postoje uslovi za ravnomeran godišnji razvoj turizma. Tome u prilog idu odgovori ispitanika i njihova klasifikacija potencijala koja pružaju određena godišnja doba. Isto tako, ublažavanje trenutno izražene sezonalnosti turističkih kretanja (onih za koje postoje uslovi) na Fruškoj gori uticao bi pozitivno na sveukupan privredni i ekonomski razvoj prostora. Ovim se dokazalo da je istraživanje bilo opravdano, odnosno tačnost glavne hipoteze.

**TABELA 9: OCENA KVALITETA PONUDE I PROSTORA SMEŠTAJNIH KAPACITETA NA FRUŠKOJ GORI I PROSEČNA POTROŠNJA PO TURISTI/DAN IZRAŽENA U EVRIMA (2013.)**

Objekat	Prosečna potrošnja po turisti/dan/evro
Hotel Dunav	15,0
Hotel Boem	14,5
Prenoćište Belilo 69	10,0
Prenoćište Ešikovac	12,0
Planinarski dom Kozarica	4,0
Restoran Brankov čardak	10,0
Planinarski dom Stražilovo	7,5
Perkov salaš	10,0
Hotel Norcev	30,0
Motel Vojvodina	10,0
Pansion Kordun	10,0
Pansion Olimp	12,0
Pansion Evangelina	8,0
Planinarski dom Zanatlija	4,5
Planinarski dom Železničar	5,5
Planinarski dom Orlovac	2,5
Planinarski dom Penzioner	3,0
Planinarski dom Zmajevac	13,6
Hotel Termel	20,0
Prenoćište EON	15,0
Restoran – prenoćište Karaš	10,0
Pansion Čerević	20,0
Planinarski dom Stranputica	3,0
Hotel CePTOR - Andrevlje	30,0
Dečje odmaralište Testera	15,0

Vujko, A. i Gajić, T. (2015). Mogućnosti ravnomernijeg turističkog razvoja uz pretpostavke pozitivnijeg uticaja na ekonomski sektor. *Anali poslovne ekonomije*, br. 12, str. 32–47

Čarda Jole	10,0
Čarda Koruška	10,0
Omladinsko naselje Letenka	15,0
Motel Čubura	8,0
Motel Adašević	7,0
Vojna ustanova Morović	7,0

*Izvor: istraživanje autora*

Po svom predmetu i karakteru rada turizam spada u onu grupu delatnosti koje na trajnoj osnovi omogućavaju neposredno angažovanje radno sposobnog stanovništva iz svih socijalnih, starosnih i polnih skupina, kao i raznih nivoa obrazovanja. Polivalentni znak turističkih usluga otvara širok prostor za dodatno zapošljavanje čitavom spektru drugih privrednih i vanprivrednih delatnosti, tako da se delovanje turizma kao činioca zapošljavanja reflektira kod brojnih segmenata ekonomske, društvene i socijalne strukture. Istraživanje provedeno u ugostiteljskim objektima tokom 2013. godine pokazalo je da je najveći broj zaposlenih u ugostiteljskim objektima bio tokom razdoblja od aprila do oktobra, ali da postoje pojedini objekti koji su se orijentisali na posebne oblike turizma koje je moguće upražnjavati tokom cele godine, pa je u takvim objektima broj zaposlenih konstantan.

**TABELA 10: OSTVARENI TURISTIČKI PROMET NA FRUŠKOJ GORI PO MESECIMA (2013.)**

Period	Dolasci turista			Ostvareni broj noćenja		
	ukupno	domaći	strani	ukupno	domaći	strani
Januar	1002	964	38	4280	4162	118
Februar	549	457	92	3196	3023	173
Mart	1319	1235	84	4652	4477	175
April	1542	1408	134	5731	5369	362
Maj	854	775	79	5671	5323	348
Jun	1454	1325	129	6816	6350	466
Jul	1574	1451	123	8659	8279	380
Avgust	1684	1274	410	8495	6402	2093
Septembar	1326	1175	151	8321	7752	569
Oktobar	1353	1209	144	6981	6652	329
Novembar	1386	1280	106	7385	7182	203
Decembar	1478	1409	69	6016	5877	139
Ukupno	15521	13962	1829	76203	70848	5355

*Izvor: Republički zavod za statistiku (2014).*

Na prostoru Fruške gore registrovano je osam planinarskih domova od kojih samo jedan ima stalno radno vreme i grejanje u sobama ("Zmajevac"). Ovaj planinarski dom ima i stalno zaposlene osobe, a s obzirom na mesto (raskrsnica puteva prema Rakovcu, Vrdniku i Iriškom vencu) i pogodnost Fruške gore za ravnomeran razvoj pojedinih oblika turizma tokom cele godine (Tabela 3, 4, 5 i 6), autorke su smatrale da bi upravo ovaj planinarski dom trebao biti reprezentativan

primer kako turizam utiče na zaposlenost. Imajući u vidu trenutno stanje i rezultate do kojih se došlo u vezi ostvarenog prometa (Tabela 10), pokazalo se da postoje mogućnosti da se s ublažavanjem sezonalnosti na Fruškoj gori dešavaju i značajnije promene u prometu turizma na planini, čime je potvrđena podhipoteza  $H_1$  da na Fruškoj gori postoje uslovi za ravnomerniji godišnji razvoj turizma, a ublažavanje trenutno izražene sezonalnosti turističkih kretanja (onih za koje postoje uslovi) na Fruškoj gori uticao bi pozitivno na sveukupan ekonomski razvoj prostora. Iz priložene tabele se vidi da je broj noćenja domaćih i stranih turista bio najmanji u zimskom razdoblju, iako se to ne primećuje po dolascima turista. U skladu sa dosadašnjim izlaganjem, ovakvo stanje turističkog prometa samo je potvrdilo činjenicu da je planina turistički atraktivna tokom cele godine, a da bi pojedini oblici turizma (planinarenje, biciklizam) trebali postati osnova razvoja turizma ovog prostora. Sve ovo je potvrdilo polaznu hipotezu  $H$  da postoji izražen određeni stepen sezonalnosti turističkih kretanja na Fruškoj gori.

## 5 Zaključak

U ovom radu dati su podaci istraživanja od strane autorki, a prioritetni zadatak bio je ukazati na stepen sezonalnosti, tačnije neravnomernog turističkog razvoja u toku godine, na prostoru Fruške gore. Takođe je bilo potrebno utvrditi da li postoje uslovi za ublažavanje stepena disproporcionalnosti, tj. neravnomernosti u turističkom razvoju, te koji su to determinišući faktori koji u najvećoj meri određuju nivo i obim turističkih kretanja u toku godine. Ovaj prioritetni zadatak zapravo je i glavna hipoteza od koje se krenulo u istraživanju. Korišten je metod anketnog istraživanja, gde su obrađeni podaci od ukupno 153 anketna ispitanika. Istraživanje je sprovedeno u periodu maj-avgust 2013. godine na prostoru Fruške gore i Novog Sada. Dobijeni podaci potvrdili su glavnu hipotezu i određene podhipoteze. Bitno je istaći da su neke od podhipoteza zapravo bile upućene na istraživanje uticaja ravnomernijeg turističkog razvoja na određene ekonomske kategorije, poput zapošljavanja. Za obradu podataka koristio se spss metod, verzija 17.0, a osim toga i sva dostupna literatura i sekundarna publikacija. Glavni razlog sezonalnosti na Fruškoj gori nalazi se u ljudskom faktoru, u najširem smislu. Nepristupačnost, hladnoća u pojedinim objektima za smeštaj (onim jeftinijim), nemogućnost rentiranja opreme kao i njen transport, nepostojanje organizovanih tura i slično, problemi su s kojima se suočava turizam na Fruškoj gori. Jedan od problema ogleda se i u nedostatku receptivnih agencija koje bi delovale kao destinacijske menadžment kompanije, odnosno koje bi bile specijalizovane za upravljanje i komercijalizaciju paket aranžmana za posebne interese poput biciklizama, planinarenja, terenskog jahanja, ali i mnogih drugih oblika turizma. Dakle, jedan od glavnih nedostataka turizma na Fruškoj gori je neravnomerna dinamika poseta turista tokom godine.

Dugoročno, takva sezonalnost onemogućava razvoj prostora, ne osigurava stalna radna mesta stanovništvu, koči ulaganje u ljudske resurse te otežava optimalno planiranje infrastrukturnih ulaganja. Osim navedenih posledica, loša sezonalnost glavni je uzrok ograničenih investicija stranih i domaćih ulagača u nove smeštajne kapacitete. To bi zapravo značilo da se najslabije posećeni meseci moraju posebno stimulisati. U prilog ide činjenica da je većina aktivnosti (ne)sezonalnog karaktera, pa

bi se ponuda trebala bazirati upravo na toj činjenici. Odgovori ispitanika bazirani na pozitivnim aspektima razvoja određenih aktivnosti i u netipičnim mesecima (zima), svakako ulevaju nadu da je moguće prevladati poteškoće. Odgovori poput: uživanje u planinskom čaju posluženom u planinarskim domovima, drugačiji doživljaj planine kada je pokrivena snegom i ledom i mogućnost upražnjavanja zimskih sportova (sankanje, grudvanje, klizanje na zaleđenim jezerima), samo su neki od tih pozitivnih, pokretačkih faktora. Dakle, realnih uslova za razvoj pojedinih oblika turizma na planini ima, potrebno je poraditi na problemu ljudskog faktora. Ono što takođe ide u prilog jeste činjenica da je planina i ekonomski dostupna velikom segmentu posetilaca. Takođe, uočljivo je da se na Fruškoj gori, uživajući u omiljenim aktivnostima, nalaze samo ljubitelji tih određenih aktivnosti kao i ljubitelji prirode. Imajući u vidu da je to segment koji je uvek isti i koji ne podleže sezonalnosti, kao i to da je takvim turistima svaki deo godine podjednako atraktivan, smatra se da bi komplementarne aktivnosti mogle igrati najveću ulogu u privlačenju turista. Naravno, komplementarne aktivnosti bi bile razmerne godišnjem dobu (leti bi se na jezerima moglo kupati, a zimi klizati i drugo). Sve u svemu, opredeljenje nosilaca turističke privrede o tome što žele, svakako će dati odgovor kako to postići.

Zakoničnost kvantitativno-kvalitativnog nepodudaranja sastavnih delova turističkog bogatstva utvrđena je kod svih regija u Srbiji. Sa kvantitativnog stanovišta primat je na strani prirodnih atraktivnih faktora, a po kvalitetu on pripada društvenim faktorima. Međutim, uprkos svom resursnom bogatstvu, slaba razvijenost komunikativnih faktora onemogućava intenzivno iskorištavanje turističkih potencijala svih regija Srbije. Mogućnost vezivanja turističkih kretanja za prostore sa rekreativnim i atraktivnim sadržajem unutar države uslovljeno je opštom političkom situacijom te zemlje. U situaciji kada je naglašen primat političkih na štetu preostalih objektivnih i subjektivnih određujućih faktora i inicijativnih turističkih aktivnosti stanovništva, vrednost kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja turističke tražnje je gotovo u potpunosti degradirana. Mora se istaći da Srbija do sada nije predstavljala značajno područje turističke tražnje, ali nezavisno od ovih činjenica zbog svojih realno postojećih pozitivnih karakteristika Srbija će postati potencijalna turistička destinacija, a to treba vezati za ogromnu neiskorištenu turističku ponudu koja tek treba da bude plasirana na turističko tržište. To bogatstvo povezano sa saobraćajem, prihvatnim, posredničkim i organizacionim faktorima kao i ostalim delovima ekonomske infrastrukture i suprastrukture u funkciji turizma određuje vrednost nekog prostora za razvoj turističko-rekreativnih aktivnosti. Pretpostavka za postizanje optimalnih rešenja jeste prethodna regionalizacija prostora i rangiranje i određivanje funkcija turističkih regija, odnosno njihovo konstituisanje unutrašnjih struktura. Nužnost racionalnog postupanja i krajnjeg ekonomiziranja putem definisanja namene površina na regionalnim načelima je objektivna. Regionalni pristup planiranja turističkog razvoja i prostora stvara najpovoljnije mogućnosti da se postignu optimalni odnosi, kako unutar pojedinih turističkih regija, tako i između različitih turističkih regija. Bitno je istražiti teritorijalne celine ili regije turističkog bogatstva, materijalne osnove turizma i ostalih delova ekonomske infrastrukture. Granica turističke zone je tamo gde dolazi do slabljenja onog faktora koji je bio najuticajniji za određivanje granice ili tamo gde se mešaju uticaji sa drugim zonama.

Vujko, A. i Gajić, T. (2015). Mogućnosti ravnomjernijeg turističkog razvoja uz pretpostavke pozitivnijeg uticaja na ekonomski sektor. *Anali poslovne ekonomije, br. 12*, str. 32–47

## 6 Popis literature

- Allcock, J. (1994). Seasonality. In S. Witt and L. Moutinho (Ed.), *Tourism Marketing and Management Handbook* (pp. 86–92). New York: Prentice Hall.
- Bar-On, R. (1976). *Seasonality in Tourism*. London: Economics Intelligence Unit.
- Bar-On, R. (1999). The Measurement of Seasonality and its Economic Impacts. *Tourism Economics* 5, 437–458.
- Baum, T. (1999). Seasonality in Tourism: Understanding the Challenges. *Tourism Economics* 5, 5–8.
- Butler, R. (1994). Seasonality in Tourism: Issues and Problems. In A. Seaton (Ed.), *Tourism: The State of the Art* (pp. 332–340). Chichester: Wiley.
- Butler, R. & Mao, B. (1997). Seasonality in Tourism: Problems and Measurement. In P. Murphy (Ed.), *Quality Management in Urban Tourism* (pp. 9–23). Chichester: Wiley.
- Calantone, R. & Johar, J. (1984). Seasonal Segmentation of the Tourism Market using a Benefit Segmentation Framework. *Journal of Travel Research* 23/2, 14–24.
- Drakatos, C. (1987). Seasonal Concentration of Tourism in Greece. *Annals of Tourism Research* 14, 582–586.
- Fernandez-Morales, A. (2003). Decomposing seasonal concentration. *Annals of Tourism Research*, 30/4, 942–956.
- Gajić, T., Kovačević, B. i Đurica, N. (2011). Analysis of tourist satisfaction with the quality of agricultural food products in the hotels of Novi Sad. *International Journal of Economics and Management Sciences (IJEMS)*, 1/5, 29–37.
- Hartman, R. (1986). Tourism, seasonality and social change. *Leisure Studies*, 5/1, 25–33.
- Higham, J. & Hinch, T. (2002). Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management*, 23, 175–185.
- Jeffrey, D. & Barden, R. (1999). An Analysis of the Nature, Causes and Marketing Implications of Seasonality in the Occupancy Performance of English Hotels. *Tourism Economics* 5, 69–91.
- Koening, N. & Bischoff, E. (2004). Analyzing seasonality in welsh room occupancy data. *Annals of Tourism Research*, 31/2, 374–392.
- Lim, C. & McAleer, M. (2001). Monthly Seasonal Variations: Asian Tourism to Australia. *Annals of Tourism Research*, 28, 68–82.
- Manning, R. & Powers, L. (1984). Peak and Off-peak Use: Redistributing the Outdoor Recreation/Tourism Load. *Journal of Travel Research* 23/2, 25–31.
- Nadal, J. R., Font, A. R. & Rosselo, A. S. (2004). The economic determinants for seasonal patterns. *Annals of Tourism Research*, 31/3, 697–711.

Vujko, A. i Gajić, T. (2015). Mogućnosti ravnomernijeg turističkog razvoja uz pretpostavke pozitivnijeg uticaja na ekonomski sektor. *Anali poslovne ekonomije*, br. 12, str. 32–47

Republički zavod za statistiku. (2014). *Statistika ugostiteljstva i turizma (broj 16)* [Zvanični podaci]. Dostupno na veb sajtu Republičkog zavoda za statistiku: <http://stat.gov.rs>.

Spotts, D. & Mahoney, E. (1993). Understanding the Fall Tourism Market. *Journal of Travel Research* 32/2, 3–15.

Vujko, A. (2011). *Fruška gora i vršačke planine – sadašnje i buduće destinacije sportsko-rekreativnog turizma*. Neobjavljena doktorska disertacija. Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet.