



УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ  
ПРИРОДНО-МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ  
ДЕПАРТМАН ЗА ГЕОГРАФИЈУ, ТУРИЗАМ И  
ХОТЕЛИЈЕРСТВО



Мр Бојана Ковачевић

## **ТУРИЗАМ ШАЈКАШКЕ**

- Докторска дисертација -

Нови Сад, 2014.

## ПРЕДГОВОР

Шајкашка, као јединствена област у Бачкој, представља туристичко-географски сложен и занимљив, али још увек недовољно истражен простор. Изузетно повољан туристичко-географски положај, близина великих градских емитивних центара (Београда, Новог Сада и Зрењанина), специфичан рељеф, богатство хидрографских вредности и очувани природни простори са разноврсном флором и фауном, а са друге стране богатство разноврсних елемената културног стваралаштва и историјског наслеђа су вредности које могу привући велики број туриста и задовољити њихове различите културне и рекреативне потребе. Из наведених разлога родила се жеља за истраживањем могућности за развој туризма на овом простору.

Са поносом желим да истакнем да сам са истраживањем туризма на простору Шајкашке почела да се бавим још 2005. године, када сам у оквиру дипломског рада истраживала могућности за развој спортско-рекреативног туризма уз доњи ток Јегричке. Као надоградња на дипломски рад, истраживање се наставило у току магистарских студија и резултирало израдом магистарске тезе под насловом "Могућности и перспективе развоја спортско-рекреативног туризма у Шајкашкој". Приликом овог истраживања схватила сам да Шајкашка, поред спортско-рекреативног, има потенцијале за развој још неколико облика туризма који су, нажалост, углавном неискоришћени, као и да је организација и управљање развојем туризма на изузетно ниском, незадовољавајућем нивоу. Из наведених разлога произашла је потреба за даљим, свеобухватним истраживањем, а као резултат тог истраживања настаје овај рад. Ова докторска дисертација заправо представља круну мога вишегодишњег истраживања у области туризма Шајкашке и у њој су представљени резултати истраживања који се односе на тренутно стање али и перспективе развоја селективних облика туризма за које постоје потенцијали за развој на овом простору, истраживање туристичког тржишта, како туристичке тражње тако и туристичке понуде и предлози за управљање туризмом Шајкашке.

Користим прилику да се захвалим мојој породици, мојим дивним родитељима и брату Вукашину, који су ми омогућили дугогодишње образовање у области туризма, а пре свега пружили неизмерну љубав, подршку и разумевање током свих ових година.

Захвалност дугујем и мужу Самире, на великој љубави, стрпљењу и поверењу које ми поклања свакодневно.

Желим да изразим посебну захвалност ментору, проф. др Јовану Плавиши, на изузетној сарадњи, пруженом знању и подршци, а посебно на корисним саветима и сугестијама којим ме је усмеравао свих ових година, од дипломског рада до докторске дисертације.

Захвалност дугујем и председнику комисије на овом раду, др Ристи Прентовићу, на коректној сарадњи, саветима, предлозима и помоћи везаној за ловни туризам.

Част ми је и задовољство што су чланови комисије на овом раду др Анђелија Ивков-Цигурски и др Горан Јовић, који су својим сугестијама допринели да рад буде уобличен на најбољи могући начин.

Желим да се захвалим и мојим пријатељима, који су у сваком тренутку били велика подршка и помогли да рад завршим са лакоћом и сигурношћу у себе.

Рад посвећујем мојој највећој љубави, сину Андреју.

Нови Сад, фебруар 2014.

мр Бојана Ковачевић

## САДРЖАЈ:

<b>ПРЕДГОВОР</b> .....	2
<b>САДРЖАЈ</b> .....	3
<b>УВОД</b> .....	6
<b>ПРЕДМЕТ, ЦИЉЕВИ, ЗАДАТАК, МЕТОДЕ, ХИПОТЕЗЕ И ЗНАЧАЈ ИСТРАЖИВАЊА</b> .....	9
<b>САВРЕМЕНЕ ТЕНДЕНЦИЈЕ НА ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ</b> .....	13
<b>ПЕРСПЕКТИВЕ РАЗВОЈА ТУРИЗМА У СРБИЈИ ДО 2020. ГОДИНЕ</b> .	18
<b>ПОЈМОВНЕ ОДРЕДНИЦЕ ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ</b> .....	22
<b>СТРАТЕГИЈСКИ МЕНАџМЕНТ НА НИВОУ ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ</b> .....	26
<b>ТУРИСТИЧКО-ГЕОГРАФСКИ ПОЛОЖАЈ ШАЈКАШКЕ</b> .....	30
<b>ПРИРОДНЕ ВРЕДНОСТИ У ТУРИЗМУ ШАЈКАШКЕ</b> .....	34
РЕЉЕФ КАО ТУРИСТИЧКА ВРЕДНОСТ .....	34
КЛИМА КАО ТУРИСТИЧКА ВРЕДНОСТ .....	39
ВОДЕ КАО ТУРИСТИЧКА ВРЕДНОСТ .....	44
ЗЕМЉИШТА .....	51
БИОГЕОГРАФСКЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ .....	53
ЗАШТИЋЕНА ПРИРОДНА ДОБРА У ШАЈКАШКОЈ.....	58
<b>ДРУШТВЕНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ И УСЛОВИ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ</b> .....	64
ИМЕ И КРАТКА ИСТОРИЈА ШАЈКАШКЕ .....	64
ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ СТАНОВНИШТВА .....	65
ПРИВРЕДА .....	74
ВАНПРИВРЕДНЕ ДЕЛАТНОСТИ .....	78
ФИЗИОНОМИЈА НАСЕЉА И АТРАКТИВНОСТИ У ЊИМА.....	81
<b>НАЈЗНАЧАЈНИЈЕ КУЛТУРНО-ИСТОРИЈСКЕ ВРЕДНОСТИ И МАНИФЕСТАЦИЈЕ ТУРИСТИЧКОГ КАРАКТЕРА</b> .....	97
КУЛТУРНО-ИСТОРИЈСКЕ ВРЕДНОСТИ .....	97
МАНИФЕСТАЦИЈЕ И МОГУЋНОСТИ ЊИХОВОГ КОРИШЋЕЊА У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ .....	117
<b>МАТЕРИЈАЛНА ОСНОВА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА У ШАЈКАШКОЈ</b> .	125
САОБРАЋАЈНИ УСЛОВИ .....	125
СМЕШТАЈНО-УГОСТИТЕЉСКИ КАПАЦИТЕТИ.....	127
ОСТАЛА ИНФРАСТРУКТУРА НЕОПХОДНА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА .....	135
ИЗЛЕТИШТА И КУПАЛИШТА .....	136
СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНИ ТЕРЕНИ .....	143
<b>ПРОМЕТ ТУРИСТА</b> .....	145
<b>ТРЕНУТНО СТАЊЕ И МОГУЋНОСТИ РАЗВОЈА СЕЛЕКТИВНИХ ОБЛИКА ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ</b> .....	149
<b>НАУТИЧКИ ТУРИЗАМ</b> .....	150
ПЕРСПЕКТИВЕ РАЗВОЈА НАУТИЧКОГ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ.....	153
<b>СЕОСКИ И САЛАШАРСКИ ТУРИЗАМ</b> .....	154
ЛОКАЛНА РУРАЛНА ЗАЈЕДНИЦА И ИНТЕГРАЛНИ РАЗВОЈ .....	155
ПЕРСПЕКТИВЕ РАЗВОЈА СЕОСКОГ И САЛАШАРСКОГ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ .....	156

<b>СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНИ ТУРИЗАМ</b> .....	<b>157</b>
ГОЛФ КАО ЈЕДАН ОД СПОРТОВА КОЈИ МОЖЕ ДОПРИНЕТИ РАЗВОЈ СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНОГ ТУРИЗМА У ШАЈКАШКОЈ .....	159
ФУДБАЛ КАО СПОРТ КОЈИ ДОПРИНОСИ РАЗВОЈУ ТУРИЗМА У ШАЈКАШКОЈ .....	162
РУКОМЕТ КАО ЈЕДАН ОД СПОРТОВА КОЈИ МОЖЕ ДОПРИНЕТИ РАЗВОЈ СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНОГ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ .....	165
ВЕСЛАЊЕ КАО ЈЕДАН ОД СПОРТОВА КОЈИ МОЖЕ ДОПРИНЕТИ РАЗВОЈ СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНОГ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ .....	167
ЈАХАЊЕ.....	169
ЗМАЈАРЕЊЕ КАО ЈЕДАН ОД СПОРТОВА КОЈИ МОЖЕ ДОПРИНЕТИ ПОПУЛАРИЗАЦИЈИ ШАЈКАШКЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ .....	170
ПАРАГЛАЈДИНГ, ПАДОБРАНСТВО И ЕКСТРЕМНИ СПОРТОВИ.....	171
<b>МОГУЋНОСТИ ЗА РАЗВОЈ СПОРТСКОГ РИБОЛОВА НА ВОДАМА ШАЈКАШКЕ</b> .....	<b>173</b>
СПОРТСКИ РИБОЛОВ НА ВОДАМА ТИТЕЛСКЕ ОПШТИНЕ.....	173
СПОРТСКИ РИБОЛОВ У КАЋУ И КОВИЉУ.....	175
РАЗВОЈ СПОРТСКОГ РИБОЛОВА НА ДОЊЕМ ТОКУ ЈЕГРИЧКЕ И МРТВОЈ ТИСИ .....	176
<b>ЕКО-ТУРИЗАМ</b> .....	<b>178</b>
<b>ЛОВНИ ТУРИЗАМ У ШАЈКАШКОЈ</b> .....	<b>183</b>
НОРМАТИВНО-ПРАВНА РЕГУЛАТИВА ЛОВНОГ ТУРИЗМА .....	185
ПОТЕНЦИЈАЛИ ЗА РАЗВОЈ ЛОВНОГ ТУРИЗМА У ШАЈКАШКОЈ .....	188
ЛОВАЧКЕ МАНИФЕСТАЦИЈЕ У ШАЈКАШКОЈ.....	196
<b>КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ</b> .....	<b>197</b>
<b>МАНИФЕСТАЦИОНИ ТУРИЗАМ</b> .....	<b>201</b>
<b>ИЗЛЕТНИЧКО-РЕКРЕАТИВНИ ТУРИЗАМ</b> .....	<b>205</b>
<b>ПЛАНОВИ ДАЉЕГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ</b> .....	<b>208</b>
<b>ОЦЕЊИВАЊЕ И ИЗБОР ПРИОРИТЕТНИХ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА</b> ....	<b>208</b>
<b>СТРАТЕШКИ ЗНАЧАЈ УЛАГАЊА У ИНФРАСТРУКТУРУ КАО ПРЕТПОСТАВКА РАЗВОЈА ТУРИЗМА</b> .....	<b>212</b>
ПЛАН ИЗГРАДЊЕ СПОРТСКОГ ЦЕНТРА У КАЋУ .....	212
УРЕЂЕЊЕ ТИТЕЛСКОГ ПРИОБАЉА .....	213
ПЛАН ИЗГРАДЊЕ СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНОГ ЦЕНТРА "ЈЕГРИЧКА" У ЖАБЉУ .....	214
ПЛАН ИЗГРАДЊЕ ЕТНО-СЕЛА У КОВИЉУ.....	214
<b>СТРАТЕГИЈСКО УПРАВЉАЊЕ ШАЈКАШКОМ КАО ТУРИСТИЧКОМ ДЕСТИНАЦИЈОМ</b> .....	<b>215</b>
<b>СИТУАЦИОНА АНАЛИЗА</b> .....	<b>216</b>
АНАЛИЗА ОКРУЖЕЊА - ПЕСТ АНАЛИЗА ШАЈКАШКЕ.....	218
МИКРОЕКОНОМСКИ ФАКТОРИ ШАЈКАШКЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ .....	220
АНАЛИЗА ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАКА, МОГУЋНОСТИ ИЛИ ПОВОЉНОСТИ И НЕПОВОЉНОСТИ (SWOT АНАЛИЗА) .....	221
<b>ФОРМУЛИСАЊЕ ВИЗИЈЕ, ЦИЉЕВА И СМЕРНИЦА ШАЈКАШКЕ</b> .....	<b>224</b>
ВИЗИЈА РАЗВОЈА ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ .....	224
ЦИЉЕВИ И СМЕРНИЦЕ РАЗВОЈА ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ.....	225
<b>СТРАТЕГИЈСКИ ИЗБОР И МОДЕЛИ МЕНАџМЕНТА ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ ШАЈКАШКЕ</b> .....	<b>227</b>
СТРАТЕГИЈА СЕГМЕНТАЦИЈЕ ТУРИСТИЧКОГ ТРЖИШТА ШАЈКАШКЕ .....	229

ПЛАН МАРКЕТИНШКОГ ПОЗИЦИОНИРАЊА ШАЈКАШКЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ .....	230
СТРАТЕГИЈА ПОЗИЦИОНИРАЊА И ПРОФИЛИСАЊА ИМИЦА ШАЈКАШКЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ.....	231
СТРАТЕГИЈА МАРКЕТИНГ МИКСА (ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ) ШАЈКАШКЕ.....	232
МАРКЕТИНГ ПЛАН ПРОИЗВОДА ДЕСТИНАЦИЈЕ ШАЈКАШКЕ .....	238
<b>ОРГАНИЗОВАНОСТ И СТРАТЕГИЈСКА КОНТРОЛА МАРКЕТИНГА .....</b>	<b>242</b>
<b>ИСТРАЖИВАЊЕ ТУРИСТИЧКОГ ТРЖИШТА.....</b>	<b>246</b>
<b>ИСТРАЖИВАЊЕ ТУРИСТИЧКЕ ТРАЖЊЕ.....</b>	<b>247</b>
ИНСТРУМЕНТ ИСТРАЖИВАЊА .....	247
ОДРЕЂИВАЊЕ УЗОРКА И ПРИКУПЉАЊЕ ПОДАТАКА.....	248
ЦИЉЕВИ ИСТРАЖИВАЊА .....	249
ОГРАНИЧЕЊА ИСТРАЖИВАЊА .....	249
ПРИКАЗ КОРИШЋЕНИХ СТАТИСТИЧКИХ АНАЛИЗА .....	250
АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА АНКЕТНОГ ИСТРАЖИВАЊА СПРОВЕДЕНОГ У ЦИЉУ ИСТРАЖИВАЊА ТУРИСТИЧКЕ ТРАЖЊЕ ШАЈКАШКЕ .....	250
<i>АНАЛИЗА СОЦИОДЕМОГРАФСКИХ КАРАКТЕРИСТИКА И РЕЗУЛТАТИ ДЕСКРИПТИВНЕ СТАТИСТИКЕ .....</i>	<i>251</i>
<i>ПРИМЕНА СТАТИСТИЧКИХ ТЕСТОВА У ЦИЉУ ДОКАЗИВАЊА ХИПОТЕЗА ..</i>	<i>265</i>
<b>ИСТРАЖИВАЊЕ СТАВОВА ЛОКАЛНОГ СТАНОВНИШТВА О РАЗВОЈУ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ .....</b>	<b>273</b>
РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА.....	275
<b>ЗАКЉУЧАК.....</b>	<b>284</b>
<b>ЛИТЕРАТУРА .....</b>	<b>295</b>
<b>ЕЛЕКТРОНСКИ ИЗВОРИ ПОДАТАКА.....</b>	<b>307</b>
<b>ПРИЛОЗИ .....</b>	<b>310</b>
<b>ПРИЛОГ 1. СПИСАК ЧЕСТИХ АКТИВНОСТИ НА ИЗЛЕТИШТИМА И МАТЕРИЈАЛНА ОСНОВА КОЈА ЈЕ НЕОПХОДНА ЗА ЊИХОВО НЕОМЕТАНО ОДВИЈАЊЕ.....</b>	<b>311</b>
<b>ПРИЛОГ 2. БРОЈ ТУРИСТА/НОЋЕЊА У ОПШТИНИ ЖАБАЉ У 2012. ГОДИНИ .....</b>	<b>312</b>
<b>ПРИЛОГ 3. БРОЈ ТУРИСТА/НОЋЕЊА У ОПШТИНИ ЖАБАЉ У 2013. ГОДИНИ .....</b>	<b>313</b>
<b>ПРИЛОГ 4. УРБАНИСТИЧКИ ПРОЈЕКАТ СПОРТСКОГ ЦЕНТРА У КАЋУ....</b>	<b>314</b>
<b>ПРИЛОГ 5. ГЕНЕРАЛНИ ПРОЈЕКАТ И ПРЕТХОДНА СТУДИЈА ОПРАВДАНОСТИ КОРИШЋЕЊА ПРИОБАЉА РЕКЕ ТИСЕ У ТИТЕЛУ - МАРИНА.....</b>	<b>315</b>
<b>ПРИЛОГ 6. ПРОСТОРНО РЕШЕЊЕ ПАНОНСКОГ СЕЛА У КОВИЉУ .....</b>	<b>316</b>
<b>ПРИЛОГ 7. УПИТНИК ФОРМИРАН ЗА ПОТРЕБЕ ИСТРАЖИВАЊА ТУРИСТИЧКЕ ТРАЖЊЕ ШАЈКАШКЕ .....</b>	<b>317</b>
<b>ПРИЛОГ 8. УПИТНИК ФОРМИРАН ЗА ПОТРЕБЕ ИСТРАЖИВАЊА СТАВОВА ЛОКАЛНОГ СТАНОВНИШТВА ШАЈКАШКЕ .....</b>	<b>320</b>
<b>ПРИЛОГ 9. ПРОСЕЧНЕ ВРЕДНОСТИ ПРОЦЕНЕ ИСПИТАНИКА О НАВЕДЕНИМ ЕЛЕМЕНТИМА ШАЈКАШКЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ .....</b>	<b>322</b>

## УВОД

Туризам, као глобална друштвено-економска појава, бележи сталан и стабилан раст у последњих шест деценија. Научно-технички прогрес, развој транспортних средстава, повећање нивоа културе и нивоа стандарда условили су разне промене у друштвеним кретањима, утичући тиме и на развој туризма. У будућности се предвиђа даљи стабилан и динамичан раст међународног туризма, уз остваривање стабилног раста туристичког промета и прихода од међународног туризма. Савремене тенденције у развоју међународног туризма почивају на особеностима туристичке тражње, као и на одговарајућем прилагођавању туристичке понуде. Имајући то у виду, може се оценити да се туризам налази у процесу сталних и снажних промена.

Развијено туристичко тржиште Европе и света засићено је стереотипним програмима и пакет аранжманима који се понављају из године у годину. Последња деценија интензивног развоја туризма завршила је са пласманом туристичких програма који се заснивају на чистом ваздуху, здравој клими, очуваним природним просторима и слично. Суштина одговорног развоја туризма јесте у чињеници да тражња и понуда морају разрадити такозване алтернативне облике туризма, а то значи да тражња и понуда морају постати специфичнији (Wiaver, 2006). Туристи се индивидуализују у својим захтевима и све више траже активне одморе и инсистирају да своје слободно време проводе у незагађеној природној средини уз нове, широке могућности за спортске активности, рекреацију и забаву (Kurtzman, Zauhar, 1995). Промене у оквиру туризма произлазе, првенствено, из мењања структурних елемената, односно структурне трансформације туризма у целини. Основне промене, које чине туризам изразито турбулентним, тичу се значајног деловања чинилаца из окружења, повезано са све изразитијом свешћу о потреби за очувањем основе његовог развоја – простора, односно природног окружења. Наведене промене су условиле потребу за новим промишљањима у вези са развојем туризма, која почивају на два основна постулата – заштити и очувању природних и културних ресурса, на којима се заснива развој туризма, и истицању проблема друштвених трошкова развоја туризма. У суштини, реч је о примени концепта одрживог развоја туризма, односно о грађењу одрживог света кроз туризам.

Оптимистичке процене о обиму туристичке тражње, дате, пре свега, од стране Светске туристичке организације (UNWTO), подразумевају њихов позитиван утицај на укупне односе на туристичком тржишту, с обзиром на доминантан положај тражње у односу на туристичку понуду. У том контексту, као преовлађујуће тенденције на страни туристичке тражње, посебно у Европи, могу се издвојити:

- освежење кроз контраст (туристичка путовања на релацији низија-планине, град-село, копно-острво, и сл.);
- тежња ка искуствима везаним за културно-историјско наслеђе и очувану природу;
- "зелени" покрет или туризам, који се назива и алтернативним, одговорним, "меким", "добрим" или "новим" туризмом – односи се како на туризам на селу, тако и у градовима, и на приморју. Подразумева, пре свега, чисту воду, чисто и безбедно море, здраву храну и незагађен ваздух, односно туризам који није масован већ "пријатељски" усмерен ка природном окружењу;
- "плави" или наутички покрет, односно тражња, (крстарење морем уз коришћење система марина, лука и сидришта);
- тражња за местима, догађајима и искуствима који имају изражен идентитет, интегритет и различитост;
- тражња за сеоским (руралним) и агритуризмом – подразумева боравак у различитим врстама смештаја (не искључиво у сеоским домаћинствима) и бављење активностима (спорт, авантура, изазови, уметност, ручни рад и др.);

- тражња за здравственом, духовном, менталном обновом и обновом идентитета – односи се на нове форме здравственог односно бањског туризма: тежњу ка бољој кондицији (рекреативне активности, спорт и вежбе, дијете, фитнес) и жељу за бољим здрављем кроз борбу против стреса (UNWTO).

Развој туризма на селу, у незагађеној природној средини, уз изражену индивидуализацију туристичке тражње и њено значајније усредсређивање на нестандартне туристичке производе представља једну од основа примене таквог концепта развоја туризма.

Када се сагледају тенденције у оквиру глобалне и селективне тражње и перспективе развоја туризма Србије, долази се до закључка да Србија има све услове да, на основу стратегијског прилагођавања своје туристичке привреде укупним тржишним променама, ефикасно и селективно развија туризам. Посматрано са становишта расположивих ресурса, кључна обележја туристичке привреде Србије треба да чине, спортско-рекреативна, здравствена и еколошка компонента (Стратегија развоја туризма Србије, 2006), а управо је Шајкашка један од простора који може задовољити наведене компоненте и допринети развоју укупне туристичке привреде и туристичког развоја Србије.

Шајкашка је географски субрегион у Србији. То је југоисточни део Бачке, који се налази у средишњем делу Аутономне Покрајине Војводине. Шајкашка представља туристичко-географски сложен и занимљив простор. Изузетно повољан туристичко-географски положај, близина великих градских емитивних центара (Београда, Новог Сада и Зрењанина), који представљају центре туристичке тражње, специфичан рељеф, богатство хидрографских вредности и очувани природни простори са разноврсном флором и фауном представљају одличну основу за развој различитих облика туризма (наутички туризам, еко-туризам, сеоски туризам, салашарски, ловни и риболовни туризам, спортско-рекреативни туризам, сдукативни и излетички туризам). Са друге стране, богатство разноврсних елемената културног стваралаштва и историјског наслеђа, на тако малом простору, су вредности које могу привући велики број туриста и задовољити њихове различите културне и рекреативне потребе. Нажалост, природни и антропогени потенцијали су углавном неискоришћени, организација и управљање развојем туризма је на изузетно ниском, незадовољавајућем нивоу а подручје Шајкашке је недовољно туристички валоризовано и неафирмисано.

На основу увида у истраживања домаћих аутора и доступну литературу може се закључити да је Шајкашка недовољно проучаван простор коме је посвећено веома мало пажње у стручним и научним радовима и поред тога што представља туристичко-географски веома занимљив и сложен простор (Букуров, 1983; Букуров, 1986; Ковачевић, Страњанчевић, 2008; Ковачевић, 2009; Ковачевић, Страњанчевић, 2009; Kovačević, Stranjančević, 2010, Ковачевић, Плавша, 2011; Kovačević, Stranjančević, Gajić, 2011; Kovačević, Gajić, 2012).

Из наведених разлога произишла је потреба за истраживањем и изработом докторске дисертације под називом “Туризам Шајкашке”.

У овој докторској дисертацији истраживање се базира на прихваћеном сазнању да туризам представља привредну грану која у потпуности валоризује све ресурсе у простору са циљем побољшања економског развоја. Ради се о примењеном истраживању, у ком су се уважавали трендови развоја туризма у свету, Србији и Војводини, и спроводила теренска истраживања на приоритетним емитивним тржиштима (у Новом Саду и Зрењанину) али и у оквиру сваког насеља и ужих локалитета у Шајкашкој, а све у циљу анализе тренутног стања туризма и дефинисања модела развоја за успешно позиционирање туристичке дестинације Шајкашке на националном тржишту.

Друштвено-економске и политичке промене праћене ризицима, као и промене у ширем окружењу Републике Србије наметнуле су потребу да се истражи положај туризма

Шајкашке у новим условима. На то утичу и нови садржаји развоја друштва у целини као и снажан развој технологије који у великој мери усмеравају величину и структуру друштвеног производа и нови приступ развоју туристичких дестинација. Да би се постигли оптимални резултати и да би развој туризма и валоризација потенцијала Шајкашке били у складу са одрживим развојем, планирање туризма мора бити дугорочно, интегрисано у целину и што је веома важно, уз сагласности и укључивање локалног становништва.

Шајкашка има потенцијале за развој наутичког, излетничко-рекреативног, сеоског и салашарског, научно-едукативног, спортско-рекреативног и туризма специјалних интереса који, скоро у потпуности, нису искоришћени. Кроз управљање развојем туризма, укључивање рекреативних простора и диверзификацију туристичког производа, може се утицати на значајнију валоризацију овог подручја и стварање додатних економских ефеката, који су преко потребни за оживљавање руралних простора у нашој земљи и подизање животног стандарда становништва. Еколошка свест представља неопходну основу даљег, одрживог развоја и заједно са знањима и вештинама обезбеђује основу за померање у веће системе, шире циљеве и софистицираније разумевање узрока, веза и последица који владају у животној средини.

Стога је неопходно развој туризма у Шајкашкој прилагодити наведеним циљевима и развијати искључиво у складу са одрживим развојем. Да би се туризам на овом простору подигао на виши ниво, односно да би дошло до интегралног туристичког развоја и креирања конкурентног туристичког производа, потребно је изучити потенцијале за развој туризма, идентификовати кључне туристичке ресурсе и извршити њихову валоризацију, дефинисати стратегију развоја туризма и приоритетне развојне облике и обавезно укључити локално становништво у креирање туристичке понуде. Будући да се домаћи аутори се нису дубље бавили овом проблематиком, произилази неопходност свеобухватног истраживања.



## ПРЕДМЕТ, ЦИЉЕВИ, ЗАДАТАК, МЕТОДЕ, ХИПОТЕЗЕ И ЗНАЧАЈ ИСТРАЖИВАЊА

Шајкашка се одликује изузетно повољним туристичко-географским положајем, богатством природних вредности и разноликим и интересантним културно-историјским наслеђем, који пружају широк спектар могућности за развој различитих облика туристичких кретања (Букуров, 1971). Нажалост, и поред добрих могућности, туризам на овом простору још увек је недовољно развијен, а природни потенцијали су углавном неискориштени.

**Предмет** докторске дисертације Туризам Шајкашке је анализа тренутног стања туризма Шајкашке и ефекти досадашњег развоја, садржани у природним и антропогеним вредностима, као и у комуникативним и рецептивним факторима туристичке понуде; Дефинисање кључних туристичких ресурса и приоритетних облика туризма, а све у циљу формирања интегралног туристичког производа и повећања препознатљивости Шајкашке као дестинације на туристичком тржишту. Докторска дисертација ће обухватити изучавање потенцијала да би се извршило њихово оцењивање, односно туристичка валоризација, и да би се овај простор приближио и презентовао потенцијалним туристима. Туристички производ Шајкашке мора се јасно детерминисати, јер је то најбољи начин за прецизно дефинисање туристичке понуде. Прецизно дефинисана и одређена структура туристичког производа и туристичке понуде представља темељ туристичког развоја који омогућава одређивање оптималне стратегије развоја туризма Шајкашке. Истраживања која су урађена у оквиру дисертације уважавала су специфичне интересе сваког појединачног локалитета као уже дестинације, са посебним освртом на хетерогеност расположивих туристичких ресурса и атракција. Пошло се од уважавања свих релевантних основа, на начин да се туристички производ туристичке дестинације Шајкашке обликовао уз уважавање хијерархије циљева а у развојном моделу ова дестинација сагледала у јединственом и непоновљивом споју могућности које нуди њена околина. Предмет дисертације је, такође, анализа окружења и свих фактора релевантних за управљање туризмом на овом простору. С обзиром да Шајкашка поседује изобилје природних и антропогених атрактивности, може се рећи да постоје тенденције позитивног развоја туризма, али само уз стриктну и правилно вођену политику управљања.

У складу са предметом истраживања постављени су и вишеструки циљеви рада. Конкретан **циљ** докторске дисертације је да се изради теоријски утемељен и практичан модел развоја туризма Шајкашке, који ће да осигура развој конкурентне дестинације, исплативог туристичког производа и раст стандарда становништва. План развоја мора да да конкретне одговоре на сва отворена питања, што значи да треба имати јасну визију, да подржава начело одрживог развоја, реално процени потенцијале и улагања. Један од приоритетних циљева јесте да се истраже и анализирају природне и друштвене атрактивности, саобраћајна доступност и повезаност и материјална база неопходна за развој туризма у Шајкашкој, односно да се анализирају сви елементи Шајкашке као туристичке дестинације и идентификују и анализирају главне атрактивности које представљају базу за развој туризма. Циљ рада је и да се на научној основи, уз консултовање одговарајуће иностране и домаће научно стручне литературе, идентификују основни циљеви развоја туризма и одреде приоритетни облици туризма за које на овом простору постоје најбољи потенцијали за развој.

Истраживањем треба да се дође до сазнања, како понудити тржишту препознатљив туристички производ високог квалитета, и осигурати просперитет и виши квалитет живота локалног становништва Шајкашке. То намеће обавезу да се препозна интерес свих учесника понуде, и да се кроз партнерство осигура јединствено деловање свих елемената развоја јавног и приватног сектора.

Један од приоритетних циљева је да се дефинише стратегија развоја туризма Шајкашке и омогући примена техника и метода које ће допринети стратегијском прилагођавању Шајкашке као туристичке дестинације савременим тенденцијама на туристичком тржишту. Посебна пажња је посвећена истраживању туристичког тржишта. Циљ истраживања туристичке тражње био је детерминисање циљних тржишних сегмената и одређивање профила потрошача који припадају циљним сегментима, док су на страни туристичке понуде истражени ставови локалног становништва као интегралног фактора за развој туризма и креирање туристичке понуде Шајкашке. Посебно се наглашава циљ очувања животне средине, који значи прихватање одрживог развоја као концепције која има полазиште у још увек расположивим природним ресурсима (које треба чувати и унапређивати), али и свести локалног становништва које жели да сачува аутохтоне вредности. Циљ је и боља валоризација културно-историјских споменика и њихова заштита за генерације којима то треба оставити у наслеђе. На тај начин истраживање има за циљ подизање туристичке понуде на виши ниво квалитета, при чему треба уважавати потребе људи који живе и раде на простору ове туристичке дестинације што значи уједно и повећање квалитет живота локалног становништва.

**Задатак** рада је да се прикажу све вредности, подаци и чињенице које би могле допринети развоју туризма на овом простору, и да се пружи увид у могуће врсте туристичких кретања, уз предлоге организовања појединих дешавања. Задатак је и да се дефинишу планови даљег развоја и предлози за унапређење туризма Шајкашке. У резултатима истраживања се нагласак ставља на предуслове које треба испунити да би туризам заиста постао један од водећих елемената свеукупног развоја овог простора, а Шајкашка постала препознатљива туристичка дестинација у Србији.

**Метод.** Приликом израде докторске дисертације, коришћене су различите методе у различитим фазама израде дисертације. Методе коришћене у почетној фази овог рада могу се описати као аналитичке или као истраживање за столом (*desk research*). Рад је започет прикупљањем бројне литературе везане за тематику менаџмента туристичке дестинације (књиге и одговарајући чланци у међународним стручним часописима), и прикупљање литературних извора о самом истраживаном простору. Затим је следило прикупљање података на терену (*field research*), кроз велики број пословних разговора са руководећим кадровима и запосленима у предузећима које се баве активностима везаним за туризам, а послују на простору Шајкашке, обиласцима најпознатијих и најважнијих природних и културних атракција, затим са упознавањем постојеће туристичке инфраструктуре, како би ти подаци касније били анализирани. Ради се о методи структурираног и неструктурираног интервјуа. Тиме је установљено постојеће стање развоја туризма и тренутно постојећи туристички производи на тржишту, њихово критичко сагледавање и указивање на потенцијалне нове, интересантне туристичке производе који би се могли пласирати на тржиште у будућности.

Поред теренског истраживања, коришћене су различите научне методе и то индуктивно-дедуктивна метода, метода анализе и синтезе, компаративна метода, метода посматрања, метода дескрипције, метода анкетања, метода критичности и емпиријска и статистичка метода. Увек се полазило од општих методолошких начела, коришћен је дијалектички приступ проблемима, утемељен на синтетичкој методи сагледавања различитих методолошких поступака. Резултат таквог приступа довео је до конкретизације теоријских сазнања о специфичним карактеристикама значајним за развој туризма ове дестинације. Приликом анализе постојећег стања туристичких ресурса и атракција, као и других претпоставки развоја туризма, користила се индуктивна метода за доношење судова о проблематици која се истражује. У обради резултата прикупљених на темељу анкетних упитника и радионица на терену, примењен је логички и аналитички поступак анализе и синтезе, апстракције и генерализације у откривању законитости понашања свих сегмената значајних за развој туризма ове туристичке дестинације.

Целокупна обрада података извршена је у програмском пакету за статистичку анализу и обраду података SPSS верзија 19.0 (*Statistical Package for Social Sciences – SPSS*, у преводу Статистички пакет за друштвене науке). Статистичком анализом утврђени су односи између изабраних варијабли у циљу доказивања или оповргавања постављених научних хипотеза.

У истраживању се полази од опште хипотезе да туризам може допринети комплетном економском развоју, подизању стандарда и квалитет живота локалног становништва Шајкашке. Услов је да се на новим, научно утемељеним и у пракси доказаним сазнањима, постави такав модел развоја, који ће да осигура да се Шајкашка позиционира као препознатљива и привлачна туристичка дестинација.

Основна хипотеза у докторској дисертацији гласи:

*Хипотеза 1. Шајкашка је туристичко-географски разноврстан и занимљив простор на којем, и поред добрих могућности, туризам још увек је није довољно развијен, а природни потенцијали и друштвене атрактивности су углавном неискориштени.*

Из ове основне хипотезе изведене су следеће хипотезе:

*Хипотеза 1а. Шајкашка није афирмисана туристичка дестинација али има потенцијал да постане.*

*Хипотеза 1б. Шајкашка има потенцијал (садржан у атрактивним, комуникативним и рецептивним елементима) да постане дестинација наутичког туризма.*

*Хипотеза 1ц. Шајкашка има потенцијал (садржан у атрактивним, комуникативним и рецептивним елементима) да постане дестинација научног и едукативног туризма.*

*Хипотеза 1д. Шајкашка има потенцијал (садржан у атрактивним, комуникативним и рецептивним елементима) да постане излетничко-рекреативна туристичка дестинација.*

*Хипотеза 1е. Шајкашкој недостаје професионалан, ефикасан и савремени стратешки дестинацијски менаџмент на свим подручјима и нивоима туристичких активности и делатности.*

*Хипотеза 2. Више од половине анкетираниог становништва из Новог Сада и Зрењанина (испитаника) планира да неки од својих следећих одмора проведе у сеоском окружењу.*

*Хипотеза 2а. Постоји статистички значајна разлика у плановима испитаника да неки од својих следећих одмора проведу у сеоском окружењу у зависности од старости испитаника.*

*Хипотеза 2б. Постоји статистички значајна разлика у плановима испитаника да неки од својих следећих одмора проведу у сеоском окружењу у зависности од образовања испитаника.*

*Хипотеза 3. Више од половине анкетираниог становништва из Новог Сада и Зрењанина (или испитаника) учествује у излетничко-рекреативним кретањима током викенда.*

*Хипотеза 4. Више од половине испитаника се углавном слаже са тврдњом да активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса*

*Хипотеза 4а. Постоји статистички значајна разлика у слагањима испитаника са тврдњом да активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса у зависности од старости испитаника.*

*Хипотеза 4б. Постоји статистички значајна разлика у слагањима испитаника са тврдњом да активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса у зависности од образовања испитаника.*

*Хипотеза 5. Више од половине испитаника се углавном слаже са тврдњом да су излетничко-рекреативне зоне значајне за рекреирање градског становништва*

*Хипотеза 6. Више од половине испитаника се углавном слаже са тврдњом да су рурални простори Војводине атрактивни градском становништву за одмор и рекреацију.*

*Хипотеза 6а. Постоји статистички значајна разлика у слагањима испитаника са тврдњом да су рурални простори Војводине атрактивни градском становништву за одмор и рекреацију у зависности од старости испитаника.*

*Хипотеза 6б.* Постоји статистички значајна разлика у слагањима испитаника са тврдњом да су рурални простори Војводине атрактивни градском становништву за одмор и рекреацију у зависности од од образовања испитаника.

*Хипотеза 7.* Више од половине испитаника је посетило бар једно од насеља Шајкашке.

*Хипотеза 8.* Најчешћи разлог посете насељима Шајкашке је посета родбини и пријатељима.

*Хипотеза 9.* Више од половине испитаника који су посетили насеља Шајкашке нису посетили заштићена природна подручја.

*Хипотеза 10.* Више од половине испитаника који су посетили насеља Шајкашке нису посетили излетишта и купалишта.

*Хипотеза 11.* Више од половине испитаника који су посетили насеља Шајкашке нису посетили културно-историјске вредности на овом простору.

*Хипотеза 12.* Више од половине испитаника сматра да највиши степен туристичке атрактивности, од друштвених атрактивности у Шајкашкој, има манастир Ковиљ.

*Хипотеза 13.* Више од половине испитаника сматра да највиши степен туристичке атрактивности, од природних атрактивности у Шајкашкој, има Специјални резерват природе Тителски брег.

*Хипотеза 14.* Најснажнији елемент Шајкашке, као туристичке дестинације, по мишљењу посетилаца, су заштићени природни простори и очувана природа.

*Хипотеза 15.* Најслабији елемент Шајкашке, као туристичке дестинације, по мишљењу посетилаца, је материјална основа (рецептивни капацитети, туристичка сигнализација, саобраћајна повезаност)

*Хипотеза 16.* Испитаници који су посетили Шајкашку сматрају да салаши у Шајкашкој поседују висок степен туристичке атрактивности.

*Хипотеза 17.* Постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника о просечним оценама елемената Шајкашке као туристичке дестинације у зависности од старости испитаника.

*Хипотеза 18.* Постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника о просечним оценама елемената Шајкашке као туристичке дестинације у зависности од образовања испитаника.

*Хипотеза 19.* Постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника о просечним оценама елемената Шајкашке као туристичке дестинације у зависности од места становања испитаника.

*Хипотеза 20.* Постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника о просечним оценама елемената Шајкашке као туристичке дестинације у зависности од висине месечних примања испитаника.

## САВРЕМЕНЕ ТЕНДЕНЦИЈЕ НА ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ

Туризам представља једну од водећих светских делатности, у којој ради око 238 милиона људи и која генерише 9,9% светског бруто друштвеног производа. Међународна туристичка кретања имала су изузетно повољну развојну тенденцију у другој половини прошлог века. Процењује се да је просечна годишња стопа раста броја туриста у овом периоду износила 5,6%, а реална туристичка потрошња око 8%. Блага одступања од ове изузетно повољне развојне тенденције забележена су 1968. Године као резултат ратних сукоба на Средњем Истоку и у периоду енергетске кризе 1974–75. године и блаже економске рецесије у свету 1980. године. Међутим, ова одступања нису битније утицала на потврду законитости о знатно бржем развоју међународног туризма у односу на укупни привредни развој у свету. То значи да је у овом педесетогодишњем периоду туризам константно повећавао своје учешће у укупној вредности светског друштвеног производа, запослености становништва и размени роба и услуга у свету.

Наведене тенденције су резултат динамичног привредног развоја, повећања животног стандарда становништва, већег културног и образовног нивоа, повећања степена моторизације и урбанизације, демографских кретања и других важних фактора на страни туристичке тражње. Са друге стране, многе земље у свету, схватајући важност туризма за њихов привредни развој, а посебно платни биланс доносиле су стратешке одлуке о потреби за подстицањем развоја свих елемената који чине туристичку понуду. Овде се посебно истичу велика улагања у саобраћајну и осталу такозвану „велику инфраструктуру” и стимулисање изградње смештајних и осталих елемената који чине туристичку понуду уз повољну кредитну и фискалну политику. Такође су улагана велика средства у промовисање развоја туризма за привлачење страних туриста. Овакву политику подстицања развоја већ од почетка 60-их година прошлог века широко су користиле првенствено земље Медитерана и неке земље алпског туристичког подручја.

Светска туристичка привреда је почетком трећег миленијума била суочена са низом негативних фактора (терористички напад на Њујорк 2001. године и међународни тероризам у другим деловима света, епидемије и природне катастрофе), па ипак су и у овом периоду забележене позитивне тенденције. Кризе у међународном туризму утицале су на редуирање туристичких токова и негативне стопе раста међународног туристичког промета у појединим годинама (-0,3% у 2001. и -1,7% у 2003. године). Према подацима Светске туристичке организације, у наредним годинама испољени су знаци снажног опоравка – 2004. остварено је повећање броја долазака страних туриста од 10,1%, а 2005. године од 5,4%. У наредној 2006. години остварени су рекордни резултати – међународни туристички промет је бележио даље повећање од 4,9% и остварено је 842 милиона долазака страних туриста; приходи од међународног туризма су достигли износ од 735 милијарди америчких долара (586 милијарди евра) (UNWTO World Tourism Barometer) ([www.unwto.org](http://www.unwto.org), jun 2007). Према подацима Светске туристичке организације 2007. година је четврта година у којој међународни туризам наставља даљи стабилан раст – остварено је повећање од 6% и 898 милиона долазака страних туриста ([www.unwto.org](http://www.unwto.org), мај 2008). Према месечним и кварталним извештајима UNWTO за 2012. годину утврђено је да су међународни туристички доласци бележили раст од 5% у прва четири месеца 2012. године те се закључује да се наставио тренд пораста започет 2010 ([www.unwto.org](http://www.unwto.org), 2012).

Према предвиђањима Светског савета за путовања и туризам (*World Travel and Tourism Council – WTTC*), у периоду од 2009. до 2018. године туристичка кретања ће на светском нивоу бележити просечну годишњу стопу раста од 4,4%. Такође, предвиђа се да ће до 2018. године у туризму радити 297 милиона људи, а удео туризма у светском бруто друштвеном производу ће достићи 10,5%. Африка, Пацифик и Блиски Исток ће бележити стопу раста туристичке тражње (више од 5% годишње) изнад светског просека, док ће

туристичка тржишта Америке и Европе, која су већ у фази зрелости, имати стопу раста туристичких кретања испод светског просека (2%). Ипак, туристичко тржиште Европске Уније, састављено од 27 земаља, заузима водећу позицију на глобалном туристичком тржишту са уделом од 40% (WTTC, 2008). Према најновијим подацима UNWTO (2012) у периоду од 2010. до 2030. године чекује се стабилан пораст међународних туристичких долазака, са стопом пораста од око 3,3% годишње, што представља повећање за око 43 милиона туристичких долазака сваке године, достигавши укупно 1,8 милијарди долазака до 2030 (<http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2012-edition>).

Поред константног раста, битно обележје туристичког тржишта представљају и сталне промене. Оне су условљене променама у структури туристичке тражње и динамичним технолошким променама. Кретање у домену туристичке тражње резултат је деловања економских и демографских фактора, при чему за туризам велики значај имају структурне промене популације и промене у начину живота људи. У развијеним земљама света посебно је изражена тенденција старења становништва. Овај део становништва представља веома важан извор тражње због расположивог слободног времена (услед скраћивања радног века у најразвијенијим земљама) и усмеравања великог дела дискреционог дохотка ка туристичким путовањима. Демографске промене у високо развијеним земљама односе се и на смањивање просечне величине породице, уз повећање броја једночланих домаћинстава; растући број брачних парова без деце и тенденцију ка каснијем заснивању породице, све већи број запослених жена, пораст нивоа образовања становништва и друге. Посебно се присутан динамичан пораст урбане популације. Наравно, најзначајнији генератор позитивних кретања на туристичком тржишту представља динамичан привредни раст и повећање националног дохотка у највећем броју земаља у свету, што је довело до даљег пораста животног стандарда становништва. Али, поред пораста дискреционог дохотка домаћинства, значајне су и промене у начину и стилу живота, које доводе до појаве нових тржишних сегмената, често врло специфичних у својим захтевима. Њихови захтеви се првенствено одликују високим степеном индивидуалности. Тражњу карактерише и све већи степен софистицираности, укључујући и захтеве за растућим квалитетом туристичких услуга (WTO).

Коначни избор потрошача првенствено је опредељен применом основног начела - „вредност за новац” (value for money). Расте општи ниво образовања потрошача у туризму, укључујући и свест о неопходности заштите окружења. Поред тога, истраживања тржишта указују и на тежњу ка индивидуализацији и далеко већој флексибилности путовања. У условима све веће хетерогености туристичког тржишта, највеће разлике се испољавају управо у захтевима за новим искуствима и разноврсним садржајима путовања (културним, спортско-рекреативним, авантуристичким, образовним и другим). Аналитичари указују да се савремена тражња усмерава ка тзв. „6Е” у туризму, односно туризму који пружа искуство, узбуђење, бекство, едуковање, забаву и екологију (енгл. experience, excitement, escape, education, entertainment, ecology) (Стратегија развоја туризма града Београда, 2008). Туристичке дестинације које буду прилагодиле своју понуду овим захтевима, могу очекивати и пораст туристичке тражње, уз понуду производа прилагођених специфичним тржишним сегментима и уз уважавање потребе за индивидуализацијом путовања. Туризам посебних интересовања имаће, према предвиђањима стручњака, највеће стопе раста у наредном периоду. Туристичку тражњу карактерише и растућа свест о здрављу што утиче и на избор дестинација које могу задовољити критеријуме савременог туристе, али и тражња за услугама велнес програма, фитнес центара и сличним. Промене у понашању потрошача у туризму односе се и на релативно скраћивање трајања путовања – све већи број туриста се опредељује за краћа и чешћа путовања.

Последњих година кратки градски одмори (city break) постају производ са најдинамичнијим растом на тржишту (у периоду 2001-2004. године пораст је износио чак

108%, док је у истом периоду традиционални боравишни туризам забележио раст од само 8%). Поред тога, присутна је и тенденција каснијег доношења одлуке о туристичком путовању што је добрим делом резултат очекивања ниских цена туристичких услуга понуђених по систему резервације у последњем тренутку (last minute booking-a).

У промењене навике понашања потрошача треба укључити и потребу за коришћењем одмора у летњем и зимском периоду као и за време ускршњих празника. Ово су крупне промене у односу на ранија искуства када је одмор био везан искључиво на летњи период. О овоме треба да воде рачуна све туристичке земље с обзиром на чињеницу да се стварају објективно повољни услови за битније повећање степена искоришћености смештајних и осталих капацитета у туристичким местима. Ово се односи и на ефикасно управљање туристичком дестинацијом и то од земље као целине до приоритетних туристичких дестинација које су важне за успешан развој туризма.

Технолошко окружење карактеришу сталне иновације које представљају значајан подстицајни фактор у пословању различитих привредних и непривредних субјеката на страни понуде, па и туристичких дестинација у целини, а способност прихватања и коришћења нове технологије утиче на постизање конкурентске предности на тржишту. Примена савремене информационе и комуникационе технологије данас је неопходан услов за ефикасно пословање авио-компанија, хотелских предузећа, путничких агенција и других привредних субјеката, а посебно је област продаје на развијеним тржиштима готово у целини покривена централним резервационим и глобалним дистрибуционим системима. Наведене тенденције су резултат динамичног привредног развоја, повећања животног стандарда становништва, већег културног и образовног нивоа, повећања степена моторизације и урбанизације, демографских кретања и других важних фактора на страни туристичке тражње (Стратегија развоја туризма града Београда, 2008).

Јасно је да је туризам јака економска покретачка сила и да апсолутно има глобалне размере, те да нема земље, која се, без обзира на своје постојеће стање, није одлучила да у одређеној мери утиче на развој туризма. Када се сагледају све тенденције и трендови, може се закључити да је туризам, као привредна делатност, у свету константних промена и експанзија и да има економске утицаје на подручја у којима се развија.

У коликој мери туризам утиче на светску економију, може се уочити из следећих навода:

1. Око 75 земаља света је од иностраног туризма имало приходе више од једног милиона америчких долара у 2006. години. Највећи туристички региони су у истој години имали прилив од иностраног туризма у износу од око 733 милиона америчких долара. На првом месту, по броју остварених туристичких ноћења, била је Европа, која бележи и пораст прихода од туризма и која је исте године остварила приход од око 375 милиона америчких долара или 51% укупног учешћа у светском туристичком приходу (Goeldner et all, 2006; Trout, 2006).

2. Туристичка делатност је у светском домаћем производу учествовала са 10,3%. Велике су заблуде када се мисли да инострани туризам највише утиче на доходак земље. Домаћи туризам учествује са око 80% у укупном приходу од туризма земаља света, јер се кроз тај вид кретања реализују финални производи и њихов извоз, те се тако остварује позитиван биланс земље. Приходи од домаћег туризма су за око 10 пута већи од прихода од међународног туризма. У 2007. години остварено је учешће од 9 милијарди домаћих туриста, а њихова потрошња је износила 4000 милијарди долара. Осим што директно и индиректно утиче на развој свих делатности, туризам у великој мери утиче и на обим запослености у држави и региону (Tranter et all, 2008).

3. Туристичка делатност запошљава око 234 милиона људи (3,5% укупне светске популације) (Cooper et all, 2008, Cook et all, 2005).

4. У 2006. години извоз од путовања и туризма у Централној и Источној Европи представљао је 11,5% укупног извоза (Altinay et all, 2008).

5. Исте 2006. године јавни и приватни сектор заједно су потрошили 918.005 милијарди долара за нове капиталне инвестиције за путовања и туризам широм света, што представља 9,4% укупних светских инвестиција. До 2015. године та потрошња ће порастати на 1.673.070,00 милиона долара или 10,0% од укупних инвестиција (Cooper et all, 2008).

6. Капитална улагања у путовања и туризам у Централној и Источној Европи у 2006. Години износила су 45.758,00 милијарди долара или 11,8% укупних регионалних капиталних инвестиција (Goeldner et all, 2006).

7. Путовања и туризам су истовремено и генератор и прималац владиних фондова. Године 2006. је за путовања и туризам одвојено 285.287.00 милијарди долара владиних трошкова или 3,8% укупних трошкова ([www.unwto.org](http://www.unwto.org)).

### НЕКЕ ОД СПЕЦИФИЧНОСТИ ТУРИСТИЧКИХ КРЕТАЊА И ПРЕДВИЂАЊА ВЕЗАНА ЗА РАЗВОЈ СВЕТскоГ ТУРИЗМА

Туризам је, одувек био и остаће, један од сектора преко којег се земље које желе да га развијају, најдиректније суочавају са светом, у економском, политичком, друштвеном и културном погледу. Самим тим, туризам је допринео афирмацији свих привредних система. Перманентно омасовљавање туристичког промета чини један од основних печата савремене цивилизације, док туристичка кретања постају саставни део свакодневног живота великог дела популације. Неке од специфичности светских туристичких кретања огледају се у следећим чињеницама:

- Европљани много више улажу у хотелијерство него Американци.
- Туризам ће и даље бити главни растући привредни сектор, уз реалну стопу раста од око 5%.
- Како се компјутеризовани систем резервација шире великом брзином, мањи системи ће нестајати са тржишта (Mason, 2008).
- Шок сиромаштва могао би светске мегалополисе претворити у нестабилна подручја, што би за последицу имало негативан утицај на туризам (Yasarata et all 2010; Mason, 2008).
- За будуће окружење туристичког пословања биће карактеристичан мањи број глобалних светских оператора, а веће учешће локалних оператора.
- Према дугорочним предвиђењима WTO до 2020. године туристичким тржиштем ће и даље доминирати три регије Европа ( са предвиђеним порастом на 717 милиона туриста), Азија и Пацифик (397 милиона туриста) и САД (282 милиона туриста) (WTO).
- Предвиђа се пад удела водеће Европе у укупном броју туриста са водећих 60 % на 46%, а са друге стране пораст у азијско-пацифичком региону на 25% укупног броја туриста (Robbins, et all, 2005).

Бројни су проблеми глобалног туризма у 21. веку, а неки најважнији биће наведени у тексту који следи.

- Светски економски поредак се мења. Притисак на све земље да прилагоде своју привреду тржишним односима резултира великим реструктурирањем расподеле богатства и доходака, што се даље одражава на глобалне моделе туризма (Черовић, 2002).
- Масовни политички покрети, у којима становништво покушава успоставити облик управљања који се заснива на учествовању, утиче на туризам. Последица тога је да ће локално становништво у туристичким дестинацијама све више захтевати да туризам понајвише служи њиховим интересима, на начин да корист коју доноси буде већа од трошкова које ствара (Causevic, Lynch, 2013; Унковић, Зечевић, 2007).



- Брига о природној средини ће се и даље наставити, што ће стварати притисак на туристичке иницијативе да докажу свој допринос одрживом развоју који не штети околини (Стојановић, 2004; Јовичић, 2000).
- Светска демографска кретања настављају се према предвиђањима: становништво богатих нација све више стари и стабилизује се, док се становништво земаља у развоју доживљава пораст. Биће неопходно пратити учинак ових демографских промена на глобалну учесталост путовања (Штетић и сар., 2009).
- Технологији се посвећује све већа пажња. Кретање информација, робе и људи проучава се с обзиром на комплементарност и супститутивност (Yang, Hwang, 2013).
- Улога туризма у земљама у развоју поставља озбиљна питања. Иако многе земље у развоју требају финансијске приходе од туризма, друштвена и еколошка штета која настаје због неконтролисаних туристичких кретања и активности, једноставно се не цме занемарити (Черовић, 2002).
- Повећава се забринутост везана за расположивост одговарајуће радне снаге у туристичкој привреди. Широки распон друштвених и економских политика, нарочито оне које имају утицај на образовање, планирање становништва, радне односе у великој мери ће утицати на способност туристичке привреде у свакој земљи да задовољи своје потребе за људским ресурсима (Петровић, 2007).
- Забринутост везана за здравље, сигурност и законску регулативу на самом је врху приоритета туриста и добављача туристичких услуга. Сукоби и ратови, криминал, тероризам и ширење заразних болести су реални фактори који иду упоредо са развојем туризма (Blake, Sinclair, 2003).

На бази анализе најновијих трендова у кретању светског туристичког промета, превладавајућим начинима промоције, комерцијализације и дистрибуције, као и према понашању данашњих туриста, њиховим навикама, потребама и жељама, највеће стопе раста туристичког промета у долазећем периоду треба очекивати у следећим производним сегментима:

- спортски туризам – зимски и летњи
- авантуристички туризам
- туризам у природи
- културни туризам
- рурални туризам
- крстарења бродовима
- тематски паркови
- састанци и конференције (Стратегија развоја туризма Републике Србије, 2006)

Из наведеног се могу одредити будући трендови у туризму:

- континуирани раст понуде и тражње,
- повећана диверсификација дестинација и производа,
- значајне демографске промене,
- повећан број индивидуалних путовања (самостално организованих),
- прилике за будући туризам у нискобуџетним (енгл. low cost) авио компанијама,
- интернет и нове технологије (флексибилност и транспарентност),
- употреба викенд кућа (енгл. second homes) у комерцијалне сврхе.

Очекиване промене у светском туризму:

- смањење трошкова путовања,
- смањење дужине боравка,
- промене у начину резервисања одмора (Интернет),
- промене у главним мотивима путовања, нови производи и начини промоције (Стратегија развоја туризма Републике Србије, 2006).

## **ПЕРСПЕКТИВЕ РАЗВОЈА ТУРИЗМА У СРБИЈИ ДО 2020. ГОДИНЕ**

Република Србија је на историјској раскрсници где се одвијају интензивна прилагођавања европским интеграцијама и где се испољава снажан раст конкурентског капацитета институција, предузећа и појединаца. Србија је на путу дефинисања развојних циљева и привредних сектора са изгледима за успех, где ће самостално и уз подршку међународне заједнице морати што пре да изгради и реализује конкурентске стратегије раста. Туризам се у том контексту намеће као незаобилазан комплекс са неискоришћеним растућим потенцијалом. Српски туристички потенцијали нису досад довољно валоризовани, јер туризам није никад био озбиљна тема развојне политике Републике Србије. С друге стране, многе државе са сличним или чак слабијим потенцијалом су последњих година учиниле напоре који су их довели на мапу значајних светских туристичких земаља. Примери Републике Мађарске, Чешке Републике, Републике Бугарске, Републике Румуније и Републике Пољске то најбоље потврђују.

Република Србија данас има само компаративне предности у туризму, јер поседује разноврсну структуру туристичке понуде, налази се у близини традиционалних и нових туристичких тржишта, има дугу историју и општу препознатљивост, очуване природне ресурсе, сразмерно добре комуникације и поседује велики људски потенцијал. Процес трансформације компаративних у конкурентске предности у туризму Србије део је укупних реформских процеса, као и политичког односа према туризму као важном ствараоцу националног благостања. Када се сагледају тенденције туристичких кретања у Србији у раздобљу од 1989. до 2000. године, могу се приметити изузетно неповољна кретања, што је последица деловања низа негативних политичких и економских фактора. То је првенствено имало катастрофалне последице на кретање иностраног туристичког промета и прихода од туризма у земљи. У раздобљу од 1989. до 2000. године, дошло је до смањења укупног туристичког промета, мереног бројем ноћења, за 35,6%, од чега домаћег за 30,1% а иностраног за 71,6%. Опадање укупног броја долазака у истом периоду износило је 47,9%, од чега долазака домаћих туриста за 37,8% а страних туриста за 82,4%. Девизни прилив од туризма је у раздобљу од 1990. до 2000. године смањен за 93,6%. Да би размере заостајања биле уочљивије треба истаћи да је у периоду од 1989. до 2000. године туристички промет у свету, мерен бројем долазака, повећан за 73,1%, а приходи од међународног туризма за 127,7%. Политичке, економске и друштвене промене које су започеле 2000. године представљале су основ за постепену промену позиције Србије као туристичке дестинације. И поред позитивних тенденција, Србија још увек није достигла резултате које постижу поједине земље из конкурентског окружења.

Највећи део иностраног туристичког промета везан је за регион Београда (пословна путовања, кратка туристичка путовања, речна крстарења Дунавом), а мањи део је усмерен ка простору (кластеру) Југозападне Србије (Златибор, Копаоник). Преко половине укупног броја ноћења страних туриста у земљи реализује се на подручју Београда (Републички завод за статистику). Према урађеној Стратегији развоја туризма Србије очигледно је да Србија има компаративне предности у туризму, међутим закључак је да она није исправно тржишно позиционирана. Иако поседује разнолику структуру туристичких ресурса, добру саобраћајну повезаност и поседује људске потенцијале њени туристички производи нису довољно развијени па, не могу бити адекватно пласирани на иностраном туристичком тржишту. Самим тим, наша земља не остварује значајан девизни прилив од туризма. Мали број смештајних капацитета и застарели објекти утичу и на немогућност њиховог пласирања на иностраном тржишту. Досадашња улагања нису ни приближно довољна да би се ова ситуација побољшала. Због затворености тржишта у Србији касни процес реструктурисања и приватизације, као и иностраних улагања што утиче на заостајање туристичке привреде Србије у стварању модерних облика понуде као

што су нови тематски хотели, тематски паркова, голф терени, велнес центри, рурални садржаји, нове инфраструктуре за потребе туриста специјалних интересовања и др.

Политичке и економске промене у Србији основ су за постепено побољшање позиције Србије. Као потенцијално нова туристичка земља која тек тражи своје место на туристичком тржишту, а уважавајући, при томе, глобалне трендове и процесе на тржишту, Србија има добре могућности да искористи своју садашњу позицију и то из неколико разлога:

1. Србија може да учи из добрих и лоших искустава других;
2. Србија може да креира туристичке производе и своју позицију на тржишту у складу с савременим трендовима;
3. с обзиром на наслеђену инфраструктуру и организацију у туризму, Србија може да дејствује брзо;
4. Србија има критичну масу знања и интерног капацитета за брзи улазак у међународну туристичку утакмицу.

Реалне шансе Србије, у односу на светска туристичка кретања, огледају се у неколико сегмената.

а) *Глобални заокрет у туризму*. Пре свега је реч о коришћењу прилика незаустављивог тренда уласка на туристичку мапу све већег броја мањих (нових) дестинација, услед већ потврђене навике да туристи све више траже и прихватају нова искуства и дестинације. Тим пре када такве дестинације нуде нова искуства на професионалан начин.

б) *Производи с највећим пословним потенцијалом*. По предвиђањима Светске туристичке организације, од туристичких производа с највећим пословним потенцијалом, Србија има шансе у свима, осим туризма "сунца и мора", чији је удео у последњих 30 година ионако смањен у глобалном туризму за више од 50%. При томе, посебно ваља истаћи шансе Србије у производима повезаним са коришћењем природе и екотуризма, здрављем, активностима специјалних интереса, руралним туризмом, културним туризмом, речним крузингом као и пословним туризмом и "MICE"-ом.

ц) *Профил нових туриста*. Сви кључни трендови на пољу промене профила туриста будућности такође иду у прилог Србији. Посебно је реч о трендовима према независним, технолошки освештеним посетиоцима у потрази за аутентичним искуствима, као и активним туристима заинтересованим за културу и природне ресурсе дестинација у које путују. У том правцу иду и функционални трендови, као што су више путовања током године те повећани сензибилитет за вредност за новац/напор.

д) *Општи раст тржишта*. Традиционалне емитивне земље и даље имају тренд раста, уз све већу диверсификацију интереса, у складу са данашњим социо-културним променама у тим земљама. С друге стране, убрзано се отварају нова емитивна тржишта, која су све више избирљива и траже добру вредност за новац. Европске интеграције посебно иду на руку лакшем доступу окрупњеног тржишта за сваку рецептивну земљу. Ако се разуме да данас, укључујући Русију и земље Балкана, у Европи има близу 700 милиона становника (не рачунајући друге земље бившег СССР-а) који остварују око 400 милиона путовања, односно између 1,6 и 2,0 милијарде ноћења. Србија, уз потребни професионални напор, може брзо и успешно пенетрирати на ово велико тржиште (Стратегија развоја туризма Србије, 2006).

Да би се Србија као туристичка дестинација успешно и на трошковно најрационалнији начин укључила на међународно туристичко тржиште, потребно је да развија следеће туристичке производе:

- 1) градски одмор,
- 2) пословни туризам,
- 3) кружна путовања (Touring),
- 4) наутички туризам,
- 5) здравствено-релаксациони туризам (Spa/wellness),

- 6) планине и језера (Mountain and Lake Holidays),
- 7) догађаји (Events),
- 8) рурални туризам,
- 9) специјани интереси.

Значај ових производа за Србију као туристичку дестинацију у највећој мери произлази из чињенице да их у светским размерама одликује велики и константан обим тражње или динамична стопа раста тражње или велика просечна потрошња по дану боравка. У том смислу, продор Србије на тржиште било ког од ових производа би се у великој мери позитивно одразио на данашњи број и структуру долазака и ноћења, као и на остварену инострану туристичку потрошњу у земљи.

Према Стратегији, Војводина је дефинисана као јединствени туристички кластер (дестинација) од укупно четири у Србији (Београд, Војводина, Југозападна Србија и Југоисточна Србија). Конципирана је под слоганом: “Водено благо, панонски ужитак”, те се може закључити да је акценат на валоризацији водених токова. Кључни туристички производи или видови туризма Војводине су: догађаји (манifestације), специјални интереси (бициклизам, јахање, лов, риболов и др.), наутика, планине и језера и рурални туризам. У Програму привредног развоја АП Војводине из 2006. године наводи се да је један од приоритета привредног развоја АП Војводине развој туризма, веће укључивање туристичког потенцијала покрајине на ино-тржиште и унапређење квалитета услуга у складу са међународним стандардима, и констатује се да је један од основних проблема и ограничења развоја туризам недовољна конкурентност. Узимајући у обзир туристичке потенцијале и основне тенденције у међународним туристичким токовима, у Програму се указује на следеће видове туризма које треба развијати: ловни, транзитни, туризам на водама (спортско-рекреативни, наутички и сл.), конгресно-културно-манifestациони, здравствено-рекреативни, рурални (етно-еко), излетничко-боравишни туризам. Посебан акценат се ставља на развој наутичког туризма дуж обале Дунава, те је покренут Пројекат развоја наутичког туризма (НТД) за који је задужен Покрајински секретаријат за привреду (Маркетинг стратегија туризма АП Војводине, 2009).

Табела 1. Разноврсна понуда Војводине као туристичке дестинације

Планине језера	Специјални интереси	Догађаји	Наутика	Сеоски туризам
Купање сунчање, wellness, бициклизам, параглајдинг, змајарење, пешачење и активности у природи, спортови на води.	Лов, риболов, бициклизам, посматрање птица, етнографија, јахање, аерофото снимање, камповање, пешачење, речна експедиција.	Културне прославе, економија и трговина (сајмови, берзе, конгреси, конференције), уметност и забава (концерти и изложбе), спортска такмичења, образовање и наука (семинари, конгреси, радионице),	Чартер, индивидуалне пловидбе, кружна путовања реком.	Агротуризам, активности у природи, екотуризам, културни туризам, остали комбиновани облици туризма

политика и  
државе  
(политички  
сусрети,  
скупови,  
посете).

*Извор: Маркетинг стратегија туризма АП Војводине из 2009. године*

У складу са наведеним приоритетним облицима туризма и производним миксом Војводине биће усклађена и локална Стратегија развоја туризма Шајкашке, јер су управо кључни туристички производи Војводине производи за које постоје најбољи потенцијали за развој у Шајкашкој (наугички, специјални интереси, рурални, спортско-рекреативни туризам, излетничко-боравишни). Приликом дефинисања приоритетних туристичких производа и Стратегије развоја туризма, биће примењен принцип од општег ка посебном, у циљу сагледавања развоја туризма Србије и места туризма Шајкашке у том развоју. Неопходно је применити и принцип од посебног ка општем да би се сагледале специфичности туристичке понуде Шајкашке и уклапиле у Стратегију развоја туризма Србије.

## ПОЈМОВНЕ ОДРЕДНИЦЕ ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ

Туризам, као друштвена и економска појава, налази се у процесу непрестаних и снажних промена. За туризам су данас значајне многобројне и разноврсне дестинације широм света које су допринеле брзом и успешном развоју туризма после 1945. године. Савремени туриста се не задовољава више само пасивним искуством већ од туристичке дестинације тражи аутентичност са циљем да што боље упозна аутохтоне културе, историју и околину где живи и ради домаће становништво. У свакој туристичкој дестинацији делују разноврсни учесници – индивидуалци и групе, који имају интерес да свако на свој начин допринесе развоју туризма од кога живе. Зато су потребни планирање и менаџмент као механизам, који држи све учеснике у туризму заједно и гарантује да се дестинација стратешки развија. Да би се разумело управљање туристичком дестинацијом и примена одговарајућих стратегија, у циљу што бољег развоја туризма, мора се поћи од појмовне одреднице туристичке дестинације и њеног дефинисања. У литератури се могу наћи различите дефиниције туристичке дестинације.

Према подацима Светске туристичке организације, под туристичком дестинацијом подразумева се физички географски простор у коме туристи проведу најмање један дан.

Према Закону о туризму РС, туристичка дестинације јесте одредиште туристичког путовања које својом опремљенишћу омогућава прихват и боравак туриста (Закон о туризму РС).

Према Бакићу, под туристичком дестинацијом подразумева се мање или више заокружена географска целина која располаже одговарајућим атрактивним, комуникативним и рецептивним факторима, тј. свим оним природним, друштвеним, антропогеним, културно-историјским, саобраћајним и претпоставкама за смештај, исхрану, одмор, рекреацију, забаву итд (Бакић, 2002).

У интересу свих учесника је да се у одређеној туристичкој дестинацији туристима пружи што бољи туристички производ и што квалитетније искуство. Зато данас планирање и менаџмент морају бити основани искључиво на принципима одрживог развоја.

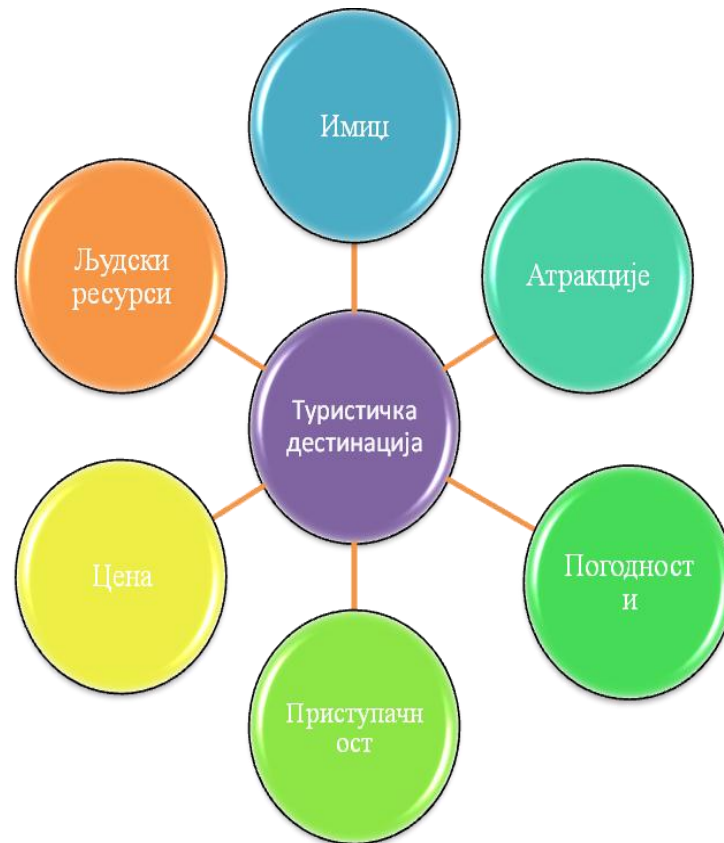
Пошто су туристички производи по природи неопипљиви, оно што је највредније јесте начин извођења, а не само производ. Крипендорф (1987) га је зато назвао »маркетинг снова«. За туризам је значајно и високо учешће људске радне снаге што с друге стране отежава стандардизацију услуга. Туристички производ је стога спој више различитих производа и услуга различитих учесника. Туризам је јако подложен и спољашњим тржишним турбуленцијама. Осетљив је и на економске рецесије у државама које емитују туристе. Туристички производ се временски веома променио. Данас то није варијанта првих туристичких производа већ се говори о сасвим новим туристичким производима. Зато се поставља питање у чему је маркетинг у туризму другачији од маркетинга осталих услужних делатности (Fyall, 2005).

Туристичка дестинација укључује бројне елементе који привлаче посетиоца у неку одређену дестинацију и задовољава његове потребе након доласка. Основни елементи туристичке дестинације набројани су и објашњени у тексту који следи.

**1. Атракције** су углавном срж и мотивација посетиоца, јер дестинација без атракције није интересантна. Деле се на природне (планине, паркови, плаже, клима), изграђене (зграде које су знак распознавања попут Ајфелове куле у Паризу, затим споменици наследства, верски споменици итд.), културне атракције (музеји, театри, галерије). Постоје и мање опипљиви фактори као што су јединственост или емоционални и експериментални поводи за привлачење туриста.

**2. Погодности** укључују широки дијапазон услуга и могућности које подржавају боравак посетиоца и укључују основну инфраструктуру – јавни саобраћај, путеве, смештај, информације, рекреацијске могућности, водиче и све остало.

**3. Приступачност** говори колико је одређена дестинација доступна великом броју популације, било путевима и железницом, било рекама, морима или ваздухом (географска приступачност). Поред географске, постоји и политичка приступачност. Овде се убрајају начин и регулисање добијања виза, поступци на границама или пристаништима, који такође чине неку дестинацију приступачнијом или одбојнијом.



Скица 1. Елементи туристичке дестинације  
(Извор: WTO, 2007)

**4. Имиџ** или препознатљивост дестинације је од кључног карактера и значаја за довођење туриста у неку дестинацију. Нису довољне само погодности и атракције, ако за дестинацију туристи и посетиоци не знају или је познају у лошем светлу. Имиџ укључује и: јединственост, знаменитости, квалитет животне средине, безбедност и сигурност, ниво услуга и љубазност људи.

**5. Цена** је битан аспект конкуренције са другим дестинацијама. Фактори који утичу и формирају цену су транспорт до и по дестинацији и цене услуга у самој дестинацији (смештај, храна). Одлука туриста може бити базирана и на другим економским факторима као што је на пример курсна разлика и паритет цена.

**6. Људски ресурси** су такође повезани са туризмом јер и он захтева радну снагу коју упошљава. Сем тога, постоји и интеракција са локалним заједницама, јер је то битан аспект туристичког искуства. Зато је потребно добро обучити и припремити радну снагу, а и локално становништво које мора бити упознато са погодностима које могу имати од туризма, али и њиховом одговорношћу. Због тога се туристичком дестинацијом мора управљати у складу са стратегијом развоја дестинације (WTO, 2007Б).

Туристичке дестинације у свету се константно мењају; њихова популарност осцилира, расте и опада, или стагнира, што пре свега зависи од дешавања и промена на глобалном

туристичком тржишту или од утицаја спољашњих фактора на које сама дестинација нема никаквог утицаја (Butler, 1980; Butler, 1997a; Butler, 1997b, Bao, 1998; Johnson et al., 2002; Dwyer, Kim, 2003; Cole, 2007). Тај се процес може објаснити путем »животног циклуса« неке дестинације по такозваном моделу животног циклуса туристичке дестинације (скраћено TALC од Tourism Area Life Cycle). Модел животног циклуса туристичке дестинације први пут представио је Бутлер 1980. године (Butler, 1980), и представља најчешће цитиран модел животног циклуса туристичке дестинације у литератури.

Из графикана 1. се може уочити да туристичке дестинације пролазе кроз пет различитих раздобља раста или промена:

- истраживање,
- укључивање,
- развијање,
- консолидација и
- стагнација.

Модел животног циклуса туристичке дестинације први пут представио је Бутлер 1980. Године (Butler, 1980). Из графикана 1. се може уочити да туристичке дестинације пролазе кроз пет различитих раздобља раста или промена:

*Истраживање.* У првој фази развоја туристичке дестинације број посетилаца које привлаче природне и културне атракције у некој туристичкој дестинацији је мали. Број посетилаца је мањи због ограничене туристичке инфраструктуре, а посетиоци могу долазити из оближњих градова и места из непосредне околине.

*Укључивање.* У другој фази развоја туристичке дестинације локално становништво се постепено укључује у развој туризма, а сама дестинација пружа одговарајућу инфраструктуру у мањем обиму. Туристичка сезона постаје јасније истакнута, а појављују се већ јасно одређена тржишта одакле долазе туристи.

*Развој.* Туристи почињу долазити у већем броју и туристичка предузећа попут хотелских ланаца и тур-оператора имају све већу улогу у развоју дестинације. Туристи пристижу из различитих крајева и са различитих туристичких тржишта.

*Консолидација.* Овде туризам постаје значајни део локалне привреде и има све већи и снажнији утицај. Број туриста је све већи, а туристичку инфраструктуру је потребно усавршавати и непрестано модернизовати.

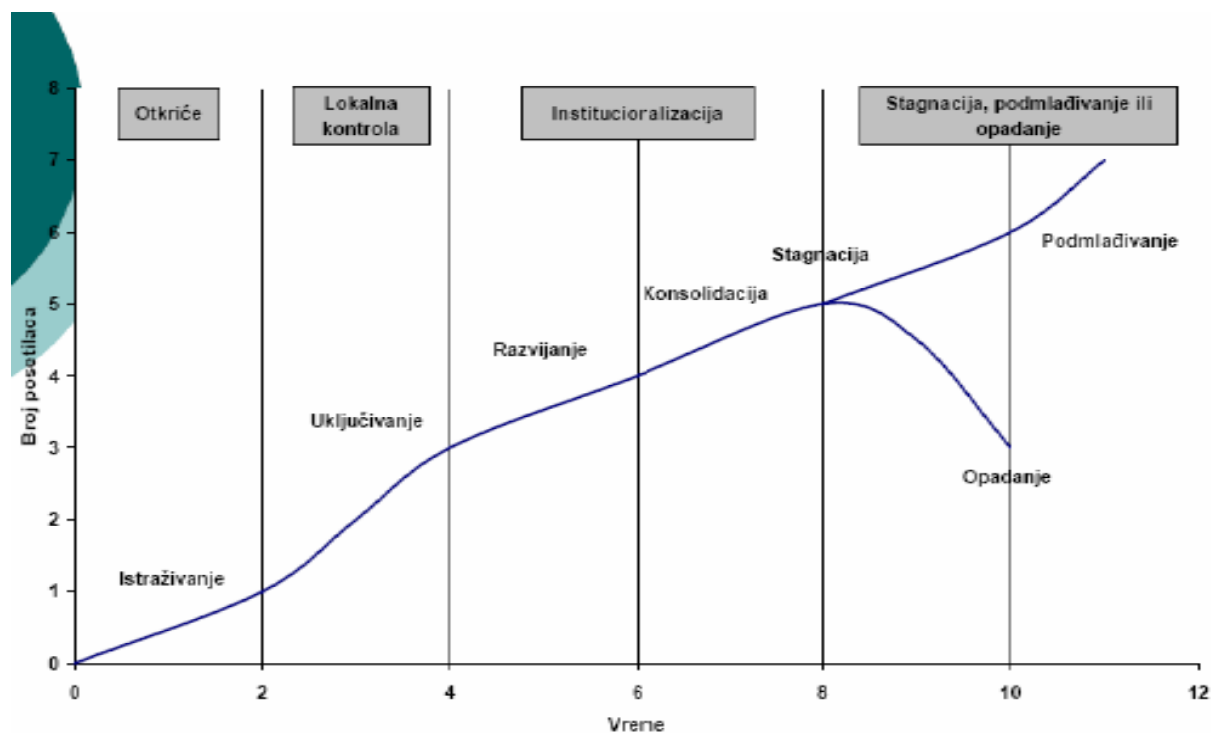
*Стагнација.* У последњој фази туризам постиже свој максимум, међутим, у тој истој фази дестинација можда није више довољно модерна и зато су у тој фази могући бројни пословни преокрети. Правац у којем иде будући развој туристичке дестинације зависи од туристичких менаџера који предузимају одговарајуће кораке за њен даљи развој. Могуће је неколико сценарија: смањење или опадање значаја туристичке дестинације, стабилизација или подмлађивање и на крају поновно откривање исте (Butler, 1980; Butler, 1997).

Фаза зрелости, или стагнације туристичке дестинације, најчешће захтева примену стратегије диференцирања туристичког производа (Бакић, 2002).

Развој туризма у самој туристичкој дестинацији утиче на смер дестинацијског животног циклуса (Buhalis, 2000). Туристичке дестинације су под утицајем и могу бити погођене спољашњим факторима на које немају никаквог утицаја, као што су промене у моди, политици или животној средини. Зато је боље да дестинација на такве могуће промене буде спремна тиме што може да понуди разнолике туристичке производе. Туристичке дестинације представљају амалгам туристичких производа и пружају потрошачима интегрисано искуство тек у самој дестинацији. Традиционално се на дестинације гледало у оквирима тачно зацртаних географских подручја, оивчених административним границама (држава, регија, град). Савремени концепт дестинацијског менаџмента, полази од дестинације као просторне области коју посећују и користе



туристи, независно од њених административних граница. Границе туристичке дестинације треба да одреди тржиште, јер су границе резултат тржишне прихваћености и валоризације туристичке дестинације (Dwyer, 2004; Bornhorst, 2010., Varra et al., 2012., Nicoletta, 2012).



Графикон 1. Модел животног циклуса туристичке дестинације  
(Извор: Butler, 1980)

## СТРАТЕГИЈСКИ МЕНАџМЕНТ НА НИВОУ ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ

У циљу дефинисања стратегијског менаџмента, посебно у туризму, потребно је, најпре, одредити се према појму стратегија, а потом утврдити однос стратегије и политике. Често се између појмова стратегија и политика ставља знак једнакости и то не само и туристичкој привреди. Између ова два појма постоје извесне разлике које произилазе из природе укључивања туристичког предузећа у његово окружење. У том смислу поставља се питање ближег одређивања појмова политике и стратегије.

Стратегија је усмерена на повезивање екстерних прилика са корпоративним средствима са циљем остваривања одговарајућег нивоа профита. Политика утврђује природу укључивања предузећа у окружење. Ово утврђивање се не односи само на корпоративни ниво, већ и на поједине функционалне активности. Политика је заснована на претходно утврђеним шансама и погледима у односу на конкурентске изазове и претње (Ritchie, Crouch 2000; Черовић, 2002). Дакле, пословном политиком утврђује се природа односа предузећа са окружењем и као таква политика претходи стратегији. Стратегија у основи означава калкулисано понашање у новим ситуацијама, а већи степен турбулентности окружења ствара такозване нове ситуације. Из тога произилази потреба за развојем и применом стратегијског менаџмента у туризму.

Туризам је отворен систем на чији развој утиче пуно спољашних фактора, такозваних глобалних снага, које се појављују ван туристичких система и представљају глобалну околину или макрооколину система која је у сталној еволуцији. Осим доброг познавања туристичке дестинације и анализе интерних ресурса, менаџери у туристичкој дестинацији требају константно посматрати и околину како би разумели развој догађаја, а неке битне чак и антиципирани. Познавање глобалних снага је изазов за сваког успешног туристичког менаџера (Varra et al., 2012; Nicoletta, 2012). За ефикасну туристичку политику потребно је добро познавање, њено планирање и начин како мора бити структуриран, формулисан и имплементиран њен план и развој. За добру туристичку политику значајне су следеће карактеристике (Ritchie, 2003):

- треба се усредсредити на макро ниво,
- политика мора имати дугорочну перспективу,
- треба распоредити ограничене расположиве ресурсе на начин, какав најбоље одговара потребама и приликама променљиве околине,
- поред конвенционалних метода студија и истраживања треба укључивати и практично знање и искуства као значајан извор информација,
- требало би подстицати и стимулисати креативну организованост и спречавати политике које се базирају на стереотипним, застарелим перцепцијама,
- политика мора бити зацртана тако да омогућава и дозвољава континуални и динамични социјални процес.

Циљ дестинацијске политике је да оствари такву дестинацију у којој сви стејхолдери добију што више економских и социјалних бенефиција у блику зараде и запослења, уз што мање негативних ефеката. Наравно, дестинацијска политика жели понудити посетиоцима што квалитетније искуство у дестинацији. Главна улога дестинацијске политике је да осигура да дестинација има тачну идеју у ком правцу треба да се развија и шта жели постићи на дужи рок. Дестинацијска политика треба зато да испуњава следеће функције (Ritchie, 2003):

- да дефинише правила игре, односно услове под којима треба да раде дестинацијски стејхолдери,
- да установи активности и понашања која су прихватљива за развој туристичке дестинације,

- да постави опште директиве за све стејкхолдере у туристичкој дестинацији,
- да изради оквире за приватне и јавне расправе о улози туристичког сектора,
- Да омогућава туризму да се ефективније такмичи са другим секторима привреде.

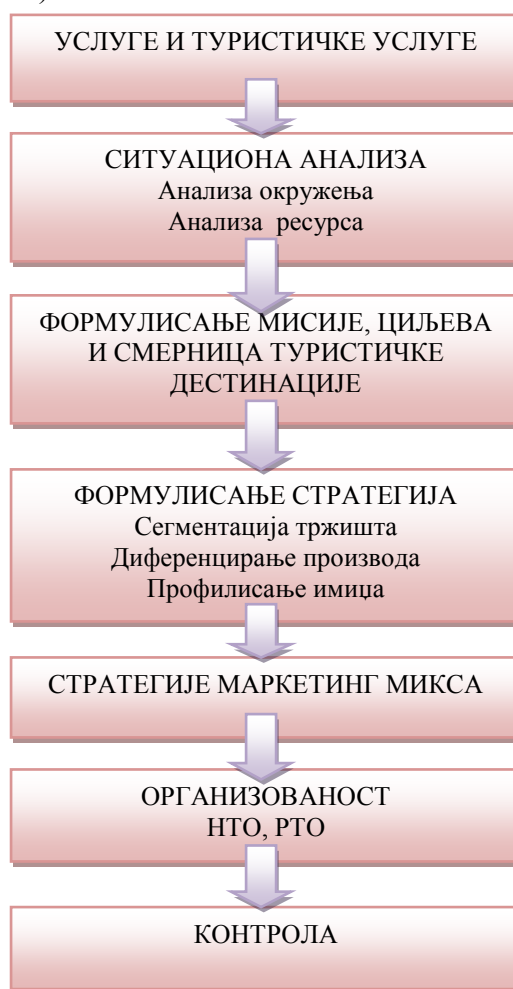
Туристичка политика има осам битних компоненти које заједно представљају формирање политике и стратешко планирање, као и пренос политике и планирања у праксу, што заједно подразумева туристички развој. Компоненте дестинацијске политике планирања и развоја могу се изразити кроз осам елемената (Ritchie, 2003).

- **Формална дефиниција дестинације**, дефинисање њеног идентитета и истакнутост њених стејкхолдера је компонента која се често занемарује иако је јако битна. На почетку је потребно повући географске и политичке границе. Треба истаћи да се туристичка дестинација може различито дефинисати на страни потражње и на страни понуде.
- **Туристичка филозофија** може се разумети као општи принцип или сет принципа који обухвата начине размишљања и вредности неког друштва везаног за начин на који гледају на развој туризма и туристичких активности.
- **Дестинацијска визија** представља функционални изглед идеалне будућности неке туристичке дестинације кроз 5, 10, 20 или 50 година. Дестинацијска визија је срж и најкритичнија компонента једне туристичке политике. Код креирања дестинацијске визије треба да учествују сви релевантни стејкхолдери. Имплементација визије у пракси је захтеван процес који тражи поделу и прихватање одговорности и израду специфичних стратегија које јасно говоре шта је потребно направити на страни понуде (изградња адекватне туристичке инфраструктуре и припрема туристичких услуга), али и на страни потражње (дестинацијски маркетинг).
- **Дестинацијско позиционирање на тржишту и дестинацијски брендинг** говори о томе каква је перцепција дестинације као целине на међународном туристичком тржишту, посматрана са стране неког маркетиншког сегмента у смислу предности и искустава с обзиром на неке друге, сличне туристичке дестинације. На основу изабраног жељеног дестинацијског позиционирања, туристичка дестинација даље треба заснивати своју позицију на тржишту кроз јак дестинацијски бренд са којим би се идентификовала и разликовала од осталих конкурентних дестинација.
- **Дестинацијски развој** је следећа фаза, кад је туристичка дестинација одабрала коју позицију жели да има на међународном тржишту и кад је развила јединствени бренд с којим ће се разликовати од конкурената (Morgan, 2002). Тада треба туристички менаџери да припреме програм развоја који ће туристичку визију претворити у реалност. За то је потребан стратешки пројектни менаџмент, који константно надгледа да ли је развој усаглашен са визијом, наравно укључујући компетитивност и одрживост.
- **Компетитивно-колаборативна сарадња** се у свету све више употребљава, поготово кад су у питању прекоморска тржишта. Иако је првобитна брига сваке ДМО да ради на својој властитој компетитивности у односу на конкурентне дестинације, данас се у свету јавља све већа потреба за сарадњом и развијањем дестинацијских удружења.
- **Мониторинг и евалуација** су следеће интегралне компоненте у процесу развијања дестинацијске политике, планирања и туристичког развоја. Успех дестинацијског развоја је мултидимензионални концепт који је везан за кратке и средњерочне циљеве, а дугорочни циљ треба да буде остварење дестинацијске визије. Битан начин како изводити мониторинг и евалуацију је испостављање »индекса успеха« за саму дестинацију који укључује комбиновани сет

индикатора, помоћу чега можемо пратити да ли је успех развоја компатибилан са оригиналним циљевима.

- **Дестинацијска ревизија** се сматра задњом компонентом дестинацијске политике и представља логични продужетак мониторинга и евалуације. Дестинацијска ревизија представља сам врх дестинацијске политике од које зависи која ће дестинација боље функционисати у будућности.

Ако се претпостави да су политиком, планирањем и развојем туризма зацртани оквири одрживе дестинације, следећи изазов који следи је како руководити свим дестинацијским компонентама на начин који је економски исплатив, али без деградације фактора који су омогућили њену компаративну позицију. Дакле, на туристичку политику, планирање и развој логично се надовезује примена стратегијског дестинацијског менаџмента. У теорији, али и у пракси, егзистира више модела стратегијског менаџмента у туризму (Getz, 1983; Ritchie, 2000; Бакић, 2002).



Скица 2. Концептуални оквир за маркетинг менаџмент туристичке дестинације  
(Извор: Бакић, 2002)

У сваком случају, све врсте модела обухватају следеће елементе:

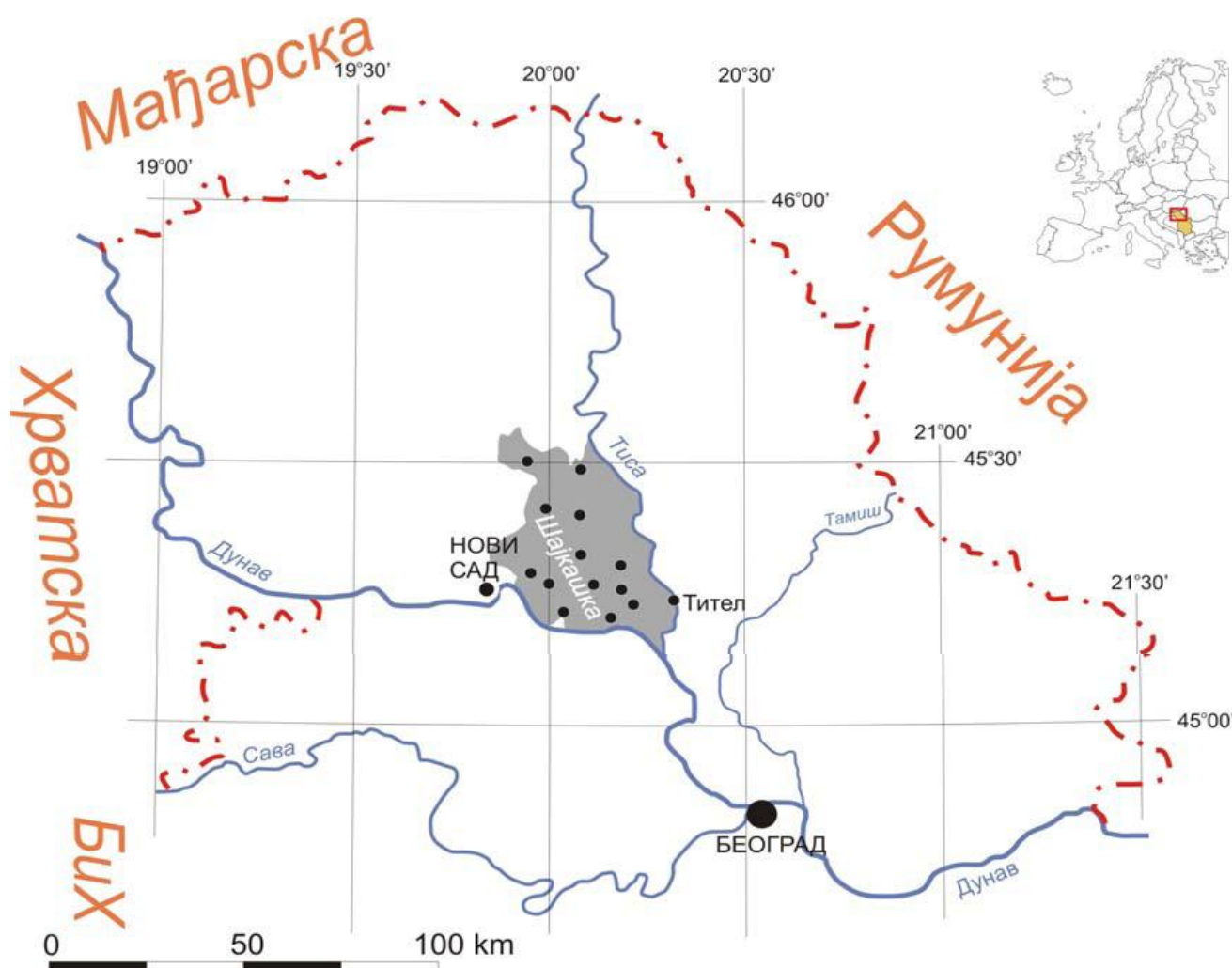
- ситуациону анализу - анализу економских, технолошких, демографских и других промена у окружењу, као и анализу интерних ресурса,
- формулисање мисије, циљева и смерница,
- формулисање одговарајућих стратегија,
- дефинисање стратегијских и тактичких потеза везано за сваки од маркетинг инструмената (туристички производ, цена, промоција, канали продаје) и

- контрола активности.

Уз поштовање основних начела туристичке и дестинацијске политике (Ritchie, 2003), а према садржају наведеног концептуалног оквира за маркетинг менаџмент туристичке дестинације, сагледаће се могућности управљања Шајкашком као туристичком дестинацијом. Анализираће се сви наведени елементи, полазећи од ситуационе анализе, преко дефинисања мисије, циљева и смерница Шајкашке, па све до формулисања најоптималнијих стратегија развоја, организованости и контроле активности на нивоу дестинације.

## ТУРИСТИЧКО-ГЕОГРАФСКИ ПОЛОЖАЈ ШАЈКАШКЕ

Шајкашка је географски субрегион у Србији. Обухвата југоисточни део Бачке, лоциран у средишњем делу Аутономне Покрајине Војводине. Заузима простор између  $45^{\circ}12'07''$  и  $45^{\circ}30'15''$  северне географске ширине и  $19^{\circ}56'19''$  и  $20^{\circ}17'24''$  источне географске дужине. Површина Шајкашке је  $876,1 \text{ km}^2$ , што чини  $4,08\%$  површине Војводине, односно  $0,99\%$  површине Србије (Ромелић, 1996). Подручје Шајкашке шире схваћено, регионално геолошки посматрано, припада југоисточном делу великог панонског седиментог базена. Дакле, Шајкашка се налази на југоистоку Бачке, грубо узевши, у троуглу чија би темена била ушће Тисе у Дунав, Бачко Градиште и Нови Сад. Граница на истоку поклапа се са током реке Тисе и дуга је  $55 \text{ km}$  (граница према Банату и катастарским општинама Зрењанин и Нови Бечеј). Јужну границу (према Срему) чини река Дунав, дужином од  $34 \text{ km}$ , где се граничи са општином Инђија. Према западу, Шајкашка се граничи са катастарским општинама Сремски Карловци, Нови Сад, Темерин и делом општине Србобран. На северу се граничи са општинама Бечеј и Нови Бечеј (Букуров и др., 1971).

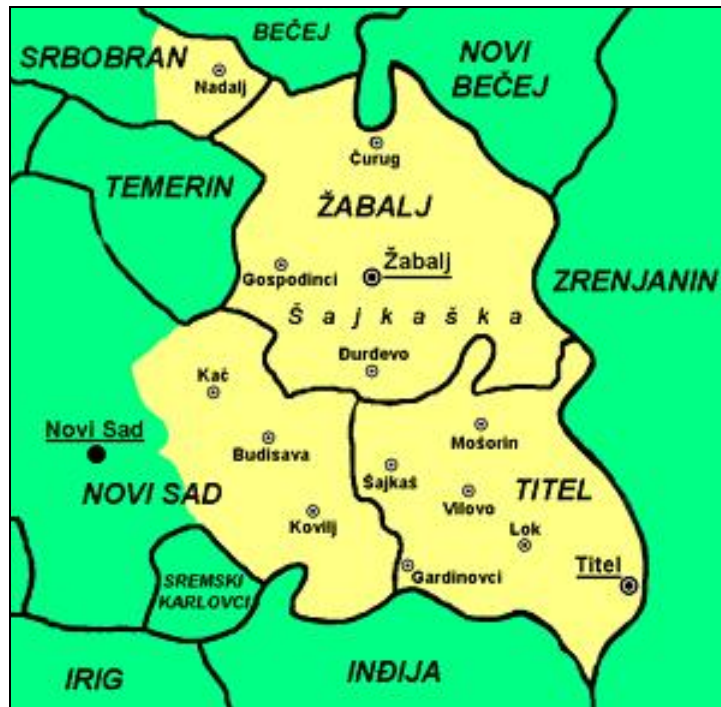


Карта 1. Географски положај Шајкашке и њених насеља у Војводини  
(Израда: М. Јовановић)

Тител је средиште и највеће насеље Шајкашке. Место се налази у близини Бачке, Баната и Срема, непосредно уз обалу Тисе, односно наспрем ушћа Бегеја у Тису, и највећим делом се простире на лесној тераси Тителског брега. Налази се на удаљености 50 km од Београда, 40 km од Новог Сада и 30 km од Зрењанина (Букуров, 1986).

На територији Шајкашке налази се 14 насеља која су груписана у четири општине:

- Каћ, Ковиљ и Будисава припадају територији општине Нови Сад;
- Тител, Мошорин, Шајкаш, Вилово, Гардиновци и Лок чине општину Тител;
- Жабалј, Чуруг, Госпођинци и Ђурђево формирају општину Жабалј;
- Надаљ припада општини Србобран.



Карта 2. Положај и границе Шајкашке у односу на околне општине  
(Извор: [www.ravnicainfo.com](http://www.ravnicainfo.com))

Гео-саобраћајни положај је веома значајна компонента развоја неког подручја, услов доступности и боље туристичке посећености. За развој туризма одређеног подручја од пресудне је важности његова саобраћајна повезаност са околним местима и најзначајнијим емитивним центрима. Положај Шајкашке у односу на саобраћајне правце је интересантан и специфичан. Југозападни део пресеца аутопут Е-75, који је у време интензивног развоја туризма осамдесетих година представљао један од најзначајнијих и најпрометнијих туристичких праваца у Европи, којим су туристи из Северне и Средње Европе путовали ка Средоземљу. Данас овај аутопут није у толикој мери туристички искоришћен, али свакако представља најзначајнију саобраћајницу која пресеца овај простор и један од праваца пружања паневропског коридора 10. Коридор 10 је један од паневропских саобраћајних коридоридора. Простире се од Аустрије до Грчке, пролази већим делом кроз Словенију Хрватску, Србију и Македонију. Обухвата како железнички (дужине 2528 km), тако и друмски коридор (2300 km). Осим основног правца пружања паневропског Коридора 10 (Салцбург – Љубљана – Загреб – Београд – Ниш – Скопље – Солун), кроз Србију пролазе и његова два крака: Б (Будимпешта – Нови Сад – Београд) и Ц (Ниш – Пирот – Софија).

Национални значај ове саобраћајнице за Србију озваничен је кроз Национални инвестициони план (2008.) који је коридору доделио улогу окоснице развоја домаће саобраћајне инфраструктуре, па је јасан значај Коридора 10 за вредновање туристичко-географског и геосаобраћајног положаја Шајкашке.

Поред међународног правца Е-75, територијом Шајкашке пролази још неколико путева великог значаја: магистрални пут М-7 који спаја Нови Сад преко Каћа и Жабља са Зрењанином, али и два регионална пута: Р-110 који повезује Нови Сад преко Каћа, Будисаве, Шајкаша, Вилова, Лока и Титела са Ковачицом, и Р-122 који повезује Ковиљ, Шајкаш, Ђурђево, Жабал и Чуруг са Бачким Градиштем и са Бечејом.

Сви наведени путеви омогућавају лак приступ свим већим местима Шајкашке, док се и неки локални друмови нпр. Ђурђево – Мошорин – Тител, Госпођинци – Чуруг и Ковиљ – Гардиновци могу искористити за потребе туризма (Ромелић, 1996). Међутим, на свим поменути саобраћајницама регионалног значаја евидентан је лош асфалт, недостају потребне информативне табле и путокази, а поред путева нема довољно одморишта, паркинга, сервиса и услужних објеката, што свакако делује као ограничавајући фактор даљег развоја туризма.

Из наведеног се може закључити да је Шајкашка добро повезана са великим емитивним центрима из којих се може очекивати највећи број потенцијалних туриста и да поседује веома разгранату мрежу друмских саобраћајница, а међународни правац Е-75 и Коридор 10 су веза са остатком Србије и Европом. Шајкашка и цела Војводина и Србија имају најповољнији положај и однос према земљама источне Европе и Грчкој. Иако поменуте земље спадају у ред земаља са скромнијим дисперзивним могућностима, туристичка кретања показују да Војводина може да рачуна на туристе из источне Европе и да, према томе, добар део туристичке понуде прилагоди карактеристикама и захтевима овог тржишта.

Што се тиче железничког саобраћаја, он данас губи свој некадашњи значај због оптимализације предности друмског саобраћаја. На овом подручју доминира пруга која чини саставни део трасе Нови Сад – Жабал – Бечеј – Сента – Сегедин. Ова пруга је раније имала значај у повезивању шајкашког подручја са деловима Европе који су за њих била заинтересована, искључиво због пољопривреде. Железничка веза са Румунијом остварује се преко пруге Вршац – Темишвар. На њу се од Вршца наставља пруга према Београду и Новом Саду, а од Темишвара за Букурешт. Релевантно је поменути и магистралну пругу Суботица – Нови Сад – Београд – Бар, која омогућава промет туриста према Медитерану.

Иако железнички саобраћај има све мање удела у превозу туриста, може се закључити да је Шајкашка добро повезана железничким пругама првенствено са Новим Садам, а преко њега и са осталим градовима Србије и околних земаља.

Речни токови Тисе, Дунава и Јегричке у Шајкашкој пружају идеалне природне услове за развој наутичког туризма, који је, нажалост, још увек на ниском ступњу развоја. Коридор 7 или Дунавски коридор је један од најважнијих европских путева, а заједно са Рајном и Мајном то је најважнији водени пут на континенту. То је, заправо, река Дунав у дужини од 2300 километара. Дунавом, односно његовом долином, постоји могућност остваривања везе са средњом и северозападном Европом као туристичким дисперзивима, са једне стране, а посредством Влашке низије и Црног мора са источном Европом и Азијом, са друге стране. Тиса, као већа равничарска река у коју се улива Јегричка, има потенцијале и погодности за пловидбу свих врста пловних објеката, међутим, и поред тога речни саобраћај је слабо развијен и потенцијали су неискориштени. Речни саобраћај на Јегрички није развијен, иако је река погодна за пловила мање носивости (чамци) (Ромелић, 1996).

За вредновање туристичко-географског положаја значајан је и положај у односу на веће градске центре и насеља у којима је потенцијална туристичка клијентела. Најзначајнији градови који окружују Шајкашку су Београд, Нови Сад, Зрењанин и



Сомбор, а затим мањи индустријски градови централне Бачке: Врбас, Кула, Србобран, Бачка Топола. У ужој гравитационој зони су и потиски градови Бечеј, Нови Бечеј, Ада, Мол и подунавски градови Бачка Паланка, Бач, Апатин. Сви они се налазе на удаљености полудневне изохроне, што омогућава долазак посетилаца на кратке дневне посете и излете. Највећи број долазака туриста, излетника и рекреативаца може се очекивати из Новог Сада, као највећег и најближег градског центра и Зрењанина, највећег градског центра Баната, који у близини не поседује друге атрактивне локације за одмор, спорт, рекреацију, лов и риболов.

## ПРИРОДНЕ ВРЕДНОСТИ У ТУРИЗМУ ШАЈКАШКЕ

Туристичка валоризација природних вредности које чине неки простор представља једну од основних компоненти процене могућности развоја туризма или њему сродних делатности и активности. Основну карактеристику неког простора чине природне компоненте, које су ту одувек, а које човек својим активностима током времена мења. Природни потенцијали Шајкашке су многобројни, па је могућност њихове валоризације кроз туризам изузетна. Значајан туристички потенцијал, поред природног богатства и културно – историјског наслеђа почива на понуди аутохтоних производа и промовисања војвођанског начина живота (мултикултуралности и гостољубивости).

Природна атрактивна основа чини фундаментални део развоја наутничког, излетничког и спортско-рекреативног туризма, имајући у виду да се највећи број активности спроводи у природном окружењу. Поменути облици туризма представљају приоритетне облике развоја туризма у Шајкашкој, те је стога важно истражити и оценити карактер природне основе од које у великој мери зависи и карактер спортских, рекреативних и излетничких активности које се могу одвијати на овом простору.

Шајкашка се одликује повољним рељефним, климатским, хидрографским и биогеографским условима који представљају одличну природну основу за развој различитих облика туризма.

### РЕЉЕФ КАО ТУРИСТИЧКА ВРЕДНОСТ

Иако се цео простор Шајкашке одликује типичним равничарским рељефом око стручњака и заљубљеника природе и равнице могу бити доступна сазнања и доживљај разноврсности овог простора.

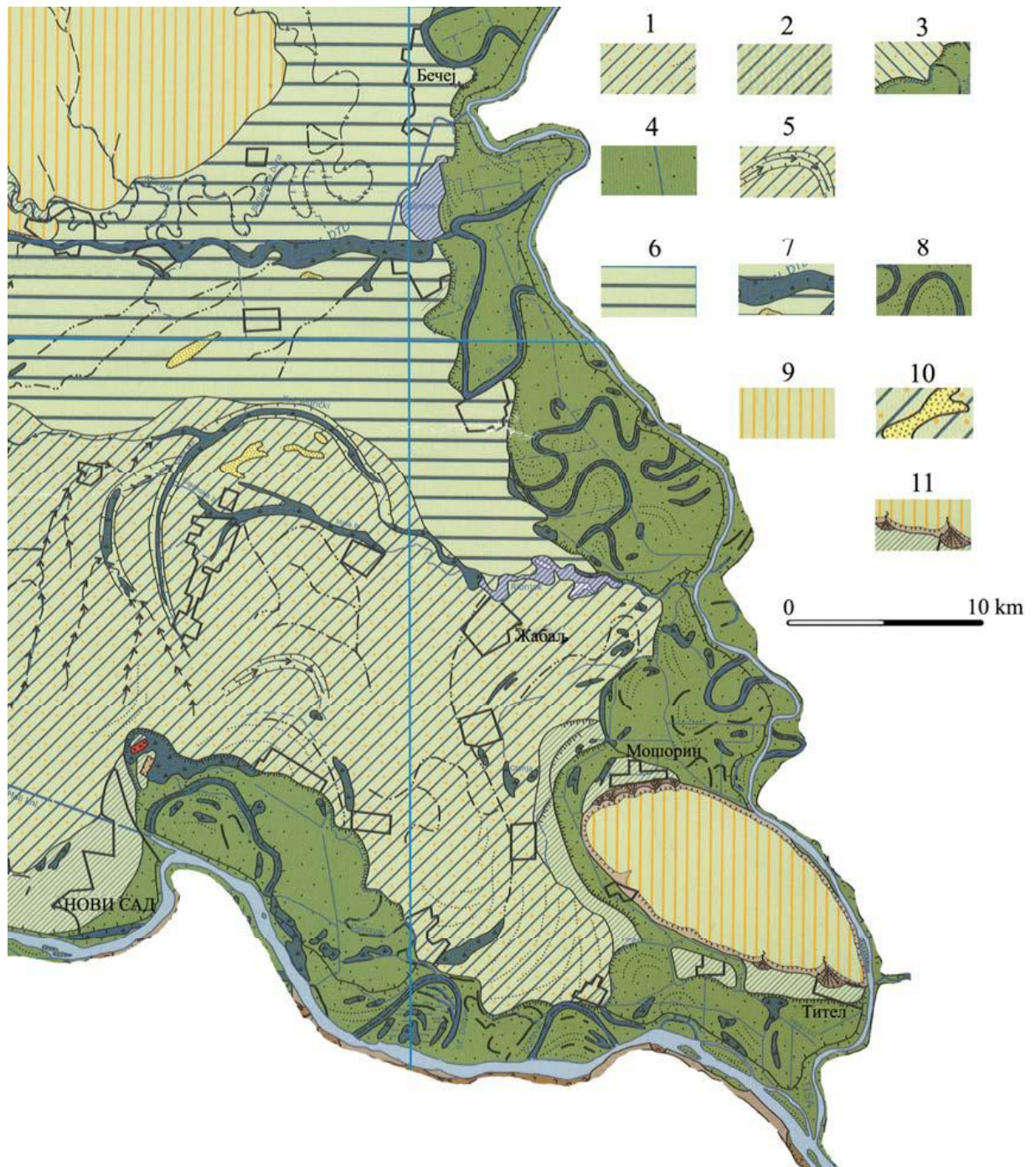
У погледу рељефа, Шајкашка је низија чије се апсолутне висине крећу од 76 до 128,7 m надморске висине. Поменути висински распон обухвата три физичко-географска комплекса. Они се по својим геоморфолошким, хидрографским и фитогеографским специфичностима издвајају у три целине: лесна зараван Тителски брег, горње-плеистоцена тераса и алувијалне равни.



Слика 1. Тителски брег  
(Извор: [www.opstina-titel.org](http://www.opstina-titel.org))

**Лесна зараван Тителски брег** представља изоловано лесно острво смештено у крајњем југоистоку Бачке. Облик Тителског брега у рељефном погледу представља усамљено, елипсасто узвишење окружено простором ниже надморске висине.

Хипсометријски односи показују изразиту уравњеност површине платоа и универзалну заступљеност стрмих одсека и падина различитог нагиба на његовом ободу. Међутим, на овом простору поред малих висинских одступања веома јасно се могу уочити трагови деловања интензивних флувијалних процеса (Marković et al., 2005).



Карта 3. Геоморфолошка карта Шајкашке

Легенда: 1. Виша речна тераса покривна лесом; 2. Нижа речна тераса; 3. Терасни одсек; 4. Алувијална раван; 5. Напуштена речна корита; 6. Флувио-барско дно Панонског басена; 7. Баре и мочваре; 8. Мртваје; 9. Лесна зараван; 10. Пешчани покров са слабо израженим динама; 11. Пролувијалне лепезе  
(Извор: Кошћал и сар., 2005)

Тителски брег је са свих страна јасно омеђен стрмим падинама и одсецима који се издижу од 35 до 55 m у односу на околни простор. Према подацима које наводи Букуров

(1971, 1986) површина Тителског брега износи 94 km<sup>2</sup>, максимална дужина 18 km а максималана ширина 7,5 km. Међутим, према новијим истраживањима и мерењима Марковића и сарадника (2005) утврђено је да површина овог лесног платоа износи 79,5 km<sup>2</sup>. Дужа оса орјентисана правцем југоисток-северозапад пружа се у дужини од 16,1 km, просечна ширина брега је 4,9 km, а највећа ширина износи 7,2 km.

Анализом хипсографске карте може се уочити да су источни и централни део платоа виши од осталих делова Тителског брега. Према старијим топографским картама Војно-географског института (даље у тексту ВГИ) размере 1:50.000, највиша тачка висине 130 m је изнад обале Тисе на потезу Шљука (Букуров, 1971). Ова висинска тачка није уцртана на новијим топографским картама ВГИ размере 1:25.000. Највиша тачка на новим топографским картама има висину 128,7 m и налази се на потезу Калварија, непосредно изнад Титела (Marković et al., 2005).

На површини брега се јављају различити морфолошки облици: придолице, долине, лесне пирамиде, висеће долине, двојни облици флувијално-карсне ерозије, долови, плавине, сливке, одроње, лесне шкрапе, плећа, плочице и сурдуци. Због свог изразитог лесног карактера, Тителски брег представља веома погодну област за проучавање морфолошких облика у лесу (Букуров и др., 1971).

Најприсутнији морфоскулптурни облици рељефа на уравњеном делу Тителског брега су лесне вртаче или придолице. Лесне вртаче представљају депресије које су присутне на уравњеним површинама лесних платоа. Због сличности са морфологијом крашких терена оваква геоморфолошка конфигурација се још зове псеудокрашки рељеф. Лесне вртаче имају различите облике, најчешће кружне и елипсасте, али се срастањем неколико суседних депресија формирају нови низови облика троугла или кратких, вијугавих долиница. Дубина лесних вртача се креће од 3 до 5 m, а пречник им варира у распону од неколико десетина до неколико стотина метара. Најновији резултати о распрострањењу, морфологији и генези лесних вртача приказани су у раду Zeeden et al (2007).



Слика 2. Један од сурдука у Мошорину  
(Фото: Н. Глишић)

У зони стрмих лесних одсека одвијају се најдинамичнији геоморфолошки процеси. Последица тога је присуство бројних морфоскулптурних облика: лесних пећина, лесних пирамида, лесних бунара, лесних шкрапа, сурдука и плавина. По својим димензијама и

значају за живот људи издвајају се сурдуци, који представљају полигенетске рељефне форме (Букуров и сар., 1971). Дужине сурдука на Тителском брегу крећу се од неколико десетина метара до пар километара, а ширина од неколико метара до стотину и више метара. Од укупно 68 сурдука, највећи је Тителски сурдук или Бусија чија дужина прелази 2 km а дужина износи и до 250 m. На излазима из сурдука формиране су плавине. Димензије плавина су пропорцијалне величини сурдука. Срастањем више плавина формирана су узвишења која су касније терасирана ерозивним радом Дунава и Тисе. Најизразитија терасирана плавина се налази у подини крајњег југоисточног дела брега, на месту где је изграђен Тител. Букуров овај рељефни објекат назива тителска лесна тераса (Букуров и сар., 1971).

Тителски брег је састављен од леса на бази доњеплеистоцених или горњеплиоцених глинаца, глине и песковите глине. У овом делу Панонске низије сукобљавају се западни и источни ветрови који су са обе стране Тителског брега навејавали лесни материјал. Тителски лес се јавља у уобичајеној форми: то је блага кречна песковита глина, жуте боје, без слојева, која се лако дроби под прстима. Лесна маса је избушена каналићима обложеним калцијум карбонатом. Они су остаци од ранијих иструлелих биљака (Букуров, 1986).

**Горње-плеистоцена тераса** се простире уз алувијалне равни Дунава и Тисе. У српским геолошким и геоморфолошким студијама често се за горњеплеистоцену терасу користе синоними попут лесне терасе или дилувијалне терасе (Букуров et al., 1971), међутим, ови термини не детерминишу у потпуности истинску природу ове геоморфолошке целине. Структура седимената терасе је хетерогена: најнижи делови су састављени од кластичних седимената, глиновитих честица, различите величине у односу на седименате у вишим слојевима. Горње-плеистоцена тераса се издиже 6-8 m изнад алувијалне равни (Marković et al, 2005).

Према Букурову, лесна тераса, како је он назива, у северном и западном делу Шајкашке има прилично компактан карактер, док се на крајњем југоистоку, код Титела, издваја један мали део као посебна целина. Тај део је *Тителска лесна тераса*. Овде је лес састављен од богате барске и сувоземне фауне и има много више глиновитих честица него лес Тителског брега (Букуров et al., 1971).

**Алувијалне равни.** *Алувијална раван Дунава* је најнижи терен у јужној Шајкашкој. На месту где се Тиса улива у Дунав, надморска висина јој износи 76 m, а узводније она има веома благ успон, тако да код Новог Сада износи свега 77 m. Ширина алувијалне равни Дунава није уједначена. Код Новог Сада, на пример, она износи свега 0,7 km, али већ код Каћа, Ковиља и Гардиноваца она је широка 5-6 km а код Титела и 10 km. Алувијална раван Дунава насута је рецентним песком и муљевито-песковитим материјалом. Грубљи песак се користи и као грађевински материјал. Граница алувијалне равни је јасно изражена вишим лесним одсецима чије релативне висине износе и 8-10 m. Као последица малог пада Дунава на делу који припада Шајкашкој, учесталих изливања и велике акумулације речног материјала јављају се аде и мртваје, рукавци па и велика острва (Јамина, Козјак). Ови терени представљају прави рај за риболовце, а могу се искористити и за изградњу смештајно-угоститељских објеката, као база за јачи развој риболовног, купалишно-рекреативног и наутичког туризма.

*Алувијална раван Тисе* простире се око обала ове реке у веома неуједначеној ширини (код Чуруга 10 km, код Титела само 3 km) и прати је до њеног ушћа у Дунав. Неправилан облик алувијалне равни Тисе је последица врло снажног меандрирања ове споре, равничарске реке. Границе тиске алувијалне равни су као и код Дунавске веома изражене, због постојања благих или стрмих коса које их деле од лесних тераса.

Алувијална раван Тисе је флувијалног порекла и састављена је од пескова, речног муља и глине. Виши муљевити и глиновити слојеви представљају новије творевине речне

акумулације. Осим ових наноса, у алувијалној равни има и флувијалног песка који је дошао под утицај еолске акумулације и створио обалске брежуљке (Букуров и сар., 1971).



*Слика 3. Алувијална равна Дунава код Ковиља  
(Фото: Б. Ковачевић)*

Алувијална равна Тисе, заједно са самом реком, има одличне предиспозиције за развој различитих видова спортско-рекреативног туризма, с тим што би код изградње смештајно-угоститељских објеката и пратеће инфраструктуре требало обратити пажњу на опасност од поплава.

Иако су све три рељефне целине карактеристичне за низијске пределе, прелази су ипак релативно нагли и поготово уочљиви између Тителског брега и алувијалних равни, те је простор тителске општине рељефно најзанимљивији, јер на релативно малом простору рељефне целине висински и геоморфолошки доприносе динамичности простора, што заједно са воденим токовима чини најатрактивније елементе. Ретки су делови Војводине где је на тако малом простору створен комплекс рељефно-хидрографских целина које подседају изражене естетске, сазнајне и куриозитетне атрибуте.



*Слика 4. Алувијална равна Тисе код Жабља  
(Фото: Б. Ковачевић)*

## КЛИМА КАО ТУРИСТИЧКА ВРЕДНОСТ

Климатске прилике у великој мери утичу на стварање услова за живот на неком подручју, на формирање земљишног покривача и начине и могућности његовог искоришћавања.

Шајкашка се налази у централном делу умереног климатског појаса, подједнако удаљеног од Атланског океана и Евроазијске низије, где се и формирају климатски елементи који се овде манифестују. Климатски елементи биће приказани према просецима података метеоролошке станице Римски Шанчеви за период од 1981-2010. године.

Клима је умерено континентална, са наглашеним утицајима Панонске низије, која јој даје посебне специфичности. Одлике ове климе су топла лета и хладне зиме са просечним колебањем од 22,1°C. Јесен је топлија од пролећа, а прелаз од зиме ка лету је оштрији него од лета ка зими.

**Температурне прилике.** Распоред температуре током године исти је као и распоред температуре у читавој Војводини. Од летњих високих вредности, температуре постепено опадају, да би се у зимским месецима спустиле до најмањих вредности, а потом опет наступа пораст до летњих максимума.

Табела 1. Средње месечне и средња годишња температура ваздуха (°C) у периоду 1981-2010. године

I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Год.
0,2	1,6	6,4	11,8	17,3	20,1	21,9	21,6	16,9	11,8	5,9	1,5	11,4

Извор: Подаци метеоролошке станице Римски Шанчеви

Из табеле 1. може се уочити да просечна годишња температура ваздуха у посматраном периоду износи 11,4°C. Најхладнији месец је јануар са средњом температуром од 0,2°C, а најтоплији је јули са средњом температуром 21,9°C. Максимална средња месечна температура јавила се у августу и износила је 28,3°C, а минимална у јануару и била је -3,1°C (табела бр.2).

Табела 2. Средње месечне максималне (А) и минималне (Б) и одговарајуће годишње температуре ваздуха (°C) у периоду 1981-2010. године

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Год.
А	3,7	6,1	12,0	17,7	23,0	25,8	28,1	28,3	23,6	18,0	10,5	4,8	16,8
Б	-3,1	-2,4	1,5	6,2	11,3	14,1	15,5	15,3	11,4	6,9	2,2	-1,5	6,5

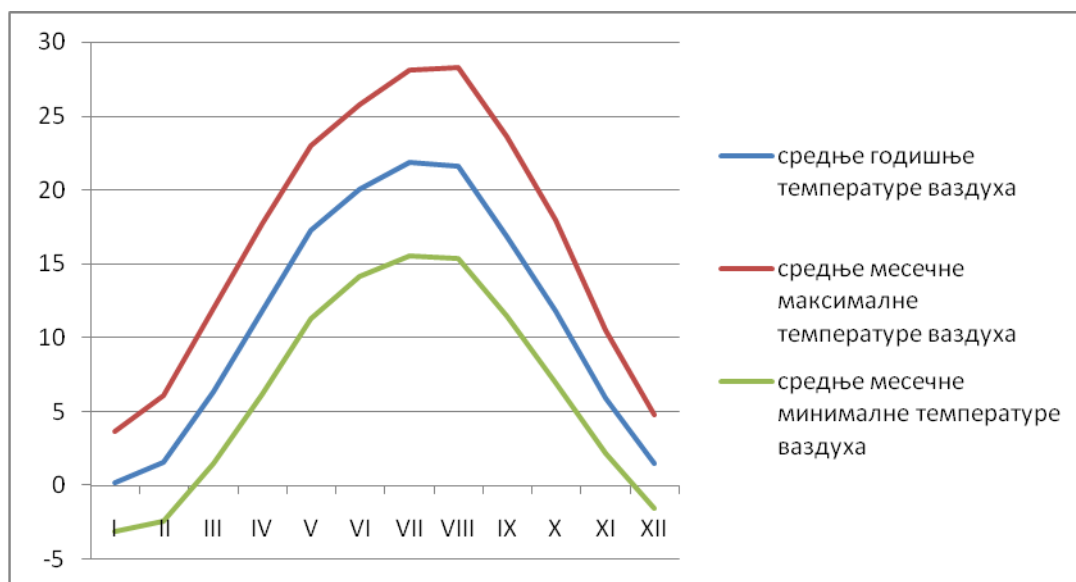
Извор: Подаци метеоролошке станице Римски Шанчеви

Разлике између средње јулске и средње јануарске температуре сврставају овај простор у умерено континентални климат. Велика варијабилност температура истих месеци кроз неколико година и знатна варијабилност средњих месечних температура, такође је показатељ континенталности.

Што се тиче просечних температура ваздуха по годишњим добима, закључује се да је најтоплије лето са просечном температуром од 20,1°C, затим пролеће са 16,4 °C. Просечна температура у јесен износи 6,4°C, док је најхладније годишње доба зима са просечном температуром од 2,7°C. Свакако треба напоменути и појаву мразева. Ово подручје карактерише појава раних јесењих и касних пролећних мразева, који су често кобни по воћарске и повртарске културе.

Разлике између средње јулске и средње јануарске температуре сврставају овај простор у умерено континентални климат. Велика варијабилност температура истих месеци кроз

неколико година и знатна варијабилност средњих месечних температура, такође је показатељ континенталности.



Графикон 2. Средње месечне, средње месечне максималне и минималне температуре ваздуха (°C) за метеоролошку станицу Римски Шанчеви у периоду од 1981-2010. године

Из наведеног се може закључити да температурне прилике у Шајкашкој погодују развоју излетничког и спортско-рекреативног туризма на отвореном простору. Повољне температуре ваздуха за боравак људи у природи, на отвореном простору су изнад 15°C, те би сезона спортско-рекреативних и излетничких кретања на овом простору могла трајати од краја априла до почетка октобра. Повољни месеци за развој купалишно-рекреативног туризма су јун, јул и август, а наутичке туре могу неометано да се реализују током свих годишњих доба, осим у најхладнијем зимском периоду.

**Ветрови.** Најчешћа кретања ваздушних маса су са атлантског океана на истоку и са истока (Евроазијско копно) према Атлантском океану. Та велика кретања интегралних ваздушних маса прелазе преко читаве Панонске низивије. Ветрови чешће дувају и чешће се смењују у хладнијој половини године.

Из табеле број 3. се види да северозападни ветар (109%), представља најдоминантнији и један од најснажнијих (3m/s) ветрова на овом простору. Најчешће се јавља током летњих месеци и представља освежење у летњем периоду, нарочито током тропских дана.

Табела 3. Смер ветра, честина дувања и тишине (%) те брзина (m/s) на простору Шајкашке у периоду 1981-2010. године

	N	NNE	NE	ENE	E	ESE	SE	SSE	S	SSW	SW	WSW	W	WNW	NW	NNW	C
%	98	39	28	35	35	59	57	63	55	51	47	55	59	55	66	109	87
(m/s)	3,1	2,1	2,1	2,2	2,3	2,7	2,7	2	2	1,7	2,1	2,3	2,6	2,6	3	3	

Извор: Подаци метеоролошке станице Римски Шанчеви

По учесталости затим следи северни ветар (98%) (познат као ветар северац) кога карактеришу највеће брзине (3,1 m/s), те југоисточни ветар, познат под називом кошава, који се најчешће јавља у новембру, децембру и јануару, а чест је и у јесен и на пролеће. Ветрови не представљају претњу и препреку развоју туризма у Шајкашкој, осим у ретким случајевима када имају велику јачину (преко 6 бофора), када могу представљати препреку наутичким кретањима и спортовима на отвореном. Јак ветар у сушним летњим месецима може подизати прашину, и тиме умањити уживање људи на отвореном простору.



**Релативна влажност ваздуха** непосредно зависи од температуре ваздуха и количине падавина и стоји у обрнутом односу са температуром. Она је најнижа у најтоплијим месецима, јулу и августу, и износи просечно 68%, а највећа је зими и износи просечно око 83% (табела. Ове просечне вредности влажности ваздуха се у великој мери подударају са вредностима на подручју Војводине. Сунчано и топло време и нижа влажност ваздуха погодује већини људи, те се закључује да су временске прилике у Шајкашкој погодне за развој излетничко-рекреативних кретања, нарочито од маја до почетка октобра.

Табела 4. Просечна месечна релативна влажност ваздуха (%) у периоду 1981-2010. године

I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Год.
85	79	71	67	66	69	68	68	72	76	82	86	74

Извор: Подаци метеоролошке станице Римски Шанчеви

**Облачност** представља средњи степен покривености видљивог дела неба облацима. Облачност утиче на туристичку привлачност одређеног подручја. Увек су привлачнија подручја са мањом облачношћу.

Из табеле број 5. може се уочити да је највећа средња месечна облачност у децембру и тада је 7,7 десетина неба покривено облацима. Од децембра степен облачности опада све до августа, када и достиже најнижу вредност и износи 3,2 десетине. Средња годишња облачност је 5,3 десетина. Мала облачност у летњим месецима позитивно утиче на спортско-рекреативна туристичка кретања.

Табела 5. Средња месечна и средња годишња облачност (1/10) за метеоролошку станицу Римски Шанчеви у периоду 1981-2010. године

I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Год.
6,2	6,6	5,6	5,4	4,9	4,8	3,4	3,2	4,1	4,5	6,9	7,7	5,3

Извор: Подаци метеоролошке станице Римски Шанчеви

Како је за туризам, а поготово за спортске активности у природи веома значајан број ведрих и сунчаних дана, потребно је приказати податке о средњем броју ведрих дана, који ће дати конкретну слику о томе када је најповољнији период за организовање излета и спортских активности у природи.

На посматраном подручју број ведрих дана у години износи од 57 до 67 дана. Ретки су у јануару и фебруару, као и у новембру и децембру, а највише их је у августу од 10 до 11,2 дана. Овакав распоред одговара спортско-рекреативним и излетничким активностима на отвореном простору.

**Инсолација** је климатски елемент који утиче на дужину боравка туриста и на расположење, а ултраљубичасти зраци изазивају пигментацију коже и убрзавају растање рана.

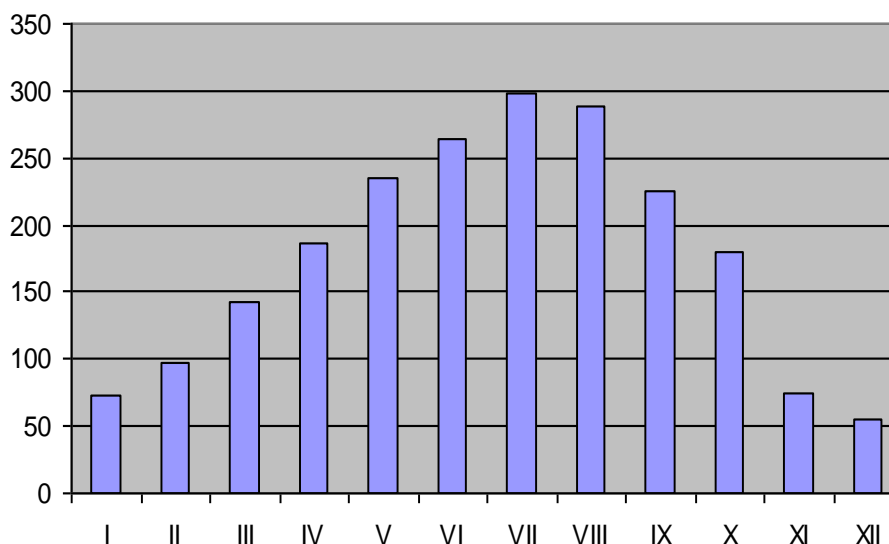
Табела 6. Средња месечна и годишња сума инсолације (h) за метеоролошку станицу Римски Шанчеви у периоду 1981-2010. године

I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Год
73,1	98	142,6	186	235,6	264	297,6	288,3	225	179,8	75	55,8	2120,8

Извор: Подаци метеоролошке станице Римски Шанчеви

Из табеле бр. 6. се може уочити да је највећа инсолација у јулу, а најмања у децембру. У сезони излетничко-рекреативних кретања, овај простор се одликује великим бројем

сунчаних сати, што свакако представља повољност и привлачност за спортско-рекреативне туристе. Током летњих месеци (јуни, јули, август) инсолација у просеку износи 283,3 сата или 9,2 сати дневно, док је зими просечна инсолација око 68 сати.



Графикон 3. Средње месечне суме инсолације (у часовима) у Шајкашкој у периоду 1981-2010. године

Овакав распред сунчаних дана одговара развоју приоритетних видова туризма у Шајкашкој, односно развоју свих врста излетничко-рекреативних кретања у периоду од краја априла до почетка октобра.

**Падавине** су један од најзначајнијих климатских елемената посматрања. Атмосферски талози који се током године излуче над Шајкашком (647 mm) нешто су виши од војвођанског просека (611 mm). Средњи годишњи просек падавина у посматраном периоду износио је око 647 mm, па се може закључити да се овај простор може уврстити у степску област.

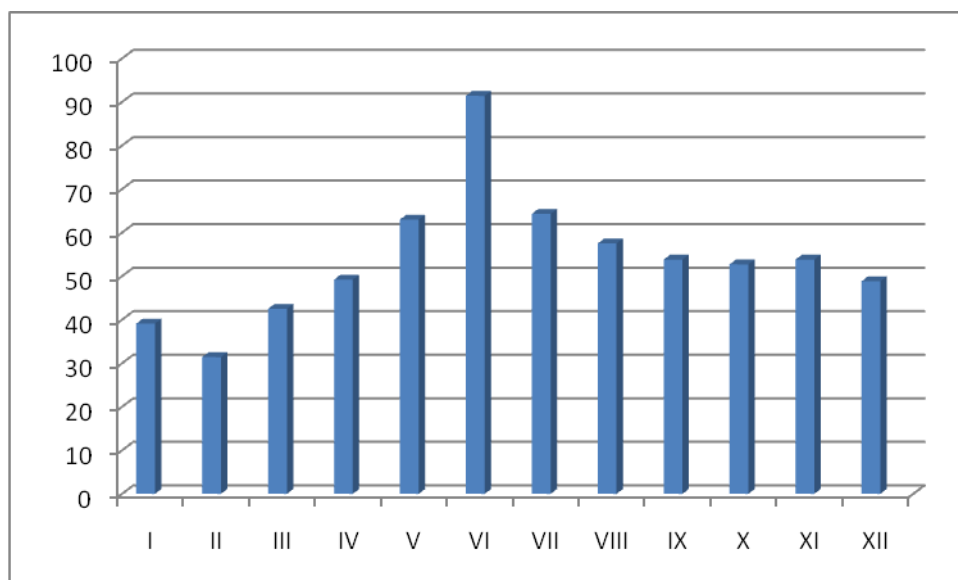
Из табеле 7. види се да су падавине доста равномерно распоређене. Ипак, највећа количина падавина излучи се у јуну (91,4 mm), а најмања у фебруару (31,4 mm). Ако се обрати пажња на распоред падавина по годишњим добима, може се уочити да се највећа количина падавина излучи лети, око 72 mm, затим у јесен (53 mm) и пролеће (52 mm), а нешто мање зими (49 mm).

Табела 7. Средње месечне и средња годишња количина падавина (mm) за метеоролошку станицу Римски Шанчеви у периоду 1981-2010. године

I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Год.
39.1	31.4	42.5	49.2	63.0	91.4	64.3	57.5	53.8	52,7	53.8	48.8	647.3

Извор: подаци метеоролошке станице Римски Шанчеви

Када се на први поглед сагледају подаци из табеле 7. долази се до закључка да овакав распоред падавина не одговара излетничким и спортско-рекреативним активностима у природном окружењу. Међутим, када се узме у обзир да посматрани простор спада међу сушније области у Војводини, и да је у току године доста дана без падавина, долази се до закључка да не постоји препрека за одвијање спортско-рекреативних активности на отвореном простору, јер је количина падавина која се излучи у сезони излетничко-рекреативних кретања занемарљива.



Графикон 4. Средње месечне количине падавина (mm) у Шајкашкој у периоду 1981-2010. године

Зими је снег редован облик падавина. Појављује се крајем новембра, а последњи је у другој половини марта, па се закључује да у сезону излетничко-рекреативних кретања снег не представља препреку за одвијање спортско-рекреативних активности на отвореном простору. Снег је веома атрактиван облик падавина, поготово за децу, па се може искористити за организовање спортско-рекреативних активности на снегу и леду и на тај начин привући туристе и рекреативце и ван сезоне излетничко-рекреативних кретања. Најчешће се јавља током децембра и јануара (табела 6.). У том периоду на Тителском брегу се може организовати санкање са брега и грудвање, а у насељима Шајкашке трчање на скијама и вожње саоницама које вуку коњи.

Табела 8. Број дана са снегом (а), снежним покривачем (б) и маглом (ц) за метеоролошку станицу Римски Шанчеви у периоду 1981-2010. године

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Год.
А	6	7	3	0	0	0	0	0	0	0	2	6	24
Б	13	10	3	0	0	0	0	0	0	0	3	9	39
Ц	7	4	2	1	0	1	1	1	1	3	6	7	35

Извор: подаци метеоролошке станице Римски Шанчеви

У најхладнијим месецима долази до залеђивања река и бара, те то онемогућава наутичка кретања, али се лед може искористи за прављење клизалишта за децу и одрасле. Из табеле 8. може се уочити да је магла најчешћа такође током зимских месеци.

Када се сагледају опште карактеристике климе Шајкашке, може се закључити да она не поседује нарочито атрактивна обележја, али свакако није сметња и препрека развоју туризма. Чак шта више, климатске карактеристике као што су повољне температуре ваздуха, умерени ветрови и мала количина падавина, погодују излетничким кретањима и спортско-рекреативним активностима на отвореном простору, па је општи закључак да су климатске карактеристике елемент природне атрактивне основе који подстицајно делује на развој туризма у Шајкашкој.



Слика 5. Острво код Ковиљског рита под снегом и ледом  
(Фото: Н. Глишић)

## ВОДЕ КАО ТУРИСТИЧКА ВРЕДНОСТ

У Србији, као и у већем делу света, управо се вода дефинише као темељни туристички ресурс, туристичка вредност или атрактивност. Вода поседује широки спектар могућности туристичког активирања, што јој даје улогу ресурса који представља базу за задовољење разноврсних туристичких потреба.

Воде су најзначајнији и за туризам најатрактивнији природни фактори на простору Шајкашке. Шајкашка је у хидрографском погледу веома интересантна, разноврсна, и туристички атрактивна из више разлога, од којих су аутохтоност и раритетност пејзажа и хидрографских облика најзначајнији.

Воде се на овом простору јављају као подземне и површинске (реке, језера, баре и мочваре и канали).

**Подземне воде.** Шајкашка је релативно богата подземним водама, које се од давнина користе за водоснабдевање становништва. Артешка вода се у Шајкашкој јавља на различитим дубинама између 40, 80, 200, па и више метара. Фреатска издан у нижим деловима Шајкашке налази се на дубини од 25 до 35 m, док је на лесном платоу дубока и преко 50 m. У северном подножју лесног платоа, између Мошорина и Тисе, ниво издани је најближи површини и креће се од 0,5 до 2 m. У пределу између лесног платоа и Дунава, ниво издани је такође плитак и у просеку је између 1 и 3 m. На простору између Жабља, Ђурђева, Шајкаша и Гардиноваца, као и између Каћа и Будисаве, ниво издани је у дубини од 2 до 4 m, док се на простору према Чуругу местимице спушта и до 7 m испод површине терена (Кукин, Мариновић, 1971). Приликом истражних радова у циљу проналажења нафте и гаса 1963. године наишло се на фосилне воде знатне минерализације са извесним терапеутским својствима. Та лежишта термоминералне воде налазе се код Госпођинаца, Титела, Мошорина и Жабља. На жалост, још увек нису изграђене студије о могућностима искоришћавања ових термоминералних вода, иако по својим карактеристикама ове воде могу послужити као "природна основа" за изградњу термалних објеката и развој бањског

туризма, који је у знатној мери повезан са спортско-рекреативним туризмом (Аксин, Кукин, 1996).

**Реке.** Реке представљају значајан хидрографски туристички потенцијал континенталног дела земље. Основни атрактивни атрибут река је садржан у њиховом првенствено рекреативном својству које се манифестује као могућност купања, спорта на води, спортског риболова и сл., а већина речних токова се одликује и израженим естетским и куриозитетним вредностима. У зависности од тога да ли се могу активирати као независне туристичке вредности или искључиво у заједници са вредностима околине, реке се могу третирати као самосталне и комплементарне туристичке вредности.

Речни туризам је посебан и доста распрострањен мотивски облик туристичког промета, за који су углавном везана излетничка и рекреативна кретања, али реке представљају и основу за постепено формирање појединих иницијалних видова туризма. То се нарочито односи на хидрографске објекте који су под режимом заштите где је услед рађања нових видова туристичке понуде могуће развијати селективне облике туризма, међу којима примарну улогу заузима екотуризам (Павић, 2006).

Кроз Шајкашку протичу Дунав, Тиса и Јегричка. Све три реке су пловне у већем делу године, а када се сагледају чињенице да су Дунав и Тиса значајне међународне реке, долази се до закључка да реке Шајкашке представљају неизмеран природни ресурс који је неопходно на најоптималнији начин искористити и туристички валоризовати.

*Дунав* је међународна река, друга по величини у Европи (после Волге) и највећа на Балкану. Настаје спајањем река Берге и Бригах које извиру на југоисточним обронцима Шварцвалда у Немачкој, а великом делтом, са пет рукаваца се улива у Црно море. Дунав се сматра најзначајнијом европском реком, јер представља њен најпрометнији пловни пут који спаја значајне европске престонице. Након изградње канала Рајна-Мајна-Дунав ова река још више добија на значају, јер је довршењем “Европског канала” остварен водени пут дуг 3500 km, који је повезао Северно и Црно море, односно десет земаља западне, средње и југоисточне Европе (<http://www.plavosrce.com/DOWNLOAD/DUNAV-MORAVA-VARDAR.pdf>). Дужина Дунава кроз Србију износи 588 km.

Дунав чини јужну границу Шајкашке на дужини од око 35 km. Његов ток је на овом сектору усмерен Фрушком Гором али и раседном линијом која прати северну подгорину Фрушке Горе.

Уздужни пад Дунава на сектору Шајкашке је веома мали, што је довело до стварања бројних ада (Крчединска, Јамина, Козјак) али и рукаваца веома интересантних за ловце и риболовце. Наиме, ти плићаци обилују рибама, које ту проналазе довољно хране у виду алги, планктона и других хранљивих састојака биљног и животињског порекла, те су ови простори позната риболовачка стецишта, али и веома атрактивни излетнички локалитети. Околина реке је идеална за рекреативно-одмаралишне активности, и управо из тог разлога се у непосредној близини реке налазе викенд насеља и рибарске куће. Дунав пружа могућности за упражњавање различитих спортова на води, вожње чамцима, кануима, скутерима и купалишно-рекреативни туризам, а ритови и аде, од којих су неки и природни заштићени простори, погодни су за развој еко-туризма, посматрање птица и истраживачки туризам.

Према подацима водомерне станице Нови Сад највише средње месечне температуре Дунава су у јулу месецу (21,5°C), затим у августу (21,4°C) те су ова два летња месеца најпогоднија за купалишно-рекреативни туризам, а често су погодне температуре воде за купање и у јуну и почетком септембра. Препрека рекреативним активностима и излетничким кретањима могу бити високи или превише ниски водостаји, који последњих година све чешће осцилирају и задају бриге мештанима али и риболовцима и излетницима.



Слика 6. Дунав код Ковиља  
(Фото: Б. Ковачевић)

*Тиса* извире у Украјини, у западној подгорини Шумовитих Карпата са два крака, Црном и Белом Тисом. Дужина Тисе од Новоселице до ушћа износи 977 km. Низводно од Сегедина улази у нашу земљу, где јој дужина тока износи 164 km. Површина целог слива износи 157.500 km<sup>2</sup>, а у нашој земљи на слив Тисе отпада око 8.000 km<sup>2</sup> или 8% од укупног слива.

Тиса чини границу са Шајкашком у дужини од 55 km и на том делу река има двојакорито: вештачко и природно. Вештачко корито је у каналима прокопаним током друге половине 19. века. Пре регулације и подизања насипа, Тиса је плавила велике површине земљишта и загађивала своју десну притоку (на простору Шајкашке), Јегричку, 24-40 km узводно. Након регулације Јегричке, ови проблеми су санирани. Јегричка је добила уставу коју затвара када је висок водостај на Тиси.

Тиса је пре регулације много кривудала и градила меандре и мртваје. Неки од тих меандара су постали природним процесима мртваје, а неки су вештачким путем у другој половини 19. века претворени у мртваје. У морфолошко-хидрографском погледу, одсечени меандри понашали су се двојакно: једни су се претворили у језера, други су протицањем речне воде, која је доносила муљ, полако испуњавали муљем и барском вегетацијом. На територији Шајкашке вештачке мртваје су Чурушка, која је најпознатија, највећа и туристички најатрактивнија мртваја, затим Врбица, Врањак и Комоњ, које се налазе у непосредној близини Мошорина, те мања мртваја пре самог ушћа у Дунав. Мртваје се испуњавају иструлелом вегетацијом и субаерским материјалом, те представљају богате риболовне просторе, а често су атрактивне и за купалишно-рекреативни туризам.

Од шајкашких насеља на садашњем току реке налази се једино Тител. Чуруг је пресецањем меандра остао на мртваји, а Жабал је после велике поплаве у 19. веку са обале Тисе измештен на садашњу локацију (Букуров, 1983). Тиса је до почетка интензивнијег загађивања представљала водени ток дуж кога су у непосредној близини пратећих градова постојале солидне, добро уређене и посећене плаже, па се стога Тиса сматра реком са једном од најдужих рекреативних традиција. Тиса пружа могућности за развој купалишно-рекреативног и наутичког туризма (пловна је за све врсте пловних возила), али су природни потенцијали доста слабо искоришћени.



Слика 7. Тиса код Титела  
(Фото: Б. Ковачевић)

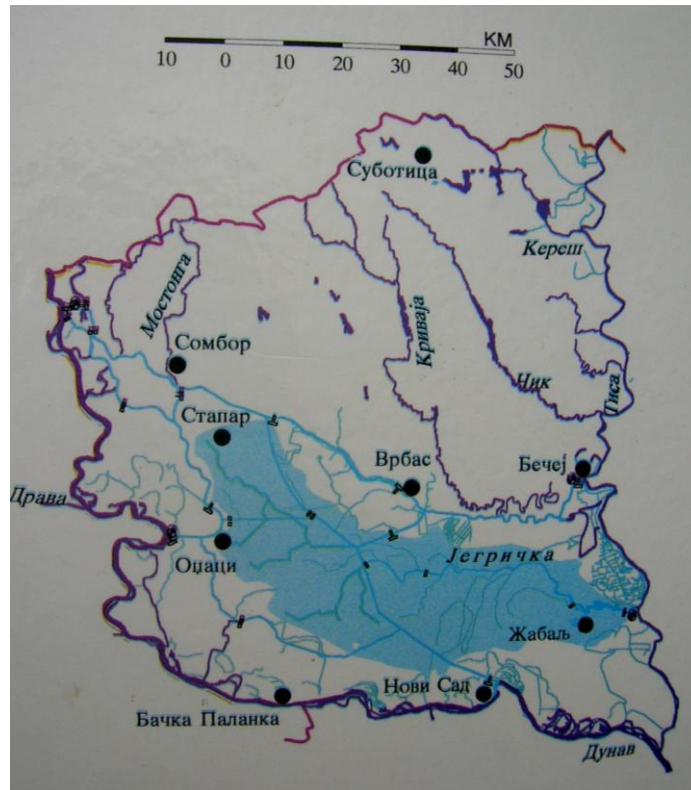
Према подацима водомерне станице Тител, температура воде погодна за купање је везана за период од маја до септембра, а најбољи услови су током јуна (21,4°C), јула (23,5°C) и августа (22,8°C), када су температуре воде изнад 20°C. Апсолутно максималне температуре воде износе 28-29°C. Са становишта температурних режима, ово је за купање најповољнији водени ток из групе токова самосталних туристичких вредности. Тиса располаже низом могућности за развој купалишно-рекреативног туризма и спортова на води, а непосредна близина мочварних површина и терена погодних као мрестилишта рибе пружају добре услове за развој спортског риболова и лова. Поред одличних природних потенцијала, Тиси недостаје уређених плажа и излетничких локалитета, који би допринели развоју спортско-рекреативног туризма на овом простору. Излетиште које је лепо уређено је излетиште "Тиса" код жабаљског моста, које се налази уз леву обалу Тисе, на банатској страни, а најуређенија плажа Шајкашке је тителска плажа.

Значајна препрека развоју купалишног, излетничког и еко-туризма на Тиси је све интензивније загађење ове реке (поготово на војвођанском делу тока). Излучивањем цијанида из фабрике Нурел у реку Самош у фебруару 2000. године дошло је до великог уништавања рибљег фонда Тисе. Сакупљено је око 5 тона угинуле рибе, а поред риба страдале су и друге животиње које су везане за ланац исхране у овој реци ([www.opstina-titel.co.rs](http://www.opstina-titel.co.rs)). Друго катастрофално загађење Тисе десило се крајем августа 2007. године и проузроковало помор најмање 30 тона рибе. Осим велике економске штете осете се и несагледиве еколошке последице, јер је поред интродукованих врста (толстобик) уништен и велики број аутохтоних врста, а највише смуђ и сом као јединке, док се на популационом нивоу ефекти очекују кроз смањење репродуктивне основе ових врста. Посебан проблем представља ефекат овог загађења на заштићена подручја у овом региону (Парк природе Стара Тиса код Бисерног острва), као и интервенције које ће бити неопходне у њиховој санацији (<http://www.zetna.org/zek/folyoiratok/31/tisa2.html>).

Јавности још увек није познато које фабрике су конкретни загађивачи и које мере ће бити предузете да би се спречило даље загађење и омогућило да ова река максимално искористи све све своје туристичке потенцијале.

Јегричка је један од водотока који је несумњиво био предодређен за радикалну реконструкцију, јер је због своје дужине (око 100 km) и релативно велике површине слива

(144,2 km<sup>2</sup>) с једне стране, а недовољног проточног профила и малог подужног пада корита са друге стране, често био немоћан да одведе сувишне воде са свога слива до ушћа у Тису (Аксин, Кукин, 1996).



Карта 4. Слив Јегричке  
(Извор: Аксин Кукин, 1996)

По Б. Букурову (1983), иако је највећи и најдужи водоток Јужне Бачке, Јегричка не представља праву реку, него читав низ бара повезаних ширим или краћим удубљењима. Радом човека потпуно је измењен изглед природног сливног простора и њеног водотока, као и природни режим површинских и подземних вода.

Највећи део овог водотока данас се зове Канал Јегричка и простира се од уставе Деспотово (код истоименог насеља) до Црпне станице "Жабаљ", до улива у Тису.



Слика 8. Уиће Јегричке у Тису  
(Фото: Б. Ковачевић)



Други, мањи део Јегричке (западни и изворишни) улива се у канал "Нови Сад – Савино Село". При концепирању техничког решења канала Јегричка, одводњавању је дато централно место, али је пројектом предвиђено да се он вишенаменски користи за наводњавање, снабдевање водом индустрије и насеља, рибарство, туризам и др. Пловидба није добила исти значај који има на осталим каналима хидросистема, па Јегричка има третман непловног канала.

Као и свака река, и Јегричка има своје притоке, израженије на десном делу слива. Најзначајнија је Мала Бара, која почиње код Бачког Јарка и има правац ка северу, да би северно од Темерина скренула ка Госпођинцима, па даље према истоку до Жабља, где се и улива у Јегричку. Њена дужина износи око 22 km (Аксин, Кукин, 1996).

Јегричка је пловна за пловна возила мање носивости (излетнички чамци) и постоје добре могућности за организацију наутничког туризма, вожње чамцима и спортове на води. Купалишно рекреативни туризам је развијен, нарочито у Жабљу, где је уређена сеоска плажа на којој се лети окупља велики број посетилаца и купача. Температура воде погодна за купање је у летњим месецима. Највећи потенцијал за развој спортско-рекреативног туризма на Јегричкој лежи у богатим риболовним водама ове реке и постоје одлични природни потенцијали за организовање спортског риболова, који се на Јегричкој организује на неколико локалитета. У доњем току Јегричке налази се Строги природни резерват "Четири острва" који је значајан за проучавање хидролошких карактеристика овог дела Бачке, и може допринети развоју излетничко-едукативног и еко туризма на овом простору.

Из наведеног се закључује да Јегричка представља атрактиван водоток који, заједно са својим окружењем, поседује природне потенцијале за развој и унапређење различитих видова туризма.



Слика 9. Предео доњег тока Јегричке  
(Фото: Б. Ковачевић)

**Каналска мрежа.** Осим Дунава, Тисе и Јегричке као најзначајнијих хидрографских облика на простору Шајкашке, веома је интересантан и за туризам значајан систем канала и каналића који су део великог система Д-Т-Д.

Каналска мрежа са галеријским шумама њених обала уноси промене у једноличан пејзаж лесне терасе. Канали су пловни током целе године, а дубина воде у њима је од 2,5 до 5 m, са осцилацијама водостаја у току године, али и у току дана за 20 до 40 cm. Вода у каналима је стајаћа или се слабо креће после отварања устава. Боја воде је зеленкастожућкаста или зеленкастосмеђа, а обале су обрасле трском и дрезгом, што често онемогућава пловидбу (Ахметовић-Томка, 1996). Чворишта канала око устава и преводница су радо посећивани простори за рекреацију, одмор, купање и пецање, али су, нажалост недовољно обезбеђени и уређени. Велика је штета што и поред свих повољности и потенцијала ово подручје још увек чека на моменат његовог оживљавања и адекватну туристичку валоризацију и афирмацију. На каналима постоје одлични услови за несметану и врло атрактивну пловидбу: добра повезаност канала, аутохтоност пејзажа, атрактивност сеоских насеља, ловни и риболовни терени и постојање великог броја пловила у приватном власништву. Све ово пружа готово изванредне предуслове за организовање и развој наутичког туризма.

**Језера, баре и мртваје.** Некада је Војводина, па и југоисточна Бачка била богата језерима и барама, али је после регулације водотока и мелиорације ритова оваквих природних објеката остало је релативно мало. На простору Шајкашке је у хидрографском погледу посебно интересантан и разноврстан простор око Јегричке и овде се и данас налази већи број бара, мртваја, напуштених меандара који припадају главном току Јегричке или Тисе. Ушће Јегричке се зове и Јегричка бара. Она је каналисана, дубока је 2-3 m, а широка и до 700 m.

На ушћу постоје добри предуслови за развој купалишног туризма, али о томе ће још бити речи у другом делу овог рада. Осим Јегричке баре, ту су још и *Мала бара*, најзначајнија притока Јегричке, *бара Ајлаш* и *бара Врбица*.

*Мртва Тиса* или Чурушка мртваја са око 23 km дужине, представља највећу регулисану Тисину окуку у нашој земљи. Одвојена је од главног тока 1858. године, просеком дугим 8,3 km. Налази се уз десну обалу Тисе, а уз десну обалу Мртва Тисе се налази Чуруг, по коме је и добила име - Чурушка мртваја. Корито Мртва Тисе ће још дуго бити језеро, јер се затрпава само еолским материјалом и барском вегетацијом (Букуров, 1983).

Постоје добри природни услови за развој купалишно-рекреативног туризма (повољна температура воде), еко-туризма (парк природе Стара Тиса код Бисерног Острва), спортског риболова, ловног туризма (Бисерно Острво), а у непосредној близини се налази викенд зона са преко стотинак новоизграђених кућа за одмор и угоститељским објектима.

Готово на тремеђи три атара, шајкашког, ђурђевачког и мошоринског, налазе се два лепо очувана природна језера Мутњача и Анђина јама. Мутњача представља језеро неправилног облика чија се водена површина простире у три крака која немају имена. Два мања крака су раздвојена полуострвцем Багренац, названом по великом багрему који је овде донедавно стајао и својом крошњом правио дебелу хладовину. Вода је још увек чиста и бистра, а замути се тек пред неку озбиљнију промену времена. Дубина је, кажу познаваоци, на местима и до пет метара. У језеру има рибе па га често посећују и пецароши. Лети је на Мутњачи много купача, а бројни мештани поменутих насеља ће вам с поносом рећи да су баш овде научили да пливају. Анђина јама је непуних 200 метара источније од Мутњаче. Површином је знатно мања и има готово правилан елипсасти облик као да се налази у вртачи или чак кратеру. Зато јој назив јама у потпуности одговара. Са западне и северне стране има стрму обалу, док је са југа и истока обала ниска. Салашари је користе за напајање стоке. Приобаље је обрасло трском, што представља погодност за гнежђење барских птица. Рибе у језеру нема. По начину

постанка ова језера су веома специфична и јединствена у Војводини. Букуров износи мишљење да је Мутњача настала у удубљењу заосталом од експлозије гасова из унутрашњости Земље. Ако је тако настала Мутњача, истог би начина постанка била и Анђина јама, која по свом облику и изгледу личи на кратер (Букуров, 1954).



*Слика 10. Мртва Тиса код Чуруга  
(Фото: Б. Ковачевић)*

Према предлогу Просторног плана развоја општина Тител и Жабал, на чијим се границама налази, Мутњача би требала да постане излетничка зона Ђурђева, Мошорина и Шајкаша, насеља која данас имају око 13.000 становника. До ње би се изградиле путеви, простор би се озеленио, у језеро би се пустиле племените врсте рибе па би тако постало рај за излетнике, купаче и пецароше. Наравно, све у складу са одрживим развојем и заштитом животне средина (Подаци добијени теренским истаживањем).

Воде на простору Шајкашке не спадају у високоатрактивне са аспекта међународног туризма, иако су Дунав и Тиса међународни водени путеви. Неопходно је интензивније користити ове водене путеве, а у то се лако могу укључити и остале водене површине, уз разне спортско-рекреативне активности. Аутохтоност пејзажа на појединим местима око водених површина и разноврсност природе могу имати велики значај за развој туризма овог подручја. Не треба заборавити да је један од најтраженијих туристичких мотива данас у свету управо очувани, аутохтони простор у природи у којем је могуће уживати у активном одмору, а овај простор има добре предуслове за развој спортско-рекреативног, наутичког и излетничког туризма у атрактивном, а пре свега здравом и очуваном природном окружењу.

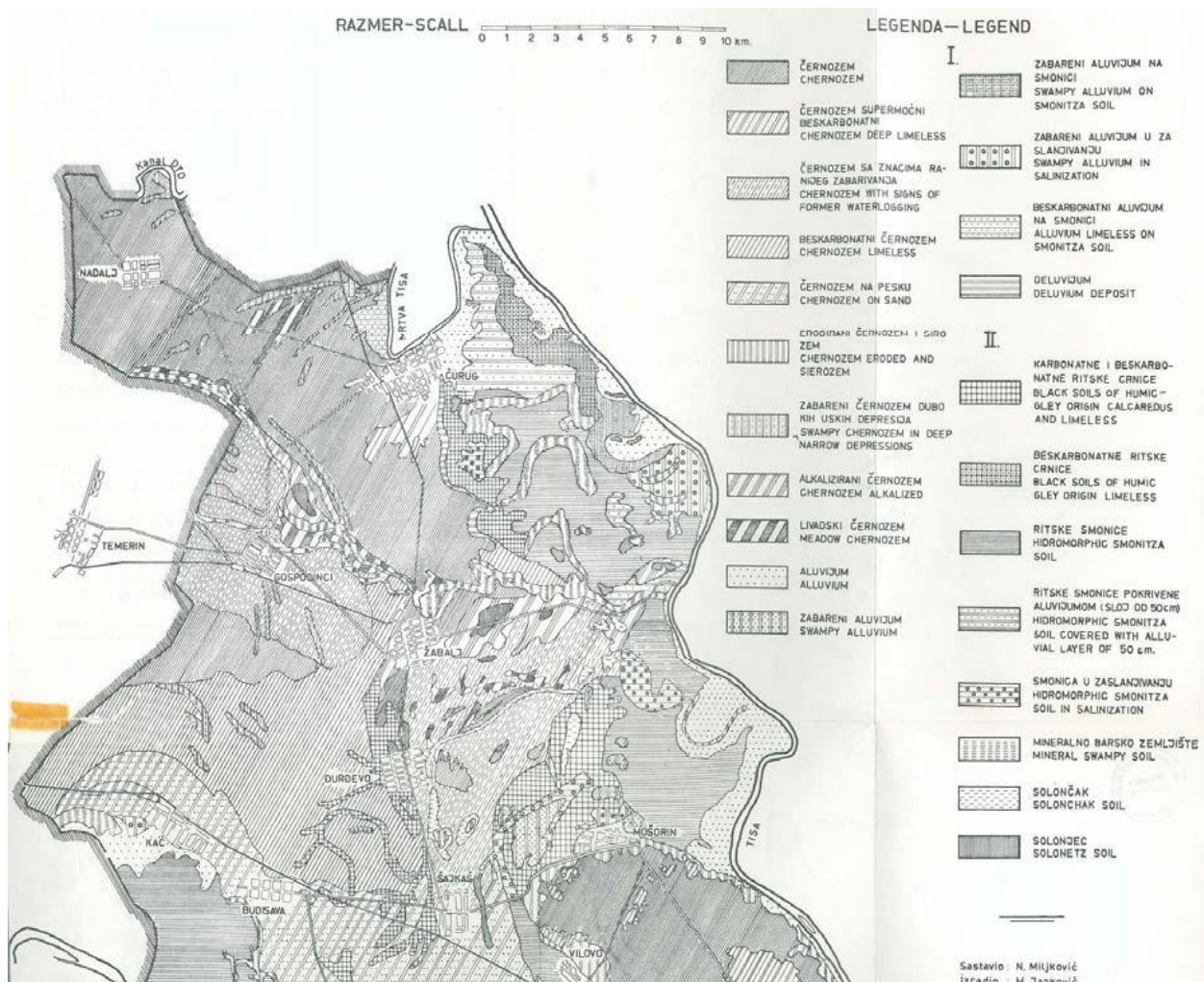
## **ЗЕМЉИШТА**

Кавалитет и типови земљишта на неком простору значајни су са аспекта развоја органске производње, здраве хране, еко-туризма и руралног туризма. Уколико постоје

предуслови за производњу здраве хране, циљ руралне заједнице је да се пољопривредници, прерађивачи, туристичка газдинства и удружења подстакну да прихвате правила савременог тржишта и плански развијају сопствене капацитете са јасним економским циљем, као и да се подстакне развој села кроз производњу здраве хране и еко туризма, уз уважавање стандарда и сертификације, неопходних у органској производњи (Ђуричић, Ковачевић, Батуран, 2011).

Многа историјско-економска збивања која су везана за поједина раздобља Шајкашке (процес колонизације, подела земље и борба за њу, поседовни односи, задружни поседи, продаја баштенске и ритске земље, проблеми испаше и одводњавања), могу се схватити и објаснити добро познавајући битне карактеристике појединих типова земљишта и њихове праве пољопривредне вредности. Иако релативно равничарски карактер површине Шајкашке на први поглед указује на прилично хомоген земљишни покривач, педолошка истарживања показују приличну шароликост.

Природна вегетација била је од великог утицаја на образовање свих типова земљишта унутар овог подручја. Првобитна степска вегетација била је типична за генезу климатогеног земљишта типа чернозем на лесном платоу и лесним терасама, док је још и сада постојећа хидрофилна вегетација одраз рељефа – прекомерног влажења на алувијалним равнинама.



Карта 5. Педолошка карта Шајкашке  
(Извор: Шајкашка, природа краја, 1971.)

Слатинска вегетација специфична је за површине које су у заслањивању, било да се налазе уз Јегричку, Тису или Дунав.

Човеков утицај на образовање и развој земљишта био је двојак. Приводећи култури поједине комплексе (пре 150-200 година) човек је уништавао, разоравао природну вегетацију, што је имало за последицу рапидно смањење првобитног садржаја хумуса, а касније у току екстензивне обраде и погоршање структуре земљишта. Друго, исушивањем земљишта током изградње одбрамбених насипа уз Тису и Дунав и мреже канала и црпних станица, човек је у недавној прошлости (1850-1875.) знатне површине водоплавног терена – земљишта заштитио од честих поплава, што је имало за последицу наглу промену водног режима и привођење култури мелиорисаних површина (Миљковић, 1971).

**Чернозем** са својим подтипovima заступљен је претежно на лесној тераси и лесном платоу, а делимично и на алувијалној равни на пространству од 49.648 ha, што чини 56,21% од укупне површине испитиваног земљишта.

Морфолошка, хемијска, физичка и хидрофизичка својства чернозема као и стање биљних хранива указују на његову високу пољопривредну вредност.

**Алувијална земљишта и делувијум** спадају у класу земљишта са слојевитим профилем, који често у дубини имају погребене генетичке хоризонте смонице. На подручју Шајкашке ова земљишта се простиру уз обалу Тисе и Дунава (карта 4), заузимајући укупну површину од 11.399 ha или 14,11% од читавог подручја.

Услед различитог механичког састава, разне дубине биолошки активног слоја и различитих услова влажења, алувијална земљишта су на овом подручју неједнаке пољопривредне вредности. Мање површине користе се као ливаде – сенокоси, док је највећи део обрађен и налази се под њивским и повртарским културама.

**Ритске црнице и смонице** су на алувијалној равни Дунава и Тисе заступљене са око 22.657 ha или 25,84%, док **минерално барско земљиште** заузима простор од 3.132 ha или 3,50% од укупне површине Шајкашке. Ритске црнице и смонице спадају у потенцијално богата земљишта, али се по укупној резерви хранљивих материја (хумусу и азоту) не може судити и о њиховој производној способности. Обзиром на неповољна физичка својства (екстреми влажности) биолошка активност је пригушена у дужем периоду године, те њихова природна плодност не долази у свим годинама до изражаја.

Од правих **слатина** на подручју Шајкашке утврђени су солончак са 474 ha и солоњец са 447 ha. Пољопривредна вредност слатина је врло ниска. На постојећим површинама користе се као слаби пашњаци, јер се током лета вегетација спржи (Миљковић, 1971).

## БИОГЕОГРАФСKE КАРАКТЕРИСТИКЕ

Биогеографске карактеристике неког простора често поседују карактеристике туристичке привлачности. Простори са очуваним аутохтоним заједницама врло су атрактивни и вишеструко привлачни за туризам, а таквих простора на подручју Шајкашке има доста.

**Биљни свет.** Изворни биљни свет Војводине је у последњих 200 година у многоме измењен. После мелиоративних захвата у панонском пејзажу, првобитна изворна вегетација је замењена култивисаном. Водена и барско мочварна вегетација, мезофилни ливадски простори и низијско-ритске шуме, сведени су на малобројне делове очуваних и ограничених површина. Исконска степска вегетација је уступила место рентабилним агроекосистемима, а некадашња слатинаста флора и вегетација се такође приводе агрокултури (Стојановић и др., 1996). Аутохтоне и природне биљне заједнице задржале су се једино на обалама река, канала и око бара, језера и рибњака.

С обзиром да је биљни свет зависан од физичко-географских прилика и интервенција људске заједнице, стога се на простору Шајкашке може разликовати биљни свет

алувијалних равни, биљни свет лесних површина и специфичан биљни свет Тителског брега.

На алувијалној равни Тисе и Дунава развијене су три биљне заједнице: биљна заједница шума, биљна заједница ливада и пашњака и биљна заједница култивисаних биљака.

У биљној заједници шума доминирају беле и бадемолисне врбе, беле и црне тополе и јасике и веза. Највећи шумски комплекси налазе се у брањеном делу алувијалне равни Дунава код Ковиља и уз Тису на простору општине Жабалј расту бела и црна топола и врба, а на вишим теренима и храст. Ове преостале шумске заједнице поред естетских вредности имају и знатног утицаја на микроклиму околног подручја.

Ливадска заједница се јавља око напуштених речних токова и чине је крупне и високе траве, честари и шибље. Најинтересантније су око Јегричке код Жабља, око рукаваца Дунава код Ковиља и у Чуругу код Старе Тисе. Ливаде су повољне за одвијање рекреативних активности попут шетњи, брања ливадског цвећа и сакупљања лековитих трава, које су привлачне и интересантне градском становништву.

Заједница култивисаних биљака прекрива највећу територију алувијалне равни. Поред пшенице и кукуруза, овде још успевају биљке које траже више влаге: шећерна репа, детелина, конопља, лубеница, поврће...

На лесној или горњеплеистоценој тераси распрострањена је травна заједница степског карактера а доминирају многобројне култивисане биљке, које се сеју ради исхране људи, потребе сточне хране, ради добијања сировина за индустрију...Од високих трава највише има чкаља, магареће траве, белог и црног пелена, кукуте и других (Букуров, 1983). Ови пејзажи су такође веома атрактивни и интересантни туристима и излетницима.



Слика 11. Бели локвањ на Тиси  
(Извор: [www.ravnica.info](http://www.ravnica.info))

У рукавцима река, барама и каналима расту барске руже – бели, жути и ситни локвањ – који су заштићене биљке на територији Војводине. Посебну драж чине предели прекривени трском. Када је ветровито трска се повија и цела површина добија изглед заталасаног мора (Стојановић и др., 1996).

Посебно треба нагласити флору специјалног резервата природе Тителски брег. Јединственост биљних заједница огледа се у непоновљивој специфичној структури, изузетном флористичком богатству и бројношћу реликтних и ендемских врста. Највећим делом природног добра простире се ниски травни покривач ксеротермног карактера у ком су издвојене и за науку описане асоцијације *Thymo-Chrysopogonetum grylli* и *Taraxaco-Festucetum valesiacaе*. Њихове еколошке варијанте, односно субасоцијације, такође су специфичне за ово подручје. Упркос бројним антропогеним утицајима ове степске фитоценозе су још увек изузетно богатог флористичког састава и релативно стабилне структуре. У њиховој грађи услове за опстанак налазе реликтне и ендемичне врсте које су од посебног значаја за очување специјског и екосистемског диверзитета на локалном, националном и европском нивоу. У зељастом типу вегетације најугроженија је полупустињска заједница (*Agropyro-Kochietum prostratae*), чије се састојине данас јављају као венац који опасује Брег. У долинама и у уским сурдцима су нешто мезофилније састојине, најчешће ливаде које се одржавају кошењем или жбунаста вегетација која представља деградациони стадијум исконских шума. Од природних шума очувана је само оаза ксеротермног типа храстових шума, која представља посебну еколошку варијанту панонских шума и у којој се због повремених човекових интервенција поред храста медуница и руја, као градитељ испољава и агресивна врста црни јасен.

Плавне шуме уз Тису потпуно су замењене плантажама топола. При поређењу са одговарајућим природним шумама, сађене шуме се одликују једноставном структуром и посебном физиогномијом. У погледу флористичког састава оне су сиромашније и естетски монотоне, јер су сађене у редове. Садашње стање састојина на простору Тителског брега резултира из датих еколошких услова и спроведених газдинских мера. Ритски карактер полоја реке Тисе као и циљеви газдовања усмерених искључиво за производњу дрвета за индустријску прераду и примена вештачког пошумљавања довели су до низа специфичности својствених овим шумама: негативна промена биљног света, не пружају довољан заклон и мир животињским врстама као и могућност квалитетне исхране и несметане репродукције. Уједно за њихово подизање, узгој и сечу користе се агротехничке мере слично радовима у пољопривреди. Уобичајена појава у лесу Тителског брега је вертикално цепање његових складица, што за последицу има одроње већег или мањег обима и стварање огољених лесних одсека који су карактеристични за источни део брега. Оваквим одроњавањем, на падинама уз Тису заувек су нестала станишта изузетних природних реткости, попут *Alyssum linifolium* која су често била једина, не само на Тителском брегу и у Војводини, него и на подручју целе Србије (СРП Тителски брег).

У водама Јегричке и њеном непосредном обалском појасу развијена је бујна вегетација водених и мочварних биљака, карактеристичних за стајаће и споротекуће низијско-равничарске водене биотопе. Акватична флора Јегричке је представљена са 14 биљних врста, од којих су 3 субмерзне, 5 је флотантних и 6 емерзних. Најзначајније су бели локвањ, барска папрат, водени орашак и мешинка (Стојановић и др., 1996).

Специфичност флоре и вегетације Тителског брега, речни пејзажи око Дунава и Тисе и пејзажи мочвара и бара Јегричке, са прелепим белим локвањима и трском, веома су атрактивни и значајни за туризам, и због тога је неопходно предузети низ мера и повећати степен заштите, како би се ови екосистеми сачували у целини као природно добро. Простори на којима су очуване аутохтоне заједнице или су самоникле око канала и рибњака су нарочито интересантни туристима, а оно што им даје снагу атракције и интересантности је управо њихова раритетност и постојање на малим површинама. Значајни и атрактивни су и воћарско-виноградарски пејзажи око насеља и салаша, као и

пејзажи слатина и сви они заједно чине идеално окружење развој различитих облика туризма. На простору Шајкашке посебно се истиче један вредан појединачни примерак биљног света, а то је “Бели дуд у Гардиновцима“. Представља један од ретко очуваних, још виталних примерака дудова у Војводини, чија се старост цени на преко 200 година. Због своје велике старости, импозантног пораста, виталности и као генетска база, заслужује посебну пажњу.



Слика 12. Разноврсна флора Тителског брега  
(Извор: [www.titelskibreg.com](http://www.titelskibreg.com))

Импозантног је пораста и лепог хабитуса. Круна је правилна и веома бујна иако је накнадно формирана јер су првобитне гране посечене, а на њиховим пресецима су формиране нове, дудиње су тамно црвене боје што даје овом стаблу белог дуда посебну карактеристику. Одлуком Општине Тител стабло белог дуда (*Morus alba* L.) у Гардиновцима, стављено је под заштиту трећег степена као споменик природе „Бели дуд у Гардиновцима“ бр.633-4/99 („Службени лист Општине Тител“ бр.9/99). Налази се у улици Петра Драпшина испред куће број 26 у насељу Гардиновци око 15 км западно од Титела.

**Животињски свет.** Релативно добро очуване основне природне вредности, а на појединим деловима и аутохтона и разноврсна флора и вегетација мочварних и степских станишта, представљају добру природну средину за развој и живот разноврсног животињског света.

На немелиорисаним површинама, око бара и уз канале живи велики број гмизаваца и водоземаца. Од гмизаваца се истичу барска корњача, белоушка и рибарица, а водоземци који насељавају ово подручје су мали водењак, велика зелена жаба, мала зелена жаба, шумска жаба, гаталинка.

Баре, језерца и језера која су обрасла мочварном вегетацијом су повољна станишта за живот птица мочварица, барских птица и птица селица. Веома често се могу видети чапље, дивље гуске, патке, фазани, јаребице а могу се срести и неке ретке и заштићене животињске врсте, као што су: орао крсташ, орао јастреб, орао белореп и степски мишар. Ове врсте грабљивица, због своје реткости, сматрају се изузетно лепим и драгоценим примерцима за овај крај. У ритском простору и поред река, легу се у мањим или већим колонијама разне врсте чапљи (бела, жута, сива, риђа чапља), роде, корморани и остале



мочварице. За време својих сеоба стални посетиоци ових крајева су патке и ждралови, а најзначајније врсте птица су пчеларица, брегуница, голуб дупљаш, обична белка, ветрушка, пупавац, степски соко, степска трептељка, обична траварка, црноглава траварка, пољска шева, мали сврачак; девет представника сисара чине строго заштићене врсте (водена ровчица, текуница, патуљаста миш, пух лешникар, хермелин, твор, степски твор, видра, дивља мачка), а посебно су значајне текуница и дивља мачка. Неопходно је поменути и Тиски цвет. Тиски цвет (лат. *Palingenia longicauda*) је инсект који спада у водене цветове (Ephemeroptera). Дугачак је 8-12 центиметара, а размак крила достиже 6-7 центиметара. Ова врста је позната као највећа врста водених цветова у Европи. Заштићена је у Србији на основу потврђивања Бернске конвенције и Директивом о заштити станишта.



Слика 13. Цветање Тисе  
(Извор: [www.szilard.org](http://www.szilard.org))

Тиса цвета у јуну месецу и представља туристичку атракцију. Том приликом се на реци и око ње окупља велики број љубитеља јединствених природних феномена и реке.

Повољни природни услови су омогућили разноврсној дивљачи да нађе повољно станиште на овом терену. На пољопривредним површинама, оцедитијим теренима и слатинастим површинама живе веверице, мишеви, хрчкови, зечеви, ритски вукови и лисице. У шумама алувијалних равни срећу се и дивље свиње, а на ободима и пољопривредним површинама јаребице и фазани. На овом подручју има следећих врста ловне дивљачи: пољске јаребице, зечеви, фазани и срне (Лазивић и сар., 2008).

У коритима Тисе и Дунава живе сом, шаран, штука, смуђ, караш, бела риба, амур, тостолобик, кечига... У водама Јегричке се могу наћи шаран, смуђ, штука, црвенперка, деверика, бела риба, ређе сом. Порибљавање белим амуром је извршено 1983. године, у циљу сузбијања нежељеног развоја водене коровске вегетације и омогућавања бољег протока (Поповић, Костић, 1996).

## ЗАШТИЋЕНА ПРИРОДНА ДОБРА У ШАЈКАШКОЈ

У коликој мери су добро очуване аутохтоне природне вредности и ретка станишта у Шајкашкој, најбоље говоре специјални резервати природе и природна добра од изузетног значаја која се налазе на овом простору. На простору Шајкашке као и у њеној непосредној близини налази се Специјални резерват природе „Ковиљско-петроварадински рит“, Парк природе „Јегричка“, Парк природе „Стара Тиса код Бисерног острва“ и Специјални резерват природе „Тителски брег“.

**Специјални резерват природе "Тителски брег"** налази се на територији општине Тител и обухвата подручја катастарских општина Титела, Мошорина, Вилова и Лока. Простире са на 496 ha, укупне површине на којима је утврђен режим I, II и III степена заштите.

„Тителски брег“, као јединствена геоморфолошка целина и природни феномен у ком су на веома малом простору концентрисани скоро сви могући облици лесне топографије и појаве везане за њихов настанак, са очуваном реликтном степском вегетацијом, дуго времена је испуњавао све услове за стављање под заштиту у складу са чл. 49 Закона о заштити животне средине (Службени Гласник РС, бр. 66/91, 83/92, 135/04). Као станиште природних реткости има законску основу за заштиту у Уредби о заштити природних реткости (Сл. гласник РС, 50/93). Уједно, по Просторном плану Републике Србије, овај простор је резервисан за заштиту са природног аспекта. У међувремену Тителски плато је заштићен и као Археолошко налазиште од изузетног значаја (Сл. гласник РС, 16/90).

Влада Републике Србије усвојила је 31. 05. 2012. године Уредбу којом се Тителски брег проглашава Специјалним резерватом природе како би се очували разноврсни, бројни и изузетно физички изражени облици геолошких, геоморфолошких и педолошких процеса који су се у последњих 600.000 година леденог доба одвијали у области навејавања леса на ушћу Тисе у Дунав и створили један од најистакнутијих и најдетаљнијих палеоклиматских и палеоеколошких архива тог времена на европском копну. Резултат ових услова и историјских фактора су карактеристична и разноврсна вегетација углавном фрагилних типова екосистема, бројне природне реткости и богатство флоре и фауне. Све изнето представља темељну природну вредност ове лесне заравни, а истовремено одваја Тителски брег од других лесних платоа Панонске низије и чини га јединственим у европским размерама. Заштита овог дела Војводине важна је како због неуобичајене моћности лесно-палеоземљишних секвенци које су формиране током последњих пет глацијалних циклуса тако и због очувања разноврсног и богатог дивљи биљни и животињски свет који чине: биљне заједнице фрагилних екосистема на стаништима од приоритетног значаја за заштиту на националном и међународном нивоу међу којима се истиче вегетација степе на лесу, панонских термофилних шума медунца и руја и ксерофилних шибљака; 630 таксона виших биљака, од којих је 19 биљака строго заштићено на националном нивоу, а најзначајније врсте представљају бабалушка, патуљаста перуника, гороцвет, валдштајнов лук, тамнољубичасти лук, бобовњаста трноплодка и прутасти осак, док је Тителски брег последње забележено станиште ишчезле врсте ланолист (*Alyssum linifolium*) у Панонској низији и Србији; бројна фауна инсеката са 25 ретких и угрожених врста; 10 врста водоземаца, од којих су 6 врста строго заштићене (црвеногрби мукач, обична крастача, зелена крастача, гаталинка, обична чешњарка и жаба травњача) и 7 врста гмизаваца, са 4 строго заштићене врсте (барска корњача, ескулапов смук, белоушка, рибарица); око 140 врста птица, од којих су преко 70 врста гнездарице, 115 врста су строго заштићене, 33 врсте сисара, у које није укључен недовољно истражен ред слепих мишева односно љиљака, при чему 9 представника сисара чине строго заштићене врсте (водена ровчица, текуница, патуљаста миш, пух лешникар, хермелин, твор, степски твор, видра, дивља мачка), а посебно су значајне текуница и дивља мачка.

Брег је стављен под заштиту и да би се очувала атрактивна и карактеристична предеона обележја лесног одсека и очувао интегритет археолошких налазишта (међу којима је најзначајнији Феудвар, насеље бронзаног и гвозденог доба, из периода 1700-400 године пре нове ере); обезбедило повољно стање природних станишта и унапредило стање појава и објеката геонаслеђа, биолошких, предеоних и културних вредности као и да би се омогућило коришћење заштићеног подручја у интересу науке, образовања, културе, рекреације и одрживог развоја туризма, пољопривреде, шумарства и ловства (Ђуричић, Ковачевић, 2012).



Слика 14. Карактеристична предеона обележја лесног одсека Тителског брега  
(Фото: Б. Ковачевић)

На простору Специјалног резервата природе „Тителски брег” утврђују се режими заштите I, II и III степена. Режим заштите I степена, укупне површине 69,00 ха, односно 13,94% подручја, обухвата делове источног и североисточног одсека Тителског брега. Режим заштите II степена, укупне површине 246,00 ха, односно 49,62% подручја, обухвата одсек Тителског брега од сурдука Стубанлија код Мошорина до Лока и пашњаке на лесној тераси код Лока. Режим заштите III степена, укупне површине 181,00 ха, односно 36,44 % подручја, обухвата видиковац Калварију, делове источног и североисточног одсека Тителског брега и десну алувијалну раван Тисе, коридоре путева у оквиру површина са режимом заштите II степена и простор сурдука североисточно од Лока, односно преостали део заштићеног подручја који није обухваћен режимом заштите I и II степена, КО Тител и КО Мошорин, КО Вилово и КО Лок (Службени гласник РС, бр. 55/05, 71/05- исправка, 101/07, 65/08 и 16/11)



Слика 15. Карактеристична флора Тителског брега  
(Фото: Б. Ковачевић)

Строги природни резерват "Четири острва" у рибњаку Јегричке обухвата четири аде са посебним вредностима биљног и животињског света. Резерват је од великог значаја за проучавање хидрографских карактеристика овог дела Бачке, и може допринети развоју излетничко-едукативног и еко туризма на овом простору. Посебну лепоту Јегричкој дају бели локвањ, барска папрат, водени орашак и мешинка, а у њој бораве и заштићене врсте риба: шаран, смуђ, штука и сом. Од изузетног значаја је присуство видре, врсте са светске "Црвене листе" кичмењака. На подручје око реке Јегричке регистровано је 114 птичјих врста. Од тога 48 врста станарица, летњих гостију 51, зимских седам и на прелету осам врста птица. Мали број птица на прелету је прво што се уочава, а што се може објаснити недовољном истраженошћу орнитофауне, али и недостатком већих отворених водених површина и влажних ливада (Поповић, Костић, 1996).

Јегричка је проглашена за међународно значајно подручје за заштиту птица (ИВА) и кандидат је за упис на међународну листу рамсарских (влажних) подручја (Томић и сар., 2004). У водама Јегричке и њеном непосредном обалском појасу развијена је бујна вегетација водених и мочварних биљака, карактеристичних за стајаће и споротекуће низијско-равничарске водене биотопе. Акватична флора Јегричке је представљена са 14 биљних врста, од којих су 3 субмерзне, 5 је флотантних и 6 емерзних. Богатство флоре одликује се присуством 80 врста водених и мочварних биљака, где се издвајају заштићене и угрожене врсте са Црвене листе флоре Србије. Ретке заштићене биљне врсте су: бели локвањ (*Nymphaea alba*), барска папрат (*Thelypteris palustris*), водени орашак (*Trapa natans*), мешинка (*Utricularia vulgaris*) и друге. Посебну лепоту дају пливајуће заједнице белог локвања, орашка и мрестњака уз густу вегетацију трске и рогоза у приобаљу. Ливаде на острвима обрасле су стаблима домаћих топола и жбуњем (Стојановић и сар., 1996).



Слика 16. Каналисани ток Јегричке

(Извор:<http://sr.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B0:Kanalisanitokjegricke.JPG>)

На Јегричкој је присутно 20 врста риба од којих су 14 аутохтоне. Најзначајнији представници су: смыђ (*Stizostedion lucioperca*), лињак (*Tinca tinca*), шаран (*Cyprinus carpio*), шука (*Esox lucius*) и сом (*Silurus glanis*). Од водоземаца присутне су мали водењак (*Triturus vulgaris*) и 8 врста жаба. Водоток настањује барска корњача (*Emys orbicularis*) и две врсте змије, белоушка (*Natrix natrix*) и рибарица (*N. tessellata*).

Најбогатија група са од скоро 140 представника су птице. Посебно издвојене врсте су водени бик (*Botaurus stellaris*), црногрли гњурац (*Podiceps nigricollis*), патка њорка (*Aythya nyroca*), патка кашикара (*Anas clypeata*), дивља гуска (*Anser anser*), еја мочварица (*Circus aeruginosus*), сиви барски петлић (*Porzana parva*), модровољка (*Luscinia svecica*), белобрка и црна чигра (*Chlidonias hybridus*, *Ch. niger*), као и више врсте чапљи. Од посебног значаја је присуство видре (*Lutra lutra*), ретке и угрожене у целој Европи ([www.eko.vojvodina.gov.rs](http://www.eko.vojvodina.gov.rs)).

Строги резерват природе "Четири острва у рибњаку Јегричке" обухвата четири аде са посебним вредностима биљног и животињског света. У доњем делу тока, између Жабља и ушћа у Тису, речно корито Јегричке је представљано неколицином проширења у којима су заштићена речна острва.

- Острво 1 налази се у северном делу проширења Јегричке, након моста на саобраћајници Жабља-Чуруг. Површина овог острва износи 2 ha 65 a 8 m<sup>2</sup>.
- Острво 2 смештено је у другом проширењу Јегричке на површини 14 ha 72 a 27 m<sup>2</sup>.
- Острво 3 налази се у наредном проширењу. Његова укупна површина износи 11 a 2 m<sup>2</sup>.
- Острво 4 заузима укупну површину од 2 ha 62 a 8 m<sup>2</sup>.



Слика 17. Локвањи на Јегричкој

(Извор: [www.szilard.org](http://www.szilard.org))

Укупна површина строгог природног резервата износи 20 ha 10 a 45 m<sup>2</sup>. Резерват је омеђен заштитном зоном која обухвата водене површине и увале између острва. Главни површински хидролошки објекат на подручју резервата је Јегричка, која је једним већим делом на овом потезу претворена у пространи рибњак. Биљни свет поменутих острва

првенствено чине ретке шуме са већим и мањим травним површинама, док су њихови ободни делови обрастали бујном трском (Томић, и сар., 2004).

Из наведеног се закључује да богат животињски свет представља одличан предуслов за развој ловног и риболовног туризма, еко туризма, едукативно-излетничког туризма, као и добру основу за организовање фотосафарија и окупљање љубитеља природе и животиња (Ковачевић, Страњанчевић, 2009).

**Специјални резерват природе "Ковиљско-Петроварадински рит"** представља комплекс барско-мочварих и шумских екосистема (4.840 ha), са бројним животним заједницама, функционално повезаним у интегралну целину. Налази се на инундационом простору средњег тока Дунава, на његовој левој (1.231-1.250 km) и десној обали (1.245-1.251 km), поред насеља Ковиљ и Петроварадин. На северу се протеже до града Новог Сада, а на југоистоку до села Гардиноваца. Основне вредности овог простора су очуваност и разноврсност изворних орографских и хидрографских облика ритова (аде, рукавци, баре, мочваре), очуваност и бујност изворних биљних заједница ритова (шуме, ливаде, трстици, шевари) и разноврсност и богатство фауне (172 врсте птица и 46 врста риба) и нарочито присуство ретких и прорађених врста. Због изузетних природних вредности "Ковиљско-Петроварадински рит" је 1989. године проглашен за међународно значајно станиште птица (ИВА), а 2004. године увршћен је у списак заштићених подручја зависних од воде и значајних за басен Дунава (ICPDR) и налази се на списку потенцијалних влажних подручја за упис на листу Рамсарске конвенције ([www.vojvodinasume.rs](http://www.vojvodinasume.rs)).



Слика 18. "Ковиљско-Петроварадински рит"  
(Фото: Д. Кнежевић)

**Парк природе „Стара Тиса код Бисерног острва“** налази се на десној обали реке Тисе код Чуруга и обухвата око 400 ha углавном мочварних и водених станишта. Ово подручје одликује хидролошка очуваност и богатство заштићеног флувијалног језера (мртваје), као и разноврстан биљни и животињски свет. Мочварна станишта су пружила уточиште за велики број раритетних врста флоре и фауне, 23 врсте рибе, 7 врста водоземаца, 166 врста птица и значајном броју сисарских врста, од којих су многе угрожене. Територијално се простире на три општине: Нови Бечеј, Бечеј и Жабалј.

Заштићени сложени меандар са три наглашена завоја представља највећу регулисану окуку Тисе дугу 23.706 m. Њено пресецање извршено је у периоду између 1853. и 1858,

али све до 1901. године, када је извршено проширивање тзв. Борјашког просека, дугог 6.302 m, и вештачко засипање оба њена крака, окука је представљала активан рукавац Тисе. Овим је онемогућено континуирано природно засипање његовог корита флувијалним материјалом. То је нарочито дошло до изражаја након подизања одбрамбеног насипа према Тиси. Захваљујући томе, мртваји је знатно продужен век, тако да ће она још дуго егзистирати као флувијално језеро са сталном хидролошком функцијом. Корито Старе Тисе дубоко је просечно 3-4 m, а широко углавном 150-200 m. Барском вегетацијом су обрасли плићи делови меандра. Значајну вредност ове мртваје представља њена веома чиста вода.

„Стара Тиса код Бисерног острва“ је заштићено природно добро са одређеним режимима заштите другог и трећег степена и мерама и активностима на очувању природних вредности и обезбеђењу едукације и презентације овог природног добра (подаци Завода за заштиту природе Србије).

Из наведеног се закључује да богат животињски свет представља одличан предуслов за развој ловног и риболовног туризма, еко туризма, едукативно-излетничког туризма, као и добру основу за организовање фотосафарија и окупљање љубитеља природе и животиња. У време све атрактивнијих „зелених“ догађаја, одрживог развоја, заштите животне средине, заштићена природна добра, а нарочито она која уживају међународни статус, могу представљати разлог за организовање догађаја међународног карактера у Војводини, а нарочито догађаја чији су носиоци или организатори научно-истраживачке институције и удружења од значаја за заштићена природна добра.



Слика 19. Табла на улазу у Парк природе „Стара Тиса“ код Бисерног Острва  
(Извор: <http://www.komunalacbecej.com/staratisa.php>)

## ДРУШТВЕНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ И УСЛОВИ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ

Поред анализе атрактивне природне основе и проучавања природних туристичких потенцијала, за планирање развоја туризма Шајкашке релевантно је сагледати и друштвене услове овог простора. Само сагледавање узајамног утицаја природних и друштвених фактора доприноси бољем разумевању развојних етапа одређеног простора и прецизнијем дефинисању атрактивности које могу бити круцијалне за развој туризма.

Богато градитељско наслеђе Шајкашке, по разноврсности облика и стилова, по броју цивилизација из којих потиче и утицајима које су оне вршиле на овдашње неимаре, као и по временима у којима је настајало, представља сведочанство о настанку, смењивању и узајамном прожимању бројних и различитих остатака материјалне културе на овим просторима.

У овом делу приказане су основне карактеристике привреде, најважнија обележја насеља која припадају Шајкашкој, карактеристике становништва као и преглед и анализа културно-историјских вредности које могу бити атрактивне туристима.

Територија Шајкашке је у прошлости представљала непрегледни мочварни и барски предео, а само Тителски брег, лесне греде и хумке су у виду острва биле оцедитији делови који су веома ретко плавили. Ови забарени делови су од најстаријих времена били предодређени за насељавање риба, барске и друге дивљачи. Из тих разлога су и људи од најранијих времена почели насељавати овај простор. На подизање првобитних насеља утицала су одвојена риболовна подручја које су постала власништво мањег броја људи (Лазевић, Бубало, 1996).

### ИМЕ И КРАТКА ИСТОРИЈА ШАЈКАШКЕ

Име Шајкашка потиче од мађарске речи чајка (csajka), а значи брод и лађа. Шајкаши су били специфичан род аустријске војске, који се кретао у уским, дугачким бродовима, познатим као шајке. Ове војне јединице су оперисале на Дунаву, Тиси, Сави и Моришу.

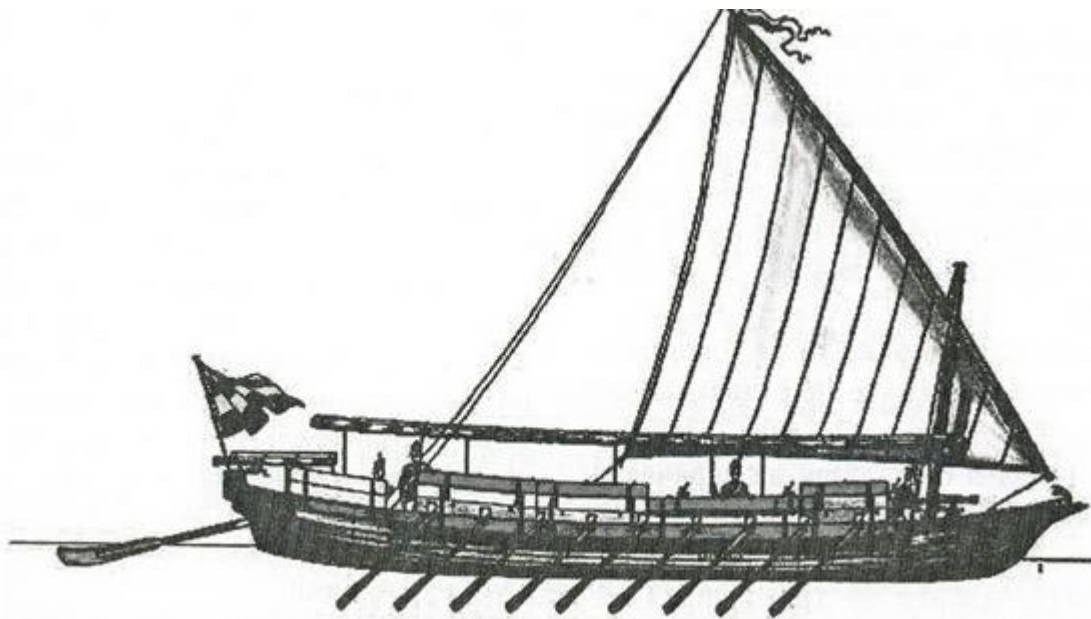
Бројна археолошка налазишта код Титела, Жабља, Мошорина, Ђурђева и Гардиноваца сведоче о најранијим насељавањима и животу људи на територији Шајкашке. Прва стална боравишта људи на овом простору датирају из неолита, млађег каменог доба (5.500-3.300 година пре нове ере) (Гавриловић, 1975а).

За време античке Грке крајеве северно од Дунава насељавали су варвари. Римљани су имали војну управу на тој територији, претпоставља се управо код Римских Шанчева. Нема података каква је у раном средњем веку и средњовековној Угарској била територијална организација будуће Шајкашке, али је познато да је она припадала тадашњој Бачкој жупанији. Доласком Турака, на простору између Дунава и Тисе нестало је и угарске управе. Турци су 1541. године основали Сегедински санџак и Бачку жупанију поделили на три нахије. Тителска нахија обухватала је територију будуће Шајкашке и банатска села Перлез и Ченту. После протеривања Турака, почетком 18. века, ово подручје се дели на Подунавску и Потиску војну границу. Део територије данашње Шајкашке од Каћа до Титела припадао је Подунавској, а од Мошорина до Чуруга Потиској војној граници.

Шајкашки батаљон, као део Војне Границе, формиран је 1763. године. У почетку, становништво региона су у потпуности сачињавали Срби, који су били храбри и вешти ратници. Шајкаши су учествовали у многим биткама против Турака, а њихово учешће је било од велике важности. Од укидања Шајкашког батаљона 1873, па све до данас, границе у којима је деловао некадашњи Шајкашки батаљон се називају Шајкашка, а њени



становници Шајкаши. У Аустрији су бележили Тител као главни град Шајкашке, а српски историчари и публицисти само као главно место Шајкашке.



Слика 20. Шајка из флоте Шајкашког батаљона  
(Извор: [www.ravnicainfo.com](http://www.ravnicainfo.com))

Тителски срез је административно и политички наследио Шајкашки батаљон у Бачко-бодрошкој жупанији и све до 1918. године тај срез је био политички јединствен. Среска администрација је у међувремену организована и у Жабљу, па је између два светска рата некадашњи јединствени срез подељен на Тителски и Жабалски. Оба среза су наставила да трају и после Другог светског рата. На кратко су оба среза била расформирана и укључена у Новосадски срез, а онда је самоуправним реорганизацијама простор Шајкашке подељен на општине Жабал и Тител, док је део ове територије припао општинама Нови Сад и Србобран. (Гавриловић, 1975б).

Данас је Шајкашка углавном пољопривредни крај, са развијеном прехранбеном индустријом. Ипак, становници региона нису заборавили своју славну прошлост. Бурна историјска дешавања и славна прошлост Шајкашког батаљона могу послужити као основа за организовање разних туристичких манифестација културног али и спортско-рекреативног карактера.

## ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ СТАНОВНИШТВА

Становништво чини најважнији друштвени фактор сваког насеља или географског простора. Оно је значајно при формирању и развоју насеља и представља покретач и извршилац свих друштвених, а већим делом и природних промена насеља, његове ближе и даље околине.

За развој туризма на одређеном простору веома је значајно сагледати основне карактеристике становништва датог простора, јер се сваки туристички развој иницира са локалног нивоа, а становништво представља покретач развоја туризма, нарочито у руралним просторима.

**Промене броја становника и густина насељености.** Демографски процеси и тенденције у кретању становништва убрајају се у базичне друштвене процесе, који се изражавају различитим демографским показатељима. Промена броја становника у

Шајкашкој резултат је вишедеценијског варирања стопе наталитета, старења становништва и кретања морталитета, који су условљени низом историјских, друштвено-економских, културних, образовних али и локалних и породичних чинилаца. Од 1869. до 2002. године број становника је порастао за 32.343 лица (Ивановић, 2012).

Табела 9. Промене броја становника Шајкашке од 1869. до 2011. године

Година пописа	Број становника
1869.	33.326
1880.	38.086
1890.	47.562
1900.	53.768
1910.	57.680
1921.	59.149
1931.	59.714
1948.	52.623
1953.	53.474
1961.	57.408
1971.	58.482
1981.	61.956
1991.	61.540
2002.	67.355
2011.	65.669

Извор: Субић (1981), Букуров(1983); Букуров(1986); Упоредни преглед броја становника 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991. и 2002., РЗС, 2011.

Становништво Шајкашке смештено је у четрнаест насеља. У табели 9. је приказано кретање броја становника Шајкашке од 1869. до 2011. године. Из табеле 9. може се приметити да су највећи пораста (рачунато у релативним вредностима) забележени између 1880. и 1890. године, као и између 1869. и 1880. године. У посматраном периоду раст становништва имао је три пута негативну вредност, и то између 1931. и 1948. и између 1981. и 1991. године и између 2002 и 2011. године.

У првој међупописној декади (1869-1880) становништво Шајкашке се просечно годишње увећавало за 1,3%. У овом периоду забележен је пораст од укупно 4.760 лица. На основу података о природном прираштају види се да је стопа износила 3,4%, док је њен удео у порасту броја шајкашке популације учествовао са свега 27,6%. Са преосталих 72,4% учествовале су миграције. У то време на подручју Шајкашке, као и читаве Војводине, започеле су миграције становништва Аустро-угарске монархије у Сједињене Америчке Државе и друге прекоморске земље. Наиме, у Војводину је тада процрла тржишна привреда на коју тек развојничени граничари и ослобођени кметови још нису навикли. То је довело до масовног осиромашавања, великих социјалних промена и миграција (Ћурчић, 1979). Тачан удео појединих ових догађаја у демографским кретањима тешко је установити.

После 1880. године број становника Шајкашке нагло расте. У међупописној декади 1880-1890. становништво Шајкашке забележило је пораст броја становника највећег интензитета у читавом посматраном периоду. Том приликом у Шајкашкој пописано је 47.562 лица, а просечан годишњи популациони раст у овој декади износио је 2,5% односно 948 становника годишње. То је време после исушивања ритова и врло интензивног насељавања Мађара и других као радника који би требало да обрађују те нове ораничне површине. Овај процес се наставио и у наредној декади (Букуров, 1983).

Први попис становништва у XX веку обављен је 1900. године. И у овој декади (1890-1900) становништво бележи пораст за 6.206 лица. На почетку XX века становништво

Шајкашке се повећавало искључиво услед великог природног прираштаја. Попис из 1910. године био је последњи који је извршен у оквиру Аустроугарске монархије. Укупан број становника који је њиме забележен био је 57.680. Становништво Шајкашке у овом периоду забележило је највећу вредност природног прираштаја у целом посматраном периоду (12,5%). Разлика између природног прираштаја и стварног пораста броја становника износи 3.008, односно миграциони салдо је истовремено био негативан за тих 3.008 лица (Ивановић, 2012). Овако висока вредност негативног миграционог салда није карактеристика само насеља Шајкашке, него је то процес везан за читаву државу. Овај процес одвија се све до почетка Првог светског рата. Узроци ове емиграције су искључиво социјално-економске природе, пошто Бачку масовно напуштају и Мађари и Немци, тада „владајући“ народи.

У време Првог светског рата природни прираштај имао је негативну вредност (-4%). Међутим, ако се посматра цео међупописни период природни прираштај је ипак позитиван, мада знатно смањен у односу на претходни период (4,3%).

Велике промене код шајкашке популације изазвао је Други светски рат. Негативне последице рата које се огледају кроз погоршане материјалне услове живота, гору здравствену заштиту становништва, одлагање склапања бракова, раздвајање супружника, а које на крају смањују наталитет и повећавају морталитет, биле су много веће него у претходном рату (Ћурчић, 1979). Нагло опадање становништва у периоду између 1931. и 1948. свакако пада у четири ратне године. Током рата миграциона кретања становништва била су масовна. Поред масовног усељавања Мађара из Румуније, Херцеговаца и других, принудно су исељавани Срби, Јевреји, Роми, колонисти и сви сарадници ослободилачког покрета. Испред терора окупатора, део становништва побегао је у друге делове земље (Ћурчић, 1979). Најмасовнија миграција у овом периоду било је принудно исељавање Немаца и њихових савезника пред крај рата. Велики демографски значај има колонизација јужнословенског становништва из планинских и ратом опустошених крајева у равничарске пределе, на конфискована имања исељених и улогорених Немаца, као и на она која су добијена новом аграрном реформом. Ово планско пресељавање становништва отпочело је по завршетку рата и трајало је све до 1948. године (Ђурђевић, 1995).

У наредним годинама број становништва Шајкашке се благо увећава, све до пописа из 1991. године, када је примећен благи пад становништва, за 416. становника. У овом периоду на демографску слику шајкашке популације значајно је утицао одлазак становништва на рад у иностранство.

У међупописном периоду од 1991. до 2002. године број становништва повећао за 5.421 становника, или 8,75%. Узрок популационог раста налази се у миграционим процесима на овом подручју. Као и читаво подручје Војводине, тако и насеља Шајкашке, у овом периоду карактерише велики прилив избеглица из Хрватске, Босне и Херцеговине, па и Косова и Метохије. Миграциони салдо у овом периоду износио је 7.146, док је просечна годишња стопа истог износила 10,3%.

Према подацима последњег пописа из 2011. године, уочава се пад броја становника за 1686, те према последњем попису у насељима Шајкашке живело је 65.669 становника.

У табели 10. приказан је број и размештај становника по насељима Шајкашке.

Табела 10. Број становника у насељима Шајкашке према подацима пописа из 2011. године

Насеље	Број становника
Жабал	9.266
Чуруг	8.334

Ђурђево	5.184
Госпођинци	3.760
Тител	5.426
Шајкаш	4.448
Мошорин	2.595
Гардиновци	1.300
Лок	1.129
Вилово	1.128
Каћ	11.923
Ковиљ	5.453
Будисава	3.697
Надаљ	2.026
Укупно	65.669

Извор: Републички завод за статистику, 2011.

Из табеле 10. се уочава да је Каћ насеље са највећим бројем становника (11.923 становника), а за њим следе Жабал (9.266) и Чуруг (8.334 становника). Становништво насеља општине Жабал је најбројније и чини око 40 процената становништва Шајкашке (према попису из 2011. године, 40,42% становништва).

**Природно кретање становништва** Шајкаше праћено је од 1869. до 2011. године. Како је званична евиденција рођених и умрлих уведена средином 1895. године, подаци о истим до ове године добијени су из црквених књига, односно из протокола рођених и умрлих. Од наредне 1896. године, подаци о наталитету и морталитету вађени су из матичних књига, које нам пружају довољно података о броју и полу рођених лица, затим о броју и полу умрлих лица, о годинама када је наступила смрт, а евиденција нам пружа и податке о узроцима смрти за већи део посматраног периода. Подаци од 1970. до 2002. године преузети су из документационих табела ДЕМ-1 (евиденција рођених) и ДЕМ-2 (евиденција умрлих).

Природни прираштај (J) представља разлику између укупног броја рођених (наталитет – Н) и укупног броја умрлих (морталитет – М) једне популације. Опште је познато да војвођанска популација спада у ред светских ниско фертилних популација. Пад природног прираштаја је константан од Другог Светског рата. Стопа природног прираштаја (j) чини разлику између стопе наталитета (n) и стопе морталитета (m). За потребе анализе природног прираштаја коришћени су и подаци Републичког завода за статистику

Насеља Шајкашке у односу на остала Бачка насеља имају више вредности стопа природног прираштаја, јер се налазе у гравитационој зони Новог Сада и то има великог утицаја на позитиван демографски ток.

Табела 11. Стопе природног прираштаја (%) у Шајкашкој по десетогодишњим периодима

Године	1961/70.	1971/80.	1981/90.	1991/02.	2002/11
j (%)	4,6	3,7	1,8	-1,7	-4,9

Извор: Документационе табеле ДЕМ-1 и ДЕМ-2 (1971-2011).

Из табеле 11. се уочава да стопа природног прираштаја у Шајкашкој у посматраном периоду константно опада. Природни прираштај је у насељима Шајкашке био позитиван све до међупописног периода од 1991. до 2002. године. Природни прираштај од 1992. године има константно негативну вредност и, како године пролазе, овај негативан тренд све је израженији.

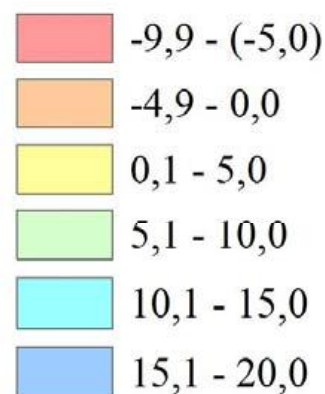
Карта 6. 1971-1980.



Карта 7. 1981-1990.



Карта 8. 1991-2002.



0 5 10 20 km



Карта 6, 7 и 8. Стопе природног прираштаја у насељима Шајкашке у периоду од 1971. до 2002.године  
(Извор: Ивановић, 2012)

Из карте бр. 6 уочава се да је у периоду између 1971. и 1980. године Каћ забележио нагли пораст стопе на 10,4%, у односу на претходну декаду, што је резултат изразитог пораста стопе наталитета (Арсеновић и Ивановић, 2010). И у Будисави је, иако смањена, стопа била доста висока у односу на остала насеља Шајкашке: износила је 11,2%. У овом периоду, у Надаљу, Ђурђеву, Мошорину, Вилову, Гардиновцима и Локу, просечна вредност стопе природног прираштаја била је негативна, и кретала се између -0,1% (у Ђурђеву) до -2,6% (у Гардиновцима) (Карта бр.6).

У декади између 1981. и 1990. године стопа природног прираштаја имала је вредност од свега 1,8% (прилог 1). У чак осам насеља била је негативна! Само се још у Каћу и Будисави кретала око 8,0%, док је у осталим била знатно мања. И у Тителу, Жабљу, Шајкашу и Вилову је имала позитивне вредности, иако су оне знатно смањене у односу на претходни период. Најмања вредност забележена је у Локу (-6,8%), затим у Гардиновцима (-5,8%) и у Надаљу (-5,6%) (Карта бр.7).

Године 1991. како је у званичној статистици забележен једнак број рођених и умрлих, природни прираштај становништва Шајкашке био је 0,0%. Од наредне године, вредности су биле све мање, тако да је од исте, стопа природног прираштаја имала константно негативне вредности. На карти бр. 8. се види да су насеља са највишом стопом природног прираштаја, у декади између 1991. и 2002. године, Каћ, Будисава, Шајкаш и Жабаль, а да је најнижа у Надаљу, Гардиновцима и Локу (Ивановић, 2012).

Просечна вредност стопе природног прираштаја у последњој међупописној декади износила је -4,9%, и то је најнижа забележена вредност до сада.

Што се тиче миграционих кретања, за овај простор су карактеристичне и организоване и стихијске миграције. Организоване миграције извршене су у Шајкашкој у периоду после Другог светског рата, када су на место исељених немачких и мађарских породица организовано насељени Срби из Босне и Херцеговине. Највећи број досељеника настанио се у Каћу, Чуругу и Жабљу, у којима и живи највећи број становника Шајкашке. Интересантно је да је природни прираштај доста мали иако је велики број досељеника из патријархалних крајева, где су сасвим нормалне породице са већим бројем деце. Чињеница је и то да су се у новој географској средини досељеници не само брзо снашли него су и веома брзо попримили схватања староседелаца о кући, о браку, породици и броју деце у породици

Дневне миграције у насељима Шајкашке усмерена су на општинске центре, Жабаль и Тител, а у великој мери на Нови Сад, са којим су сва насеља тесно повезана, али и на Зрењанин, као најближи велики банатски градски центар (Кицошев и сар., 2006, Ивановић, 2012).

Интензитет миграција према периодима досељавања у Шајкашку могуће је пратити из пописа 1961, 1971, 1991. и 2002. године. Док је у Војводини, па и Бачкој, највећи интензитет миграција по попису 1961. године био непосредно након завршетка Другог светског рата, у Шајкашкој се то десило нешто касније. Оваква ситуација у Војводини дешавала се услед организованих и планских колонизација, које су интензивно захватиле северни део Србије. Међутим, у насељима Шајкашке где је од 1953. до 1961. године дошло до знатног повећања броја становника, миграције су учествовале са свега 27,5%, док је водећу заслугу преузео доста висок природни прираштај. Најинтензивније насељавање Шајкашке по попису 1961. биле су између 1958. и 1961. године (25,7%). Потом следи период између 1953. и 1957. са уделом од 23,6%, затим период 1940. године и раније (22,6%), па тек онда године након завршетка рата (21,4%). Најмањи број миграната забележен је за време Другог светског рата (5,1%) (Ивановић, 2012).

По попису из 2002. године доминирају мигранти из бивших република СФРЈ са 53,3%, што је далеко више него на простору целе Бачке (38,5%), односно Војводине (38,2%). Порекло миграната у општинама у великој мери зависи и од етничког састава. Ако се посматра подручје Војводине, у општинама у којима доминира мађарско или словачко

становништво, доминирају и мигранти исте општине или друге општине, али исте републике (Ада, Бечеј, Кањижа, Мали Иђош, Сента, Суботица), док општине које су имале већи број послератних колониста имају више миграната из република бивше Југославије (Апатин, Бач, Бачка Паланка, Кула, Сомбор, Темерин, и Шајкашке општине Тител и Жабал) (Кицошев, Бубало-Живковић и Ивков, 1996, 140). Највећи број миграната из бивших република СФРЈ био је у Каћу: 3.452 лица са уделом у укупном мигрантском становништву од 55,3%. Међутим, у односу на укупно мигрантско становништво, ова категорија у Шајкашу учествовала је се чак 73,6%, док је у Локу било свега 110 лица са уделом од 20,1%.

Даље, по уделу након миграната из других република долазе досељеници из других општина али исте републике (25,2%), а знатно мање је оних који су досељени из истих општина и других република. У Надаљу је по попису 2002. године било 44,9% миграната из друге општине исте републике, док их је у Каћу са уделом од 15,2% било најмање. Посматрајући мигранте који су из истих општина, од четрнаест шајкашких насеља где је забележено 4.385 оваквих лица, само у Каћу их је било 1.483, што је 23,8% од укупног броја ових миграната. Само су три насеља новосадске општине имале овако велики проценат удела миграната из исте општине (Будисава, Ковиљ, Каћ) што се може објаснити близином великог градског центра - Новог Сада. Мигранти из других држава су најмалобројнији (свега 93 лица, односно 0,3%) (табела 13). У Госпођинцима и Вилову ове категорије миграната није ни било, док су Чуруг, Тител и Жабал били најпривлачнији за ова лица (Ивановић, 2012).

**Полна и старосна структура** су битни елементи у проучавању популација. Оне омогућавају да сазнамо биолошку способност становништва за репродукцију, радну способност, као и бројни однос мушког и женског становништва. Све ово је од велике важности за свестран развој појединачног насеља, али и читаве заједнице. Што се тиче полне структуре становништва Шајкашке из табеле бр. 12. се може уочити да жене чине 50,7% а мушкарци 49,3 % становништва Шајкашке.

Табела 12. Становништво Шајкашке према полу по попису из 2011. године

Година пописа	Укупно	Мушко	%	Женско	%
2011	65.669	32.380	49,3	33.289	50,7

(Извор: РЗС)

Радном контингенту припадају лица мушког пола старости од 15 до 65 година и женска лица стара од 15 до 60 година. Подаци из табеле 13. указују да је удео радно способног становништва Шајкашке у укупном броју становника 69,8 (%). Анализа кретања величине радног контингента је нарочито значајна за сагледавање демографских оквира понуде радне снаге, што је од изузетног значаја за планирање развоја туризма. Из наведеног се закључује

Табела 13. Удео радно способног становништва у укупном броју становника (%) према подацима пописа из 2011. године

Регион	Укупно	Радно способно	Удео радно способног (%)
Шајкашка	65.669	45.875	69,8

(Извор: РЗС)

**Стадијуми демографске старости** – Прегледније уочавање регионалних разлика у достигнутој демографској старости, али и упечатљивије сагледавање промена у старосној

структури може се постићи сврставањем становништва у различите типове старосних структура. Један од видова типизирања састоји се у одређивању различитих стадијума демографске старости, и то сагледавањем вредности више показатеља: просечна старост, удео становништва млађег од 20 година, удео становништва млађег од 40 година, удео становништва старог 60 и више година, и индекс старења као однос удела старих и удела младих.

Становништво Бачке је у периоду од 1953. до 2002. године прешло из стадијума праг демографске старости у стадијум демографске старости који већ тежи стадијуму дубоке демографске старости. Све ниже стопе наталитета условиле су да је становништво ове области све старије (Кицошев et al., 2006). Према подацима пописа из 2002. године, просечна старост становништва Шајкашке износила је 38,7 година, док је према подацима пописа из 2011. године просечна старост становништва Шајкашке 40,12 година (Подаци Републичког завода за статистику, 2012).

**Индекс старости** представља однос између старог и младог становништва и варира од 0,1 до 0,65, а критична вредност је 0,4 или 40%. Становништво где тај однос има веће вредности карактерише старење и обрнуто, а ако је индекс мањи од граничне вредности, становништво је младо. И поред тога што не узима у обзир средњу генерацију, важност индекса старења јесте у томе што он указује на размеру старог и младог становништва, истичући на тај начин значај младог становништва и фактора који утичу на његову бројност (Ђурђев, 1996).

Шајкашка има вредност индекса старења у 1953. години од 0,32, а у 1991. години 0,60. Међутим, 2011. године индекс старости је достигао вредност од 1,00, што значи да на сваког младог становника долази један стари!

**Образовна структура** становништва на овом простору није на задовољавајућем нивоу. Према подацима последњег пописа (2011. године) највећи проценат становника у Шајкашкој има средње образовање (око 42%), али је велики број оних који имају само диплому основне школе, или непотпуно основно образовање (око 29%). У 2011. години број неписмених лица у Шајкашкој износио је око 3,2%. Као и у претходним пописима из претходних година највећи удео неписмених посматрано по насељима био је у Шајкашу са око 6% док је најмањи био у Локу. Мошорин, Гардиновци и Вилово, као и Србобранско насеље Надаљ, још увек броје више оних лица која су завршила само основну школу. Исто тако, приметан је и најмањи удео становништва са завршеном вишом и високом школом у ова четири насеља. Једино је у Каћу више од 50% становника који су завршили средњу школу. Код осталих насеља, овај удео је мањи. Највећи удео са завршеним вишим школама и факултетима имају Тител, Каћ и Жабал (Подаци Републичког завода за статистику, 2012).

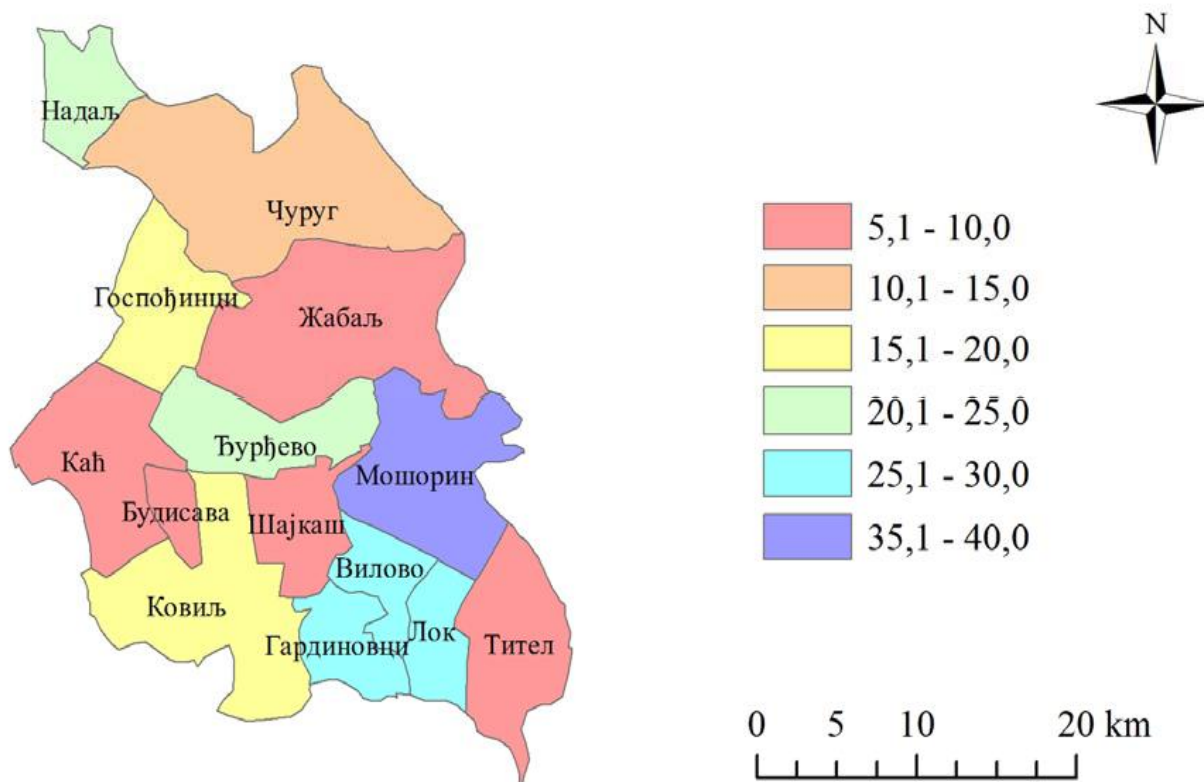
За укључивање локалног становништва у туристички развој свакако је неопходно извршити систематичну едукацију становништва, без обзира на степен школске спреме и занимање. На основу анкетног истраживања спроведеног у насељима Шајкашке дошло се до закључка да би управо становници са средњом стручном спремом били највише заинтересовани за укључивање у туристичку едукацију и туристички развој свога села, па се може уочити да образовна структура становништва Шајкашке, без обзира што није на задовољавајућем нивоу, погодује развоју туризма, те да са тог аспекта не постоје никакве препреке.

**Делатности становништва.** Становништво Шајкашке се у односу на друга села мање бави пољопривредом, а више је запослено у предузећима у Новом Саду, Зрењанину, Тителу и другим већим насељима. Дакле, делатности које обавља становништво Шајкашке нису типично пољопривредне. Напротив, у Каћу, Будисави, Жабљу, Тителу и Шајкашу становништво је већим делом запослено у секундарним и терцијарним привредним гранама. Као што је већ речено, Каћ је село са највећим бројем становника у Шајкашкој, и као приградско насеље попримило је одлике малог града. У Каћу се свега



11,2% становништва бави пољопривредним делатностима, у прерађивачкој индустрији запослено је 29,6% становништва, а велики удео становништва бави се услужним делатностима. Сличан распоред становништва по делатностима које обавља примећује се и у Жабљу и Тителу, док је у осталим насељима Шајкашке већи број становника окренут пољопривредним делатностима, а нарочито у Мошорину, Гардиновцима, Вилову и Локу.

Карта 9. Удео пољопривредног становништва у укупном броју становника у насељима Шајкашке по попису из 2002. године



(Извор: Ивановић, 2012)

Према подацима пописа из 2011. године најзаступљеније делатности у Шајкашкој су пољопривреда, лов и шумарство са око 30,0%, затим прерађивачка индустрија са око 22%, трговина са око 14%, грађевинарство са 8%, саобраћај са око 5%, здравствени и социјални рад 4,5%, туризам и угоститељство 2,6% и остале делатности са око 14% (Подаци Републичког завода за статистику, 2012).

Из наведеног се закључује да становништво Шајкашке не представља типично пољопривредно становништво. Будући да није искључиво и апсолутно везано за земљу као староседелачко становништво у другим селима, претпоставка је да се лакше и једноставније може одређивати и везивати за туристичке услуге, што представља погодност за планирање развоја туризма на овом простору

**Етничка структура становништва** Шајкашке је последица њеног географског положаја, њеног окружења различитим народима, а битан фактор су и историјска збивања. Савремена етничка структура на овом простору стабилизована је после Другог Светског рата, а све даље промене у етничком саставу становништва су углавном последица његове природне репродукције, а у мањем делу и миграционих процеса.

Према попису из 2011. године Срби чине 84,9% становништва Шајкашке, а најбројнија национална мањина су Мађари који чине 5,04% становништва. На овом простору живи и знатан број Русина, Рома, Југословена, Румуна, Хрвата и Украинаца. Захваљујући овако

шароликој етничкој структури, Шајкашка се одликује вредним културно-историјским наслеђем, које су градили и још увек граде сви народи који живе на њеној територији.

Табела 14. Етничка структура становништва Шајкашке (%) према подацима пописа из 2011. године

Националност	укупно	Срби	Мађари	Русини	Југословени	Остали
%	100	84,90	5,04	2,09	1,47	6,5

Извор: Статистички годишњак Србије, 2012.

Из анализе карактеристика структура становништва у Шајкашкој може се закључити да у селима постоји довољан број становника који припадају радно способном становништву и који би се, као потребна радна снага, могли укључити у туристички развој села. Као што је већ напоменуто, образовна структура и делатности становништва погодују развоју туризма и закључује се да са овог аспекта не постоји никаква препрека за даљи развој туризма на овом простору.

## ПРИВРЕДА

За почетак интензивнијег развоја привреде Шајкашке, кључни значај има XVIII век, када је овај простор било под утицајем економске политике Аустроугарске, која је у основи имала меркантилистички карактер. Према констатацијама компетентних економско-историјских извора, такав систем економског опредељења је релативно повољно утицао на каснији економски развој овог простора (Аврамовић, 1965). Узимајући у обзир палеографске услове, историјске околности и положај људских насеобина у односу на поједине компоненте географске средине, основне делатности становништва Шајкашке произилазиле су из коришћења потенцијала хидрографских објеката и биљних заједница уз њих. Зато је прва делатност била рибарство, а потом, са усавршавањем оружја и оруђа и лов. Предузимањем мелиорационих радова, долази до смањивања водених површина и повећавања површина обрадивих земљишта, те становништво почиње да се бави његовим обрађивањем. Привременим и успутним насељавањем ових предела монголско-татарским племенима, доминантну улогу добија сточарство. Шајкашка представља веома значајан пољопривредни простор у Србији. Од делатности најзаступљенија је земљорадња (велика производња житарица, индустријских биљака, виноградарство и друго), сточарство (узгајање свиња, оваца, говеда, живине), лов и риболов. У периоду после Другог светског рата развија се и индустрија.

**Пољопривреда.** Шајкашка, као и већи део Бачке, је врло плодна, и спада међу најплодније делове Европе. Као неопходан услов развоја пољопривреде, али и лоцирања нових и ширења постојећих насеља био је процес мелиорације терена, с обзиром на постојање великог броја водом засићених површина услед меандрирања равничарских река или постојања низа депресија које су високи нивои подземних вода плавили. Процес сврсисходних хидротехничких интервенција је нарочито долазио до изражаја у другој половини XIX и почетком XX века (Букуров, 1974). Продором робно-новчаних облика привреде у сеоску средину дошло је до интензивирања економске сарадње богатијих пољопривредника на селу са категоријом привредника који су били носиоци градске привреде, а које су углавном чинили трговци житарицама и стоком, занатлије, зеленаши и други. Са друге стране, пољопривредници услед осиромашења условљеног низом неповољних околности привређивања (велики порези, висока цена закупуљеног земљишта, куповина земље од стране непољопривредника под повољним околностима и слично)

делом су спадали на позицију надничара. Такође, велики део сељака није поседовао тржишне вишкове. Отуда су били приморани да се за потребе репродукције позајмљују код зеленаша. На територији целе Бачке око половина пољопривредника је поседовало максимално до 5 катастарских јутара земље. Осим тога, према проценама из 1895. године око 40% становништва Бачке било је без земље, а 49,5% од укупне површине припадало је велепоседницима (Ивков-Цигурски и сар., 2011).

Већина аргумената документује чињеницу да је доминантну грану привреде у прошлости чинило сточарство. Оно је у периоду турске владавине у овим крајевима имало примарну улогу, а тада се обрађивало свега 0,5% територије Бачке. Сточарство је имало доминантну улогу све до средине 19. века, када долази до промена у структури пољопривреде због развоја индустрије Аустро-Угарске, нарочито прехранбене. Тада долази до велике потражње за белим житима у европским размерама, и развоја грана пољопривреде на овом простору. Развој је био могућ захваљујући постојању оптималних природних услова, односно, морфолошке поделе простора на две целине: лесну зараван и алувијалну раван, које се могу уврстити у категорију карактеристичних пољопривредних рејона.

Ратарство је у Шајкашкој данас најдоминантнија грана пољопривреде, како по величини површине на којима се гаје биљне културе, тако и по укупној количини производа.

Према економском значају, површини и разноврснијој употреби, кукуруз долази на прво место, затим пшеница, јечам, овас и раж.

Од индустријског биља које се гаји, треба истаћи шећерну репу, сунцокрет и индустријску паприку.



Слика 21. Ораница под кукурузом код Жабља  
(Фото: Б. Ковачевић)

Повртарске биљке долазе на треће место, према величини површине коју захватају. Најбоље успевају на алувилној тераси. Највише се гаји: лубеница, кромпир, парадајз, грашак и пасуљ, црни и бели лук, зелена паприка и др. Становници Жабља и Ђурђева су значајни произвођаћи грашка и парадајза.

Воћарство на овом простору има мали значај, иако климатски услови, педолошке прилике и кретање нивоа подземних вода, пружају релативно повољне услове за гајење јабучастог и коштичавог воћа. Виногради су лоцирани углавном уз салаше.

Шуме у Шајкашкој заузимају мало пространство и највећим делом су уз трасе система канала ДТД, уз саму реку и рукавце. Најчешћа је појава мешовитих лишћара. Експлоатација шума се врши под контролом шумско-пољопривредних предузећа, а годишња сеча износи око 10% дрвне масе.

Сточарство на овом простору има дугу традицију. Климатске и фитогеографске прилике пружиле су повољне услове за гајење домаћих врста стоке. Највише се гаје свиње, овце, говеда и коњи, а затим живина.

Лов је једна од привредних делатности која се заснива на улову племените, ситне и крупне дивљачи. Шумске површине поред Тисе, многобројне баре и језерца око Јегричке су станишта: срна, зечева, фазана, дивљих свиња и представљају добре ловне површине (Прентовић, 2006).

Риболов је везан за Дунав, Тису и Јегричку. Риболовне воде овог простора припадају групи отворених и затворених вода. Првој групи припадају реке и језера, а другој рибњаци, каналска мрежа и сл. Развој рибарства се одвија као риболов у природним водама и гајење рибе у рибњацима (Јовановић, 1996).

Из наведеног се закључује да општине Тител и Жабал и цео регион имају све предуслове за стабилну и профитабилну пољопривредну производњу. Изразите су могућности за дораду и прераду пољопривредних производа. Уз значајна улагања, пољопривреда би могла постати један од најзначајнијих покретачких фактора у развоју ових општина и целог шајкашког региона. Конвенционална пољопривредна производња је, још увек, доминантан облик пољопривредне производње у наведеним општинама, али шанса за рурални развој види се у промоцији и унапређењу органске пољопривредне производње. Истицањем предности органске пољопривредне производње мотивише се становништво у руралним подручјима да остане у тим срединама и да се бави овим делом пољопривредне производње, која осим што им може донети економску корист, не угрожава животну средину, здравље људи и животиња, а истовремено доприноси руралном и одрживом развоју (World Commission on Environment and Development).

Развој органске пољопривреде може утицати на квалитет живота у локалним заједницама, али и у целој држави. Дугорочно, путем органске производње дошло би до смањења јаза између богатих и сиромашних региона и постизању стабилности у производњи. Едукацијом и информисањем произвођача створила би се свест о потреби коришћења органске хране у функцији побољшања здравља (Ђуричић, Ковачевић, Батуран, 2011).

Због тога, али и других чињеница као што су профитабилност, социјална одговорност и заштита животне средине, број произвођача органских производа расте из године у годину. Такође, долази до повећања површине земљишта на коме се врши органска производња. Према подацима Министарства пољопривреде Републике Србије, обрадиве површине под органском производњом у Србији у последњих неколико година увећавају се по стопи од 20% на годишњем нивоу.

У оквиру циља заштита животне средине од негативног утицаја пољопривредне производње, у Стратегији пољопривреде и руралног развоја Републике Србије 2010-2020. наводи се да треба остварити подршку развоју органске производње у Србији. У Стратегији се такође помиње да у Србији постоје природни услови за развој органске пољопривреде који се огледају, пре свега, у незагађеним пољопривредним површинама, као и у постојању домаћинства у планинским пределима са заокруженим циклусом биљне и сточарске производње. Истиче се такође да је органска пољопривреда базирана на есенцијалној вези пољопривреде и природе са акцентом на поштовању природне равнотеже и да се путем органске производње и понуде здравствено безбедне хране креирају предуслови за подстицање извоза и унапређење социјално-економског положаја руралне средине и националне економије. На незагађеним пољопривредним површинама у општинама Тител и Жабал постоје одлични потенцијали за развој органске производње, која би се у будућности могла повезати са туристичким развојем, нарочито руралним туризмом али и целокупним руралним развојем Шајкашке. Већ постоје пројекти који се односе на изградњу еко-туристичких кампова у Шајкашкој, у којима би туристи, током свог боравка, активно учествовали у радовима у пластеницима и на површинама на којима

би се узгајало искључиво органско воће и поврће, које би и било на менију ([www.panacomp.rs](http://www.panacomp.rs)). Очекује се да ће у будућности одрживи облици туризма повезани са здравом храном, активним и здравим начином живота у руруалном окружењу бити веома развијени и тражени.

**Индустрија.** Неоспорно је да је пољопривредна производња утицала на то да од индустријских грана најдужу традицију и највећу распрострањеност има агроиндустрија, односно индустрија прераде шећера уз коју егзистира и металска индустрија, производња грађевинског материјала, прерада житарица, воћа и поврћа и нешто у мањој мери производња на бази пластичне масе ([www.opstina-titel.rs](http://www.opstina-titel.rs)).

Водећу улогу у прехранбеној индустрији има фабрика шећера “Шајкашка” ДД из Жабља и ДП “Стеван Дивнин” у Жабљу, док се у металској индустрији издвајају предузеће “ВОС” из Жабља, које се бави производњом и монтажом опреме за сточарство, вентилационих система и сл., “Унимет” из Каћа, д.о.о. за металопрерађивачку делатност, фабрика “Премикс” из Титела, која се бави производњом елемената од стаклопластике (чамци, грађевински елементи, индустријски материјали) и ДП за производњу пољопривредних машина и резервних делова за пољопривредне машине “1. октобар” из Жабља ([www.zabalj.org](http://www.zabalj.org)).

У индустрији Шајкашке привређује и неколико мањих и средњих предузећа као што су: фабрика конзерви са хладњачом, фабрика металне галантерије, фабрика пластичних маса, циглана, фабрика столарије и штампарија, фабрика сточне хране и фабрика грађевинских материјала. У скорој будућности у плану је уређење приобаља реке Тисе код Титела, где ће по пројектном решењу бити изграђено теретно пристаниште “Лука Тител”.

Стара индустријска постројења која су очувана на овом простору свакако се требају повезати са туризмом. Најзначајнији споменик привредног карактера у Шајкашкој је ветрењача код Чуруга, позната и као Рођина ветрењача, која има значајну историјску и туристичку вредност. Треба поменути и црпну станицу код Жабља, која представља очувану црпну станицу са парном пумпом и комплетним постројењем, из 1898. године. У тадашње време била је највећа у Војводини, данас без одговарајуће туристичке презентације. Уз туризам се може повезати и фабрика “Премикс” из Титела, која производи “модерне” шајке, а која би у будућности, ако би за тим било потребе, могла произвести реплике некадашњих шајки, које би могле постати туристичка атракција али и заштитни знак Шајкашке као туристичке дестинације.

Битна компонента развоја привреде Бачке, а тиме и Шајкашке чинило је **занатство**, које је, са једне стране, у почетку било притиснуто натуралном привредом, а са друге стране са развојем индустрије и производима ове привредне делатности. Најпре је оно било организовано у виду еснафских удружења до 1872. године, да би са доношењем Обртног закона престао њихов рад и занатство је функционисало под непосредном управом државе, уз могућност удруживања у занатлијска друштва која су за разлику од еснафа чинили асоцијације занатлија различитих струка. Иако је званично њихова намена имала социјално-културни значај, она су се бавила решавањем низа егзистенцијалних проблема својих чланова.

Занатство у Шајкашкој је током XIX и почетком XX века било у непосредној вези са пољопривредом, односно, било је подређено потребама преовлађујућег пољопривредног становништва (Томић, Ромелић и Јовановић, 2004).

Стари занати одувек су привлачили туристе који посећују руралне пределе. На салашима и у етно кућама у Шајкашкој постоје музеји и радионице старих заната, које туристи радо посећују. Најпознатија је “Етно-кућа Богојевић” у Тителу, у којој постоје радионице старих заната, типичних за ово поднебље, у којим туристи могу да се опробају у изради неког производа. Такође, традиционални начини справљања хране, у традиционалним и старим посудама, привлаче туристе да посете ову етно-кућу. Стари занати се могу валоризовати и кроз активне жена који постоје готово у свим насељима

Шајкашке, а која често организују радионице и изложбе народних рукотворина, гастрономских специјалитета и подстичу очување традиције, фолклора и старих заната.

**Туризам и угоститељство.** Туризам поред пољопривредне производње има све предуслове и компаративне предности да прерасте у значајну грану привређивања у региону, с обзиром да већ постоји и комплетан елаборат о развоју туризма на целој територији општине Тител са укључивањем ближег окружења.

Највећим делом је за сада заступљен ловни, риболовни и спортски туризам који је ослоњен на саму конфигурацију и природу земљишта и богате водотоке Тисе и Дунава ([www.opstina-titel.rs](http://www.opstina-titel.rs)).

Хотелијерство и угоститељство је слабо развијено и присутно и ослања се хотел “Тиса” у Тителу и хотел “Орлови” у Ковиљу (који се одликује сезонским пословањем) док је остала рецептивна основа заснована на комплементарним рецептивним капацитетима без посебног ексклузивитета али с аутентичном домаћом атмосфером. О плановима за даљи развој туризма на овом простору биће речи у наредним поглављима.

## ВАНПРИВРЕДНЕ ДЕЛАТНОСТИ

Од ванпривредних делатности у Шајкашкој, издвајају се школство, здравство и спорт. Ванпривредне делатности, а нарочито спорт, могу се повезати са развојем туризма у Шајкашкој. Даље у раду биће анализирани ванпривредне делатности по општинама Шајкашке.

**Школство.** Предшколским образовањем и васпитањем у општини Жабалъ бави се Предшколска установа „Детињство“ Жабалъ са објектима у насељеним местима Жабалъ, Ђурђево и Госпођинци, док се у Чуругу овом делатношћу бави основна школа „Ђура Јакшић“. Рад са децом одвија се на српском језику, а у Ђурђеву једна група забавишта наставу изводи на русинском језику који касније настављају основно образовање на матерњем језику.

Основним образовањем баве се четири основне школе и то у сваком насељеном месту по једна: ОШ „Милош Црњански“ Жабалъ, ОШ „Ђура Јакшић“ Чуруг, ОШ „Јован Јовановић Змај“ Ђурђево и ОШ „Жарко Зрењанин“ Госпођинци. Основне школе су потпуне са наставом од првог до осмог разреда на српском језику а у Ђурђеву поред српског језика настава се изводи и на русинском језику од првог до осмог разреда.

Средњим образовањем бави се Средња школа „22 октобар“ у Жабљу основана 1976. године. Школске 2003/04 године средња школа постала је мешовита јер је поред подручја рада - машинство и обраде метала, гимназија, добила још подручје рада трговина, угоститељство и туризам и подручје рада економија, право и администрација ([http://www.zabalj.rs/index.php?option=com\\_content&view=article&id=24&Itemid=42&lang=sr-rs](http://www.zabalj.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=24&Itemid=42&lang=sr-rs)).

У насељима новосадске општине (Будисава, Каћ и Ковиљ) предшколским образовањем бави се предшколска установа Радосно детињство, са својим педагошким јединицама „Зека“ у Будисави, „Звончић“ у Каћу и „Невен“ у Ковиљу ([http://www.predskolska.rs/index.php?option=com\\_content&view=article&id=178&Itemid=35](http://www.predskolska.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=178&Itemid=35))

Основним образовањем баве се 3 основне школе и то у сваком насељеном месту по једна: ОШ „Иво Андрић“ Будисава, ОШ „Ђура Јакшић“ Каћ и ОШ „Лаза Костић“ Ковиљ. Настава у Каћу одвија се у три објекта: Централна школска зграда, стара школа и Крајишник (<http://mojkac.wetpaint.com/page/OŠ+ĐURA+JAKŠIĆ+KAC>).

Ученицима ових школа након завршеног основног образовања стоји на располагању велики број средњих школа и Гимназија које се налазе у оближњем Новом Саду.

У Надаљу, који припада србобранској општини, делује Установа за предшколско и школско васпитање и образовање „Радост“. Његово седиште је у Србобрану и чине га

седам објеката, од којих је један у Надаљу и назива се «Бубамара» (<http://www.srbobran.rs/drustvo/obrazovanje/pu-radost-srbobran>).

У Надаљу се налази Основна школа „Жарко Зрењанин - Уча“ која је основана давне 1802. године (<http://www.srbobran.rs/drustvo/obrazovanje/zrenjanin-uca-nadalj>).

У општини Тител делује предшколска установа „Плави чуперак“ која има вртиће у свих шест насеља.

Основна школа у Тителу „Светозар Милетић“ основана је 1703. године. Школа располаже са пет објеката у четири насељена места - Тителу, Локу, Вилову и Гардиновцима. Објекат у Тителу „централна школа“ саграђен је 1982. године и задовољава потребе васпитно - образовног рада. У седишту школе у Тителу, Локу и Гардиновцима настава је осморазредна. У Вилову и „Горњој школи“ у Тителу наставу похађају ученици од првог до четвртог разреда

([http://www.obrazovanje.vojvodina.gov.rs/\\_skole%20vojvodine\\_/SKOLE/osnovne/opstina\\_titel/titel\\_s\\_miletic/os\\_svetozar\\_miletic.htm](http://www.obrazovanje.vojvodina.gov.rs/_skole%20vojvodine_/SKOLE/osnovne/opstina_titel/titel_s_miletic/os_svetozar_miletic.htm)).

ОШ „Иво Лола Рибар“ из Шајкаша и ОШ „Светозар Милетић“ из Мошорина 1976. године интегрисале су се у једну школу под називом ОШ „Исидора Секулић“ у Шајкашу, која под овим именом и данас функционише ([http://www.obrazovanje.vojvodina.gov.rs/\\_skole%20vojvodine\\_/SKOLE/osnovne/opstina\\_titel/sajkas/isidora\\_sekulic1.htm](http://www.obrazovanje.vojvodina.gov.rs/_skole%20vojvodine_/SKOLE/osnovne/opstina_titel/sajkas/isidora_sekulic1.htm)).

У Тителу, у средњој техничкој школи „Милева Марић“ образују се будући економски техничари, туристички техничари, аутомеханичари, куvari, конобари и механичари грејне и расхладне технике ([http://www.stsmmarictitel.edu.rs/skola\\_danas.php](http://www.stsmmarictitel.edu.rs/skola_danas.php)).

За развој одређене туристичке дестинације важно је постојање школских и предшколских установа, погото са аспекта развоја дечијих кампова, школа у природи и екскурзионих облика туризма. Капацитети у предшколским образовним институцијама лети се могу искористити као смештајни капацитети за децу која долазе у школу у природи. Спортски терени и игралишта могу користити излетницима и рекреативцима. У средњој техничкој школи „Милева Марић“ у Тителу образују се туристички техничари. Школа је склопила уговор о волонтирању и стручној пракси са ЈКП “Тителски брег” и на тај начин ученици завршне године поред теоријског добијају и практично знање из туризма. Постојање уговора и сарадње на локалном нивоу је веома важно за даљи развој туризма на овом простору, јер уколико се сарадња настави квалитетно, млади људи са овог простора могу схватити да туризам може значити конкретну добит за локално становништво, и покренути иницијативу са локалног нивоа за развој туризма у Тителу, али и другим насељима Шајкашке.

**Здравство** у шајкашким насељима, односно доступност здравствене услуге, је добра. У сваком насељу постоји здравствена установа.

Дом здравља у Жабљу организован је територијално по насељима са радним јединицама - здравственим станицама, и то у Госпођинцима, Ђурђеви, Жабљу и Чуругу. У дому здравља пружају се услуге примарне здравствене заштите у оквиру службе опште медицине, диспанзера за здравствену заштиту жена, диспанзера за здравствену заштиту деце и омладине, стоматолошке здравствене заштите, лабораторијску, радиолошку, ултразвучну и ЕМГ дијагностику, а организован је рад специјалистичких служби из интерне медицине, пнеумофтизиологије, офталмологије, неуропсихијатрије и физијатрије са рехабилитацијом.

Територијална организација дома здравља по месним заједницама обавља своју делатност кроз организован сменски рад у својим здравственим станицама у којима су организоване следеће службе: Служба опште медицине, Поливалентна патронажа, Служба за стоматолошку здравствену заштиту, Специјалистичке службе, Служба за промет лекова, као и Немедицинска служба (Правно-административна)

([http://www.zabalj.rs/index.php?option=com\\_content&view=article&id=25&Itemid=43&lang=sr-rs](http://www.zabalj.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=43&lang=sr-rs)).

Од 1967. године, у оквиру Дома здравља Нови Сад, функционишу амбуланте у Будисави, Каћу и Ковиљу. Служба за здравствену заштиту деце, као и служба опште медицине делују у сва три насеља, док се служба стоматолошке здравствене заштите налази само у Каћу и Ковиљу (<http://www.dzns.rs/>).

Дом здравља „Др Ђорђе Бастић“ Србобран обезбеђује примарну здравствену заштиту становника општине Србобран. Ради доступне примене здравствене заштите у насељеним местима општине Турија и Надаљ, организоване су амбуланте и апотекарске станице у којима се обезбеђује пружање здравствених услуга из области опште медицине, здравствене заштите деце и стоматолошке здравствене заштите као и услуге издавања лекова (<http://www.srbobran.rs/drustvo/zdravstvo>).

У насељима тителске општине, у Вилову, Гардиновцима, Локу, Мошорину, Тителу и Шајкашу, налазе се амбуланте које раде у склопу дома здравља са седиштем у Тителу. У насељима Шајкашке постоји и неколико приватних амбуланата, као и апотекарских установа (Ивановић, 2012).

С обзиром да су приоритетни облици туризма у Шајкашкој углавном спортско-рекреативног карактера (наутички, излетнички, спортско-рекреативни, коњички, купалишно-рекреативни туризам) веома је важно постојање ових служби, јер могу ефикасно деловати код евентуалних повреда код туриста. Са друге стране, запослени су здравству могу се укључити у развој селективних облика туризма као аниматори, физиотерапеути или помоћно особље (код екскурзионих, спортско-рекреативних и излетничких кретања) јер уколико дође до реализације спортско-рекреативних кампова, дијететско-рекреативних програма и кампова за децу, биће потребе за овим занимањима.

**Спорт.** Од свих четрнаест насеља Шајкашке, извајају се Каћ и Тител који својим спортским организацијама и активностима избијају у први план. У Каћу „насељу спортиста“, налази се велики број спортско-рекреативних терена: два терена за велики фудбал, терен за мали фудбал, терен за баскет као и спортски и пословни објекат „Светосавски храм“, поред којег се налази и уређено игралиште за децу. У оквиру овог спортског објекта налази се дворана за рукомет која може да прими 2.500 гледалаца, сала за конференције и спортска амбуланта са опремом и инвентаром за пружање квалитетних интервенција за време тренинга и утакмица. У власништву основне школе „Ђура Јакшић“ налази се спортска дворана, а на купалишту „Бели вир“ постоје уређени терени за фудбал и одбојку. У Тителу велики значај има спортско-рекреативни центар „Анкер“, који је познат по разним спортским клубовима широм Србије, и управо у Тителу разни спортски клубови организују припреме спортских екипа. У оквиру овог спортско-рекреативног центра налази се терен за фудбал, који је у одличном стању и редовно се држава, као и затворена спортска сала за рукомет и мали фудбал. Уз Тису у Тителу постоје разноврсни терени за фудбал, рукомет, кошарку, одбојку, одбојку на песку и тенис. Спортске хале у оквиру средње и основне школе у Тителу омогућавају одржавање спортских тренинга и утакмица. У овом насељу постоје и бетонирани спортски терени који се могу уз мало допуне оспособити за одбојку и рукомет (један спортски терен), мали фудбал или тенис (други терен). На простору Шајкашке постоји много локалитета специјализованих и опремљених за обављање одређених спортско-рекреативних активности: у општини Жабал налази се „Голф центар“ и марина за прихват пловила, у Ђурђеву хиподром, у Мошорину уређени терени за спортски риболов и друго. И остала насеља Шајкашке се могу похвалити уређеним спортско-рекреативним теренима. Насеља Шајкашке су домаћини и организатори многобројних манифестација спортско-рекреативног карактера, које свакако доприносе развоју и популаризацији спортско-рекреативног туризма овог простора (Ковачевић, 2009).



Више о спортским организацијама и клубовима које постоје на овом простору, као и о спортовима који могу бити покретачи развоја спортско-рекреативног туризма Шајкашке, биће писано у поглављу о спортско-рекреативном туризму.

## ФИЗИОНОМИЈА НАСЕЉА И АТРАКТИВНОСТИ У ЊИМА

Како је већ писано, Шајкашка обухвата четрнаест насеља груписаних у четири општине. Тител је средиште и централно насеље Шајкашке; Каћ је највеће насеље мешовитог типа у Шајкашкој које поседује карактеристике малог града, Вилово је најмање, а Будисава најмалађе шајкашко село на садашњој локацији; Ковиљ је село познато по манастиру, а Чуруг по ветрењачи и "Старој Тиси"; У Ђурђеву се налази најлепша православна црква на овом простору, а Шајкаш је насеље на петокракој раскрсници путева ([www.ravnica.info](http://www.ravnica.info)). Свако од четрнаест Шајкашких насеља има своју историју и поседује своје лепоте и специфичности које могу бити веома интересантне туристима.

Насеља Шајкашке спадају у ред збијених насеља панонског типа. Улице су углавном праве и широке и најчешће се секу под правим углом. Куће су ушорене, збијене једна поред друге, доста су широке и могу се поделити на три основна типа: куће на "бразду", куће уз пут и модерне куће, вишеспратнице.

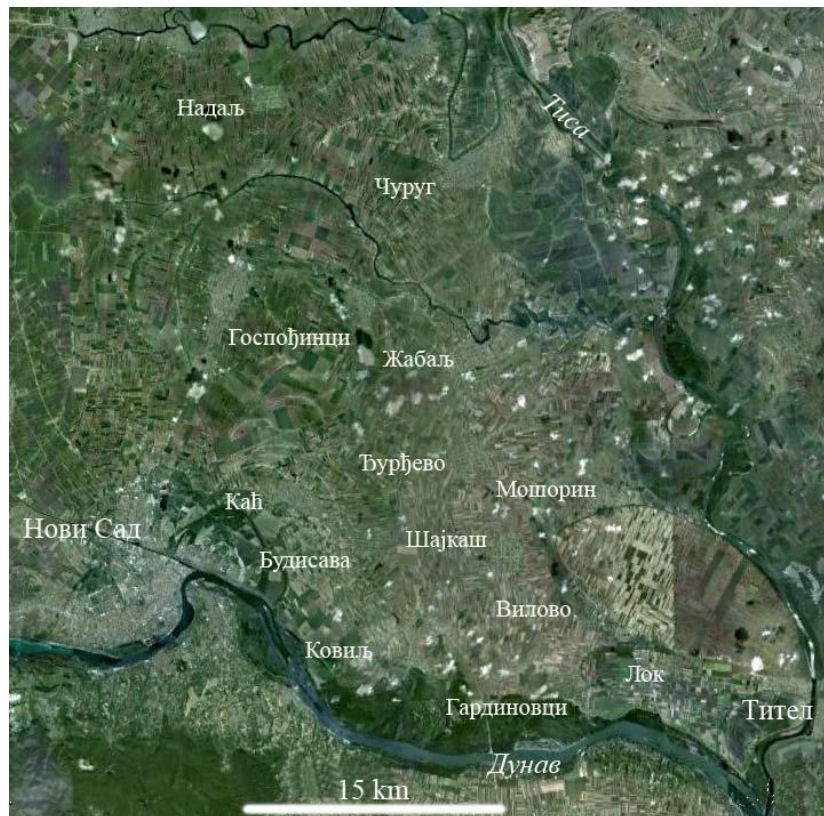
Куће на бразду су изграђене од лошијег грађевинског материјала (набоја и ћерпића) и грађене су крајем 19. и у првој половини 20. века. Окренуте су дужом страном ка дворишту. Са улице се налази већа соба, у средини кухиња, а иза ње задња соба. Са стране се налази ходник, најчешће отворен и окренут према дворишту, а у периферном делу ходника, најчешће је остава. У задњем делу куће је штала, шупа, свињци и друге економске зграде. Иза економског дела дворишта обично је башта у којој се гаји воће и поврће и винова лоза.



Слика 22. Куће уз пут у Жабљу  
(Фото: Б. Ковачевић)

Куће уз пут грађене су од цигле. Код њих је дужа страна окренута ка улици, са две, три или више соба, најчешће са трокрилним прозорима. Просторије окренуте према дворишту служе као кухиња, остава, купатило и сл. У економском делу дворишта је штала, свињци и остале економске зграде, а у продужетку башта.

Трећи тип су модерне спратне или вишеспратне куће, изграђене после Другог светског рата. То су савремене куће грађене од цигле, камена и бетона, по савременим урбанистичким захтевима. Углавном се карактеришу лепим и пространим терасама, уређеним и озелењеним двориштима (Ђурчић, 2007).



Карта 10. Размештај насеља у Шајкашкој  
(Извор: Google Earth)

Иако су насеља у Шајкашкој панонска, ипак постоје разлике како у изгледу тако и у времену настанка и изградње.

Први помен о **Госпођинцима** је из 1341. године. Оно се помиње и касније у Угарској, а постојало је и у време Турака, када је припадало Тителској нахији. Године 1590. у њему су била 34 дома, што је за то време било значајно село. У првој половини XVIII века Госпођинци су опустели и тада се помињу као пустара. Нагло насељавање почело је када су прикључени Шајкашком батаљону. Госпођинци су изграђени на заравњеном делу бачке лесне или горњеплеистоцене терасе, што је дозволило доследну примену свих принципа планске градње уобичајену за војвођанска села настала у XVIII и XIX веку. Село има основу правоугаоног облика и решеткаст распоред улица, а на северној периферији је четвороугаони трг око кога су све јавне зграде. Интересантан је периферни положај трга у односу на облик агломерације и он сведочи о томе да је село у прво време било мало, а касније ширење било је могуће само ка југу. На северу је то спречавала долина Мале баре (Ђурчић, 2007).

У селу се налазе православна и католичка црква, о којима ће бити речи код културно-историјских вредности Шајкашке. Треба истаћи да је православна црква Преноса моштију Светог првомученика и архиђакона Стефана у Госпођинцима давно у прошлости била посвећена Пресветој Богородици, па је тако и насеље добило име. Од атрактивности је значајан и авион у атару Госпођинаца који је претворен у споменик ваздухопловном пуку.



Слика 23. Авион Соко 522 претворен у споменик ваздухопловном пуку у атару  
Госпођинаца  
(Фото: Б. Ковачевић)

**Ђурђево** се повремено помиње у турско време, некада као мало, а некада као опустело. Старо насеље није било на овој локацији. Оно се налазило између Бачког Јарка и Темерина где је сада колонија из међуратне колонизације (Старо Ђурђево). Године 1800. становници Старог Ђурђева преселили су се из жупанијског у граничарски део Бачке и настанили су се на пустари Песка на савременој локацији. До 1873. године село је било у саставу Шајкашког батаљона, а после је враћено под жупанијску управу. Тај прелаз донео је нове промене. Наиме, он се поклопио и са годинама регулације тока Тисе које је захтевало и много радне снаге. Развојачење и те акције изазвале су усељавање Русина, Немаца и Мађара.

По основним морфолошким карактеристикама види се да је ово младо село. Настало је на почетку XIX века када су принципи планске градње војвођанских села већ били строго утврђени. Њихову примену није ометало никакво насеобинско наслеђе, а и орохидролошке сметње су биле минималне. Село има правилан решеткаст распоред улица, у чијој се средини налази четвороугаони трг. Једино што није постигнут четвороугаони облик основе села. На истоку то је омела извијена граница дилувијалне терасе дуж корита Девењ, а на западу неколико јамура. Све јавне зграде су око трга и у улици којом води друм.

Када је у време Другог светског рата вршено досељавање Мађара, за њих је на источној периферији села изграђено посебно насеље – Телеп, тако да је и овим дошло до извесних деформација. Од старог села дели га фосилно корито Девењ. И овде су улице праве, али је њихов решеткаст распоред доста невешто спроведен, тако да има више линеарних него решеткастих карактеристика (Ђурчић, 2007).

У Ђурђеву се налази православна Црква Светог Вазнесења, која поседује вредне богослужбене књиге и Грко-католички храм Рођење Пресвете Богородице, који красе шеснаест витража. За туризам је значајно постојање “Моникиног салаша”, азила за напуштене животиње и седишта друштва за заштиту животиња и природе. Азил постоји од 1997. године и основна функција је збрињавање напуштених животиња, чишћење,

одржавање и пошумљавање терена око салаша, а све у циљу да се животињама омогући достојно уточиште и животни простор. Организују се изложбе кућних љубимаца, радионице за заштиту животиња, предавања о значају заштите природе и екологији, као и едукативне радионице и сарадња са школама и факултетима. У Ђурђевоу се налази и старо гробље са очуваним споменицима из 18. и 19. века које је на листи значајних непокретних културних добара у Војводини (<http://www.pzzzsk.rs/znacajna-nepokretna-kulturna-dobra-u-vojvodini.html>).



Слика 24. Неке од животиња на Моникином салашу  
(Фото: Б. Коваћевић)

Први подаци о **Жабљу** датирају из 1514. године када се помиње тврђава са овог простора. О њој има помена и у време Турака. Тврђава је била источно од савременог насеља на инудационој равни и имала је функцију мостобрана на прелазу преко Тисе. Са стратешког аспекта то је био повољан положај. Међутим, за цивилно насеље био је неподесан због честих изливања реке и веома удаљених оцедитих пољоприврених површина. Када је утврђење по одредбама Карловачког мира 1699. године било срушено, Жабал је стекао услове да се премести на савремену локацију, што је и учињено нешто касније (Букуров, 1983). Након оснивања Шајкашког граничарског батаљона 1763. године, Жабал поново постаје граничарско место, и тај статус имао је до 1873. године. Површина на којој је насеље настало није идеално заравњена. Северну границу Жабља одредила је долина Јегричке, западну границу корито једне њене кратке притоке, а источну ивица дилувијалне терасе. И на југу је насеље било омеђеношироком и раније забареном удолином Јарош. Њу је Жабал, градњом три улице са друге стране, укључио у своју агломерацију, али та површина још није заузета кућама. Због свега тога, ширење је било ограничено и центар села је остао на његовој западној периферији.

Унутар овако дисециране површине настало је насеље неправилног облика које је издужено, као и Јегричка, правцем исток – запад. И поред свих орохидролошких сметњи формиран је решеткаст распоред улица са мало деформација на западној периферији. Центар је формиран у виду четвороугаоног трга око кога су изграђене све јавне зграде.

Неке централне функције смештене су и у делу улица према Ђурђевој и Чуругу, тако да је формиран компактан центар (Ђурчић, 2007).

Што се тиче културно-историјских знаменитости, неопходно је поменути Православну цркву Светог Николе, која се убраја међу највеће и најлепше храмове у Бачкој. У Жабљу се налази и католичка црква Снежне Госпе која на овом месту постоји од 1826. године. Ова два храма представљају заштитни симбол места.



Слика 25. Католичка и православна црква на старој разгледници Жабља  
([www.zabalj.rs](http://www.zabalj.rs))

**Чуруг** је једно од најстаријих села у Бачкој. Прва сведочанства о њему су из 1254, затим се помиње 1325. и 1410-11. године (као Тот-Чуруг). У време Турака овде је пописано само неколико пореских обвезника. Доласком аустријске власти у ове крајеве, село је прикључено Потиској војној граници и број становника је почео да расте. После укидања границе 1751. године, село је припојено Доњепотиском диштрикту са седиштем у Бечеју, а од 1766. поново је у Војној граници, односно Шајкашком батаљону (Букуров, 1983). Чуруг никада није успео да постане гравитациони центар за околна насеља. На југу му је сметао Жабал, чији је географски положај много повољнији, а на северу то је чинио далеко већи град Бечеј. Изграђен је на пространој и равној дилувијалној тераси. За његов развој једини ограничавајући фактор биле су границе терасе према алувијалној равни. Оне су спречавале ширење ка северу и истоку, тако да је настало насеље овалног облика, који је помало деформисан ширењем ка западу. Ту су изграђени улица дуж пута за Бачко Градиште и радничко насеље крај економије земљорадничке задруге. Унутар тих граница формиран је незнатно деформисан решеткаст распоред улица. У центру села налази се четвороугаони трг уз који су све јавне зграде. Оне су концентрисане и у првим деловима улица ка Старој Тиси и ка Бечеју (Ђурчић, 2007).

У Чуругу се налази неколико старих, очуваних кућа, које представљају лепе примерке старог војвођанског градитељства, те би се могле ревитализовати, заштитити и туристички валоризовати. Од туристичких атрактивности истиче се Храм Вазнесења Господњег, подигнут давне 1774. године. Познат је по својој лепоти, великим звонима и вредном иконостасу који је осликао Ђорђе Крстић.

Још једна од атрактивности је Рођина ветрењача, једна од некадашњих седам ветрењача у Чуругу. Данас се на простору поред ветрењаче одржава манифестације "Код

чурушке ветрењаче", која презентује културу и традицију српског живља на овом простору. У Чуругу се налази и археолошко налазиште "Стари виногради".



Слика 26. Једна од старих, очуваних кућа у Чуругу  
(Фото: Н. Глишић)

**Будисава** је најмлађе насеље које припада Шајкашкој области. Настало је 1884. године у делу хатара Горњег Ковиља и због тога она није класично „ивично“ насеље, као сва околина. Под овим именом постојало је насеље у време Угара и оно се помиње 1448. године. Село је постојало и у време Турака, али се не зна поуздано да ли сеналазило на месту савременог. Савремена Будисава је настала насељавањем Мађара и Немаца од 1884. године, а названа је по имену оближње шуме. Насељавање је било масовно, тако да је Будисава од почетка била село знатне величине. Шездесетих година XX века Будисава улази у градску зону Новог Сада. Грађена је по плану и добила је све карактеристике насеља са правоугаоном основом и решеткастим распоредом улица. Чине је пет улица дугих око 1.600 m и пет попречних улица дугих око 900 m. Дуже улице су оријентисане правцем пута Нови Сад – Тител. Ширење села врши се ка југу где је изграђена нова улица правца исток – запад. У самом центру села налази се четвороугаони трг у којем је парк, а око њега су две цркве, месна канцеларија, основна школа, амбуланта, дом културе, пошта и друго. Дуж главе улице је неколоко продавница (Ђурчић, 2007). Кресе је православни и католички храм.

**Каћ** је старо насеље које је постојало још у угарско време. Помиње се први пут 1276. године. Постојало је и у време Турака као мало село у Тителској нахији. Ратови који су се овде одвијали утицали су да је број становника из године у годину знатно осцилирао. Током XIX и почетком XX века број становника константно расте. Када је шездесетих година XX века Нови Сад почео да формира своју градску зону, Каћ је био једно од првих села која су укључена у њу. Свакако да се то прво одразило кроз повећање броја неаграрног становништва као и кроз нагли пораст популације.

Каћ има све карактеристике приградског насеља. У њему су углавном установе које подмирују основне потребе локалног становништва (основна школа, предшколска установа, библиотека, дом здравља, апотека, црква, месна канцеларија, банке, радио станица, знатан број продавница мешовите робе и специјализованих продавница, станица милиције и друге). Каћ је настао у готово идеалним природним условима, а увећавао се у

време када су већ били јасно диференцирани принципи планске градње. Ипак, сви они овде нису испоштовани. Насеље је издужено уз границу дилувијалне терасе и добило је облик мало деформисаног правоугаоника дугог око три и широког око један километар.



Слике 27. и 28. Католичка и православна црква у Будисави  
(Фото: Н. Глишић)

Деформације су најизразитије уз границу терасе која је извијена. Главна улица је у непосредној близини границе терасе и протеже се тим правцем. Са њом су паралелне само три улице на североисточној периферији села. Попречних улица је знатно више и дуге су око један километар. Оне под правим углом секу главну, и допиру до геоморфолошке границе. Њихова међусобна удаљеност износи и до 300 m, тако да су баште веома простране. То је искоришћено приликом даљег нарастања Каћа, па су нове улице трасиране између старих, док је део башти искоришћен за грађевинске парцеле. На овај начин поремећен је ранији решеткист распоред улица. Решеткиста структура села још више је нарушена савременим ширењем. Поред урастања нових улица у стару мрежу, томе доприносе и ширења на периферијама после Другог светског рата па све до данас. Тада су на западној периферији, јужно од главне улице настале још три попречне. Ремећењу старе морфологије допринела је и стихијска градња у време насељавања избеглица на источној и северној периферији. На источној периферији изграђена су два дуга реда типских кућа за колективно становање (Петровданско насеље). На крајњем југоистоку Каћа (према Будисави) у последњих пар година, изграђен је комплекс типских кућа које су биле у слободној продаји (Сунчани брег). Нарастање Каћа и његова трансформација у приградско насеље оставило је трага и на главној улици. У њој је формиран центар типа „траке“ (Ћурчић, 2007). У Каћу се могу видети старе војвођанске куће непосредно поред нових, модерних и то говори о различитим стилевима и типовима градње који су заступљени у овом насељу. Нема посебно очуваних амбијенталних целина, а од туристичких знаменитости истичу се српска православна црква, а треба истаћи и Светосавски дом, објекат културне, друштвене, спортске и пословне намене, који се у знатној мери користи у туристичке сврхе (пословни састанци, конференције, спортска дешавања и друго). Према Новом Саду све више се шири индустријска (привредна) зона. **Ковиљ** се помиње још почетком XIV века, а постојало је и у време Турака. У XVI веку имао је мало становника, у XVII се опоравља и 1699. године има 251 породичног

старешину. Нови ратови поново доводе до деградације, али се село брзо обнавља. У XVIII веку развијало се као двојно насеље. Јужни део називао се Доњи Ковиљ, а северни Горњи Ковиљ или Шанац. Горњи Ковиљ је био под војном, а Доњи под жупанијском управом.



Слика 29. Мешавина архитектонских стилова-стара и нова кућа у Каћу  
(Фото: Н. Глишић)

Између Доњег Ковиља и манастира постојало је насеље манастирских кметова – Прњавор, које је расељено 1866. године. Два његова дела била су административно издвојена до 1945. године, а развијали су се као два одвојена села. Они су и данас спојени само једном улицом. Северни и јужни део села су веома пространи, па основа насеља има облик броја осам, тако да се сврстава (у географским класификацијама) у неправилне облике. Током XX века дошло је до ширења насеља ка риту. На другој страни мртваје Дунавац, прво су унутар једне аде изграђене две паралелне улице, које су са селом повезане мостом. Северније, одвојено од овог дела, касније је изграђена још једна улица спојена са селом са два моста. Прве две улице су наспрам Горњег, а трећа наспрам Доњег Ковиља, тако да не ремете основни облик базе села. Размештај улица у оба дела Ковиља изграђених на дилувијалној тераси има решеткаст распоред, али је он веома деформисан. То је поготово изражено у Доњем Ковиљу где се мало улица сече под правим углом. Много је изломљених улица, каква је и главна, улица Лазе Костића, која спаја два дела насеља. У оба дела села су по један трг, претворени у паркове, а у Доњем Ковиљу су све јавне зграде и веће продавнице. Оне нису концентрисане на малом простору и не одају утисак центра (Ћурчић, 2007).

У селу постоје две православне цркве, манастир, католичка и адвентистичка богомоља. Манастир Ковиљ је најзначајнији сакрални објекат у целој Шајкашкој. По предању, основао га је Свети Сава у тринаестом веку, као сведочанство помирења Срба и Угара. Монаштво манастира је чувено по својим духовним активностима а у последње време и производњи меда, ракија, сира и ајвара, сликању икона и активностима њиховог хора. Ковиљ је родно село неколико познатих личности, те се данас у њему налазе куће Лазе Костића, Аксентија Мародића и Спомен кућа Илије Нешина. У селу се налази и атеље Гиге Ђурагића чија су врата отворена за путнике намернике а који годинама угошћује познате сликаре на колонији. За туристе је интересантна посета ковачници Павлице Цвете,



у којој је шегрт била жена, посета старом, реновираном млину и пекари у којој се на традиционалан начин пеку хлеб и пецива, као и посета “Грлић” салашу.

Први помен о **Надаљу** је из турског времена, а забележено је и да је у другој половини XVII века био ненасељен. Током XVIII века Надаљ је био пустара, која је 1801. године насељена Србима из Челарева.

У насељу постоје само објекти за потребе локалног становништва (основна школа, предшколска установа, амбуланта, месна канцеларија, пошта, православна црква и неколико продавница). Село је настало на идеално заравњеном терену и релативно касно, почетком XIX века. То је омогућило примену свих начела планске градње. Формирана је основа квадратног облика са пет улица правца исток – запад и пет наспрамних улица. У центру села је четвороугаони трг, око кога су све јавне зграде. Каснијим ширењем, крајем XIX и XX века, на источној периферији су изграђене још две улице на мањим растојањима (Ђурчић, 2007). У Надаљу нема значајнијих туристичких знаменитости.

**Вилово** се под овим именом први пут се помиње у крушевском поменику. На почетку XVIII века овде је војни шанац, чија је основна улога била контрола прелаза преко алувијалне равни и прилаза тителској тврђави са запада. Село је убрзо укључено у Војну границу и Шајкашки батаљон у чијем је саставу остало до 1873. године. Изградњом каменог пута Шајкаш – Тител 1890. и железничке пруге 1899. године, Вилово је почело брже да се развија.



Слика 30. и 31. Детаљи са старих кућа у Вилову  
([www.titelskibreg.com](http://www.titelskibreg.com))

Основни фактор организације села биле су орографске прилике: Вилово је морало да се прилагоди величини и облику плавине, на којој је безбедно од поплава, а снабдевање водом на њој је лако. Градњу у риту спречавале су поплаве, а на Тителском брегу тешко снабдевање водом. Село је издужено по плавини правцем северозапад – југоисток на дужини од 1,5 km док је широко око 0,5 km. Ово је било старо језгро. Током XX века дошло је до његовог ширења. Обимни мелиорациони радови с краја XIX века дозволили су градњу још једне кратке улице по обалској греди у риту, док је друга улица изграђена

по уском појасу урвинског материјала дуж пута за Тител. Већина јавних зграда налази се на јужној периферији села у улици којом пролази пут Нови Сад – Тител (Ћурчић, 2007).

Најзначајнији културно-историјски споменик је црква Светог Великомученика Стефана Дечанског, категорисана као споменик културе од великог значаја. У самом центру Вилова постоји низ објеката који чине амбијенталну целину, а садрже праве одлике војвођанског народног градитељства. И поред измена на фасадама и зидања нових кућа, село није променило старински изглед, те може бити веома интересантно туристима. (<http://www.titelskibreg.com/lat/clanak.php?r=br-36/Spomenici-etnologije-u-naseljima-op%C5%A1tine-Titel.html>).

Треба споменути и куће са лагумима. То су куће грађене уз падине Тителског брега, које имају подруме укопане у брег, такозване лагуме. Реч је о удубљеним просторима полукружно засведеног пресека у распону од 2-3 метра, зидови су од лесне масе, а само су на чеоном зиду формиран отвори. Кућа са лагумима у Вилову има много, уз подножје Брега, и уколико би се подруми уредили за разгледање, могли би представљати својеврсну туристичку атракцију.



Слика 32. Вилово- село између два сурдука  
(Фото: Б. Ковачевић)

Прва сведочанства о **Гардиновцима** потичу из XIV века када је оно било веома мало, а средином XVII века било је ненасељено. У Гардиновцима принципи планске градње нису испоштовани у целини. Начелан распоред улица је решеткаст, али све оне нису идеално праве, а оне периферне уз границу дилувијалне терасе, су извијене. Улице унутар села нису строго паралелне нити се са попречним секу под правим углом. То је добрим делом било условљено неравном површином терасе, која је у западном делу Гардиноваца за око 3 m виша него у источном, и заталасана је гредама које се пружају правцем север – југ. Тај правац имају главна, и са њом паралелне улице. Јавне зграде нису лоциране на малом простору тако да није формиран маркантнији центар села. Оне су распоређене дуж улице, којим води пут ка Тителу.

У време Другог светског рата на северној периферији Гардиноваца изграђено је насеље за колонизацију Мађара (Телеп). Они су крајем рата избегли у Мађарску. Насеље чини две улице управне на пут, а интересантно је по томе што је на малим плацевима очуван велик број малих типских кућа грађених за колонисте (Ћурчић, 2007).

У Гардиновцима постоји православна црква Светог Архиђакона Стевана, изграђена између 1773. и 1780. године.



Слика 33. Панорама Гардиноваца  
(Фото: Н. Глишић)

**Лок** се први пут помиње 1441. године као село у Бачкој жупанији и средином XV века припадало је тителском каптолу. Помиње се и крајем XVI и током XVII века. Почетком XVIII века забележено је као насеље у Потиској војној граници. Од 1763. до 1873. године било је у саставу Шајкашког батаљона. Пешчано узвишење на којем је Лок саграђен доста је пространо. Дуго је око 3,5 km, а максимална ширина је 2 km. Насеље је заузело мањи део те површине и није морало да се прилагођава њиховим границама према риту.



Слика 34. Ограђен крст у центру Лока  
(Фото: Н. Глишић)

Подаци из 1830. године говоре да њега чини само једна улица. Вероватно је то била она која води ка Тителском брегу и која има правац север – југ. У њој је православна црква. До краја XIX века изграђене су још четири попречне паралелне улице. Растојања између њих су велика, тако да су дворишта и баште пространи. Током XX века дошло је до ширења на истоку где су изграђене три улице правца север – југ, а растојања између њих су мала. Најновије ширење ка југозападу је незнатно. Центар села није формиран и већина јавних служби је у најстаријој улици на западној периферији села (Ћурчић, 2007).

Лок је успео да сачува дух старих времена. Истиче се неколико очуваних кућа које представљају ретке примерке старог војвођанског градитељства. Куће се налазе на западној периферији села и чине амбијенталну целину. У Локу се, још увек, у самом центру, на пресеку две најважније улице у насељу, може видети велики ограђен „Крст“. Овај приказ био је карактеристичан за готово сва војвођанска насеља, данас се ово може видети само у појединим.

Лок има и католичку цркву „Краљице крунице“ саграђену 1913. године, а позната је и чесма лочка водица, која је била призната од православне цркве као лековита водица. Данас црква не признаје ову воду као лековиту, али се на чесми често чека ред, зато што људи тврде да је лековита и чудотворна, те често свраћају до ње по воду.



Слика 35. Чесма код Лока са познатом Лочком водицом  
(Фото: Н. Глишић)

У **Мошорину**, човек је боравио од давнина, о чему сведочи неколико познатих археолошких налазишта пронађених источно изнад села, на северној падини Тителског брега. Ипак, савремено село први пут се помиње тек 1553. године, у време Турака. Помињу га и други историјски извори из XVI и прве половине XVII века, а крајем тог периода забележен је као ненасељен. Село су обновили Срби 1690. године у време сеобе под патријархом Арсенијем III Чарнојевићем и оно је за то време било велико насеље са стотинак кућа. У почетку је било под жупанијском управом да би касније било припојено Војној граници, а 1763. године Шајкашком батаљону (Поповић, 1952).

Село чине два издвојена дела. Старији део настао је на плавинском материјалу, који се протеже на дужини од 3 km и максималној ширини од 750 m. Када је та површина била попуњена насеље се ширило ка северу по једном песковитом узвишењу, које је од плавине ниже за око 2 m и издвојено је фосилним коритом Тисе. Ширење је било омогућено тек после велике поплаве из 1905-1906. године, након чега је на источној и североисточној

периферији села изграђен насип висок 2 до 4 m. Он повезује Тителски брег са наспрамном бачком дилувијалном терасом и потпуно преграђује алувијалну раван. Облик села одређен је простирањем виших терена. Стари део је издужен правцем исток – запад, а нови правцем југоисток – северозапад. Први део има мало деформисан решеткаст распоред улица, док је он у другом делу села линеаран. Плацеви кућа су велики. Центар није јасно формиран и све јавне зграде су у широј околини цркве у старом делу села. На обали Тисе источно од Мошорина налази се викенд насеље Дукатар са око 40 кућа (Ђурчић, 2007).

Што се тиче туристичких атрактивности, истиче се археолошки локалитет Феудвар, утврђена градина аутохтоног предкелтског становништва, са некрополом Стубарлија. Мошорин има православну цркву посвећену празнику Свете Тројице који су и сеоска слава, и капелу, задужбину проте Светозара Влашкалића, која је грађена по узору на цркву Лазарицу у Крушевцу.

**Тител** се дуго делио на два суседна насеља: цивилно и војно. Цивилно насеље је било на алувијалној и горњеплеистоцеаној тераси уз Тису, где је било безбедно од поплава. То је био положај уз прелаз преко реке и уз реку на којој је риболов био важно занимање људи. У исто време насеље је користило и све погодности оближњих геоморфолошких целина: високог и оцедитог Тителског брега са плодним земљиштима, оцедите горњеплеистоцене терасе са такође одличним пољопривредним земљиштима и влажне алувијалне равни. Каснијим ширењем цивилни део насеља је заузео и делове све четири геоморфолошке целине.

Војни део насеља, односно Тителска тврђава, налазио се на Тителском брегу који доминира пловним путевима и прелазом преко реке. Он је имао изузетне стратешке квалитете. После потписивања мировног уговора између Аустрије и Турске 1699. године, тврђава је срушена.

Претпоставља се да је Тител постојао још у XI веку, а први сигуран помен је из 1138. године. Већа тада, овде су постојали тврђава, пристаниште за увоз соли, као и прелаз преко реке. У време најезде Татара тврђава је страдала, али је убрзо обновљена. Доласком Турака тврђава је разорена, али захваљујући положају и традицијама, овде је успостављено средиште нахије, тврђава је обновљена, а становници су били Срби (Ђурчић, 2007).

Године 1687. Аустрија заузима ове просторе, и Тител, као седиште батаљона, улази у састав Војне границе. Тада је он био значајно саобраћајно, управно и трговачко средиште (Поповић, 1952). Од 1873. године поново је уведена жупанијска управа, што оживљава привредни живот, а врше се и мелиорације ритова, што доноси нове пољопривредне површине. Тада започиње масовно усељавање Немаца и Мађара, као и ширење насеља ка западу.

Данас је Тител седиште истоимене општине. На морфолошке карактеристике Титела утицале су орографске прилике и развој насеља у неколико фаза. Тителска тврђава била је изграђена на југоисточној периферији брега, који доминира пловним путем и прелазом преко реке. То је земљиште са релативном висином од око 50 m на којем су изданске воде бар толико дубоке. Из ових разлога оно је било непогодно за изградњу цивилног насеља.

Цивилно насеље је за свој положај одабрало алувијалну терасу која је уз корито Тисе. Она је око четири метра виша од алувијалне равни, што јој је обезбедило сигурност од поплава. Снабдевање водом је било лако, уз насеље су били пловна Тиса, прелаз преко ње и богате риболовне површине. То је уједно и најстарији део Титела и назива се Доњи Тител. Настао је у првој половини XVIII века када принципи планске градње још нису свуда доследно примењивани. Због тога се на много места уочавају знаци стихијске градње. Све улице нису праве и са попречним се не секу под правим углом, а оне у северном делу Доњег Титела прате изохипсе. Улице су уске, а њихов размештајима више елемената мрежастих него решеткастих форми. То старо насеље заузело је читаву

површину алувијалне терасе. Крајем XIX и почетком XX века насељавање Немаца и Мађара изазвало је ширење насеља по горњеплеистоценој тераси на западу, која је за око осам метара виша од алувијалне терасе. Тада су се већ истицали знаци планске градње, који ни овде нису доследно примењивани. Улице су ту праве, али се са попречним не секу све под правим углом. Како је тераса нагнута од Тителског брега ка алувијалној равни, главне улице имају првац изохипси. Попречних улица је мање и краће су. Утицај рељефа на правце улица најтипичнији је код улице Сурдук која дијагонално сече ову структуру, јер је трасирана правцем једне плитке долине. По томе су карактеристичне и улице подно Тителског брега, које су уске, а многе и кривудавае.

Мелиорациони радови с краја XIX и почетка XX века подразумевали су и градњу насипа дуж Дунава и Тисе, и тиме је ограђена и од поплава заштићена алувијална равна јужно од Титела. Изградња насипа 1874. године дозволила је и да се Тител прошири и ка југу. Овде је стихијска градња дошла до највећег изражаја. Многе улице су кратке, секу се под различитим угловима, а неке су и кривудавае. У то време Тител се шири и дуж два сурдука ка Тителском брегу. Посебан куриозитет у јужном делу насеља била је улица трасирана уз доњу границу дилувијалне терасе у којој су до скоро све куће биле лагуми ископани у лесу. Данас су они зарушени или служе као помоћне просторије. Као резултат оваквог развоја настало је насеље правоугаоне основе издужене правцем исток-запад дуж јужне границе Тителског брега. Структура насеља је мешовита. Центар Титела је остао у његовом најстаријем делу где су смештене све јавне службе. Централни значај има и улица која од њега води ка Новом Саду. Највећи број привредних објеката је на источној периферији насеља или уз Тису, али су неки и унутар агломерације (Ћурчић, 2007).



Слика 36. Зграда капетаније на потиском кеју у Тителу  
(Фото: Б. Ковачевић)

У самом центру Титела, у Улици Главној, налази се мноштво знаменитих зграда које истовремено одишу духом старих времена помешаним са урбаном културом. Јавни и стамбени објекти у овој улици представљају ретке очуване примере војнограничарске архитектуре, ретке врсте градитељства у Србији. Посебно се истичу зграда некадашње Шајкашке администрације, зграда некадашње шајкашке касарне, у којој се данас налази хотел Тиса, стамбена црквена зграда, стара зграда апотеке и лагуми у дворишту црквене куће. Треба поменути и Стражару у Ул. Книћаниновој бр. 22, из 18. века, једини аутентични сачувани објекат овог типа, саграђен од опеке, кружне основе. Лоциран је у дну парцеле орјентисане према улици Книћаниновој где су прбитно били смештени и други стамбени и економски објекти (комора). Значајна је и Барутана Шајкашког

батаљона са краја 18. века. Налази се на доминантном месту на падинама Тителског брега. Служила је као арсенал муниције. Приземни објекат правоугаоне основе, једноставних облика, засведен сводом од опеке (заштићено у оквиру археолошког локалитета) (<http://www.titelskibreg.com/lat/clanak.php?r=br-12/Zna%C4%8Dajni-objekti-u-Titelu.html>).

Од сакралних објеката у Тителу се налази српска православна црква посвећена Успењу Пресвете Богородице и римокатоличка црква. Обе цркве датирају из 1811. године и налазе се у Улици Главној.



Слика 37. Улица Главна у Тителу  
(Фото: Б. Ковачевић)

**Шајкаш** је старо насеље које се као утврђење први пут помиње 1254. године. Стартешку важност давао му је положај на путу ка Тителској тврђави, на месту где он прелази широку алувијалну раван. Кроз читав средњи век место постоји, а помиње се и у време Турака у XVI веку, као мало село. Током XVII века се не помиње и вероватно је опустео, као и многа друга бачка села. У наредном веку овде је пустара, али се она опет убрзо трансформише у мало село које је 1769. године прикључено Војној граници, односно Шајкашком батаљону, у чијем је саставу био све до 1873. године. Шајкаш је изграђен по свим правилима планске градње Војводине XVIII века. Добио је правоугаону основу издужену дуж границе два геоморфолошка члана и незнатно деформисан решеткаст распоред улица. Најновијим ширењем дуж жабаљског пута и спуштањем села у алувијалну раван то је донекле измењено. Дуж главне улице којом пролази пут Нови Сад – Тител, западно од православне цркве, формиран је центар села. У њему су на малој дужини управна зграда земљорадничке задруге, месна канцеларија, пошта, банка и већи број продавница и угоститељских објеката. На раскрсници те улице са путем за Жабаљ налази се зграда пословног центра, а у непосредној близини цркве су нова зграда основне школе и здравствена станица (Ћурчић, 2007).

Данас је Шајкаш место на петокракој раскрсници путева према Новом Саду, Жабљу, Мошорину, Тителу и према Ковиљу. Најзначајнија културно-историјска вредност је православна црква Светог Димитрија позната по иконостасу који је осликао чувени сликар Димитрије Аврамовић, рођен у Шајкашу. У месту постоји и спомен гробље подунавских Шваба, споменик погинулим пилотима из Другог светског рата, а за туризам су посебно значајне старе, очуване етно-куће, од којих је једна изграђена давне 1897. године, а које

месту дају аутентичан, војвођански изглед. Фондација “Етнос” са седиштем у Шајкашу подстиче рурални и туристички развој, у складу са традиционалним начином живота и одрживим развојем. Незаобилазна је посета “Етно кући” је уређена за прихват туриста, а туристи радо посећују и “Дворац” и “кућу веровања Гојка Тодоровића”. (<http://www.vojvodinacafe.rs/forum/ba%C4%8Dka/%C5%A0ajka%C5%A1ka-i%C5%A0ajka%C5%A1i-nekad-i-sad-12780/>).

Као што је већ речено, у месту се налазе два природна језера, “Мутњача” и “Анђина Јама”, која су богата лековитим блатом, те је на том локалитету започета изградња спортско-рекреационог бањског центра. На улазу у Шајкаш од Новог сада раде се ископавања и бушења у циљу испитивања термоминералних извора, у циљу истраживања потенцијала за развој бањског и здравственог туризма.



*Слика 38. Панорама Шајкаша  
(Фото: Н. Глишић)*



## НАЈЗНАЧАЈНИЈЕ КУЛТУРНО-ИСТОРИЈСКЕ ВРЕДНОСТИ И МАНИФЕСТАЦИЈЕ ТУРИСТИЧКОГ КАРАКТЕРА

Комплетно туристичко вредновање неког простора подразумева и вредновање свих културно уметничких добара, покретних и непокретних творевина материјалне и духовне културе који су настали током историје на неком простору. Културно-историјски споменици и дела духовне културе значајан су сегмент туристичке понуде једног простора. Они обогаћују и туристички амбијент и садржај туристичког боравка, а врло често су и самосталан мотив туристичких путовања.

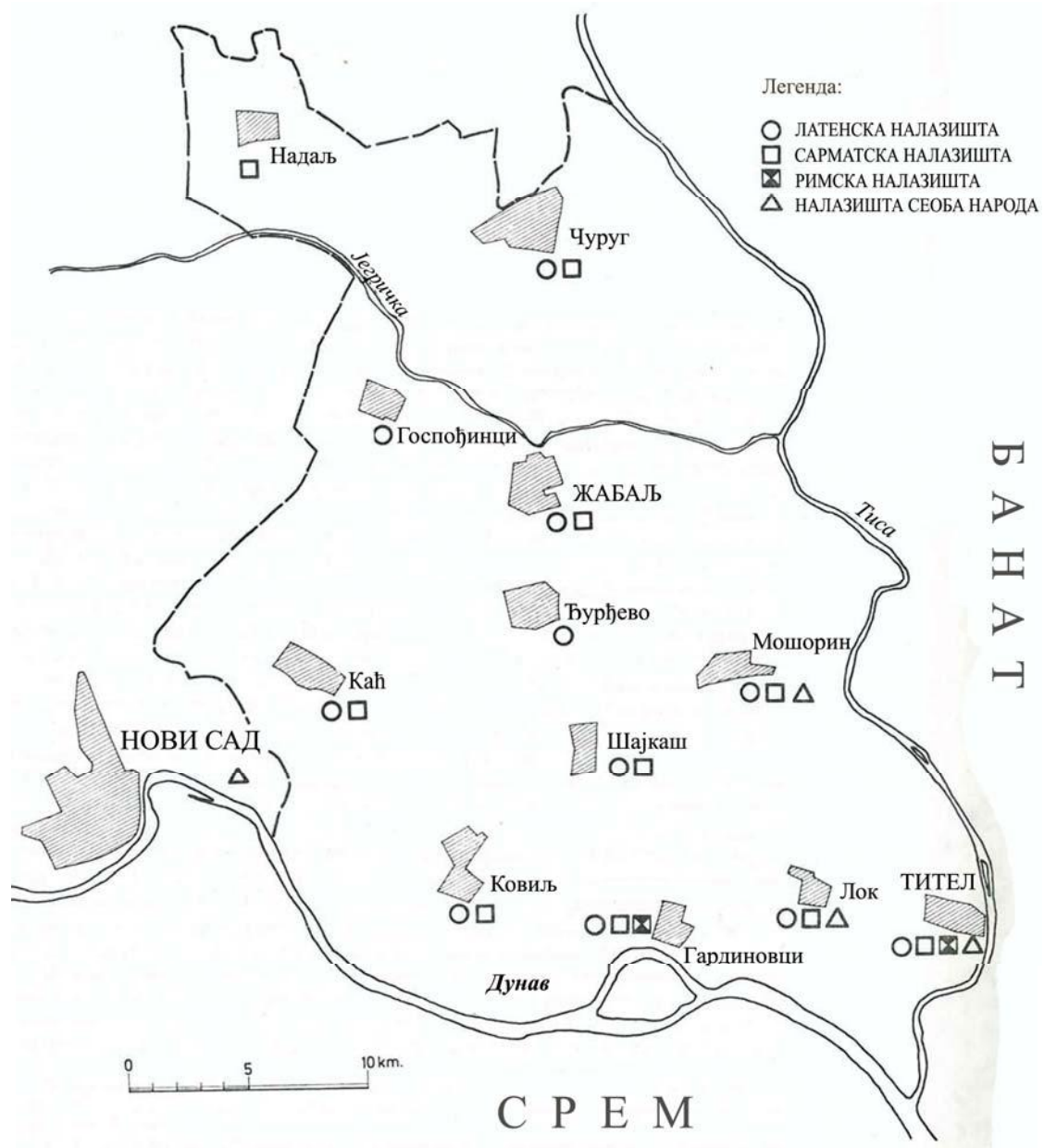
### КУЛТУРНО-ИСТОРИЈСКЕ ВРЕДНОСТИ

Простор Шајкашке је са културног аспекта веома интересантан и разноврстан и одликује га шаренило различитих култура које су постојале или још увек постоје на простору Војводине. Историјска збивања условила су данашњу етничку шареноликост становништва. Свака од етничких група стварала је своју специфичну културу, етнички колорит, фолклор, игру, занате и обичаје и дала свој допринос културним вредностима овог краја. Посебну туристичку атрактивност имају појединачни објекти традиционалне архитектуре и културно-историјски споменици, као и поједине културне манифестације. Свако од насеља Шајкашке поседује значајан број културно-историјских вредности, које су недовољно туристички валоризоване, а које би уз адекватну туристичку презентацију могле постати чак и туристичке атракције.

У зависности од физичких, уметничких, културних и историјских својстава, као и зависности од могућности туристичког вредновања и презентације, културно-историјске вредности на територији Шајкашке могу се поделити у неколико група: археолошке вредности, споменичке туристичке вредности (цркве и манастири, дела са споменичким и уметничким својствима), привредне (индустријске) вредности и остале културно-историјске вредности (амбијенталне целине, знаменита места или спомен обележја).

**Археолошке вредности.** О археолошким налазиштима на тлу Шајкашке се мало зна, иако би она, захваљујући својој бројности, богатству и разноликости налазишта могла послужити као солидна база развоја научно-истраживачког и едукативног туризма. Бурна историјска дешавања на простору Шајкашке за собом су оставила трагове у виду бројних археолошких налазишта.

Доласком келтских племена у средње регионе Панонске низије, око 350. године старе ере, отпочиње процес продирања првих утицаја латенске културе у средње Подунавље и Потисје. Међу најзначајније налазе предкелтског периода овог простора спада богата остава накита која је откривена у Чуругу 1927. године. Садржала је фибуле, прстење и делове појаса од сребра и бронзе, врло fine израде, бронзане шипке и украсна зрна од јантара, стакла и камена. Сви ови предмети припадају завршној фази старијег гвозденог доба. У Чуругу су, поред оставе, констатовани и остаци два келтска насеља. У Госпођинцима је пронађено једно латенско насеље са келтском амфором и фрагментима дачке керамике, као и метални предмети везани за опрему келтског ратника. У Жабљу су видљиви интензивни трагови већег насеља. Трагови келтских станишта запажени су и у атару Ђурђева, затим Гардиноваца, Ковиља и Лока, где су нађени претежно керамички предмети. У Каћу је констатовано велико насеље из бронзаног доба и халштата, које припада аутохтоном предкелтском становништву, а утврђено је и насеље келтског становништва. И код Мошорина је констатована градина аутохтоног предкелтског становништва, као и насеље које временски припада келтско-дачком хоризонту поодмаклог I века старе ере.



Карта 11. Археолошка налазишта у Шајкашкој  
(Извор: Димитријевић, 1975а)

Са краја II и из читавог I века старе ере налазишта латенске културе су врло бројна на простору читаве Бачке, а нарочито на територији Шајкашке. То је доказ да у том периоду келтски етнос представља основну популацију међуречја. Првих деценија I века нове ере у Панонску низију продрла су нова племена иранско-јужноруског порекла, међу којима су за историју нашег тла најзначајнији сарматски Јазиги. За разлику од Келта и Дачана, који су, иако храбри и способни ратници, у основи ипак представљали седелачку земљорадничку популацију, Сармати су били коњаници и сточари полуномадског типа, што је, уосталом, карактеристично за већину степских народа. Јазиги су прихватили живот у сталним насељима, где су се бавили и земљорадњом. И поред тога, они су увек остали врло нестални и наклоњени луталачком животу, у коме су изненадни напади и пљачкашки инкурси играли важну улогу. Најстарија јазишка налазишта II века нове ере представљају некрополе са обичним земљаним ракама, концентрисаним у правцу југ-север, без ковчега или гробне конструкције (Димитријевић, 1975б). Бројчано нарастање сарматских

налазишта, посебно насеља, могу се пратити на територији данашње Шајкашке. У Каћу је 1902. године откопана једна велика хумка са скелетом мушкарца, затим, нађени су фрагменти сарматске керамике, а 1959. године на 5 km од центра села откривена су три сарматска скелетна гроба. Материјални трагови сарматских насеља констатовани су у атарима Жабља, Надаља, Гардиноваца и Титела; док су најбројнија налазишта тог времена пронађена у Мошорину.



Слика 39. Тителска тврђава – реконструкција изгледа тврђаве  
(Извор: [www.ravnica.info](http://www.ravnica.info))

У културном слоју појединих сарматских насеља (Жабља, Гардиновци, Мошорин), и у гробним инвентарима оближњих некропола, пронађени су и трагови римског археолошког материјала (керамика, новац, фибуле и друго).

Нови господари Панонске низије, Авари, представљали су скуп номадских турско-монголских племена огурског етничког стабла којима су се придружила и бројна друга турска племена. Са њима су се кретале и веће групе Словена, тако да је популација Аварског каганата, узимајући у обзир и затечено гепидско и романизовано аутохтоно становништво, била врло хетерогена, иако су Авари држали сву власт на целој заузетој територији. Без обзира на бројне ратове које су Авари водили, територија данашње Војводине у целости је остала под влашћу Авара све до коначне пропасти Каганата на прелазу из VIII у IX век. Археолошка налазишта тог времена су веома бројна у Панонској низији, а на територији Шајкашке издваја се женски гроб откривен 1894. године, на старој обали Тисе близу Мошорина. У Тителу је пронађен мушки гроб из кога је сачуван језичац од бронзе са приказом „борбе животиња“, копча и керамичка посуда рађена на витлу. И у Ковиљу је откривен ратнички гроб са ритуално савијеном сабљом, стрелицама са рупицом за везање кучине и украсни окови са појаса. На самој западној граници Шајкашке, крај Каћа, откривена су 1955. године два гроба у којима су констатовани трагови сахране у дрвеном ковчегу који се везују за сам почетак IX века (Димитријевић, 1975ц).

Из наведеног се може закључити да су бурна историјска дешавања за собом оставила трагове у виду бројних археолошких налазишта. Најзначајнија археолошка налазишта у Шајкашкој су: локалитет "Виногради" код Чуруга, локалитет "Врачар" код Жабља, локалитети "Слатина", "Парохија" и "Велика Ада" код Госпођинаца, "Феудвар" код Мошорина и "Калварија" код Титела.

За туризам су најзначајнији локалитети који ће бити обрађени даље у тексту.

**Локалитет "Стари Виногради" код Чуруга** је део некадашњег насеља које је егзистирало на овом месту од бронзаног доба, до 18. века нове ере. Налазиште је познато од 60-тих година двадесетог века. У сарадњи са музејом Војводине постоји пројекат изградње археолошког парка на овом простору. У парку би се реконструисали археолошки објекти из различитих епоха у оригиналној величини са својим окружењем,

како би најбоље могли дочарати посетиоцу живот одређене епохе. Саставни део овог парка била би и музејска поставка, са експонатима са овог налазишта. Предвиђено је да овај парк буде у склопу музеја Војводине, који би организовао и међународни археолошки камп сваке године ([www.zabalj.rs](http://www.zabalj.rs)).

Територија Тителског брега представља, у археолошком смислу, једно од најзначајнијих подручја у републици, што је и законом дефинисано 1990. године када је Скупштина РС прогласила Тителски плато за културно добро од изузетног значаја. На брегу се налази шест локалитета: Феудвар, Стубарлија (Чот), Бостаниште (Кувездин), Калварија, Под Грацом и Краљев Сурдук (Медовић, 2006). Југоисточни део Тителског платоа, "Калварија", још 1971. је прогашен за културно добро. Након систематских археолошких истраживања локалитета Феудвар и целог платоа и лесних тераса извршена је потпуна валоризација ове географско-културно-историјске целине и подигнута је на ранг споменика од изузетног значаја за републику (Специјални резерват природе „Тителски брег“, Предлог за стављање под заштиту као заштићено подручје прве категорије, 2011).

**Калварија** је локалитет смештен на југоисточној страни Тителског брега, у непосредној близини Титела. Археолог Медовић под Калваријом подразумева горњу доминантну терасу и ниже терасе према истоку и југу, као и неколико улица савременог насеља Тител (Медовић, 2006). Археолошким истраживањима обављеним 1968. и 2002. године констатовани су слојеви из праисторијског доба, античког доба и касносредњовековног периода са археолошким материјалом у виду остатака два насеља, а западно од Калварије видљиви су остаци средњовековне тврђаве. Ископавања по ободу терасе откривају трагове бедема од камена и кречног малтера. Висина ископине, шанац и масивни зидови показују да је овде некада постојало утврђење (Медовић, 2006).

Калварија је још увек недовољно истражен локалитет, а најновијим ископавањима, вршеним током 2012. године, стекла се много јаснија слика о ширем ареалу археолошког налазишта, што ће омогућити и боље планирање будућих археолошких ископавања на овом изузетно занимљивом, стратешки веома важном вишеслојном локалитету.

**Феудвар** је био вишеслојно археолошко насеље, подигнуто на највишој тачки северног обода платоа, четири километра источно од данашњег села Мошорин. Остаци насеља потичу из времена од 1700 године п.н.е. из периода бронзаног и старијег гвозденог доба. Пронађен материјал из бронзаног доба припада тзв. „Ватинској култури“, али постоје и докази присуства човека гвозденодобне културе која је позната као „Босутска група“. Локалитет је утврђење градинског типа, на ободу Тителског брега. Откривен је његов урбани растер, са кућним основама и улицама. Откривено је, и делимично истражено гробље које је припадало насељу из бронзаног доба (Hänsel, Medović, 1998).

Збирка Феудвар састоји се од керамичких производа, коштаных и кремений алатки, и мањег броја бронзаних предмета. Најрепрезентативнији материјал изложен је на сталној поставци музеја Војводине у Новом Саду. ([http://www.muzejvojvodine.org.rs/?lat/muzej/zbirke/col\\_feudvar](http://www.muzejvojvodine.org.rs/?lat/muzej/zbirke/col_feudvar)).

Феудвар је савременик микенске културе, налазио се на путу који је повезивао простор источног Медитерана са средњом Европом, те су отуда ишле главне путне и трговачке комуникације. На пронађеним остацима кућа нађени су капители и полустубови, што је директан утицај из Микене. Откривен је још читав низ доказа да је Феудвар био смештен на трговачком путу и да су Тисом одвожене житарице и кожа на југ све до микенских градова, а одатле довожен накит, оруђе и оружје који су даље слати све до ондашњих насеља у континенталним деловима Европе. Тако је Феудвар био својеврсна раскрсница култура ([www.muzejvojvodine.org](http://www.muzejvojvodine.org)).

Наведени археолошки локалитети су још увек недовољно истражени, што је несхватљиво с обзиром да досадашњи налази потврђују постојање изузетно богатог фонда предмета, накита, оружја па чак и читавих насеља у подземним, још увек неистраженим

слојевима ([www.opstina-titel.org.yu](http://www.opstina-titel.org.yu)). Њихово постојање пружа потенцијале за развој културног, научно-истраживачког, едукативног и излетничко-екскурзионог туризма. О вредновању ових локалитета и могућој туристичкој афирмацији и презентацији биће више речи у поглављу о развоју селективних облика туризма у Шајкашкој.



Слика 40. Фигурина из бронзаног доба – идол са локалитета Стубарлија  
(Извор: [www.muzejvojvodine.org](http://www.muzejvojvodine.org))

**Споменичке туристичке вредности.** Насеља Шајкашке се могу похвалити значајним бројем споменика културе, међу којима се посебно истиче богатство сакралних објеката.

**Манастир Светих Архангела у Ковиљу** је један од најзначајнијих сакралних објеката у Шајкашкој. Према сачуваном предању, манастир Ковиљ је подигао свети Сава око 1216. године. Савремена историјска наука тврди да је првобитна црква подигнута у 16. веку или већ у другој половини 15. века. Храм је до Карловачког мира 1699. године био више пута спаљиван од Турака, а монаси су морали да се склањају по ритовима и оближњим шумама. Манастирска црква је коначно обновљена 1707. године, у време игумана Спиридона, када је поново сазидана припрата и подигнут велики звоник. Нова, већа црква грађена је од 1741. до 1749. године, у време Епископа бачког Висариона (Павловића).

Манастир је спаљен и опустошен од мађарске војске 1849. године. Храм је био толико оштећен да се није могао обновити него је изграђен нови, данашњи, храм и обновљени и подигнути конаци у време Епископа бачког Платона (Атанацковића) и ковиљског игумана Саве (Стојичевића). Данашња црква манастира Ковиљ потиче из 18. века. Интересантна је првенствено због тога што својом архитектуром подсећа на српске средњовековне манастире, а највише на манастир Манасију који јој је био архитектонски узор. По томе се манастирска црква разликује од других на територији Бачке, где су цркве махом у барокном стилу, јер је највећи број њих зидан у време владавине Аустроугарске, која је диктирала архитектуру, али и начин богослужења, начин појања и црквену уметност уопште. Иконостас нове манастирске цркве осликао је академски сликар Аксентије Мародић. Братство манастира Ковиљ броји тридесет монаха, што Ковиљ чини једним од најбројнијих мушких манастира у оквиру Српске православне цркве ([www.eparhija-backa.org.yu](http://www.eparhija-backa.org.yu)).

Од културнога блага, сачувано је доста слика, укучујући и сликарске радове Уроша Предића, затим иконе различитих вредности, богата библиотека вредних књига и рукописа, збирка музичке литературе, коју је направио Дамаскин Давидович, као и манастирска архива. У цркви је сахрањен архимандрит Јован Рајић, књижевник и отац српске историографије и генерал-мајор Теодор от Станисављевић, први командант Шајкашког батаљона, Марија, супруга Ђорђа Стратимировића, борца и браниоца Титела и

овога краја. Манастир је под заштитом државе од 1949. године (Републички завод за заштиту споменика културе - Београд: Прилог историји манастира Ковиља).



Слика 41. Манастир Светих Архангела у Ковиљу  
(Извор: [www.eparhija-backa.org.rs](http://www.eparhija-backa.org.rs))

Манастир поседује изразиту туристичку атрактивност која се огледа у богатству културног блага и јединственој архитектури. Посећује га велики број туриста и ходочасника, а последњих година постао је и одредиште младима који настоје да се излече од наркоманије и који помоћ траже у окриљу овог манастира. Поред манастира се налази капела Свете Петке која је подигнута уз прастаро стабло и која представља својеврсну туристичку атракцију.

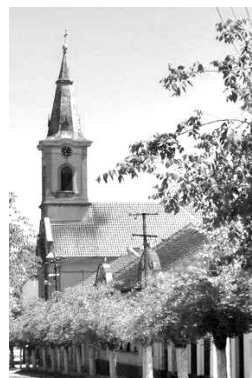
У Ковиљу се, поред манастира, налазе и две православне цркве, католичка и адвентистичка црква.

**Српска православна црква Св.апостола Томе** у Ковиљу подигнута је 1845. године. Пре ове цркве, на истом месту је постојала старија доњоковиљска црква која је била посвећена истом апостолу. Црква је због изузетних културних вредности проглашена за споменик културе (Службени гласник Републике Србије број 108/2005 од 06.12.2005).

**Српска православна црква Вазнесења Господњег**, познатија као Горњековиљска црква, подигнута је између 1827. и 1829. године. Чувена је по раскошном иконостасу Рафаила Момчиловића и великом броју престоних и целивајућих икона са краја 18. века. У порти цркве налази се бунар, који је узидан у ограду цркве, а зидан је још 1827. године. Црква је обновљена 2012. године, када је генерално обновљена капа торња и покривена новим бакарним лимом и урађен је и освештан нови, позлаћени крст.

**Српска православна црква у Тителу**, посвећена Успењу Пресвете Богородице, налази се у Главној улици. Саграђена је 1811. године у класицистичком стилу грађанског схватања бидермајера. Иконостас, иконе на певницама, архијерејском трону, као и зидни живопис радио је 1866. године академски сликар Аугуст Турк. Претходни иконостас налази се у Цркви у Локу. У порти је парохијски дом (Главна 42), приземна зграда издужене правоугаоне основе. На северној страни порте је свештенички стан са улазом из порте и главном фасадом са скромним класицистичким украсом.

**Римокатоличка црква у Тителу** саграђена је 1811. године на месту старе, која је изгорела 1810. године. Налази се у Улици Главној број 3. Једнобродна је грађевина, мањих димензија, са звоником. У цркви се на јужном зиду налази слика Арсе Теодоровића из 1815. године, на којој су приказани сви војнограничарски објекти са бројним магацинима, који су у међувремену порушени. Значајна је и слика успење Богородице, сликара Димитрија Поповића, из 1770. године. У наставку цркве налази се жупни уред, приземни објекат правоугаоне основе, са уличном фасадом скромне декорације, првобитно вероватно у стилу бидермајера.



Слика 42. и 43. Православна и католичка црква у Тителу  
(Извор: <http://www.titelskibreg.com/lat/sekcije.php?r=sbr-17/Verski-objekti.html>)

**Црква Светог Димитрија у Шајкашу** грађена је између 1818-1819. године. Страдала је у грађанском рату 1848-1849. године па је поново обновљена. Радови на храму коначно су завршени 1924. године. Једнобродна је грађевина са полукружном апсидом и звоником. Фасадна пластика је класицистичка. Први иконостас је имао само 4 иконе, рад чувеног сликара Димитрија Аврамовића, рођеног у Шајкашу. Садашњи иконостас урадио је 1924. године у српско-руском стилу Божидар Јеремић и без значајних је резбарених украса. Иконе је исте године осликао академски сликар Стефан Стефановић из Сремских Карловаца по узору на Уроша Предића.

**Српска православна црква у Мошорину** посвећена је Силаску Светога Духа на апостоле. Саграђена је 1798. године. Једнобродна грађевина са звоником складних димензија и fine чипкасте орнаментике у малтеру на спољним фасадама. У нишама на фасади смештене су слике. Сликарске радове радио је сликар Пецић из Велике Кикинде. Храм је подигут на основу одобрења дворског Ратног савета из 1797. године Иконостас је урађен у дуборезу и уметнички је врло вредан. Важно је поменути и то да се прва српска православна црква налазила у улици према Тиси, не зна се када је зидана јер видног спомена на том месту више нема. Била је посвећена летњем Светом Николи. У њој се налази путир од позлаћеног сребра, украшен рељефним орнаментима чија је обрада вршена искуцавањем.

**Капела, задужбина проте Светозара Влашкалића у Мошорину** на Брегу. Црква је названа Лазарица по плану архитекте Ђорђе Табаковића који је имао за узор цркву Лазарицу у Крушевцу. Саграђена је у српско-византијском стилу, са два кубета, са идејом да буде женски манастир. Зидана је од опеке са розетама у стилу моравске школе а орнаментика у унутрашњости подсећа на рановизантијске мозаике. Иконостас је радио Урош Предић 1934. године. Зидна декорација је веома богата, по угледу на средњовековне манастире, уљаном бојом је осликао самоуки сликар Марко Милинов у периоду између 1934-1937 године.

**Српска православна црква у Гардиновцима**, посвећена Преносу моштију Светог првомученика и архијакона Стефана, грађена је од 1926 - 1927. године, у маниру

националног стила, са два кубета и крстообразном основом. Иконе на иконостасу радио је Стефан Стефановић, а пројекат је израдио Матић Миливој из Новог Сада 1912. године. У атару, на путу од Ковиља, постоји Крст - заветина посвећен Преносу моштију светог Николе (<http://www.titelskibreg.com/lat/sekcije.php?r=sbr-17/Verski-objekti.html>).



Слика 44. Задужбина Проте Влашкалића у Мошорину  
(Фото: Б. Ковачевић)

**Српска православна црква у Локу** посвећена је Светом пророку Илији. Подигнута је у периоду између 1822-1824. године. Грађевина је мањих димензија, једнобродна, са звоником који нема развијено кубе. У почетку није имала иконостас, а пошто је у Тителу постојао један иконостас вишка, исти је пренесен 1864. године у Лок, где је реновиран и проширен за четири иконе. Не зна се ко је насликао иконостас, али се зна да потиче из половине 18. века. Аустријски академски сликар Аугуст Милер 1867. године је реновирао иконостас. Црква је задњи пут реновирана 1986. године. Изгубљени су сви значајни подаци о првим градитељима и оснивачима ове светиње. Данас је црква заштићена и проглашена за споменик културе.

**Српска православна црква Св. Великомученика Стефана Дечанског у Вилову** изграђена је 1806. године на месту црквене грађевине из 1745. године. Конципирана је у духу класицизма, са уобичајеном организацијом простора и обрадом фасада сведеним украсом. Западно pročеље, истакнуто високим звоником, складно је укомпоновано са декорацијом подужних фасада, која је изведена комбинацијом плитких правоугаоних и нешто дубљих полукружних ниша. Посебну уметничку вредност поседује иконостасна преграда пренета из неке веће цркве, што се запажа по скраћењима којима је уклопљена у нови, мањи храм. Осликао ју је 1752. арадски сликар Стефан Тенецки, чији је ово најранији датирани рад. У средини још увек традиционално везаној за зографско сликарство, Тенецки је прихватио стилске одлике наступајућег барока који је заобилазним путем стигао преко Кијева. Тако постаје један од наших првих уметника који су се напустивши диктат византијске уметности окренули западњачким узорима. Манир новог сликарства најочљивији је на представама Богородице и св. Николе. Изврсна обрада драперије, прецизан цртеж са очигледним познавањем анатомије и звучан колорит представљају у виловској цркви Тенецког као зрелог уметника. Конзерваторски радови



изведени су 1979. године. Црква је категорисана као споменик културе од великог значаја ("Споменичко наслеђе Србије" - Завод за заштиту споменика културе Србије, 1998).



Слика 45. Српска православна црква Св. Великомученика Стефана Дечанског у Вилову  
(Фото: Б. Ковачевић)

**Православни храм Св. Николаја у Жабљу** саграђен 1835. године. Први Храм у Жабљу се помиње 1720. године, али је срушен приликом пресељења на данашњу локацију. Храм је страдао између 1848-1849. године. Зидан је у барокном стилу полукружне олтарске апсиде, а иконостас је јединствен у нашим крајевима. Грађен је 1884. године од полираног разнобојног вештачког камена по нацрту Светозара Ивачковића у стилу бидермајера, а иконе су радови више мајстора.

**Римокатолички храм Сњежне Госпе** саграђен је 1824. године у славу Девице Марије. У време буне 1848-1849. године црква је изгорела, али је обновљена. Први свештеник у њој био је Франц Шрамко (1824-1841).

**Православна црква Вазнесења Христовог** у Чуругу изграђена је 1860. године. То је једна од најлепших и највећих православних цркава на овом простору, изграђена у византијском стилу, са три звоника и вредним иконостасом, који је законом заштићен, а који је дело чувеног сликара Ђорђа Крстића. Иконостас је од белог мермера, а иконе су израђене 1894. године. Црква је позната по звонима која спадају међу највећа у земљи. Највеће звоно тешко је 4775 килограма.

**Црква Светог Вазнесења у Бурђеву** је подигнута 1802. године а страдала је као и други храмови 1848. године. Иконостас је насликао Павле Симић, 1859. године, а сачувани су: трон Пресвете Богородице и Архијерејски трон. Храм поседује вредне богослужбене књиге: "Меч духовни", штампан у Кијево-Печерској лаври 1666. године, што значи да је књига стара готово три и по века, затим "Зборник" различитих поучних проповеди штампан у Москви 1760. године и "Минеј" за месец септембар штампан у Москви 1724. године.

**Грко-католички храм Рођење Пресвете Богородице у Бурђеву** започет је у пролеће 1900. године, а крајем исте године на дан Светог Михајла је освећен. Иконостас је постављен пар година касније. Храм краси 16 ново постављених витража, који су рад свештеника Михајла Холошњаја.

**Црква Преноса моштију Светог првомученика и архијакона Стефана у Госпођинцима** је давно у прошлости била посвећена Пресветој Богородици, па је тако и насеље добило име. Храм је обновљен након Буне из 1848. године у класицистичком,

бидермајер стилу. Иконостас је у богатој еклектичарској резбарији рад Јохана Кистнера, израђен је између 1860. и 1870. године. Зидне слике урадио је такође Никола Алексић између 1860 и 1872. године. Црква има четири звона која су из 1923. године. Црква је проглашена за споменик културе (<http://spomenicikulture.mi.sanu.ac.rs/list.php>).

**Грко-католички храм Светог архангела Михаила у Госпођинцима** саграђен је 1970. године у време управљања парохијом свештеника Јулијана Хорњак-Кухара. Најзначајније културно добро парохије представља "Напристолно Јеванђеље" из прве на овим просторима 1752. године саграђене гркокатоличке цркве брвнаре Светог чудотворца мирликијског Николаја у Руском Крстуру.



Слика 46. Православна црква Вазнесења Христовог у Чуругу  
(Фото: Б. Ковачевић)

**Српска православна црква Преноса моштију Светог Николе у Каћу** представља највреднији културно-историјски споменик овог места. Подигнута је између 1840 и 1844. године. Пре овог храма постојао је на истом месту мањи, за који се не зна када је подигнут. Иконостас је осликао Ђорђе Крстић, док је зидно сликарство дело Димитрија Петровића. (<http://www.novisadbastina.rs/kulturna-dobra/u-kacu/u-kacu-spomenci-kulture.html>).

**Црква рођења Светог Јована Крститеља у Надаљу** започела је 1811, а завршена 1813. године, како је забележено на своду цркве. Црква је изгорела 1849. године, а већ 1850. године започета је њена обнова. Педесетих година 19. века подигнут је нов кров и дрвени торањ са сатом. Садашњи зидани торањ завршен је 1880. и постављен је нови сат. Надаљска црква поседује неколико вредних књига међу којима и Псалтир штампан још 1783. у Санктпетербургу.



Слика 47. Српска православна црква Преноса моштију Светог Николе у Кађу  
(Фото: Б. Ковачевић)

На основу анализе сакралних објеката у Шајкашкој може се закључити да се на посматраном простору налази импозантан број цркава и храмова, који имају изузетну културно-историјску и духовну вредност. Њихово постојање пружа одличне предуслове за развој културног и верског туризма, који се у садашњем стању развоја ослањају углавном на манастир Ковиљ и Цркву Вазнесења Христовог у Чуругу. Потребно је образовати јединствену понуду сакралних споменичких вредности Шајкашке, у коју је потребно укључити све религијске споменике и објединити и презентовати туристима, са акцентом на појединачним вредностима које свака од цркава поседује.

Од непокретних културних добара од изузетног значаја, на простору Шајкашке налазе се још и споменици жртвама рације, спомен збирке и спомен обележја, куће познатих и знаменитих личности и значајне грађевине.

Рација која се одиграла у раздобљу од 6. до 23. јануара 1942. године у селима Шајкашке однела је, према евидентираним именима, 2. 425 живота од којих је било 2.173 Срба. У насељима Шајкашке може се наићи на неколико облика одавања поште овим жртвама: споменици подигнути само жртвама јануарске рације 1942. године, споменици жртвама фашизма 1941-1944. године и споменици жртвама фашизма и борцима НОР-а.

**“Црна ћуприја”** је потес површине 472 ha, који се налази 10 km од Жабља према Тиси, на путу од Новог Сада ка Зрењанину. На овом месту је фашистички окупатор јануара 1942. извршио масовно стрељање родољуба из општине Жабља. Црна ћуприја је некада повезивала две обале реке Јегричке, али је регулацијом канала Дунав - Тиса - дунав, изгубила своју функцију. Место је обележено спомеником у виду цвета локвања, рад ликовног уметника Владислава Рајчетића.



Слика 48. Споменик у виду цвета локвања на Црној ћуприји  
([www.zabalj.biz.rs](http://www.zabalj.biz.rs))

**Спомен - скулптура, "Три фигуре"**, подигнута у знак сећања на борбу народа Шајкашке против фашистичког терора. Налази се недалеко од Црне ћуприје. Споменик је висине 9 метара, а дело је Јована Солдатовића.

Данас се споменик налази на територији голф центра, а посвећен је невиним жртвама, стрељаним 1942. године од стране мађарских фашиста ([www.zabalj.biz.rs](http://www.zabalj.biz.rs)).



Слика 49. Споменик Три фигуре  
([www.zabalj.biz.rs](http://www.zabalj.biz.rs)).

**Спомен збирка "4. јануар" на Тиси**, јединствена по томе што је лоцирана на месту историјских догађаја из ближе и даље прошлости, а експонати су груписани у неколико поставки (археолошка, етнолошка збирка, збирка оружја, нумизматична збирка, поставка о борби бораца Првог шајкашког партизанског одреда). У оквиру спомен збирке налази се и галерија уметничких радова Владислава Рајчетића.

Споменик жртвама рације у Локу подигле су породице жртава 1948. године. Споменик са именима жртава налази се у црквеној порти, а у православној цркви у Локу израђена је слика на платну са ликовима страдалим током рације.



Слика 50. и 51. Споменик жртвама рације у Локу (лево) и слика на платну која се налази у православној цркви у Локу, на којој су насликане жртве рације (десно)  
(Фото: Б. Ковачевић)

Споменик жртвама јануарске рације код Чуруга налази се око шест километара од места, на насипу Тисе, близу места где је мађарски фашистички окупатор жртве бацио под лед у реку. До споменика се може доћи асфалтираним путем по насипу. У Чуругу не постоји никаква туристичка сигнализација нити табла која би указивала на постојање споменика.



Слика 52. Споменик жртвама рације код Чуруга  
(Фото: Б. Ковачевић)

**Споменик на обали Тисе у Тителу** подигнут је у час бораца НОР-а и жртава Фашизма. Подигнут је близу места где су жртве бачене под лед у реку. Данас је обала Тисе на којој се налази споменик уређена као шеталиште.



Слика 53. Споменик на обали Тисе у Тителу подигнут је у час бораца НОР-а и жртава фашизма  
(Фото: Б. Ковачевић)

Споменици жртвама рације и борцима НОР-а налазе се још и у Каћу, Мошорину, Госпођинцима, Гардиновцима, Ђурђеви и Ковиљу. Сви наведени споменици не поседују карактеристике изразите туристичке атрактивности, али подсећају на бурна историјска дешавања и страдања народа са овог простора, те се могу укључити у ширу туристичку понуду Шајкашке и употпунити је.

**Привредне (индустријске) вредности.** Најинтересантнија и најзначајнија привредна вредност Шајкашке је **ветрењача код Чуруга**, познатија као Рођина ветрењача, једина сачувана од некадашњих седам чурушких ветрењача.

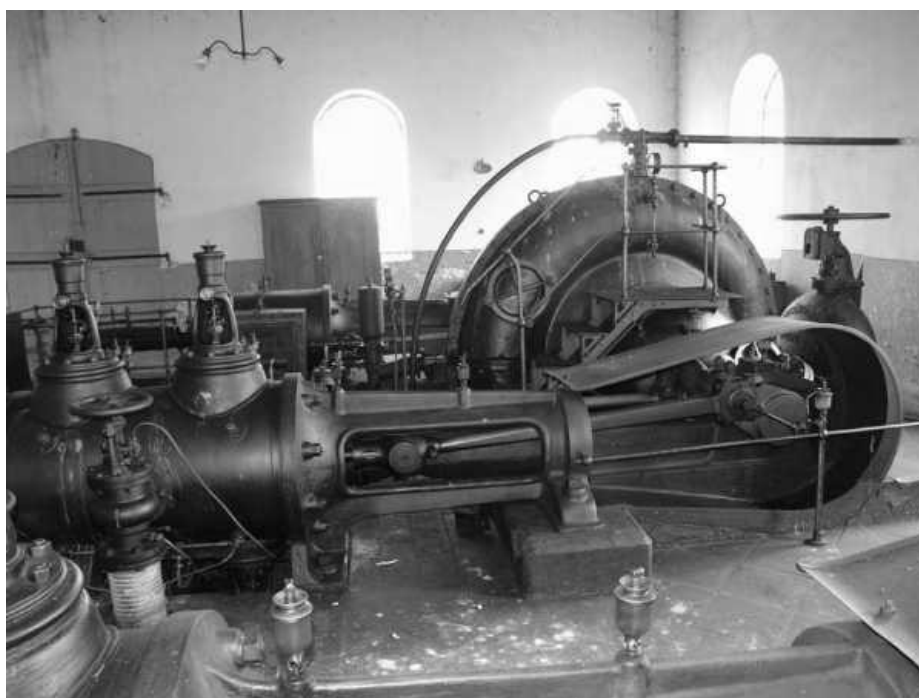


Слика 54. и 55. Чурушка ветрењача - некада и сад  
(Извор: [www.curug.info](http://www.curug.info))

Налази се на северозападној ивици села, на излазу пута према Бачком Градишту, а у власништву је Стојшин Радивоја. Изграђена је у Мађарској 1834. године где је радила само три године. Године 1846. купио је Чуружан, Сиротановић, и скелом превезао из Мађарске до Чуруга. У власништву породице Стојшин ветрењача је од 1913. Године ([www.curug.info](http://www.curug.info)).

Данас ветрењача нема функцију, али су механизам и млински камени очувани. Законом је заштићена и успешно рестаурирана почетком 2008. године, али такође без одговарајуће културолошке и туристичке презентације.

Свакако треба поменути интересантан споменик привредног карактера. То је очувана **црпна станица код Жабља**, са парном пумпом и комплетним постројењем, из 1898. године. У тадашње време била је највећа у Војводини. Парни погон је покретао две центрифугалне црпке чији је максимални капацитет био 2.530 литара воде у секунди. Након 74 године рада пумпа је конзервирана и под заштитом, а разматрају се могућности њеног преуређења у музеј (архива ЈВП "Воде Војводине")



Слика 56. Парна пумпа код Жабља  
(Извор: Архива ЈВП "Воде Војводине")

**Остале културно-историјске вредности.** Од осталих културно-историјских вредности на простору Шајкашке значајно је нагласити родне куће знаменитих личности. Најзначајније су родна кућа Лазе Костића у Ковиљу, родна кућа Милеве Марић Ајнштајн у Тителу,

**Родна кућа Лазе Костића** налази се у Ковиљу, поред Горњоковиљске цркве у којој се Лаза и крстио. Иза цркве се налази парк посвећен овом српском великану. Др Лаза Костић (1841-1910.) био је један од најзначајних српских интелектуалаца деветнаестог века. Поета, писац, мислилац, дипломата, естетa, критичар, новинар, спортиста који је говорио 8 језика, докторирао права на латинском језику у Пешти; слободоуман и слободарског духа, први председник Удружења новинара. По свом знању, свестраном образовању и доприносу развоју српске и светске културе спадао је у интелектуалну авангарду и елиту Европе и света деветнаестог века.

У историји српске књижевности, између осталог, остаје упамћен по грандиозном делу - Санта Мариа дела Салуте, које представља врхунско дело лирике и поезије.

У родној кући Лазе Костића у плану је изградња Лазанијанума, центра који ће чувати успомену на Костића, али и вредности за које се залагао овај велики интелектуалац. Уз Лазину спомен-собу, ту ће се наћи сала за културно уметничке програме, библиотека, теретана, кафетерија, ресторан, радња са брендираним "Лаза Костић" производима из Србије, две гарсоњере, канцеларије. Фондација Лаза Костић ће кроз овај центар пружати могућност за научно обрађивање тема које до сада нису биле осветљене, пре свега о Лазином делу и животу, као и о Ковиљу (<http://www.the-laza-kostic-fund.com/>)



Слика 57. и 58. Родна кућа Лазе Костића у Ковиљу и спомен плоча на родној кући  
(Фото: Н. Глишић)

**Спомен кућа Илије Нешина** налази се у Ковиљу. Илија Нешин је био члан напредног студентског покрета и један од носилаца и предводника антифашистичке борбе на територији Шајкашке. Рођен у Ковиљу 1917. године, а погинуо 1942. године у Мошоринском атару. Његова породица оставила је селу Ковиљу кућу, у којој је рођен Илија Нешин, на коришћење, те је 80-тих година прошлог века у њој отворен спомен музеј који је данас у прилично лошем стању.

У Ковиљу се налази и **кућа Аксентија Мародића**, представника романтизма и академизма у српском сликарству у другој половини 19. века. Мародић је изradio манастиру Ковиљ иконостас који се састоји од 45 икона, односно од 22 композиције и 22 појединачне иконе.



Слика 59. и 60. Родна кућа Илије Нешина у Ковиљу и спомен плоча на родној кући  
(Фото: Н. Глишић)



**Родна кућа Милеве Марић Ајнштајн у Тителу.** Милева Марић Ајнштајн рођена је 1875. године у богатој породици у Тителу. Била је позната српска математичарка и прва жена Алберта Ајнштајна. На месту некадашње Милевине родне куће у Улици Главној број 107, подигнута је кућа која је садашњи изглед добила у обнови почетком 20. века, када је добила фасаду са историцистичким украсом и облогом од клинкер опеке. Кућа је комплетно обновљена у новије време и категорисана као значајно културно непокретно добро (<http://www.pzzzsk.rs/znacajna-nepokretna-kulturna-dobra-u-vojvodini.html>).



Слика 61. Кућа која се налази на месту некадашње родне куће Милеве Марић Ајнштајн у Тителу  
(Фото: Б. Ковачевић)

**Родна кућа Исидоре Секулић у Мошорину** налази се у Милетићевој улици бр. 118. На кући се налази неупадљива спомен плоча. Кућа је проглашена за значајно културно непокретно добро (<http://www.pzzzsk.rs/znacajna-nepokretna-kulturna-dobra-u-vojvodini.html>). У Мошорину је рођен и Светозар Милетић.

Чуруг је родно место познатог сликара Теодора Илића Чешљара, композитора Петра Коњовића, писца Милоша Светића, познатог и цењеног травара Јована Туцакова и народног хероја Радивоја Ћирпанова. У Ђурђеву је родна кућа народног хероја Ђорђа Зличића.

Сама чињеница да је са простора Шајкаше потекао значајан број познатих и цењених личности упућује на велике могућности за туристичку валоризацију и афирмацију. За сваку од наведених познатих личности везују се занимљивости из њиховог живота као и достигнућа у областима којима су се бавили и у којима су се истакли, те је то потенцијал за развој излетничко-едукативног и културног туризма као и за развој селективног облика туризма “Путевима познатих”.

На простору Шајкашке заштићене су и проглашене за споменике културе две војнограничарске зграде у атару Жабља, на Тиси, три војнограничарске зграде у Тителу (Улица Главна бр. 2 и 7, и Трг ослобођења бр. 4) као и војнограничарска зграда у Надаљу и Гардиновцима (<http://www.pzzzsk.rs/znacajna-nepokretna-kulturna-dobra-u-vojvodini.html>).

Карактеристике туристичке привлачности поседују и одређене **амбијенталне целине**, пре свега због поседовања наглашених елемената реткости и руралности. Најбоље могућности за ширу туристичку валоризацију имају стари војвођански салаши, који се налазе по целој територији Шајкашке (највише их има у жабаљском хатару), али и

очуване бачке куће, које представљају ретке примерке старе војвођанске архитектуре, а о којима је било речи код насеља Шајкашке. Села са највише очуваних амбијенталних целина су Лок, Мошорин, Вилово и Чуруг, и то свакако треба искористити као предност приликом вредновања атрактивности појединих насеља. Ове архитектонско-амбијенталне целине, осим што имају велику етнографску вредност, могу послужити и као места одржавања разних културних манифестација.

**Салашии.** Салашии су усамљене стамбене куће подигнуте у пољу које се обрађује, окружене свим потребним економским зградама, подигнутим на већој површини земљишта, најчешће ограђеним ”просцем” (нетесано дрвено копље), што чини “авлију” односно двориште салаша ([www.zabalj.biz.rs](http://www.zabalj.biz.rs)).

Њихов број је данас симболичан у односу на број у прошлом веку и махом су напуштени или неуређени. Рестаурацијом и уређивањем салаша оживео би се стари војвођански дух и туристима би се омогућило уживање у аутентичним просторима који одишу прошлосту и симболизују војвођански простор и његове староседеоце. Са друге стране, салашии су савршена места за организовање одмора са више врста спортских активности као и за рекреирање у слободном, природном окружењу, па би оживљавање салаша и уређење за прихват туриста позитивно утицало на развој туризма Шајкашке.

На овом простору за сада постоје четири реновирана салаша, која су укључена у туристичку понуду Шајкашке и која су на располагању потенцијалним посетиоцима. То су Салаш "84" код Каћа, "Грлић" салаш у Ковиљу, "Бабин" салаш код Жабља и салаш-чарда "Дебели лад" код Жабља. Поред поменута четири, у Шајкашкој постоји још много салаша који би се могли "оживети" и адаптирати за прихват туриста.



Слика 62. Бабин салаш код Жабља

(Извор: <http://vojvodinaonline.com/blog/2012/08/20/babin-salas-zabalj/?lang=en>)

Салаш Илије Ице Шокице код Жабља, који је због значаја у НОБ-у сврстан у значајне споменике културе у Војводини (<http://www.pzzsk.rs/znacajna-nepokretna-kulturna-dobra-u-vojvodini.html>), могао би се уредити за разгледање и пружање угоститељских услуга туристима. Уз пут Нови Сад-Зрењанин (у атару општине Жабља) налази се неколико салаша који поседују аутентичност, а који би се такође могли оспособити за прихват туриста. На менију би требало да се нађу традиционални војвођански специјалитети, а најбоље куварице би могле бити домаћице из околних села, које би са поносом и уживањем припремале своје омиљене специјалитете. Посебна пажња би се требала посветити уређењу дворишта и било би лепо да свако двориште има ђерам (бунар који је некада представљао заштитни знак сваког салаша, а данас ђермова има све мање). Поред

традиционалне војвођанске кухиње и уживања у аутентичном окружењу, салаши би као незаобилазан део своје понуде требали уврстити и спортско-рекреативне активности.



Слика 63. Грлић Салаш код Ковиља  
(Фото: Б. Ковачевић)

**Етно-фолклорне вредности.** Целокупна културна делатност у Шајкашкој организована је у оквиру различитих културно-уметничких друштава и установа. Првенствено треба истаћи народну библиотеку "Стојан Трумић" са седиштем у Тителу, у оквиру које се одржавају културне манифестације и вечери. У Тителу постоје и засебна културно-уметничка друштва са гајењем фолклора народних игара и позоришних представа. Посебно се истичу актив жена *АКУД-а „Јован Поповић“ из Титела*, која често организује радионице и изложбе народних рукотворина, *грађански фонд „Етнос“ из Шајкаша и АКУД „Берам“ из Лока* који подстичу очување традиције, фолклора и старих заната и организују културне манифестације на овом простору. Треба поменути и **Мађарско аматерско културно-уметничко друштво "Тиски цвет"**, **АКУД "Прота Светозар Влашкалић" из Мошорина** и **КУД "Шајкаш" из Шајкаша**, који нису толико активни као претходно набројана друштва, али свакако негују дух, традицију и обичаје и могу допринети туристичкој презентацији овог простора (<http://www.titelskibreg.com/>). *„Клуб финих заната“* у Мошорину основан је 2010. године ради одржања и унапређења старих заната, нарочито на пољу градње, и још уже: градње земљом; а све у циљу формирања самоодрживог центра за земљану архитектуру, рециклажу и здраво живљење. Интересантно је поменути и пројекат *„Кућа Чуваркућа“* у Мошорину, у сарадњи са Клубом финих заната. Идеја је отварање куће за неговање идеја и вештина које унапређују живљење, а све у складу са природом и одрживим развојем. *„Кућа Чуваркућа“* се, за сада, бави само *“земљаном архитектуром”*, односно радом на промоцији и подизању свести о важности њеног очувања кроз предавања и презентације, као и на практичној примени ових знања кроз радионице. У плану су разни пројекти са факултетима из земље и иностранства као и сарадња са средњим школама и организовање летњих кампова (<http://www.kucacuvarkuca.com/>).

Већина културних дешавања организује се у самом Тителу, општинском центру, док се у другим насељима ове општине ниво организоване културне делатности подигао тек у неколико последњих година (<http://www.titelskibreg.com/>).

Најзначајнија културно-уметничка друштва из Жабља су *Друштво за очување и неговање културних традиција "Рогољ"* незванично је почело са радом у октобру 2008. године и тренутно броји скоро две стотине чланова. За сада поседује само играчку секцију која је подељена у четири групе. Друштво нема сопствене просторије, па је у плану и

решавање истог. Друштво за очување и неговање културних традиција "Прело" из Чуруга, правни следбеник КУД-а "Радивој Ђирпанов", основано је у мају 2007. године са циљем да окупи све културне вредности овог краја, да развија интересовање и љубав према културно-уметничком стваралаштву српског народа и националних мањина који живе на овом простору.



Слика 64. Конзервација Нештинске куће - резултати акције у радионици „Кућа Чуваркућа“

(Извор: <http://www.kucacuvarkuca.com/?p=8167>)

Од значајних пројеката, осим многобројних наступа широм наше земље, могу се издвојити: манифестација "Код чурушке ветрењаче", Спасовдански концерт у Чуругу, и Митровдански концерт у Жабљу. Донкт "Прело" броји око 250 чланова. **КУД "Тарас Шевченко"** из Ђурђева постоји преко 60 година, негује традицију пре свега Русина, али и других народа. Данас друштво броји преко 150 чланова, аматера у разним секцијама, фолклорна, музичка, певачка, изворне певачке групе, тамбурашка и драмска секција.

Вредна помена је општинска народна библиотека "Вељко Петровић", која се бави културном делатношћу. Располаже са 42.000 књига, које су инвентарисане и каталожки обрађене, а има књижнице и читаонице у Чуругу, Ђурђеву и Госпођинцима ([http://www.zabalj.rs/index.php?option=com\\_content&view=article&id=58&Itemid=60&lang=sr-rs](http://www.zabalj.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=58&Itemid=60&lang=sr-rs)).

**КУД Будисава** из Будисаве почело је са радом 01.03.2009. године. Броји око 70 чланова и организује концерте у Будисави али и наступа по Војводини. У Будисави постоји и КУД Петефи Шандор, које окупља љубитеље мађарског фолклорног стваралаштва и игре ([http://www.mzbudisava.co.rs/sr/index.php?str=org\\_kud\\_budisava](http://www.mzbudisava.co.rs/sr/index.php?str=org_kud_budisava)).

У Ковиљу су најактивнији **КУД "Ковиљ"** и **АКУД "Лаза Костић"** из Ковиља, а постоји и **Асоцијација "Лазу у част"** коју чини неколико културно-уметничких друштава из Војводине. Основана је 2010. године са циљем организације смотри и манифестација у области фолклора, музике, сликарства и народног стваралаштва. Своје задатке и циљеве Асоцијација остварује кроз редовне наступе на смотрама, концертима и гостовањима у

местима одакле су чланови и своју делатност остварује на територији Републике Србије и изван њених граница.

**КУД “Свети Сава”** из Каћа основано је 2000. године, а чине га фолклорна секција, женска певачка група “Срма” и народни оркестар (<http://petkozxyz.on.neobee.net/>). У Надаљу постоји **КУД “Ивањско цвеће”**.

Из наведеног се може закључити да у сваком насељу Шајкашке постоје културно-уметничка друштва и организације које се баве очувањем фолклорног наслеђа, културе, традиције, обичаја и старих заната, и то не само српског културног наслеђа него и фолклорног наслеђа националних мањина које живе на овом простору. Бурна историјска збивања су условила мешавину народа, култура и обичаја и сваки од народа који су живели или још увек живе у насељима Шајкашке допринели су стварању културе и нових обичаја, као и мултикултуралности, толико специфичној за Војводину. Управо је то специфичност и атрактивност коју је неопходно искористити и истаћи приликом планирања интегралног развоја туризма Шајкашке.

## МАНИФЕСТАЦИЈЕ И МОГУЋНОСТИ ЊИХОВОГ КОРИШЋЕЊА У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ

У Шајкашкој се одржавају многобројне манифестације различитог карактера (културне, спортско-рекреативне, етнографско-фолклорне, музичке и друге). Оне су бројне не само у општинским центрима већ и у околним селима. Најзаступљеније су у току летње туристичке сезоне, а ређе у току зиме и других периода у години.

Од манифестација које се сваке године (традиционално) одржавају у насељима Шајкашке, најзначајније су сеоске славе и спортске манифестације, које окупљају велики број посетилаца и имају дугогодишњу традицију. За потребе истраживања значаја манифестација за развој туризма у Шајкашкој извршено је туристичко вредновање манифестација, у циљу процене нивоа развоја манифестационог туризма на посматраном простору.

Критеријуми који се користе за оцењивање и вредновање туристичких манифестација су бројни. Њихов избор може зависити од више фактора, а најчешће од врсте манифестација. У нашој науци овим проблемом су се највише бавили Ж. Бјељац (1998. и 2001), Олга Хаџић (2005), Весна Ђукић Дојчиновић (2005) и др.

Вредновање туристичких манифестација није само себи циљ већ је претежно подређено следећим циљевима:

- процена туристичке вредности свих појединачних објеката неког простора и простора у целини, процена могућности туристичких посета,
- процена могућих инвестиционих активности, како по обиму инвестиција тако и по врсти објеката,
- заштита простора у коме се жели развијати туризам,
- организација туризма и
- туристички маркетинг (Ђукић-Дојчиновић, 2005).

Узимајући у обзир карактеристике туристичке дестинације Шајкашке, изабрана су четири сложена и међусобно повезана критеријума на основу којих је извршено вредновање свих манифестација које се одржавају на овом простору, а које су на било који начин подржане од стране локалних самоуправа и локалних туристичких организација у току 2012. године и раније.

С обзиром на специфичност манифестација и средине у којој се одржавају, најкомпетентније оцењивање је на основу примене следећих критеријума:

1. масовност манифестације и географско порекло посетилаца,
2. садржај програма,

3. перманентност одржавања,
4. начин организовања и уложена финансијска средства и ефекти.

Презентовање, оцењивање и вредновање манифестација у Шајкашкој вршено је одређивањем њиховог стања према изнетим критеријумима, са напоменом да редослед критеријума не означава хијерархију важности код сваке манифестације (Југић, Brezovec, 1998).

Даље у раду биће анализирани најзначајније манифестације које се одржавају на овом простору, оцењене са аспекта наведених критеријума.

Манифестација **”Жабалски дани”** у Жабљу одржава се сваке године крајем маја. Прва манифестација одржана је 1996. године, а од тада се у континуитету одржава сваке године. Траје око седам дана и обухвата низ културних, забавних и спортских садржаја. Последња манифестација трајала је дуже, тачније од 17. маја до 2. јуна 2013. године и обухватала богат културно-историјски али и спортско-рекреативни програмски садржај. У оквиру културно-историјског програма одржавају се музички фестивали на стадиону Жабал, промоције књига у библиотеци Вељко Петровић, промоције сувенира и традиционалних производа у оквиру туристичке организације Жабља, премијерно се приказују пројекције документарних и играних филмова у биоскопској сали. У оквиру спортског програма организују се турнири у групним спортовима у спортској хали Жабал, такмичења риоловаца у УСП Младост Јегричка из Жабља, организују се и Банатске шоре, а манифестација се обично завршава коњичким тркама на жабалском хиподрому (<http://www.ravnica.info/sekcije.php?r=sbr-34/>). Процењује се да је прати око пет хиљада посетилаца, што становника Жабља, што њихових гостију. Посетиоци најчешће долазе из околних насеља Шајкашке, поготово насеља општине Жабал, из Новог Сада и Зрењанина. Манифестација је добро организована, а програм је из године у годину све богатији и квалитетнији.

**Сеоска слава Свети Стефан летњи у Госпођинцима** одржава се сваке године 15. и 16. августа и има дугогодишњу традицију. Не зна се тачно када је одржана прва манифестација. Организатор је месна заједница Госпођинци. Обухвата низ културних садржаја (наступи културно-уметничких друштава, хорска певања, изложбе рукотворина) и спортских садржаја (такмичење у рукомету, малом фудбалу и баскету), као и велику трговинску и угоститељску активност. Процењује се да славу сваке године посети 6.000-8.000. гостију, углавном из Жабља, Чуруга и Ђурђева. ([http://www.zabalj-tourism.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=58&Itemid=55&lang=sr](http://www.zabalj-tourism.org/index.php?option=com_content&view=article&id=58&Itemid=55&lang=sr)).

Манифестација се не може похвалити добром организацијом. Трговци и угоститељи монтирају штандове и шаторе и на местима на којима за то немају дозволе, а велики проблем представља паркирање. Недовољно је паркинг места за велики број посетилаца, те се возила паркирају на зеленим површинама и на тај начин се уништава околина. Проблем представља и одношење смећа за време одржавања манифестације. У будућности треба водити рачуна о дозволама за рад, хигијенским условима, ограниченом броју возила али пре свега о очувању животне средине (Архив општине Жабал).

**Великогоспојинске свечаности у Тителу** одржавају се традиционално већ дуго година крајем августа месеца (завршавају се на Велику Госпојину). Тају од три до пет дана, у зависности од године одржавања и организације манифестације.

Не постоји тачан податак о томе када је одржана прва манифестација. Обухватају низ културно-уметничких садржаја (гостовања и наступи културно-уметничких друштава из насеља општине Тител, гостовања познатих музичких група, одржавања хуманитарних концерата), али и презентацију и промоцију природних вредности и туристичких атрактивности општине Тител ( приказивање филмова о археолошким налазиштима на овом простору, едукативне радионице о Тителском брегу и Тиси, осликавање лесних лутака са Тителског Брега). Организатори манифестације су Месна заједница Тител и ЈП Тителски брег. Манифестацију посети од 5.000 -7.000 гостију, углавном из насеља

општине Тител, Шајкашке, Новог Сада и Зрењанина. Може се закључити да се манифестација из године у годину одликује све бољом организацијом и већим бројем посетилаца (<http://www.opstinatitel.rs/latinica/clanak.php?r=br-735/Velikogospojinske-sve%C4%8Danosti-2013.-Titel.html>).



Слика 65. Наступ АКУД-а „Јован Поповић“ из Титела, на Великогоспојинским Свечаностима 2008. године

(Извор: [http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-1694/Velikogospojinske-sve%C4%8Danosti.html#.Uja2MX\\_tvFw](http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-1694/Velikogospojinske-sve%C4%8Danosti.html#.Uja2MX_tvFw))

**Чурушка регата** је манифестација која се одржава на чурушкој плажи, на Старој Тиси, сваке године почетком августа. Прва манифестација одржана је 2005. године у организацији месне заједнице и веслачког клуба Чуруг, а на иницијативу младих људи који воле Стару Тису и веслање. У оквиру манифестације организује се возња чамцима до Бачког Градишта и назад, трка испред Чурушке плаже, такмичење у прављењу маскота чамаца, а дан се завршава проглашењем победника.



Слика 66. Плакат Чурушке регате 2013. године

(Извор: [http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-21895/%C4%8Curu%C5%A1ka-regata-2013.html#.UjR\\_7n\\_tvFw](http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-21895/%C4%8Curu%C5%A1ka-regata-2013.html#.UjR_7n_tvFw))

Највише пријављених екипа (27) било је на регати 2011. године (<http://www.curuskaregata.com/>). У оквиру регате организује се ручак и време за слободне активности. Организатори би у будућности могли слободно време посветити и предавањима о значају Мртве Тисе, екологији, заштити животне средине и одрживом развоју туризма на овом простору и на тај начин би ову лепу манифестацију обогатили и едукативним садржајима.

„**Чурушке ноћи младог вина**“ традиционално се одржавају од 2005. године у организацији удружења виноградара, винара и воћара „Бороњ“ из Чуруга. Организује се средином новембра месеца и обухвата дегустације вина и оцењивање квалитета и укуса, уз доделе награда на крају вечери. Манифестацији присуствују, за сада, само удружења из Војводине, али је свакако важна за презентацију туристичких потенцијала Шајкашке. ([http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-20163/%C4%8Curu%C5%A1ke-No%C4%87i-mladog-vina.html#.UjSJhn\\_tvFw](http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-20163/%C4%8Curu%C5%A1ke-No%C4%87i-mladog-vina.html#.UjSJhn_tvFw)).

Најпознатија манифестација у Ковиљу је "**Ковиљска ракијада-парастос дуду**". Одржава се од 1996. године средином јуна. Циљ манифестације је да се кроз организовање такмичења за избор најбоље природне домаће ракије афирмише традиционалан начин производње ракије од дуда.



Слика 67. Детаљ са манифестације Ковиљска ракијада која је одржана 1997. године  
(Извор: <http://www.koviljskarakijada.co.rs/images/RAKIJADA21.jpg>)

На овај начин скреће се пажња јавности на потребу заштите и промоције квалитетних ракија које се производе у Војводини. Првобитно место одржавања ракијаде било је на централном тргу у Ковиљу, а затим се од 2004. године, због потребе за већим простором услед све већег броја посетилаца, ракијада традиционално одржава на пропланку код манастира Ковиљ. Манифестација има за циљ и промоцију туризма у Војводини и традиционалних војвођанских вредности, те је у оквиру разноликог културно-уметничког програма организован обилазак познатог ковиљског манастира, родне куће Лазе Костића, чарде „Крај света” на Аркању, Ловачког дома, Тикваре и рајских рукаваца Дунава (<http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-10133/MANIFESTACIJE-NOVI-SAD-KA%C4%86-KOVILJ-BUDISAVA-2012.html>).



„Мундијада“ у Шајкашу је манифестација која из године у годину привлачи све већи број посетилаца и такмичара. Одржава се од 2005. године у јуну месецу. Реч је о такмичењу у кувању гулаша са белим бубрезима, које је праћено богатим културно-уметничким програмом, у организацији Удружења грађана „Љубитељи војвођанске традиције“ из Шајкаша. Манифестацију у просеку прати око пет хиљада гостију и такмичара (<http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-16170/Mundijada%C5%A0ajka%C5%A1-2012.html>).



Слика 68. Детаљ са манифестације Мундијада 2013. године  
(Извор: <http://www.ravnica.info/>)

„Печуркијада“ у Локу је такмичење у кувању гулаша од печурака, које се традиционално одржава од 2005. године у организацији Друштва за заштиту флоре и фауне Дунава и дунавског приобаља Војводине „Форланд“ из Лока. Манифестација се одржава у оквиру парохijske славе, Светог Илије. Поред такмичења у припремању гулаша, посетиоци могу уживати уз богат културно-уметнички програм АКУД-а „Берам“ из Лока. На штандовима који представљају привредни део манифестације излажу се домаћи производи са овог простора: славски колачи, ручно рађени медањаци, мед, домаће ракије, ликери и сувенири. Манифестација привлачи посетиоце из насеља Шајкашке, који углавном дођу на излет на један дан.



Слика 69. Такмичење у кувању гулаша од печурака са Печуркијаде одржане 2007. године

(Извор: [www.ravnica.info](http://www.ravnica.info/))

**Међународни етно-фестивал фотографије и филма "Пауново перо"** одржава се у Госпођинцима почевши од 1997. године. До 2013. године је одржано 11 фестивала, увек у холу Основне школе "Жарко Зрењанин". Организатор фестивала је Културно-историјско друштво "Пчеса" из Новог Сада, а суорганизатори Месна заједница Госпођинци, Основна школа "Жарко Зрењанин" и Општина Жабаљ. Жирији су међународни, један за фотографију, други за документарни филм. Теме фестивала везане су за етно наслеђе, старе занате, земљорадњу, цвеће, гајење биљака, виноградарство и винарство и слично. Интернационални такмичари углавном долазе из земаља бивше СФРЈ, а било је и такмичара из Пољске и Мађарске (Архив Месне заједнице Госпођинци).

Фестивал је иделна прилика да се такмичари упознају са културно-историјским наслеђем, традицијом и обичајима у Шајкашкој. Такмичари углавном одседају у хотелима у Новом Саду, а у будућности би требало организовати преноћиште у неком од салаша или смештајно-угоститељских капацитета у Шајкашкој, и већу пажњу посветити туристичкој промоцији овог простора.

**Сеоска слава Свети Никола летњи** је слава Каћа. Одржава се сваке године 22. маја, има дугогодишњу традицију и процењује се да окупља између 5.000 – 7.000 гостију. Обухвата низ културних и спортских садржаја, као и велику трговинску и угоститељску активност. Дуж главне улице постављају се тезге са вашарским слаткишима, домаћим производима, сувенирима и народним рукотворинама. Организује се гостовање познатих музичких бендова, културно-уметничких друштава из Војводине, али и спортски турнири и такмичења. У оквиру прославе сеоске славе Каћа организује се **"Фијакеријада" у Каћу**, манифестација покрајинског карактера на којој се окупљају узгајивачи расних коња са својим запрегама. Они учествују у такмичарским дисциплинама кроз приказивање својих љубимаца и запрега. Манифестација траје свега један дан и окупља око 1.500 посетилаца (Архив Месне заједнице Каћ).

**"Чварак фест"** је манифестација са најкраћом традицијом у Каћу. Одржава се од 2009. године, почетком новембра, и представља гастрономски фестивал у организацији Месне заједнице "Каћ" и удружења грађана "КАТУ".



Слика 70. Један од "победничких тањира" са манифестације "Чварак фест" 2011.  
(Извор: <http://cvarakfest.org.rs>).

Том приликом промовише се један од најпознатијих Војвођанских производа – чварак, а у оквиру тог догађаја и сами предузетници са својим производима. Манифестација је и такмичарског карактера, јер се пријављују екипе које се такмиче у прављењу

најквалитетнијих чварака. Подразумева низ културно – забавних, етно, туристичких, привредних и пољопривредних дешавања (<http://cvarakfest.org.rs>). Иако се манифестација одржава тек пету годину за редом, Каћ је већ постао познат по овој манифестацији, а сваке године “Чварак фест” је све боље организован (уз богатији културно-уметнички и забавни програм и пријаву све већег броја такмичара) и одликује се све већом посећеношћу.

**Меморијални турнир у фудбалу “Живко Кондић”** у Каћу је манифестација међународног карактера која сваке године окупља кадетске клубове из Србије и суседних земаља, углавном из земаља бивше СФРЈ. Први турнир организован је 2001. године, и од тада се традиционално одржава сваке године у септембру и траје три или четири дана, у зависности од броја пријављених екипа. Организатор је ОФК “Југовић” из Каћа. ([http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-3251/10.-Me%C4%91unarodni-memoriјalni-turnir-%E2%80%9E%C5%BDivko-Kondi%C4%87%E2%80%9C.html#UјoCUX\\_tvFw](http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-3251/10.-Me%C4%91unarodni-memoriјalni-turnir-%E2%80%9E%C5%BDivko-Kondi%C4%87%E2%80%9C.html#UјoCUX_tvFw)).

Поред набројаних манифестација у насељима Шајкашке организује се још много културних и спортских манифестација које су локалног карактера, окупљају мањи број посетилаца, али негују дух традиције и старе обичаје са овог простора, и уз бољу организацију и промоцију могле би се афирмисати и уврстити у туристичку понуду Шајкашке.

**”Фијакеријада”у Ђурђеву** одржава се сваке године за Спасовдан, који је српска сеоска слава овог села. Први пут се одржала 2006. године. Траје свега један дан и представља манифестацију у оквиру славе села. Прати је око 1.500 посетилаца (Архив општине Жабалј).

**Дан места Ђурђева “Ђурђевдан”** одржава се на црквени празник Ђурђевдан од 2002. године. Обухвата низ културних и спортских садржаја, који се реализују у центру села, црквеној порти, дому културе и на спортским теренима. Посети је око 500 посетилаца (Архив општине Жабалј).

За општину Тител везане су следеће манифестације, које су локалног карактера: **”Дечји маскембал”** посвећен крају школске године, **”Дечја недеља”** и **”Рок фестивал”**. Набројане манифестацију одликују се дугом традицијом и солидном организацијом.



Слика 71. Детаљ са манифестације Дечји маскембал у Тителу  
(Извор: <http://www.opstinatitel.rs/latinica/clanak.php?r=br-186/Odr%C5%BEan-11.-de%C4%8Diji-karneval.html>)

Посебну традицију у Тителу имају ловно-риболовна и спортска такмичења. Ловачко друштво "Шљука" организује такмичење у гађању глинених голубова као и лов на фазане, дивље зечеве, дивље свиње, патке, гуске и др. Риболовачко друштво "Караш" организује гастрономско такмичење "Златни котлић" као и бројна такмичења у пецању рибе ([www.opstina-titel.org](http://www.opstina-titel.org)).

На ловишту Каћа традиционално се одржава **"Светосавски куп у гађању глинених голубова"**. На каћком купалишту, језеру Бели вир, традиционално се одржава **"Златни котлић Каћа"**, такмичење у кувању најбоље рибље чорбе, где три првопласирана такмичара стичу право на учешће на покрајинском такмичењу које се одржава у Новом Саду. Приликом кувања златног котлића, одржава се и каћка ликовна колонија, где се представљају разне рукотворине из домаће радиности (Архив месне заједнице "Каћ").

**"Будисавски свињокољ"** је манифестација по којој је и село Будисава постало познато. Прва манифестација одржана је 2001. године и од тада се организовала традиционално сваке године крајем новембра. Представља смотру локалне народне културе и гастрономије. Културно-уметничка друштва из Војводине такмичила су се у певању и игрању, у Дому културе организована је изложба домаћих рукотворина, гастрономских специјалитета и ручно рађених сувенира. У самом центру села били су штандови произвођача меса и месних прерађевина који излажу и продају шунке, кобасице, шваргле, свеже чварке и цигерице, а обичај је да се прави паприкаш. Служе се и домаћи слатки специјалитети: маковњаче, салњаци и кифлице. Последња манифестација била је одржана 2010. године, а од тада се, због недовољно финансијских средстава, престала организовати. Из Месне заједнице Будисава планирају да поново покрену организацију ове манифестације (Архив Месне заједнице Будисава).

Из свега наведеног се може закључити да се свако од насеља Шајкашке може похвалити са неколико манифестација које промовишу културу, историју, начин живота или обичаје са овог простора. Манифестације су углавном локалног и покрајинског карактера и посећују их становници Шакашке и околних насеља, а свега неколико манифестација привлачи и учеснике и такмичаре ван граница Србије (углавном спортско-рекреативне манифестације).

## МАТЕРИЈАЛНА ОСНОВА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА У ШАЈКАШКОЈ

Материјална база је важан елемент туристичке валоризације неког простора, као и свих природних и антропогених ресурса везаних за тај простор. Некада је постојала пракса да се укупна развијеност материјалне базе туризма неког простора мери развијеношћу понуде смештајних капацитета. Разлог постојања овакве праксе лежи у чињеници да се највећи део туристичке потрошње односи на објекте за смештај. Међутим, последњих година ствари се драстично мењују услед све веће потребе да се развој туризма усклади са принципима одрживог развоја који се подједнако односе на еколошке, социокултурне и економске елементе животне средине. Управо због тога рецептивна база не може бити једини критеријум у мерењу укупне развијености материјалне базе, већ се подједнако морају узети у обзир и саобраћајна и комунална инфраструктура. Сагледавањем саобраћајне и комуналне инфраструктуре као и рецептивне базе за развој туризма, добија се слика простора и његових могућности за опслуживање туристичке тражње.

Даље у раду биће анализирано стање и квалитет материјалне основе неопходне за развој туризма на овом простору (саобраћајни услови, квалитет и стање смештајно-угоститељских капацитета у насељима Шајкашке, као и пратеће инфраструктуре неопходне за развој туризма на овом простору).

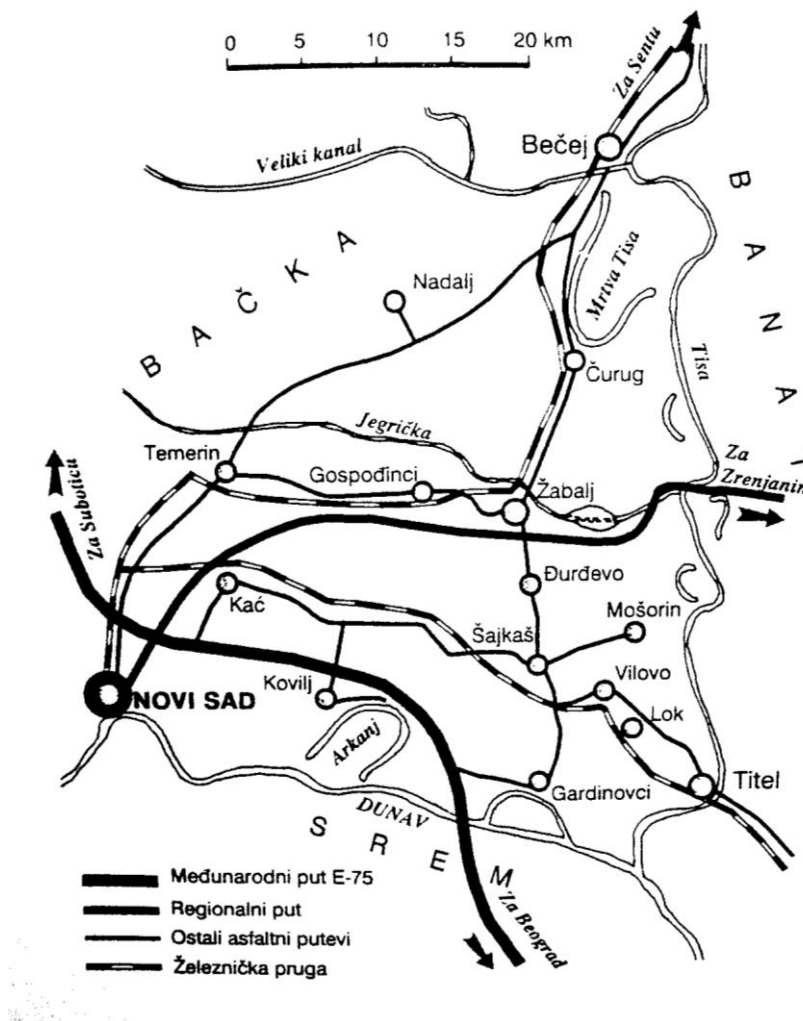
### САОБРАЋАЈНИ УСЛОВИ

Саобраћајна инфраструктура значајан је фактор ефикасности целокупног саобраћајног система, али и покретач привредног и друштвеног развоја Војводине и Србије, регионалног развоја и искоришћења компаративних предности локалних средина кроз повезивање туристичких и пољопривредних области са привредним центрима. Стога, у наредном периоду потребно је повећати улагање у све четири димензије саобраћајне инфраструктуре (друмски, железнички, речни и ваздушни саобраћај), како би се она довела на прихватљив ниво европског стандарда и оспособила за брз, ефикасан и безбедан превоз путника. При томе, акценат треба да буде на одржавању саобраћајне инфраструктуре са циљем довођења на пројектовано стање и подизању њеног квалитета (јер Војводина не заостаје за земљама Европске Уније у погледу густине друмске и железничке мреже, али је квалитет саобраћајне мреже на ниском ступњу), а потом на изградњи и реконструкцији главних праваца, пре свега мултимодалног путног и железничког Коридора X, као и повећање класе пловности Дунава (Програм развоја АП Војводине, 2006).

Шајкашка се одликује веома разгранатом мрежом друмских и железничких саобраћајница, сви њени делови су доступни, што у великој мери побољшава услове за развој туризма. Као што је већ писано, Шајкашка је добро повезана друмским саобраћајницама са великим, градским емитивним центрима Београдом, Новим Садом и Зрењанином, а сва насеља Шајкашке су међусобно повезана локалним путевима (асфалтираним), који омогућавају лак и брз приступ свим туристичким локалитетима и насељима. Поред међународног правца Е-75, територијом Шајкашке пролази још неколико путева великог значаја: магистрални пут М-7 који спаја Нови Сад преко Каћа и Жабља са Зрењанином, али и два регионална пута: Р-110 који повезује Нови Сад преко Каћа, Будисаве, Шајкаша, Вилова, Лока и Титела са Ковачицом, и Р-122 који повезује Ковиљ, Шајкаш, Ђурђево, Жабал и Чуруг са Бачким Градиштем и са Бечејом.

Квалитет свих локалних путева је у лошем стању. Посебан проблем представља лош асфалт, недостатак информативних табли и путоказа, као и паркиралишта око излетничких локалитета. Ако се узме у обзир чињеница да је један од приоритетних

видова туризма у будућности у Шајкашкој излетничко-рекреативни туризам, а да је друмски саобраћај приоритетан вид у превозу туриста-излетника, као и то да је транзитни туризам велика развојна шанса Војводине, па самим тим и Шајкашке, долази се до закључка да су у скорој будућности неопходна улагања у саобраћајну инфраструктуру, јер у супротном, даљи неометани развој туризма биће онемогућен.



Карта 12. Саобраћајна мрежа Шајкашке  
(Извор: [www.ravnicainfo.com](http://www.ravnicainfo.com))

Железнички саобраћај нема готово никаквог удела у превозу туриста. На простору Шајкашке постоје две пруге које обављају само локални превоз путника: Нови Сад – Темерин – Госпођинци – Жабал – Чуруг – Бечеј и Нови Сад – Будисава – Шајкаш – Тител – Орловат (Архив општине Жабал).

Ипак, уз одређену модернизацију железничких композиција и пруга коју би пратила израда туристичких програма који би укључивали обиласке насеља Шајкашке и атрактивних туристичких локалитета у близини наведених траса, железнички саобраћај би се могао укључити у туристичке токове.

Речни токови Тисе, Дунава и Јегричке у Шајкашкој пружају идеалне природне услове за настанак посебне, такозване туристичке саобраћајне мреже као саставног дела наутичког туризма. За сада једино Тител има донекле изграђену инфраструктуру неопходну за овај специфичан облик туризма (марину са везовима, бензинску пумпу, заједничке услужне објекте), али су у будућности у плану изградње марина код Чуруга и

Жабља. Уколико би дошло до реализације планова, поменута насеља Шајкашке би се могла укључити у организовање наутичко-туристичких тура са полазиштем из Новог Сада, од којих би најзанимљивије биле следеће:

- Нови Сад – Стари Сланкамен – Тител – Бечеј – Канал ДТД – Богојево – Нови Сад;
- Нови Сад – Стари Сланкамен – Тител – Жабаль – Савино Село – Нови Сад.

На скоро свим водама Шајкашке (рекама, рукавцима, барама) постоје одлични природни потенцијали за вожње мањим чамцима, веслање, трке чамцима, парасејлинг, вожње џет скија као и спортско-рекреативне активности на води. Овај потенцијал је у садашњем стању развоја туризма недовољно искориштен.

Из наведеног се може закључити да Шајкашка има потенцијале за развој наутичког туризма, који би у будућности могао постати један од приоритетних видова туризма на овом простору. О маринама и неопходној пратећој инфраструктури за развој овог вида туризма, као и о плановима за даљи развој, биће више речи у поглављу о наутичком туризму.

## СМЕШТАЈНО-УГОСТИТЕЉСКИ КАПАЦИТЕТИ

Простор Шајкашке који се одликује разноврсним природним, културно-историјским и антропогеним ресурсима, не може се похвалити квалитетном рецептивном основом за развој туризма, што је са аспекта потенцијала туристичког развоја потпуно неоправдано и нејасно. Анализом доступних података и проценом тренутног стања смештајних капацитета дошло се до закључка да је на простору Шајкашке изражена слаба изграђеност смештајних капацитета који, углавном, не послују у континуитету као и недоступности података који се односе на приватни смештај у сеоским домаћинствима и на салашима.

Табела 15. Смештајно-угоститељски капацитети у Шајкашкој

Врста објекта	Назив	Број лежаја	Место
хотел	“Тиса”	120	Тител
хотел	“Орлови”	90	Ковиљ
мотел	“Божур”	28	Каћ
преноћиште	“Оморика”	54	Каћ
мотел	“Гранд”	40	Чуруг
салаш	“Салаш 84”	8	Каћ
преноћиште	“Одисеја”	15	Жабаль
салаш	“Бабин Салаш”	10	Жабаль
преноћиште	“Дебели лад”	12	Жабаль
етно кућа	“Богојевић”	5	Тител
<b>укупно</b>		<b>382</b>	

(Извор: Израдила Б. Ковачевић на основу података добијених теренским истраживањем)

Из табеле 15. се уочава да на простору Шајкашке послују два хотела, хотел “Тиса” у Тителу и хотел “Орлови” у Ковиљу.

**Хотел “Тиса”** налази се у центру Титела, на Парадном тргу. Отворен је 1995. године у бившој касарни Шајкашког батаљона, што указује да зграда има историјску вредност. Хотел је категорије две звездице и располаже са смештајним капацитетом од 120 лежаја, распоређених у двокреветним и трокреветним собама. У склопу хотела налази се конференцијска сала капацитета 130 места и свечана банкет сала капацитета 400 места.

Гостима је на располагању један “А la Card” ресторан, сала за стони тенис, билијар сала, отворена и затворена башта. У непосредној близини хотела налази се спортски центар Анкер, који располаже затвореним теренима за мали фудбал, кошарку и рукомет. Као циљни тржишни сегмент у хотелу су се фокусирали на спортске екипе и спортивно-рекреативне туристе, који овде долазе на припреме, а хотел је веома често на услузи и школским екскурзијама ([http://www.hoteltisa.co.rs/o\\_titelu.html](http://www.hoteltisa.co.rs/o_titelu.html)). Организују се крстарења Тисом и Бегејом и вожње бродом “Там-Там” до Царске баре.



Слика 72. Хотел “Тиса” у Тутелу  
([http://www.hoteltisa.co.rs/o\\_titelu.html](http://www.hoteltisa.co.rs/o_titelu.html))

Квалитет услуга у хотелу је у складу са категоријом хотела, а цене су нешто ниже него у хотелима исте категорије у Новом Саду и Зрењанину. У хотелу су отворени за сарадње са школама и факултетима, јер се очекује да ће сада, када је Тителски брег проглашен за Специјални резерват природе, бити већа потражња за услугама смештаја у овом хотелу (екскурзиони, едукативни, научно-истраживачки туризам).

Хотел “Орлови” налази се у улици Војвођенских Бригада у Ковиљу. Саграђен је 2005. године а званично отворен у мају 2008. године, од када послује у континуитету, без прекида. Располаже са 23 двокреветне, 32 једнокреветне собе и шест апартмана. Укупног је капацитета 90 лежаја.



Слика 73. Хотел Орлови у Ковиљу  
(Извор: <http://www.hotelorlovi.rs/>)



Хотел Орлови располаже са два ресторана, две летње баште, мањом конференцијском салом (капацитета до 70 места), спортском салом, теретаном и са две сауне. Хотел ставља акценат на квалитетну домаћу исхрану, домаће специјалитете и служење традиционалних пића. Гости су углавном спортске екипе, религијски туристи који посећују манастир Ковиљ, културно-уметничка друштва али и појединачни посетиоци (<http://www.hotelorlovi.rs/>).

Хотел је скромног екстеријера, а у ентеријеру доминира једноставност и практичност. С обзиром да се хотел налази у близини Дунава, гостима пружа идеалну прилику за спортски риболов, вожње чамцима и обилазак Ковиљско-петроварадинског рита.



Слика 74. Двокреветна соба у хотелу Орлови  
(Извор: <http://www.hotelorlovi.rs/>)

У плану је изградња спортско-рекреативних терена, јер су се у хотелу определили за спортско-рекреативни туризам као један од приоритетних видова туризма, те нуде посебне попусте спортским екипама. У плану је изградња спортско-рекреативних терена у непосредној близини хотела.

Неизоставан је обилазак манастира Ковиљ, а организују се и групне посете Фрушкогорским манастирима.

Без обзира на квалитет услуге и велики број активности које нуде туристима, у хотелу су изузетно незадовољни пословањем, и истичу да је испуњеност капацитета на веома ниском, незадовољавајућем нивоу (Подаци добијени у управи хотела Орлови).

У Тителу постоји и хотел „Анкер” који тренутно не послује. Хотел располаже са тридесет лежаја у девет двокреветних и четири трокреветне собе, има свој ресторан, аперитив бар и коцкарницу. Данас од свих садржаја у хотелу послује само аперитив бар „Анкер“ (Архив општине Тител). Уколико би будућности дошло до значајнијег туристичког развоја и повећане потражње за смештајним капацитетима у Тителу, па и у целој Шајкашкој, хотел би се, уз неопходна улагања, могао оспособити за прихват туриста.

Мотел „Божур” налази се у Каћу, на самом уласку у насеље из правца Новог Сада, у Светосавској улици. Послује од 1994. године, у почетку као ресторан, а касније се граде и смештајни капацитети. Мотел је реновиран почетком 2013. године. Располаже са четири апартмана, двокреветним и трокреветним собама, укупног смештајног капацитета 28 лежаја. Собе и апартмани су модерно опремљени и климатизовани. Мотел располаже паркингом за 60 аутомобила, паркингом за аутобусе и камионе, као и затвореним

гаражама за 20 аутомобила. С обзиром да се налази свега 4 километра од ауто-пута Београд - Суботица (Е-75), нуди квалитетне услуге транзитним туристима и путницима, по специјалним ценама. Специјализован је и за свадбена и друга весеља, располаже модерном свечаном салом капацитета до 600 места. У мотелу нуде попусте за групе и ђачке екскурзије (<http://motelbozur.com/index.html>). Услуге у мотелу су на високом нивоу, а цене су приступачне. С обзиром да нуди квалитетне и разноврсне услуге по конкурентним ценама, у модерно опремљеном ентеријеру, и да се налази на изузетној локацији (близина међународног правца Е-75, Новог Сада, магистралног пута М7), мотел "Божур" представља атрактиван и репрезентативан смештајно-угоститељски објекат у Шајкашкој.



Слика 75. и 76. Мотел Божур у Каћу (лево) и ентеријер ресторана у мотелу (десно)  
(Извор: <http://motelbozur.com/index.html>)

**Ресторан домаће кухиње са преноћиштем "Оморика"** налази се у близини центра Каћа, у Светосавској улици број 45а. "Оморика" послује од 2003. године, капацитета је 54 лежаја, распоређених у двокреветним и трокреветним собама и апарманима, лепо опремљеним и климатизованим. Позната је по ресторану домаће кухиње, у којем се служе традиционална јела и нуди услуга врхунског квалитета (<http://www.restoranomorika.rs>). До 2009. године преноћиште је располагало са свега осам двокреветних соба, а затим је реновирано и проширени су смештајни капацитети. Организују прославе свадби, рођендана и крштења.



Слика 77. Ресторан домаће кухиње са преноћиштем "Оморика"  
(Извор: <http://www.restoranomorika.rs>)

"Салаш 84" је смештајно-угоститељски објекат који се налази у непосредној близини Каћа, у улици Омладинској 123. Удаљен је 8,5 km од аутопута Е-75. Наслеђени породични салаш, стар 300 година, рестауриран је 2004. године и претворен у атрактиван туристички локалитет.

"Салаш 84" не поседује карактеристике типичног војвођанског салаша, не одише духом старих времена и не може се похвалити аутентичним амбијентом. Пре би се могло рећи да је спој модерног и традиционалног кулминирао на овом локалитету, и успео да привуче интересовање великог броја посетилаца, али и бројне награде за квалитет (награда на конкурсy СНF International Serbia за "Савршено место" на коридору 10 у нашој земљи, награда Златно туристичко срце за најуспешнији туристички објекат у 2004. години, награда Велике златне медаље на Сајму туризма у Новом Саду). Поседује ресторан, банкет салу, лепо уређено двориште у којем се одржавају разне прославе и презентације (Прилог 3).

За сада располаже са два апартмана, а у плану је била изградња апартманског насеља са базеном, тениским теренима, саунама и турским купатилима, као и изградња музеја каљевих пећи, сувенирница и постројење за печење ракије од дуње. Нажалост, испоставило се да овај објекат лежи на гасоводу, те су сви даљи радови обустављени до даљњег. Салаш је затворен 2011. године због изненадног пуцања гасоводне цеви, а од 2013. године је поново почео са радом ([www.salas84.rs](http://www.salas84.rs)).



Слика 78. "Салаш 84" ноћу  
(Извор: <http://www.salas84.rs/galerija.php>)

Општина Жабалј располаже са свега неколико смештајних туристичко-угоститељских капацитета који послују на овој територији, и они су по врсти и капацитетима мањи објекти.

**Чарда са преноћиштем "Дебели лад"** налази се испред Жабалјског моста, одмах поред пута Нови Сад – Зрењанин (М-7), у близини излетишта Тиса и преко пута "Голф

центра". Реновирана је у мају 2005. године. Располаже са шест соба (француски лежај) и рестораном. Ентеријер одише старим војвођанским духом, уз мноштво ситница и аутентичних предмета старих и по неколико стотина година, које употпуњују амбијент (грамофон из доба Марије Терезије са оригиналним плочама, улазна врата стара преко три стотине година, стари фрижидер). Чарда активно сарађује са ликовном колонијом из Жабља као и са "Голф центром". Овај смештајно-угоститељски објекат представља леп пример како се уз релативно мала улагања, а уз добре идеје, може оживети један стари простор.



Слика 79. Ентеријер чарде Дебели Лад

(Извор: <http://www.inforsportal.com/carda-debeli-lad>)

У непосредној близини чарде налази се још један аутентичан смештајно-угоститељски објекат. "Бабин салаш" се простире у питомој војвођанској равници, на пола пута између Новог Сада и Зрењанина. Салаш је удаљен 28 km од Новог Сада, 22 km од Зрењанина и 100 km од Београда. Смештајни капацитет је 10 лежаја са следећим распоредом: један апартман са три лежаја, три двокреветне собе са купатилима и једна једнокреветна соба. Собе су опремљене по високим стандардима са аутентичним намештајем и романтичном декорацијом из прошлих времена. Салаш окружује велико, лепо уређено и ограђено двориште са бунарком и ђермом. "Бабин салаш" се успешно бави производњом воћних садница, конзумног воћа и воћних ракија изузетног квалитета. Поред аутентичног амбијента и традиционалне домаће војвођанске кухиње у понуди салаша организовано је бављење следећим спортско-рекреативним активностима: јахање коња и магараца, пецање у рибњаку, вожње бициклом, вожње чамцима по Тиси и Јегрички, могућност играња голфа на оближњем голф терену, уређење цветњака, нега повртњака као и учествовање у храњењу домаћих животиња, печењу ракије и организовање радионица домаћих специјалитета ([www.panacomp.eu](http://www.panacomp.eu)). Бабин Салаш представља идеалан пример "оживљеног" аутентичног војвођанског салаша, који у своју понуду укључује одмор са више врста спортско-рекреативних активности. Управо оваква врста одмора у природном окружењу могла би представљати смернице развоја туризма на овом подручју. Активни одмори на салашима Шајкашке требали би постати темељ даљег развоја и један од главних чинилаца

туристичке понуде, који би засигурно допринео препознатљивости Шајкашке као туристичке дестинације.



*Слика 80. "Бабин салаш" – снимак са пута  
(Фото: Б. Ковачевић)*

**Ресторан домаће кухиње са преноћиштем "Одисеја"** налази се на самом улазу у Жабал из правца Новог Сада, у улици Николе Тесле. Располаже са седам двокреветних соба са туш кабинама, етажним купатилом и заједничким тоалетом на спрату. Капацитет је 15 лежаја. Ресторан је капацитетом 70 места и нуди домаће специјалитете. Преноћиште је скромног ентеријера и екстеријера, а услуга се базира на ноћењу са доручком, уз поштовање високих стандарда хигијене. Цена је приступачна (Архив преноћишта Одисеја). Поред овог објекта, не постоји више ни један смештајно-угоститељски објект у самом Жабљу.

**Мотел "Гранд"** се налази у Чуругу, у улици Краља Петра Првог, а у непосредној близини Старе Тисе. Располаже са тринаест климатизованих двокреветних и трокреветних соба са купатилом и једним апартманом. Мотел је укупног капацитета 40 лежаја, док ресторан домаће кухиње може да угости максимално 80 гостију. Најчешћи гости у хотелу су ловци (Архив мотела Гранд).



*Слика 81. Једна од соба у мотелу Гранд у Чуругу  
(Фото: Б. Ковачевић)*

**"Етно-кућа Богојевић"** налази се у Тителу, у Рибарској улици, свега 150 метара од Тисе. Основана је 2002. године на породичном имању Владе Богојевића, у склопу пољопривредног газдинства. Одликује се богатом збирком експоната која дочарава како се некада живело и представља читаво мало царство етно-заоставштине. Древни обичаји,

стари занати и традиција оживели су на овом месту. Сви изложени експонати су у функцији: пегла на жар из 18. века, машина за шивење на "ножни" погон, разбој из 1936. године и још много старих експоната, које посетиоци могу, уз стручни надзор водича, да испробају и виде како раде у специјалним радионицама старих заната.

Ресторан етно куће нуди традиционална јела, компоте, домаће ракије, вина и ликере. Од 2008. године "Етно-кућа Богојевић" располаже са два апартмана, двокреветним и трокреветним, укупног капацитета 5 лежаја (Архив "Етно-куће Богојевић"). Организују једнодневне и вишедневне посете као и ђачке екскурзије.



Слика 82. "Етно-кућа Богојевић" у Тутелу  
(Извор: <http://www.bogoevic.co.rs>)

Један од најзанимљивијих угоститељских објеката који је до маја 2013. године постојао у Шајкашкој била је чарда "На крају света" на Аркању. Чарда се налазила на истоименом Дунавцу, два километра од Ковиља. Зграда у којој је чарда била је стара близу две стотине година, у њој није било струје ни воде, што јој је давало необичну драж.



Слика 83. "Чарда на крају света"  
(Фото: Б. Ковачевић)

Служила су се јела искључиво од речне рибе, чувени паприкаш је био специјалитет куће, али су се могли наручити и старински специјалитети, које су давно спремали аласи са овог дела Подунавља, а пило се сремско вино, ракија дудовача и пиво хлађено у оближњем бунару.

Чарда је нудила незабораван провод уз музику тамбураша – лети под надстрешницом од трске, а зими у сали са фењерима и лојаницама. Због јединственог природног окружења и етно-угођаја, Аркањ је инспирација писцима, редитељима и глумцима. Чести гости били су пецароши, ловци и рекреативци, али и политичари, дипломате и многе познате личности радо су уживали у амбијенту чарде.

Чарду је било неизоставно напоменути, иако је срушена, јер је била уцртана на туристичку мапу Војводине и позната као угоститељски објекат који је дуги низ година успео да одолева достигнућима технологије, да сачува дух традиције и старих времена на јединствен и непоновљив начин и постане симбол Аркања.

Из свега наведеног може се закључити да су смештајно-угоститељски објекти који се налазе у Шајкашкој углавном у функцији пансиона. Приметно је да нису распоређени по територији целе Шајкашке, већ су сконцентрисани највећим делом на насеља Тител, Жабал и Каћ. Квалитет објеката може да задовољи тренутну туристичку посету, али развој туризма захтеваће и повећање угоститељских капацитета као и проширење асортимана услуга. Али свакако треба напомену позитивну тенденцију у изградњи смештајних капацитета у Шајкашкој у последњих осам година. Ако се упореди капацитет рецептивне основе Шајкашке према подацима из 2013. године (382 лежаја) са подацима из 2005. године (227 лежаја) долази се до закључка да се капацитет рецептивне основе Шајкашке у поменутом периоду увећао за 155 лежаја или чак 68,2%. Увећању је највише допринела изградња хотела Орлови у Ковиљу 2008. године (90 лежаја), као и реновирање преноћишта Оморика у Каћу и проширење капацитета (за 38 лежаја), али и изградња апартмана на салашима и етно-кући. Без обзира на изградњу поменутих објеката, у Шајкашкој се уочава већ сада потреба за проширењем смештајних капацитета, поготово на салашима и у сеоским домаћинствима у мањим насељима Шајкашке (подаци добијени теренским истраживањем). Уједно, постоји проблем на нивоу целе Шајкашке са нереализованом категоризацијом приватног смештаја, из које произилази проблем пружања услуга која могу бити на незадовољавајућем нивоу. Још један велики проблем је недоступност података о промету туриста и испуњености смештајних капацитета у Шајкашкој. Постоје подаци само за промет туриста у општини Жабал (за преноћиште Гранд, Дебели лад и мотел Одисеја) и промет у хотелу Тиса у Тителу, те то представља једно од кључних ограничења у овом истраживању. Са друге стране, објекти за исхрану и пиће показују нешто већу разноврсност (према типовима објеката), као и бројност, што је у складу са потребним односом угоститељских смештајних и објеката за исхрану и пиће. У Шајкашкој постоји потреба за проширењем угоститељских капацитета за исхрану у ресторатерским објектима (пре свега на салашима). Изградња еко бунгалова или туристичког насеља задовољила би потребе спортских екипа, ђачких екскурзија и сличних група туриста.

## ОСТАЛА ИНФРАСТРУКТУРА НЕОПХОДНА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

За потребе даљег развоја туризма Шајкашке неопходно је сагледавање квалитета уређености простора у функцији туризма. Ово се пре свега односи на изграђеност, стање инфраструктуре, као и постојање могућности уређења простора. Акцент је у овом делу стављен на: постојање спортско-рекреативних центара и спортских терена, уређених излетишта и купалишта, пешачких стаза и зелених површина.

Степен изграђености материјалне основе је важан фактор развоја туризма и представља фактор повољности који помаже приликом избора локалитета за одмор и

рекреацију. Важно је одредити комбинацију реализованих елемената материјалне основе: рецептиве, прилазних и интерних комуникација, инфраструктуре и супраструктуре.

## ИЗЛЕТИШТА И КУПАЛИШТА

Схватајући рекреацију радника и грађана као потребу од ширег друштвеног интереса, намеће се и потреба за изградњом и опремањем излетишта. Веома је битна локација излетишта и када се одлучује о локацији, онда је за раднике и грађане важније обезбедити чист ваздух путем промене средине, у односу на загађену микроклиму града, него тражити оптималне природне рекреативне амбијенталне услове, јер се може десити да их нема на прихватљивом одстојању од града.

Да би се могла обезбедити пристојна материјална основа на излетиштима и успоставити рационална изградња и организација туристичке понуде, која би могла бити економски рентабилна, потребно је приступити организованом развоју излетишта, и то на нивоу одређених региона, а не на општинским нивоима и неопходно је приступити просторном планирању излетничко-рекреативног туризма као интегралном облику планирања, које поред просторних, обухвата и социо-економске аспекте развоја (Чомић, Пјевач, 1997).

Организовање развоја материјалне базе на излетиштима и једног дела промета могло би да се обезбеђује средствима друштвеног стандарда и социјалне заштите радних организација и општинских скупштина, чиме би се постигао одређен режим социјалног туризма. Он би чинио основу развоја и уређења излетишта. Елементи природне средине излетишта треба да буду припремљени за упражњавање одређених спортско-рекреативних активности, јер свака активност тражи да се припреме услови за њено одвијање (Прилог 1).

Релативно мали број излетишта у Шајкашкој располаже одговарајућим атрактивним атрибутима: рекреативним, куриозитетним и естетским, а да уз то располажу и рецептивном основом, добром приступном и интерном комуникацијском мрежом и изграђеном инфраструктуром и супраструктуром. Највећи број излетишта поседује углавном рекреативне и естетске атрибуте, док су остали фактори туристичке понуде слабо изражени, те они ни не поседују карактеристике туристичких вредности, него су се задржали на нивоу туристичких ресурса који су способни да као спољни стимуланс привуку туристе. Потребно је извршити вредновање излетничких локалитета према степену заинтересованости појединих тржишних групација и извршити туристичку валоризацију локалитета.

Нажалост, стање на већини излетишта у Шајкашкој је такво да омогућава неометан развој свега неколико активности, и то оних најједноставнијих: шетање, мали фудбал, одбојка на песку, пливање.

**Излетиште код тителске плаже.** У Тителском делу Потисја налази се лепо уређена плажа и излетиште са уређеним спортским теренима, као и камп и викенд насеље. Излетиште пружа идеалне услове за упражњавање различитих спортско-рекреативних активности, како на копну тако и на води, а Тителска плажа представља најуређенију плажу у Шајкашкој. Ово купалиште уређује се већ годинама и најзад су радови приведени крају. Направљене су степенице за лакши прилаз, бетонирана је плажа до воде и постављени су тушеви и канте за смеће. Непосредно уз реку отворен је кафић, а у близини је и чарда “Алас” која нуди традиционалне кулинарске специјалитете. Права атракција тителске плаже постао је тобоган са спиралом дугом 60 метара, постављен крајем лета 2007. године. Купалиште још увек има озбиљне пропусте који се огледају у недостатку кабина за пресвлачење и тоалета. У жеку сезоне на тителској плажи буде и преко хиљаду купача и посетилаца, па би озбиљно требало размислити о спасилачкој служби, која је неопходна једном оваквом купалишту, а која за сада не постоји (Архив општине Тител).





Слика 84. Тителска плажа  
(Извор: [www.opstina-titel.co](http://www.opstina-titel.co))

Викенд насеље, камп и неуређено привезиште за чамце налазе се и на мошоринској обали Тисе. У непосредној близини налази се и чувено Мошоринско острво, које представља прави рај за пецароше и љубитеље природе. На острву је и шљунковита плажа, која би уз минимална улагања у уређење могла постати веома атрактивна и привлачна.

На простору општине Жабал постоји **излетиште уз обалу Тисе, код самог ушћа Јегричке у Тису**. Релативно је слабо уређено, без спортских терена и уређених зелених површина.



Слика 85. Једна од лепших викендица на бачкој обали Тисе  
(Фото: Б. Ковачевић)

Овде постоји викенд насеље изграђено без икаквог урбанистичког плана. Викендице су грађене у различитим архитектонским стилевима, од дрвених барака до модерних кућа, и има их око педесетак. Не постоји ни једна продавница нити угоститељски објекат, али и

поред тога, викендом и празником, поготово у летњим месецима, много викендаша ужива у својим викендицама уз Тисуу.

**Излетиште Тиса.** На банатској страни, чим се спусти са Жабалског моста и скрене десно, стиже се до излетишта Тиса. Припада општини Зрењанин, а од априла 2005. године дато је на управљање ЈКП "Чистоћа и Зеленило" из Зрењанина. На излетишту се налазе следећи спорски терени: терен за мали фудбал, два терена за баскет, терен за одбојку на плажи који је осветљен те је омогућено и ноћно играње одбојке. Овде се налази и лепо уређено игралиште за децу.

Омогућен је добар прилаз реци (преко талпе) и постоји и ограђен део који представља базен за децу. Интересантни су угоститељски објекти на овом излетишту. Стари вагони су претворени у ресторане и кафе-барове, а два вагона су преуређена у камп кућице које се изнајмљују. У оквиру излетишта је сплав "Чарда код Ђуре" који нуди традиционално познату рибљу чорбу и разне врсте риба. Такође, у оквиру излетишта је посластичарница "Рандеву" нуди преко петнаест врста сладоледа, десет врста колача и торти, фрапее и топле чоколаде. Угоститељски објекти на излетишту раде током сезоне излетничко-рекреативних кретања, од маја до октобра месеца (архив ЈКП "Чистоћа и Зеленило", Зрењанин).



Слика 86. Талпа за прилаз води на излетишту "Тиса"  
(Фото: Б. Ковачевић)

Викенд насеље је уређено а посебно се истичу лепо уређена дворишта и зелене површине. Поједине викендице имају и сопствена мала пристаништа за чамце. У близини се налази везиште за мања пловила, а у плану је изградња марине за прихват речних пловила и јахти до 20 метара дужине. Излетиште је познато по организацији првомајског уранка, када на њему буде највећи број излетника, и одржавању манифестације "Лето на Тиси" ([www.zrenjanin.rs](http://www.zrenjanin.rs)).

Последњих година највећи проблем овог излетишта представљају поплаве услед високог водостаја Тисе. Поплаве се јављају најчешће током априла, маја и јуна месеца, када буде поплављен пут до излетишта и до кампа, те то онемогућава копнени прилаз локалитету. Велики проблем представља и паркирање на зеленим површинама, јер излетиште не поседује уређено паркиралиште. Питање паркирања возила се мора решити у што скоријој будућности, како не би долазило до девастације простора и зелених површина.

У непосредној близини излетишта је "Голф центар", који се налази уз магистрални пут Нови Сад - Зрењанин, непосредно пре Жабалског моста. Изграђен је у приобаљу Тисе, на

45 ha травнате површине. Идеја о изградњи се родила још 1991. године, али је Голф центар свечано отворен 12. септембра 2002. године а његовим отварањем су створени сви услови за организовано бављење голфом у Србији ([www.golfclubcentar.com](http://www.golfclubcentar.com)).



Слика 87. Игралиште на излетишту “Тиса,”  
(Фото: Б. Ковачевић)

**Шлајз у Ковиљу.** Ковиљ има своју плажу, а то је Шлајз. У прошлости је Шлајз био зимско пристаниште за бродове, да би касније, при промени тока Дунава, остао меандар. У почетку је Шлајз био несређен и користили су га само риболовци, да би временом, на иницијативу неколико угоститеља, почео да поприма данашњи изглед и постао сеоско купалиште. Насипањем рукавца створена је и уређена пешчана плажа и постављени сплавови. Данас постоји четири угоститељска сплава, који посетиоцима у летњем периоду омогућавају пријатан боравак и освежење. Шлајз је омиљени локалитет пецарошима и купачима у летњем периоду. Проблем овог излетишта је што је делимично уређено, без ограђене и означене плаже, тушева, кабина. Посебан проблем је одношења смећа са излетишта. На уређењу Шлајза потребно је урадити још много тога, да би он постао плажа какву Ковиљ заслужује да добије.



Слика 88. Шлајз у Ковиљу  
(Извор: [www.ravnica.info](http://www.ravnica.info))

**Плажа Штранд у Чуругу.** На Мртвој Тиси, налази се плажа коју Чуружани популарно називају Штранд, по угледу на новосадски Штранд. Плажа је уређена 2012. године. Постављени су тршчани сунцобрани, корпе за смеће и кабине за пресвлачење, а локалне

власти се максимално труде да она сваке године буде све уређенија. Тоалета, за сада, нема, али постоје тоалети у кафићу "Плажа" који се налази на обали. Плажу сваког лета посећује велики број купача, који углавном уживају у купању и сунчању, јер уређених терена за спортско-рекреативне активности нема (<http://www.curug.info.rs>).

**Викенд насеље на Мртвој Тиси.** На обали Мртве Тисе налази се викенд насеље које се шири, а у плану је изградња колиба за риболовце, јер је Мртва Тиса богата рибом и спортско-риболовни туризам је релативно добро развијен. Ово викенд насеље још увек нема изглед какав заслужује, али с обзиром да су локалне власти закључиле да би се туризам у Чуругу могао ослонити првенствено на Мртву Тису и оно што она има да понуди, у плану је уређење приобаља. Када се крене према Бисерном острву долази до ловачког дома "Трећа рампа", који се одликује сезонским пословањем.



Слика 89. Мртва Тиса  
(Извор: [www.ravnica.info](http://www.ravnica.info))

**Викенд насеље на Бисерном острву.** У Бачком Градишту налази се уређено викенд насеље, стари дворац и ловачки дом. Амбијент на Бисерном острву је идиличан, са викендицама које подсећају на старе виноградарске куће, окружене малим воћњацима и виноградима и уским земљаним путевима који кроз барско растиње воде до молова на водио. Ово је богато ловно и риболовно подручје.

**Купалиште "Бели Вир"** налази се у Каћу, непосредно поред старог каћког пута. На њему су обезбеђени релативно добри услови за купалишно-рекреативни туризам и овде се током летњих месеци окупља велики број мештана Каћа (око 2000 купача). На "Белом Виру" постоје терени за одбојку на песку, мали фудбал на песку и такмичење у скоковима, и сваке године се традиционално одржавају спортске манифестације и такмичења (Архив месне заједнице Каћ).

Како би се понуда "Белог Вира" подигла на виши ниво, неопходна су додатна улагања у инфраструктуру. Потребно је реновирати постојећи угоститељски објекат, оспособити

тушеве и решити проблем паркирања. Тако уређено купалиште привукло би већи број посетилаца и унапредило развој спортско-рекреативног туризма у Каћу.



*Слика 90. Бели вир  
(Фото: Б. Ковачевић)*

**Црни вир у Каћу** је место рекреационо-риболовне намене. Уређено је и успешно послује од 1997. године. Налази се на излазу из Каћа, у близини излаза на аутопут Е-75. Прилази до ревира су добри, а пут видно и јасно обележен таблама. Језеро Црни вир се простире на 1,2 хектара. Дугачко је 320 и широко од 15 до 60 метара. Просечна дубина је 2,5 m, а на појединим местима и до 6,5 m. Дно је песковито и чисто без много опасности од запињања и кидања система. Обале обрасле трском, са чије се једне стране над воду спуштају велике врбе, јасенови и велики пањеви, идеално су окружење за рибљи свет који настањује ово језеро. Места предвиђена за пецароше су нумерисана и доста комфорна. Набијено степеницама за прилаз максимално су безбедни и задовољавају строге еколошке норме. На језеру има 18 таквих позиција. Углавном се пеца шаран и амур, а поред њих ту су и бабушка, толстолобик, штука, смуђ, лињак и црвенперка.



*Слика 91. Црни вир у Каћу  
(Фото: Н. Глишић)*



## СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНИ ТЕРЕНИ

Преклапање инфраструктуре спорта и туризма указује на њихове заједничке потребе и комплементарност. Оба захтевају простор и објекте, природне као и оне које је човек изградио. Обома требају услуге од стране посредника, администратора, организатора, вођа и других. Нови, одморишни жанр спортског туризма, а посебно његова све већа популарност, има одређене импликације на инфраструктуру (Плавша, 2007).

Каћ и Тител су насеља са најбољом постојећом материјалном основом за развој спортско-рекреативног туризма у Шајкашкој. Будући да је Каћ "насеље спортиста", у њему се налази и велики број спортско-рекреативних терена: два терена за велики фудбал, терен за мали фудбал, терен за баскет као и спортски и пословни објекат "**Светосавски дом**", поред којег се налази и уређено игралиште за децу.



Слике 93, 94 и 95. Дворана "Светосавски дом" у Каћу  
(Извор: [http://www.novograpdoo.com/?page\\_id=26](http://www.novograpdoo.com/?page_id=26))

У оквиру овог спортског објекта налази се дворана за рукомет која може да прими 2500 гледалаца, сала за конференције и спортска амбуланта са опремом и инвентаром за пружање квалитетних интервенција за време тренинга и утакмица (Архив дворане Светосавски дом).

У власништву основне школе "Ђура Јакшић" налази се спортска дворана, а на купалишту "Бели вир" постоје уређени терени за фудбал и одбојку.

У Тителу се налази **спортско-рекреативни центар "Анкер"**, који је познат спортским клубовима широм Србије, и управо у Тителу разни спортски клубови организују припреме спортских екипа. У оквиру овог спортско-рекреативног центра налази се терен за фудбал, који је у одличном стању и редовно се одржава, као и затворена спортска сала за рукомет и мали фудбал (Подаци добијени у управи спортско-рекреативног центра "Анкер").

Уз Тису у Тителу постоје разноврсни терени за фудбал, рукомет, кошарку, одбојку, одбојку на песку и тенис, који се могу користити у сезони рекреативних туристичких кретања. Сви терени су у добром стању и пружају могућност организовања и масовнијих спортских окупљања и такмичења.

Непосредно изнад "Дворске баште" постоје бетонирани спортски терени који се могу уз мало допуне оспособити за одбојку и рукомет (један спортски терен), мали фудбал или тенис (други терен).

Свакако је релевантно напоменути да је општина Тител покренула пројекат за изградњу и реконструкцију спортских терена и дечијих игралишта у свим насељима општине. Радови се финансирају из буџета општине. Овај податак говори у прилог чињеници да су у општини Тител схватили колике потенцијале за развој има спортско-

рекреативни туризам на овом простору и да ће се свако улагање у инфраструктуру вишеструко исплатити ([www.opstinatitel.rs](http://www.opstinatitel.rs)).



Слика 96. Сала за рукомет и мали фудбал у спортском центру Анкер  
(Фото: Б. Ковачевић)

На простору Шајкашке постоји много локалитета специјализованих и опремљених за обављање одређених спортско-рекреативних активности: у општини Жабаљ налази се "Голф центар" и marina за прихват пловила, у Книћанину се налази пољопривредно-спортски аеродром, у Ђурђеву хиподром, у Мошорину уређени терени за спортски риболов итд. И остала насеља Шајкашке се могу похвалити уређеним спортско-рекреативним теренима, о којима ће биће више речи у поглављу о развоју спортско-рекреативног туризма у Шајкашкој. Као највећи пропуст може се навести то што на овом простору на постоји ни један отворени или затворени базен, па становници Шајкашке лети налазе освежења на сеоским купалиштима, која су, углавном, недовољно уређена.

Проучавање материјалне базе развоја туризма Шајкашке, садржане у анализи постојећих рецептивних капацитета, угоститељских објеката за пружање услуга хране и пића, излетишта, купалишта и спортско-рекреативних терена, указује на следеће битне недостатке:

- недефинисани тржишни положај Шајкашке као дестинације (недостатак било каквог стратешког позиционирања) и њена општа непрепознатљивост на туристичкој мапи Србије,
- незадовољавајућа и застарела структура укупних смештајних капацитета, с изузетно високим учешћем комплементарних угоститељских објеката за смештај,
- незадовољавајућа презентација постојећих рецептивних капацитета (лоше интернет презентације, лош или никакав маркетинг, недовољна сарадња са туристичким агенцијама),
- недостатак уређених пешачких и бициклистичких стаза,
- недовољно уређена купалишта и излетишта,
- проблем паркирања на излетиштима и купалиштима,
- недостатак разноврсних туристичких производа који би могли да привуку тражњу, активирају туристички потенцијал и повећају просечну потрошњу,
- незадовољавајућа приступачност појединим деловима Шајкашке (лош квалитет друмских саобраћајница код Мошорина и Лока),
- низак квалитет услуга,
- проблем категоризације (посебно у сеоским домаћинствима),
- неусклађеност цена и квалитета у делу понуде.



## ПРОМЕТ ТУРИСТА

На самом почетку сваког истраживања у туризму потребно је истаћи досадашњи степен развоја туризма на одређеном простору, што подразумева осврт на туристички промет и број остварених ноћења. На основу тих података могуће је планирати даљи развој и унапређење туристичке понуде, у циљу привлачења туриста и повећања укупног броја туристичких кретања.

Промет туриста и његово континуирано праћење и коментарисање веома је важна делатност сваке туристичке целине, која тежи да постане дестинација. Он треба да буде инкорпориран у сваки део плана, односно развојна стратегија туризма треба да проистекне из њега. Најважније је, међутим, да се чињенице приказане у облику бројевева и форми статистике правилно протумаче, те искористе као подлога за правовремено деловање, брзо исправљање направљених грешака и даљи перманентан развој.

Треба рећи да је статистика често веома окрутна, директно показујући лош резултат, али постоје и такви случајеви, када услед консталације различитих фактора статистика даје искривљену слику стварности, те може да завара онога који је фрагментално користи. Зато статистичке податке треба користити у односу на целину и не водити их из општег контекста.

Анализирајући природне и друштвене вредности за развој туризма у Шајкашкој дошло се до закључака да оне представљају потенцијал за развој великог броја селективних облика туризма. Међутим, анализирајући материјалну базу за развој туризма у Шајкашкој може се закључити да се Шајкашка, као туристичка дестинација, сусреће са проблемима који се односе на смештајне капацитете (проблеми категоризације, територијалног размештаја, узак асортиман услуга, изражено сезонско пословање), саобраћајне услове и услуге (лош квалитет локалних саобраћајница, мали број аутопревозника), са проблемима који се односе на вредновање туристичких ресурса и деградацију животне средине. Поред набројаних проблема, један од основних недостатака Шајкашке је непостојање стратегије развоја туризма и управљања туризмом на нивоу дестинације. Да је стање туризма у Шајкашкој на незадовољавајућем нивоу најбоље говоре подаци о туристичком промету на овом простору, тачније, непостојање података о броју туриста и оствареним ноћењима. Ово уједно представља и једно од основних ограничења са којим се ауторка ове дисертације сусрела приликом истраживања, јер без података о туристичком промету готово је немогуће сагледати досадашње стање развоја туризма на било ком простору.

Ако се посматрају подаци из табеле 16. у којој је приказан промет туриста по општинама Жабал и Тител у периоду од 1990-2012. године, долази се до закључка да се у општини Жабал промет туриста није бележио од 1990. године па све до 2012. године и да не постоје подаци нити о броју туриста нити о оствареним ноћењима у посматраном периоду. Анализирајући податке о промету туриста у општини Тител може се закључити да су се подаци бележили 1990. и 1992. године, а после тога нема података о оствареном туристичком промету на овом простору, све до 2009. године.

Табела 16. Промет туриста у Шајкашкој (општине Жабал и Тител) у периоду од 1990-2012. године

	Туристи			Ноћења туриста		
	свега	домаћи	страни	свега	домаћи	страни
1990. година						
Жабал	-	-	-	-	-	-
Тител	364	-	364	1099	-	1099
1992. година						

Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	31	27	4	310	189	121
1996. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
1997. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
1998. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
1999. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
2000. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
2001. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
2002. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
2003. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
2004. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
2005. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
2006. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
2007. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
2008. година						
Жабаль	-	-	-	-	-	-
Тител	-	-	-	-	-	-
2009. година						

Жабаљ	-	-	-	-	-	-
Тител	1198	1101	197	2612	2012	600
2010. година						
Жабаљ						
Тител	1044	854	190	3144	2769	375
2011. година						
Жабаљ	-	-	-	-	-	-
Тител	945	875	70	2745	2586	159
2012. година						
Жабаљ	315	272	43	2015	1835	180
Тител	'-	-	-	-	-	-

(Извор: Урађено према подацима статистичког годишњака Србије 1990-2012. године)

У општини Тител је у 2009. години боравило 1198 туриста, од којих 1001 домаћих туриста, који су просечно остајали два дана, и 197 страних туриста чија је просечна дужина боравка била три дана. У 2010. години у Тителу је било нешто мање туриста у односу на претходну годину, док се транд смањивања броја туриста наставио и у 2011. години.

Према најновијим подацима, туристички промет у општини Жабаљ бележи се од 2012. године, у три смештајно-угоститељска капацитета: чарди “Дебели Лад”, преноћишту “Гранд” и мотелу “Одисеја”. Из табеле 17. може се уочити да је, према подацима из 2012. године највише туриста одсело у преноћишту Гранд (241 туриста). Домаћи туристи просечно су боравили у овом преноћишту 7,75 дана, а страни 4,41. Према подацима добијеним у преноћишту “Гранд”, туристи који најчешће одседају у овом објекту су ловци и ловни туристи. У чарди “Дебели лад” било је 37 туриста који су остварили просечну дужину боравка од 3,43 дана, док је у “Одисеји” боравило 37 туриста, са просечном дужином боравка од 4,3 дана.

Табела 17. Промет туриста у Шајкашкој у 2012. години (у преноћишту Гранд, чарди Дебели Лад и мотелу Одисеја)

објекат	Туристи			Ноћења туриста		
	свега	домаћи	страни	свега	домаћи	страни
2012. година						
Гранд	241	202	39	1738	1566	172
Дебели Лад	37	37	0	127	127	0
Одисеја	37	33	4	150	142	8
Укупно	315	272	43	2015	1835	180

(Извор: Урађено према подацима Туристичке организације општине Жабаљ)

Ако се упореде подаци о броју туриста у наведеним рецептивним капацитетима из 2012. године (у прва два квартала) и број туриста из 2013. године (у прва два квартала) (Прилог 2 и 3) може се закључити да је број туриста и број ноћења у прва два квартала у 2013. години вишестуко већи него у прва два квартала у 2012. години. Из табеле у прилогу 2 уочава се да је у “Гранд” преноћишту у прва два квартала у 2012. години одсело укупно 91 туриста, док је у 2013. години у истом периоду одсело 233 туриста, што је чак 2,6 пута више. Просечна дужина боравка страних туриста је такође дужа у 2013. години.

Страни туристи су у прва два квартала 2013. године боравили у преноћишту “Гранд” чак 12,11 дана, док су у истом преноћишту у 2012. години просечно боравили 5 дана. У преноћишту Дебели лад у 2012 години (прва два квартала) боравило је 6 туриста, од којих су сви били домаћи, док је у 2013. години боравило 14 туриста, такође домаћих. У мотелу Одисеја у прва два квартала 2012. године није било туриста, док је у 2013. години у истом периоду боравило 74 туриста (Прилог 3).

Из наведеног се закључује да је у последњој години дошло до интензивирања туристичког развоја на посматраном простору, који се огледа пре свега у повећаном броју туриста и ноћења у наведеним рецептивним капацитетима, али и кроз оснивање туристичке организације општине Жабаљ. Као што је већ речено, промет туриста и његово континуирано праћење и коментарисање веома је важна делатност сваке туристичке целине, која тежи да постане дестинација, и да би анализа резултата била веродостојна, најбоље је промет туриста пратити у десетогодишњем периоду. Нажалост, за Шајкашку не постоје подаци о промету туриста ни у последње три године, те је веома тешко извести било какве конструктивне закључке. Ово говори у прилог чињеници да је Шајкашка дестинација која је у развоју, тачније, налази се између фазе истраживања и укључивања на туристичко тржиште, те угоститељски објекти за пружање услуга смештаја не послују у континуитету нити у складу са законом, јер не постоје подаци о испуњености капацитета и оствареном броју ноћења. По основу законских и других прописа, угоститељски пословни субјекти који пружају услуге смештаја туристима (хотели, пансион, мотели, апартмани, кампови...) требало би да се састављају извештаје на основу књига странаца и књига домаћих гостију (Републички завод за статистику). У многим туристичким дестинацијама постоји проблем јер изван број туриста у приватним собама, кућама и становима није обухваћен због непријављивања гостију. Међутим, у истраживању промета туриста у Шајкашкој је дошло до појаве још већег проблема, јер се истраживањем закључило да ни основни смештајни капацитети који послују на овом простору не пријављују број домаћих и страних туриста.

## ТРЕНУТНО СТАЊЕ И МОГУЋНОСТИ РАЗВОЈА СЕЛЕКТИВНИХ ОБЛИКА ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ

Вредновање тржишног потенцијала постојећих туристичких производа, али и туристичких производа за које постоји добра ресурсна основа, представља први и основни корак у формирању жељеног скупа туристичких производа на основу ког ће нека земља да конкурише на туристичком тржишту. Рационалан и добро утемељен скуп туристичких производа има двојако дејство:

- 1) проширује оквир за улаз новим субјектима на виши ниво;
- 2) омогућује ефикасно дограђивање сопствених конкурентских предности уз минималне трошкове.

Под кључним туристичким производима подразумевају се они производи који могу остварити одговарајућу конкурентност на туристичком тржишту и на основу којих се може надокнадити заостајање на туристичкој сцени, односно чије се комерцијализовање може остварити одмах или у прецизно утврђеним раздобљима (Попеску, 2008).

Избор производа који ће чинити скуп туристичких производа Шајкашке, као и дефинисање међусобних приоритета у развоју појединих производа (одмах, кратки, средњи и дуги рок), представљају пресудна развојна стратешка питања на која треба понудити конкретне одговоре уколико Шајкашка жели да се као туристичка дестинација успешно и на трошковано најрационалнији начин укључи на национално туристичко тржиште.

У наредном тексту следи преглед садашњег стања и квалитета туристичке понуде Шајкашке, са оценом потенцијала и приоритета у изградњи туристичких садржаја везаних за селективне облике туризма, за које на овом простору постоје потенцијали за развој.

Тренутно стање и квалитет туристичке понуде Шајкашке одређени су: смештајним капацитетима, садржајима наутичког, излетничког, ловног и риболовног туризма, садржајима салашарског, руралног, едукативног и културног туризма, културно-историјским садржајима, манифестација туристичког карактера, археолошким налазиштима, пејзажима, природним резерватима и стаништима.

На основу извршених анализа стања са сигурношћу се може констатовати да Шајкашка може одмах или релативно брзо оформити конкурентно задовољавајући ниво у вези са следећим туристичким производима:

- наутички туризам,
- излетнички туризам,
- сеоски и салашарски туризам,
- спортско-рекреативни туризам,
- еко туризам,
- едукативни и научно-истраживачки туризам,
- ловни туризам,
- риболовни туризам и
- културни туризам.

Наведени селективни облици туризма биће анализирани у наредном тексту са аспекта тренутног стања али и потенцијала и приоритета за развој. Подразумева се да ће у предстојећем раздобљу ти производи бити и даље обогаћивани и обликовани сходно препорукама о отклањању конкурентских недостатака и да ће, уколико се буду развијали плански и у складу са глобалним тенденцијама и променама на туристичком тржишту Србије, чинити квалитетан производни микс Шајкашке као туристичке дестинације.

## НАУТИЧКИ ТУРИЗАМ

Наутички туризам објашњава се као специјализовани облик масовног туризма, који обухвата различите друштвене, економске и просторне аспекте, који настају поводом задовољавања рекреационих потреба.

Наутички туризам подразумева пловидбу и боравак туриста наутичара на пловним објектима, као и боравак у лукама наутичког туризма, ради одмора и рекреације. Одвија се како на морима и приобаљу, тако и на језерима, рекама и пловним каналима. Спада у групу терцијарних делатности, које су посредно или непосредно удружене, а нуде услуге на пловном објекту, стационару или сервису. Такође пружа услуге прихватања, снабдевања и угоститељске услуге ради рекреације, одмора, спорта и културних потреба (Пасиновић, 1989). Захваљујући богатству различитих хидрографских облика који поседују елементе атрактивности и интересантности, на простору Шајкашке постоје, може се слободно рећи, одлични природни предуслови за развој наутичког туризма. Три реке, Дунав, Тиса, Јегричка и многобројни канали, језера и баре, представљају акваторије идеалне за излетничка крстарења, пловидбу ради спорта, регате, скијање на води, џет ски и сл.

У наредном тексту следи преглед садашњег стања и квалитета туристичке понуде са оценом потенцијала и приоритета у изградњи туристичких садржаја везаних за наутички туризам у Шајкашкој.

Последњих неколико година, Дунавом је кроз нашу земљу прошло на десетине хиљада страних туриста, у неколико стотина туристичких бродова. Прогноза је и да ће до 2020. кружне туристичке туре (“крузинг бизнис”) бити водећи на планети у индустрији туризма. Због великих потенцијала за развој наутичког туризма у овом региону, у изразито перспективне пројекте спадају они који за циљ имају развој и комерцијализовање наутичких производа: марина, услуга туристичког чартера, као и „речних крузера“.

Највећи део тржишта речног наутичког туризма односи се на кружна путовања кроз више земаља, а по статистикама је управо Дунав најпопуларнија река, чак испред река Нил и Јангце. Ова паневропска река у Србију улази на самој тремећи са Мађарском и Хрватском, а у Војводини има све карактеристике низијске реке, са пределима испреплетаним барама, каналима и речним рукавцима, које настајују аутентичне биљне и животињске врсте. Дунав је важан европски Коридор 7 који за транспорт користе све подунавске земље, једнако колико и његове природне лепоте у наутичко-туристичке и рекреативне сврхе. Те је интереса препознала и Војводина, која од октобра 2008. има статус пуноправног члана Радне заједнице земаља Дунавског региона, чија је иницијатива усмерена ка заједничком просторном планирању и развоју свих европских региона кроз које протиче Дунав (<http://www.vip.org.rs/index.aspx?langid=2&lang=sr-SP-Latn&tabId=211&menutabid=133>).

Пловидба по водама Шајкашке, односно сливови Дунава, Тисе, Јегричке и Бегеја, који се улива у Тису код Титела, налазе се у области са умерено континенталном климом што условљава хидролошки режим на овим рекама. Карактеристике водног режима су летњи и зимски период малих вода и ниских водостаја, односно пролећни, некад и јесењи, период високих водостаја. Трајање изразито ниских и високих водостаја и леда, условљавају дужину навигационог периода на овим водотоцима. На целој дужини кроз нашу земљу (164 km) река Тиса је пловна за исти тип пловила као и Дунав (табела), а наутички туризам на овој реци у великој мери заостаје за наутичким туризмом на Дунаву. Тиса има међудржавни статус још од 1955. год. који су утврдиле тадашња СФРЈ и Република Мађарска. По Конвенцији о категоризацији европских унутрашњих пловних путева из 1999. год., река Тиса, кроз нашу земљу, од ушћа у Дунав код Сланкамена (km 1215) до границе са Мађарском, има IV категорију. То практично значи да се максимална дужина

пловних састава креће од 80-85 m, максимална ширина пловног састава до 9,50 m, максимални газ при ниском пловидбеном нивоу не сме бити већи од 2,50 m а максимална висина испод доње ивице пловидбеног отвора мостова се креће у границама 5,25-7,00 m. (Генерални пројекат са претходном студијом оправданости коришћења приобаља реке Тисе блок 68 и дела Тителског брега блок 69 у Тителу).

Табела бр 18. Услови за пловидбу на Дунаву и Тиси у Србији

Водоток	Меродавно пловило (тона)	Дужина водотока на коме се редовно одвија пловидба (km)	Просечно трајање навигационог периода (дана)
Дунав	1000 (1350)*	588	292
Тиса	1000	159	304

\* Шлепови носивости 1000 t, односно барже носивости 1350 t.

(Извор: Генерални пројекат са претходном студијом оправданости коришћења приобаља реке Тисе блок 68 и дела Тителског брега блок 69 у Тителу)

С обзиром да је Тиса пловна током целе године, велика би штета била да се комерцијално не искористи овај природни потенцијал. Дуж целог доњег тока Тисе, уредно су означени километри тока, као и сви пловидбени сигнали, али и поред тога, наутички туризам није у складу са развојним могућностима. Више о могућностима развоја наутичког туризма на овом простору биће писано у оквиру перспектива развоја наутичког туризма Шајкашке.

Јегричка је пловна за возила мање носивости (излетнички чамци) и пружа добре предуслове за развој наутичког туризма (веслање, вожње чамцима, скутерима, парасејлинг).

Што се тиче пловидбе по Дунаву, просечно трајање навигационог периода је 292 дана, и плован је за пловила носивости до 1000 тона. О значају Дунава као међународне реке и Коридора 7 већ је било речи. Оно на шта треба обратити пажњу приликом развоја наутичког туризма Шајкашке је формирање таквог наутичког производа који ће омогућити повезивање пловидбе по Дунаву и Тиси, притокама ових река (на посматраном простору) и деловима каналске мреже ДТД, и допринети формирању интегралног и квалитетног наутичког производа.

Управљање пловидбом на овом простору је у оквиру надлежности Лучке капетаније Тител. Надлежност капетаније обухвата:

- подручје реке Тисе, обе њене обале, од њеног ушћа у Дунав до 63 км њеног тока,
- леву обалу реке Дунав од км 1187 до км 1215,
- реку-канал Бегеј, обе обале, од ушћа у Тису код Титела до границе са Румунијом,
- канал Банатска Паланка-Нови Бечеј од км 132 до км 147 који припада каналској мрежи ДТД, као и
- рукавце, језера и рибњаке на овом подручју.

Специфичност рада Лучке капетаније у Тителу састоји се у чињеници да се на релативно малом простору налази веома разграната и по структури разноврсна мрежа водених токова, по чему је ова Капетанија, можда, јединствена у европским унутрашњим пловним путевима.

У току 2005. године у Лучкој Капетанији Тител, било је регистровано 87 чамаца и других пловила за спорт и рекреацију. Применом Закона о поморској и унутрашњој пловидби (Службени лист СРЈ бр. 12/98), Закона о унутрашњој пловидби (Службени гласник СРС бр. 54/90) као и другим подзаконским актима, а у складу са просторним и урбанистичким плановима, требало би дефинисати намену делова обале и водене површине подручја Општине Тител (Генерални пројекат са претходном студијом

оправданости коришћења приобаља реке Тисе блок 68 и дела Тителског брега блок 69 у Тителу).

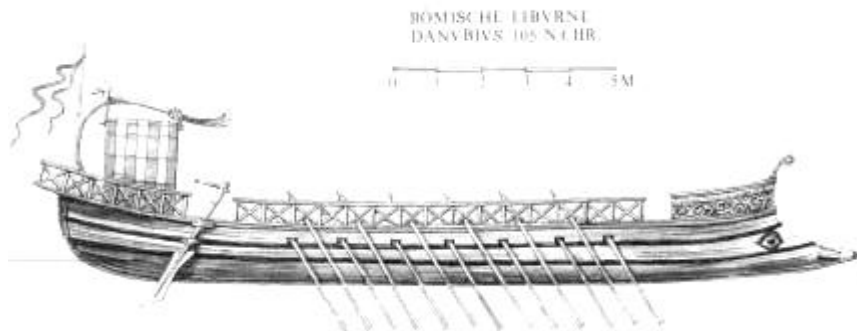
Поред повољних природних услова, који су основа за развој наутичког туризма неког подручја, неопходно је и постојање наутичких лука. Луке морају испуњавати минималне услове прописане по правилнику и категоризацији лука наутичког туризма. Минимални услови се односе на снабдевање електричном енергијом, хигијенски исправном водом, структуру уређења и опреме и минимум допунских услуга везаних за туристу и пловило.

Марина је један од објеката наутичког туризма (Правилник о врстама, минималним условима и категоризацији објеката наутичког туризма - "Сл.гласник РС" бр.69/94).

Објекти наутичког туризма, генерално, деле се на пловне и прихватне објекте. Пловни објекти су све врсте пловила са техничким карактеристикама предвиђеним за наутичко туристичке активности. Прихватни објекти су објекти инсталирани на обали и води, који служе за прихват, снабдевање, чување, одржавање и поправку пловних објеката, који се користе у туристичке сврхе, као и пружање услуга наутичарима. То су:

- наутичка сидришта,
- привезишта,
- туристичка пристаништа,
- марине и
- наутичко туристички центри.

Марина је дефинисана као објекат наутичког туризма специјализован за пружање услуга привеза, снабдевања, чувања, одржавања и сервисирања пловних објеката, пружање угоститељских услуга, услуга изнајмљивања пловних објеката, као и других услуга у складу са захтевима и специфичним потребама наутичких туриста. Код нас је уобичајено да се свако сидриште за чамце, привези за шлепове и импровизоване конструкције од празних буради, сличне понтонима, називају маринама.



Слика 98. Стара шајка, из времена Шајкашког батаљона - једна од неколико типова (Извор: Генерални пројекат са претходном студијом оправданости коришћења приобаља реке Тисе блок 68 и дела Тителског брега блок 69 у Тителу)

Марина, по правилу, има две просторне целине: водену површину, акваторију и копнени део, територију. Акваторија марине састоји се од простора за привез пловила, тзв. сидришта или везова и простора за прилаз, маневар и друге наутичке радње пловила, тзв. пловних канала.

У војвођанском делу Тисе налазе се четири марине: код Зрењанина, Новог Бечеја, Сенте и Кањиже.

Речна марина код Зрењанина је највећег капацитета. То је марина "Тиса", која се налази на тридесет и осмом километру Тисе, непосредно поред излетишта Тиса, код жабаљског моста. Капацитет марине је 80 чамаца и бродова, дужине до 15m. Сва пловила су привезана за понтон. Марина испуњава прописане минималне услове, али не пружа ништа више од тога. У близини марине за налази "Голф центар", чијим је стратешким



планом развоја предвиђена изградња модерне марине за прихват речних пловила и јахти до 20 m дужине ([www.zrenjanin.org](http://www.zrenjanin.org)). У Тителу се налази пристан за бродове до 50 m. (Друштвено-економски развојни план Потисја, 2008), а у плану је изградња марине на Тиси код Голф Центра. Као што је већ напоменуто, у Тителу се налази фабрика бродова Премикс, која производи познате тителске шајке.

Наутички туризам у Шајкашкој одвија се, пре свега, на Дунаву и Тиси, у виду вишедневних групних крстарења, затим на излетничким бродовима и индивидуалним пловилима (чартер), а организују се и вожње мањим, прилагођеним пловилима по Јегричкој, Чурушкој мртваји, Мртвој Тиси. За упражњавање спортско-рекреативних активности на води атрактивни су и следећи локалитети: Аркањ и Шлајз код Ковиља, Белило код Лока, приобаље Дунава код Гардиноваца, као и приобаље Тисе код Мошорина (Дукатар), Вилвачко језеро и Лочке Водице. Уз наутички туризам неизоставно се везују и активности на води, коришћење плажа у летњим месецима, као и камповање на речним обалама и адама, а за све наведене активности у Шајкашкој постоје изузетни природни потенцијали. На наведеним локалитетима организују се манифестације у циљу популаризовања наутичког туризма и искоришћавања водених токова у туристичке сврхе, међутим, организација и промоција су на незадовољавајућем нивоу, а манифестације су углавном локалног карактера и без одговарајуће управљачке и организационо-кадровске структуре. Једини леп пример који доприноси популаризовању наутичког туризма овог подручја је регата "Илустроване политике", која има дугогодишњу традицију и представља једину регату која се сваке године одржава на војвођанском делу Тисе. Регата почиње од Београда и креће се преко Титела, Араца, Бечеја и Новог Бечеја до канала ДТД, па преко канала до Новог Сада. Представља угођај како за наутичаре, тако и за људе који желе провид, авантуру и забаву у лепом природном окружењу. По угледу на регату "Илустроване политике", последњих година организују се и Тителска и Чурушка регата које за сада привлаче много мање учесника, али имају тенденцију да постану значајне наутичке манифестације.

Из наведеног се закључује да је садашње стање развоја наутичког туризма у Шајкашкој добро, али није у складу са потенцијалима за развој и нема одговарајућу стратегију развоја нити управљачку структуру.

## ПЕРСПЕКТИВЕ РАЗВОЈА НАУТИЧКОГ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ

На нашем делу међународног пловног пута Дунавом, постоји само неколико међународних путничких пристаништа - у Новом Саду, Београду, Великом Градишту. Програм развоја наутичког туризма (НТД) је један од 14 приоритетних пројеката Програма привредног развоја Војводине. За циљ има да се развије наутичка инфраструктура и изградне неопходни објекти, привуку инвеститори, да се повеже регион са дунавским речним турама и доведу туристи у Војводину. Пројекат коришћења приобаља реке Тисе је део Програма за изградњу још четири међународна путничка пристаништа на најатрактивнијим локацијама на нашем делу Дунава, од којих је једно и пристаниште на Тиси код Титела. У складу са опредељењима из овог Генералног пројекта, а у циљу заштите и очувања планиране намене простора на обали и акваторији, Општина Тител ће донети Одлуку о условима за коришћење делова обале и водене површине на реци Тиси, а у перспективи и на Дунаву, притокама ових река и деловима каналске мреже ДТД. Овом Одлуком би требало да се регулише планирање и грађење хидрограђевинских објеката, пловних објеката, пристана, сидришта на копненим и воденим површинама које припадају територији општине Тител. Основни садржаји у приобалној зони, дефинисани у Идејном урбанистичком решењу су следећи:

- међународно пристаниште за путничке бродове са пратећим садржајима,
- купалиште,

- пристаниште за Шајке,
- веслачки клуб са коридором за тренинге и такмичења на акваторији,
- мотонаутички клуб са везовима на води и простором на обали,
- риболовачки клуб и
- ауто-камп (Генерални пројекат са претходном студијом оправданости коришћења приобаља реке Тисе блок 68 и дела Тителског брега блок 69 у Тителу).

Уколико дође до реализације пројекта и изградње планираних објеката са свом пратећом инфраструктуром, Шајкашка би са туристичким производом наутичког туризма могла иступити и на међународно туристичко тржиште. Значај наутичког туризма за Шајкашку везује се и за историјска дешавања јер је Шајкашка добила име по броду “Шајка”, па би се и историјска вредност овог брода требала валоризовати и изградити пристаниште за шајке у духу старих времена.



Слика 99. Пристаниште за Шајке

(Извор: Генерални пројекат са претходном студијом оправданости коришћења приобаља реке Тисе блок 68 и дела Тителског брега блок 69 у Тителу).

Будућем развоју треба приступити плански, организовано, уз стручне кадрове, јер наутички туризам у Шајкашкој представља приоритетни туристички производ, који би, уз адекватна улагања, пре свега у материјалну основу и организационо-кадровску структуру, могао да привуче и инострану туристичку тражњу. Оцењује се да овај облик туризма има висок приоритет развоја, садржан пре свега у изузетним природним потенцијалима, али и у чињеници да је наутички туризам у складу са модерном туристичком тражњом и трендовима на туристичком тржишту, као и да се подудара са приоритетним облицима развоја туризма у Војводини.

## СЕОСКИ И САЛАШАРСКИ ТУРИЗАМ

Туризам је једна од делатности која може имати значајан утицај на економску, социјалну, функционалну и физиономску структуру руралног простора. Туризам у руралном простору данас је постао стварност, потреба и жеља туриста, али и носилац и инструмент развоја руралних подручја (Малобабић, 2004, Вујатовић–Закић, Стојановић, 2007, Antonsich, 2009). Рурална средина није више само простор који обезбеђује храну, и не поистовећује се искључиво са аграрном средином (Ploeg, at al., 2000). Локалне руралне средине све више постају места погодна за квалитетан живот различитих категорија становништва (за разлику од средине која је некада напуштана одласком радно-способних људи у град). Поједине локалне средине преузимају функцију места за одмор, рекреацију,

туризам и на тај начин ове и друге функције све више трансформишу сеоске средине у места потрошње, а не искључиво места производње. У таквим условима рурална економија је диверсификована и превазилази границе примарне производње повезујући сектор услуга, туризма, индустрије, руралну и урбану популацију (Богданов, 2007).

## ЛОКАЛНА РУРАЛНА ЗАЈЕДНИЦА И ИНТЕГРАЛНИ РАЗВОЈ

Питање развоја локалних руралних заједница тесно је повезано са проблемима одрживог и равномерног просторног, социо-економског и демографског развоја. Оно добија на значају у настојањима да се спрече постојеће урбаноцентричне тенденције и наглашена економска и демографска поларизација Војводине и целе Србије (Јанковић, 2007). Нажалост, наша замља бележи дугу традицију промашаја у политици регионалног и руралног развоја, у коме је доминација секторских над структурним и просторним критеријумима довела до нерационалног регионалног распореда привреде и становништва и до велике поларизације у нивоу развијености између општина и руралног простора у њиховом окружењу. Рурални простор може да се дефинише као „простор који изворно служи као животни и радни простор пољопривредника, те целокупан обрађени, необрађени и насељени простор изван градова“ (Тодоровић, Штетић, 2009). Појам руралног простора је шири од појма сеоског простора те поред села обухвата и ненасељена подручја у којима је пољопривредна активност некада постојала или и даље постоји, али и подручја која су некад била насељена. Села у таквом простору представљају централне тачке укупног развоја руралних простора. Ова дефиниција у потпуности одређује рурални простор и ако се детаљније сагледа, по њој рурални простор чини сав онај простор ван градских насеља у коме живи сеоско становништво чија је основна делатност пољопривреда. Међутим, још пажљивијим увидом у дефиницију може се видети да ту спада и сав онај необрађени или празан простор који се налази између сеоских насеља и у коме нико не живи, а који се, уз мала улагања, може претворити у рекреативне туристичке просторе и искористити за развој излетничког, руралног и спортско-рекреативног туризма.

За развој туризма у руралним просторима велики значај имају природни ресурси, пре свега рекреативни простори у којима се могу упражњавати различите активности, на копну, води и у ваздуху. Рекреативни просторе у оквиру руралног туризма могу се дефинисати као специфични простори у оквиру руралних средина који омогућавају активно бављење различитим физичким активностима непривредног карактера, а у циљу психофизичког развоја и задовољства учесника у руралном туризму (Тодоровић, Штетић, 2009). У овом смислу би се као рекреативни простори могли издвојити не само простори на тлу и под тлом, већ и ваздух који омогућава низ спортско-рекреативних активности у руралним подручјима.

Рурални простори имају посебно место као предели изузетних вредности, еколошке оазе, традиционалне културе и разноврсности етно-културне баштине. Посебно је важно нагласити значај специфичних облика рељефа и рекреативних простора у руралним подручјима, јер је њихов значај донекле занемарен. Значај ових простора се огледа у повећању атрактивности туристичког производа руралних подручја и повећању квалитета живота локалног становништва и туриста током њиховог боравка.

Основним мотивима за усмеравање туриста ка руралним просторима може се сматрати жеља за боравком у очуваној природној средини и осећај слободе, аутентичности и традиције, што заједно резултира осећајем релаксације и смирености. Ти подстицаји су у супротности са начином живота у урбаним срединама, односно представљају антитезу животу у тим срединама. То чини да је стварна или претпостављена "руралност" битан чинилац који одређује обим и структуру туристичке тражње ка сеоским подручјима, односно да су туристи преваходно мотивисани укупним атрактивностима руралних

подручја а не могућностима да учествују у одређеним активностима (рекреативним и другим).

## ПЕРСПЕКТИВЕ РАЗВОЈА СЕОСКОГ И САЛАШАРСКОГ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ

Сеоски туризам у Шајкашкој има низ специфичности које се морају поштовати при планирању и управљању. Општи циљ планирања и управљања развојем сеоског туризма треба бити стварање равнотеже између тражње и понуде, односно укупних капацитета (просторних и других) у циљу минимизирања конфликта и пуног искоришћавања природних основа за развој туризма, без деградирања животне средине и уз поштовање принципа одрживог развоја. Хетерогеност и сложеност туристичке тражње усмерене према руралним подручјима условљава да и туристичка понуда буде комплексна. Сеоски туризам је карактеристичан по постојању великог броја учесника на страни туристичке понуде, односно у формирању туристичког производа, при чему је највећа заступљеност великог броја малих организација у оквиру приватног сектора, односно самосталних предузетника.

У руралним просторима и насељима Шајкашке постоје потенцијали за развој сеоског туризма, садржани у атрактивностима амбијенталних целина, салашима, традицији, обичајима, мултикултуралности и старим занатима. Села која имају најбоље потенцијале за развој сеоског туризма су Мошорин, село са очуваном амбијенталном целином и легендом о вилама, Шајкаш, са поштовањем етно наслеђа и одрживог развоја, затим Лок и Чуруг. И у осталим насељима Шајкашке, као и у руралним просторима на којима се налазе салаше, постоје одлични потенцијали за развој овог облика туризма. Нажалост, сеоски туризам је слабо развијен а локално становништво још увек на познаје кораке и поступке који могу од ове делатности направити сигуран извор, ако не сталне, онда допунске зараде. Ограничавајући фактор је и то што у Шајкашкој не постоји традиција у развоју сеоског туризма, а комплементарни рецептивни капацитети су некатегоризовани. Истраживање је указало на потребу да се нагласи улога и значај локалне заједнице у креирању туристичке понуде и развоју сеоског туризма у Шајкашкој. Локално становништво у великој мери креира туристичку понуду, нарочито у руралним областима, те је веома важно упутити становништво у основне облике искоришћавања руралних ресурса у туристичке сврхе и организовати систематичну едукацију становништва, кроз коју би се образложио значај и користи које би локална заједница и домицилно становништво имали од развоја туризма (Reed, 1997; Lerner, at al., 2000; Breidenhann at al., 2004; Lee at al., 2008). Потребно је упутити становништво у чињеницу да уређење кућа или соба за прихват туриста може обезбедити прихватљиве изворе прихода, као и да је изградња излетишта и купалишта и уређење стаза и траса за различите спортско-рекреативне активности, значајна за локалну заједницу, а не само за рекреативце, туристе и излетнике. Поред вредновања просторних ресурса и ангажовања људских ресурса, пре свега локалног становништва, али и квалитетне организационо-кадровске структуре, неопходно је да валоризација и уређивање руралних простора Шајкашке буде у складу са одрживим развојем.

Потенцијал је висок, као и приоритет развоја, међутим, без адекватног планирања и управљања, неће бити могући даљи развој сеоског туризма, као квалитетног, интегралног туристичког производа.

Један од најважнијих сегмената у оквиру туристичког производа сеоског туризма јесте бављење туризмом у оквиру пољопривредних домаћинстава (farm tourism). Као део укупног сеоског туризма, овај његов облик може се реализовати кроз обезбеђење смештаја (у распону пословања од малог обима-изнајмљивање слободних соба у кући домаћина, до обимнијег инвестирања у реновирање и модернизовање посебних објеката), опремање кампинг терена, отварање ресторана и продају пољопривредних производа (Попеску,

2008). За сада се туризам у оквиру пољопривредних домаћинстава у Шајкашкој делимично реализује на "Бабином салашу" и у "Етно кући Богојевић".

"Бабин салаш" се успешно бави производњом воћних садница, конзумног воћа и воћних ракија изузетног квалитета. Поред аутентичног амбијента и традиционалне домаће војвођанске кухиње, понуда "Бабиног салаша" обухвата и уређење цвећњака, негу повртњака као и учествовање у храњењу домаћих животиња, печењу ракије и организовање радионица домаћих специјалитета. Организовано је и бављење следећим спортско-рекреативним активностима: јахање коња и магараца, пецање у рибњаку, вожње бициклом, вожње чамцима по Тиси и Јегрички и могућност играња голфа на оближњем голф терену ([www.panacom.eu](http://www.panacom.eu)).

"Етно кућа Богојевић" у Тителу је најбољи пример туризма у оквиру пољопривредних домаћинстава у Шајкашкој. Идеална је за туристе који желе да проведу неколико дана у сеоском амбијенту и живе животом својих предака. Власник Владо Богојевић поседује комплетан алат за столарску, коларску, ковачку, пинтерску, сарачку, поткивачку и ужарску радионицу и циљ му је да оживи старе занате и приближи их туристима и посетиоцима и омогући сваком посетиоцу који изрази жељу да се и сам опроба на делу. Поред старих заната, у "Етно кући Богојевић" се баве производњом домаће ракије, познате "Тителске траварице", зимнице, цемова, хлебова и домаћих војвођанских специјалитета, па посетиоци осим што могу да пробају и купе домаће производе, могу и да учествују у њиховом припремању: да на старински начин припремају ручак, зимницу, пеку ракију, ткају ћилиме, да прославе Божић или било који други празник онако како налажу обичаји и традиција. Заинтересованим туристима ће бити омогућено и да крсте децу или себе у старим крстионицама у етно стилу. Туристима су на располагању чамци за пецање и бицикли за изнајмљивање (Архив општине Тител). За сада "Етно кућу Богојевић" највише посећују излетници и организоване екскурзије.

Етно-музеј и салаше су идеалан мотив за организовање излета и подстицање развоја рурално-излетничког туризма, који би се могао схватити као сегмент понуде стационарног карактера, који поред осталог мотивационо делује на прихватање целокупне туристичке понуде Шајкашке.

Велико интересовање за етно-музеј подстакло је и мотивисало и остало сеоско становништво општине Тител да размишља о могућности прилагођавања сопствених кућа за прихват туриста и посетилаца и тако прошири рецептивну основу овог подручја. Као што је већ напоменуто, квалитет смештајних објеката на посматраном подручју није на задовољавајућем нивоу. Мала заступљеност апартмана и друге врсте смештаја у односу на себе и мала заступљеност виших категорија смештаја говори о релативно ниском квалитету услуге смештаја, што за последицу има ниске цене и низак укупни приход. Поред тога, проблем рецептивне основе у Шајкашкој је недовољан број регистрованих и категоризованих соба и кућа за изнајмљивање у домаћинствима, а рурални туристи би свакако преферирали смештај у аутентичном сеоском амбијенту. Оваква ситуација је структурни проблем, који онемогућава значајнији раст обима пословања у руралном туризму на овом простору.

У комбинацији са валоризацијом заштићених природних подручја и специфичности салаша, сеоски туризам овог простора добија посебан квалитет и визу за улазак у елитно друштво еко-туристичких дестинација, што свуда у свету доноси велики профит, уз одрживо коришћење природних ресурса.

## СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНИ ТУРИЗАМ

Иако се делатност спортског туризма најчешће посматра као појава новијег датума, знатно млађа од самог спорта и туризма, спортски туризам је постао један од савремених мегатрендова у туризму, који последњих година изазива све веће интересовање и доноси

велику добит (Atkinson at al., 2008; Stevenden, at al., 1999; Hinch, at al., 2004; Downward, 2005; Misener, at al., 2006; Weed, Bull, 2004; Weed, 2006; Weed, 2009; Плавша, 2007, Dimeo, 2008). Активан одмор у природном окружењу постао је тренд на туристичком тржишту, па се спортско-рекреативне активности у руралним срединама све више упражњавају а рурална и неурбанизована подручја се кроз осмишљавање и уређење инфраструктуре (пешачких стаза, бициклических стаза, стаза здравља, уређење излетишта и купалишта) користе у туристичке и спортско-рекреативне сврхе. Савремена истраживања везана за спортско-рекреативни туризам у руралним областима ослањају се на могућност повезивања сазнајних метода различитих наука (социологије, психологије, медицине, географије) чиме се добија, у данашње време неопходна мултидисциплинарност.

Теренским истраживањем дошло се до сазнања о просторним и биогеографским карактеристикама Шајкашке и до закључка да је важно нагласити значај специфичних облика рељефа и рекреативних простора у овим руралним подручјима. Шајкашка, као специфичан равничарски простор, располаже са рекреативним просторима међу којима доминирају пешчаре, лесне заравни и лесни платои, као и атрактивне и разноврсне водене површине (посебно се истиче Тиса, Дунав са мрежом канала Дунав-Тиса-Дунав, Јегричка, а затим језера, баре и канали). Ови простори су за сада минимално искоришћени и валоризовани у оквиру руралног и спортско-рекреативног туризма, уз напомену да се планира њихово значајније активирање (Ковачевић, 2009; Kovačević, Stranjančević, Gajić, 2011; Kovačević, Gajić, 2011).

Стратегија развоја туризма Републике Србије каже да „се рурални туризам односи на спектар активности, услуга и додатних садржаја у организацији руралног становништва и базира се на принципима одрживости”. Иако Стратегија идентификује низ активности које захтевају постојање рекреативних простора међу којима издваја лов, риболов, јахање, бициклизам и шетње, приметно је да се више ради о традиционалним него о новим, модерним активностима (падобранство, параглајдинг, змајарење, парасејлинг...) Управо се недостатак употребе природних ресурса у туристичке сврхе за развој производа посебних интереса на домаћем и међународном нивоу наводи као један од основних недостатака српског руралног туристичког производа. Овакво стање на терену би требало променити у корист даљег развоја нових спортско-рекреативних активности, пре свега се мисли на финансијска улагања у инфраструктуру неопходну за развој спортско-рекреативног и излетничког туризма и модернизацију свеукупног руралног туристичког производа. За наведене “модерне” спортско-рекреативне активности неопходно је постојање одговарајуће инфраструктуре, али и професионално особље које ће надгледати или обучавати туристе који желе активно да учествују у спортско-рекреативним активностима (тренери, физиотерапеути, аниматори).

Спортско-рекреативни туризам може бити значајан покретачки фактор развоја руралних подручја Шајкашке, из разлога што се рекреативни простори у руралним подручјима могу искористити у спортско-рекреативне и туристичке сврхе, и на тај начин валоризовати и афирмисати. Сврха искоришћавања рекреативних простора је потреба да се модернизује рурални туризам у Шајкашкој и привуче већи број гостију. У следећем поглављу су презентовани резултати прикупљени теренским истраживањем, а односе се на изучавање стања и перспектива спортско-рекреативног туризма у Шајкашкој као и изучавање рекреативних простора у руралним подручјима Шајкашке, њихову валоризација и улогу у одрживом развоју. Биће објашњено на који се начин ови простори могу уредити, користити и како њима управљати у развоју и промоцији спортско-рекреативног туризма у Шајкашкој.

Захваљујући доброј изграђености материјалне основе неопходне за спортско-рекреативне активности и такмичења, као и великом броју спортских друштава која окупљају такмичаре и одржавају традицију већ дуги низ година, насеља Шајкашке су

домаћини и организатори многобројних манифестација спортско-рекреативног карактера, које доприносе развоју и популаризацији спортско-рекреативног туризма овог простора.



Скица 3. "Традиционалне" и "модерне" активности у руралном туризму  
(Извор:Израдила Б. Ковачевић)

Даље у раду биће приказане врсте спортова који су допринели појави и развоју спортско-рекреативног туризма Шајкашке као и врсте спортско-рекреативних туристичких кретања за чији развој на овом простору постоје реални услови и добре могућности.

#### ГОЛФ КАО ЈЕДАН ОД СПОРТОВА КОЈИ МОЖЕ ДОПРИНЕТИ РАЗВОЈУ СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНОГ ТУРИЗМА У ШАЈКАШКОЈ

У Европи је примећено још од 1930. године да голф пружа подстицај за путовања, а свуда у свету се промовишу независни голф одмори у голф одмаралиштима са најбољим објектима, где часове држе најстручнији професионалци. Шпанска Сунчана обала и Флорида су познате по курсевима голфа (Плавша, 2007).

По угледу на светски позната голф одмаралишта, требало би размотрити могућности имплементације идеје голф курсева и голф одмора и на овом простору и анализирати потенцијале за развој спортско-рекреативног туризма базираног на голфу (Ковачевић, Странђанчевић, 2009). "Голф центар", први отворени голф терен у Србији, налази се управо у Шајкашкој, тачније на територији општине Жабаљ, у најпитомијем делу војвођанске равнице, на обали реке Тисе, у прелепом природном окружењу, а опет на свега 60. минута вожње од Београда и на око петнаест минута вожње од Новог Сада и Зрењанина. Отварањем "Голф центра" створени су сви услови за организовано бављење голфом и у нашој земљи, као и за организовање туристичких "Голф одмора" и курсева.

Свакако не треба заборавити да су голф терени већ дуго станица успешних пословних људи. Како сама игра захтева доста времена, голф терен је идеално место за дружење са клијентима, потенцијалним купцима и људима од утицаја и идеално место ексклузивне промоције за компаније са дефинисаним корпоративним идентитетом и препознатљивим имиџом. Присутност компаније на голф терену представља идеалан предуслов унапређења корпоративне културе, а остварује се уласком компаније у неки од облика партнерских односа са голф центром.

"Голф центар" код Жабља. На простору Шајкашке, у општини Жабал, у приобаљу Тисе, изграђен је први голф терен у Војводини. Свечано је отворен у септембру 2002. године. "Голф центар" се простире на 45 ха уређене травнате површине. У оквиру овог комплекса налази се терен са девет рупа, вежбалиште (driving range) са девет уређених и опремљених тренажних боксова, мини баром и пунктом за изнајмљивање опреме и клуб-хаусом (Clubhouse) са рецепцијом, клупским салоном, чланском канцеларијом и терасом. Удаљен је 100 km од Београда, 30km од Новог Сада, 130km од Суботице и 10km од Зрењанина. Терен је урађен по светским стандардима, почев од дизајна, система за наводњавање (Хунтер), травнатих смеса, па све до природних и вештачких голф препрека (језерца, пешчане препреке, засади, биотоп). Терен је изузетно интересантан и изискује максималну концентрацију и прецизност. Свако ко на овом терену направи своје прве кораке у голфу, моћи ће да се такмичи на било ком терену на свету. (<http://www.golfclubcentar.rs/index.php?page=62&lang=1>).



Слика 100. Лого Голф Центра  
(Извор: [www.golfclubcentar.com](http://www.golfclubcentar.com))

У сарадњи са Голф Асоцијацијом Србије, Голф Центар организује обуку почетника, односно "Голф Академију", коју воде најеминентнији стучњаци из земље и иностранства. Обука се одржава у пријатном амбијенту и намењена је свима који желе да се баве голфом, од почетника до оних који већ имају предзнања о голфу. На академији се уче основне технике игре, голф правила и етика, односно све што је неопходно за добијење "зелене карте" која омогућава игру на било ком светском голф терену. Академија траје 12 часова и почиње сваког понедељка. Обуку може да похађа најмање четири, а највише осам полазника.



Слика 101. Скица терена у "Голф центру"  
(Фото: Б. Ковачевић)

Вежбалиште (Driving Range) се налази у непосредној близини рецепције Клуба. То је место првог сусрета са голфом на коме се уче прве лекције и где чланови "Голф Центра" уз професионалне тренере могу унапредити своју игру и стил.





Слика 102. Вежбалиште у Голф центру  
(Фото: Б. Ковачевић)

Традиционални турнири који се организују у Голф клубу Центар су: “Serbia Open”, “NS Open”, “Summer tournaments – Masters”, “Куп градова”, “Куп пријатељства” као и велики број клубских и корпоративних турнира током целе године. Од оснивања па до данас, у “Голф центру” су задовољни бројем полазника и чланова. Труде се да што професионалније подуче полазнике и да омогуће члановима да унапреде свој ниво игре (Архив Голф центра). На турнирима су, до 2011. године учествовали углавном клубови из Србије, а од 2011. године на турнирима учествује све више клубова из страних земаља: клубови из Словеније, Холандије, Хрватске, Босне и Херцеговине, Румуније, Мађарске, Кореје, Грчке и Швајцарске ([http://www.golfclubcentar.rs/strana\\_vesti\\_1](http://www.golfclubcentar.rs/strana_vesti_1)).

По узору на позната светска голф одмаралишта, могли би се организати голф одмори и у оквиру “Голф центра”, будући да за то постоје сви неопходни услови. Дobar пример светски познатог голф одмаралишта је голф клуб “Ла Манга” (“La Manga Club”), на Коста Бланки у Шпанији. “Ла Манга” је настала по угледу на позната америчка голф одмаралишта. Отворена је 1972. године и данас представља водеће светско голф одмаралиште, које је у власништву Клуба Медитеране ([www.lamangaclub.com](http://www.lamangaclub.com)).

“Ла Манга” је позната као рај за голфере и представља спектакуларно британско одмаралиште у ланцу хотела Хајат. Одмаралиште је направљено тако да може да угости играче свих стандарда, укључујући и почетнике, као и њихове породице (Плавша, 2007).



Слика 103. “Ла Манга” голф комплекс  
(Извор: [www.lamangaclub.com](http://www.lamangaclub.com))

По угледу на “Ла Мангу”, у близини голф центра би се могло отворити и прво голф одмаралиште у нашој земљи. Чарда “Дебели лад” већ послује са голф центром, а у плану је изградња хотелско-апартманског комплекса на обали Тисе, на бачкој страни, непосредно поред терена за голф. Пројекат је урађен и одобрен и обухвата изградњу луксузних

апартмана, базена и тениских терена. Датум почетка радова још није одређен (Архив Голф Центра).

У близини је и излетиште "Тиса", лепо уређено и опремљено, са спортским теренима и угоститељским објектима, па би се могле организовати и друге спортске активности или једноставно уживати у неком од ресторана уз Тису. Идеално би било ако би се реновирали и уредили напуштени салаша у околини "Голф центра". Тиме би се омогућило посетиоцима да уживају у аутентичном амбијенту и упознају изворне вредности овог простора. Док хотелско-апартманско насеље не буде изграђено, голфери који желе дуже да уче или усавршавају своју игру, могу се сместити у чарди "Дебели лад" или у неком угоститељских објеката за смештај у Тителу, Жабљу, Зрењанину или Новом Саду. Љубитељима голфа нуди се дводневни аранжман који обухвата два полупансиона у чарди "Дебели лад" и осам часова обуке голфа. Цена је конкурентна и релативно приступачна (око 50 евра) и истовремено обједињује уживање у голфу са уживањем у аутентичном војвођанском окружењу (Ковачевић, Страњанчевић, 2009; Ковачевић, 2011)

Из наведеног се закључује да Голф Центар сваке године привлачи све већи број домаћих и иностраних такмичара. То су углавном пословни људи, високообразовани, са вишим примањима, те се могу сврстати под категорију елитних спортских туриста. Истраживањем се дошло до закључка да су голф туристи до сада углавном спавали у Новом Саду или Зрењанину, неки чак и у Београду, те се закључује да Шајкашка, као туристичка дестинација, нема одговарајућих рецептивних капацитета нити квалитет услуге који би задовољио ову врсту туристичке тражње. У перспективном туристичком развоју било би неопходно овим туристима понудити смештај у неком од рецептивних капацитета који послују на простору Шајкашке (најбоље би било на салашима) али је пре тога неопходно прилагодити ниво квалитета услуге њиховим захтевима.

Може се закључити да на овом простору постоје сви потенцијали за организовање голф викенда и голф одмора на професионалном терену, под стручним надзором, у аутентичном и очуваном природном окружењу. И поред тога, овакав аранжман не постоји ни у једној туристичкој агенцији у нашој земљи, а претпоставља се да би уз адекватну промоцију и презентацију изазвао велико интересовање.

## ФУДБАЛ КАО СПОРТ КОЈИ ДОПРИНОСИ РАЗВОЈУ ТУРИЗМА У ШАЈКАШКОЈ

Први писани подаци о игри сличној фудбалу потичу из давног кинеског извора. У савременом облику фудбал се јавља средином 19. века у Енглеској, а затим се шири у осталим европским земљама. Фудбалско удружење може оправдано тврдити да је фудбал светска игра која је у највећој мери међународна, јер се игра и гледа редовније од било ког другог спорта (Плавша, 2007).

Познато је да је фудбал један од најгледанијих, најпопуларнијих и најплаћенијих спортова на свету, који прати велики број спортских туриста. Чак и локални турнири и такмичења у овом спорту изазивају велику пажњу и привлаче знатан број посетилаца.

Фудбал је веома популаран и омиљен спорт и у насељима Шајкашке, а у прилог томе говори чињеница да у сваком од 14 насеља Шајкашке постоји фудбалски клуб и фудбалски терен.

Омладински фудбалски клуб "Југовић" из Каћа основан далеке 1912. године, убраја се међу најстарије фудбалске и уопште спортске колективе у земљи и један је од ретких који поседује оригинални документ о оснивању. Данас се клуб такмичи у првој Војвођанској лиги (трећи степен такмичења) и може се похвалити добро уређеним спортским центром "Сигет" и изузетно добрим условима за тренирање, квалитетним радом и стручним кадровима, а све то доводи до бољих резултата и популаризације фудбала у насељу (Архив ОФК "Југовић").



Слика 104. Спортски центар Сигет- стадион ОФК Југовић из Каћа  
(Фото: Б. Ковачевић)

Клуб се посебно поноси организацијом Новогодишњег турнира у малом фудбалу, који је током јануара 2007. године одржан по 24. пут, чиме се уз "Дневников" турнир у Новом Саду убраја међу најстарије у Србији. Меморијални турнир за кадете "Живко Кондић" карактерише долазак екипа из Србије али и из околних земаља, што је показатељ да ова спортско-рекреативна манифестација излази из регионалних оквира и добија међународни карактер ([www.kac.rs](http://www.kac.rs)).

Фудбал се и у Чуругу играо 1914. године, а вероватно и раније, само што не постоје званични писани подаци. Фудбалски клуб "Трговачки" из Чуруга основан је 1925. године, а 1926. мења име у "Хајдук" и то име је фудбалски клуб из Чуруга задржао и до данас. Данас се "Хајдук" такмичи у међуопштинској лиги Тител-Жабалњ.



Слика 105. Мини пич терен у Шајкашу

(Извор: <http://www.opstinatitel.rs/latinica/clanak.php?r=br-27/Otvoren-mini-pi%C4%8D-teren-u-%C5%A0ajka%C5%A1u.html>)

Што се тиче услова за даљи развој овог спорта у Чуругу, треба напоменути да је фудбалски терен у релативно лошем стању, недостају неопходни реквизити а управа и организација клуба су на незавидном нивоу. Уз одговарајућа улагања, првенствено у обнову терена и прибављање реквизита, један од најстаријих фудбалских клубова Шајкашке поново би могао да заузме место на врху табеле ([www.curug.info](http://www.curug.info)).

Шајкаш је познат по фудбалском клубу "Борац" који уз успоне и падове постоји од 1925. године, а данас се такмичи у другој војвођанској лиги. Спортско-рекреативни комплекс ФК "Шајкаш" је у солидном стању, са релативно добро одржаваним фудбалским тереном, али су неопходна улагања у пратеће објекте и помоћне просторије. У управи клуба су задовољни постигнутим резултатима, а уз одговарајућа улагања у инфраструктуру услови рада би били знатно олакшани, што би свакако дало и боље резултате (подаци добијени у управи ФК "Шајкаш"). У Шајкашу је 2010. године изграђен и званично отворен први Мини пич терен у Шајкашкој. Овај вишенаменски терен се добро одржава и често користи, и то свакако доприноси развоју спорта, правилном усмеравању омладине али и организацији спортских такмичења и манифестација, а самим тим и развоју спортско-рекреативног туризма на овом простору.

Фудбалски клуб „Тител“ из Титела основан је 1912. године и такмичи се у Међуопштинској фудбалској лиги „Тител-Жабал“. Има одличне услове за рад и постиже солидне резултате. У ФК "Тител" проблем не представљаја инфраструктура, него лоша управљачка и организациона структура (Архив ФК "Тител").

Поменути клубови имају најбоље услове за развој спортско-рекреативног туризма Шајкашке, који се огледају у инфраструктури, управљачкој структури и броју полазника.

Најстарији фудбалски клуб Шајкашке био је "Шајкаш" из Ковиља основан давне 1908. године. Нажалост, "Шајкаш" је фудбалски клуб који се после 104 година постојања 2012. године угасио, односно престао активно да се такмичи. Разлог гашења су велика дуговања и лош рад неколико последњих управа.

Међу најтрофејнији фудбалске клубове Шајкашке спадају и "Тител" из Титела, "Бачка" из Ђурђева и "Милетић" из Мошорина. Клубови шајкашких насеља су чланови Међуопштинског фудбалског савеза Тител-Бечеј-Врбас и такмиче се на том нивоу са више или мање успеха ([www.opstinatitel.rs](http://www.opstinatitel.rs)). Терени у овим клубовима нису на задовољавајућем нивоу, али могу бити база за развој омладинског спортско-рекреативног туризма.

Посебно треба напоменути да у свим клубовима постоје школе фудбала за малишане које бележе сваке године све веће интересовање и велики број полазника. Само каћки "Југовић" сваке године у школу фудбала упише око 200 деце ([www.kac.rs](http://www.kac.rs)).

Најинтересантнија манифестација везана за фудбал која се одржала у Шајкашкој је "Отворена забавна школа фудбала" коју по источноевропским земљама организују UEFA и фудбалски савези скандинавских земаља, а која је у августу 2008. године организована у општинама Темерин и Жабал. Манифестација је трајала пет дана, а последња два дана домаћин манифестације је била општина Жабал и стадион фудбалског клуба "Бачка" у Ђурђеву. Учествовало је 200 малишана нижих разреда основних школа и то оба пола. По завршетку такмичења сваки учесник је добио на поклон маицу, качкет и беџ, а многобројни реквизити и две стотине фудбалских лопти је подељено фудбалским клубовима и школама са територије ових општина. Отворену забавну школу фудбала посетили су представници најпознатије руске академије фудбала "СКА" из Ростова и изразили одушевљење радом и организацијом фудбалских школа са ових простора ([www.opstinazabalj.rs](http://www.opstinazabalj.rs)).

Из свега наведеног може се закључити да фудбал у Шајкашкој има дугу традицију, да га прати велико интересовање, посећеност и чак манифестације међународног карактера, те да се може уврстити у омиљене спортове становника Шајкашке. Играње и гледање фудбала захтева одређене способности и знања, остварује економске ефекте и привлачи велики број навијача. Фудбал је спорт који можда у највећој мери доприноси развоју и

утемељавању спортско-рекреативног туризма овог простора и захваљујући солидној инфраструктури, стручним кадровима и талентованим младим спортистима може привући велики број активних и пасивних спортских туриста и допринети значајнијем развоју спортско-рекреативног туризма Шајкашке. Као што је већ напоменуто, неопходна су, бар минимална улагања у инфраструктуру, поготово у мањим насељима Шајкашке (Гардиновци, Лок, Мошорин), где су фудбалски терени и квалитет рада на незавидном нивоу.

#### РУКОМЕТ КАО ЈЕДАН ОД СПОРТОВА КОЈИ МОЖЕ ДОПРИНЕТИ РАЗВОЈУ СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНОГ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ

Модерни рукомет настао је крајем 19. века у Данској, и одатле се раширио у Шведску, Немачку и остале земље Европе. У нашој земљи рукомет се појављује тридесетих година 20. века (Плавша, 2007).

То је спорт који се радо гледата. Предност рукомета је у томе што се игра у затвореној хали, па самим тим утакмице и турнири могу да се играју током целе године, а то позитивно делује на развој спортско-рекреативног туризма, нарочито са аспекта продужења сезоне (и ван сезоне излетничко-рекреативних кретања).

Најстарији рукометни клуб у Шајкашкој основан је 1954. године у Чуругу, у оквиру спортског друштва "Партизан". Од 1960. године клуб носи име "Хајдук" и од тада па до данас одиграо је много пријатељских и међународних утакмица, са веома јаким и цењеним противницима. Такмичи се у Војвођанској лиги, где је углавном позициониран на врху.

Најтрофејнији рукометни клуб Шајкашке је "Југовић" из Каћа. Основан је 1956. године под називом "Младост" и одмах по оснивању клуб се укључио у редовна такмичења у новосадском срезу. После четири године, екипа се пласирала у Бачко-Сремску зону и променила име у "Југовић". Клуб се такмичи у Првој лиги и био је учесник европских клупских такмичења, вицешампион Европе у конкуренцији кадета и победник европског Челенџ купа.



Слика 106. Рукометна хала у дворани "Светосавски храм"  
(Извор: [www.balkan-handbal.com](http://www.balkan-handbal.com))

Клуб има 100 активних чланова, и познат је као рукометна академија. Што се тиче инфраструктурних предуслова, клуб има одличне терене и сву неопходну инфраструктуру ([www.rkjugovic.rs](http://www.rkjugovic.rs)).

Треба поменути и остале рукометне клубе са овог простора - рукометни клуб "Тител Џон Дир" који је у врху друге мушке рукометне лиге, РК "Ковиљ" из Ковиља, РК "Жеља"

из Жабља и РК "Партизан" из Будисаве. Сви наведени клубови такмиче се у Војвођанској лиги и из године у годину постижу све боље резултате.

Инфраструктурни услови за развој рукомета нису на задовољавајућем нивоу. Многи од поменутих клубова који постижу одличне резултате ("Хајдук", "Тител Џон Дир") немају одговарајуће хале за тренинг па стога морају да путују у околна места на тренинге и утакмице (Каћ), а лети тренирају на отвореним, осветљеним теренима у дворишту школа. Без обзира на отежане услове рада, рукометаши и управе поменутих клубова су задовољни својим радом и успесима, а хале су пуне навијача, за које је обезбеђен превоз на утакмице (Архив РК "Тител Џон Дир").

Рукомет, као један од спортова који се воли и негује у насељима Шајкашке такође би могао допринети развоју спортско-рекреативног туризма на овом простору. Познато је да рукометне утакмице привлаче велики број гледалаца, а посебно су занимљиви доласци екипа из других градова на турнире. У спортској дворани "Храм" у Каћу одржана је утакмица квалификација за Европско првенство између Србије и Луксембурга. Утакмицу је пратило 2.500 гледалаца, углавном становника Каћа, Ковиља и Будисаве, али је стигло и око 20 навијача из Луксембурга. Ова утакмица је један од многобројних примера да спорт покреће пасиониране навијаче да пређу велике раздаљине како би учествовали или посматрали спортски догађај и доказ да спортско-рекреативни туризам може бити битан покретачки фактор развоја туризма, који поред осталог мотивационо делује на прихватање целокупне туристичке понуде одређеног подручја.

Још једна спортско-рекреативна манифестација привукла је велики број посетилаца у Шајкашку – то је завршни турнир рукометног кампа "Растимо", одржан у августу 2008. године у Будисави. Рукометни камп "Растимо" представља јединствени рукометни бренд код нас, у Европи и свету и заузима лидерску позицију у раду са младим рукометашима. Концепција рада кампа базира се на перманентним истраживањима рукомета код нас и у свету уз уважавање општих принципа стручно-техничког рада.



Слика 107. Амблем рукометног кампа "Растимо"

(Извор: [www.rastimo.org](http://www.rastimo.org))

Основни циљ тимског рада у кампу "Растимо" је да се млади рукометаши оспособе за принципе играња и понашања у спровођењу постављених задатака. Реализатори програма стручног рада су истакнути стручњаци, проверени и признати тренери, иза којих стоје врхунски резултати у стварању рукометаша и вођењу шампионских екипа, као и репрезентативних селекција бивше Југославије.

Камп "Растимо" организује се од 1995. године у градовима Србије. Последњи камп, четрнаести по реду, одржао се у Свилајнцу у јулу 2008. године, а завршни турнир чланова селекција 14. кампа "Растимо" одржао се у августу 2008. године у спортској хали у Будисави, организован у сарадњи са основном школом "Иво Андрић" из Будисаве. На турниру су изабране мушке и женске селекције по узрастима и категоријама, које ће представљати камп на турнирима и такмичењима у земљи и иностранству ([www.rastimo.org](http://www.rastimo.org)).

Успешна реализација турнира кампа "Растимо" у Будисави је доказ да на овом простору постоје одличне могућности за организовање кампова за децу. Требало би организовати квизове знања, трибине са темом екологије, пешачења у природи и разне спортске активности такмичарског карактера, али и посветити пажњу неговању традиције, креативног стваралаштва и организовању еколошких и етнолошких изложби, радионица и еко-акција на уређењу и заштити природне средине

Уз добру организацију, добар маркетинг и минимална улагања, кампови за децу би могли допринети и развоју спортско-рекреативног и едукативног туризма стационарног карактера. На овом простору постоји задовољавајућа материјална основа која је неопходна за развој овог вида туризма, само је потребно осмислити квалитетан програм и окупити стручне кадрове вољне да се посвете организацији и реализацији дејих спортских кампова у насељима Шајкашке.

#### ВЕСЛАЊЕ КАО ЈЕДАН ОД СПОРТОВА КОЈИ МОЖЕ ДОПРИНЕТИ РАЗВОЈУ СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНОГ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ

Веслање је појединачни и екипни спорт на води, у којем појединац или више њих који се налазе у чамцу покрећу чамац у којем седе снагом својих мишића преко полуца која се зову веслима. Весла су дугачке полуге која на једном крају имају рукохват, док други крај који је шири и плоснатији (лопата) улази у воду. Веслачка такмичења зову се регате. Веслање је стандардни олимпијски спорт, а врло је популаран и као академски спорт, посебно раширен на универзитетима у Великој Британији и САД. Веслање је познато још од најстаријих времена. Прва веслачка такмичења одржана су 1315. године у Венецији, а модеран веслачки спорт настао је у Енглеској у 18. веку (Standeven, De Кнор, 1999).

На просторима који су богати воденим површинама и у којима воде представљају туристички ресурс, спортови на води се неизоставно повезују са спортским и рекреативним туризмом и забавом. Шајкашка је један од простора на којима разноврсне водене површине представљају потенцијал за развој туризма, те веслање као један од спортова на води може допринети развоју спортског и рекреативног туризма на овом простору.

У Шајкашкој активно послују два веслачка клуба – веслачки клуб "Тиса 2001" из Титела и веслачки клуб "Чуруг" из Чуруга.

Први веслачки клуб у Тителу основан је 1885. године под називом "Веслачки и регата клуб". Данашњи клуб одражава традицију овог спорта. Државно првенство у веслању одржава се сваке године по традицији на Тиси у Тителу. Веслачки клуб "Чуруг" је основан августа 2003. године као удружење грађана, а месец дана касније примљен је у веслачки савез Србије.

Основни циљ клуба је популаризација овог спорта у селу и околним насељима код деце школског узраста. Клуб се из године у годину све више развија и постиже значајне резултате на државним такмичењима. Организатор је традиционалне "Чурушке регате", а у плану је и организација веслачких регата регионалног и републичког ранга (<http://www.curuskaregata.com/sekcije.php?r=sbr-1/Vesla%C4%8Dki-klub%C4%8Curug.html>).



Слика 108. Амблет веслачког клуба Тител

(Извор: [www.rtv.rs](http://www.rtv.rs))

Слика 109. Учесници "Чурушке регате"

Тиса код Титела и ревер Стара Тиса у Чуругу представљају савршене терене за организовање веслачких регата као и за припреме веслача за такмичења. Репрезентативци Србије су се у јуну 2008. године припремали у Чуругу на Старој Тиси за светско првенство у веслању, које је одржано у Браденбургу. Захваљујући одличном терену, чистој води и ваздуху и мирном месту које пружа идеалне услове за рад, Стара Тиса је омиљено место припрема бројним репрезентативцима. На ревиру се налази хангар који користе репрезентативци и чланови веслачког клуба "Чуруг". Руководећи људи из веслачког савеза оценили су овај ревер као идеално место за припреме (<http://www.curuskaregata.com/sekcije.php?r=sbr-1/Vesla%C4%8Dki-klub%C4%8Curug.html>).



Слика 110. Детаљ са "Чурушке регате"

(Извор: <http://www.curuskaregata.com/modul.php?r=name-slike/file-index/>)

Веслање у Шајкашкој има најдужу традицију од свих спортова, али веслачки клубови на овом простору нису у континуитету постојали од дана оснивања па до данас. Било је много прекида, успона и падова, али у последње време веслање постаје све популарнији спорт, поготово за становнике Титела и Чуруга, где и постоје идеални природни потенцијали за развој и усавршавање младих веслача као и стручни и одговорни кадрови. Припреме државних репрезентативаца и веслачка регата, која се сваке године традиционално одржава у Тителу и представља манифестацију регионалног значаја, доказ су да веслање представља спорт који у великој мери доприноси развоју спорто-



рекреативног туризма Шајкашке. Уколико би се у будућности наставио позитиван тренд пораста интересовања за веслање на овом подручју, веслачки клубови у Тителу и Чуругу могли би организовати државна такмичења али и летње школе веслања, предвођене стручним кадровима, и на тај начин допринети популаризацији овог спорта на ширем подручју, а самим тим и афирмацији и презентацији сопствене туристичке понуде.

## ЈАХАЊЕ

Коњарство и коњички спорт су од давнина заступљени на простору Шајкашке, јер је у прошлости живот без коња био незамислив: коришћени су при обради земљишта, транспорту и скоро свако дамаћинство имало је бар једног коња. Стога је до данас остала љубав према коњима, али сада више као кућним љубимцима.

На простору Шајкашке постоје коњички клубови у Ђурђеву, Жабљу, Чуругу, Тителу и Ковиљу.

Најстарији коњички клуб са простора Шајкашке је коњички клуб "Победа" из Ђурђева, који је формиран 1952. године. Уз краће паузе клуб је егзистирао до 1994. године, када је реактивиран и обновљен и када је почела изградња хиподрома на "Белој Бари".

Коњички клуб "Бачка" из Ђурђева основан је 2000. године. Окупља љубитеље овог спорта, узима учешће на многим такмичењима широм Србије и организује своје манифестације. Најпосећенија манифестација у организацији овог клуба је "Фијакеријада" у Ђурђеву, у којој сваке године учествује преко 30 запрега и прати је око 500 посетилаца ([www.djurdjevo.rs](http://www.djurdjevo.rs)).

Скупштина општине Жабал има у плану да инвестира у обнову и проширење старог хиподрома у Жабљу на којем су се раније одржавале познате коњичке трке. Нови хиподром би задовољавао све потребне услове савременог коњичког спорта у погледу дужине и квалитета стаза и свих потребних пратећих објеката. Тиме би се ова општина добила спортски објекат, који би у великој мери потпомогао развоју још једног вида спортског туризма на овом простору (Архив општине Жабал).



Слика 111. Амблем коњичког клуба Бачка Ђурђево  
(Извор: [www.djurdjevo.rs](http://www.djurdjevo.rs))

Од времена када је човек први пут почео да користи коње у спорту, до данас, развиле су се бројне спортске дисциплине, са тенденцијом појаве нових, још атрактивнијих и узбудљивијих. Спортско и дресурно јахање су спортске дисциплине које су најзаступљеније у школама јахања, а којима се баве и у Ђурђеву, Жабљу и Тителу. Од коњичких манифестација на овом простору, поред поменуте "Фијакеријаде" у Ђурђеву, организује се "Фијакеријада" у Каћу, манифестација "Коњи долмом јуре" у Тителу, трке коња у Жабљу, и бројна такмичења на хиподрому "Беле баре"

Код Војвођана је јахање коња део традиције. За Божић и Ускрс јашу се неупрегнути коњи и парадирaju кроз села. Овај обичај и данас живи и не треба га заборавити, јер

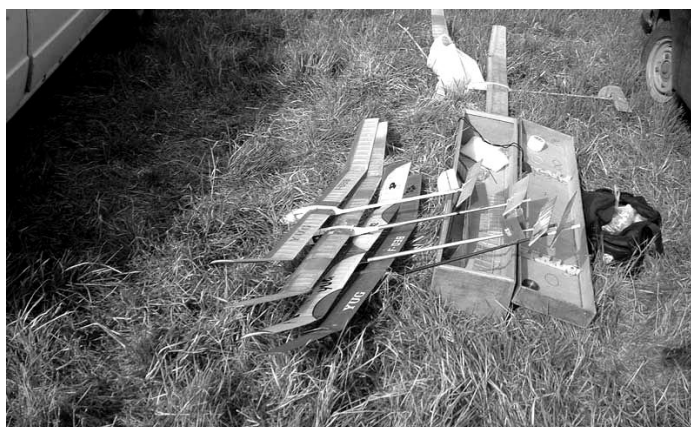
поседује високу атрактивност и занимљив је великом броју туриста и посетилаца. Организовање коњичких трка и такмичења увек привлачи велики број учесника и посматрача и свакако представља релевантан фактор развоја спортско-рекреативног туризма. Поред јахања у школама јахања у поменутиим Шајкашким насељима, јахање се може промовисати и популаризовати и у оквиру спортско-рекреативних активности на салашима. Велики број салаша је у своју понуду већ уврстио јахање ("Бабин салаш", "Салаш 84").

**Одмори са јахањем** данас постају све популарнији, било да су потпуно коњички за праве ентузијасте, или да се време проведено на коњским леђима претвара у итинерер општијег одмора. Одмори са јахањем се сврставају у две широке категорије: приколишни, који подразумевају и ноћење уз пут, или пак као излети (Плавша, 2007).

Лепо би било када би се оваква врста одмора организовала у Ђурђеву или Тителу. Туристи би могли да бирају између школе јахања, у трајању од недељу дана, са обезбеђеним ноћењем у једном од реновираних салаша или "Етно-кући Богојевић", или би долазили на једнодневне излете и успут учили јахање. Могао би се организовати обилазак насеља Шајкашке на пониима, а јахало би се старим, колским путевима који су раније повезивали ова насеља. Уз јахање би се могли обилазили стари салаша, на којима би се правиле паузе да се одмори и попије чаша хладне воде из чувеног бунара са ђермом. За туристе који не желе да се одреде за јахање, требало би организовати вожње кочијама кроз Шајкашка села, а зими би коњи вукли саонице. Овакав вид спортско-рекреативног туризма, засигурно би био интересантан великом броју туриста.

#### ЗМАЈАРЕЊЕ КАО ЈЕДАН ОД СПОРТОВА КОЈИ МОЖЕ ДОПРИНЕТИ ПОПУЛАРИЗАЦИЈИ ШАЈКАШКЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ

Тителски змајари и аероделари су чувени и на просторима бивше Југославије. Аероклуб "Тител" је најуспешнији и најтрофејнији спортски клуб на подручју Титела у коме данас раде врсни такмичари и репрезентативци Србије.



Слика 112. Детаљ са пролећног мини купа 2003. године у Книћанину  
(Извор: [www.aeroklubtitel.tripod.com](http://www.aeroklubtitel.tripod.com))

Клуб су основали ваздухопловни ентузијасте 1939. године и од тада до данас клуб ради и ствара нове заљубљенике у овај спорт. Захваљујући раду аеро-клуба, посетиоцима је омогућено да посматрају или пак да сами учествују у такмичењима која представљају прави спектакл ([www.aeroklubtitel.tripod.com](http://www.aeroklubtitel.tripod.com))

Традиционално се одржава сусрет змајара на пољопривредно-спортском аеродрому "Книћанин", који се налази у непосредној близини Титела. Ова манифестација сваке

године окупља многобројну публику за коју се организује панорамско летење, уз пријатно дружење, свирку Тителских тамбураша и срнећи паприкаш ([www.aeroklubtitel.tripod.com](http://www.aeroklubtitel.tripod.com))

Идеалне климатске прилике (повољна облачност, повољни ветрови), морфологија терена а уз све то и стручно обучени кадрови пружају идеалне услове за развој овог спорта и подизање на много виши ниво квалитета.

## ПАРАГЛАЈДИНГ, ПАДОБРАНСТВО И ЕКСТРЕМНИ СПОРТОВИ

За велики број спортских туриста падобранство и параглајдинг представљају велики изазов. На простору Шајкашке, поготово у општини Тител, постоје одлични природни предуслови за развој ових спортова, али и стручни кадрови и основни инфраструктурни предуслови.

Моторни змај је изузетно атрактиван туристима жељним нових искустава и узбуђења. Брзина лета је у просеку између 70 и 140 km/h на висини од пар стотина метара изнад терена. Представља летелицу погодну за све подлоге: додавањем скија, летелица се користи при снежним условима, а монтирањем пловака или чамца, безбедно слеће и на водене површине ([www.airban.rs](http://www.airban.rs))

Љубитељи овог спорта сматрају да је Тителски брег "Рај за летаче" и на брегу код Шајкаша често се окупљају чланови из параглајдинг клубова широм Србије и такмиче се у разним дисциплинама (такмичење у најдужем падинском једрењу, такмичење у прецизном слетању на циљ) (Архив аероклуба "Тител").

Познато је да се у тителским амбарима често могу видети "паркирани" моторни змајеви, па их стога треба искористити и на прави начин презентовати публици и туристима. Организовањем разних такмичења, како на копну тако и на воденим површинама, може се привући велики број учесника, али и посетилаца, јер посматрање моторних змајева у лету поседује висок степен атрактивности. У Тителу се организују вожње моторним змајевима и љубитељима авантуре и спорта на располагању је летење моторним змајевима и доживљај Титела и Тисе из птичије перспективе.

Параглајдинг је још један од спортова који може допринети перспективи и развоју спортско-рекреативног туризма Шајкашке. Аероклуб "Тител" се за сада бави само ваздухопловним моделарством, али у скоријој будућности планирају да прошире своју делатност на параглајдинг и падобранство, и на тај начин допринесу садржајнијој понуди спортско-рекреативних активности на овом простору.

Уз минимална улагања, првенствено у организациону структуру, маркетинг и проширење делатности аероклуба "Тител", Тителски брег би могао постати исходиште за велики број љубитеља екстремних спортова.

**Бизиклизам, екстремни спортови и авантуристички одмори** у последње време постају све популарнији Србији. Свака организација и такмичење чине пионирске покушаје у популаризацији и даљем развоју ових видова активности. Од екстремних спортова у Србији најзаступљенији су: сплаварење, кајакарење, триатлон, слободно пењање (free climbing), летење змајем (hang gliding), параглајдинг, падобранство и скок са еластичним канапом (bungee jump). Као што је већ напоменуто, у Тителу постоји могућност организовања параглајдинга и змајарења за туристе као и организовања тандем падобранских скокова на аеродрому у Книћанину. На Тиси постоје могућности за организовање парасејлинг вожњи (parasailing) које су спој падобранства, параглајдинга и једрења. У сарадњи са аероклубом из Титела могле би се организовати школе параглајдинга и змајарења као и парасејлинг на Тиси, а за појединце који нису заинтересовани да се сами упусте у авантуру организовале би се вожње са инструкторима. Постојање организованих екстремних спортова за туристе привукло би велики број младих људи жељних изазова и засигурно допринело популаризацији Шајкашке.



Слика 113. Змајарење изнад Титела  
(Извор: [www.aeroklubtitel.tripod.com](http://www.aeroklubtitel.tripod.com))

Из анализе и обраде спортова који могу допринети развоју спортско-рекреативног туризма овог простора, може се уочити да у Шајкашкој постоји заиста импозантан број спортских друштава и клубова, који постижу добре резултате на државним и међународним такмичењима и организатори су разних спортских манифестација и такмичења.

Многи спортски догађаји и манифестације које се организују на овом простору су прилично скромни и укључују свега неколико стотина посетилаца и гледалаца, али то не значи да им се треба посветити мања пажња. Спортске манифестације које се традиционално одржавају из године у годину, без обзира на обим посећености, значајно доприносе развоју привреде и презентацији подручја, на тај начин што привлаче бројне медије и спонзорства и доприносе продавању спортских реквизита, клубске робе и разних сувенира, а истовремено доприносе популаризацији спорта, здравог живота, дружења и промовишу Шајкашку као туристичку дестинацију са богатим спортско-рекреативним садржајима.

## ОДМОРИ СА ВИШЕ СПОРТСКИХ АКТИВНОСТИ

Одмори са више спортских активности су они одмори код којих је главна намера да се упражњава неколико спортских активности. Ово нуде спортски кампови, луксузнији клубови, спортски курсеви и хотели са спортским објектима и вежбаоницама. Неки облици авантуристичког туризма су такође одмор са више спортских активности (Плавша, 2007).

Када се сагледају могућности за развој различитих спортско-рекреативних активности за које у Шајкашкој постоје реални природни потенцијали и неопходна материјална основа, долази се до закључка да на овом простору постоје одличне могућности организовања одмора са више спортских активности.

Клуб Медитеране је један од најпознатијих кампова заснован на клупској формули, који се бави организовањем одмора са више спортских активности. У оквиру клуба је 98 села у

40 земаља на свих пет континената. Сва села Клуба смештена су на прелепим локацијама и нуде туристима не само бројне активности, већ и разноврсну кухињу (Плавша, 2007).

По узору на Клуб Медитеране, у насељима Шајкашке би се могли организовати одмори са више врста спортских активности и спортски кампови. Насеља која поседују најреалније потенцијала за организовање овакве врста одмора су Тител, Каћ и Жабал, јер испуњавају све неопходне услове који се односе на атрактивност природних и антропогених вредности, као и на изграђеност инфраструктуре неопходне за реализовање овакве врсте одмора.

Кампови не би морали бити затвореног типа, као у Клубу, него би туристи могли бити смештени у хотелу, на салашима или сеоским домаћинствима, и сваки дан би имали организовано неколико врста спортско-рекреативних активности, од којих би могли да одаберу ону која њима највише одговара. Пешачење, вожња бициклом, спортови на води, вожња чамцима, пецање, лов, фото-сафари, јахање, вожња запрежним колима, радови у пољу или радови у радионици старих заната - све су то активности које се могу понудити потенцијалним туристима жељним рекреације и активног одмора. Сврха одмора са више спортских активности у руралном окружењу је да се туриста рекреира и обнови енергију неопходну за обављање свакодневних активности и да се окрене потпуно другачијем начину живота и доживи ново окружење на релаксирајући начин. Одмори са више спортских активности могу подразумевати спортске кампове, дијететско-рекреативне програме, антистрес програме итд.

Ретки су простори који поседују толико природних потенцијала за обављање најразличитијих спортско-рекреативних активности, а где је притом и изграђеност материјалне основе на задовољавајућем нивоу, па би била велика штета не искористити потенцијале и пропустити шансу да подручје Шајкашке постане познато спортско-рекреативно и излетничко подручје са организованим туристичко-рекреативним садржајима и активностима.

## **МОГУЋНОСТИ ЗА РАЗВОЈ СПОРТСКОГ РИБОЛОВА НА ВОДАМА ШАЈКАШКЕ**

Разноврсне водене површине на територији Шајкашке одувек су пружале повољне услове за живот различитих рибљих врста. На риболовним теренима, барама и каналима одвија се спонтано риболов, а риболовци и љубитељи природе бораве на водама Дунава, Тисе и Јегричке током свих месеци када је риболовачка сезона. Организовани риболов овде има дугу традицију, а томе у прилог говори и чињеница да на овом простору већ више од двадесет година постоји удружење спортских риболоваца. Даље у раду биће анализирани најразвијенији и најперспективнији риболовни локалитети Шајкашке, разврстани по општинама којима припадају.

### **СПОРТСКИ РИБОЛОВ НА ВОДАМА ТИТЕЛСКЕ ОПШТИНЕ**

Најповољнији локалитети за риболовни туризам и спортски риболов у тителској општини су риболовни терени око Гардиноваца и Мошорина који представљају прави рај за пецароше и већ су уврштени у туристичку понуду тителске општине. Део Тисе од Дрвеног Вира (28. km) до Мошорина (21. km) спада у најбогатије риболовне воде речних токова војвођанских река. На 28. km могу се печати све врсте крупне рибе, а на потезу од 21. до 24. km десне обале постављени су пањеви и уређени терени за риболов, па се ретко ко од риболоваца враћа без улова. За пецање на овим теренима потребна је дозвола риболовачког савеза Војводине. Ови локалитети имају најповољније услове, чак и за организовање иностраног туризма, док сви остали локалитети на каналима, барама и

језерима имају услове за развој спортско-рекреативног туризма за домаће риболовце (Архив општине Тител).



Слика 114. Манифестација "Златни котлић"  
(Извор: [www.opstina-titel.rs](http://www.opstina-titel.rs))

Удружење спортских риболоваца "Караш" из Титела представља најстарије удружење спортских риболоваца у Шајкашкој. Бави се организовањем спортског и туристичког риболова, као и разних такмичења у пецању рибе и справљању рибљих специјалитета. Пецање се врши према правилнику о вршењу спортског риболова и дозвољено је само уз годишњу или дневну дозволу купљену у удружењу спортских риболоваца у Тителу (Подаци добијени у удружењу спортских риболоваца "Караш").

У Мошорину се налази рибњак Тима, који је један од најсавременијих приватних рибњака у Војводини. Налази се поред Тителског брега, и простире се на површини од 40 ha и успешно послује од 1987. године. Снабдева се водом из мелирационих канала спојених са Тисом, а у зависности од потребе, укључују се пумпе које директно пумпају воду из Тисе. Рибњак се бави производњом рибље млађи, једногодишње, двогодишње и конзумне рибе: амур, шаран, толстобик, сом и смуђ ([www.ribnjak-tima.rs](http://www.ribnjak-tima.rs)).



Слика 115. Рибњак "Тима"  
(Извор: [www.ribnjak-tima.rs](http://www.ribnjak-tima.rs))

Рибњак "Тима" је одавно на гласу међу рибарима. Са савременим технолошким поступцима, бистром водом и здравом млађи одавно привлачи велики број рибара и спортских риболоваца. Из свега горе наведеног, може се закључити да на водама у тителској општини постоје сви услови за унапређење и даљи развој спортског и туристичког риболова.

## СПОРТСКИ РИБОЛОВ У КАЋУ И КОВИЉУ

**Риболовно-рекреациони центар – језеро "Црни вир"** налази се на самом улазу у Каћ из правца Новог Сада. "Црни вир" представља некадашњи рукавац Дунава. Дунав је мењајући свој ток оставио мало, али богато и довољно дубоко језеро за неометани развој шарана. Језеро је обрасло трском, која је на појединим деловима одсечена како би се омогућио неометан приступ риболовцима. Риболов је дозвољен само на једној страни језера, док је друга страна обрасла дрвећем и растињем које се надвија над водом и представља прави рај за боравак шарана и амура.

На језеру је формирано 18 позиција за пецање. На свакој позицији се налази дрвена платформа која омогућава удобнији риболов, јер је обала изузетно стрма. На обали се налази специјално адаптирани објекат у којем се риболовци могу ојачати или ако је хладно угрејати. Око главног објекта формиране су тршчане колибице, које у летњим врућинама праве хладовину. У језеру се налазе изузетно крупни примерци шарана (до 21 kg), амура, штуче, бабушке, нешто деверике и толстобика, што значи да за сваког риболовца има по нешто. Организује се и ноћно пецање ([www.crnivir.rs](http://www.crnivir.rs)).

Црни вир, изузетно богат крупним шараном, постао је омиљено место великог броја пецароша из целе Србије али и из иностранства. Успешно послује већ 11 година (од 1997. године) и може се похвалити великим бројем чланова и посетилаца. Пецање се врши према правилима о вршењу спортског риболова, уз неопходну годишњу или дневну дозволу.

На језеру се организују такмичења где се такмичи 10 екипа са по 3 члана у свакој. Такмичари су углавном из Каћа, али и из околних места и Новог Сада, а 2006. године је уведена и Каћка лига у шаранском пецању. Преко новосадског удружења риболоваца, на Црном виру је организована и школа пецања за пионире ([www.crnivir.rs](http://www.crnivir.rs)).



Слика 116. Црни вир код Каћа  
(Фото: Б. Ковачевић)

Скоро да нема риболовца који није чуо за **Аркањ, Тиквару или Шлајз** – богате риболовне терене у Ковиљу. Ковиљски рит је ревив богат разним врстама рибе. Најпогоднији период за риболов на овом подручју је у пролеће и јесен, и управо у тим периодима је и највише риболоваца у Ковиљском риту. Поред дневне или годишње дозволе за риболов и риболовачке опреме, риболовцима су неопходни и чамци, који се могу изнајмити на сплаву "Тиквара".



Слика 117. Риболовци на Аркању  
(Фото: Б. Ковачевић)

И поред одличних природних потенцијала, риболов у Ковиљском риту није организован и далеко је од нивоа на којем би требао бити. Идеално би било када би се делови обала уредили и комерцијализовали кроз спортски риболов. Потребно је одредити риболовачке стазе и позиције, локације где ће бити дозвољен риболов из чамца, као и терене на којима ће се планирати изградња неопходних пратећих објеката монтажног карактера. Свакако је релевантно нагласити да су за улагања у ову инфраструктуру потребне заиста скромне инвестиције, које би су у догледно време засигурно вишеструко исплатиле, јер овај простор је надалеко чувен као рај за љубитеље лова и риболова.

#### РАЗВОЈ СПОРТСКОГ РИБОЛОВА НА ДОЊЕМ ТОКУ ЈЕГРИЧКЕ И МРТВОЈ ТИСИ

Разноврсне водене површине у доњем току Јегричке одувек су пружале повољне услове за живот различитих рибљих врста. Међутим, и поред повољних природних услова, на овом простору до скоро није било организованог спортског и туристичког риболова.

Најповољнији локалитети за риболовни туризам и спортски риболов су на потезу Врбица – Жабалъ и Мртва Тиса – Бисерно Острво (Ахметовић-Томка, 1996).

Ови локалитети имају најповољније услове, чак и за организовање иностраног туризма, док сви остали локалитети на каналима, барама и језерима имају услове за развој спортско-рекреативног туризма за домаће риболовце. Најкомплекснији покушај организовања риболовног туризма је био на уређеном риболовачко-туристичком локалитету код Чуруга, где је била уређена околина и обезбеђени сви услови за пријатан и успешан боравак риболоваца и љубитеља природе. Нажалост, и поред солидног маркетинга овог локалитета, он никада није заживео у потпуности, али су чланови риболовачког друштва из Чуруга међу најактивнијим у општини и често организују рекреативна риболовачка такмичења и забавне приредбе за љубитеље природе и риболова. После много неуспелих покушаја организовања спортско-риболовног туризма у доњем току Јегричке, на овом простору се 2001. године оснива Удружење спортских риболоваца "Младост - Јегричка" Жабалъ. Успешно послује већ четири године и може се похвалити великим бројем посетилаца и чланова. Пецање се врши према правилнику о вршењу



спортског риболова и дозвољено је само уз годишњу или дневну дозволу купљену у УСР у Жабљу. Годишња дозвола кошта 6000 динара а чланска карта 300 динара. Дневна дозвола је 300 динара.



Слика 118. Спортски риболовац пеца на Јегрички  
(Фото: Б. Ковачевић)

Љубитељи спортског риболова на овом локалитету могу уживати 24 часа, у дневном и ноћном риболову (од 03 до 21 h и од 21 до 03 h).

Риболовци углавном долазе на један дан, а за оне који желе дуже да уживају, обезбеђено је камповање (подаци добијени у уср "Младост – Јегричка" Дана 26. јуна 2005. године отворен је рибњак "Жабалски рит", припремљен и уређен за спортски риболов. Налази се уз магистрални пут Нови Сад – Зрењанин, у непосредној близини "Голф центра". Локалитет и његова околина су лепо уређени, а изграђен је угоститељски објект који је на располагању спортским риболовцима.



Слика 119. Рибњак "Жабалски рит"  
(Фото: Б. Ковачевић)

Интересантно је што угоститељски објект не запошљава ни конобаре ни куваре, већ риболовцима пружа могућност да се сами докажу у припремању рибље чорбе или рибе на разне начине. Дневна дозвола кошта 300 динара и укључује коришћење кухиње са комплетним прибором за јело и судовима. За сада постоји могућност за обављање спортског риболова само током дана, а за ноћно пецање се унапред мора заказати термин.

У плану је изградња бунгалова за смештај риболоваца (подаци добијени у рибњаку "Жабалски рит").



Слика 120. Кухиња у спортском рибњаку Жабалски рит  
(Фото: Б. Ковачевић)

Из свега горе наведеног, може се закључити да на подручју Шајкашке постоје одлични природни потенцијали и сви услови за унапређење и даљи развој спортског и туристичког риболова.

Добро осмишљени програми могу да допринесу економској, али и опште културној валоризацији риболовних вода. Могући начини унапређења спортског риболова су разни облици пецања за организоване групе домаћих или страних риболоваца, рекреативна такмичења, такмичења у припремању најбоље рибље чорбе, организовање забавних приредби и сл.

## ЕКО-ТУРИЗАМ

Екотуризам је врста туристичког путовања које уважава потребе очувања животне средине и везује се за посету релативно очуваним природним добрима у циљу уживања и дивљења природним и културним вредностима чиме се промовишу активности заштите. Овај вид туристичког кретања карактерише низак степен негативног утицаја туристичких посета на природу и велики обим позитивних социо-економских утицаја на локално становништво (IUCN- The World Conservation Union).

Екотуризам у свету бележи интензиван раст, на годишњем нивоу од 5 % (UNWTO). Екотуризам доприноси очувању заштићених природних добара и отвара бројне могућности за локално становништво (запошљавање, пласман локалних производа, пружање услуга смештаја, специјализовани породични производи). Уређивање заштићених подручја за потребе туризма, односно (одрживог) коришћења од стране људи је покушај човека да остане у контакту са природом. Управо из овог разлога проистиче рекреативна сврха националних паркова и заштићених паркова природе као највећих, најпознатијих и најорганизованијих типова заштићених подручја са најзанимљивијом и очуванијом природом (Стојановић, 2007). Ограничени заштићени простори, често представљају једине очуване природне целине које управо својим јединственим карактеристикама пружају основ развоја екотуризма (Chhetri at al, 2004; Beunen at al, 2008), који се може и треба повезивати са целокупним руралним развојем околних прстора. Концепција одрживог развоја (*Sustainable Development*) подразумева

уравнотежен економски, социјални и културни развој без угрожавања животне средине, чиме ће се и будућим генерацијама омогућити да се развијају на истом или вишем нивоу (Јовичић, 2000). Еколошка свест представља неопходну основу даљег, одрживог развоја и заједно са знањима и вештинама обезбеђује основу за померање у веће системе, шире циљеве и софистицираније разумевање узрока, веза и последица који владају у животној средини. Стога је неопходно развој туризма у заштићеним природним просторима прилагодити овим циљевима и развијати искључиво у складу са одрживим развојем.

Да би се боље разумео значај одрживог развоја туризма у заштићеним природним подручјима Шајкашке, потребно је дефинисати и детерминисати појмове истих. Закон о заштити животне средине ("Службени гласник РС", број 135/04) дефинише заштићено природно добро као очувани део природе посебних вредности и одлика (геодиверзитета, биодиверзитета, предела, пејзажа и др.), који има трајни еколошки, научни, културни, образовни, здравствено-рекреативни, туристички и други значај, због чега као добро од општег интереса ужива посебну заштиту. Законом о планирању и изградњи ("Службени гласник РС", бр. 72/09) прописана је израда просторних планова подручја посебне намене за заштићена природна добра (национални паркови и друга подручја) која због својих карактеристика имају посебну намену која захтева посебан режим организације, уређења, коришћења и заштите простора. Правилником о категоризацији заштићених природних добара (Службени гласник РС, бр. 30/92) у Србији су утврђене три категорије природних добара: I категорија – природно добро од изузетног значаја; II категорија – природно добро од великог значаја; III категорија – значајна добра.

Као што је већ напоменуто, на простору Шајкашке као и у њеној непосредној близини налазе се четири заштићена природна добра: Специјални резерват природе „Ковиљско-петроварадински рит“, Строги резерват природе „Четири острва у рибњаку Јегричка“, Парк природе „Стара Тиса код Бисерног острва“ и Специјални резерват природе „Тителски брег“. Развој туризма у овим заштићеним просторима заснован је на богатству флоре и фауне, очуваним аутохтоним вредностима, различитости мочварних и барских екосистема као и на коришћењу природе у едукативне и научно-истраживачке сврхе. Поред поменутих видова туризма, постоје могућности за развој фото сафарија, посматрање птица, школе у природи и бројних спортско-рекреативних активности (спортски риболов, купалишни туризам, активности на води), које је потребно организовати у складу са одрживим развојем. Заштићени природни простори у Шајкашкој се налазе под различитим режимима заштите, тако да све активности морају бити планиране и у складу са степеном режима заштите у одређеним зонама. Такође, сваки заштићен простор треба да има своју стратегију развоја одрживог туризма и политику управљања, али треба да буду комплементарни приликом креирања интегралног туристичког производа еко туризма.

Са аспекта разноврсности и атрактивности, најбоље потенцијале за развој еко туризма, научно-истраживачког и едукативног туризма имају Специјални резерват природе „Тителски брег“ и „Ковиљско-петроварадински рит“. „Ковиљско-петроварадински рит“ представља наш најрепрезентативнији и најатрактивнији очувани ритски комплекс и као такав, уз неопходно очување природних вредности, пружа велике могућности за научно-образовни, екскурзиони, ловни, риболовни као и све популарнији еко-етно туризам. Темељне вредности овог простора су очуваност и разноврсност изворних орографских и хидрографских облика ритова, бујност изворних биљних заједница, као и богатство фауне. У циљу очувања ових природних вредности спроводи се пројекат „Ревитализација и санација водених станишта на локалитету Шлајз - Тиквара“. Уз коришћење постојећих дунаваца планира се успостављање кружног воденог тока, а развој додатних туристичких садржаја у Резервату обезбедиће се вожњом посетиоца катамараном или чамцима. „Санацијом водених станишта на локалитету Шлајз - Тиквара“ такође се уређују оштећена и угрожена рибља станишта у циљу очувања ихтиофауне овог подручја. Пројекат

реализује Управљач заштићеног подручја Јавно предузеће “Војводинашуме”, Шумско газдинство “Нови Сад”. Поред локалитета Шлајз који представља стециште љубитеља природе, пецароша и шетача, као и локалитета Тиквара где су изграђени Еколошко-едукативни центар и осматрачница за птице, прави сусрет са природом може се доживети на влажним ливадама Курјачке гредe. У циљу промоције и презентације Резервата трасирана је нова туристичко-едукативна стаза која ће се повезати са већ постојећом стазом на Курјачкој греди, а одређене су и локације за нове осматрачнице око барe Агле. Узимајући у обзир малу удаљеност од Новог Сада и Београда, Специјални резерват природе “Ковиљско-петроварадински рит” пружа изванредне могућности са аспекта успостављања и развоја туристичке понуде.

Тителски брег је проглашен за специјални резерват природе у мају 2012. године, тако да је још увек рано коментарисати стање развоја еко туризма, али су планови за развој веома амбициозни. Специјални резерват природе поверен је на управљање јавном предузећу “Тителски брег” које има обавезу да организује чуварску службу, чува и одржава заштићено подручје, обележава заштићене зоне, доноси план управљања, води евиденцију и извештава о природним вредностима, непокретностима и љуским активностима заштићеног подручја. ЈП “Тителски брег” има обавезу да у року од две године од датума проглашења Специјалног резервата природе оснује дигиталну базу података, односно географски информациони систем о природним и створеним вредностима. (СРП Тителски брег - Студија заштите). Тителски брег је значајан са аспекта разноврсности јер, на само једном месту, научници, истраживачи и школарци могу да изучавају природу, климатске промене и археологију.

Последњих година појам геонаслеђа добија све значајнију улогу у области фундаменталних истраживања, заштите природе и туризма. Као највиши степен заштите гео-наслеђа појављује се појам ГЕОпарк ([www.unesco.com](http://www.unesco.com)), где се у први план заштите стављају јединствене геолошке и физичко-географске одлике подручја.

С обзиром на постојање јединственог лесног подручја у нашој земљи, Национални савет за геонаслеђе, у сарадњи са Заводом за заштиту природе и Катедром за физичку географију Департмана за географију, туризам и хотелијерство, припремио је предлог формирања Лесног ГЕОпарка. Површина поменутог парка имала би дисперзиван карактер и у почетку би обухватала Тителски брег и најатрактивније делове сремске лесне заравни (Marković, et al, 2005). Формирање лесног ГЕОпарка у великој мери би допринело развоју едукативног, научног, екскурзионог и културног туризма. Успешни примери валоризације геонаслеђа могу се анализирати на основу примера везаних за аустријске лесно-археолошке локалитете Вахтенберг и Вилендорф. Добро осмишљена кампања презентације значајних археолошких открића заједно са уређеношћу локалитета резултира и одличном посетом, која се мери десетинама хиљада посетилаца. Наравно, треба узети у обзир и завидан културно-едукативни ниво грађана Аустрије, који гаје култ очувања и уживања у природном и културном наслеђу. По узору на поменуте лесно-археолошке локалитете, требало би приступити формирању и уређењу геопарка у Војводини, и у понуду уклопити и археолошке вредности овог простора.

Парк природе „Јегричка“ и Парк природе „Стара Тиса код Бисерног острва“ такође пружају разноврсне могућности за развој еко туризма и активности у складу са одрживим развојем. Нажалост, развој еко туризма у овим подручјима није на задовољавајућем нивоу нити у складу са природним атрактивностима које поседују, а често ни активности које се спроводе нису у складу са режимима заштите. Без обзира на наведено, може се приметити да се последњих година све више пажње поклања еко вредностима које се налазе у овим заштећеним парковима природе, те њиховом вредновању и презентовању љубитељима природе, туристима и излетницима. У парку природе „Јегричка“ организују се еко кампови, чији је циљ проучавање и заштита природних вредности, нарочито ретких биљних и животињских врста са овог простора.



Слика 121. Инфо центар Парка природе Јегричка  
(Извор:<http://www.temerinski.info/2012/08/eko-kamp-na-jegrickoj/>)

Оба заштићена подручја пружају одличне услове за организовање излетничко-едукативних тура и научно-образовних кампова. У сарадњи са основним и средњим школама из Новог Сада, Зрењанина па и Београда, могао би се организовати излетничко-едукативни облик туризма, који би подразумевао организовану наставу у природи и предавања о аутохтоним врстама, мочварним и барским екосистемима, њиховим карактеристикама и вредностима и значају заштите овог подручја. Овакав вид туризма би такође морао бити контролисан и ограничен (дозвољен дневни број посетилаца, еколошко-одговорно-одрживи туризам). Излети би обухватали обилазак паркова природе бродом, у зонама у којима је то дозвољено, уз посматрање птица, природних лепота и објашњења стручних водича о значају очувања аутохтоних врста флоре и фауне. Познато је да се најбоље учи кроз игру, па би овај вид интерактивне наставе на отвореном простору могао имати и рекреативни и едукативни значај и важност. Поред наведених туристичких активности у Парку природе „Јегричка“, посетиоци могу уживати у бројним рекреативним активностима на копну и води. Организују се вожње чамцима и кануима по Јегричкој, спортски риболов, јахање коња, вожња кочијама, брање пољског цвећа и лековитог биља и вожње бициклима по означеним стазама у селима општине Жабал (Ђурђево, Госпођинци, Чуруг). Ово уједно представља и одличан пример повезивања еко понуде парка природе Јегричка са рурално-рекреативним просторима околних насеља. Значајно је нагласити да све спортско-рекреативне активности морају бити контролисане (дозвољен број учесника) и морају се одвијати на тачно одређеним и означеним локалитетима. Због тога је важно да туристичка дестинација парка природе „Јегричка“ мора бити уређена по јасним критеријумима једне еко-дестинације. Поред очуваних природних карактеристика које би требало да буду њена главна одлика, неопходно је да испуњава и следеће захтеве:

- мала густина развоја, што значи да изграђена подручја и објекти не доминирају већ се савршено уклапају у природну целину која је доминантна,
- извешан број места и пунктова који су намењени рекреацији, а осмишљени су тако да помогну заштиту осетљивих ресурса – пешачке и бициклистичке стазе које су намењене еко-туристима, стазе здравља и сл.,

• пројектовање привезишта за чамце и друге пловне објекте на Јегричкој, који с обзиром на распрострањеност водених површина у парку природе пружају најоптималнију шансу за његово упознавање (Ковачевић, Ђуричић, 2011).

Из наведеног се закључује да екотуризам може бити реална развојна шанса у Шајкашкој јер набројана заштићена природна подручја представљају одличну ресурсну основу за развој еко туризма и одрживих облика туризма. Осим Ковиљско-петроварадинског рита, који је бар делимично уређен као еко-туристичка дестинација, остала три заштићена природна добра представљају потенцијалне еко-туристичке дестинације које би, уз хармонизовано уређење односа природе и туристичких активности, могли да резултирају равномерне и уравнотежене активности у здравој природној средини. Приоритет развоја еко-туризма у Шајкашкој је висок, као и потенцијали за развој, али се садашње стање развоја оцењује као слабо. Потребно је предузети низ мера и приступити организовано и плански креирању интегралног еко-туристичког производа.

У све четири потенцијалне екодестинације у Шајкашкој требало би створити могућности за организовање:

- еко-кампова за истраживаче,
- школа у природи,
- предавања о вредностима заштићених подручја за школску популацију,
- уређивање едукативних стаза са инфо паноима,
- обезбедити еко-туристичку сигнализацију,
- едукативне курсеве за локално становништво,
- уређивање информативних пунктова са едукативним садржајима,
- постављање оптималног броја осматрачница за птице,
- повезивање еколошке понуде заштићених подручја са целокупном туристичком понудом у окружењу,
- обезбедити „visitor management“ - управљање посетиоцима,
- одредити носећи капацитет екодестинације,
- успоставити заштитну зону око заштићених подручја и
- успоставити мониторинг свих ресурса.

У оквиру коришћења заштићених подручја у Шајкашкој значајно место заузима одрживи туризам за чији развој постоје локалне иницијативе. Очување етно - наслеђа и обнова традиционалних салаша пружа могућности за развој сеоског туризма. Уређење простора за туристичке и спортско-рекреативне активности и реконструкција старих објеката у традиционалном стилу саставни су део концепта заштите природног добра. Ширење туристичке понуде треба да обухвата развој еколошко-едукативног туризма као и укључивање културно-етнографских вредности околине природних добара. У оквиру научно-истраживачког туризма може се основати школа у природи, као и едукација кроз посебно припремљене и обележене геоморфолошке или ботаничке стазе. Водене површине пружају могућност за различите видове туризма на води, чији развој и просторни распоред треба ускладити са мерама и режимима заштите. Дакле, неопходно је еко-туристичку понуду повезати са целокупном туристичком понудом Шајкашке али и са туристичком понудом Војводине. Активности у заштићеним подручјима су комплементарне пословном туризму и могу употпунити боравак и доживљај учесника пословних догађаја у Војводини. У време све атрактивнијих „зелених“ догађаја, одрживог развоја, заштите животне средине, заштићена природна добра, а нарочито она која уживају међународни статус, могу представљати разлог за организовање догађаја међународног карактера у Шајкашкој, а нарочито догађаја чији су носиоци или организатори научно-истраживачке институције и удружења од значаја за заштићена природна добра.

## ЛОВНИ ТУРИЗАМ У ШАЈКАШКОЈ

Ловни туризам представља кретање, боравак и потрошњу ловаца – туриста у природним просторима – ловиштима у којима основни фактор задовољавања потреба представљају дивље животиње и сам чин њиховог ловљења (Марић, 2003). Ловни туризам у ширем смислу представља пружање услуга заинтересованим (домаћим и страним) ловцима туристима, ради организовања посете нашим ловиштима због одстрела (крупне или ситне дивљачи), или само посматрање или снимање (фотосафари) дивљачи уз плаћање одређених надокнада које су прописане у ценовнику сваког ловишта (Ристић, 2003). Основне карактеристике ловног туризма су следеће:

- ловни туризам је кретање и активни боравак ловаца – туриста у специфичном природном амбијенту (ловишта) ради лова дивљачи;
- лов дивљачи је посебан облик рекреације у здравој природној средини;
- задовољење мотива за ловљење дивљачи ловци – туристи остварују одстрелом дивљачи, са једне стране или њеним посматрањем и снимањем (фото–сафари), са друге стране;
- поред ловљења дивљачи ловци – туристи остварују и друге разноврсне облике потрошње и
- ради обезбеђивања свих потреба ловаца – туриста у току боравка у ловишту и спровођења ловних активности односно задовољавања других пратећих потреба, тј. потрошње, истима се пружају разноврсне услуге које се као и накнада за одстрелену дивљач, наплаћују према важећој цени у време када су реализоване (Прентовић, 2005а).

Под ловним туризмом се, у складу са претходно цитираним одређењима, може подразумевати кретање и активан боравак туриста ловаца у специфичном амбијенту – ловишту, као делу здраве природне средине, ради лова (одстрела, хватања, посматрања и снимања) дивљачи, чиме задовољавају свој снажан мотив (примарну хоби активност која је неким пасија а другима страст). Притом исти, поред накнаде за одстрелену дивљач (трофеји, месо, кожа и др.), смештај и исхрану, плаћају и друге пратеће услуге према, у то време, важећим ценовницима (Прентовић, 2008).

Из дефиниције ловног туризма произилази и неопходност дефинисања ловишта. Као део природне средине, ловиште је просторна целина са свим битним одликама осталих природних добара, али оно има и своје битне карактеристике и посебности, које су експлицитно и имплицитно евидентирани у дефиницији овог феномена, а која ловиште одређује као “одређену површину земљишта, воде и шуме, по правилу омеђена приrodnим границама, а која представља део станишта ловне дивљачи, на коме деловање еколошких (природних, антропогених и других) фактора омогућава гајење, заштиту и одрживо коришћење ловних ресурса. Притом се под одрживим коришћењем ловних ресурса сматра рационално економско коришћење једне или више врста дивљачи” (Прентовић, 2006). Ловиште, као својеврсна туристичка дестинација, представља респектабилну економску вредност, те, као такво, захтева релевантну, научно фундирану туристичку валоризацију. Међутим, за разлику од других туристичких добара односно вредности, до скоро није био конституисан конзистентан модел обухватне валоризације туристичких потенцијала ловишта (Прентовић, 2007). Један од најадекватнијих модела ловно-туристичке валоризације ловишта презентован је у магистарској тези, а затим у раду Туристичка валоризација ловишта у Специјалном резервату природе “Торње Подунавље” (Делић, 2010, Делић, Прентовић, 2012). Структура и вредносна квантификација овог модела ловно-туристичке валоризације изгледа овако:

- Природне карактеристике – 55% - максимално 55 поена;
- Туристичко-географски положај – 10% - максимално 10 поена;
- Антропогене карактеристике – 20% - максимално 20 поена;

- Материјална база и туристичка опремљеност – 15% - максимално 15 поена.

Сабирањем вредности свих горе наведених сегмената добија се одређен број бодова који испитивано ловиште сврстава у категорију одређеног туристичког значаја. Оцењивање сваког сегмента врши тим стручњака различитих профила како би поступак био што објективнији (Делић, Прентовић, 2012). Наведени модел могао би се применити на ловишта Шајкашке, у циљу валоризације и презентације ловишта са овог простора.

Ловство и са њим повезане бројне привредне (шумарство, пољопривреда, водопривреда, индустрија, угоститељство, саобраћај, трговина, занатство и др.) делатности упливишу у конституисању ловнотуристичког производа. Посебан допринос, у том контексту, пружа ловство, као посебан облик привређивања. С друге стране, ловни туризам враћа ловству значајан део оствареног прихода, који се у највећем делу усмерава на производњу, негу и заштиту дивљачи, тј. на уношење у ловишта најмање оног броја јединки одређених врста дивљачи, колико је туристичким ловом изнесено. Поред тога, део финансијских средстава стечених кроз ловни туризам усмерава се на инвестирање за побољшавање укупних услова за спровођење туристичког лова уопште у ловиштима (изградња и одржавање ловнотехничких објеката, објеката за смештај и исхрану туриста, објеката за пружање сервисних и других услуга туристима у ловишту, транспортних средстава и др). Стога је основана констатација да је ловни туризам главни генератор развоја ловства уопште (Прентовић, 2010).

Ловно-туристичка тражња базирана је на ловно-туристичким потребама, које представљају жељу да се отпутује у удаљене пределе (државе, континенте) богате одређеном врстом дивљачи и да се задовољи своја потреба за ловом. Ловно-туристичка тражња представља одређени квантум и квалитет добара (реално доступне врсте ловне дивљачи), услуга (ловно-стручних, рецептивних, транспортних, рекреативно-забавних, информативних, едукативних, преводилачких, сервисних и др.) и роба (ловачко оружје, муниција, опрема, потрошни материјали, сувенири и сл.) које су ловци – туристи као субјекти ове тражње, склони, спремни и способни да прихвате уз одређену цену. Ловно-туристичка понуда подразумева одговарајући квантум и квалитет актуелне и атрактивне ловне дивљачи, ловно-туристичких услуга и роба намењених пласману у функцији задовољавања потреба туриста за ловљењем префериране дивљачи уз одређен ниво цена ових добара, услуга и роба. У складу са тим, ловнотуристички производ представља комплетни туристички производ на датој дестинацији (ловишту) и претпоставља синтетизован збир производа, услуга и других туристичких вредности у функцији задовољења ловнотуристичке тражње потенцијалне клијентеле (Прентовић, 2005а).

Елементи (компоненте) ловнотуристичког производа су:

- *атрактивност ловишта* коју чине природне (дивљач, адекватне природно-географске одлике и конзистентан простор) и друштвене (антропогене односно материјално-техничке) погодности, које су у функцији успешног спровођења туристичког лова;
- *приступачност* ловнотуристичке дестинације туристима – ловцима;
- *организованост* за пружање услуга на ловнотуристичкој дестинацији (пропаганда, информисање, спровођење туристичког лова, организација услуга смештаја, исхране, транспорта, снабдевање ловаца – туриста оружјем, муницијом, опремом за лов, изнајмљивање ловачких паса и др.) ;
- *материјално-техничка обезбеђеност* (објекти смештаја и исхране и ловно-технички објекти, оружје, муниција и опрема за лов, средства за транспорт туриста-ловаца) (Прентовић, 2005б).

Ловни туризам је у појединим европским земљама веома популаран облик туристичких кретања. Одликује се широким радијусом кретања, релативно дугим боравком и великом потрошњом. У недостатку ловних површина у својим земљама,



ловци из Италије, Француске и Немачке радо посећују ловишта Војводине (Прентовић, 2005а).

## НОРМАТИВНО-ПРАВНА РЕГУЛАТИВА ЛОВНОГ ТУРИЗМА

Комплексност и безбедносна деликатност ловног туризма, природно, захтева интердисциплинарни приступ и специфичну нормативно-правну уређеност. До сада је ова делатност била уређена законима о: туризму, ловству, заштити животне средине, оружју и муницији, ветеринарству, прелажењу државне границе, кретању и боравку странаца, нормативним актима Ловачког савеза Србије, УТА стандардима за ловне и риболовне туристичке аранжмане и др.

У последње две године донето је и ступило на снагу, неколико закона, који у већој или мањој мери, уређују материју ловног туризма, и то: Закон о туризму, Закон о заштити природе, Закон о добробити животиња и Закон о дивљачи и ловству, а престали су даваже: Закон о туризму, Закон о заштити животне средине и Закон о ловству, као и из њих изведени подзаконски прописи. Уставни основ за доношење напред назначених закона садржан је у одредби члана 97, тачка 9. Устава Републике Србије, према којој, између осталог, Република Србија уређује и обезбеђује одрживи развој, систем заштите и унапређења животне средине, као и заштиту и унапређивање биљног и животињског света (Прентовић, 2011).

Да би се стекао што бољи увид у тренутно стање и потенцијале за развој ловног туризма у Шајкашкој, потребно је презентовати и анализирати измењене нормативно-правне одредбе напред назначених нових закона, а који уређују проблематику ловства и посебно ловног туризма.

**Закон о туризму** (Службени гласник РС, бр. 36/2009). Као матични нормативно-правни акт, нови Закон о туризму, између осталог, садржи једну квалитативну новину, а то је Глава VII под насловом: „Ловнотуристичка делатност“, посвећена уређивању неких, до сада, неуређених питања из домена ловно-туристичке проблематике. Ловнотуристичку делатност, према члану 88., став 1. овог закона обавља привредно друштво (предузеће, агенција, задруга, прим. Р.П.) или јавно предузеће чији је оснивач Република Србија или аутономна покрајина, које је регистровано за обављање делатности узгоја и лова дивљачи. Ови привредни субјекти се овом одредбом краће именују као пружаоца ловнотуристичких услуга, који се региструју и евидентирају у складу са законом којим се уређује регистрација привредних субјеката и са чланом 117. Закона о туризму, према коме Регистар туризма води Агенција за привредне регистре. Ако је, међутим, пружалац ловнотуристичких услуга привредно друштво које делатност обавља у више објеката, према члану 88., став 3. овог закона, дужан је да за обављање послова из оквира делатности у сваком објекту образује огранак. Један од главних недостатака претходног Закона о туризму односио се на неуважавање специфичности рецептивних објеката ловног туризма, чије се категорисање не може вршити по критеријумима и мерилима према којима се врши категоризација стандардних угоститељских објеката. Овај недостатак отклања се одредбама члана 89. овог закона, према којим ови објекти, с обзиром на врсту услуга које пружају, могу бити: ловачка колиба, ловачка кућа и ловачка вила. Ови објекти се, на захтев њиховог власника, тј. корисника (пружаоца ловнотуристичких услуга), решењем министра надлежног за послове туризма (које важи три године) разврставају у одговарајуће категорије. Ово решење је чином достављања коначно, а служи за евидентирање датог објекта у Регистар туризма, који, према члану 117. овог закона, води Агенција за привредне регистре.

Дефиниција и елаборација услуга у ловном туризму (члан 90. – 92.) представља значајну новину овог закона. Ове услуге су: прихват и смештај ловаца туриста, организовање лова, изнајмљивање ловачких паса, ловачког оружја, превоз до ловишта и

по ловишту, обука ловачких паса и др. Оне се пружају у ловиштима и објектима ловног туризма који испуњавају законом прописане услове, при чему је пружалац ових услуга дужан да се придржава одредаба овог, али и других позитивних законских прописа (Прентовић, 2011).

**Закон о заштити природе** (Службени гласник РС, бр. 36/2009). С обзиром да у Шајкашкој постоје четири заштићена природна подручја која поседују потенцијале за развој ловног туризма, релевантно је презентовати и анализирати и нови закон о заштити природе, посебно са аспекта ловног туризма.

Са аспекта ловног туризма од значаја је познавати и уважавати заштићена природна добра, а то су према члану 27. Закона о заштити природе:

1. заштићена подручја (строги резерват природе, специјални резерват природе, национални парк, споменик природе, заштићено станиште, предео изузетних одлика, парк природе);

2. заштићене врсте (строго заштићене дивље врсте и заштићене дивље врсте); и

3. покретна заштићена природна документа (делови геолошког и палеонтолошког наслеђа и биолошка документа).

На заштићеним подручјима, према члану 35. овог закона, издвајају се зоне заштите у којима се спроводе Ia, Ib, II и III степен режима заштите. Притом је у зонама са режимом II и III степена заштите могуће, између осталих, спроводити и делатност ловног туризма у складу са принципима одрживог развоја. Значајан сегмент нормативе ловног туризма су и оне дивље врсте које су угрожене или могу постати угрожене, које имају посебан значај са генетичког, еколошког, екосистемског, научног, здравственог, економског и другог аспекта. Са аспекта ловства, па тиме и ловног туризма, од значаја су и оријентације прокламоване на заштити дивљих врста и њихових станишта, а посебно мере заштите строго заштићених дивљих врста, које подразумевају забрану њиховог коришћења, уништавања и предузимања других радњи којима би се могле угрозити исте (строго заштићене врсте биљака, животиња и гљива и њихова станишта) (Члан 74. Закона). У тесној вези са предњим су одредбе члана 79. овог закона, које прописују забрану употребе одређених средстава за хватање и убијање дивљих врста животиња, којима се угрожавају и узнемиравају њихове популације и/или станишта, нарушава њихова добробит а могу проузроковати њихово локално нестајање.

**Законом о дивљачи и ловству** (Службени гласник РС, бр. 18/2010) „уређују се заштита, управљање, лов, коришћење и унапређивање станишта дивљачи, заштита, уређивање и одржавање ловишта, као и друга питања од значаја за дивљач и ловство“ (члан 1.). Овим законом је одређено да је дивљач у својини Републике Србије. Стога је „коришћење, управљање, заштита и унапређивање популација дивљачи и њихових станишта... делатност од општег интереса“ (члан 3., став 1).

Овај закон има, стога, за циљ обезбеђивање одрживог газдовања популацијама дивљачи и њиховим стаништима на начин и у обиму којим се трајно одржава и унапређује виталност популација дивљачи, производна способност станишта и биолошка разноврсност, чиме се постиже испуњавање економских, еколошких и социјалних функција ловства (члан 2) (Прентовић, 2011).

Овим законом је успостављена сасвим другачија организација ловства од оне која је до скорог важила у нашој земљи. Наиме, на територији Републике Србије, у моменту ступања на снагу овог закона, за послове ловства (према члану 5. Закона) надлежно је Министарство за пољопривреду, шумарство и водопривреду а на територији аутономне покрајине за послове ловства од покрајинског значаја надлежна је аутономна покрајина. Стручне послове у ловству врше (према члану 7. овог закона) јавна предузећа и привредна друштва регистрована за делатност заштите, управљања, лова, коришћења и унапређивања популација дивљачи, заштите и очувања њихових станишта, заштите, уређивања и одржавања ловишта.

Проблематици ловног туризма у ужем смислу посвећен је само члан 75. овог закона, мада је велики део овог прописа у тесној вези или чак представља основу садржаја ловнотуристичке делатности, која је уређена Законом о туризму. Ова одредба односи се на туристичку агенцију која има закључен уговор о пружању ловнотуристичких услуга са корисником ловишта. Она је наиме, обавезна да обезбеди ловну карту и дозволу иностраном ловцу, као и све друге документе за његово ловачко оружје, ловачке псе, извоз меса и трофеје, у складу са одговарајућим прописима.

Главна карактеристика нових законских прописа, као што произилази из напред изложеног, јесте да њихове одредбе представљају значајне измене и допуне нормативе на којој је заснована ловнотуристичка делатност у нашој земљи. Те су измене најочљивије у организацији ловства коју сада карактерише, уместо до сада познатих (регалног и доминалног) система ловства својеврсни комбиновани (статистичко-доминални) систем у коме се прожима државни (или „општенационални“, како је то окарактерисано у образложењу Нацрта закона о дивљачи и ловству) интерес „над дивљачи и њеним стаништима са економским интересима власника земљишта, шума и вода, при чему се „на прихватљив начин ограничава право коришћења (од стране поменутих државних власника, прим. Р.П.), у складу са опште прихваћеним основним начелима управљања популацијама дивљачи – одрживо газдовање и одрживи развој.

**Закон о оружју и муницији** (“Службени гласник РС”, бр. 9/92, 53/93, 67/93, 48/94, 44/98, 39/2003, 101/2005, 85/2005) је врло значајан са аспекта ловства, јер уређује једну врло деликатну материју која се односи на проблематику ловачког оружја и муниције, који су главна средства за спровођење лова, па самим тим и туристичког лова. Под ловачким оружјем се, према члану 3. овог Закона, подразумева “оружје које чине ловачке пушке разних калибара са олученим и неолученим цевима”

Закон о оружју и муницији, поред основних одредаба, уређује следећа питања која су од значаја за ловство, лов и ловце:

- набављање, држање и ношење оружја и муниције;
- промет и превоз оружја и муниције;
- поправљање и преправљање оружја;
- евиденција и овлашћења за доношење прописа и извршавање Закона;
- казнене одредбе, и

прелазне и завршне одредбе (Прентовић, 2007).

**Према Закону о прелажењу државне границе и кретању у граничном појасу** (Службени лист СФРЈ” бр. 34/79, 56/80, 53/85, 24/94, 28/96, 68/2002), наши држављани и странци могу преко границе преносити само оне врсте оружја и муниције које према важећим прописима могу држати и носити у нашој земљи.

Наши држављани који стално бораве у иностранству могу ради лова уносити у земљу ловачко оружје и муницију, ако су им оружје и муниција уписани у пасош.

Странци који стално бораве или имају одобрење за привремени боравак у нашој земљи, могу уносити оружје и муницију, али у року од 15 дана од преласка границе морају обавестити надлежни орган у републици, односно покрајини на чијој територији бораве и тражити издавање оружног листа.

Странци који долазе у нашу земљу ради лова, дужни су да приликом преласка државне границе ловачко оружје и муницију пријаве органу надлежном за контролу прелажења државне границе. Овај орган је дужан да изда одобрење за држање и ношење ловачког оружја за време лова, ако им ловачко оружје и муниција нису уписани у пасош.

Ловачко оружје и муниција не могу се преносити преко пограничних прелаза, осим ако међународним уговором није другачије одређено (Прентовић, 2007).

**Закон о кретању и боравку странаца** (“Службени гласник РС”, бр. 11/2005. и “Службени лист СЦГ”, бр. 12/2005) значајан је, између осталог, и са аспекта ловног

туризма. Страни ловац-туриста, наиме, да би могао боравити у нашој земљи и у нашим ловиштима упражњавати активности туристичког лова, мора имати важећу путну исправу и визу уколико је иста неопходна. Одредбе о оружју и муницији које су важеће за наше грађане односе се и на странце. То значи да за боравка у нашој земљи страни држављанин (па самим тим и страни ловац туриста) може набавити, држати и носити оружје и муницију (Прентовић, 2007).

**Закон о ветеринарству** (“Службени гласник РС”, бр. 91/2005, бр. 30/2010) у области ловства (а што је посебно значајно са аспекта ловног туризма) уређује питања ветеринарско-санитарне контроле дивљачи. Члан 104. уређује да су правна лица која се баве ловством и ловачка друштва дужна да привремено складиште дивљач и лешеве дивљачи ради спровођења ветеринарско-санитарне контроле дивљачи после хватања или одстрела. После ветеринарско-санитарне контроле, ако је дивљач безбедна за исхрану људи, обележава се жигом или се издаје потврда о безбедности за исхрану људи.

Када су у питању инострани ловци туристи, извоз (изношење из земље) дивљачи и трофеја подлеже ветеринарско-санитарној контроли на граничним прелазима, (Прентовић, 2007). За извозне пошиљке животиња издаје се оригинална међународна ветеринарска потврда којом се потврђује да пошиљка испуњава услове државе увоза, а за храну животињског порекла да је та храна безбедна за исхрану људи. Према члану 134 овог закона надлежни ветеринарски инспектор издаје међународну ветеринарску потврду приликом утовара у месту порекла пошиљке. Међународна ветеринарска потврда издаје се на штампаном обрасцу у складу са одговарајућим међународним стандардима или у складу са обрасцем који прописује земља увозница. Министар ближе прописује начин и поступак издавања међународне ветеринарске потврде (сертификат), као и евиденцију о издатим сертификатима.

Иако је допуном закона о ветеринарству уређено издавање међународних ветеринарских сертификата за извоз животиња, у пракси се још увек не примењује на адекватан начин, а основни разлог је чињеница да се критеријуми и услови који морају бити испуњени за извоз и увоз дивљачи разликују у нашој држави у односу на државе Европске Уније (Архив предузећа “Војвођански Ловац”). Због низа проблема са којим се сусрећу приликом покушаја да уловљену дивљач извезу из Србије, инострани туристички ловци у мањем броју долазе у наша ловишта. Управо из тог разлога држава у што скорије време мора предузети одређене кораке када су у питању сертификати и остале дозволе које се тичу извоза меса.

Уколико Шајкашка, као туристичка дестинација, жели да интегрално развија ловни туризам као један од приоритетних облика туризма, неопходно је да све интересне групе које су укључене у развој ловног туризма на посматраном простору (ловачка удружење, ловачке туристичке агенције, локалне туристичке организације, становништво, месне заједнице и локалне самоуправе) поштују и имплементирају нове нормативно-правне регулативе, а ловна и ловнотуристичка пракса у наредном периоду ће показати да ли су, овим прописима пројектовани систем ловства и доктрина ловног туризма оствариви и ефикасни не само на овом простору, него на нивоу целе Србије.

## ПОТЕНЦИЈАЛИ ЗА РАЗВОЈ ЛОВНОГ ТУРИЗМА У ШАЈКАШКОЈ

Теренским истраживањем и анализом природних вредности (рељефа, климе, вода, земљишта и биогеографских карактеристика) Шајкашке дошло се до сазнања да оне представљају природне погодности и пружају одличне потенцијале за развој ловног туризма на посматраном простору. Одувек су обале Дунава, Тисе и Бегеја представљале привлачна места за многобројну и разноврсну дивљу фауну. Нарочито су то били они њихови делови у којима је погодан спој воде и вегетације створио повољне станишне услове за њихов дужи боравак и репродукцију. Те погодности су од давнина

обилато користиле аутохтоне врсте дивље фауне, па није случајно што су та позната станишта била најпознатија и најбогатија станишта ритског јелена, дивљих свиња, срнеће дивљачи, великог броја остале длакаве дивљачи пре свега јазавца, лисице, дивље мачке, куне, твора, ситних сисара као и пернате дивљачи: фазана, пољске јаребице, птица мочварица и оних ловних и неловних врста птица везаних за таква станишта. Релативно добро очуване основне природне вредности, разноврсна вегетација мочварних и степских станишта, добра су природна средина за развој и живот разноврсног животињског света и због тога је фауна на простору Шајкашке заиста богата, што представља основни предуслов за развој лова, па и ловног туризма.

Да би уопште било лова (па и туристичког лова) на одређеном простору, неопходно је постојање квалитетне ловне дивљачи и других битних услова за успешну организацију ловнотуристичких активности. Квалитетна (трофејно пуновредна) ловна дивљач је примарни чинилац атрактивности туристичког производа формираног у туристичком ловишту, јер је иста основни мотив туристичких путовања туриста-ловаца и њихове потрошње на датој туристичкој дестинацији. Са економског аспекта дивљач је значајна, јер је непосредно искористива, будући да се њена продаја врши у самом ловишту. Кад је реч о иностраном ловном туризму, тада се њен извоз остварује, такође, у самом ловишту, тј. на месту њеног изловљавања, избегавајући притом трошкове транспорта и разне извозне баријере (царинске формалности и др.), уз непосредно инкасирање накнада (како за трофеје, место дивљачи и др. тако и за остале елементе продатог туристичког производа). Дивљач је атрактивна, пре свега, јер туристима - ловцима пружа могућност задовољавања њихове снажне потребе за ловом (одстрел, посматрање односно снимање дивљачи) и са њим тесно повезаном рекреативном активношћу која се изводи у правом и изворном природном амбијенту. Атрактивност дивљачи проистиче из саме њене естетске особености, а њена естетска димензија посебно до изражаја долази у њеним изворним природним стаништима, тј. ловиштима, у којима, осим економских, здравствено-рекреативних и естетских, испољавају и друге, а пре свега еколошке вредности. Дивљач је, дакле, нужан и неизоставан сегмент ловнотуристичког производа. Штавише, без довољног броја квалитетне (пре свега високотрофејне) ловне дивљачи не може, ни у ком погледу, бити формиран иоле релевантан, а камо ли конкурентан ловнотуристички производ (Прентовић 2010).

Пољопривредне и слатинасте површине и шуме алувијалних равни Дунава, Тисе и Јегричке представљају станишта разноврсној ловној дивљачи, док су баре, језерца и језера обрасла мочварном вегетацијом повољна станишта за живот птица мочварица, те стога на простору Шајкашке постоје одличне природне претпоставке за развој лова и ловног туризма.

У Шајкашкој постоји седам ловишта која испуњавају све предиспозиције за развој ловног туризма. Ловиштима која се налазе на простору Шајкашке газдују ловачко удружење "Стара Тиса" са седиштем у Жабљу, ловачко удружење "Шајкашка" у Тителу, ловачко удружење "Шљука" у Тителу, ловачко удружење "Нови Сад", са седиштем у Новом Саду и ловачко удружење "Надаљ" у Надаљу.

**Ловачко удружење "Стара Тиса", са седиштем у Жабљу**, газдује ловишем "Стара Тиса" укупне површине 41.764 ha. („Сл. Гл. РС.” бр. 15/12 од 12.05.2012. године). Ловиште је равничарског типа. Налази се уз реку Тису и већим делом је под ораницама. Сви путеви ка, и у самим ловишћу су нови и квалитетни. Удружење има око 400 активних чланова и у његовом саставу су четири ловачка друштва: “Фазан” из Жабља, “Зећ” из Ђурђева, “Фазан” из Госпођинаца и “Војводина” из Чуруга. Свако ловачко друштво води бригу о свом ревиру, чије се границе поклапају са границама катастарских општина.

У ловишту „Стара Тиса” у функцији су следећи ловни објекти: 50 чека, 68 хранилишта за срнећу дивљач, 68 солишта, 19 појилишта, 150 хранилишта за ситну дивљач, и четири прихватишта за фазанчиће површине 2 ha (Антонић, Беуковић, 2007).

Удружење поседује пет ловачких домова, који су реновирани и у солидном стању. У власништву има 20 ha обрадивог земљишта и 324 ha вишегодишњих ремиза (Подаци добијени у ловачком удружењу "Стара Тиса").

Стално гајене врсте дивљачи су срна, дивља свиња, зец, фазан и пољска јаребица, док понуда за ловни туризам обухвата следеће врсте: срндаћ, срна, зец, фазан и препелица. Ловиште се наслања на реку Тису, на западну страну обале. Плодне оранице и шуме уз реку су иделани станишни услови за срнећу дивљач. Лов у таквом природном окружењу представља посебан изазов и задовољство. Фазан и зец се могу ловити од октобра, а бројност ових врста је такође велика. Стручну службу чине управник ловишта и ловочувар, којима помаже још 5 ловочувара волонтера. Удружење нуди комплетну организацију комерцијалног лова (Антонић, Беуковић, 2007).

Ловни туризам је развијен, нарочито пролећни лов на срндаћа и летњи лов на препелице. Туристи-ловци углавном долазе из иностранства (Француска, Шпанија и Аустрија) и најчешће одседају у рецептивним капацитетима у Новом Саду, а од 2011. године и у мотелу "Гранд" у Чуругу. Од рецептивних капацитета ловцима-туристима на располагању су и преноћиште "Одисеја" у Жабљу као и "Бабин салаш". Податке о броју туриста-ловаца и ноћења ауторка ове дисертације није успела да прикупи, из објективних разлога, те то уврштава у ограничење истраживања (Подаци добијени у ловачком удружењу "Стара Тиса").

Када се говори о ловном туризму на простору општине Жабаљ релевантно је поменути и ловиште на рибњаку "Јегричка". Налази се на територији општине Жабаљ и површине је 955 ha (Прентовић, 2006). Овај ревер је атрактиван првенствено због лова на птице мочварице, који је веома популаран у развијеним европским земљама, и велики број ловачких организација бави се његовим организовањем. Скривени делови на којима се птице окупљају и живе су велика атракција и изазов како за ловце, тако и за љубитеље природе и посматраче птица. Осим рибњака Јегричка, на овом простору постоји још атрактивних локалитета за лов на птице мочварице, оцењених са аспекта природности амбијента, приступачности и богатства птица. То су локалитети на барама и језерима на територији општине Жабаљ и локалитет "Стара тиса" (Ахметовић-Томка, 1996).

У парку природе "Јегричка" и у резервату природе "Стара Тиса" је регистровано преко сто врста птица мочварица, од којих су неке веома ретке. Данас их има у знатно мањем броју него некада, а ако се не посвети пажња заштити ретких врста и њихових станишта и не спречи даље ремећење еколошке равнотеже, прети опасност од изумирања управо оних птица које представљају реткост не само на овом простору, него и у ширим размерама (Ковачевић, Ђуричић, 2011).

На територији општине Тител постоје два ловачка удружења која газдују са два ловишта.

**Ловачко удружење "Шајкашка"**, са седиштем у Тителу, газдује *ловиштем "Дорошка"* укупне површине 20.283 ha (бр. решења о установљењу 104-324-288/2012-05 од 08.05.2012. године, „СЛ. гл. РС.“ бр. 15/12 од 11.04.2012. године). У саставу овог ловачког удружења налазе се ловачка друштва "Зец" из Гардиноваца, "Јаребица" из Лока, "Зец" из Шајкаша, "Небојша" из Вилова и "Фазан" из Мошорина. Удружење има око 250 активних чланова, и располаже са пет ловачких домова, која се налазе у сваком од насеља, као и једном ловачком кућом. Стручна служба има стално запосленог ловочувара и десетак ловочувара волонтера. Стално гајене врсте дивљачи у овом ловишту су срна, дивља свиња, зец и фазан, а понуда за комерцијални одстрел обухвата срну, срндаћа, зеца, фазана, дивљу патку, грлицу, препелицу, дивљу гуску и шакала (Табела 18) (Подаци добијени у ловачком удружењу "Шајкашка").

**Ловачко удружење „Шљука“** са седиштем у Тителу газдује *ловиштем „Ушће“*, површине 6.899 ha (бр. решења о установљењу 104-324-287/2012-05 од 11.04.2012. године - „СЛ. гл. РС.“ бр. 10/12 од 11.04.2012. године). Посебну лепоту овог ловишта чине шумски

појасеви у приобаљу Тисе, ритски део испресецан многобројним каналима и Тителски брег. Удружење има око 100 активних чланова. Стално гајене врсте дивљачи су срна, дивља свиња, зец и фазан. На простору општине Тител ловни туризам је, до недавно, био слабо развијен. У последње три године истиче се одлична сарадња свих друштава на узгоју, заштити и лову дивљачи, као и многобројне активности Управних одбора на координацији рада оба удружења, набавци дивљачи, уништавања штеточина, заштите животне средине, организацији ловног туризма (Подаци добијени у ловачком удружењу "Шљука").

Ловци-туристи који лове у ловиштима "Дорошка" и "Ушће" смештај најчешће проналазе у неком од хотела у Новом Саду или у хотелу "Тиса" у Тителу. Оба удружења, уз комплетну организацију комерцијалног лова, нуде и уживање у комплементарним активностима, попут обилазака културно-историјских споменика, Тителског брега и осталих природних вредности, организују вожње бродом по Тиси, Бегеју, организују посете локалним манифестацијама и сл.

Што се тиче лова на Тителском брегу све врсте птица и сисара које живе на Тителском брегу, третирају се као дивљач, па је њихова заштита и начин ловног коришћења регулисана Наредбом о ловостају: трајно забрањен лов; ловостај у одређеном годишњем периоду; стално дозвољен лов. Велика већина птица и сисара је под режимом трајног ловостаја. У оквиру природног добра као ловно атрактивне, односно гајене врсте дивљачи, овде се налазе срна (*Capreolus capreolus*), зец (*Lepus europaeus*) и фазан (*Phasianus colchicus*).

Тителски брег са својим падинама и сурдучима обраслим купињацима и жбунастом вегетацијом, као и са полојем реке Тисе даје оптималне услове за живот срнећој дивљачи која се налази на тим површинама. Оптимални станишни услови омогућују да се бројност срнеће дивљачи стално повећава. Овај процес је више резултат спонтаног ширења, него смишљене интервенције узгајивача. Пораст бројности срнеће дивљачи праћен је и порастом квалитета популације, мада се приписује искључиво погодним станишним условима и њиховим очигледно великим потенцијалима. Потребно је смишљеним и стручним радом усмерити узгој срнеће дивљачи за шта постоје изванредни услови и на овом подручју. Иако је Тителски брег изванредно подручје за развој и опстанак срнеће дивљачи на овим просторима као гајену ловну дивљач налазимо још зеца (*Lepus europaeus*) и фазана (*Phasianus colchicus*). Поред ових врста гајене дивљачи на овим просторима се налази и већи број ситне дивљачи као што су: јазавац (*Meles meles*), дивља мачка (*Felis s//vestris*), лисица (*Vulpes vulpes*), твор (*Mustela putorius*), ласица (*Mustela nivalis*), куна златица (*Maries martes*), куна белица (*Maries foina*) и др. Уредбом о заштити природних реткости ("Службени гласник Републике Србије", број 50/93) дивља мачка, јазавац, ласица, куна златица и куна белица стављене су под заштиту као природне реткости на подручју Војводине, а за њих и њихово станиште одређен је режим заштите I степена (Специјални резерват природе Тителски брег – предлог за стављање под заштиту).

**Ловачко удружење Надаљ, са седиштем у Надаљу**, газдује истоименим ловиштем, које се простире уз Велики бачки канал. *Ловиште „Надаљ“* је површине 3.646 ha, и равничарског је типа. У ловишту се налази 1 ha вишегодишњих ремиза, а удружење поседује ловачку кућу и броји око 70 ловаца. Ловиште је претежно под ораницама и баштама, а заступљене су и шуме, ливаде, пашњаци, воћњаци и виногради. Од ловнотехничких објеката ловиште поседује 3 стабилне чеке, 6 хранилишта за срне, 6 хранилишта за фазане и пољске јарбице, 6 солишта и 2 прихватилишта за фазанске пилиће, површине 1 ha. Стално гајене дивљачи су срна, зец, фазан и пољска јаребица, а понуда за комерцијални одстрел односи се на срнећу дивљач, зеца и фазана (Антонић, Беуковић, 2007).

На простору Шајкашке налазе се и ловишта у Каћу, Ковиљу и Будисави. Наведеним ловиштима газдује **ловачко удружење „Нови Сад“ са седиштем у Новом Саду**. *Ловиште „Ковиљ-север“* се налази на територији општине Нови Сад-град, површине је 10.974,50 ha и обухвата катастарске општине Ковиљ, Каћ и Будисава. Ловиште је

равничарско, са просечном надморском висином од 78 до 84 m, и спада у ловишта отвореног типа. У оквиру овог ловишта налази се и *ловиште Каћ*.

Ловиште „Ковиљ-југ“ је равничарско ловиште отвореног типа које се простире на површини од 3.257,78 ha. Границу између ловишта „Ковиљ-север“ и „Ковиљ-југ“ чини ауто-пут Е-75. Наведена ловишта захватају заштићено природно добро „Ковиљско-петроварадински рит“ (Службени гласник РС“, број 27/98,91/06,81/08). Ловачка друштва у удружењу Нови Сад, која се налазе на простору Шајкашке области, су ловачко друштво “Фазан” из Ковиља, које броји 139 ловаца (од којих је 31 из Будисаве) и ловачко друштво “Каћ” из Каћа, које има око 80 ловаца. На овом простору се налазе два ловачка дома, у Ковиљу и Каћу. Стално гајене ловне дивљачи у наведеним ловиштима су сrneћа дивљач, дивља свиња, зец, дивље патке, дивље гуске и фазан, а од штеточина лисица и шакал. Понуда за комерцијални одстрел односи се на сrneћу дивљач и препелице. Од 2013. године у ловишту “Ковиљ Север” постоји полигон за лов фазанске дивљачи, чиме су се стекли сви услови за лов у току целе године (Подаци добијени у ловачком удружењу Нови Сад).

Ловни туризам је развијен, али нису искориштени сви потенцијали. Удружење сарађује са агенцијама “Војводина Шуме Ловотурс”, “Војводина Хоби” и “Оморика” из Новог Сада, које у наведена ловишта најчешће упућују ловце-туристе из Аустрије, Босне и Херцеговине и Хрватске. Туристи одседају у рецептивним капацитетима у Новом Саду, док капацитети у Каћу (мотел “Божур”, преноћиште “Оморика”) и Ковиљу (хотел “Орлови”) остају неискоришћени.

Из свега наведеног се закључује да ловачка удружења која газдују наведеним ловиштима у Шајкашкој (табела 19) потврђују о постојању и интересовању за лов и развој ловног туризма на овом простору и спадају међу познатија ловишта Војводине, за која је заинтересован велики број ловаца из земље и иностранства.

Табела 19. Ловачка удружења, ловишта и понуда дивљачи у ловиштима у Шајкашкој

Назив ловачког удружења	Седиште	Ловиште	Број ловаца	Стално гајена дивљач	Бројно стање	Понуда за комерцијални одстрел	Бројно стање
“Стара Тиса”	Жабал	“СтараТиса” Ајлаш	400	Срна Дивља свиња Зец Фазан Пољска јаребица	1441 120 8910 2500 400	Срнадаћ Срна Зец Фазан Препелица	27 20 200 300 800
“Шајкашка” “Шљука”	Тител	Дорошка Ушће	250 100	Срна Дивља свиња Зец Фазан	900 - 2839 3493	Срна Срнадаћ Зец Фазан Дивља патка Грлица Препелица Дивља гуска Шакал	30 30 250 500 300 300 300 100 20
“Нови Сад”	Нови Сад	Ковиљ- Север Каћ Ковиљ Југ	220	Срна Дивља Свиња Зец Фазан Препелица	- - - - -	Срна Срнадаћ Фазан Препелица	- - - -
“Надаљ”	Надаљ	Надаљ	70	Срна Зец Фазан	99 1122 200	Срна Срнадаћ Зец	7 3 100



(Израдила Б. Ковачевић на основу података добијених у ловачким удружењима “Стара Тиса”, “Шајкашка”, “Шљука”, “Надаљ” и “Нови Сад”)

У табели 18. приказани су подаци о ловачким удружењима, ловиштима и понуди дивљачи у ловиштима у Шајкашкој. Из табеле се може уочити да највећи број ловаца, од свих удружења која се налазе на простору Шајкашке, има удружење “Стара Тиса” у Жабљу, а затим удружење “Шајкашка”, са седиштем у Тителу. Најразноврснија понуда дивљачи налази се управо на територији ове две општине, а најчешће гајена врста дивљачи су срна, фазан и зец. С обзиром да се квалитет ловишта огледа кроз оптималне услове за живот дивљачи и исказује се бонитетним разредима, потребно је анализирати који део територије Шајкашке поседује најбоље природне потенцијале за развој ловног туризма. Бонитирање ловишта тј. одређивање бонитета ловишта, или оцена његове прикладности за гајење, заштиту, и рационално (одрживо) коришћење појединих врста ловне дивљачи, представља један модел валоризације ловних ресурса којим се, на основу вредновања односно оцењивања (поенирањем) одређених (основних) фактора битних за живот, размножавање и опстанак дате врсте дивљачи, одређује бонитетни разред ловно-продуктивних површина неког ловишта за ту врсту дивљачи. Притом се бонитирају само ловнопродуктивне површине за сваку врсту дивљачи посебно (Прентовић, 2007).

Према подацима Ловачког савеза Војводине, најповољнији и најперспективнији локалитети за развој ловног туризма Шајкашке налазе се на територији општине Жабал. Први бонитетни разред за лов на срне је потиски део општине Жабал, а други бонитетни разред је остали део општине Жабал. Први бонитетни разред за лов на фазане је Бисерно острво у Чуругу, а трећи бонитетни разред за лов на пољску јаребицу је цела територија општине Жабал (тренутно је забрањен лов на пољску јаребицу). Цела територија општине Жабал припада и другом бонитетном разреду за лов на зечеве.

Оваква структура по бонитетним разредима је веома повољна и пружа могућности за даљи развој ловног туризма, који је и до сада био развијен. Потребно је контролисати развој ловног туризма на простору целе Шајкашке, поштовати нове законске прописе и правилнике и строго их се придржавати. Познато је да ловни туризам привлачи велики број иностраних ловаца и да је то врста туризма која може донети велику финансијску добит одређеном подручју, али само ако је добро организован. У супротном, целокупна добит од организованог лова се улива у касе туристичких агенција и ловачких организација, а општина остаје без профита.

Истраживањем тренутног стања и перспектива за развој ловног туризма у Шајкашкој дошло се до сазнања да потенцијали нису у потпуности искоришћени, и да ловни туризам није на задовољавајућем нивоу, пре свега организационом. Како би се унапредио развој овог селективног облика туризма у Шајкашкој, неопходно је плански приступити његовој организацији. У поменутих ловиштима Шајкашке не постоје подаци (или су недоступни за јавност) о тачном броју домаћих и страних ловаца, нити се евиденција о доласцима и броју остварених ноћења у рецептивним капацитетима водила у континуитету у последњих десет година. Теренским истраживањем дошло се до података да ловци-туристи углавном одседају у рецептивним капацитетима у Новом Саду, без обзира што се у близини сваког ловишта налази рецептивни капацитет који би могао да обезбеди прихват како домаћих, тако и иностраних ловаца. На овај начин општина остаје без профита, јер ловци-туристи мање времена проводе у руралним просторима и ловиштима Шајкашке и не посвећују пажњу комплементарним активностима, јер гравитирају ка Новом Саду, а то директно утиче на смањену потрошњу у ловно-туристичкој дестинацији. Ово говори у прилог чињеници да ловни туризам у Шајкашкој није на адекватном

организационом нивоу, те да не постоји синхронизована сарадња између интересних група, пре свега између ловно-туристичких агенција и менаџмента рецептивних капацитета који послују на простору Шајкашке. Иницијатива свакако треба да се покрене са локалног нивоа, али би и у интересу агенција било да смештај ловцима проналазе што ближе ловно-туристичкој дестинацији. На овај начин остварила би се двострука корист: ловци-туристи би мање времена проводили на путу до ловишта, те би самим тим били задовољнији, општина би остварила знатно виши профит, јер би се продужило време боравка у ловно-туристичкој дестинацији и повећала туристичка потрошња.

С обзиром да боравак на просторима ловнотуристичке дестинације, превасходно ради спровођења туристичког лова, траје релативно кратко (у просеку 2 – 4 дана) неопходно је добро организовати тако сложену и безбедносно ризичну активност каква је туристички лов. Управо је лоша организација један од кључних проблема у ловиштима Шајкашке, стога је потребно пред носиоце ловнотуристичких услуга на овом простору поставити обавезу озбиљне организације дате ловнотуристичке активности. Пошто обухвата систем субјеката, мера, радњи и поступака, које се спроводе још у фази промоције и припреме датог ловнотуристичког аранжмана и тежишно настављају на ловнотуристичкој дестинацији, организациони аспект представља битан сегмент конкретног ловнотуристичког производа. Овај сегмент ловнотуристичког производа обухвата делатности везане за пропаганду, информисање, спровођење туристичког лова, организацију услуга смештаја, исхране, транспорта, снабдевања ловаца-туриста одговарајућим средствима (оружје, муниција, опрема за лов, уколико овим средствима не располажу), организовање пружања сервисних услуга и снабдевања туриста – ловаца другим артиклима (сувенири и сл.) (Прентовић, 2010).

Као што је већ наглашено, лоша организација представља једну од основних препрека даљем развоју ловног туризма у Шајкашкој, те је неопходно, у што краћем временском периоду, приступити реорганизацији свих интересних група које се баве координацијом, усмеравањем и промоцијом ловнотуристичких производа и садржаја на овом простору. Приликом одређивања приоритета, на првом месту би требало подстаћи међусобну сарадњу ловачких удружења са већим бројем ловно-туристичких агенција које се баве посредовањем али и директном партиципацијом ловнотуристичких услуга у ловиштима Шајкашке., али и са локалним туристичким организацијама. Значај пословања ловно-туристичких агенција огледа се првенствено у подстицању развоја иностраног ловног туризма, јер управо посредством ових агенција највећи број иностраних туриста – ловаца долази у ловишта.

Ловно-туристичка агенција је врста туристичке агенције, која представља привредни субјекат чија комерцијална делатност обухвата посредничке, организаторске и снабдевачке послове у домену ловнотуристичких услуга. Основна специфичност у пословању ловно-туристичких агенција је посредовање, а често и директна партиципација у пружању, за ловнотуристичку клијентелу, примарних ловнотуристичких услуга. У том погледу, ловно-туристичка агенција сарађује са тзв. пружаоцима ловно-туристичких услуга. Према члану 88, став 1. Закона о туризму, пружалац ловнотуристичких услуга је „привредно друштво или јавно предузеће чији је оснивач Република Србија или аутономна покрајина које је регистровано за обављање делатности узгоја и лова дивљачи“.

Пружалац ловнотуристичких услуга је, дакле, привредни субјекат који газдује ловиштем тј. корисник ловишта, који се (сходно члану 88., став 2. Закона о туризму) региструје и евидентира у складу са законом којим се уређује регистрација привредних субјеката и Законом о туризму (Прентовић, 2010).

Агенције које су до сада сарађивале и још увек сарађују са ловачким удружењима у Шајкашкој, која представљају пружаоце ловнотуристичких услуга, посредују у пружању и учествују у организовању ловнотуристичке активности у ловиштима Шајкашке, али не воде много рачуна о профиту који би општина којој припада ловиште требало да оствари,

већ туристе - ловце углавном смештају у рецептивне капацитете у Новом Саду, и раде првенствено за свој интерес, што је и разумљиво.

Управо из тог разлога је неопходно да се иницијатива за организовање ловног туризма као интегралног облика туризма у Шајкашкој покрене са локалног нивоа, јер је то првенствено интерес локалних заједница. Било би корисно подстаћи сарадњу наведених агенција и ловачких удружења са угоститељским објектима који пружају услуге исхране и смештаја, а послују у Шајкашкој, и на тај начин организовати боравак (смештај и исхрану) туриста – ловаца у самој ловнотуристичкој дестинацији.

Корисно је остварити сарадњу ловачких удружења и ловнотуристичких агенција са локалним туристичким организацијама (туристичком организацијом општине Жабалъ и ЈКП Тителски брег) у циљу што боље организације комплементарних туристичких активности у којима могу учествовати ловци (или њихове пратње на путовањима). Будући да, осим времена предвиђеног за спровођење туристичког лова (који се одвија у трајању од неколико до највише десетак часова дневно), и времена за одмор, ловцима – туристима преостаје одређени фонд непопуњеног (слободног) времена, неопходно је за исте (сходно њиховим афинитетима) организовати различите забавно-рекреативне активности, као што су: ловно стрелаштво, разне спортске активности, излети, посете културно-уметничким приредбама и установама (музеји, галерије), ловачким манифестацијама и др. Стога је организација ових пратећих активности битан део укупног сегмента организације као елемента ловнотуристичког производа (Прентовић, 2010).

Комплементарни облици туризма у којима могу учествовати ловци – туристи који лове у ловиштима Шајкашке, а о чијим потенцијалима за развој је било речи у претходним поглављима дисертације, су сеоски и салашарски туризам (посете етно-кућама, рекреација на салашима, учествовање у активностима са локалним становништвом), спортско-рекреативни туризам (учествовање у спортским активностима : голф, спортски риболов, групни спортови, параглајдинг и падобранство, или посматрање спортских такмичења), наутички туризам (вожње чамцима по Дунаву, Тиси и Јегричкој, парасејлинг, регате), манифестациони (посете спортским, културним, гастрономским и етнографским манифестацијама које се одржавају у насељима Шајкашке), културни туризам (обилазак културно-историјских вредности - манастир Ковиљ, црква Вазнесења Господњег у Чуругу, родна кућа Лазе Костића, Милеве Марић Ајнштајн и Исидоре Секулић, Чурушка ветрењача) и излетничко-рекреативни туризам (посете заштићеним природним добрима, археолошким налазиштима, сакралним објектима, излети “путевима познатих” и др.).

Из наведеног се закључује да је ловцима – туристима на располагању широк спектар различитих забавно-рекреативних активности које могу употпунити њихово уживање у лову и квалитетно испунити слободно време. За развој туризма и афирмацију Шајкашке као туристичке дестинације веома је важно истаћи значај повезивања комплементарних облика туризма са ловним туризмом, из разлога што ловци-туристи углавном долазе из иностранства, и представљају софистицирану клијентелу са високим примањима, те самим тим њихова партиципација у осталим активностима доприноси презентацији и афирмацији читавог простора и Шајкашке као туристичке дестинације.

Потребно је подстаћи и сарадњу ловачких удружења са локалним становништом као интегралним фактором формирања туристичке понуде, са другим ловачким удружењима али и са ловачким савезом Војводине и Србије, као организацијама на вишим инстанцама.

Неопходно је озбиљније приступити праћењу туристичког промета у ловиштима Шајкашке, али и истраживањима преференција ловаца и карактеристика ловно-туристичке тражње. Један од начина да се подстакне ексензинзитет и интензитет укупне ловно-туристичке потрошње на овом простору је организација ловачких манифестација, које би требале бити адекватно осмишљене, добро маркетиншки третиране и организоване.



Слика 121. Станиште ретких птица мочварица у доњем току Јегричке  
(Фото: Б. Ковачевић)

### ЛОВАЧКЕ МАНИФЕСТАЦИЈЕ У ШАЈКАШКОЈ

Као што је већ речено, главни сегмент ловно-туристичког производа су дивљач и лов (одстрел, хватање, посматрање односно снимање дивљачи) али се ловни туризам може унапредити и организовањем ловачких манифестација. Ловачке манифестације имају карактер својеврсних туристичких догађаја и, као такве, служе подизању квантитета и квалитета туристичке понуде, с једне и економских ефеката ловног туризма, с друге стране (Прентовић, 2005).

Међуградско такмичење у гађењу глинених голубова у организацији ловачког удружења “Шљука” из Титела, је ловачка манифестација која се традиционално организовала сваког првог маја, до 2009. године. После двогодишње паузе (од 2011. године), манифестација је почела да се организује половином јуна месеца. Такмичење се одржава на стрелишту код Лочке кривине, у екипној и појединачној конкуренцији, у дисциплини трап и сваке године окупља све већи број такмичара (Архив ловачког удружења “Шљука“ из Титела).

Ловачко удружења “Шљука” из Титела организује и манифестацију хајка на дивље свиње, која се одржава традиционално 29. новембра сваке године.

Такмичење у гађењу глинених голубова организује се и на реновираном стрелишту у Госпођинцима и у ловишту у Каћу. Ова такмичења су локалног карактера, али сваке године привлаче све већи број такмичара, екипа и посетиоца, који долазе и из других градова, те не треба занемаривати њихов значај за подстицање развоја ловног туризма, јер могу допринети продужењу боравка ловаца-туриста и подстицању дневне туристичке потрошње у време када се не спроводе ловне активности. Нажалост, ловачке манифестације које се организују у Шајкашкој нису на адекватан начин маркетиншки пропраћене нити добро организоване.

Даљи развој ловног туризма у Војводини, па и у Шајкашкој, у великој мери спутава забрана извоза меса из наше земље у земље Европске уније и административне препреке као што су визни режим и разне таксе. Поред тога, да ли ће доћи до повећаног прилива ловаца – туриста у војвођанска ловишта зависи и од стања на ловно – туристичком тржишту у нашем окружењу и у Европи, као и од прописа и интереса Европске уније и њених појединих држава чланица (Прентовић, 2005а).

Како би се ловни туризам у Шајкашкој подигао на виши ниво, требало би приступити стратегији диференцирања ловно-туристичког производа. Било би пожељно да се постојећа ловачка удружења и савези укључе у "Сафари клуб итернационал" (SCI), који је

позната и престижна организација, која делује у 37 земаља широм света, а представља интернационалну асоцијацију етичких ловаца. Посвећена је не само задовољавању појединачних интересовања њених чланова – ловаца, већ и заштити лова и природе и очувању равнотеже екосистема у најширем смислу (<http://www.scifirstforhunters.org/>).

Клуб велику пажњу посвећује едукацији својих младих чланова. Осим сарадње са ловачким организацијама, остварује и широку сарадњу са организацијама које окупљају љубитеље природе, па би се помоћу сарадње са клубом могла остварити замисао о организовању разгледања ретких мочварних станишта и посматрању птица мочварица, и на тај начин привући љубитељи природе из европских земаља.

Природни потенцијали постоје и представљају одличну базу за развој и унапређење ловног туризма, али је неопходна добра организација, квалитетан маркетинг као и синхронизована сарадња са Ловачким савезом Србије и Војводине, интернационалним организацијама али и сарадња на општинским нивоима и едукација становништва. Уз поштовање и имплементирање наведених смерница и предлога, ловни туризам, као један од приоритетних облика туризма, могао би постати покретач развоја туризма у Шајкашкој и допринети оживљавању и економском опоравку посматраног простора, а нарочито његових руралних делова.

## КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ

Културни туризам је једна од најважнијих форми туризма, а заснива се на културним добрима (Хаџић, 2004). Појам културни туризам није једноставно објаснити, јер он не представља спој појмова култура и туризам. Светска туристичка организација дала је 1985. године две дефиниције културног туризма- ужу и ширу. У ужем смислу културни туризам подразумева кретање људи са јаком културном мотивацијом- лепе уметности, путовања до фестивалских и других културних догађања, посете знаменитости и споменика. Дефиниција у ширем смислу обухвата сва кретања људи због задовољавања потреба за разноврсношћу, усмерених ка повећењу културног нивоа појединца и стварању нових знања и искустава (WTO). С економског аспекта, културни туризам је излазак културе на туристичко тржиште са културним и уметничким производом који има и економску вредност (Richards, 2005). У Србији културни туризам још није ушао у планове развоја туризма и још увек постоји погрешан став да је култура елемент производа масовног туризма.

Ресурсе у културном туризму представљају културне атрактивности, потенцијали који су учињени доступним за туристе. То су материјална добра и духовне вредности које привлаче туристе али које је потребно активирати. Културни ресурси могу бити:

- археолошка подручја,
- архитектура (рушевине, познати објекти, читави градови),
- музеји, уметност, скулптуре, занати,
- музика и плес,
- драма, позориште и филм,
- верске светковине, ходочашћа и
- целокупна народна култура и субкултура (Richards, 2005).

По другој подели то су

- материјална културна добра,
- свакодневне културне активности и
- специјални догађаји или места посебног историјског значаја (Cook, et all., 2005).

Дугогодишње осиромашење сеоских средина, осипање становништва у правцу града, брисање националних и религијских традиција, учинило је да се на локалном нивоу запоставе управо они чиниоци који сваку средину чине особеном, а у данашње време и

привлачном у туристичкој понуди. Утолико је данас теже препознати које су то изворне вредности и обликовати их у складу са захтевима времена, али и туристичком тражњом. Проблем у сеоским срединама обично представља то што локални становници не уочавају, а још мање препознају вредности у сопственом окружењу: треба им указати на њих, а затим и уверљиво доказати колико је неопходно очувати их на одређеном културолошком нивоу који не проистиче из локалне структуре, већ мора да следи општеприхваћена мерила вредности целокупног културног света. Дакле, неопходно је да локалне културно-историјске вредности нађу своје место у глобалној структури окружења, целокупне регије или читаве земље (Ђукић Дојчиновић, 2005).

Развој културног туризма у Шајкашкој може да се заснива на богатом и разноврсном културном наслеђу, које је последица бурних историјских дешавања и сложеног националног састава. Ресурси на којима се темељи културни туризам Шајкашке су археолошка налазишта, културно-историјски споменици, сакрални споменици и етнографске вредности.

Врсте културног туризма за које у Шајкашкој постоје најбољи потенцијали за развој су:

- верски (религијски) туризам,
- културно-историјски,
- едукативни и
- гледање или учествовање у свакодневним сеоским активностима “life-seeing” и “life-participating” туризам и

**Религијски туризам** је један од најстаријих облика туризма који се као специфичан облик туризма почео јављати у најранијој историји, када су људи због обављања религијских обреда посећивали за то одређена места - светишта, и притом прелазили веће удаљености.

Будући да се ради о економски врло корисном облику туризма, кроз историју су такве дестинације редовно постајале средишта верских, трговачких, културних и осталих догађања.

Жеља за путовањем у света места, односно дестинације са сакралним објектима не појављују се само код чврсто опредељених у вери већ код ширих скупина људи заинтересованих да упознају верске објекте и као места верског култа, али и као историјске споменике, а нарочито као облик духовног обогаћивања. Зато сакрални објекти па и места и градови духовног значаја заузимају важно место у садржајима и активностима туристичке понуде (Bellinger, 2004).

Религијски туризам је фокусиран на посету религијским местима (локалитетима), споменицима и дестинацијама, а главни циљ му је ангажовање учесника на јачању одређене вере. Иако се ова врста туризма, теоријски, односи само на верску мотивацију, многи туристи имају вишеструке мотиве. Они могу бити мотивисани религиозним осећањем, али и привучени архитектонским вредностима или историјским значајем неког локалитета. Разграничење између туризма и ходочашћа најтеже је у случају црква, катедрала, храмова и других религијских значајних објеката и места. Сакрални објекти се појављују у туризму у двострукој функцији: једном у својој изворној функцији, као објекти у којима ће верници задовољавати своје религијске потребе, а у другом случају као објекти веће или мање културне, историјске или уметничке вредности, у којима ће туристи верници, али и туристи који нису верници, потражити вредности као што то чине у музејском или галеријском простору (Вуконић, 1990). Управо из тог разлога се религијски туризам у овом раду обрађује и посматра као подврста културног туризма.

Што се тиче могућности за развој религијског туризма у Шајкашкој оне се базирају на мноштву сакралних споменичких вредности, које су градиле, и још увек граде људи различитих вера: православци, католици и адвентисти. Сакрални споменици који поседују

највећу културно-историјску, верску, али и туристичку атрактивност су православне богомоље, којих на овом простору и има највише.



Слика 122. Иконостас у цркви Светог Вазнесења Господњег у Чуругу  
(Фото: Б. Ковачевић)

Својим значајем посебно се истичу манастир Светих Архангела у Ковиљу, црква Вазнесења Господњег у Чуругу и српска православна црква Преноса моштију Светог Николе у Каћу. Наведени сакрални споменици требали би представљати окосницу развоја религијског туризма Шајкашке, који се за сада темељи углавном на атрактивностима манастира Ковиљ. Као што је већ речено, у Шајкашкој постоји још много сакралних споменичких вредности, православних и римокатоличких, које се могу уобличити у квалитетну туристичку понуду и повезати са религијским, али и културним туризмом, јер многи од њих, као што је већ наглашено, поседују изузетне архитектонске вредности и важе за културна добра од изузетног значаја.

**Културно-историјски туризам.** Препознавање културно-историјских вредности на локалном плану представља један од кључних услова, не само за очување традиције, већ и за креирање туристичке понуде. У ситуацији када постоје природни предуслови и квалитетни смештајни капацитети, управо културна добра представљају гарант различитости појединих туристичких целина, који ће одредити туристе за избор.

Шајкашка, која се може похвалити бурним историјским дешавањима, ратовањима, мешањем различитих култура, традиција и обичаја, свакако би требала искористити своје културно-историјске вредности које су годинама градили различити народи, али и своја историјска дешавања као мотив за развој туризма. Много легенди и митова који се везују за овај простор представљају интересантност за туристе и требали би се уобличити у својеврстан туристички производ. Леденда о Атили Хунском, прича о Шмитмајеровима и њиховој капели на врху Тителског брега, приче о старим ветрењачама, историјска дешавања везана за Шајкашки батаљон, приче о ратовањима и освајањима бродовима шајкама могу послужити као мотив за креирање и уобличавање садржајнијег и интересантнијег туристичког производа.

Културно-историјски туризам у Шајкашкој треба да се развија на основу следећих културно-историјских вредности: археолошких налазишта, пре свега Феудвара, Калварије и Винограда, затим старих архитектонских и етнографских вредности које су очуване у насељима Шајкашке (знамените зграде, улица Главна у Тителу, ветрењача у Чуругу, стара црпна станица у Жабљу, стари зидани мост на Јегричкој "Ленартова ћуприја" и др.), кућа знаменитих личности, као и очуваних руралних амбијенталних целина (салаши, Мошорин,

Лок). Путевима знаменитих људи је туристичка понуда која такође има изузетне могућности на тлу Шајкашке. На овом подручју су рођени, ту су боравили и стварали многи учени људи наше историје и садашњости (Јаза Костић, Милева Марић Ајнштајн, Исидора Секулић, Теодор Илић Чешљар, Петар Коњовић и други). Њима у част, а нама и нашим поколењима на знање, треба ставити у употребу њихове домове и места боравка.

Термин **едукативни туризам** потиче из енглеског језика (*Educational Travel*) и означава туристички сегмент у којем је комбинација подучавање – учење основа програма. Уопштено гледајући, под едукативним туризмом подразумева се посебан облик туризма у којем путовање има битну едукативну компоненту. Кроз овај облик туризма туриста задовољава своју знатижељу, изучава нов језик, културу, стимулише интересовање за уметност, архитектуру, инспирише се за очување природе, флоре и фауне, продубљује своју фасцинацију културним или историјским местима. Подразумева искуство које се доживљава и где се појављују мотивација и учење којим су туристи изложени на директан или индиректан начин, у зависности од методологије и изабраног туристичког аранжмана. Према Бодгеру и Фросту, то је путовање ради учења у контексту и елементу (<http://www.nottingham.ac.uk/ttri/pdf/conference/David%20Bodger.pdf>). Према Америчком већу за међународне студије (American Council for International Studies) едукативни туризам даје живот лекцијама у учионици, проширује видике и пружа жељу за додатним усавршавањем (<http://www.acis.com/>). У оквиру едукативног туризма могу се издвојити три подгрупе које се међусобно јасно разликују: научни туризам, студентски туризам и туризам даљег усавршавања (<http://www.monografias.com/trabajos29/turismo-educacional/turismo>). У подгрупу студентског туризма спадају и ученици основних и средњих школа.

Едукативни туризам има изузетне могућности за развој у Шајкашкој. Постојање четири заштићена природна подручја, археолошких налазишта и етнографских вредности преставља одличну основу за развој овог селективног облика туризма. За сада је развијен научно-едукативни туризам на Тителском брегу, јер научници и студенти проучавају лес, лесне одсеке, али и специфичну флору и фауну овог јединственог лесног подручја и специјалног резервата природе. На већ чувеним локалитетима: Велики сурдук, Феудварски сурдук и Дукатар, лес је проувачао велики број домаћих и иностраних научника, а у мају 2013. године научници са Кинеске Академије наука, спровели су веома детаљна узорковања леса у сврху анализе палеоклиматских, палеомагнетских и микроморфолошких особина седимента Тителског лесног платоа. Овим је још једном потврђена изузетна важност Тителског брега за реконструкцију природних процеса који су се одвијали у последњих 650 хиљада година.

Потенцијали за развој научног туризма садржани су и у бројним археолошким налазиштима на овом простору, који представљају и културно-историјске вредности али и одличну базу за едукативни туризам и истраживања. За сада је у Шајкашкој најбоље развијен излетничко-едукативни туризам, за подгрупу ученика основних школа, а понуда обухвата посете Тителском брегу, "Ковиљско-петроварадинском риту" и Парку природе "Стара Тиса код Бисерног острва". Последњих година организују се едукативни еко-камп и ликовне колоније у "Парку природе Јегричка", који из године у годину броје све више учесника. Ниво едукативног туризма није у складу са потенцијалима за развој и у перспективи би требало да се тежи да дође до развоја стационарног едукативног туризма, јер за то постоје сви неопходни предуслови.

**"Life-seeing" и "life-participating" туризам** има добре могућности за развој у оквиру развоја руралног туризма у сеоским и салашарским домаћинствима. За сада је развијен једино у оквиру етно-еко музеја у "Етно кући Богојевић", али би уз минимална улагања у рецептивну основу и едукацију локалног становништва могао да представља значајан сегмент туристичке понуде Шајкашке.





Слика 123. Дечија екскурзија у "Етно-кући Богојевић"  
(Извор: [www.opstina-titel.org.yu](http://www.opstina-titel.org.yu))

Производи културног туризма Шајкашке који се у најкраћем року могу пласирати су обиласци најзначајнијих сакралних споменичких вредности, едукативне туре и туристичка понуда "путевима знаменитих људи".

Афирмација културног туризма допринела би бржем развоју идентитета и имица и употпунила производни микс Шајкашке као туристичке дестинације.

## МАНИФЕСТАЦИОНИ ТУРИЗАМ

Израз „манифестовати“ означава испољавати, објавити, објављивати, јавно испољавати, објавити, објављивати, јавно испољавати своје мишљење или расположење, односно учествовати, суделовати у манифестацијама, јавно изразити, изражавати, показивати (Вујаклија, 1980).

У страног литератури и туристичкој пракси овај вид туризма се често означава као туризам догађаја (event tourism) (Getz, Chaune, 1977). Наведени изрази указују да манифестације у ствари представљају различите догађаје, облике представљања и изражавања. Са туристичког становишта то би били облици приређивања програма са интересантним садржајем који може да привуче посетиоце (Scott, 1996).

На основу истраживања разних аутора може се доћи до следеће дефиниције: манифестације туристичког карактера означавају јавно извођење или приказивање било у виду изложбе, приредбе или више приредби разних категорија људског достигнућа, а које се издвајају по својој специфичности, остварујући туристичке ефекте и циљеве, а организују се у свим насељима која имају свој интерес у томе.

Манифестације се могу поделити према следећим критеријумима:

- садржај,
- порекло учесника и по рангу, тј. по значају,
- традиционалност,
- место и

- време одржавања.

Према садржају, односно области извођења, манифестације се могу поделити на:

- уметничке
- привредне
- етнографске
- научно-стручне
- верске
- спортске
- политичко-историјске
- забавне и
- туристичко-пропагандне.

Садржаји појединих манифестација не морају бити искључиви већ, напротив у пракси су најчешће садржајно испреплитани. Ако је манифестација садржајно чиста обично је прате програми другачијих садржаја.

Према пореклу учесника облици се могу поделити по већ наведеном критерију рангирања према значају. Манифестације се могу различито градирати. Са становишта манифестационог туризма међународне манифестације могу бити: регионалне, континенталне и светске манифестације.

Према традиционалности, односно континуитету одржавања, облици манифестационог туризма се могу поделити на: једнократне, повремене и сталне. Једнократне манифестације, већ по самом називу, значе да немају традицију одржавања. Повремене манифестације су оне које немају перманентност одржавања, или га немају у једном насељу. Традиционалне су оне манифестације које имају перманенцију одржавања било са прекинутим континуитетом или не.

Место одржавања је онај локалитет или локалитети где се организују манифестације.

Критеријум који је одређен као време одржавања манифестација односи се на календар одржавања, у смислу, информисања о терминима одржавања.

Према начину испољавања манифестације се сврставају у неколико група: културне, политичке, забавне, спортске, уметничке, привредне, локалне, интерперсоналне, а све су оне мање или више туристичке, усмерене ка ширењу и усвајању културе као спонтаном и организованом процесу (Јовичић, 1988).

Значај је огроман за место које организује манифестације, јер остварују економску добит, представљају бољитак за ширу заједницу, имају културно-социјални и образовни утицај на домицилно становништво и посетиоце, дају допринос у политичкој стабилности регије одржавања.

Поједини облици манифестационог туризма имају своје корене у далекој прошлости. У том периоду историјског развоја постојали су облици базирани пр свега на религијској али и етнографској, спортској, привредној и забавној основи.

За развој и афирмацију манифестационог туризма на територији Шајкашке постоје одлични предуслови и потенцијали. Бројне спортско-рекреативне и културне манифестације које се одржавају и обележавају на овом простору, а о којима је већ било речи у раду, чувене су и познате у Војводини, а неке и у целој Србији.

За Шајкашку су манифестације спортско-рекреативног карактера посебно карактеристичне, будући да је целокупна изграђеност материјалне базе туризма подређена спортским догађањима и припремама и сусретима спортиста млађег узраста. Управо због тога, спортско-рекреативне манифестације представљају један од најрелевантнијих фактора развоја спортског туризма овог подручја и поседују снагу привлачења потенцијалних туриста и посматрача и из удаљенијих емитивних центара.

Спортске манифестације могу се дефинисати као догађаји које карактеришу креативни и комплексни садржаји спортског, рекреативног и забавног карактера, који се одвијају по

одређеном, унапред припремљеном програму а остварују туристичке ефекте и циљеве и имају друштвено-економски значај за место или регију одржавања (Ромелић, Бјељац, 1998).

Спорт је сам по себи атрактиван, али он се као такав испољава и реализује кроз такмичење, тј. догађај организован на одређеном простору или у одређеном објекту и по одређеним правилима. Ако се такмичења у једном или више места претворе у систем праћен поступцима својственим формирању интегралног туристичког производа, тада настаје спортска туристичка манифестација. Спорт чини њену примарну компоненту, односно вредност и понуду, а остале вредности и облици понуде имају задатак да делују стимулативно и комплементарно. С друге стране, спортски садржаји могу имати, у оквиру манифестације пратећи карактер, али притом толико изражен да битно утичу на њен начин испољавања.



Слика 124. Великогоспојинске свечаности у Тителу  
(Фото: Н. Глишић)

Спортске манифестације припадају групи свечаности представљања (ако посматрамо однос учесника (извођача) и публике), односно у оквиру њих се јасно разликују актери спортскох догађаја (спортско-професионална такмичења), али и свечаности учествовања, где спортисти аматери великим делом чине и публику (спортско-рекреативна такмичења).

Величина контрактивне зоне и степен хетерогености посетилаца условљени су значајем манифестација. Уколико је просторна хијерархија обухватности такмичара виша (локална, регионална, национална, међународна), утолико су горе наведени параметри израженији. Вредност и атрактивност туристичке понуде спортских манифестација зависи и од карактеристика места и регије одржавања (Вјељас, Radovanovic, 2003).

Спортске манифестације саме по себи могу бити туристичка вредност – мега догађај, атракција (велика спортска такмичења) који привлачи потенцијалне туристе-учеснике и посматраче. Уз њих је предвиђен низ пратећих програма који су повезани са природним и антрипогеним вредностима дестинације у којој се одржава спортска манифестација.

Спортске манифестације могу бити и само део туристичке понуде, односно пратећи програм неке друге велике приредбе (Ромелић, Бјељац, 1998).

Манифестације које привлаче највећи број посетилаца су "Тителска" и "Чурушка" регата, меморијални турнир "Живко Кондић" у Каћу, које су према садржају манифестације спортског карактера.

За развој туризма у Шајкашкој значајне су и манифестације религијског, културног, гастрономског и етнографског карактера, о којима је било речи у посебном поглављу.

Најпосећеније манифестације су "Тителски дани" и славе села, које представљају манифестације мешовитог карактера. Све популарније постају и "Мундијада" у Шајкашу и "Чварак фест" у Каћу, које немају дугу традицију одржавања, али сваке године привлаче све већи број такмичара и посетилаца. Са друге стране, културне манифестације су идеалне за промоцију и презентацију културних вредности, традиције и обичаја овог краја.



Слика 125. Детаљ са манифестације Ковиљска ракијада  
(<http://www.381info.com/manifestacije-u-srbiji/koviljska-rakijada-parastos-dud>)

Истраживањем и вредновањем манифестација у Шајкашкој може се извести неколико кључних карактеристика манифестационог туризма Шајкашке, као сегмента укупне туристичке понуде. Према броју посетилаца може се извршити класификација на три групе манифестација у Шајкашкој: слабо посећене (до 500 посетилаца), добро посећене (од 500 -5000 посетилаца) и изузетно добро посећене (преко 5000 посетилаца). Већина манифестација које се одржавају у Шајкашкој одликују се добром посећеношћу, док је свега неколико манифестација изузетно добро посећено. Као што је већ речено, манифестације су углавном локалног и покрајинског карактера, и посећују их становници Шајкашке, околних насеља и најближих емитивних центара. Према садржају програма, манифестације су углавном спортско-рекреативног и културно-уметничког карактера, а узимајући у обзир целокупан садржај манифестација и пропратни програм, долази се до закључка да су манифестације углавном мешовитог карактера, уз преплитање спортских, забавних, културних и гастрономских садржаја. Може се закључити да се већина манифестација уклапа у тотални туристички производ Шајкашке као туристичке дестинације. Према перманентности одржавања закључује се да се већина манифестација

одликује традиционалношћу одржавања (посебно славе села). Основни проблем за даљи развој манифестационог туризма представља незадовољавајући ниво организације манифестација и недостатак финансијских средстава, те су по овом критеријуму манифестације најниже оцењене. У будућности би требало посветити више пажње квалитетној организацији и афирмацији манифестација, које би морале бити квалитетно маркетиншки пропраћене, јер Шајкашка има низ потенцијала који се могу искористити као основа за организовање догађаја, а то су пре свега мултукултуралност, богата гастрономска понуда, бурна историјска дешавања, неговање старих заната, обичаја и традиције, али и куће и животи познатих личности са овог простора, салаши и амбијенталне целине. Са друге стране, локално становништво је отворено за сарадњу и жељно дружења, а уз укључивање локалног становништва, локалних самоуправа и културно-уметничких друштава са овог простора у организацију манифестација, оне би у будућности могле постати много значајнији сегмент туристичке понуде Шајкашке. Добро осмишљене и организоване манифестације могу привући знатан број посетилаца и учесника, продужити сезону излетничко-рекреативних кретања и допринети туристичкој презентацији Шајкашке.

### ИЗЛЕТНИЧКО-РЕКРЕАТИВНИ ТУРИЗАМ

Излетнички туризам може се уврстити у комбиноване облике туристичког промета, јер излети истовремено имају и рекреативни и културни смисао – рекреативни јер су краткотрајни (полудневни или највише дводневни), и у основи имају карактер освежења, а културни јер су одраз навика и свести о значењу таквог кретања. Излетничка кретања се одликују релативно малим радијусом кретања, кратким боравком, великом сезонском концентрацијом и релативно високом потрошњом. То су краткотрајна кретања у зонама туристичких дисперзива. Излети могу бити полудневни, једнодневни и дводневни у зависности од режима слободног времена. Ова кретања су тесно повезана са радним временом у току дана или недеље, а с обзиром на њихов изузетан значај за продуктивност рада, може се очекивати да у блиској будућности постану обавезан елемент за програмирање радног времена (Јовичић, 1980).

Излетничка кретања нису обухваћена прегледима туристичке статистике јер су најчешће у питању висечасовни или једнодневни боравци који се не могу евидентирати. Повезано за временски краће трајање туристичког боравка, подручја излетничких кретања се налазе ближе местима становања потенцијалних туриста. Мањи фонд слободног времена и краће трајање боравка условљавају и краће трајање путовања од емитивних до туристичких места. Излетнички туризам су кретања и то како због броја туриста тако и због учесталости путовања сваког туристе у току године, у чијој основи стоји задовољење рекреативних потреба у најширем смислу, везаних за свакодневни или недељни одмор (Ахметовић-Томка, 1984).

### ФАКТОРИ РАЗВОЈА ИЗЛЕТНИЧКО-РЕКРЕАТИВНОГ ТУРИЗМА У ШАЈКАШКОЈ

За развој излетничко-рекреативног туризма одређеног подручја од пресудног је значаја **близина великих градских центара** из којих се очекује прилив излетника. Велики градови представљају просторе са највећим степеном урбанизације и са високом загађеношћу ваздуха, па због тога и са високо израженим рекреативним потребама становништва. Градско становништво остварује и релативно висок доходак због повољне квалификационе структуре, те поседује и велики број путничких аутомобила, који су основно превозно средство излетника. Аутомобилизам великим делом омогућује излетнички туризам, олакшава га и утиче на брзо формирање навика за ова кретања, па се зато појављује као значајан фактор динамичнијег пораста излетничких кретања. Резултати

неколико анкетних истраживања на београдским излетиштима показују да једним аутомобилом на излет просечно путују три особе (Група аутора, 1973).

**Градско становништво** има и развијене туристичке навике, и у великом проценту учествује у излетничким туристичким кретањима. Поред географске удаљености, веома важан фактор је и саобраћајна повезаност емитивних центара са излетиштима и рекреативним зонама.

**Добра саобраћајна веза** може допринети већој посети слабије опремљених и мање атрактивних излетишта, док лоше саобраћајне комуникације могу бити велика препрека афирмисању туристички атрактивних локалитета, који поседују низ природних атрактивних вредности.

Изванредан туристичко географски положај Шајкашке, добра саобраћајна повезаност и близина великих градова (Београд, Нови Сад и Зрењанин) који представљају емитивне центре, као и богатство природних и антропогених туристичких вредности и мотива, представљају одличне предуслове за развој излетничко-рекреативног туризма овог подручја.

Развој излетничког туризма у великој мери зависи од **распоред**а слободног времена (дневног и недељног) потенцијалних туриста, слободних новчаних средстава и структуре становништва. Старосна структура је такође значајан фактор. Нису све старосне структуре подједнако значајне у погледу интензитета учесталости у излетничко-рекреативним кретањима. Целокупно тржиште може се поделити на три велике старосне групације. Прва, која обухвата децу и омладину од 5 до 24 година старости, друга од 25 до 49 и трећа старији од 50 година. На основу анализе степена заинтересованости за поједине активности, утврђено је да се ове групације у том погледу понашају у сразмери 3 : 4 : 1.

У Шајкашкој постоје најбољи услови за развој излетничко-рекреативног туризма за децу и омладину. Организовање школе у природи, едукативно-излетничких тура, дечјих кампова и радионица, као и припреме спортских јуниорских репрезентација могу допринети популаризацији овог простора као излетничко-рекреативне зоне. Најповољнији простори за организовање едукативних излета су Тителски брег са околином и Тителском плажом, остали заштићени природни простори у Шајкашкој (стара Тиса код Бисерног Острва, Парк природе Јегричка, Ковиљско-петроварадински рит) и археолошка налазишта. На овом простору постоји могућност организовања културно-образовних излета, који би се у највећој мери ослањали на посете сакралним објектима на простору Шајкашке (првенствено су то манастир Ковиљ, црква Вазнесења Господњег у Чуругу, црква у Каћу и Вилову) али и посете кућама знаменитих личности ( кућа Лазе Костића, Исидоре Секулић), споменицима културе са овог простора, амбијенталним сеоским целинама и салашима. У Шајкашкој постоје и одлични потенцијали за организовање спортско-рекреативних излета. Спортско рекреативни излети подразумевају реализацију најразличитијих спортско рекреативних активности у природном окружењу (пешачења, шетње, вожње бициклом, спортови на води, спортске игре, пецање). Најбоља места за организацију оваквих активности су излетиште Тиса (за групне спортове и купалишно-рекреативни туризам), Тителска плажа (за купање, веслање, спортове на води, вожње чамцима), Тителски брег (шетња, брање пољског цвећа и лековитог биља, параглајдинг и змајарење), Шлајз, Аркањ и Тиквара у Ковиљу за пецање и вожње чамцима), Бели вир (за кошарку, одбојку, мали фудбал), Црни вир (за пецање), чарда Дебели Лад и Голф Центар (за голф).

У односу на географску удаљеност туристичког локалитета од сталног места боравка туриста, могућ је развој неколико врста излетничко-рекреативног туристичког промета. Према искуственим нормама рачуна се да постоји могућност развијања полудневних излета на удаљености до око 30 km, целодневних до удаљености око 100 km, а излетнички туризам крајем недеље, који претпоставља и коришћење смештајних капацитета развија се

у нашим условима до удаљености око 250 km. Ови параметри не представљају фиксне норме, јер зависно од саобраћајних услова, може доћи до одступања (Група аутора, 1973).

На основу удаљености од емитивних центара, може се закључити да је подручје Шајкашке у зони полудневних излета за становнике Зрењанина и Новог Сада, а у зони једнодневних излета за потенцијалне излетничко-рекреативне туристе из Београда. Из наведеног се може закључити да се на шајкашким излетиштима може очекивати највећи број излетника из најближих емитивних центара, Новог Сада и Зрењанина, а уколико би се обогатио садржај спортско-рекреативних активности на излетиштима и салашима и искомбиновао са културним вредностима и гастрономијом, Шајкашка као излетничка туристичка дестинација могла би привући и знатај број рекреативаца из Београда и других градова Србије.

Манифестационо-излетнички, сеоско-излетнички, сафари-излетнички, едукативно-излетнички, културно-излетнички туризам - све су то врсте излетничких кретања које могу имати карактер и рекреативних и културних излета, а које се могу успешно реализовати на овом простору.

Из наведеног се може закључити да све врсте наведених излетничких кретања, у садашњем стању уређења излетишта у Шајкашким насељима, Тителском брегу, околним лесним терасама и речним долинама, могу да се организују без великих улагања, али уз добру организацију и добар маркетинг, који у садашњем стању развоја излетничког туризма нису на задовољавајућем нивоу, те представљају кључни недостатак за даљи, интегрални развој излетничког туристичког производа Шајкашке.

## ПЛАНОВИ ДАЉЕГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ

Поред многобројних туристичких потенцијала, туристички производи Шајкашке нису адекватно развијени, нити комерцијализовани на туристичком тржишту. Са садашњих око 382 расположивих лежаја у смештајним капацитетима, који нису на задовољавајућем нивоу, нити што се тиче квалитета нити асортимана услуга, Шајкашка не може озбиљније да развија стационарни туризам, али би наутички, ловни и различите врсте излетничког туризма (манифестационо-излетнички, сеоско-излетнички, сафари-излетнички, едукативно-излетнички туризам) могли да допринесу развоју туризма на овом простору и подстакну улагања у инфраструктуру. Значај ових производа за Шајкашку, као туристичку дестинацију, у највећој мери произлази из чињенице да их у светским размерама одликује велики и константан обим тражње. Како је квалитет услуга основни услов за ниво конкурентности сваке туристичке дестинације, тако и у Шајкашкој треба да буде циљ побољшање квалитета, а у складу са тим и конкурентска предност, као кључни фактор успеха за будући развој туризма. У туризму је веома важно да сви производи и услуге задовољавају стандарде квалитета, а да су при томе потрошачи и њихова права адекватно заштићени. Основна права потрошача у туризму односе се на сигурност, доступност информација, могућност и право избора, право изражавања, право на рекламације у случају незадовољства услугом или производом, право на задовољење основних потреба, право на здраву околину...(Штетић, 2008). Потреба координације јавне и приватне иницијативе за развој туризма веома је важна како би се постигла ефикасност и створиле предности за развој туризма Шајкашке. Осим тога, потребне су нове могућности за развој и изградњу нових смештајних капацитета, као и изградња нових садржаја и капацитета за одређена циљна тржишта и тржишне групе (наутички, излетнички, спортско-рекреативни туризам). На основу анализе туристичког потенцијала Шајкашке, степена развоја туризма Србије, светских туристичких трендова и упоређивања са светском туристичком понудом издвојени су основне туристички производи који би требали да представљају приоритетне туристичке производе и покретаче развоја туризма Шајкашке.

### ОЦЕЊИВАЊЕ И ИЗБОР ПРИОРИТЕТНИХ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА

Не очекује се да Шајкашка одмах, односно истом динамиком може да развије и успешно комерцијализује све туристичке производе. Препознати су они који уз најмањи напор могу да дају најбоље ефекте у што је могуће краћем року. У табели бр. 20 дат је преглед садашњег стања и квалитета туристичке понуде Шајкашке са оценом потенцијала и приоритета развоја појединих туристичких садржаја везаних за селективне облике туризма за које на овом простору постоје потенцијали за развој. Стање исказује степен изграђености и усклађености са туристичком тражњом, док потенцијали дају оцену укупних могућности дестинације. Приоритети указују на редослед изградње капацитета и привођења намени туристичких садржаја- на нивоу Шајкашке. Оцена садашњег стања и квалитета дата је исказима *слабо, добро и веома добро*, док су оцене потенцијала и приоритета развоја означене са *ниски, средњи и високи* (у обзир је узето да стање које је означено са веома добро може да буде још боље, као и да оцена слабо не значи да у том сегменту туристичке понуде нема резултата).

Из табеле бр 20. се може уочити који су облици туризма Шајкашке са високим приоритетом: то су наутички, излетнички, едукативни, научно-истраживачки и туризам специјалних интереса (ловни, риболовни, рекреативни...) (Табела 20). Наутички, салашарски (рурални), ловни и излетнички туризам (излетничко-рекреативни и едукативно-излетнички) би у првом реду требали да имају функцију својеврсних



покретача развоја, што значи да би се ефекти њиховог брзог и успешног комерцијализовања постепено ширили и на друге, инвестиционо и технолошки захтевније производе. Из тога произилази закључак да не треба чекати са развојем осталих производа које је теже развити и комерцијализовати. Напротив, ако се одмах не започне њихов развој убрзо би нестали најбољи ефекти и не би дошло до постепеног ширења постигнутих позитивних резултата у друге производе туристичког сектора. Примена горе изложеног развојног концепта бележи директне утицаје и на локални аспект развоја туризма у Шајкашкој. Наиме, најбрже би се туристички развијала насеља са највећим потенцијалима за развој и комерцијализацију оних производа који уз најмањи напор могу да дају најбоље ефекте у што је могуће краћем року, а то су Тител, Жабалъ и Каћ. Наведена насеља се одликују најатрактивнијим потенцијалима за развој приоритетних туристичких производа, а уједно је и садашње стање развоја туризма најбоље оцењено у наведеним насељима. Као и у случају производа, насеља би имала улогу покретача туристичког развоја целе Шајкашке области, при чему би се позитивни ефекти оствареног туристичког промета у ова три насеља све више ширили и отвараили развојни простор насељима која данас објективно имају мање шансе за брзо комерцијализовање својих производа или слабије изграђену инфраструктуру.

Табела 20. Преглед садашњег стања и квалитета туристичке понуде Шајкашке са оценом потенцијала и приоритета развоја селективних облика туризма

Врста	Капацитети	Стање	Потенцијал	Приоритет
Наутички туризам	Богатство водних путева, Тиса, Дунав, Јегричка, Бегеј Марина "Тиса", Пристан за бродове до 50 m дужине плажа у Тителу, Шлајз, Мртва Тиса.	Добро	Висок	Висок
Излетнички туризам	Плажа у Тителу, Излетишта Тиса, Бели вир, Црни вир, Шлајз, Дукатар, Аркањ, Мртва Тиса, Тителски брег.	Добро	Висок	Висок
Сеоски и салашарски туризам	Амбијентална целина села Мошорин, село Лок, Бабин салаш, Салаш 84, Етно кућа Богојевић, Моникин салаш.	Слабо	Висок	Висок
Спортско-рекреативни туризам	Спортско-рекреативни центар "Анкер", "Светосавски храм", "Голф центар", уређени фудбалски терени у свим насељима Шајкашке, велики број спортских клубова и организација.	Добро	Висок	Висок
Ловни и риболовни туризам	Риболовни терени око Гардиноваца и Мошорина, "Црни вир", Аркањ, Тиквара, Шлајз, Рибњак Јегричка, Тиса, ловишта "Стара Тиса", "Ајлаш", "Дорошка" и "Ковиљ Север", "Ковиљ Југ", "Надаљ".	Добро	Висок	Висок
Манифестације	Тителска регата, Чурушка регата, меморијални турнир Живко Кондић, „Мундијада“, "Чварак фест“, „Ракијада“, Фијакеријада, сеоске славе.	Добро	Средњи	Средњи
Културно-	Манастир Ковиљ, родна кућа	Слабо	Висок	Средњи

историјски садржаји и археолошка налазишта	Милеве Марић Ајнштајн, родна кућа Лазе Костића, Исидоре Секулић, верски храмови, амбијентална целина Мошорина и Лока, археолошка налазишта Феудвар, Калварија, Виногради.			
Садржаји еко туризма, научно- истраживачког и едукативног туризма	Тителски брег, строги резерват природе Јегричка, Ковиљско-петроварадински рит, „Стара Тиса код Бисерног острва“, Шајкашки ритови, археолошканалозишта Феудвар, Калварија, Виногради.	Слабо	Висок	Висок
Смештајни капацитети	хотел“Тиса”, хотел “Орлови” мотел“Божур” мотел “Оморика”, преноћиште “Гранд”, “Салаш 84”, “Бабин Салаш”, “Чарда дебели Лад“ Етно кућа “Богојевић”, кампови у Тителу, на излетишту Тиса и у Мошорину.	Добро	Средњи	Средњи
Квалитет дестинацијског менаџмента	ТО Жабал, ЈКП Тителски брег Недостаје целовита, иновирана визија развоја туризма.	Слабо	Висок	Висок

Извор: Израдила Б. Ковачевић према Друштвено-економском развојном плану Потисја

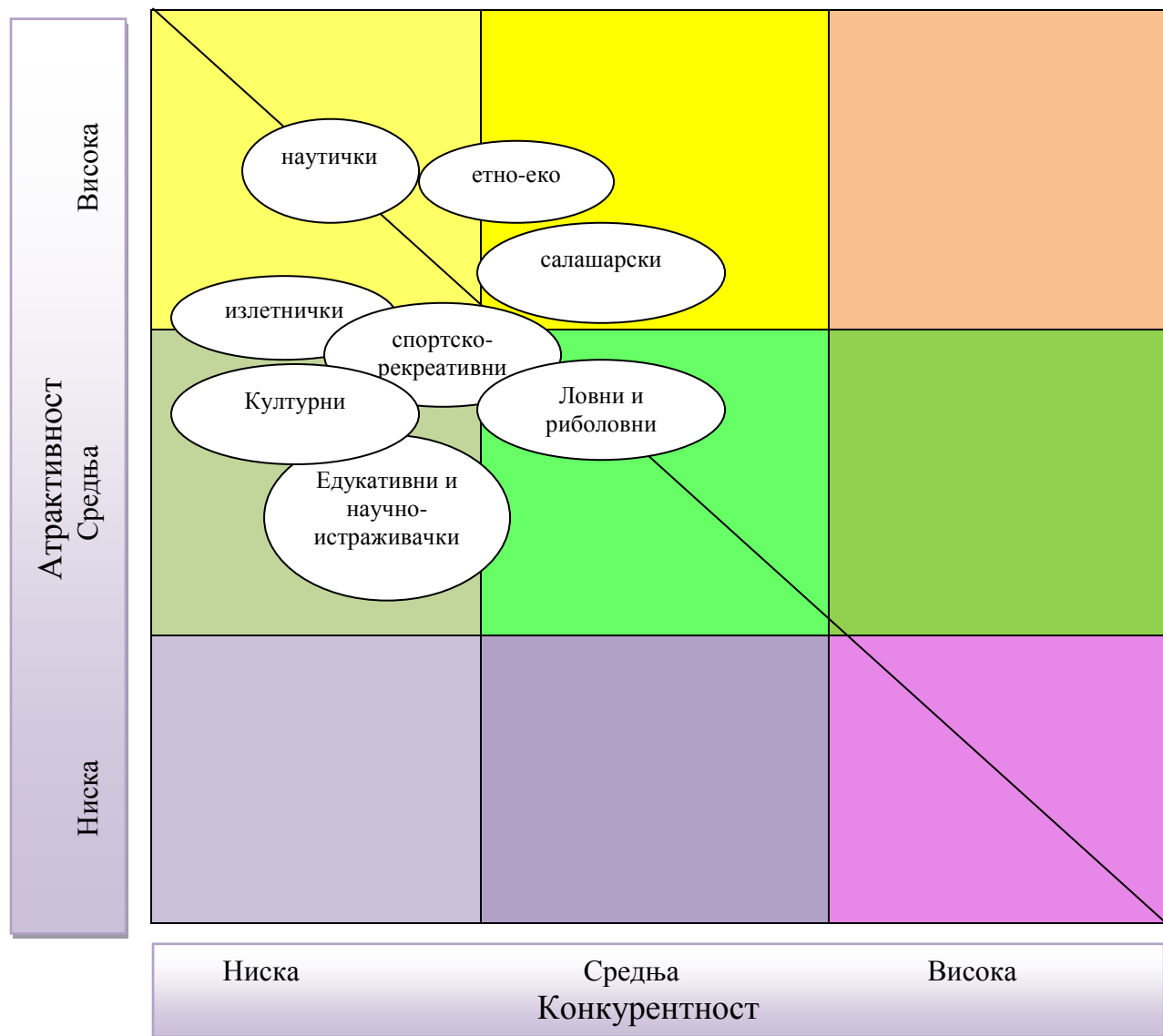
Шајкашка данас има само компаративне предности у туризму, јер поседује разноврсну структуру туристичке понуде, налази се у близини беликих емитивних центара, има дугу историју и очуване природне ресурсе, сразмерно добре комуникације и поседује велики људски потенцијал, који је, на жалост, неискоришћен. Процес трансформације компаративних у конкурентске предности у туризму Шајкашке, али пре свега у туризму Војводине и целе Србије, део је укупних реформских процеса, као и политичког односа према туризму као важном ствараоцу националног благостања. При дефинисању стратешке оријентације конкурентности, први корак се односи на избор туристичких производа са којима дестинација може одмах да конкурише. Могућност развоја појединих врста туристичких производа дефинише се с обзиром на:

1. степен привлачности одређеног туристичког производа и
2. конкурентну способност туристичке дестинације за одређени туристички производ.

Портфолио методе представљају изузетно чест облик стратешког менаџмента на нивоу предузећа. Матрице и животни циклус производа омогућавају предвиђање кретања производа на тржишту и предузимање одређених акција од стране менаџмента компанија. Masterman и Wood (2005) истичу да се за сваку делатност могу развити адекватни модели матрица тако што ће се дефинисати критеријуми релевантни за дату делатност на осам матрица. Применом портфолио анализе омогућава се релативно једноставна графичка презентација позиција пословних активности у односу на разматране карактеристике, боље визуелно сагледавање доприноса као и целокупан увид у приоритете улагања у одређене производе (у овом случају туристичке).

Анализа атрактивности и конкурентности туристичких производа Шајкашке извршена је на основу концепта који је израдила консултатнтска група McKinsey за предузеће General Electric, а која представља матрицу која има 9 поља. Тржишна атрактивност градира се по елементима ниске, средње и високе атрактивности, а снага туристичке дестинације по елементима јаке, средње и слабе снаге. Из матрице (скица 4) се може уочити да је већина постојећих производа Шајкашке високо или средње атрактивна, што

је дефинисано на основу актуелних туристичких трендова и доприноса производа позиционирању дестинације. Већи проблем је евидентиран у области конкурентности производа. На основу показатеља као што су квалитет производа, вредности коју нуди за новац као и угледу који дестинација нуди и степену информисања потрошача о производу, сви производи су уврштени у категорије ниске и средње конкурентности. Из наведеног се закључује да Шајкашка тренутно нуди туристичке производе који су атрактивни, али нису довољно конкурентни.



Скица 4. Матрица атрактивности и конкурентности туристичких производа Шајкашке  
(Израдила Б. Ковачевић према Стратегији развоја туризма републике Србије)

Када се ради о стварању нових производа и освајању тржишта, менаџери најчешће користе Ансоф матрицу (Ansoff's matrix) (Скица 5), која показује четири могуће алтернативе:

- тржишна пенетрација – раст учешћа на постојећим тржиштима и пласирање постојећег производа,
- развој тржишта – освајавање нових тржишта употребом постојећег производа,
- развој производа – развијање нових производа за постојећа тржишта и

- диверсификација – нови производи за нова тржишта (Tum et al ., 2006).

		Постојећи	ПРОИЗВОД	Нови
<b>Постојеће</b>  <b>Тржиште</b>  <b>Ново</b>	<b>Тржишна пенетрација</b>	1. Повећање долазака и потрошње 2. Преузимање гостију од конкурената 3. Преобраћање некорисника у кориснике	<b>Развој нових производа</b>	1. Иновирање постојећих производа 2. Различити нивои квалитета 3. Потпуно нови производ
	<b>Развој тржишта</b>	1. Нови тржишни сегменти 2. Нови канали дистрибуције 3. Нова емитивна тржишта	<b>Диверсификовање тржишта</b>	1. Сарадња са светским „играчима“ у туризму 2. Заједничка улагања 3. Сарадња приватног и јавног сектора

Скица 5. Ансоф матрица

(Извор: Стратегија туризма Републике Србије, други извештај, 2006)

У зависности од животног циклуса конкретне туристичке дестинације, менаџери могу да се одлуче за једну од понуђене четири алтернативе. Конкретно на примеру Шајкашке, као неафирмисане туристичке дестинације, која се налази између фазе истраживања и укључивања на туристичко тржиште, најоптималније би било одлучити се за развој нових производа и тржишта, као најефикасније и најоптималније алтернативе.

## СТРАТЕШКИ ЗНАЧАЈ УЛАГАЊА У ИНФРАСТРУКТУРУ КАО ПРЕТПОСТАВКА РАЗВОЈА ТУРИЗМА

У складу са приоритетним облицима туризма који би требало да представљају покретаче развоја туризма на овом простору, потребно је одредити и редослед и приоритет улагања у туристичке садржаје који би подстакли развој одређених селективних облика туризма и допринели интегрисању селективних видова туризма у конкурентну туристичку понуду. Доносити одлуке о стратешким инвестицијама је изузетно сложен процес. Као основа за доношење одлуке треба да стоје веома озбиљне кост-бенефит (cost-benefit) анализе које на различите начине оправдавају или оповргавају улагање односно инвестицију. Што је инвестиција већа, то би анализа која јој претходи требало да буде детаљнија и свеобухватнија (Стратегија развоја туризма града Београда, 2008).

Даље у раду биће анализирани пројекти могућих улагања у инфраструктуру неопходну за подстицање развоја туризма у Шајкашкој.

### ПЛАН ИЗГРАДЊЕ СПОРТСКОГ ЦЕНТРА У КАЋУ

Јавно предузеће "Завод за изградњу града" и приватно предузеће "Унимет" из Каћа одобрили су новчана средства месној заједници Каћ за изградњу "Спортског центра" у Каћу.

Локација на којој се планира изградња налази се на "Сигету" у непосредној близини центра Каћа и представља пространу и равну површ. У складу је са генералним урбанистичким планом и предвиђеном наменом површина према којој је локација названа "Спортски центар у Каћу" (Прилог 4).

Планира се изградња олимпијског базена и базена за децу и непливаче, терена за рукомет, кошарку, одбојку, мали фудбал, тенис, бадминтон, боћање, бацање карика, хокеј и уметничко клизање. У оквиру комплекса планира се изградња модерног хотела са рестораном, салама за промоције и презентације и фитнес центром. Овај спортско-рекреативни објекат биће намењен пре свега спортистима и спортским клубовима на припремама, али и свим заљубљеницима у спорт и рекреацију ([www.vojvodina.com](http://www.vojvodina.com)).

Изградња овог комплекса допринела би оживљавању и спортском и туристичком развоју на само Каћа, него и ширег подручја. "Спортски центар Каћ" био би доступан локалном становништву, али и свим спортско-рекреативним туристима, па би локална заједница имала вишеструке користи. Са једне стране, дошло би до унапређења спорта и спортског образовања локалног становништва, а са друге стране до интензивног развоја спортско-рекреативног туризма и целокупног привредног развоја Каћа. Створили би се сви услови за организацију спортских манифестација и такмичења на међународном нивоу и на тај начин би спортско-рекреативни туризам иступио и на међународно тржиште. Осим тога, отворила би се нова радна места и смањио број незапослених, а уједно би се становништво усмерило на туризам као привредну грану која може допринети просперитету читавог подручја и можда чак постати једна од водећих привредних грана.

Уколико се план изградње овог комплекса спроведе у дело, Каћ би могао постати еминентна спортско-рекреативна туристичка дестинација и исходиште великог броја домаћих и иностраних спортиста и рекреативаца.

## УРЕЂЕЊЕ ТИТЕЛСКОГ ПРИОБАЉА

Завод за урбанизам Војводине дао је идејно решење за уређење тителског приобаља, али то је дугорочни пројекат, који не може да се реализује за кратко време. За почетак је уређена тителска плажа на којој је постављено преко двадесет сунцобрана од трске и мрежа за одбојку. Идејним решењем предвиђено је да се плажа прошири за двеста метара и да се постави још сунцобрана. Иза плаже је планирана изградња спортских терена, трим стазе, пешачке и паркинг зоне као и многобројних угоститељских објеката. У плану је и активирање "Првог" острва које се налази на око километар од плаже. По узору на Аду Циганлију у Београду, планира се спајање копна са острвом, уређење парка и плажа на острву као и отварање угоститељских објеката. На обали Тисе би се изнајмљивали чамци којима би се долазило до овог острва. У Мошорину и Гардиновцима предвиђена је изградња рибарскох насеља са бунгаловима и свим пратећим садржајима који су неопходни риболовцима (Прилог 5).

Треба напоменути да се ради о дугорочним плановима за које општина нема новца, али с обзиром на значај пројекта и оправданост инвестиције, може се рачунати на помоћ из покрајине и републике. Неопходно је са републичког нивоа приступити уређењу и планирању излетишта и рекреативних зона, не само ове општине него и свих осталих општина Војводине (Архив општине Тител).

Компаративне предности за инвестирање у општину Тител у односу на друге општине, огледају се у следећем:

- бесплатно грађевинско земљиште,
- изграђена инфраструктура,
- непосредна близина пловних река (Дунав – Тиса - Бегеј),
- највећи аеродром Ц класе на Балкану,
- саобраћајна повезаност са великим градовима (Београд - Нови Сад - Зрењанин),
- еколошки чиста средина (производња здраве хране),
- ефикасна и брза администрација,
- присутност банака (Банка Интеса, Металс банка, Војвођанска банка) и
- квалификовано, младо и повољно тржиште радне снаге (Архив општине Тител).

Када се сагледају све чињенице, повољности и природни потенцијали, долази се до закључка да би општина Тител у скорој будућности требало да доживи процват, просперитет и развој. Остаје нада да ће се појавити инвеститори са визијом, који ће умети да препознају ове неискориштене потенцијале.

### ПЛАН ИЗГРАДЊЕ СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНОГ ЦЕНТРА "ЈЕГРИЧКА" У ЖАБЉУ

Становници Жабља немају уређену плажу ни спортско-рекреативни центар где би могли упражњавати различите спортске активности. Традиционално се купају и окупљају на Јегрички, али овај део реке није уређен ни оспособљен за купалишни туризам.

Планира се изградња месне плаже са пратећим објектима у циљу развоја купалишно-рекреативног туризма, спортског риболова и спорта на води. Деоница водотока Јегричке на којој ће бити извршена преграда водотока широка је од једне до неколико стотина метара, а дубина је негде и пар метара. Обале су издигнуте, али су нагиби благи, а инундациони појас је доста широк. Ови природни предуслови су веома повољни за изградњу плаже са свим пратећим објектима. Локација на којој се планира изградња је у складу са генералним урбанистичким планом и предвиђеном наменом површине према којој је локација названа Спортско-рекреативни центар Јегричка (Архив општине Жабља).

### ПЛАН ИЗГРАДЊЕ ЕТНО-СЕЛА У КОВИЉУ

Пројекат етно-села у Ковиљу предвиђа изградњу аутентичких војвођанских домаћинства са свим пратећим објектима. За планирано етно-село има више предлога који де односе на садржај, изглед и начин функционисања. Етно-парк би требало да се састоји из низа индивидуалних објеката, стилски апсолутно аутентичних војвођанском миљеу, са доста слободних површина које се могу користити у рекреативне сврхе. Реч је о пројекту изузетног значаја, који би могао постати незаобилазна туристичка дестинација у овом делу наше земље. У оквиру етно-села налазило би се одмаралиште, бања, уређен рибњак, базени, спортски терени и коњички клуб (Прилог 6).

Велики проблем је што градска и покрајинска власт још увек нису дале одобрење за почетак реализације радова иако је пројекат етно-села одавно завршен и потврђен од стране Природно-математичког факултета у Новом Саду.

Уколико би дошло до изградње етно-села са свим планираним спортско-рекреативним теренима, оно би представљало идеално место за организовање активних одмора са спортским активностима у природном, аутентичном амбијенту и у великој мери допринело унапређењу спортско-рекреативног туризма на овом простору.

## СТРАТЕГИЈСКО УПРАВЉАЊЕ ШАЈКАШКОМ КАО ТУРИСТИЧКОМ ДЕСТИНАЦИЈОМ

Концепти стратегијског менаџмента доприносе стварању креативног, флексибилног, брзог и континуираног менаџмент процеса са циљем да предузеће (туристичка дестинација) одговори изазовима своје средине, уз остварење успеха и спречавање изненађења. Акцент се ставља на усаглашавање свих ресурса предузећа да би се креирале стратегијске предности. Основна питања (тј. одговори на њих), чине суштину стратегијског менаџмента, односно стратегијског планирања као његовог интегралног дела: Шта је активност предузећа, шта ће бити и шта би требало да буде? Односно, другим речима: Где смо, куда идемо и куда би требало да идемо? У стратегијском прилагођавању променама тражње предузећа туристичке привреде, као и осталих учесника у туристичкој понуди, једна од најважнијих активности везана је за прилагођавање домаћег туристичког производа међународном тржишту. То је, пре свега, област континуираног изграђивања туристичког производа из више аспеката будући да туристички производ представља збир различитих погодности, добара и услуга које се користе за задовољавање туристичких потреба купаца за време његовог боравка у одређеним, а то је одређење за интензиван развој услужног програма предузећа (Varra et al., 2012; Dwyer et al., 2000; Черовић, 2003).

Сложеност туризма као привредне и друштвене активности условљава да и планирање и управљање развојем туризма буде специфично и да захтева посебну организованост на свим нивоима. Планирање развоја туризма је, у суштини, процес, који се заснива на истраживању, чији је циљ оптимизација потенцијалног доприноса туризма људском благостању и квалитету природне/животне средине. Обавља се на више нивоа, у складу са карактером туризма, при чему је посебно важно питање проналажења равнотеже између појединих нивоа организовања, посебно у оквиру туристичких дестинација (однос између државних и парламентарних органа на свим нивоима, с једне стране, и, с друге стране, туристичке привреде). Да би се туристичка дестинација успешно развијала мора постојати стратегија управљања туристичком дестинацијом, где се планирање јавља као прва и можда најважнија фаза у процесу управљања (Morrison, 2002; Черовић, 2003; Lovelock 2004). Тако, стратегијско управљање туристичком дестинацијом представља избор одговарајућег пута којим туристичка дестинација дугорочно треба да осигура конкурентску позицију на туристичком тржишту, смањи или одстрани осетљивост дестинације на промене и оствари дефинисане циљеве пословања, а на основу претходно сагледаног тржишта, односно окружења (Varra et al., 2012, Dwyer et al., 2003b; Бакић О., 2002). Системска теорија, која подразумева однос дугорочних, средњерочних и краткорочних планова обезбеђује оквир унутар кога могу да се планирају и предвиђају ближе и даље последице, а у исто време допушта да се схвате и непредвиђене ситуације, али и да се безболније направи редефинисање планова на дужи период.

Управљање развојем туризма, у овом случају Шајкашке области, подразумева формирање процеса или скупа управљачких одлука или активности које одређују дугорочно функционисање или тачније дугорочно позитивно пословање дестинације. С обзиром да се из наведених анализа и података о Шајкашкој могло уочити да туризам није један од развијенијих сектора, а представља потенцијалну делатност која би могла усмерити позитиван привредни развој целокупне дестинације, преваходно је потребно установити основне стратешке елементе за управљање развојем туризма, и следећи принципе управљачког пословања очекивати позитивне резултате.

Као што је већ речено, на примеру Шајкашке ће се применити концептуални оквир за маркетинг и менаџмент туристичке дестинације, који је често помињан у стручној литератури (Certo, 1991; Бакић, 2002).

## СИТУАЦИОНА АНАЛИЗА

Туризам је отворен систем на чији развој утиче пуно спољашних фактора, такозваних глобалних снага, које се појављују ван туристичких система и представљају глобалну околину или макрооколину система која је у сталној еволуцији. Менаџери у туристичкој дестинацији требају константно посматрати ту околину како би разумели развој догађаја, а неке битне чак и антиципирани. Познавање утицаја спољашњих фактора је изазов за сваког успешног туристичког менаџера, али може бити показатељ прилика како може нека дестинација успети на подручју међународне компетитивности.

Пре самог процеса управљања туристичком дестинацијом потребно је сагледати комплетну ситуацију, а то се превасходно односи на анализу комплетног окружења туристичке дестинације. Потребно је утврдити све битне чиниоце који су узроковали садашњи положај туристичке дестинације и утврдити основе за оцењивање њене садашње конкурентности. Ситуациону анализу чине следеће анализе:

- анализа макроокружења,
- анализа туристичких ресурса,
- анализа тржишних трендова,
- анализа структуре туристичке привреде и комплементарних делатности и
- анализа институционалних основа за управљање.

Из Макроокружења делује више фактора, а основна карактеристика скоро свих фактора је отежана предвидљивост, у мањем или већем обиму. Модели који се најчешће односе на анализу макроокружења везују се за политичке, економске, друштвене и технолошке факторе, који се сврставају у акроним ПЕСТ анализа (PEST: Political, Economic, Sociological, Tehnological factors).



Скица 6. Фактори окружења ПЕСТЕЛ анализе

Ова анализа обухвата увид у најзначајније факторе окружења. Често се јавља у облику ПЕСТЕЛ форме, која обухвата још две додатне димензије: еколошке факторе



(Environmental factors) и правне елементе (Legal Factors) (скица 6). Главни правац анализе окружења јесте испитивање утицаја окружења, структурална анализа конкурентског окружења и идентификација конкурентског положаја организације (Moutinho, 2000) или туристичке дестинације. У свим овим поделама појављују се исти елементи анализе: потрошачи, конкуренција, делатност и окружење.

Табела 21. Анализа окружења ПЕСТЕЛ

<i>Испитивање утицаја окружења</i>	<i>Структурална анализа конкурентског окружења</i>	<i>Идентификовање конкурентског положаја организације</i>
Политичко; Економско; Социо-културно; Технолошко.	Моћ купаца и добављача; Претња супститута; Супарништво елемената.	Анализа конкуренције; Анализа стратешке групе; Тржишни сегменти и тржишна моћ; Тржишни удео и тржишни раст; Атрактивност тржишта и пословна снага.

(Извор: Moutinho, 2000)

**Спољашњи фактори** могу се поделити на више начина. Аутори Ritchie i Crouch су направили модел концентричних макроекономских кругова који окружују туристичку дестинацију. Унутрашњи круг представљају три врсте фактора који најдиректније утичу на туристичку дестинацију и који се обично брзо мењају а то су: економски, политички и технолошки фактори. Следећи слој представљају снаге или фактори који су стабилнији и због тога предвидљивији. То су демографски и социо-културни фактори. И задњи, спољашњи слој, представљају снаге или фактори који су обично стабилни на дужи рок и релативно предвидљиви, а то су климатски, географски и еколошки фактори.

**Политички фактори** у појединим земљама и у свету и њихове промене уопштено утичу на филозофију и систем вредности на којима се базира развој туризма у многим туристичким дестинацијама широм света. На пример: смањење трке за наоружањем, побољшање међународне комуникације, трговине и инвестиција, споразуми о слободној трговини, смањење нетрпељивости између традиционалних ривала, смањење броја тоталитарних режима у свету, проширење демократије. Ту су и међународни билатерални и комплексни споразуми, међународне струје миграната које узрокују бројне дебате, оптужбе и појављивање савремених облика расизма.

**Економски фактори** и економски развој јако утичу на светска туристичка кретања и на судбине многих туристичких дестинација. Повећање националних богатстава у другој половини 20. века омогућило је масовна туристичка кретања у Северној Америци и Западној Европи. Недавни развој и економска раст у земљама Азије и целог Пацифичког региона, затим некадашњим социјалистичким земљама Централне и Источне Европе, отворио је нова тржишта и пружио нове могућности у тим регионима, поспешео развој инфраструктуре која је неопходна основа за развој сваке, а поготово нових дестинација.

**Технолошки фактори** су највећи утицај имали управо на подручју транспортне технологије која је утицала на брзину туристичких кретања, број превезених путника и сигурност у транспорту, што је утицало и битно променило развој удаљенијих дестинација »Мека« технологија утицала је даље на информацијске системе, финансијске системе, смештајно-прехранбене услуге и проузроковала праве револуционарне промене у

туристичкој делатности. Централни резервацијски системи су многим мултинационалним компанијама, поготово великим међународним хотелским ланцима, омогућили доминантну позицију на тржиштима. Интернет утиче на већу могућност и лакшу приступачност до информација пре и за време самог путовања, те на сам поступак резервација услуга. Интернет је померио и некадашње хијерархијске односе у маркетиншкој пракси и познавање интернета може представљати велику конкуритивну предност за многе поготово мање туристичке дестинације.

**Демографски фактори** представљају следећи, средњи круг фактора који утичу на развој туризма у ТД. Фоот појашњава да је разумевање демографских промена кључ до успеха на свим подручјима (Foot, 1996). Демографске промене које се дешавају у свету драматично утичу на развој туризма: старење становништва, различити и промењени начини живота, промењени традиционални начини путовања. Само добро посматрање и анализе о константним променама у начину живота ће пружити могућности за иновативним производима, а само они који ће на време разумети, антиципирати и одговорити на те специјалне потребе или жеље високо квалитетних тржишних ниша или тржишта специјалних интереса и то на иновативни начин ће имати могућности за успех и остати конкуритивни.

**Социо-културни фактори** такође имају велики утицај на развој туризма. Тако су покрети »вратимо се природи«, са нагласком на искуственим, а мање материјалним вредностима, поштовање аутохтоних, традиционалних култура, утицај глобалне комуникације на развој култура у земљама трећег света. Највеће и најбитније социо-културне промене које утичу на туризам су: промене на подручју вредности, где су преовладале, како изгледа, вредности западних култура и то се најјаче одразило управо на подручју туризма.

## АНАЛИЗА ОКРУЖЕЊА - ПЕСТ АНАЛИЗА ШАЈКАШКЕ

ПЕСТ анализа Шајкашке осврће се на окружење у којем се тренутно налази туризам Шајкашке. Резултати анализе постојећег стања туризма и окружења у којем се он развија темељени су на свим претходним извештајима који се тичу стања развоја туризма Србије и Војводине као и на резултатима примарних истраживања Шајкашке области (табела бр. 22). С обзиром да се ради о факторима из макроокружења, може се закључити да на развој туризма Шајкашке утичу сви политички, економски, друштвени и технолошки фактори и промене које утичу и односе се на развој туризма у Војводини и целој Србији, с тим што се посебна пажња треба посветити економским и политичким променама на нивоу локалних општинских самоуправа.

Што се тиче Србије, раздобље од 1989. до 2000. године карактеришу изузетно неповољна кретања у туризму, што је последица деловања низа негативних политичких и економских фактора. То је првенствено имало катастрофалне последице на кретање иностраног туристичког промета и прихода од туризма у земљи. У раздобљу од 1989. до 2000. године, дошло је смањења укупног туристичког промета, мереног бројем ноћења, за 35,6%, од чега домаћег за 30,1% а иностраног за 71,6%. Опадање укупног броја долазака у истом периоду износило је 47,9%, од чега долазака домаћих туриста за 37,8% а страних туриста за 82,4%. Девизни прилив од туризма је у раздобљу од 1990. до 2000. године смањен за 93,6%. Да би размере заостајања биле уочљивије треба истаћи да је у периоду од 1989. до 2000. године туристички промет у свету, мерен бројем долазака, повећан за 73,1%, а приходи од међународног туризма за 127,7%. Србија је, нажалост, типичан пример земље у којој су политичке, економске и социо-културне промене веома негативно утицале на развој туризма и стварање негативног имиџа земље.

Политичке, економске и друштвене промене које су започеле 2000. године представљале су основ за постепену промену позиције Србије као туристичке дестинације.

Од 2000. године па до данас, укупан туристички промет бележи стални раст. Ипак треба нагласити да и поред позитивних тенденција, Србија још увек није достигла резултате које постижу поједине земље из конкурентског окружења.

Табела 22. Анализа окружења ПЕСТЕЛ за Шајкашку

ПОЛИТИЧКИ ФАКТОРИ	ЕКОНОМСКИ ФАКТОРИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Реформа јавне управе (смањење администрације);</li> <li>• Опште неповерење у власт;</li> <li>• Уставне промене;</li> <li>• Имплементација стратегије развоја локалне самоуправе;</li> <li>• Процес интегрисања у Европску Унију;</li> <li>• Споразум о слободној трговини у ЈИ Европи (отварање нових могућности за развој трговине и пословања);</li> <li>• Специјалне везе са Хрватском и БиХ;</li> <li>• Специјалне везе са земљама Потиског региона.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Светска економска криза;</li> <li>• Висока стопа незапослености;</li> <li>• Ниска куповна моћ становништва;</li> <li>• Приступ фондовима Европске уније;</li> <li>• Кредитирање МСП;</li> <li>• Субвенције општина за улагање у туризам;</li> <li>• Бесплатно грађевинско земљиште (општина Тител);</li> <li>• Неefикасна приватизација и реструктурирање;</li> <li>• Развој пословних услуга;</li> <li>• Туризам постаје све профитабилнија привредна грана;</li> <li>• Туризам је покретачки фактор развоја руралних подручја.</li> </ul>
СОЦИЈАЛНИ ФАКТОРИ	ТЕХНОЛОШКИ ФАКТОРИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Смањење природног прираштаја (погоршање старосне структуре);</li> <li>• Миграције (близина Новог Сада и Зрењанина);</li> <li>• Одлазак младих и образованих из земље;</li> <li>• Урбанизација (процена да ће до 2030. око 60% светског становништва живети у градовима);</li> <li>• Глокализација (глобалне компаније и економије раде у локалном окружењу);</li> <li>• Велика конкуренција на подручју међународне економије знања.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Спора примена Е- управа и електронског пословања;</li> <li>• Примена Е- управа и електронског пословања у земљама у окружењу;</li> <li>• Селидба прљавих технологија у земље у развоју;</li> <li>• Спора имплементација великих инфраструктурних пројеката;</li> <li>• Слаба практична примена знања;</li> <li>• Низак степен електронске писменост.</li> </ul>

(Израдила Б. Ковачевић)

Светска економска криза и релативно ниска куповна моћ становништва представљају основну претњу за унапређење туризма не само овог простора, него и целе Србије. Управо из тог разлога, неопходно је ускладити маркетинг стратегију развоја туризма са политичко-економским и демографским променама и обратити пажњу на социо-еколошке аспекте транзиције у Србији.

Шајкашка, као нова, неафирмисана дестинација, требало би да приликом планирања стратегије развоја подигне квалитет своје понуде у односу на конкуренте, нарочито у

погледу ефикасније уградње еколошке, здравствене, рекреативне и информатичке компоненте (менаџмент и маркетинг, туристички информативни систем), третирајући их као кључне елементе у остварењу конкурентне позиције и освајању тржишта и стави акценат на истраживање тржишта туристичке тражње и праћење промена, жеља и укуса потенцијалних туриста.

## МИКРОЕКОНОМСКИ ФАКТОРИ ШАЈКАШКЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ

Микроекономске факторе или дестинацијску конкуритивну микрооколину представљају све организације које се баве туристичким активностима у одређеној туристичкој дестинацији. Туристички менаџери често прате рад или чак руководе тим туристичким организацијама, јер од њих зависе све услуге везане за туристичке активности и сама конкуритивност туристичке дестинације. Они такође имају утицај на њих, за разлику од макроекономских фактора. Туристичку дестинацију можемо посматрати као групу туристичких организација и различитих група које раде заједно или сарађују, али све њих води њихов властити економски интерес. Управо због тога је потребна добра координација, сарадња и комуникација међу њима. Степен сарадње или такмичења (конкурентности) између туристичких предузећа у великој мери утиче на начин деловања сваке појединачне туристичке дестинације. Сарадња јача конкуритивност дестинације, јер све води ка истом циљу, а конкурентност може до неке мере такође деловати позитивно јер повећава инвентивност, квалитет услуга и њихову ефикасност. Конкуренција и сарадња могу деловати и деструктивно на целокупну конкуритивност дестинације, поготово ако не делују у сврс групних циљева појединачне туристичке дестинације (Ritchie, 2003).

Основни елементи дестинацијске микрооколине су:

- добављачи, односно сва предузећа која снабдевају туристичку индустрију радном снагом, материјалима опремом или услугама,
- туристичка и хотелска предузећа која послују у границама одређене туристичке дестинације,
- маркетиншки посредници који повезују туристичка и хотелска предузећа са туристима,
- клијенти и њихове потребе,
- потпорна (комплементарна) предузећа и институције
- организације дестинацијског менаџмента
- партнери, посматрачи и општа јавност,
- интеграције на подручју туризма (Ritchie, 2003).

Када се анализирају основни елементи дестинацијске микрооколине на примеру Шајкашке, долази се до закључка да интересне групе у Шајкашкој нису на адекватан начин повезане у свом пословању. На овом простору постоји једна туристичка организација, то је Туристичка организација општине Жабал, која се активно бави промовисањем ове општине али у својој понуди и промоцији не помиње остала насеља Шајкашке. Поред наведене ТО на простору Шајкашке послује и ЈКП Тителски Брег које се, поред осталих активности, бави и активирањем и промоцијом туристичке понуде општине Тител. Активности наведених организација не задовољавају потребу за промоцијом и активирањем развоја туризма овог простора. Основни разлог је недовољна сарадња, усклађеност и синхронизовање активности између наведених организација, али и између локалних општина, јавног и приватног сектора. У будућем плану развоја туризма неопходно је синхронизовати активности свих организација које се баве активностима везаним за туризам у Шајкашкој, јер је то предуслов интегралног развоја и конкурентне туристичке понуде (Подаци добијени теренским истраживањем).

## АНАЛИЗА ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАКА, МОГУЋНОСТИ ИЛИ ПОВОЉНОСТИ И НЕПОВОЉНОСТИ (SWOT АНАЛИЗА)

Приликом дефинисања пословне политике неопходно је применити неке од метода стратешке анализе у циљу установљења места дестинације на тржишту и развијања стратегије конкурентности. Да би организација, односно предузеће у туризму, а у нашем примеру туристичка дестинација, примењујући концепт стратегијског менаџмента, била способна да одговори променама и изазовима који долазе из окружења, односно да осигура свој континуирани успех, неопходно је да у процесу стратегијске анализе, стратегијског избора и стратегијске промене користи различите методе, концепте, »алате« и технике. Управо то доприноси да стратегијски менаџмент представља ефикасан управљачки концепт. Теоретичари и практичари у туристичкој делатности, али и у менаџменту уопште, обично наводе и користе следеће стратешке анализе: СВОВ (SWOT), ГАП (GAP) и ПОРТФОЛИО анализу, мада се у свету, па и код нас, најчешће користи SWOT анализа (Бакић, 2000; Черовић, 2003; Sariisik, 2011; Kajanus et al., 2012; Zhang; 2007).

Ако је развој туризма стратешко опредељење Шајкашке, морају се тражити модели који ће ресурсе учинити расположивим по квантитету и квалитету, у складу са захтевима туристичке тражње.

Управо у ту сврху може се извршити анализа предности и недостатака, повољности и неповољности (SWOT/TOWS анализа) помоћу које се могу утврдити јаке и слабе тачке, као и шансе и претње из окружења, које заједно могу утицати на даљи развој туризма на овом подручју. Основна одлика ове анализе је испитивање интерних и екстерних ресурса у циљу што бољег позиционирања туристичког производа на тржишту. На самом почетку ваља истаћи да је SWOT скраћеница за енглеске речи: *Strengths* – предности или јаке тачке, *Weaknesses* – недостаци или слабе тачке, *Opportunities* – могућности или шансе (из окружења), *Threats* – неповољности или претње (из окружења).

Анализа предности и недостатака, могућности (повољности) и неповољности је од изузетне важности, узимајући у обзир све већу реалну и потенцијалну конкуренцију на тржишту, односно појаву нових туристичких дестинација, као и све веће захтеве крајњих корисника у сваком погледу.

Циљ ове анализе је да се препознају, идентификују и утврде сви потенцијали и ресурси којима располаже Шајкашка, али исто тако да се утврде и недостаци које треба на најадекватнији начин исправити. Такође, веома је важно указати на постојеће шансе у окружењу и на начине њиховог искоришћења, као и на претње, које треба избећи. Анализа се односи на детаљнију процену дестинације и њене околине. Она представља крајњу фазу анализе стања, а не почетну. Ова анализа не значи стратегију и не доноси закључке већ само основу за планирање будућег развоја дестинације. Формулисање стратегије је стратешки процес који представља следећу фазу. У СВОВ анализи потребно је стратешки фокусирати се на оне факторе који су имали велики утицај на развој туризма и туристичких активности у дестинацији у прошлости и оне који ће највероватније имати велики утицај у будућности. Највише пажње треба усмерити на оне факторе који подижу туристичку дестинацију изнад конкурената (Evans, 2003). Из анализе предности и недостатака, повољности и неповољности, могу се уочити позитивни и негативни фактори који утичу на остварење стратегијских опредељења и даје могућност да се на факторе благовремено утиче.

Из табеле 23. може се закључити да су најјаче тачке, односно предности Шајкашке као туристичке дестинације садржане у изузетно повољном туристичко-географском положају у односу на главне емитивне центре, богатству природних потенцијала (заштићених подручја, разноврсне флоре и фауне, атрактивности вода), руралним амбијенталним

целинама, етно-еко наслеђу, мултикултуралности, гастрономији и гостопримству локалног становништва. Такође, предности Шајкашке садржане су и у богатим ловним и риболовним теренима и излетничким локалитетима. Из наведеног се закључује да су основне предности Шајкашке изузетно разноврсни наслеђени природни и културни ресурси који представљају основну компаративну предност дестинације. Предности би требало истаћи приликом планирања стратегије развоја туризма Шајкашке, оне би требало да представљају основ туристичког производа и промоције и презентације овог простора.

Када се анализирају слабости Шајкашке уочава се да сви подаци указују на изузетно лоше управљање развојем туризма, услед чега и долази до бројних слабости: неповезаност туристичке понуде и туристичких организација, непостојање интегралног туристичког производа, недостатак туристичког вођења и интерпретације, лоша промоција и презентација подручја итд. Неопходно је активирање и повезивање свих интересних група и локалних самоуправа. Менаџмент треба боље организовати, у смислу укључивања свих кадрова и снага како би се што пре постигли конкретни резултати, сачували природни и културни ресурси за будуће генерације, и изградила неопходна потребна туристичка инфраструктура за стварање нових интегралних туристичких производа који би се на професионалан начин представили новим кључним тржишним сегментима.

Табела 23. Анализа предности и недостатака, повољности и неповољности – СВОТ анализа Шајкашке

ПРЕДНОСТИ ИЛИ ЈАКЕ ТАЧКЕ (STRENGTHS)	НЕДОСТАЦИ ИЛИ СЛАБЕ ТАЧКЕ (WEAKNESSES)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Повољан туристичко- географски положај,</li> <li>• близина великих емитивних центара (Београд, Нови Сад, Зрењанин),</li> <li>• богатство очуваних, аутохтоних природних вредности,</li> <li>• четири заштићена природна добра,</li> <li>• атрактивност река: Дунава, Тисе и Јегричке,</li> <li>• очуване руралне амбијенталне вредности (салаши, Лок, Мошорин),</li> <li>• етно-еко наслеђе,</li> <li>• отвореност локалног становништва према туристима,</li> <li>• гостопримство и љубазност,</li> <li>• мултикултурна средина,</li> <li>• квалитет и разноликост манифестација,</li> <li>• велики број спортских организација и објеката,</li> <li>• разноврсни излетнички локалитети,</li> <li>• богати риболовни терени,</li> <li>• повољни ловни терени,</li> <li>• богата гастрономска понуда.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Непрепознатљивост дестинације,</li> <li>• ограничена саобраћајна доступност појединих делова Шајкашке,</li> <li>• лош квалитет друмских саобраћајница,</li> <li>• инфраструктура на незадовољавајућем нивоу,</li> <li>• низак степен попуњености капацитета и изразита сезоналност,</li> <li>• слабо искоришћене водене површине у сврху туризма,</li> <li>• неповезаност туристичке понуде,</li> <li>• непостојање интегралног туристичког производа,</li> <li>• лоша организационо-кадровска структура,</li> <li>• недовољна сарадња и координација између интересних група,</li> <li>• лоша туристичка сигнализација,</li> <li>• недостатак туристичког вођења и интерпретације,</li> <li>• недостатак статистичких података и информација за истраживање,</li> <li>• слабо развијена свест локалног становништва о значају развоја туризма,</li> <li>• лоша промоција и презентација подручја,</li> <li>• слаба ефикасност дестинацијског позиционирања,</li> <li>• проблеми паркиралишта на излетиштима,</li> <li>• лоша координација одношења смећа на излетничким локалитетима.</li> </ul>
МОГУЋНОСТИ ИЛИ ШАНСЕ	НЕПОВОЉНОСТИ ИЛИ ПРЕТЊЕ

(OPPORTUNITIES)	(THREATS)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Континуирани раст интереса емитивних тржишта за еколошке дестинације, наутички, сеоски и етно-еко туризам,</li> <li>• постоји интерес међународног капитала за улагање у општину Тител и Жабаль,</li> <li>• могућности локација за изградњу смештајних капацитета,</li> <li>• друштвене промене у свету повољне за развој нових туристичких дестинација,</li> <li>• активни одмори – тренд на туристичком тржишту,</li> <li>• салаши као рекреативни простори,</li> <li>• спортске активности у руралном окружењу,</li> <li>• могућности развоја одрживог ловног туризма,</li> <li>• близина спортског аеродрома у Книћанину,</li> <li>• планови изградње и улагања у инфраструктуру,</li> <li>• наутички туризам као тренд на туристичком тржишту-повезивање са осталим туристичким производима,</li> <li>• вредновање еколошког окружења,</li> <li>• укључивање локалог становништва у интегрални туристички развој,</li> <li>• незагађено земљиште погодно за производњу здраве хране.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ниска куповна моћ становништва,</li> <li>• глобална економска криза,</li> <li>• нестимулативни макроекономски оквир,</li> <li>• конфликтне развојне опције,</li> <li>• неразумевање државе за развој туризма,</li> <li>• неразумевање локалних заједница за лични интерес од развоја туризма,</li> <li>• неефикасност имплементације просторних планова и непоштовање просторно-планске регулативе,</li> <li>• неразумевање локалних самоуправа и организација за неопходност повезивања и синхронизовање активности,</li> <li>• непланско коришћење и шпекулације приликом куповине земљишта – дестимулативно делује на потенцијалне инвеститоре,</li> <li>• незадовољавајући критеријуми за категоризацију,</li> <li>• постојеће регулативе и законодавство везано за заштиту животне средине и културних добара не примењују се довољно у пракси,</li> <li>• недостатак извора за финансирање у неопходну инфраструктуру,</li> <li>• непостојање приватно-државног партнерства,</li> <li>• јефтине дестинације из окружења са сличном понудом.</li> </ul>

(Израдила Б. Ковачевић)

У даљем развоју туризма свакако треба обратити пажњу на шансе из окружења, које се пре свега огледају у постојању интереса иностраних инвеститора за улагања у инфраструктуру везану за туристичке садржаје. Велика шанса је и пораст туристичке тражње за активним одморима у руралном окружењу и ревитализацији напуштених салаша који у својој понуди могу објединити спортско-рекреативну, здравствену и еколошку компоненту. Све више се вреднују тзв. “здрава окружења” и одрживи облици туризма, те би адекватна имплементација еколошких компоненти, које подразумевају заштиту околине и туриста, дајући предност оним производима који су организовани у складу са еколошким стандардима, требало да буде стратешки правац у даљем развоју туризма Шајкашке. Шансе за развој наутичког туризма односе се и на изградњу планираних marina и на искоришћење водених токова Дунава, Тисе и Јегричке у наутичке и рекреативне сврхе. Наутички туризам, који последњих година представља тренд на туристичком тржишту, а који кроз кружна путовања може повезати Шајкашку са другим туристичким подручјима и тржиштима, представља приоритетни облик туризма, уз који би требало повезивати остале комплементарни облике туризма.

Јасно је да је приликом планирања развоја туризма за сваку туристичку дестинацију неопходно извршити анализу фактора из окружења који непосредно утичу на конкурентност туристичке понуде и оценити њен степен, промене које настају и очекиване резултате. Основни проблем Шајкашке могао би бити неразумевање државе за инвестирање у туризам руралних подручја и неразумевање локалних самоуправа и организација за неопходност синхронизованих активности и заједничког интереса. Са становишта промена нивоа конкурентности, посебно је значајно нагласити да туристичко тржиште веома брзо реагује на промене нивоа цена. Од свих фактора конкурентности туристичких производа, цене туристичких услуга једине имају својство да у релативно

кратком року знатно допринесу променама општег нивоа конкурентности туристичке понуде, па би се посебна пажња требала посветити стратегији формирања цена услуга у туристичком производу Шајкашке и на тај начин бити конкурентан дестинацијама из окружења.

### **ФОРМУЛИСАЊЕ ВИЗИЈЕ, ЦИЉЕВА И СМЕРНИЦА ШАЈКАШКЕ**

Визија туристичког развоја представља функционалну и инспиративну, идеалну слику туризма у некој дестинацији у временском периоду за који се доноси. У том смислу, она представља не само основно полазиште, већ и најкритичнију компоненту туристичке политике неке земље. У припреми визије туризма одређене туристичке дестинације требале би да учествују све интересне групе и кључни учесници туристичког сектора (Стратегија развоја туризма Републике Србије).

Предлог визије туристичког развоја Шајкашке урађен је на основу спроведених примарних истраживања посетилаца Шајкашке области, анкетног истраживања локалног становништва и интервјуисања запослених у туристичком сектору у насељима Шајкашке.

Визија сублимира стремљења свих кључних партнера у контексту базичних питања туристичког развоја у окружењу, а која се односе на то:

- каква ће Шајкашка бити дестинација,
- какав имиџ треба да има и на који га начин треба градити и комуницирати са циљиним тржиштима,
- какав тип и структуру посетилаца треба привлачити,
- које садржаје понуде треба развити,
- на који начин обезбедити подршку повезаних делатности у циљу остварења визије,
- који су трошкови и користи остварења визије и
- које ће организације и појединци преузети одговорност за остварење визије.

Визија се уобичајено изражава као изјава, па стога кажемо да је она речита слика. Да би била валидна, ову слику треба да деле сви кључни учесници и партнери у туризму, јер једино на тај начин се обезбеђује да сви стреме ка истом циљу. Реализација визије, дакле, захтева не само базично разумевање и прихватање, већ и поистовећивање с њом од стране свих кључних играча. Ово омогућава максималну посвећеност остварењу визије, а тиме и одговорност за обезбеђивање и алокацију ресурса. То само потврђује потребу да визија буде артикулисана кроз уважавање и учешће стејкхолдера. У том смислу, визија је основ за њихове планске одлуке и конкретне акције. На тој основи се и минимизирају неспоразуми и конфликти који могу настати, а у крајњој линији она користи и као средство “изолације” оних играча који покушавају да делују мимо прихваћених правила игре. Треба имати у виду да визија, с обзиром на “разноликост” учесника у туристичком развоју, односно њихову припадност различитим друштвеним групама и јавним и пословним секторима, није само тржишно вођена, на начин да третира економске ефекте туристичког развоја по привреду дестинације, већ садржи и базичне вредности који одражавају уверења различитих друштвених група о томе како ће туризам допринети благостању локалног становништва, развоју пословања у дестинацији и задовољству посетилаца (Стратегија развоја туризма Републике Србије).

### **ВИЗИЈА РАЗВОЈА ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ**

Имајући у виду досадашња истраживања развоја туризма Шајкашке, карактеристике и стање развоја туризма, као и природу и структуру туристичког производа, закључује се да



су кључни принципи на којима треба да се темељи визија туристичког развоја Шајкашке до 2023. године следећи:

- Корист од развоја туризма Шајкашке треба да осете сви: локално становништво, посетиоци, туристички сектор, комплементарне делатности и јавни сектор;
- Шајкашка настоји да се покаже као иновативна и различита излетничко-рекреативна дестинација;
- Шајкашка има могућности да гради позицију користећи иновативан и креативан приступ у стварању интегралног туристичког производа базираном на наутичком и излетничко-рекреативном туризму у руралном окружењу;
- Шајкашка треба да развија одрживи туризам високог квалитета који привлачи софистицирану, еко-сензибилну туристичку тражњу, са неопходном сарадњом на локалном, регионалном и националном нивоу.

Визија Шајкашке као туристичке дестинације, на основу свих спроведених истраживања и анализа, у наредних десет година, требала би да изгледа овако:

<p>➤ Шајкашка - атрактивна излетничко рекреативна дестинација, располаже квалитетним излетничко-рекреативним локалитетима и спортским теренима, важна наутичка тачка, привлачна ловно-туристичка дестинација, центар туристичких кретања за градско становништво из Београда и Војводине које жели да ужива у салашарским и руралним амбијенталним целинама, уз бројне могућности за спортско-рекреативне активности на копну и на води.</p>
<p>➤ Шајкашка - дестинација еко-туризма, нуди уживање љубитељима природе у заштићеним природним подручјима уз едукативне програме и поштовање принципа одрживог развоја. Идеална за реализацију едукативно-излетничких и научно-истраживачких програма који обједињују едукативну, рекреативну, здравствену и еколошку компоненту.</p>
<p>➤ Шајкашка - позната по културно-историјским вредностима, идеална за реализацију туристичких програма "путевима познатих", погодна за посету различитим културним и спортско-рекреативним манифестацијама, позната по одличној гастрономској понуди, поштовању и валоризацији старих заната и етно-еко наслеђу.</p>
<p>➤ Сва насеља Шајкашке приступачна су туристима, побољшане друмске саобраћајнице, инфраструктура на излетиштима и купалиштима на завидном нивоу, вишеструко повећан број смештајних капацитета (поготово у сеоским домаћинствима), потенцијал наутичког туризма у потпуности је искоришћен и прилагођен чак и међународном туристичком тржишту, побољшана туристичка сигнализација, информативни центри у функцији туриста, синхронизоване активности свих интересних група, активне туристичке организације и планирање управљањем туризма.</p>

## ЦИЉЕВИ И СМЕРНИЦЕ РАЗВОЈА ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ

Визија Шајкашке као туристичке дестинације постаје основ за све акције партнера у туристичком развоју и нешто што усмерава све актере. Она је основ и за формулисање циљева туристичког развоја. Циљеви морају да обухвате економске користи, користи везана за окружење - природне и културне ресурсе, за задовољство гостију и благостање

локалног ствановништва. С тим у вези, може се рећи да су стратешки циљеви развоја туризма Шајкашке следећи:

- развој Шајкашке као квалитетне излетничко-рекреативне, наутичке и ловне туристичке дестинације;
- развој препознатљивости Шајкашке на регионалном и националном туристичком тржишту;
- заокруживање постојеће туристичке понуде и интензивирање њеног коришћења;
- подстицање иницијативе за туристички развој са локалног нивоа;
- усмеравање локалне туристичке привреде према задовољењу туристичке тражње
- заштита културно-историјске баштине и природног окружења;
- подизање нивоа квалитета смештајних капацитета, како основних тако и комплементарних;
- трајна заштита, имплементација и поштовање високих еколошких стандарда и дугорочно одржива валоризација туристичких потенцијала;
- ефикаснија дистрибуција и коришћење савремених трендова комуникације и маркетинга.

Наведени циљеви представљају главне факторе које Шајкашка као дестинација треба да истиче у својој основној, дугорочној сврси развоја туризма. У средишту развоја туризма треба да буде профитабилни туристички производ чији је интегрални део максимално очувана животна средина, као и стално побољшање квалитета туристичких услуга. То је изузетно значајно јер привлачи туристе са еко-сензибилних тржишта која су све шира. На тај начин се утиче на економски развој и благостање локалног становништва.

Смерница се може дефинисати као мерљиви циљ јер се она даје у форми одређене величине, времена или одговорности; о њој се суди са становишта онога што се постиже током времена кроз планиране акције (Бакић, 2002). Процеси за реализацију стратешких циљева Шајкашке могу се груписати у две групе смерница.

*1. Смернице развоја туризма Шајкашке од 2013 до 2018. године:*

- доношење просторног плана развоја туризма у целини са циљем очувања атрактивних природних ресурса - покретача развоја одрживог развоја туризма;
- стварање препознатљивих производа туристичке дестинације Шајкашке;
- усмеравање туристичке тражње према постојећим туристичким ресурсима и приоритетним туристичким производима Шајкашке;
- промовисање туристичког производа Шајкашке;
- унапређивање услова за интервенцију државе и локалне заједнице;
- стварање предуслова за управљање развојем туризма и повећање његове стратегијске позиције
- повезивање туристичке понуде на регионалном нивоу.

*2. Смернице развоја туризма Шајкашке од 2018 до 2023. године:*

- уређење власничких односа и категоризација смештаја у домаћинствима;
- улагање у саобраћајну инфраструктуру (побољшање квалитета локалних путева) и туристичку сигнализацију;
- развој квалитетне понуде туристичке дестинације;
- развијена инфраструктура која задовољава тржишни потенцијал, промовише везе, утиче на стварање економских ефеката и побољшава животни стандард локалне заједнице.

Да би се реализовали сви наведени стратешки циљеви, одређени процеси морају да буду стално присутни и да прате и унапређују раст и развој туризма на овом простору. Циљеви треба да се реализују кроз припрему локалних Мастер планова за све општине Шајкашке, уз неопходност сарадње свих интересних група и заједничку сарадњу, а све у

циљу опште добити и економског просперитета. Неопходно је припремити инвестиционе проспекте и студије оправданости за најважније пројекте и понудити их инвеститорима на локалном али и интернационалном тржишту. Уз то је важно напоменути да постоје додатни програми подстицаја за инвеститоре, у смислу бесплатног грађевинског земљишта, ослобађања од плаћања комуналних дажбина, додатно ослобађање пореза на добит у зависности од броја нових радних места и сл.

## СТРАТЕГИЈСКИ ИЗБОР И МОДЕЛИ МЕНАџМЕНТА ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ ШАЈКАШКЕ

Пракса у многим развијеним туристичким дестинацијама је више пута показала да нема правог и успешног развоја туризма без јасне визије будућег развоја и добро припремљене развојне стратегије. Постоји више врста стратегија: краткорочне, средњерочне и дугорочне, али се обично припрема бар једна на рок краћи од 5 година. Идеално би било кад би постојале све три стратегије, на краћи, средњи и дужи рок или једна стратегија која би термински обухватила све три и које би се надограђивале и допуњавале, те водиле ка дугорочним циљевима туристичке дестинације. За израду успешне стратегије потребна је стратешка анализа сакупљених информација о стању у којем се дестинација у неком одређеном тренутку налази. У другој фази туристички менаџери морају одлучити или направити избор о дестинацијској будућности и начинима по којима треба да туристичка дестинација одговори на све утицаје из околине (Johnson, 2002).

С обзиром да су у претходним поглављима анализирани атрактивни, комуникативни и рецептивни фактори Шајкашке и тренутно стање развоја туризма, следећи корак је разматрање различитих могућности или опција будућег развоја туристичке дестинације.

За реализацију Стратегије развоја локалних заједница неопходно је усклађивање са Стратегијом развоја туризма Србије, као документом вишег ранга. На овај начин би се локални потенцијали општина Шајкашке могли усагласити са трендовима на регионалном и националном нивоу. С тим у вези биће наведено неколико важних извода из Стратегије развоја туризма Републике Србије, коју је радио Хорват консалтинг (Horwath Consulting). Из последње усвојене Стратегије развоја туризма Републике Србије (2005), где се налази и туристичка дестинација Војводина, следи да треба у наредном раздобљу поставити неколико темељних стратешких циљева неопходних за развој туризма овога подручја. Неки од тих циљева су квантитативни:

- повећање обима туристичког промета,
- повећање туристичке потрошње и
- побољшање препознатљивости Војводине као туристичке дестинације.

За сада је у туризму Војводине познато само неколико туристичких продуката који су углавном централизовани у Новом Саду: Нови Сад као главна лука за крстарења, Нови Сад као главни град МІСЕ туризма у Војводини и Нови Сад као место најпозантијег фестивала Exit. Како би постигли децентрализацију, треба формирати интегралне туристичке продукте (ИТР), који за сада још не постоје. Кључна компетитивна предност Војводине је разноликост на малом простору и зато је потребно формирати неколико темељних и тематских туристичких производа и укључити их у понуду већ познатих центара, а потом и мање познате друге природне и културне атракције које до сада нису биле адекватно валоризоване.

Према истраживању страних туриста који су посетили Србију (према истраживању “Хотели”), “пропуштене активности”, односно активности које су страни туристи желели да користе приликом боравка у Србији, а нису за то имали прилике су следеће: обилазак и посета других места у Србији, спортско-рекреативне активности, забава, обилазак

културних споменика и одлазак у природу. Када се анализирају наведене “пропуштене активности”, долази се до закључка да Шајкашка као туристичка дестинација која се налази у близини Београда и Новог Сада може да понуди доживљај у три од пет наведених активности (обилазак и посета других места у Србији, спортско-рекреативне активности, одлазак у природу). Из наведеног се закључује да би приоритетне туристичке производе Шајкашке (наутички туризам, излетничко рекреативни, салашарски и етно-еко туризам) требало повезати са туристичком понудом Новог Сада и Београда, као главних рецептивних али и емитивних подручја.

Специфични стратешки избор има три фазе:

- формулисање будућих опција туристичког развоја,
- евалуација постојећих опција и
- избор најбоље опције.

Другим речима, туристички менаџери требају изабрати компетитивну стратегију која ће одговорити на питање како постати или остати компетитиван, изабрати стратешки смер и размислити које стратешке методе ће употребити у фази имплементације стратегије у пракси. У фази формулисања компетитивне стратегије и одређивања стратешких смерница јако је битно одговорити на два питања.

- Како постићи предност пред конкуренцијом?
- Које туристичке производе и туристичке услуге треба развити и на којим тржиштима?

Портер (1996) појашњава да се компетитивна предност може постићи на три начина, и то:

- диференцијацијом, тако да се оствари перцепција код потенцијалних туриста да је дестинацијски туристички производ супериорнији од конкуренцијског и зато заслужује вишу цену;
- постићи ценовну предност («cost leadership») туристичких производа и тиме остварити највиши профит, иако коначна цена није надпросечна и
- фокусирањем на узак профил тржишног сегмента (Porter, 1996).

Што се тиче конкретно Шајкашке, установљено је да потенцијали за развој туризма постоје и огледају се како у природним вредностима и лепотама тако и у антропогеним ресурсима. Међутим, туризам је недовољно развијен и потенцијали су слабо искориштени, а главни разлог је непостојање политике туристичког развоја и лоше управљање туризмом. Савремени маркетинг концепт подразумева истраживање тржишта и агресиван пропагандни приступ дестинације која треба да се пласира на туристичко тржиште. С тим у складу, требало би пропагирати и Шајкашку, као новооткривену, неафирмисану излетничко-рекреативну дестинацију. Стога је од изузетне важности дефинисати стратегију развоја туризма Шајкашке, као основну пословну одлуку којом се дефинише начин реализације циљева.

Стратегија развоја туризма у Шајкашкој требала би обухватити следеће:

- идентификацију основних циљева развоја,
- идентификацију циљних тржишних сегмената,
- идентификацију профила потрошача који припадају циљним тржишним сегментима,
- идентификацију кључних фактора који који утичу на доношење одлука циљног сегмента да купи туристички производ (цена, имиџ производа, доступност, начин продаје),
- утврђивање политике цена.

Што се тиче избора најоптималније комбинације стратешких модела управљања, за Шајкашку, као недовољно афирмисану дестинацију, која се налази између фазе истраживања и увођења на туристичко тржиште, првенствено би требало применити

стратегију сегментације туристичког тржишта и придобити и категорисати циљане и одређене групе људи са тачно познатим потребама и жељама.

## СТРАТЕГИЈА СЕГМЕНТАЦИЈЕ ТУРИСТИЧКОГ ТРЖИШТА ШАЈКАШКЕ

У организовању маркетинга на нивоу носилаца пословне политике у туризму најбитније је такво организовање које полази од задовољавања жеља и потреба туриста. Укупна активност свих интересних група, предузећа из области угоститељства, туристичких организација и агенција и свих предузећа која учествују у формирању туристичког производа у Шајкашкој треба да буде прожета духом маркетинга, а то значи да се све активности и функције укомпонују тако да се сви његови делови и сви чланови колектива усмеравају ка циљу, омогућавајући благовремено прилагођавање променама у природи и друштву, а самим тим и променама на туристичком тржишту.

Маркетиншка сегментација тржишта је полазна тачка оснивања маркетиншке стратегије. Постоје бројни разлози за сегментацију тржишта:

- само мали проценат светске популације учествује у међународним путовањима на годишњем нивоу,
- тражња туристичких производа и услуга није једнако распоређена међу популацијом,
- само мали део популације купи релативно велики удео туристичких производа,
- потребно је развити туристички производ у складу са потребама и жељама туриста,
- сегментација помаже откривању који су најбољи маркетиншки канали и медији.

Кључни кораци у примени стратегије сегментације тржишта су следећи:

- идентификовање тржишних сегмената,
- утврђивање профила сегмената,
- утврђивање утицајних фактора на понашање сегмената у куповини,
- опредељивање за кључне сегменте,
- наступ са инструментима маркетинг микса на конкретним сегментима (WTO, 2007a).

Познато је да очуване природне вредности, којима се Шајкашка може похвалити, доносе одређене компаративне предности, поготово ка је реч о излетничко-рекреативном туризму, али неопходно је и да туристичке услуге буду квалитетне, тачније потребно је обезбедити квалитетан интегрални туристички производ и пласирати га плански одређеном тржишном сегменту. Туристима је потребно понудити широк избор активности у очуваном природном окружењу, обезбедити нову, неконвенционалну понуду, омогућити интензивније доживљаје, односно обезбедити понуду која ће бити максимално прилагођена индивидуалној тражњи (од активности шетње по пољима, посете салашима, па до екстремних спортова). Код избора тржишта и сегмената за које надограђујемо постојеће, односно развијамо нове производе, потребно је узети у обзир следеће факторе:

- сезоналност понуде;
- потенцијал за раст тржишта;
- потрошња по становнику дестинације (туристичка потрошња изабраних тржишта односно сегмената, који морају бити што већи, јер само тако туристи могу, уз једнако оптерећење околине, у већој мери допринети друштвеном расту и поновном улагању средстава у развој);
- трајање путовања, односно дужина боравка на дестинацији;
- удаљеност путовања – удаљеност тржишта од крајње, коначне дестинације (глобално – мање загађење због краћег путовања);
- примереност понуде појединим циљним сегментима;

- одговорност околине;
- безбедност тржишта и сегмената;
- недискриминирана понуда за све – посебно за особе са ограниченим могућностима путовања.

Када се у обзир узму сви наведени фактори, долази се до закључка да је примарно тржиште за Шајкашку туристичку дестинацију домаће тржиште, са акцентом првенствено на Новом Саду и Зрењанину, те Београду и другим већим урбаним центрима Србије. На наведена тржишта неопходно је усмерити главни део маркетиншких активности и средстава и истовремено развијати производе који су прилагођени тим тржиштима. Потребно је оствари стратегију претварања једнодневних посетилаца у стационарне, јер то представља велики потенцијал за повећање потрошње и потражње.

Једини производ који, за сада, привлачи инострану туристичку тражњу је ловни туризам и у будућем развоју би требало посебну пажњу посветити овом селективном облику туризма.

Следећи корак је извршити сегментацију на основу демографских карактеристика, мотива, жеља и преференција потенцијалних туриста, да би се тачно знало на који ужи тржишни сегмент усмерити маркетиншке активности за одређене туристичке производе. Потребно је испитати ко су заинтересовани потрошачи, са којих тржишта долазе, која је старосна група најдоминантнија, а затим испитати њихове платежне способности, фонд слободног времена, као мотиве, жеље и активности у којим би волели да учествују током боравка у дестинацији. На основу добијених резултата може се приступити позиционирању производа на тржиште са експлицитно утврђеним програмом на одређене циљне групе потрошача. У том циљу је урађено истраживање туристичког тржишта Шајкашке као дестинације.

## ПЛАН МАРКЕТИНШКОГ ПОЗИЦИОНИРАЊА ШАЈКАШКЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ

Стратешки маркетинг план туризма Шајкашке чини основу за доношење одлука у оквиру целокупног маркетинг система. Циљеви стратешког маркетинг плана су дефинисани у односу на основе развоја туризма Шајкашке, Војводине и Републике Србије и тиме представљају додатну подршку реализовању кључних поставки развоја. Оперативним и посебно дефинисаним годишњим плановима уобличавају се конкретне величине везане за поједине од циљева маркетинг плана. Њима се установљава начин деловања конкретних маркетинг акција и њиховог контуираног извођења. Имајући у виду да је еластичност једна од кључних карактеристика маркетинг циљева, подразумева се да су дефинисани циљеви подложни променама у складу са битним карактеристикама развоја туризма Војводине и Србије. Сходно основним поставкама стратегије, циљеви маркетинг плана су установљени за следећих десет година.

Кључни циљеви маркетинг активности могу бити одређени кроз три степена.

1. *Позиционирати Шајкашку као туристичку дестинацију на домаћем тржишту.*

С обзиром да је Шајкашке неафирмисана туристичка дестинације која се налази у фази увођења на туристичко тржиште, те нема изграђен имиџ, неопходно је применити стратегију позиционирања туристичке дестинације и профилисања имиџа како би се туристичка понуда Шајкашке представила и приближила потенцијалним потрошачима;

2. *Битно повећати број туриста и излетника уз одговарајуће повећање обима продаје у кључним туристичким производима.* Овај циљ се може постићи развојем постојећих и увођењем нових облика производа у складу са дефинисаним приоритетним врстама туристичких производа Шајкашке као туристичке дестинације. Потребно је применити ланчани и унакрсни маркетинг туристичких производа и на тај начин повезати понуду.

Овакав приступ треба да прати и одговарајуће коришћење промоције као инструмента маркетинг микса како Шајкашке тако и Војводине као туристичке дестинације;

3. *Успоставити и операционализовати систем управљања развојем туризма Шајкашке у складу са одговарајућим променама на нивоу Војводине као туристичке дестинације.* У Шајкашкој не постоји систем управљања развојем туризма, што представља један од основних ометајућих фактора даљег развоја туризма и формирања конкурентне туристичке понуде.

## СТРАТЕГИЈА ПОЗИЦИОНИРАЊА И ПРОФИЛИСАЊА ИМИЦА ШАЈКАШКЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ

Позиција туристичке дестинације на тржишту подразумева начин опажања дестинације од стране потенцијалних и актуелних посетилаца/туриста у вези са искуствима (и користима) које обезбеђује дестинација у односу на конкурентске дестинације. Опажање, које утиче на позицију дестинације, може бити засновано на појединим карактеристикама имица дестинације или на укупном имицу. Потрошачево виђење дестинације је под утицајем имица дестинације, који произлази из идентитета дестинације и маркетинг стратегија локалних учесника. Позиционирање дестинације у главама туриста је под утицајем спољних стимуланса (медији, мишљење утицајних људи, усмена пропаганда, итд.). Туристички посленици треба да наводе потрошаче ка јединственом имицу, утичући на њихову мотивацију, укљученост, едукацију и ставове. Овај имиц мора бити у сагласју са производним миксом дестинације, тако да се може применити на различите тржишне сегменте (Стратегија развоја туризма града Београда, 2008).

Са своје стране, садашњи и потенцијални туристи могу да утичу на развој производа кроз потрагу за информацијама, процењивање различитих производа и дестинацијских искустава, изражавање својих мишљења и оцене после процеса коришћења производа и услуга (Nicoletta, Servidio, 2012, Usakli et al., 2011, Prebensen, 2007). У средини овог бескрајног круга слика и доживљаја налазе се дестинације са својим ресурсима, локалним учесницима и другим учесницима ван дестинације (инвеститори, организатори путовања, саобраћајна предузећа итд.), који својим стратегијама и политикама подржавају развој и управљање производног микса дестинације.

Брендирање дестинације је првенствено сједињено са економски финансираном тежњом за што позитивнијим позиционирањем у оквиру веома конкурентног тржишта туристичких дестинација. Чињеница је да све развијене туристичке дестинације света имају развијену стратегију брэнда (Boo et al., 2009; Konecnik, Gartner, 2007; Kozak, 2004).

Из анализе развоја туризма Шајкашке закључено је да Шајкашка није препознатљива дестинација на туристичком тржишту, те да нема изграђен идентитет ни имиц. С обзиром да имиц дестинације служи као основа за диференцирање у односу на конкурентске туристичке дестинације али и као обележје које ће свим учесницима помоћи да се осете делом целине, односно као основа за идентификацију, препознавање, континуитет и заједништво на нивоу дестинације, неопходно је у што скорије време изградити брэнд Шајкашке, јер је то најбољи пут ка увођењу дестинације у свет туриста/потрошача. На индукованом нивоу на перцепцију потрошача о дестинацији утичу комерцијално оглашавање, промоција, “усмена пропаганда”, нетражене поруке, потрага за информацијама итд. На органском нивоу, тј. када потрошач купи и искуси производ дестинације и процени особине производа и очекиване користи (перцепција имица) у односу на стварне особине (перцепција идентитета), маркетинг мора деловати на процес испоруке производа и управљати имицом производа на лицу места. Као додатак односу између перцепције потрошача и његове жеље за куповином, важно је такође анализирати идентитет дестинације и његове ефекте на имиц производа. Даље, треба анализирати

колики допринос сваки учесник у туристичкој понуди даје овом имицу и како се овај допринос може каналисати у правцу јединственог позиционирања производа. Потребне су обе стране како би се развиле ефективне и ефикасне стратегије промоције. Основе за позиционирање базирани су на сету кључних вредности, истражених и уређених од стране свих учесника у ланцу вредности. Пошто је тешко издвојити туристичку перцепцију од осталих постојећих перцепција о једној земљи и/или регији, потребно је да се велики број јавних и приватних организација укључи у процес договарања о кључним вредностима. У конкретном случају, требало би синхронизовати активности ТО Жабал, ЈКП Тителски брег, као организација које представљају представнике и носиоце развоја туризма Шајкашке, али и свих друштава и организација која се баве (на било који начин) подстицањем развоја туризма на овом простору (месне заједнице, КУД друштва, угоститељски објекти који послују на овом простору, етно куће и салаша, сеоска домаћинства која угошћавају туристе итд).

Да би се Шајкашка позиционирала на туристичком тржишту, неопходно је све поменуте интересне групе консултовати и укључити приликом детерминисања интегралног туристичког производа и стварања идентитета дестинације, а затим применити оптималну комбинацију маркетинг микса на циљним тржишним сегментима. Шта конкретно треба учинити како би се Шајкашка правилно позиционирала на туристичком тржишту биће предложено и анализирано у тексту који следи.

#### СТРАТЕГИЈА МАРКЕТИНГ МИКСА (ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ) ШАЈКАШКЕ

Када су утврђени циљеви пословања, дефинисани кључни сегменти као тржишне мете и дефинисани модели стратегије развоја туризма, логичан корак у стратегијском менаџменту туристичке дестинације је формирање адекватне комбинације маркетинг микса, односно оне комбинације елемената тржишног наступа која ће обезбедити способност дестинације да буде конкурентна на изабраном тржишном сегменту.

По класичном концепту маркетинга, најчешће се разматрају четири кључна инструмента маркетинг микса: производ, цена, промоција и дистрибуција (канал продаје) (four Ps –Product, Price, Promotion, Place). Пракса је показала, да се у различитим ситуацијама и при различитим комбинацијама инструмената маркетинга, поједини инструменти различито понашају, што наравно има различит утицај на коначни резултат. Томе треба додати, да сваки од инструмената маркетинга има своју комбинацију елемената, тј. свој микс (напр. производни микс, промоциони микс).

Филозофија концепта маркетинг микса се развијала, тако да је до данас развијена дефинисањем тридесет релација, односно 30 Рс (relationships), које представљају нову структуру маркетинг размишљања (Табела 24). Класичне маркетинг релације (Р1-Р3) представљају релације, које су до сада обрађиване у теорији маркетинга.

Специјалне маркетинг релације (Р4-Р17) представљају неке од аспеката класичних релација, уз неке новине (напр. Купац као члан и сл.). Мега релације (Р18-Р23) представљају основу за маркетинг релације економије и друштва, обухватајући активности мега маркетинга (лобирање, јавно мишљење, политичку моћ), мега удружења (велике корпорације и удружења, која карактеришу нову етапу маркетинга) и социјалних односа (као што су пријатељство и етничкаприпадност). Нано релације (Р24-Р30) су релације путем којих се спајају тржишне релације са релацијама унутар предузећа (Gummesson, 2000).

Табела 24. Тридесет релација поновног разматрања маркетинга- 30 Рс (30 Rs)

КЛАСИЧНЕ МАРКЕТИНГ РЕЛАЦИЈЕ
Р1 Класична дијада – релација између понуђача и купца
Р2 Класична тријада – веза понуђач-купац-конкурент



P3 Класична мрежа – канали дистрибуције
СПЕЦИЈАЛНЕ МАРКЕТИНГ РЕЛАЦИЈЕ
P4 Релације од потпуних маркетера (FTMs) до делимичних маркетера (PTMs)
P5 Сервис сусрета – контакт између купца и сервиса
P6 Вишестрани купац и вишестрани понуђач
P7 Релација купац – купац
P8 Против удаљених релација
P9 Релација незадовољства купаца
P10 Монополске релације: понуђач или купац као затвореници
P11 Купац као члан
P12 Релације на основу информационе технологије
P13 Парасоцијалне релације – релације симболима и објектима
P14 Некомерцијалне релације
P15 Зелене релације
P16 Релације засноване на закону
P17 Криминална мрежа
МЕГА РЕЛАЦИЈЕ
P18 Људска и социјална мрежа
P19 Мега маркетинг – купац није увек пронађен на тржишту
P20 Утицај удружења на промене тржишних механизма
P21 Образовне релације
P22 Утицај мега удружења на промене основних услова маркетинга
P23 Медијске релације
НАНО РЕЛАЦИЈЕ
P24 Маркетинг механизми донешени унутар предузећа
P25 Релације унутар купаца
P26 Релације између оперативног менаџмента и маркетинга
P27 Интерни маркетинг: релације са запосленима на тржишту
P28 Дводимензионална матрица релација
P29 Релације са екстерним набављачима и сервисима
P30 Релације са власницима и финансијерима

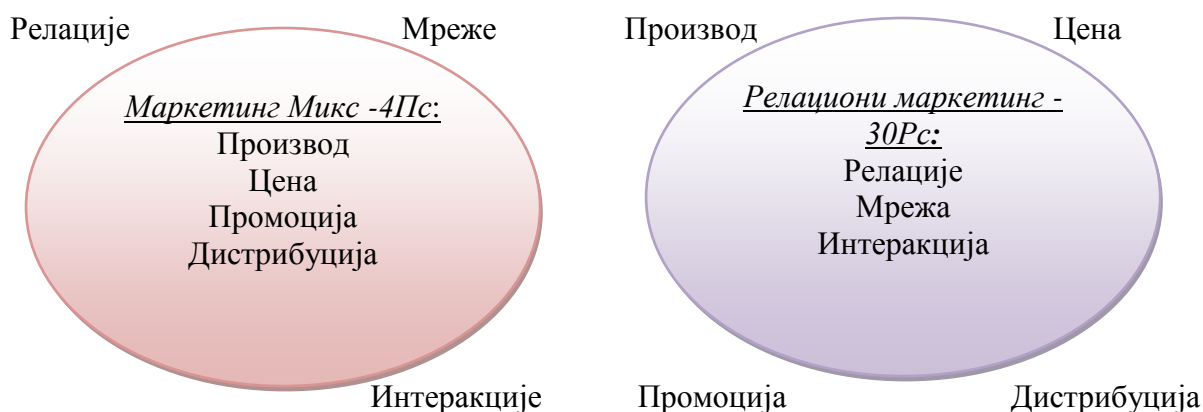
(Извор: Gummesson, 2000)

Релацијски маркетинг представља веома важан допринос туризму, јер се у основи феномена туризма налазе управо релације и на туризам утиче много фактора из макро и микро окружења. Из тог разлога 30 Рс представља незаобилазну примесу туризму, јер разматра релације од најједноставнијих до најкомпликованијих. За туризам су посебно важне класичне релације, односно класична дијада, класична тријада и класична мрежа, којима релацијски маркетинг даје посебан значај.

Туристички производ представља централни део туристичког маркетинг микса. Уколико туристички производ не би био формиран, тада други инструменти маркетинг микса не би имали смисла. Зато производ представља онај инструмент маркетинг микса од којег зависе други инструменти, који своје деловање темеље управо на производу (Bill Xu, 2010, Smith, 1994).

У складу са изнешеним моделом 30 Рс, туристички производ ће у даљем раду бити разматран у смислу маркетинг релација, односно релационог маркетинга. Основни концепт маркетинга представља базу на основу које се формирају концепти маркетинга и маркетинг модели. Он ће увек бити почетна тачка, од које се полази и на коју се надограђује ново сазнање (Gummesson, 2000). То најбоље илуструје скица 7.

Постоје мишљења, а и пракса је показала, да се на различитим тржиштима и у зависности од ситуације преферирају поједини инструменти маркетинга, у односу на друге. Преовладава мишљење да цена и промоција представљају ефикасније инструменте туристичког маркетинг микса, јер су прилагодљиве могућим променама на туристичком тржишту, односно да је њихова употреба ефикаснија у кратком року. У оба случаја, и цена и промоција зависе од производа, тј. базиране су на производу. Туристички производ дакле представља темељ у свакој комбинацији туристичког маркетинг микса, јер се сви други инструменти формирају у складу са његовим карактеристикама. Управо из тог разлога ће формирању туристичког производа бити посвећено нејвише пажње приликом анализе стратегије маркетинг микса Шајкашке као туристичке дестинације.



Скица 7. Померање од концепта 4Пс (4Ps) до 30 Пс (Rs)  
(Извор: Gummesson, 2000)

**Производ** у маркетинг теорији и пракси, као што је већ речено, представља суштински део, којем се прилагођавају и на основу којег се формулишу сви остали аспекти маркетинг посматрања. Да би на најоптималнији начин повезао понуду и тражњу, сам производ се укључује, као саставни део, у маркетинг планове, мапе, миксеве, итд., уствари, значај производа се најбоље уочава кроз учешће у маркетинг миксу.

Задовољавање идентификованих потреба потрошача могуће је остварити производњом одговарајућих производа и услуга, што представља суштину маркетинг концепције. У туризму, као посебном облику изражавања и задовољавања потреба потрошача, јавља се низ различитих производа и услуга. Скоро 80 % туристичке потрошње се односи на услуге, док се остали део односи на директну конзумацију разних производа. То из разлога, јер одређене купљене робе имају карактер коришћења услуга (пример је куповина хране или пића, јер се у угоститељству роба не продаје у изворном облику као у трговини, већ се на одређени начин прерађује). Због таквог карактера туристичке потрошње, као и начина коришћења туристичког производа и задовољавања туристичких потреба, у туризму је доминантна куповина услуга, а не куповина роба. Ипак, терминологија маркетинга је усвојила производ као основну категорију промета, односно појам производа обухвата и све врсте услуга у туризму, које су укључене у одређеном процесу производње и резултат су људског рада (Middleton, 2007, Godfrey 2000; Godfrey, 2005).

*Дефиниција појма производ има више.* Производ је резултат људског рада, који задовољава друштвене потребе било које врсте. Природу производа имају само они резултати рада, који имају одређену употребну вредност. Употребна вредност производа представља корисност за потрошача, која се у примеру туристичког производа остварује кроз туристичку потрошњу. Практични аспект повезаности различитих производа и услуга у јединствену понуду која задовољава одређене потребе туриста, теоретичари

настоје научно дефинисати и тиме оправдати употребу појма туристички производ. Тако се већина аутора слаже, да резултат туристичке понуде представља целину, састављену од низа различитих компоненти, које су даље раздвојене на посебне производе и услуге (Middleton, 2007, Holloway, Plant, 2000, Kotler, 2005).

Дакле, туристички производ представља најважнији део туристичког система, јер представља везу, главну спону између туристичке понуде и туристичке тражње. До интеракција између туристичке понуде и тражње у оквиру туристичког система, долази управо услед присуства, односно постојања као таквог туристичког производа.

Туристички производ, се као што је већ речено, састоји из одређених елемената. Елементи туристичког производа се могу нудити непосредно туристи, или се одређеном комбинацијом могу понудити као интегрални туристички производ. Аутори дају предност интегралном туристичком производу, јер он представља "одговарајућу комбинацију материјалних и нематеријалних елемената понуде (добра и услуга), којима се задовољавају потребе туриста" (Ускоковић, 2000).

Приликом планирања стратегије развоја туризма Шајкашке потребно је целокупну понуду активности и садржаја уобличи у интегрални туристички производ, а затим израдити план за промотивни наступ производа на туристичком тржишту. Производ би требао бити комплексан и креиран на основу анализе атрактивних, комуникативних и рецептивних елемената који сачињавају туристички производ али и истраживања туристичке тражње везане за туризам на овом простору.

На основу свих досадашњих анализа Шајкашке, које су обухватиле атрактивне, комуникативне и рецептивне елементе, факторе из макро и микро окружења, циљеве и приоритете развоја туризма, предлоге за имплементацију стратешких модела развоја, као и трендове на туристичком тржишту, детерминисан је производни микс Шајкашке као туристичке дестинације. Предлог производног микса приказан је у табели 25.

Табела 25. Производни микс Шајкашке као туристичке дестинације

Наутика	Излетнички туризам	Специјални интереси	Спортско-рекреативни туризам	Сеоски и салашарски туризам
Чартер, индивидуалне пловидбе	Посете излетиштима	Лов, риболов,	Групни спортови,	Салашаи, Мошорин,
Тисом,	Тиса,	фото-сафари,	спортске манифестације,	Лок,
Дунавом,	Тителска плажа,	посматрање птица,	веслање,	агротуризам,
Каналом ДТД,	Дукатар,	етнографија,	голф,	активности у природи,
Јегричком,	Аркањ,	археологија,	змајарење,	екотуризам,
Вожња	Шлајз,	аерофото	јахање,	гастрономија,
скутерима,	Заштићена природна подручја,	снимање,	бициклизам,	културни туризам,
Вожња	Очувана природа и пејзажи,	научно-истраживачки кампови,	падобранство,	остали комбиновани облици туризма
Шајкама,	природа и пејзажи,	истраживачки кампови,	парасејлинг,	
излети до Царске баре	камповање,	едукативни кампови,	екстремни спортови	
Бегејом,	пешачење,	верски туризам,		
кружна путовања	салаши,	културни туризам,		
рекама.	стазе здравља,	туризам,		
	манифестације.	путевима познатих, речне		

## експедиције.

(Израдила Б. Ковачевић према Маркетинг стратегији туризма АП Војводине из 2009.)

**Цена** као један од елемената маркетинг микса доприноси реализацији циљева пословања, како на макро, тако и на микро нивоу. У околностима када долази до промена у осталим инструментима маркетинг микса, преиспитивање улоге цене је неопходно. При томе, избор коначне цене подразумева уважавање тражње и њене еластичности, тржишних сегмената, конкуренције, просечне потрошње на посматраном подручју, канала продаје и сл. (Falzon, 2012; Kozak, 2012; Чачић, 1995; Војамич, 1990).

Приликом формирања цена услуга, па тако и туристичких услуга, неопходно је имати у виду деловање великог броја фактора, од којих су најзначајнији:

- планирана тржишна позиција за услужни производ
- фаза животног циклуса производа
- еластичност тражње,
- конкурентска ситуација и
- стратегијска улога цена.

Из наведеног се закључује да висина формираних цена зависи од кретања на туристичком тржишту. То значи да цене услуга треба да се пореде са сличним, конкурентним објектима у земљи. Цена представља израз вредности туристичког производа, како парцијалног, тако и интегралног. Као инструмент маркетинга у процесу стратегијског планирања, цена има судбинску улогу за коначан успех производа.

С обзиром да је Шајкашка дестинација која се налази у фази истраживања, те уводи нове услуге на тржиште, требала би се утврдити нижа цена која ће омогућити продор на тржиште. У случају парцијалних туристичких производа Шајкашке које карактерише одсуство непосредне конкуренције (салашарски туризам, змајарење, аеро-фото снимање и сл.), може се наступити са вишом цену, у циљу остваривања профита за врло кратко време. Приликом формирања цене свакако треба водити рачуна да цена буде прилагођена платежној способности потенцијалних туриста. Анкетним истраживањем туристичке тражње је утврђено да потенцијални посетиоци Шајкашке имају надпросечна примања и већу куповну моћ, али цене свакако треба да буду прилагођене нивоу и квалитету услуга. Диференцирање цена би требало да постоји, првенствено у односу на групне и индивидуалне посете. Диференцирање цена у односу на сезону и вансезону такође би требало да постоји, с обзиром да се туристички производ Шајкашке одлукује израженом сезоналношћу, односно већина садржаја и активности спроводи се на отвореном простору, у сезони излетничко-рекреативних кретања, те се из наведеног закључује да је потребно диференцирати цене у односу на предсезону и главну сезону.

**Промоциони микс** представља масовно комуницирање са потрошачима, због тога се још назива и комуникациони микс. Има задатак да упозна потрошача са производом и његовим карактеристикама, условима и начинима куповине, да развије жеље и мотивише га на куповину. Промоција у туризму састоји се из активности које се предузимају на стварању свести о туристичком производу. Најважнији циљ комуникационог микса у туризму је формирање одговарајућег нивоа и квалитета туристичке тражње за производом који се пласира на тржиште. Основни инструменти промоционог микса у туризму су пропаганда, односи са јавношћу, унапређење продаје, лична продаја, публицитет, спонзорство и директни маркетинг (Dudensing, 2011; Бакић, 2002).

Пропаганда, као најстарији и један од најзначајнији инструмената промоционог микса, састоји се од информисања јавности и стварању склоности ка туристичком производу. Носиоци туристичке пропаганде су одговарајуће друштвене или државне организације (на локалном, регионалном или националном нивоу). Коришћење различитих пропагандних

средстава (графичка, аудио-визуелна, пластична) доприноси презентацији дестинације и задовољењу специфичне потребе потрошача, тј. потенцијалних туриста.

Потребно је путем разних пропагандних средстава упутити потенцијалне туристе у разноврсност понуде овог подручја и изазвати у њима жељу и саму одлуку и акцију. Требало би одштампати проспекте, разгледнице и плакате на којима би биле приказане све врсте активности и туристичких садржаја у којим би посетиоци могли да уживају током свог боравка у Шајкашкој. Треба изградити туристичку карту подручја за сваки од приоритетних туристичких производа: карта излетничких локалитета и активности, карта садржаја везаних за салаше и рурални туризам, карта са уцртаним наутичким рутама, карта са свим обележеним спортским објектима и интересантним локалитетима, уз приказ садржаја који се нуде на овим локалитетима, и сл. Посебно би интересантно било изградити туристички бедекер у којем би били представљени излети и одмори који се могу реализовати на овом простору (одмори са више спортских активности, голф академија, антистрес викенди, дијететско-рекреативни програми на салашима, наутичке туре, едукативни излети).

Посебну пажњу требало би посветити медијима и учешћу на локалним радио и телевизијским станицама, оглашавању у дневним и недељним новинама као и изради сувенира који би се односили на спортске и излетничке локалитете, заштићене природне просторе, археолошке и етнографске вредности.

Односи са јавношћу (Public relations) су врло важан инструмент промоционог микса. Састоје се од комуницирања са новинарима, утицајним људима, друштвеним асоцијацијама и другим. Менаџер за односе са јавношћу (PR manager) би имао задатак да формира имиџ производа туризма у Шајкашкој и упозна ширу јавност са овим производом (првенствено кроз организовање конференција, учествовање на сајмовима, промоцијама).

**Информационе технологије.** Конкурентска предност предузећа у туризму зависи, између осталих фактора, првенствено од примене нових технологија, при чему посебну улогу има развој информационе технологије. Ова технологија обезбеђује неопходну флексибилност при задовољавању променљивих захтева потрошача и то по ценама које су конкурентне ценама масовне продукције туристичких услуга.

Туристички информациони систем служи као светска пропаганда туристичких услуга, агенција и туристичких активности. Он помаже привлачење нових клијената обезбеђујући информације које су им неопходне приликом планирања путовања у одређене дестинације (Черовић, 2002).

Интернет је данас један од најбољих канала продаје и он је незаобилазна ставка када се говори о промоцији туристичког производа и туристичке дестинације (Wang, 2002, El-Gohary, 2012).

У предлогу за промоцију туристичког производа у Шајкашкој, интернет промоцију би требало издвојити као најрелевантнији канал комуницирања са потенцијалним потрошачима, а укључивање у туристички информациони систем би било од пресудне важности за презентацију Шајкашке на туристичком тржишту. Требало би искористити могућности примене информационих технологија у дефинисању туристичке понуде Шајкашке и креирању конкретног туристичког производа, ове, до сада неафирмисане туристичке дестинације. Добро организован туристички информациони систем донео би корист посетиоцима и потенцијалним туристима, али и локалној заједници и становништву. Он помаже локалном становништву и туристима да лоцирају рекреативна подручја, активности и услуге, док истовремено гради понос заједнице и успоставља дугорочне везе за задовољним посетиоцима.

Од свих обрађених локалитета у Шајкашкој, квалитетну интернет презентацију има само "Голф центар", док интернет презентације имају општине Тител и Жабалъ и насеље Каћ. Међутим, неопходно је нагласити да интернет презентације нису на задовољавајућем квалитативном нивоу, те да њима нису обједињене све излетничке, спортско-рекреативне

и друге активности које могу допринети развоју туризма, те да не утичу на промоцију овог простора као туристичке дестинације и не обједињују целокупну понуду на нивоу Шајкашке.

Посебно би корисно било урадити квалитетну интернет презентацију целог простора и промовисати Шајкашку као “Рај за љубитеље рекреације у природи”, и притом описати све активности, излете и обиласке који би се могли реализовати током боравка на овом простору и омогућити виртуелно разгледање дестинације и свих њених садржаја. Циљ израде интернет презентације је квалитетна, брза, једноставна и лако доступна промоција у циљу побољшања информисаности и заинтересованости посетилаца.

**Дистрибуција или канали продаје.** Основна функција овог инструмента маркетинг микса у туризму везана је за олакшавање процеса размена, односно премошћавање јаза између производње и потрошње. Начин продаје туристичких услуга Шајкашке требао би се пре свега ослањати на директну куповину, из разлога што су емитивна тржишта у непосредној близини дестинације и зато што се углавном ради о излетничко – рекреативним кретањима. Продаја туристичких услуга требала би се вршити и индиректним путем, преко туристичких агенција. Туристичким агенцијама требало би доставити аранжмане типа "Голф викенда", "Одмора са јахањем", "Пловидбе Шајкашким рекама", "Активних одмора на салашима", "Путевима познатих", "Антистрес викенда", као и списак излета који би се могли организовати на овом простору. Сваки носилац пропаганде (интернет, агенција, сајам) требао би имати уједно и улогу обавештавања потенцијалних туриста и улогу продаје.

Оптимална комбинација свих поменутих елемената маркетинг микса Шајкашка за изабране туристичке производе приказана је у маркетинг плану производа дестинације Шајкашке.

## МАРКЕТИНГ ПЛАН ПРОИЗВОДА ДЕСТИНАЦИЈЕ ШАЈКАШКЕ

Маркетинг план производа Шајкашке као туристичке дестинације са намером је представљен у виду теза, ради боље прегледности и што јаснијег уочавања основних претпоставки, циљних тржишта и циљних старосних група, начина тржишног комуницирања и канала продаје за изабране туристичке производе.

### Наутика

Основне претпоставке:

- Тиса, Дунав, Јегричка, Канал ДТД
- Пристаништа и марине
- Маркетиншки приступ комерцијализацији и промоцији три сегмента производа: крстарења, чартери и марине
- Повезивање са специјализованим агенцијама и организаторима путовања
- Креирање секундарних мотива производа наутике

Циљна тржишта:

- Подунавске земље
- Остале земље ЕУ
- Србија
- Страни резиденти у Србији

Циљне групе:

- Старији брачни парови
- Млађи брачни парови, са децом и без деце
- Групе пријатеља
- Индивидуални гости

**Тржишна комуникација:**

- Оглашавање
- Публикације
- Промотивни пакети
- Интернет презентације
- Каталог производа наутике
- Специјализовани сајмови туризма
- Промотивне кампање у медијима и студијске посете новинара
- Фото и видео материјали
- База података
- Промоција продаје

**Канали продаје:**

- Специјализовани организатори путовања
- Чартер агенције
- Удружења
- Директни маркетинг
- Портали организатора путовања и агенција
- Интернет презентације дестинације
- Интернет презентације удружења

**Излетнички туризам****Основне претпоставке**

- Излетишта
- Купалишта
- Кампови
- Плаже
- Пешачке и бицикличке стазе
- Салаши
- Заштићени природни простори
- Тренд на туристичком тржишту
- Близина градских центара (Нови Сад, Зрењанин)

**Циљна тржишта**

- Зрењанин
- Нови Сад

**Циљне групе**

- Млађи парови са децом
- Групе пријатеља
- Рекреативци
- Љубитељи природе
- Деца (Екскурзије)

**Тржишна комуникација**

- Оглашавање
- Публикације
- Промотивни пакети
- Интернет презентација излетничких локалитета и садржаја
- Каталози понуде излета
- Промотивне кампање у медијима и студијске посете новинара
- Достављање информација медијима

- Фото и видео материјали
- База података
- Промоција продаје

#### Канали продаје

- Специјализоване агенције
- Удружења и клубови специјалних интереса
- Директни маркетинг
- Портали агенција
- Интернет презентације

### **Сеоски и салашарски туризам**

#### Основне претпоставке

- Салаша
- Амбијенталне целине Мошорина и Лока
- Етно и еко куће и музеји
- Стари занати и обичаји
- Гастрономски специјалитети
- Повезивање са другим туристичким производима Шајкашке

#### Циљна тржишта

- Нови Сад
- Зрењанин
- Војводина
- Страни резиденти у Војводини

#### Циљне групе

- Индивидуални гости
- Млађи брачни парови, са децом и без деце
- Старији брачни парови
- Групе пријатеља
- Пословни гости

#### Тржишна комуникација

- Оглашавање
- Публикације
- Промотивни пакети
- Интернет презентације салаша и сеоских амбијенталних целина
- Каталог производа
- Специјализовани сајмови туризма
- Промотивне кампање у медијима и студијске посете новинара
- Филмска и ТВ продукција (салаша и сеоске целине у промотивним спотовима, филмовима, тв емисијама)
- Фото и видео материјали
- База података
- Промоција продаје

#### Канали продаје

- Туристичке агенције
- Директни маркетинг
- Портали организатора путовања и агенција
- Интернет презентације дестинације
- Интернет презентације Војвођанских салаша



**Спортско-рекреативни туризам**

## Основне претпоставке

- Спортски центри
- Спортски терени на отвореном и затвореном простору
- Велики број спортских удружења и организација

## Циљна тржишта

- Нови Сад
- Зрењанин
- Војводина

## Циљне групе

- Спортисти
- Спортска удружења и клубови
- Рекреативци
- Љубитељи спорта

## Тржишна комуникација

- Оглашавање
- Публикације спортских садржаја и активности
- Промотивни пакети
- Интернет презентације
- Каталог производа спортско-рекреативног туризма
- База података
- Промоција продаје

## Канали продаје

- Спортска удружења
- Специјализоване агенције
- Директни маркетинг
- Интернет презентације дестинације

**Специјални интереси**

## Основне претпоставке

- Формирање пакета постојећих производа специјалних интереса
- Осмишљавање, формирање и промоција пакета нових производа посебних интересовања
- Повезивање са међународним удружењима
- Повезивање са другим туристичким производима Шајкашке

## Циљна тржишта

- Земље ЕУ
- Србија

## Циљне групе

- Индивидуални гости
- Групе
- Чланови специјализованих удружења (ловних, риболовних, љубитеља природе)

## Тржишна комуникација

- Оглашавање
- Публикације
- Промотивни пакети
- Интернет презентација

- Каталогизација понуде туризма специјалних интереса
- Специјализовани сајмови туризма
- Промотивне кампање у медијима и студијске посете новинара
- Фото и видео материјали

- База података

#### Канали продаје

- Специјализовани организатори путовања
- Специјализоване агенције
- Удружења и клубови специјалних интереса
- Директан маркетинг (маилинг, е-маилинг)
- Портали специјализованих организатора путовања и агенција
- Интернет презентације дестинације

Уколико би се маркетиншке активности спроводиле према предложеном маркетинг плану, за циљне тржишне сегменте, позитивни ефекти развоја туризма за сигурно не би изостали и Шајкашка би се презентовала на туристичком тржишту као дестинација са сложеним и разноликим производним миксом, уобличеним у интегралну и квалитетну туристичку понуду.

## ОРГАНИЗОВАНОСТ И СТРАТЕГИЈСКА КОНТРОЛА МАРКЕТИНГА

Једна од специфичности примене маркетинга у туризму произилази из више носилаца маркетинг активности. Процес организовања на нивоу дестинације осигураће успех уколико се обезбеди подршка и укључивање три главне групе учесника: власти, туристичке привреде, локалне заједнице и осталих заинтересованих стејкхолдера. Свакако да је утицај локалних заједница најдоминантнији, поготово када се ради о руралним просторима, услед њихове надлежности око употребе ресурса и издавање одобрења за грађење објеката на њеној територији, али и консултовања и укључивања локалног становништва у интегрални туристички развој. Ипак, на вишим нивоима власти се обезбеђују подстицаји за туристички развој, донације, стручни савети, послови промоције преко Националне туристичке организације, а такође се утиче и на развој инфраструктуре (путеви, аеродроми и сл.). Да би се различити интереси објединили и деловали кроз координисану стратегију, неопходно је обезбедити одговарајућу организациону структуру.

Туристичка пракса је показала да је за добро функционисање туристичке дестинације потребно постојање организације дестинацијског менаџмента (Destination Management Organization, DMO) која се брине за сву потребну координацију како би туристичка дестинација функционисала на компетитиван и одрживи начин. Ова организација треба да буде функционална са стратешке и оперативне перспективе и може да функционише на локалном, регионалном и националном нивоу, дакле као и туристичке организације. Основне улоге свих организација дестинацијског менаџмента су у суштини сличне на свим нивоима, разлике постоје у врсти структуре и изворима прихода. Битна разлика је у томе да ли је организација дестинацијског менаџмента приватна или јавна. Већина организација дестинацијског менаџмента су на буџету државе, али су се већ осамдесетих година XX века почеле појављивати тенденције алтернативних извора прихода државних туристичких организација. То су пре свега: чланарина свих укључених партнера, локалне хотелске таксе, разне туристичке рекреацијске таксе или спонзорство од стране приватних туристичких предузећа. Данас су у свету најуспешније организације дестинацијског менаџмента оне које укључују тзв. јавно-приватно партнерство што одговара самој природи туристичке индустрије. Она је састављена од великог броја мањих и средњих

туристичких предузећа, те разних интересних група. Управо због тих различитих интереса, у пракси у свету се показало као оптималан облик управо јавно-приватно партнерство. Јавно партнерство се у таквим организацијама дестинацијског менаџмента показало као вишеструко корисно због многих фактора (Heeley, 2001):

- регулише активности приватног сектора,
- осигурава сву потребну општу инфраструктуру и супраструктуру,
- одстрани препреке за ефикасно функционисање приватног сектора,
- исправи тржишне грешке,
- брине за положај и значај туристичке индустрије у општој економији државе.

Ritchie i Crouch (2003) у свом моделу наводе менаџерске обавезе и задатке који осигуравају глатко и ефикасно функционисање организације дестинацијског менаџмента и при томе их деле на интерне и екстерне.

Интерни задаци су следећи:

- дефинисање организације дестинацијског менаџмента,
- одређивање организацијске структуре организације дестинацијског менаџмента,
- одређивање финансија/буџета,
- одређивање административних процедура,
- управљање чланством,
- односи с јавношћу и
- публикације.

Један од главних задатака организације дестинацијског менаџмента јесте да идентификује све потенцијалне туристичке стејкхолдере у туристичкој дестинацији који би могли постати придружени чланови организације дестинацијског менаџмента и који би зато чланство платили чланарину. Тиме би организација могла добити додатна финансијска средства потребна за своје функционисање и организацију свих потребних функција и служби. Кад организације дестинацијског менаџмента идентификује све своје потенцијалне чланове, тада треба кренути у акцију придобијања нових чланова и затим потписати уговор о сарадњи у којем ће бити представљене све предности такве сарадње за све чланове. Ако постоји жеља да однос партнера и организације дестинацијског менаџмента буде дугорочан и успешан, организација дестинацијског менаџмента треба да се понаша према својим члановима као према најзахтевнијим гостима, а истовремено и као једнаковредним партнерима.

Међу најбитније екстерне задатке аутори Ritchie i Crouch (2003) убрајају:

- маркетинг,
- туристичке услуге намењене посетиоцима,
- управљање посетиоцима,
- прикупљање информација и истраживачке делатности,
- менаџмент финансија и инвестицијског капитала,
- надзор ресурса и
- управљање људским ресурсима.

Из наведеног се закључује да би за развој туризма у Шајкашкој било најефикасније оформити организацију дестинацијског менаџмента. Међутим, овај предлог је сувише претенциозан из разлога што организација дестинацијског менаџмента не постоји ни на националном ни регионалном нивоу, дакле ни Србија ни Војводина немају организацију дестинацијског менаџмента већ ове активности обављају Туристичка организација Србије и Туристичка организација Војводине.

У циљу анализе организованости Шајкашке као туристичке организације, истражене су све организације које се баве координацијом, усмеравањем и промоцијом туристичких производа и садржаја на овом простору. Као што је већ речено, на простору Шајкашке постоји само једна туристичка организација, Туристичка организација општине Жабалъ.

Задаци ове туристичке организације обједињују функције планирања и контроле, маркетиншке и финансијске функције. Један од приоритетних задатака туристичке организације општине Жабалъ је остваривање рецептивне функције, односно јачање улоге различитих нивоа као “туристичког домаћина”, односно омогућавање доприноса свих заинтересованих учесника успешној промоцији дестинације. Туристичка организација општине Жабалъ активно послује и промовише туристичке производе и садржаје са простора ове општине, али не укључује у своју понуду и презентацију атрактивности из најближег окружења. Веб сајт не приказује све атрактивности и туристичке производе на најоптималнији начин, и може се рећи да је неинтересантан и неупечатљив.

Скупштина Општине Тител је, у циљу обнове, заштите и унапређења природних и културних заштићених добара на територији општине Тител, као добара од општег интереса, основала 2009. године Јавно предузеће „Тителски брег“. Општина Тител је поверила Јавном предузећу обављање следећих послова:

- координацију и усмеравање активности на заштити и одржавању заштићених природних и културних добара,
- организовање обуке и савременог информационог система о заштићеним природним и културним добрима на територији општине Тител,
- организовање и презентовање туристичких потенцијала насеља општине Тител, организовање манифестација са циљем промовисања природних, културних и туристичких потенцијала насеља општине Тител (<http://www.opstinatitel.rs>).

Из наведеног се закључује да Јавно предузеће „Тителски брег“ обавља и функције туристичке организације овог простора. Има интернет презентацију са приказаним природним и друштвеним атрактивностима и туристичким садржајима општине Тител.

Да би функционисање наведених организација било ефективно и ефикасно, и да би се сви туристички садржаји Шајкашке презентовали на најбољи начин, неопходна је међусобна сарадња са свим интересним групама али и са Туристичком организацијом Војводине и Туристичком организацијом Србије, као организацијама на вишим инстанцама. У будућем туристичком развоју било би пожељно оформити туристичку организацију која ће презентовати целокупну туристичку понуду Шајкашке. То се може постићи формирањем туристичке организације Шајкашке. У најближој будућности, функцију ТО Шајкашке би могла да преузме једна од наведених организација, ТО општине Жабалъ или ЈП Тителски брег, односно да своје активности прошири на простор целе Шајкашке, док би у будућем стратешком развоју и планирању свакако требало оформити ТО Шајкашке.

Основни задаци ТО Шајкашке били би следећи:

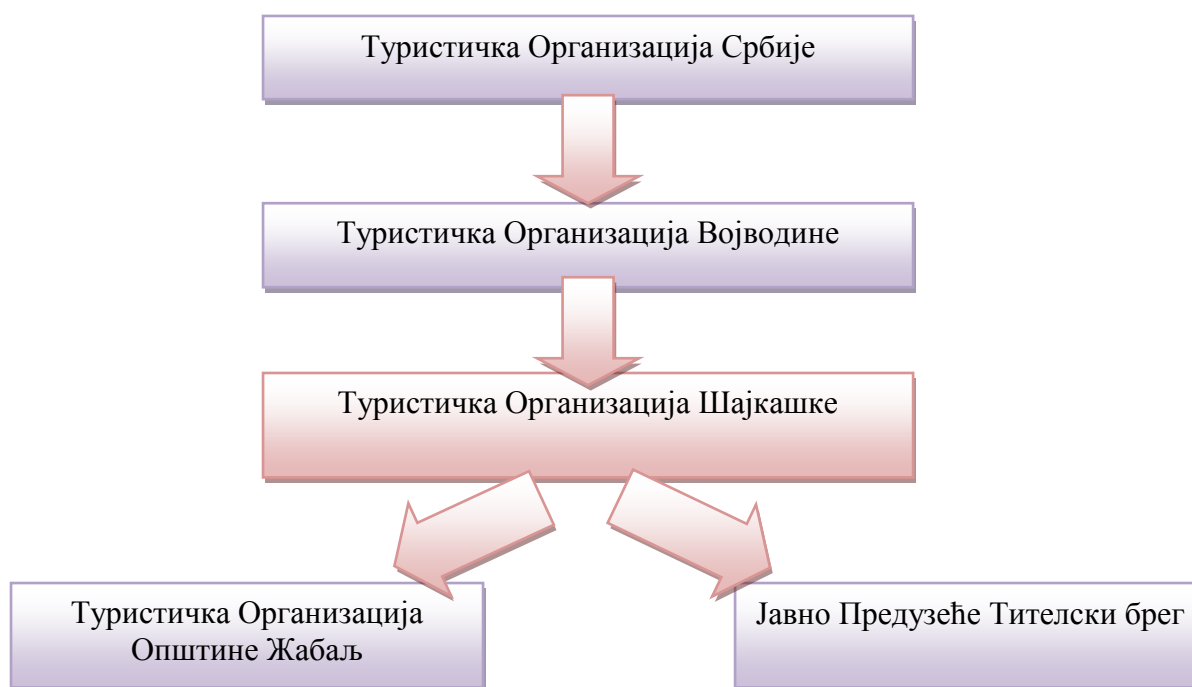
- развој интегрисаног туристичког производа,
- изграђивање имица дестинације,
- истраживање, промоција и дистрибуција на емитивним тржиштима,
- информисаност и координација маркетиншких активности нижих нивоа (ТО општине Жабалъ, ЈП Тителски брег),
- синхронизовање са активностима ТОВ и ТОС,
- контрола активности.

Један од приоритетних задатака ТО Шајкашке свакако би била и контрола активности на нивоу дестинације. Стратегијска контрола представља завршну фазу процеса маркетинг менаџмента туристичке дестинације. Ова менаџерска активност обухвата надгледање, оцену, мерење и побољшање различитих активности туристичке дестинације, са циљем да се идентификују учинци и предузму корекције, уколико је потребно, у односу на постављене планске циљеве и задатке. По Kotler-у, процес маркетинг контроле обухвата:

- утврђивање циљева,
- мерење резултата,

- оцену резултата и
- предузимање корективних акција (Kotler, 1998).

Контрола туристичке дестинације биће ефикасна само уз помоћ брзих и квалитетних повратних информација.



Скица 8. Место Туристичке организације Шајкашке у ланцу општинских туристичких организација

У садашњем стању развоја туризма Шајкашке готово да нема никакве контроле активности, што је недопустиво, с обзиром да је туристичко пословање под утицајем сталних промена из окружења и да је Шајкашка туристичке дестинација која треба да наступи на туристичком тржишту као нова дестинација. Неопходно је у будућем туристичком развоју Шајкашке контролисати све активности на нивоу туристичке дестинације да би се могло оценити да ли су остварени резултати у складу са планираним циљевима и стратегијама, а све у циљу наступања са конкурентним производом на туристичком тржишту.

## ИСТРАЖИВАЊЕ ТУРИСТИЧКОГ ТРЖИШТА

Истраживање тржишта у туризму, односно истраживање туристичког тржишта, подразумева извесна предзнања о тржишном начину пословања. То значи познавање савремених концепата и принципа маркетиншког понашања привредних субјеката у туристичкој делатности. Да би се приступило истраживању туристичког тржишта, морају се дефинисати појмовне одреднице туристичког тржишта. Тржиште се најједноставније може дефинисати као свеукупност односа између понуде и тражње на одређеном привредном простору. Са аспекта туризма, туристичко тржиште одређује се као тржиште посебне врсте, односно туристичко тржиште је скуп односа понуде и тражње у сфери услуга и добара који служе за подмирење туристичких потреба на одређеном простору, односно то је скуп односа понуде и тражње који настаје под утицајем туристичких кретања (Попеску, 2002, Унковић, Зечевић, 2007). Под појмом анализе туристичког тржишта подразумева се детаљно испитивање туристичког тржишта, туристичке понуде и тражње. Туристичко тржиште је по свему веома специфично и доста се разликује од других привредних тржишта. Одликује га: сложеност и хетерогеност туристичке тражње, еластичност тражње на све промене (економске, неекономске), тражња је усмерена на потрошача и не постоји производња без учешћа потрошача, туристички производ је неопипљив, те не постоји могућност складиштења, изражена сезоналност, понуда је нееластична, крута, понуда је хетерогена јер постоји велики број могућности у задовољењу туристичких потреба кроз услуге смештаја, исхране, одабира превоза и сл.

Из наведеног се закључује да је анализа туристичког тржишта једно од најважнијих питања у процесу управљања туристичком дестинацијом. Неколоко је важних питања на које анализа тржишта треба да одговори.

- Ко су актуелни и потенцијални конкуренти на туристичком тржишту?
- Колико их уопште има на емитивном тржишту?
- Које су кључне емитивне регије одакле долазе туристи?
- Колико времена ће провести у дестинацији?
- Који мотиви их покрећу?
- У које се време претежно одлучују за тај корак?
- Које су преференције туриста и њихова очекивања?
- Које врсте транспорта користе?
- Колика је укупна потрошња по туристи? (Ерић, 2008, Moutinho, 2000).

Време транзиције и промена дошло је и у Србију и све ће више бити оних којима ће привређивање омогућити да своје слободно време проводе трошећи, али не само у светски атрактивним и већ афирмисаним дестинацијама, него и у новооткривеним туристичким дестинацијама на нашим просторима. Непоправљива штета ће настати уколико само туристичка понуда буде утицала на туристичку тражњу, тј. уколико наши тржишни субјекти не схвате да тражња треба да буде главни креатор туристичке понуде.

Приликом планирања развоја туризма Шајкашке један од основних корака требао би бити истраживање потенцијалног туристичког тржишта. На основу добијених резултата и анализа истраживања туристичког тржишта Шајкашке треба приступити формирању интегралног туристичког производа, али је неопходно и парцијалне туристичке производе усмерити на тачно одређене тржишне сегменте.

Најшире посматрано, задовољавање потреба потрошача постало је основа рационалног планирања маркетинг активности, а с тим у складу и број производа и услуга који се нуде на тржишту стално се повећава. Међутим, све то није само једна идеална права са тенденцијом раста, већ треба имати у виду и чињеницу о веома високој "смртности" појединих производа и то због различитих разлога. Да би се ризик од погрешних одлука и промашених инвестиција смањио, туразам будућности мораће све више да се окрене

планирању и истраживању туристичког тржишта и примени стратегијског менаџмента, под тим подразумевајући и благовремено одустајање од већ постојећег асортимана, његово мењање, преобликовање па чак и потпуно напуштање.

Туристички тржишни субјекти у нашој земљи су најзад постали свесни значаја истраживања туристичке тражње и све већу пажњу поклањају истраживању потреба, навика и афинитета потенцијалних потрошача. Човек у Србији треба да постане свестан да ће у скоријој будућности само од њега зависити спектар туристичке понуде, и да ће ограничавајућа туристичка понуда престати да намеће своју вољу на туристичком тржишту.

Други, али свакако не мање важан корак истраживања туристичког тржишта је истраживање туристичке понуде. Имајући у виду контекст стратегијског планирања, неопходно је сагледавање степена до ког понуда дате туристичке дестинације може учествовати у расподели туристичке тражње, како постојеће, тако и будуће, сходно ресурсима којима располаже. Ресурсе у овом контексту треба схватити као факторе који се могу узети у обзир да би се испланирао одређен туристички производ: у случају Шајкашке као требало би истражити све факторе окружења садржане у природним и антропогеним вредностима, организационој структури, као и у неопходној материјалној бази за развој туристичке понуде, а као један од најрелевантнијих фактора требало би истаћи локално становништво. Веома је важан став локалног становништва о развоју туризма у селима и њихова спремност да прихвате туристе и упознају их са својом културом, традицијом и обичајима.

У циљу истраживања стања туризма у Шајкашкој и будућих праваца развоја и имплементације стратешких модела, у наредном поглављу је анализирано истраживање карактеристика туристичке тражње Шајкашке и ставови локалног становништва о развоју туризма у њиховим местима становања.

## **ИСТРАЖИВАЊЕ ТУРИСТИЧКЕ ТРАЖЊЕ**

У циљу истраживања туристичке тражње Шајкашке као примарно истраживање спроведено је анкетно истраживање у Новом Саду и Зрењанину, као најближим емитивним центрима и приоритетним туристичким тржиштима Шајкашке. Секундарно истраживање је обухватило коришћење различитих савремених литературних извора везаних за туризам и карактеристике туристичке тражње, као и додатне анализе које су вршене статистичким, дескриптивним и компаративним методом.

### **ИНСТРУМЕНТ ИСТРАЖИВАЊА**

Инструмент коришћен за ово истраживање је анкетни упитник састављен од стране аутора ове дисертације. Упитник се састоји од комбинације отворених (испитаници сами уписују своје одговоре у назначено поље) и затворених (испитаници се одлучују за један од понуђених одговора) питања распоређених у три дела (Прилог 7). У истраживању се користила и Ликертова скала од пет оцена за оцењивање атрактивности појединих локалитета и елемената Шајкашке као туристичке дестинације, као и за исказивање степена слагања са одређеним наведеним тврдњама.

Приликом састављања упитника и дефинисања проблема и задатака истраживања помогли су различити субјекти на страни туристичке понуде: туристичка предузећа и спортске организације које послују на територији Шајкашке, запослени у Јавно-Комуналном Предузећу Тителски брег и запослени у Туристичкој Организацији Општине Жабал. У циљу што квалитетнијег састављања упитника и добијања што исцрпнијих

података водило се рачуна о свим факторима који утичу на тражњу на туристичком тржишту и о питањима на које ово истраживање треба да да конкретне одговоре.

Конечан упитник састављен за ово истраживање састоји се од три дела. Први део односи се на социо-демографски профил испитаника (пол, године старости, образовање, место становања, месечна зарада) и општи однос испитаника о туризму, њиховим навикама и ставовима о појединим облицима туризма. У другом делу упитника испитаници су исказивали степен слагања са одређеним тврдњама о туризму, релевантним за ово истраживање. Трећи део упитника односи се на информисаност и познавање Шајкашке као туристичке дестинације и састоји се од три компоненте. Прва компонента односи се на информисаност о Шајкашкој и истраживање броја испитаника који су посетили насеља Шајкашке, као и разлоге њихове посете. Друга компонента односи се на истраживање посећености конкретних локалитета у Шајкашкој и оцену њихове атрактивности. Трећа компонента односи се на оцену појединих елемената Шајкашке као туристичке дестинације и намењена је испитаницима који су посетили Шајкашку. Поузданост упитника је једна од карактеристика мерног инструмента која се неизоставно наводи у сваком научно-истраживачком извештају. У теорији постоји више метода за процењивање коефицијента поузданости, који се базирају на статистичким анализама података добијених на тестовима (метод поновног задавања теста истој групи испитаника више пута, метод паралелних форми теста, метод дељења теста на два или више делова, метод анализе ставки упитника или метод интерне конзистентности). У овом раду је употребљен Кронбахов алфа коефицијент као статистик који говори о поузданости теста, а који спада у методе интерне конзистентности (мери својства свих ставки упитника) и у научним радовима је најзаступљенији (Турјачанин, Чекрлија, 2006). Да бисмо утврдили поузданост упитника који је креиран за потребе истраживања карактеристика туристичке тражње Шајкашке уз помоћ статистичког пакета SPSS 19.0., израчунат је Кронбахов алфа коефицијент и то посебно за сваку компоненту упитника. Гранична вредност поузданости је  $\alpha > 0,70$ . Вредности Кронбаховог алфа коефицијента за сваку компоненту упитника у овом истраживању су прихватљиве (0,84; 0,85; 0,95), односно прелазе граничну вредност  $\alpha > 0,70$ . Узимајући у обзир наведено, може се закључити да је упитник коришћен у овом истраживању поуздан.

Аутор се одлучио за електронско истраживање из разлога што оно представља тренд у истраживањима туристичког тржишта (Hung, Law, 2011) али и из разлога што је ранијим истраживањем туристичке тражње Шајкашке (Ковачевић, 2009) установљено да би се највећа пажња и маркетинг активности требале усмерити на становнике из Новог Сада и Зрењанина, старости од 26 до 40 година, који су углавном високообразовани и са вишим месечним приходима. С обзиром да је овај тржишни сегмент је електронски писмен (око 46% урбаног становништва Војводине је е-писмено) може се закључити да ће се електронским истраживањем добити валидни подаци за анализу туристичке тражње Шајкашке.

## ОДРЕЂИВАЊЕ УЗОРКА И ПРИКУПЉАЊЕ ПОДАТАКА

Истраживање карактеристика туристичке тражње Шајкашке спроведено је у периоду од октобра до децембра 2012. године. У испитивању су учествовали испитаници из Новог Сада и Зрењанина, који су бирани методом случајног узорка. Ранијим истраживањем је утврђено да становници Новог Сада и Зрењанина, старости од 18-45 година представљају циљне тржишне сегменте (Ковачевић, 2009), те су са намером упитници слати становницима ова два града, који уједно и представљају најближе емитивне центре. Упитник је дистрибуиран електронским путем (употребом електронске поште – e-mail). Кликом  на  линк (<https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?fromEmail=true&formkey=dGJpcHd0OVhHOF>



[IXQkFWTzBLVEFvNmc6MQ](#) у оквиру е-mail-а), отварао се on-line упитник у форми Веб стране (прилог 7). По завршетку попуне упитника подаци су аутоматски слати у базу података коју омогућава компанија Гугл (Google), путем сервиса Документи (Google docs) (<http://www.google.com>). Е-mail са линком ка упитнику је први пут послат на 578 адреса на територији града Новог Сада, и на 146 адреса на територији града Зрењанина. Дакле, упитник је први пут прослеђен на 724 адреса, а после четрнаест дана уследио је још један циклус слања електронске поште са захвалницом свима који су дали свој допринос истраживању и подсетником за све оне који то нису учинили. Упитник је правилно попунило 322 испитаника (стопа одговора 44,5%). У већини сличних истраживања величина узорка се креће од 50 до 400 испитаника (Usakli, 2011 - 368 испитаника, Khatibzadeh, 2012 - 302 испитаника, Gomezelj, Mihalič, 2008 – 118 испитаника; Enright, Newton, 2004 - 183 испитаника; Enright и Newton, 2005 – 210 испитаника; Crouch, Louviere, 2004 – 86 испитаника; Oppermann, 1996 – 123 испитаника). Неки аутори сматрају да ће процене применом статистичких метода бити добре само онда ако узорак садржи минимум 51 јединицу (Vagozzi, 1981). Узимајући у обзир наведено може се закључити да је узорак коришћен у овом истраживању (N=322) репрезентативан.

### ЦИЉЕВИ ИСТРАЖИВАЊА

Четири су основна циља овог истраживања.

- На основу упитника формираног за потребе истраживања, установити основне карактеристике туристичке тражње (социодемографске карактеристике, ставови, навике) на примарним туристичким тржиштима Шајкашке – у Зрењанину и Новом Саду.
- Истражити колики је степен информисаности становника Новог Сада и Зрењанина о Шајкашкој, односно како је дестинација позиционирана у свести потенцијалних потрошача.
- Истражити колико је њихово познавање Шајкашке субрегије и садржаја који се налазе у туристичкој понуди на овом простору.
- Установити како туристи и посетиоци оцењују поједине елементе Шајкашке као туристичке дестинације.

### ОГРАНИЧЕЊА ИСТРАЖИВАЊА

Ауторка ове дисертације током истраживања наишла је на неколико ограничења.

- Стручно ограничење - главно подручје истраживања везано је за Шајкашку која представља неафирмисану туристичку дестинацију о којој у стручно-научној литератури има изузетно мало података. Теренским истраживањем је било тешко прикупити потребне податке, из разлога што туристичка предузећа и организације које послују на овом простору нису повезане и синхронизоване у свом пословању, те немају статистичке податке нити евиденције о туристичком промету, што је у многоме ограничило сагледавање садашњег стања развоја туризма, али и планова за даљи развој.
- Организацијска ограниченост - с обзиром да се ради о електронском истраживању, само електронски писмени испитници из Новог Сада и Зрењанина су учествовали у анкетама. Анкете су послате случајно изабраним појединцима, а задња ограниченост је чињеница да сви којима су анкете биле послате нису били спремни одговорити и посветити време анкети.

- Субјективност - ово ограничење у истраживачком раду је чињеница да су попуњене анкете резултат субјективних оцена свих који су у попуњавању учествовали, па су стога резултати анкете релативни.

### ПРИКАЗ КОРИШЋЕНИХ СТАТИСТИЧКИХ АНАЛИЗА

Прикупљени подаци су унети у SPSS 19. базу података и све даље анализе спроведене су употребом овог статистичког пакета. Пре него што се изврши интерпретација резултата истраживања, укратко ће бити приказане коришћене статистичке анализе. Према Турјачанин и Чекрлија (2006), разликују се две основне групе статистичких операција (анализа): дескриптивна статистика и статистика закључивања.

Дескриптивна статистика обухвата методе и поступке којима се описује група испитаника, односно узорак у истраживању. Поступцима из оквира дескриптивне статистике добијају се параметри попут статистичке мере пребројавања (фреквенције и проценти – ове мере су коришћене за опис социодемографског профила испитаника у овом истраживању), мере централне тенденције (средње вредности или аритметичка средина, медијана и модус) и мере дисперзије или одступања резултата (интервал варијације, средње апсолутно одступање, варијанса, стандардна девијација) (Grace et al., 2009).

При избору ових мера, треба водити рачуна о типу података и сходно томе применити одговарајуће статистичке поступке. Статистика закључивања обухвата процедуре помоћу којих се извлаче одређени закључци из прикупљених података и тестирају одређене хипотезе, а применом одговарајућих статистичких анализа се долази до показатеља који потврђују или одбацују хипотезу са одређеним степеном статистичке вероватноће - уобичајено су то нивои значајности  $p=0,05$  и  $p=0,01$ . Нивои значајности се интерпретирају као: „постоји 5% (или 1%) вероватноће да погрешимо када тврдимо...“, односно „... то тврдимо са 95% (или 99%) сигурности.

У статистичкој теорији и пракси, разликују се две врсте статистичких тестова: параметријски (подаци треба да буду са интервалне или рачунарске скале и да се нормално расподељују) и непараметријски тестови (за појаве које се не могу квантитативно мерити, већ се могу исказати само фреквенцијама или ранговима) (Стојковић, 1998). Параметријски тестови су прецизнији у односу на непараметријске. Узорак у овом истраживању испуњава основне услове за примену параметријских тестова, односно, подаци који се користе у анализама потичу са интервалне скале и нормално се дистрибуирају.

У циљу истраживања туристичке тражње Шајкашке у анализи података примењена су следеће статистичке анализе: дескриптивна статистичка анализа, Хи квадрат тест, Т-тестови и Пирсонов коефицијент линеарне корелације.

Дескриптивна статистичка анализа примењена је за описивање узорка, односно социодемографског профила испитаника и израчунавање мера централне тенденције (аритметичка средина, мод, медијана) и мере варијације (стандардна девијација) по елементима и атрибутима Шајкашке као туристичке дестинације.

### АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА АНКЕТНОГ ИСТРАЖИВАЊА СПРОВЕДЕНОГ У ЦИЉУ ИСТРАЖИВАЊА ТУРИСТИЧКЕ ТРАЖЊЕ ШАЈКАШКЕ

Резултати истраживања биће презентовани у два дела. Први део се односи на анализу социодемографских карактеристика испитаника и приказ резултата дескриптивне статистике. У другом делу је приказана примена статистичких тестова у циљу доказивања (оповргавања) постављених хипотеза.

*АНАЛИЗА СОЦИОДЕМОГРАФСКИХ КАРАКТЕРИСТИКА И РЕЗУЛТАТИ  
ДЕСКРИПТИВНЕ СТАТИСТИКЕ*

Социодемографске карактеристике учесника у истраживању тражње везане за туризам Шајкашке приказане су у табели 26. Што се тиче полне структуре, запажа се да је у узорку од 322 испитаника нешто више мушке популације (53,4%) у односу на женску (46,3%), али се узорак ипак може сматрати довољно уједначеним по овој варијабли.

*Табела 26 . Социодемографске карактеристике испитаника*

Карактеристике	Апсолутне фреквенције	Процент (%)
<b>Пол</b>		
Мушки	172	53,4
Женски	149	46,3
<b>Године старости</b>		
18-25	71	22,0
26-35	146	45,3
36-45	63	19,6
46-55	23	7,1
56-65	12	3,7
66 ≥	3	0,9
Недостаје	4	1,2
<b>Ниво образовања</b>		
средња школа	68	21,1
виша школа	49	15,2
факултет	153	47,5
виша научна звања	50	15,5
Недостаје	2	0,6
<b>Радни статус</b>		
Запослени	222	68,9
Незапослени	97	30,1
Недостаје	3	0,9
<b>Место становања</b>		
Нови Сад	221	68,6
Зрењанин	89	27,6
Недостаје	12	3,7
Укупно	322	100,0

*(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)*

За потребе анализирања старосне структуре, испитаници су подељени у шест група. Највећи проценат испитаника је старости од 26 до 35 година, они чине око 45% узорка, потом следи група најмлађих испитаника, старости од 18 до 25 година, који чине 22% узорка, док је најстаријих испитаника најмање 0,9%. Из наведеног се уочава да чак 86,9% испитаника припада старосној групи 18-45 година. На основу ранијих истраживања закључено је да се из ове старосне групе очекује највећи број потенцијалних излетничко-рекреативних туриста којима је неопходна рекреација у природном окружењу, квалитативно различитом од урбаних градских центара (Ковачевић, Плавша 2011), па се закључује да је узорак у довољној мери репрезентативан.

Анализирајући образовну структуру узорка уочава се да је највише факултетски образованих испитаника, они чине 47,5% узорка, затим испитаника са средњом школом 21,1 %. Вишу школу има 15, 2 % испитаника док 15,5 % испитаника носе титулу магистра

или доктора наука. Из наведеног се закључује да је највише високо образованих испитаника (63%). Узимајући у обзир чињеницу да је у питању електронско анкетно истраживање, не чуди највиши удео високо образованих испитаника. Иако образовна структура узорка није разноврсна, сматра се да је узорак репрезентативан, јер је на основу ранијих истраживања туристичке тражње везане за Шајкашку (Ковачевић, Плавша, 2011) закључено да су управо високо образовани испитаници тржишни сегмент који је у највећој мери заинтересован за туристичке производе које нуди Шајкашка.

Што се тиче радног статуса, највећи проценат испитаника је у радном односу, њих око 69%, а управо је запосленом становништву најпотребнији одмор и рекреација у природном окружењу. Највећи проценат испитаника живи у Новом Саду, њих око 69%, док у Зрењанину живи око 28% узорка. Што се тиче висине месечних примања испитаника, максимална месечна зарада износи 2000 евра, док у просеку испитаници зарађују око 500 евра. Из табеле 27. се примећује да је висина стандардне девијације 345,74641, што указује на велика одступања висине зарада од просека.

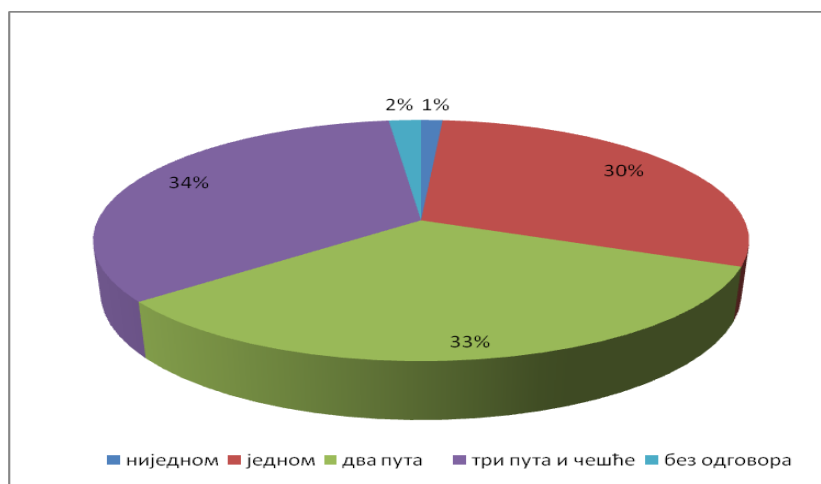
Табела 27. Минимална, максимална и просечна месечна зарада испитаника

Вредности	Минималан резултат	Максималан резултат	Аритметичка средина	Стандардна девијација
Месечна зарада у еврима(€)	0.00	2000.00	502.9752	345.74641

(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

Други део анкетног истраживања односио се на истраживање туристичких навика потенцијалних туриста и њихове ставове о појединим облицима туризма и кретањима на туристичком тржишту.

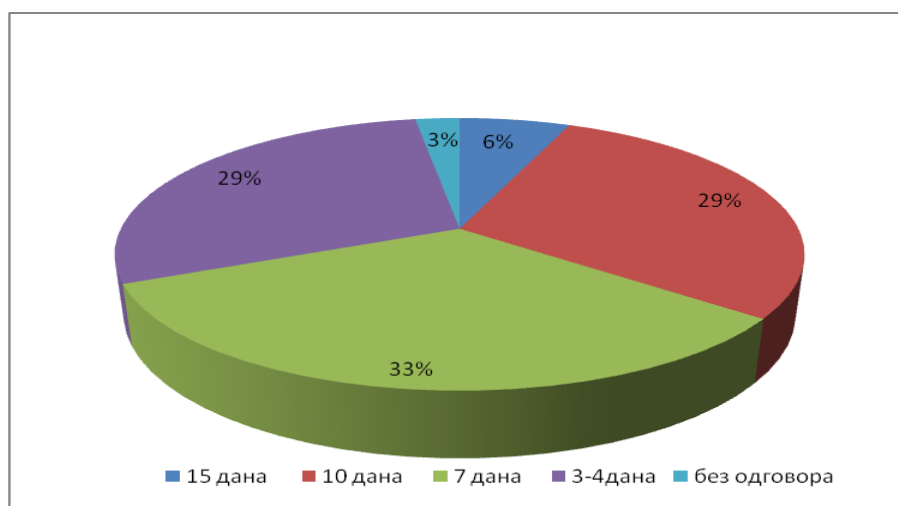
Од 322 испитаника њих 310, односно 96,3% одговорило је да воли да путује. Највећи проценат испитаника, око 34%, каже да путују три пута и више у току године, потом следи група испитаника који кажу да путују два пута, њих је око 33%, једном путује око 30 % испитаника, док не путује 1,2% испитаника.



Графикон 5. Фреквенције одговор на питање колико често испитаници путују  
(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

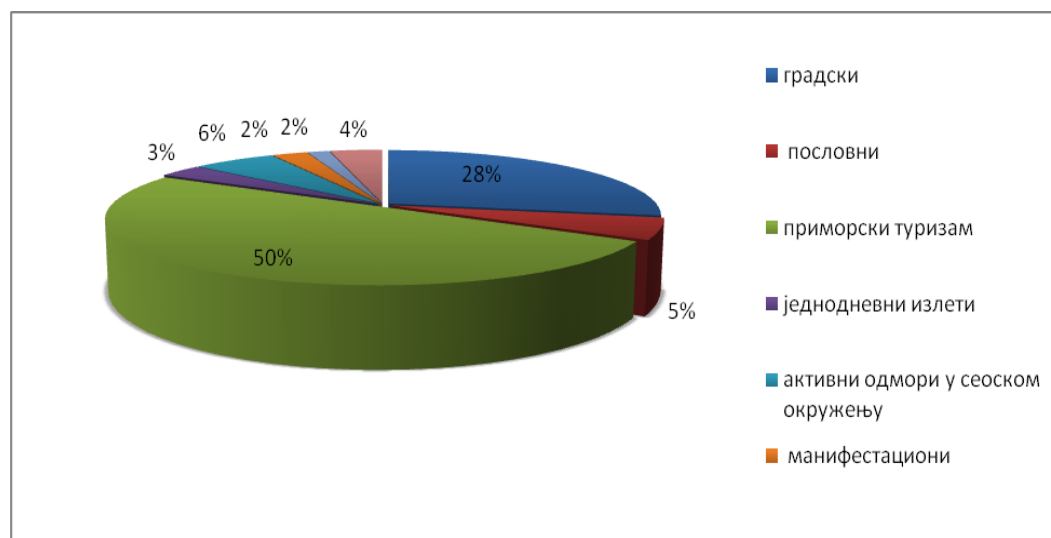
Што се тиче просечног трајања путовања, највише испитаника, 33% одговорило је да њихова путовања у просеку трају 7 дана, подједнак проценат испитаника, њих 29 % на путовањима проведе у просеку 10 дана и 3-4 дана, док свега 6% испитаника на путовању буде око 15 дана. Из наведеног се закључује да највећи проценат испитаника прати

актуелне трендове на туристичком тржишту, а то су краћа и чешћа путовања у току једне године.



Графикон 6. Просечна дужина трајања путовања  
(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

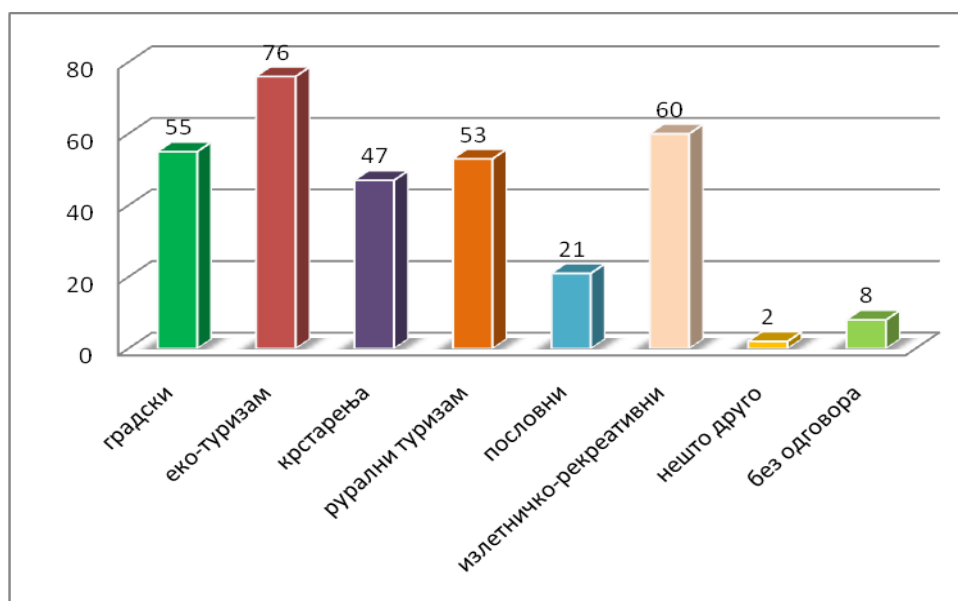
Испитаници су одговарали и на питање коју врсту туристичких путовања најчешће преферирају. Чак 50% испитаника је одговорило да је то приморски туризам, односно одмор на мору, док 28% преферира градски туризам. За истраживање је било релеванто одредити колико испитаника преферира активне одморе у природном окружењу, а то је 6% испитаника, док је за 3% испитаника једнодневни излет доминантан облик туристичких кретања.



Графикон 7. Врсте туристичких кретања у којима испитаници најчешће учествују  
(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

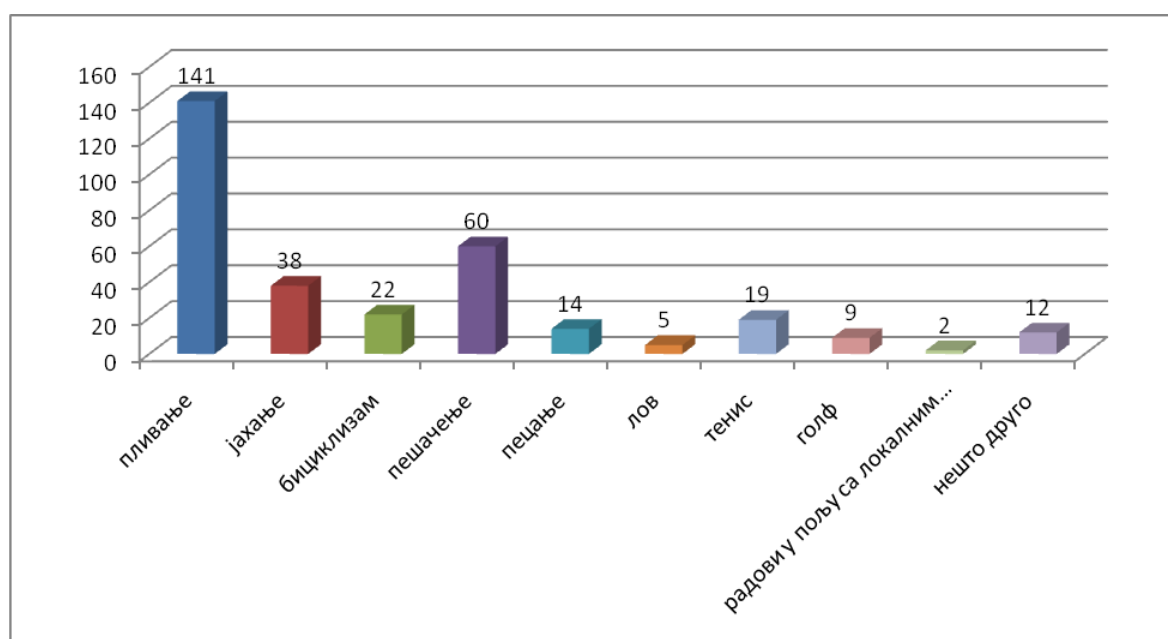
Следећи корак је био анализирати за које облике туризма испитаници мисле да ће бити доминантни у будућности. Према мишљењу испитаника у будућности ће еко-туризам бити доминантан облик туристичких кретања, то мисли око 24% узорка, потом следе излетничко-рекреативни (око 18,6%) испитаника, градски (17,1%) и рурални туризам (16,5%). Најмањи број испитаника, свега 6,5%, процењује пословни туризам као доминантан и интересантан у будућем туристичком развоју, што је веома изненађујућ одговор. Интересантно је да је 50% испитаника оценило приморски туризам као облик

туризма који најчешће преферира, а нису га уврстили међу доминантне облике у будућности. Приморски туризам није био међу понуђеним одговорима, али су испитаници имали могућност да сами напишу који облик туризма ће привлачити највише туриста у будућности, и нису уврстили овај облик туризма.



Графикон 8. Доминантни облици туризма у будућности  
(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

Из наведеног се уочава да испитаници сматрају да ће одрживи облици туризма највише привлачити туристичку тражњу, те се претпоставља да су испитаници свесни значаја заштите животне средине и примене принципа одрживог развоја у будућем туристичком развоју, те да би могли да искажу интересовање за етно-еко туризам и препознају значај заштићених природних добара у Шајкашкој.

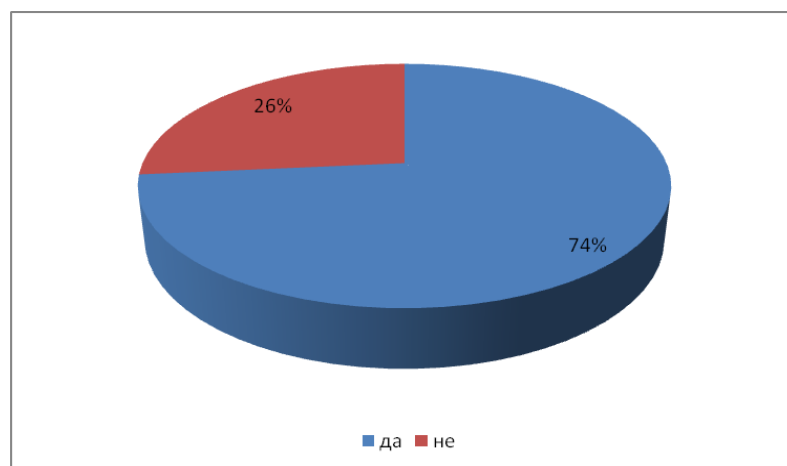


Графикон 9. Спортско-рекреативне активности које туристи упражњавају на свом одмору  
(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

Као што је већ анализирано, излетничко- рекреативни и спортско-рекреативни туризам имају велике потенцијале и високе приоритете за развој у Шајкашкој. Да би се створила конкретнија слика о томе на које спортско-рекреативне активности треба ставити акценат приликом планирања развоја туризма у Шајкашкој, у анкети је истражено у којим спортско-рекреативним активностима туристи најрадије учествују на свом одмору. Из графикана бр. 9. може се уочити да је највећи проценат испитаника (око 44%) навело пливање као спортско-рекреативну активност коју најрадије упражњава на свом одмору.

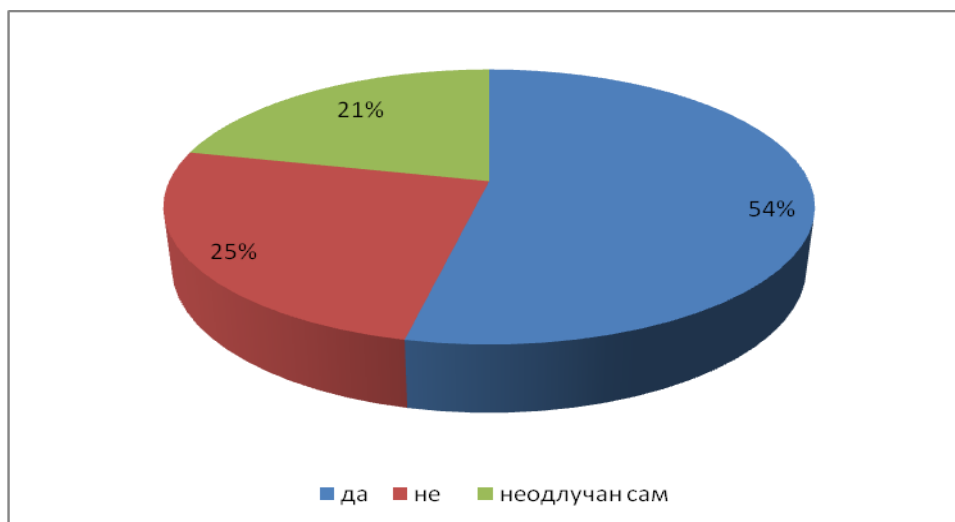
Претпоставља се да је пливање најпопуларнија спортско-рекреативна активност јер је највећи број испитаника свој одмор повезао са морем, плажом и самим тим са пливањем као основном активношћу која се упражњава на мору. За развој спортско-рекреативног туризма у Шајкашкој пливање свакако не би требало да представља водећу спортску активност, иако за развој купалишно-рекреативног туризма постоје солидни потенцијали. Потом следи пешачење за које се определило 18,6% испитаника. У руралним подручјима Шајкашке, нарочито у близини река и у заштићеним природним подручјима постоје одлични потенцијали за уређење стаза за пешачење и рекреацију.

За јахање, као спортско-рекреативну активност која се најрадије упражњава на одмору, изјаснило се 12% испитаника. Изненадио је знатан удео анкетираних који је навео јахање као спортско-рекреативну активност коју би волео да упражњава на одмору и то говори о туристима који већ имају искуства са руралним окружењем и активним одмором. За развој јахачког спорта и организовање одмора са јахањем и школа јахања у Шајкашкој постоје одлични потенцијали, па се закључује да би се приликом планирања стратегије развоја спортско-рекреативног туризма на овом простору јахање требало уврстити међу водеће спортско-рекреативне активности. Од осталих наведених спортских активности највише туриста би се одлучило за бициклизам (6,8%), тенис (5,9%) а међу испитаницима који су сами уписивали своје одговоре највише њих се одлучило за екстремне спортове (2,5%).



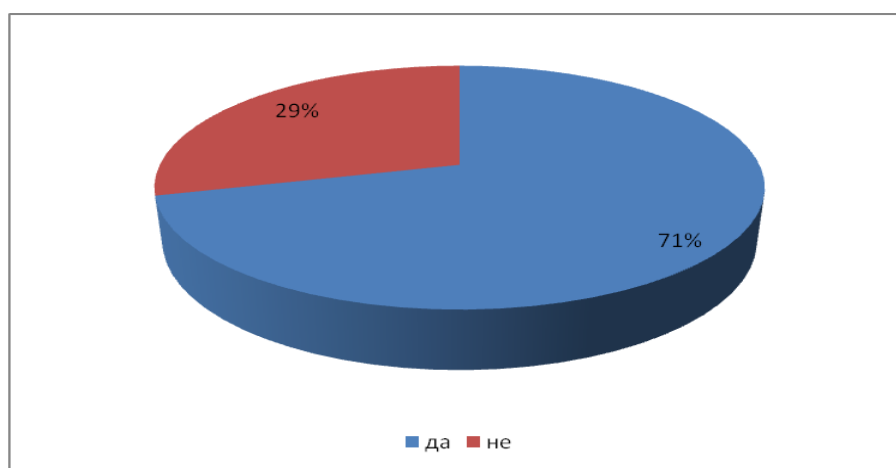
Графикон 10. Удео испитаника који су били на одмору на селу  
(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

С обзиром да се у Шајкашкој налазе насеља углавном руралног типа која имају потенцијале за развој руралног туризма и да се руралне површине могу искористити за развој рекреативног и излетничког туризма, испитаницима је постављено питање да ли су некада били на одмору на селу. Из графикана 10 се уочава да је 74% испитаника већ било на одмору на селу, а више од половине испитаника планира да неки од својих следећих одмора проведе у сеоском окружењу, чиме је потврђена хипотеза 2. Удео од 21% испитаника изјаснио се да је неодлучан у намери да неки од својих следећих одмора проведу на селу (Графикон 11).



Графикон 11. Фреквенције одговора на питање: Да ли планирате да неки од својих следећих одмора проведете на селу  
(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

Што се тиче учествовања у излетничким кретањима, чак 71% испитаника је одговорило да преферира излетничка кретања током викенда (Графикон12). Овим је потврђена хипотеза 3. Из наведеног се закључује да су туристичке навике испитаника из Зрењанина и Новог Сада у великој мери у складу са модерним кретањима на туристичком тржишту и да би преко половине испитаника могло бити заинтересовано за туристичке производе које може да понуди Шајкашка као нова туристичка дестинација.



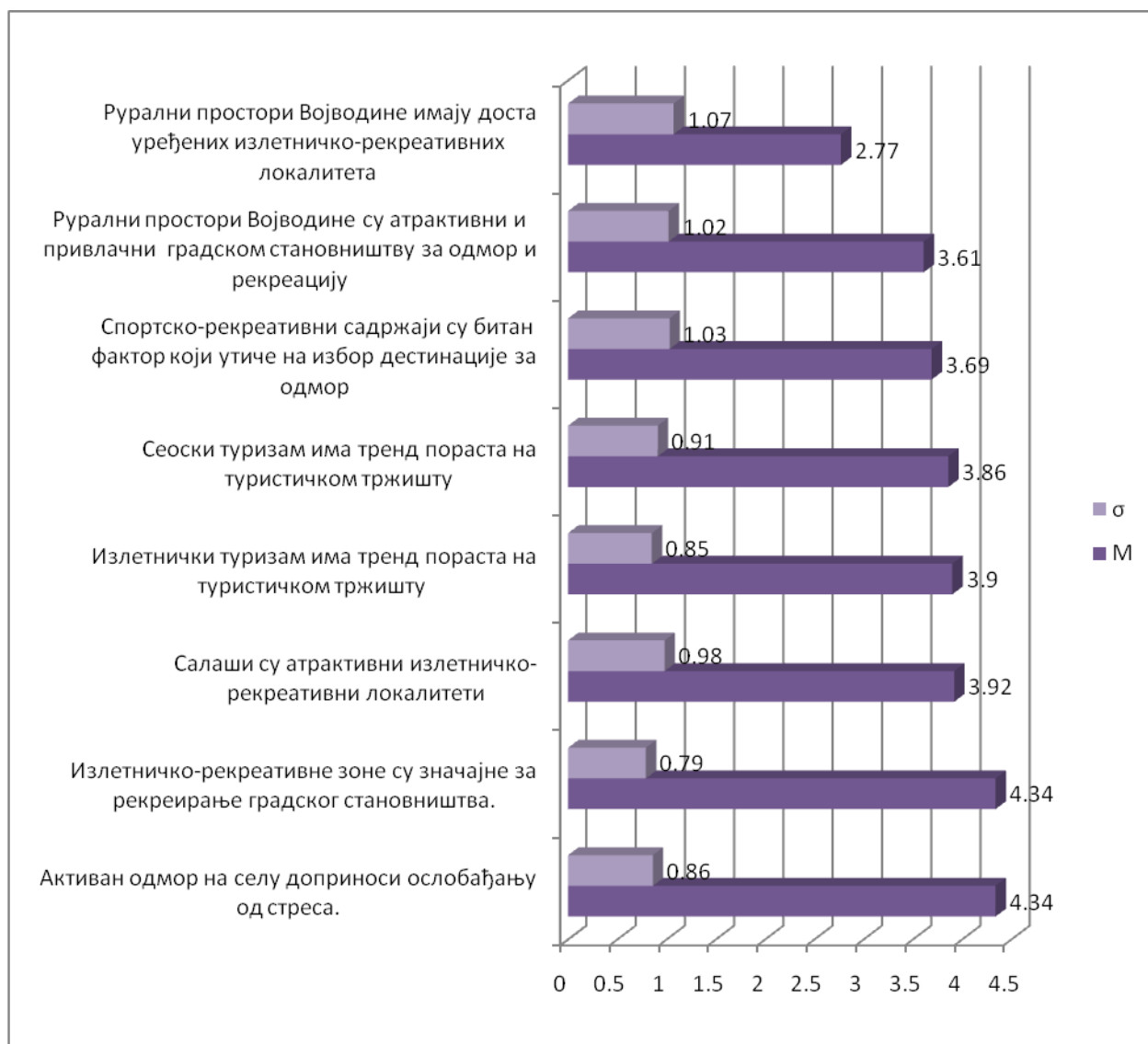
Графикон 12. Фреквенције одговора на питање: Да ли преферирате излетничка кретања током викенда?  
(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

У тексту који следи биће приказани резултати дескриптивне статистичке анализе за ставове испитаника о појединим облицима туристичких кретања и детерминантама које утичу на атрактивност дестинације која као приоритетне облике туризма жели да развија излетничко-рекреативни и салашарски и рурални туризам.

Ставке ставова испитаника изражене су у виду тврдњи на скали Ликертовог типа. Поузданост ове скале је проверена Кромбаховим алфа коефицијентом који износи 0,85, што је задовољавајућа поузданост. Испитаници су своју сагласност са изнетим тврдњама изражавали на континууму од 1 до 5 (1 - уопште се не слажем, 5 - потпуно се слажем)



Просечно постигнуће испитаника на свакој тврдњи изражено је аритметичким срединама одговора.



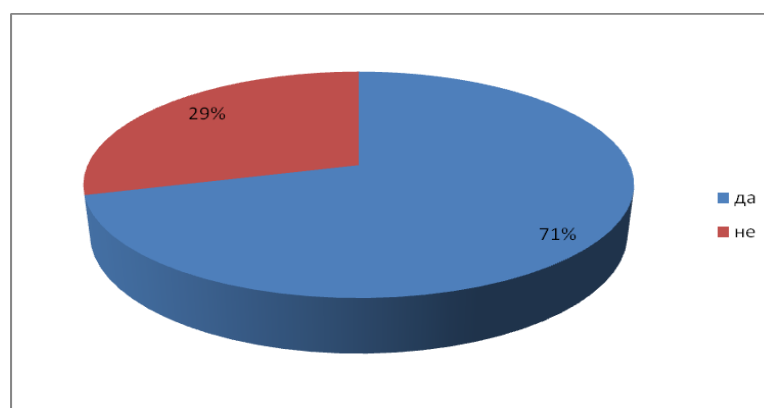
Графикон 13. Дескриптивна статистика за ставове испитаника о туризму  
( Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

На графикону 13. приказане су просечне оцене (M) и стандардна девијација ( $\sigma$ ) за ставове испитаника о изнесеним тврдњама везаним за туризам. Вредности аритметичке средине, односно просечне оцене крећу се у распону од 2,77 (најнижа вредност) до 4,34 (највиша вредност). Највећу сагласност испитаници су показали са тврдњама "Активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса" (M = 4,34) и "Излетничко-рекреативне зоне су значајне за рекреирање градског становништва" (M = 4,34), чиме су потврђене хипотезе 4 и 5. Из наведеног се закључује да се испитаници скоро у потпуности слажу са тврдњама које имају највишу вредност аритметичке средине, односно да су свесни значаја активног одмора на селу и важности излетничко-рекреативних зона за рекреацију, а овакви одговори су и били очекивани с обзиром да је анкетирано становништво са територије великих индустријских центара, Новог Сада и Зрењанина, дакле урбано становништво које је послом везано за канцеларије и које је свесно значаја физичких активности и рекреације, поготово на отвореном простору.

Са тврдњом да су салаши атрактивни излетничко-рекреативни локалитети испитаници су такође исказали висок степен сагласности и закључује се да се највећи број испитаника углавном слаже са наведеном тврдњом ( $M = 3,92$ ). Изненадио је висок степен слагања из разлога што салаши не морају да буду атрактивни излетничко-рекреативни локалитети, и често то и нису, али се претпоставља да су испитаници имали прве асоцијације везане за салаше који су уређени као угоститељски капацитети и који располажу теренима за одређене спортско-рекреативне активности, а управо из тог разлога је ова тврдња и стављена на проверу, те се закључује да салаши свакако треба да представљају окосницу развоја излетничко-рекреативног туризма у Шајкашкој. Као што је већ речено, излетничко-рекреативни и рурални туризам представљају једне од приоритетних туристичких производа које Шајкашка, као туристичка дестинација, може уз минимална улагања и у кратком временском периоду да валоризује и афирмише. Зато је било важно истражити степен слагања са тврдњама да излетнички и сеоски туризам имају тренд пораста на туристичком тржишту, односно истражити да ли потенцијални туристи сматрају ове туристичке производе перспективним. На графикону се уочава да испитаници изражавају скоро подједнак степен сагласности са ове две тврдње ( $M = 3,9$ ,  $M = 3,86$ ), односно да се највећи број испитаника углавном слаже са наведеним тврдњама. Са тврдњом да су рурални простори Војводине привлачни градском становништву за одмор и рекреацију испитаници се такође углавном слажу ( $M = 3,61$ ), те је овим потврђена хипотеза 6. Најмању сагласност испитаници су показали са тврдњом "Рурални простори Војводине имају доста уређених излетничко-рекреативних локалитета" ( $M = 2,77$ ). Испитаници се са наведеном тврдњом углавном не слажу или су неодлучни, док је код овог питања и највиша вредност стандардне девијације ( $\sigma = 1,07$ ), односно испитаници су давали доста неуједначене одговоре.

Трећи део анкетног упитника односи се на информисаност испитаника о Шајкашкој области, посећености појединих насеља и атрактивних локалитета са овог простора као и о оцени појединих елемената Шајкашке као туристичке дестинације.

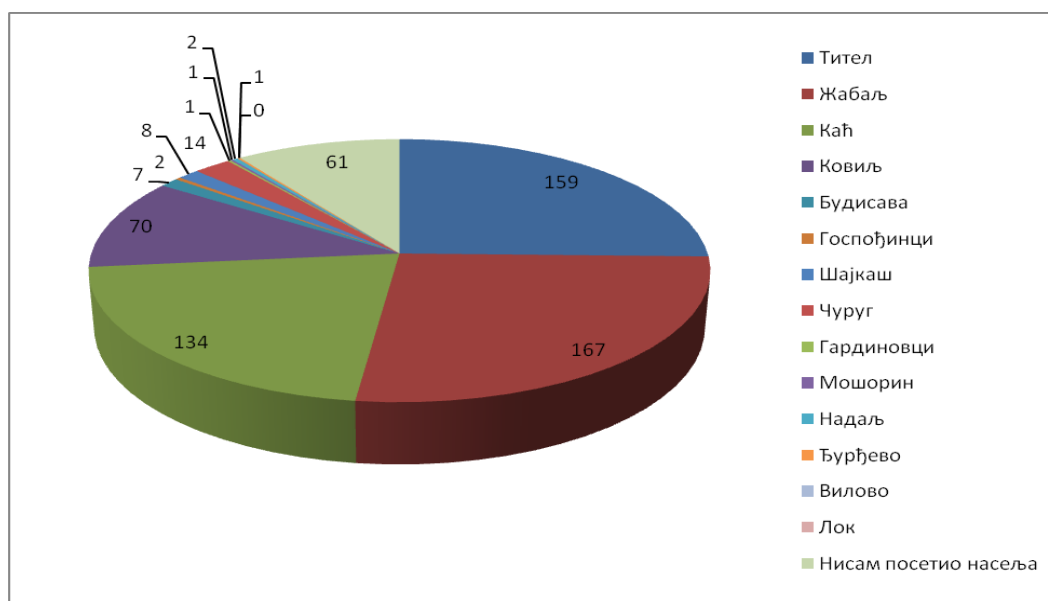
Било је релевантно истражити колики број испитаника је чуо за Шајкашку област у Војводини, односно колико је она препознатљива испитаницима, пошто је претходним теренским истраживањем (Ковачевић, 2009) утврђено да поједини испитаници из Зрењанина и Новог Сада нису чули за Шајкашку. Из резултата анкетног истраживања закључује се да је 228 испитаника (71%) чуло за Шајкашку, док 94 испитаника, односно 29% није чуло за Шајкашку област (Графикон 16). С обзиром да се Шајкашка налази у непосредној близини Новог Сада и Зрењанина, изненађује висок удео испитаника који нису чули за ову област. Од испитаника који нису чули за Шајкашку највише је најмлађих испитаника, старости од 18 до 25 година, за које се претпоставља да ће бити и најмање заинтересовани за Шајкашку као туристичку дестинацију.



Графикон 14. Фреквенције одговора на питање: Да ли сте чули за Шајкашку?  
(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

Следећи корак је био испитати која насеља Шајкашке су испитаници посетили и који су били разлози њихових посета. Из графикана 15. се уочава да је највише испитаника, (167, односно око 51%) посетило Жабал; Тител је посетило 159 испитаника, око 49% , док је у Каћу било око 42% испитаника. Може се уочити да је наведена три насеља посетило неупоредиво више испитаника у односу на остала насеља Шајкашке, што је и било за очекивати јер се ради о општинским центрима (Тител, Жабал) и великим насељима у Шајкашкој. Ковиљ је посетило 70 испитаника, око 22%, док је у Чуругу било око 4%, а у Шајкашу 2,5% испитаника. У Локу и Вилову није био нико од испитаника. Овим се оповргава хипотеза 7 која гласи да је више од 50 % испитаника посетило бар једно од насеља Шајкашке. Изненађујуће је колико мало испитаника је посетило мања насеља Шајкашке, те се закључује да за становнике Зрењанина и Новог Сада она немају туристичку привлачност.

Из графикана 15. се може уочити да 61 испитаник, односно 18,9% није посетио ни једно од насеља Шајкашке. Ако се ови резултати упореде са фреквенцијама одговора на питање да ли су чули за Шајкашку област долази се до закључка да 29 % испитаника није чуло за Шајкашку, а 18,9 % није посетило ни једно од наведених насеља. Из наведеног се закључује да су поједини испитаници посетили насеља Шајкашке, али да нису упознати са чињеницом да се она налазе у Шајкашкој области, те се закључује да Шајкашка није препознатљива област ни за становнике најближих емитивних центара. Овим се потврђује основна хипотеза докторске дисертација која гласи да Шајкашка није афирмисана туристичка дестинација.

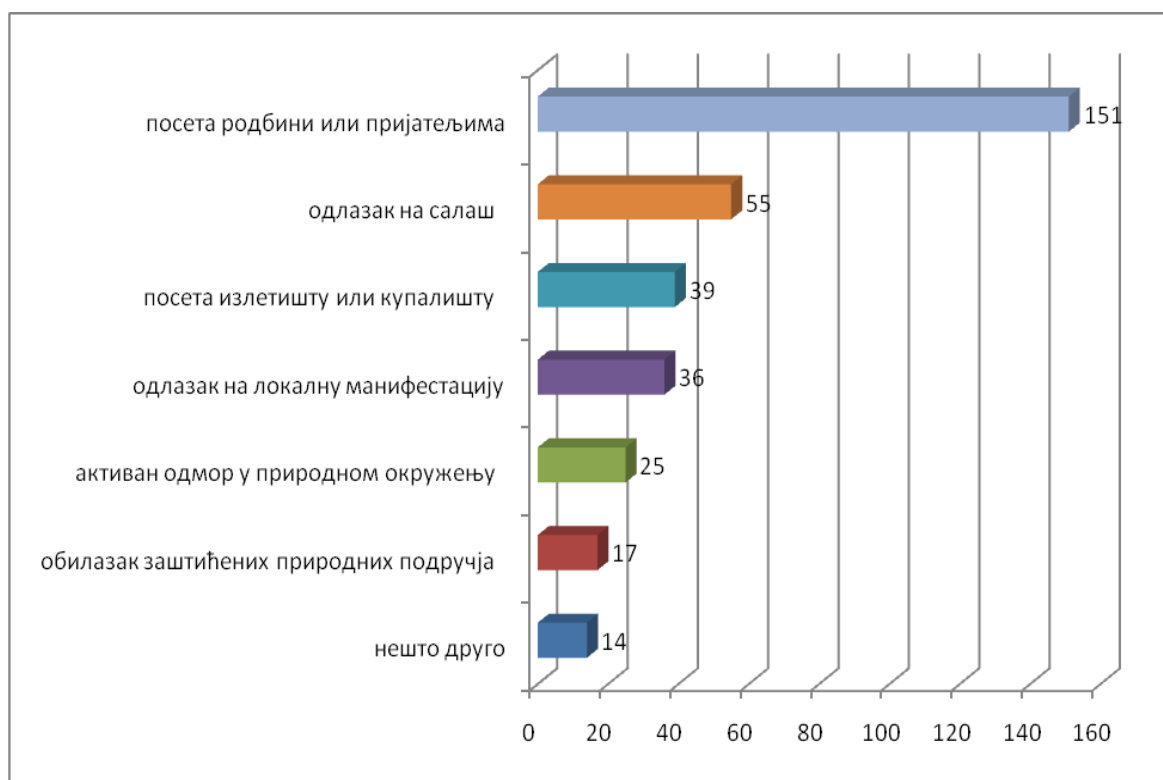


Графикон 15. Фреквенције одговора на питање: Која од наведених насеља Шајкашке сте посетили?

(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

Важно је било истражити да ли туристичке атрактивности, излетнички локалитети и очуване природне вредности привлаче становништво Новог Сада и Зрењанина да посети Шајкашку или су то неки други разлози. Приликом истраживања разлога посете насељима Шајкашке дошло се до закључка да је основни разлог посете насељима Шајкашке, за највећи број испитаника (47%), посета родбини и пријатељима (графикон 16). Од испитаника који су као главни разлог навели посету родбини и пријатељима, чак 73% њих посети само родбину и пријатеље и не посети ни један од атрактивних локалитета у Шајкашкој, док преосталих 27 % поред посете родбини посећује неки од салаша,

излетничких локалитета, иде на локалне манифестације и преферира активан одмор у природном окружењу (пецање, лов, шетњу). Овим се потврђује хипотеза 8, да је најчешћи разлог посете насељима Шајкашке посета родбини и пријатељима, као и хипотезе 9, 10 и 11.



Графикон 16. Разлози посете насељима Шајкашке  
(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

За 55 испитаника основни разлог посете Шајкашкој је одлазак на салаш, 39 испитаника као главни разлог наводи посету излетишту или купалишту, док њих 36 одлази на локалну манифестацију. Испитаници су као разлоге наводили и активан одмор у природном окружењу и посету заштићеним природним подручјима. Истраживање разлога посете Шајкашкој је релевантно за креирање туристичке понуде и детерминисање производног микса Шајкашке као туристичке дестинације, јер конкретни резултати указују на мотиве који покрећу потенцијалне туристе на посету као и на приоритетне туристичке производе које треба афирмисати и валоризовати у Шајкашкој. Из наведеног се закључује да је предност Шајкашке што се налази у непосредној близини великих емитивних центара из којих становништво у насељима Шајкашке има доста родбине и пријатеља, али и да је неопходно укључити то становништво у туристичке токове и понудити им квалитетне туристичке производе, пре свега излетничко-рекреативни и салашарски туризам.

Следећи корак је био истражити које од наведених локалитета, који се налазе у Шајкашкој, су посетили испитаници и како оцењују степен њихове атрактивности. Циљ је био истражити која од атрактивности Шајкашке је најпосећенија, као и која има највиши степен атрактивности и привлачности. Међу наведеним локалитетима које су оцењивали испитаници налазе се заштићена природна подручја, излетнички локалитети, атрактивни угоститељски капацитети као и културно-историјске вредности, које је аутор уврстио у истраживање као репрезентативне локалитете, уз претходне консултације са кадровима из туристичке организације Жабал, запосленима у Ј.П. Тителски брег и анкетирањем становништва Шајкашке.

Табела 27. Фреквенције одговора на питање "Да ли сте посетили неке од доле наведених локалитета?" И просечне вредности процене испитаника о степену туристичке атрактивности наведених локалитета.

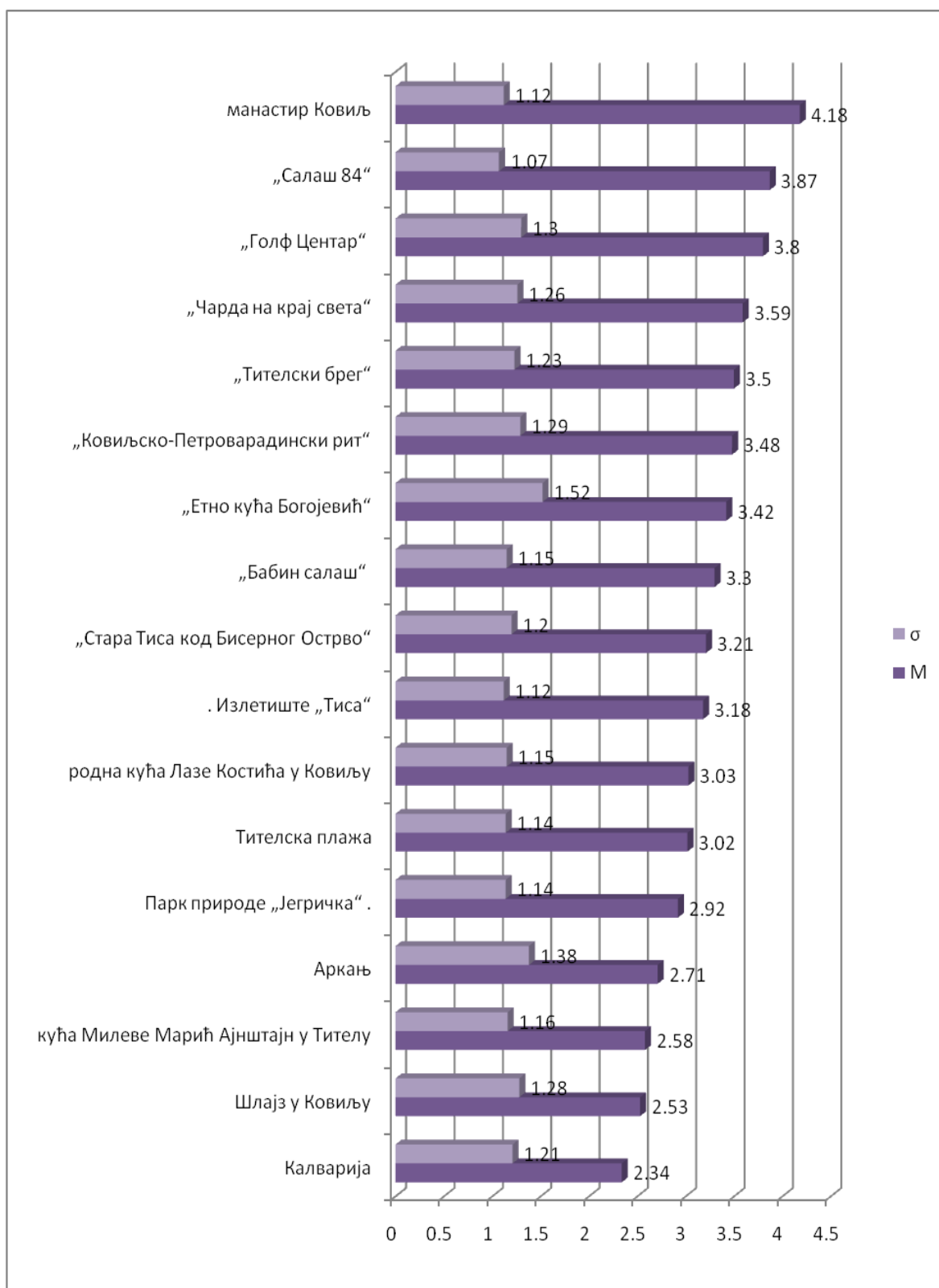
Локалитет	Н	Степен туристичке атрактивности			
		Мин. резултат	Макс. резултат	М	$\sigma$
Парк природе „Јегричка“ .	96	1.00	5.00	2.9271	1.14473
<b>„Тителски брег“</b>	<b>131</b>	1.00	5.00	3.5038	1.23022
„Стара Тиса код Бисерног Острва“	91	1.00	5.00	3.2198	1.20002
„Ковиљско-Петроварадински рит“	85	1.00	5.00	3.4824	1.29662
„Калварија“	35	1.00	4.00	2.3429	1.21129
кућа Милеве Марић Ајнштајн	48	1.00	5.00	2.5833	1.16388
родна кућа Лазе Костића у Ковиљу	55	1.00	5.00	3.0364	1.15412
<b>манастир Ковиљ</b>	127	1.00	5.00	<b>4.1890</b>	1.12499
„Бабин салаш“	91	1.00	5.00	3.3077	1.15174
„Салаш 84“	130	1.00	5.00	3.8769	1.07844
„Етно кућа Богојевић“	56	1.00	5.00	3.4286	1.52384
„Голф Центар“ код Жабља	95	1.00	5.00	3.8000	1.30139
Тителска плажа	68	1.00	5.00	3.0294	1.14567
„Чарда на крај света“	84	1.00	5.00	3.5952	1.26223
Излетиште „Тиса“	86	1.00	5.00	3.1860	1.12209
Шлајз у Ковиљу	58	1.00	5.00	2.5345	1.28712
Аркањ	56	1.00	5.00	2.7143	1.38452

*Н - број испитаника који су били на локалитету, М - аритметичка средина,  $\sigma$  - стандардна девијација*

*(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)*

Из табеле 27. се уочава да је најпосећенији локалитет је у Шајкашкој Тителски брег, који је посетио 131 испитаник, односно око 40% испитаника, потом следи "Салаш 84" на којем је било 130 испитаника, па манастир Ковиљ, са 127 посетилаца. Најслабије посећени локалитети су археолошко нлазиште "Калварија" коју је посетило 35 испитаника, односно око 11%, а затим родна кућа Милеве Марић Ајнштајн (48 испитаника) и родна кућа Лазе Костића (55 испитаника). Изненађујући резултат је да је етно кућу "Богојевић" у Тителу посетило свега 56 испитаника, те она представља један од слабије посећених локалитета, а уједно и најслабије посећен угоститељски објекат.

Што се тиче процене туристичке атрактивности и привлачности неведених локалитета испитаници су оцењивали локалитете на којима су били оценама од 1 до 5 (1 - веома слаба 5 - одлична). Поузданост овог дела мерног инструмента проверена је Кромбаховим алфа коефицијентом који износи 0,95, што је висока поузданост.



Графикон 17. Дескриптивна статистика за атрактивности неведених локалитета у Шајкашкој (Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

Из графикана 17. се може уочити да највишу просечну оцену има манастир Ковиљ ( $M = 4,18$ ) потом следи "Салаш 84", па "Голф Центар" код Жабља. Овим је потврђена хипотеза 12, која гласи да Више од половине испитаника који су посетили Шајкашку сматра да највиши степен туристичке атрактивности, од друштвених атрактивности у Шајкашкој,

има манастир Ковиљ. Што се тиче природних добара највиши степен атрактивности, по мишљењу испитаника, има Тителски брег ( $M = 3,5$ ) те је овим потврђена хипотеза 13. Важно је нагласити да просечна оцена атрактивности за Ковиљско-петроварадински рит износи 3,48, те се закључује да испитаници сматрају да ова два природна добра имају приближно исти степен атрактивности. Најнижи степен атрактивности, од природних добара у Шајкашкој, по мишљењу испитаника, има Парк природе Јегричка ( $M = 2,92$ ).

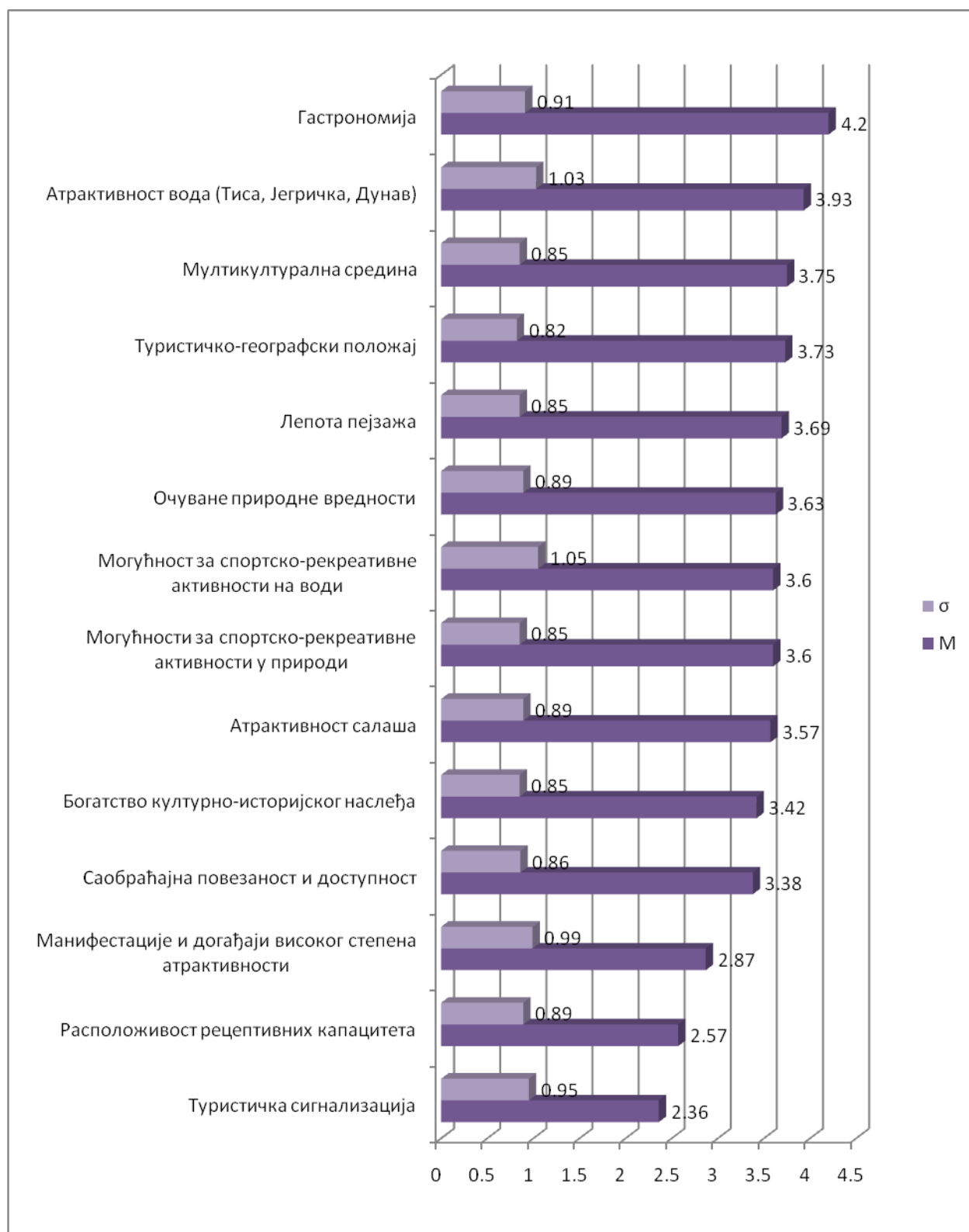
Што се тиче угоститељског капацитета, највиши степен атрактивности има "Салаш 84" ( $M = 3,87$ ), затим "Чарда на крај света" (која је данас срушена, а у периоду када је истраживање спроведено радила је) ( $M = 3,59$ ), чију атрактивност посетиоци оцењују као веома добру, док за етно кућу "Богојевић" ( $M = 3,42$ ) и "Бабин Салаш" ( $M = 3,3$ ) сматрају да поседују нижи степен атрактивности. Вредност стандардне девијације је код оцене локалитета етно кућа "Богојевић" изузетно висока, износи ( $\sigma = 1,52$ ), што значи да су испитаници давали доста неуједначене одговоре везане за атрактивност овог локалитета. Медијана износи 3,00 што значи да је половина испитаника атрактивност етно куће "Богојевић" оценила оценом мањом од три, а половина већом, а мод износи 5 (највише испитаника дало је ову оцену за атрактивност локалитета). Најмању просечну оцену има локалитет Калварија, на којем је и било најмање посетилаца. Посетиоци који су били на овом археолошком налазишту његову атрактивност у просеку оцењују као слабу ( $M = 2,34$ ).

"Салаш 84" је са намером стављен у упитник као пример добро рекламираног салаша да би се закључило у коликој мери реклама има удела на информисаност становништва. Без обзира што је "Салаш'84" салаш полузатвореног типа и што за ово истраживање није интересантан, резултати анкете показују да је убедљиво највећи удео анкетираних чуо и посетио управо овај салаш. Из наведеног се уочава колико су маркетинг и пропаганда неопходни да би се одређени угоститељски објекат позиционирао на тржиште туристичке тражње и без обзира колико је неки туристичко-угоститељски објекат квалитетан, аутентичан и интересантан, без квалитетне маркетинг службе неће постићи задовољавајуће пословање и постићи максимум испуњености капацитета.

Важно је истражити како испитаници који су били у Шајкашкој, односно који су посетили бар једно од насеља Шајкашке, оцењују одређене елементе (атрибуте) Шајкашке као туристичке дестинације. Циљ је био добити информацију о томе који елемент Шајкашке представља најјачу, а који најслабију карику и искористити добијене резултате у будућем стратешком планирању развоја Шајкашке. Испитаници су процењивали поједине елементе Шајкашке области, као туристичке дестинације, на континууму од 1 до 5 (где је оцена 1 - веома лоше, 2 - лоше, 3 - задовољавајуће, 4 - добро, 5 - веома добро). Поузданост овог дела мерног инструмента проверена је Кромбаховим алфа коефицијентом који износи 0,84 што је задовољавајућа поузданост.

Из графикана 18. се уочава да се просечне оцене атрибута крећу у распону од 2,36 (најнижа вредност) до 4,2 (највиша вредност). Највише вредности имају атрибути гастрономија, атрактивност вода и мултикултурална средина. Ако се у обзир узме чињеница да се атрибути гастрономија и мултикултурална средина могу односити на целу Војводину, и да су испитаници то узимали у обзир приликом оцењивања наведених елемената, што је било и очекивано с обзиром да је Војводина заједница више етничких група које карактерише очувана традиција и богата и разноврсна гастрономска понуда, долази се до закључка да су ова два атрибута јаке тачке целе Војводине али и Шајкашке као југоисточног дела Бачке, и да представљају примарну конкурентну предност.

Атрибут атрактивност вода (Дунава, Тисе и Јегричке) оцењен је веома високом просечном оценом ( $M = 3,93$ ). Највише испитаника је атрактивност вода Шајкашке оценило оценом 5 (мод је 5), те се закључује да је у будућем туристичком развоју Шајкашке акценат потребно ставити на афирмацију и валоризацију вода.



Графикон 18. Дескриптивна статистика за елементе Шajкашке као туристичке дестинације  
(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.00)

Испитаници су следећим атрибутима дали сличне просечне оцене (M = 3,57-3,69): туристичко-географски положај, атрактивност пејзажа, очуване природне вредности, могућности за организовање спортско рекреативних активности на води и у природи и атрактивност салаша.



Највиша вредност стандардне девијације исказана је код атрибута могућности за спортско-рекреативне активности на води ( $\sigma = 1,05$ ), и закључује се да су испитаници давали нешто неуједначеније оцене за овај атрибут. Највише испитаника је наведен атрибут оценио са 5 (мод је 5). Код атрибута очуване природне вредности и туристичко-географски положај мод је 4, док је атрактивност пејзажа, могућности за спортско-рекреативне активности у природи и атрактивност салаша највише испитаника оценило оценом 3. Уочава се да до изражаја поново долази атрактивност вода и да испитаници сматрају да Шајкашка поседује изузетне могућности за организовање спортско-рекреативних активности на води.

Из наведеног се закључује да је порушена хипотеза Хипотеза 14. која гласи Најснажнији елемент Шајкашке као туристичке дестинације, по мишљењу посетилаца, су су очуване природне вредности, као и да је порушена хипотеза 16.

Најниже просечне оцене испитаници су дали атрибутима туристичка сигнализација и расположивост рецептивних капацитета, а изненађујуће слабо су оцењене и манифестације и догађаји високог степена атрактивности. Из наведеног се закључује да посетиоци сматрају да овај сегмент туристичке понуде Шајкашке не поседује елементе високе туристичке привлачности.

Под материјалном основом Шајкашке подразумевају се атрибути саобраћајна повезаност и доступност, расположивост рецептивних капацитета и туристичка сигнализација, који су укупно оцењени са просечном оценом 2,77, те се закључује да је овим потврђена хипотеза 15.

#### ПРИМЕНА СТАТИСТИЧКИХ ТЕСТОВА У ЦИЉУ ДОКАЗИВАЊА ХИПОТЕЗА

У циљу доказивања (оповргавања) постављених хипотеза у истраживању коришћени су Хи квадрат тест, Т-тестови и Пирсонов коефицијент линеарне корелације.

Разлика у плановима испитаника да неки од својих следећих одмора проведу у сеоском окружењу, у зависности од старости, проверена је хи-квадрат тестом. Било је релевантно истражити да ли постоји статистички значајна разлика у односу на старосну доб испитаника, а све у циљу одређивања тржишног сегмента на који треба усмерити промотивне активности и прилагодити стратегију развоја туризма Шајкашке. Из табеле 27. се може уочити да највећи број испитаника који планирају да неки од својих следећих одмора проведу у сеоском окружењу припада старосној доби од 26-35 година. Ако се узме у обзир да испитаника те старосне доби има највише у узорку, долази се до закључка да дескриптивна статистика није довољна да би се проверила тачност хипотезе 2а, те је неопходно применити неки од статистичких тестова.

Табела 28. Укрштене фреквенције одговора на питања: Старосна доб и Да ли планирате да неки од својих следећих одмора проведете у сеоском окружењу?

Старосна доб	Да ли планирате да неки од својих следећих одмора проведете у сеоском окружењу?			Тотал
	Да	Не	Неодлучан сам	
18-25	32	21	18	71
26-35	80	42	22	144
36-45	35	11	17	63
46-55	14	2	7	23
56-65	5	3	4	12

66 ≥	2	1	0	3
Тотал	168	80	68	316

(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.0.)

На основу добијених резултата из табеле бр. 29. може се видети да хи-квадрат тест није статистички значајан ( $p = 0.199$ ) што значи да не постоји статистички значајна разлика у фреквенцијама одговора испитаника, чиме се хипотеза 2а одбацује.

Табела 29. Резултати Хи квадрат теста-према старосној доби испитаника

хи-квадрат	df-степен слободе	р-ниво значајности
13.470	10	0.199

(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.0.)

Разлика у плановима испитаника да неки од својих следећих одмора проведу у сеоском окружењу, у зависности од образовног нивоа, проверена је Хи-квадрат тестом.

Табела 30. Укрштене фреквенције одговора на питања: Степен образовања и Да ли планирате да неки од својих следећих одмора проведете у сеоском окружењу?

Степен образовања	Да ли планирате да неки од својих следећих одмора проведете у сеоском окружењу?			Тотал
	да	не	неодлучан сам	
средња школа	32	20	14	66
виша школа	28	8	13	49
факултет	82	40	31	153
виша научна звања	28	12	10	50
Тотал	170	80	68	318

(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.0.)

На основу добијених резултата може се видети да хи-квадрат тест није статистички значајан (Табела 31) што значи да не постоји статистички значајна разлика у фреквенцијама одговора испитаника, чиме се хипотеза 2б одбацује, те се закључује да не постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника да неки од својих следећих одмора проведу у сеоском окружењу, у зависности од образовног нивоа.

Табела 31. Резултати Хи квадрат теста- према образовном нивоу испитаника

hi-квадрат	df-степен слободе	р-ниво значајности
3.533	6	0,740

(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.0.)

Повезаност старости и образовног нивоа испитаника са њиховом сагласности са тврдњом да активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса проверена је Пирсоновим коефицијентом линеарне корелације.

Табела 32. Пирсонов коефицијент линеарне корелације према степену образовања и старосној доби за тврдњу да активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса

		Активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса
Степен образовања	г - Пирсонов коефицијент	0,256(**)
	р - ниво значајности	0,005
Старосна доб	г - Пирсонов коефицијент	0,295(**)
	р - ниво значајности	0,000

\*\* Корелације су значајне на нивоу 0.01

(Извор: Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.0.)

Добијени коефицијенти корелације су статистички значајни, на нивоу 0.01 и нижег интензитета и позитивног предзнака. Из табеле 32. се уочава да је Пирсонов коефицијент корелације код детерминанте степен образовања  $r = 0.256$ , а код детеминанте старосна доб  $r = 0.295$ . Овакав резултат значи да што су испитаници старији и образованији то показују већу сагласност са тврдњом да активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса.

На основу добијеног резултата закључује се да се хипотезе 4а и 4б прихватају, односно да постоје статистички значајне разлике у слагањима испитаника са тврдњом да активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса у зависности од старости испитаника и њиховог образовања. Овакви резултати су били очекивани, с обзиром на чињеницу да су старији људи изложенији стресу и проблемима, али и да све више схватају значај одмора у срединама квалитативно различитим од урбаних центара.

Повезаност старости и образовног нивоа испитаника са њиховом сагласности са тврдњом да су рурални простори Војводине атрактивни и привлачни градском становништву за одмор и рекреацију проверена је Пирсоновим коефицијентом линеарне корелације.

Табела 33. Пирсонов коефицијент линеарне корелације према степену образовања и старосној доби за тврдњу да су рурални простори Војводине атрактивни и привлачни градском становништву за одмор и рекреацију

	г/р	Рурални простори Војводине су атрактивни и привлачни градском становништву за одмор и рекреацију
Степен образовања	г-Пирсонов коефицијент	0.081
	р-ниво значајности	0.155
Старосна доб	г-Пирсонов коефицијент	0.218(*)
	р-ниво значајности	0.038

\* Корелације су значајне на нивоу 0.05

(Извор: Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.0.)

Добијени коефицијент корелације између старости испитаника и сагласности са изнетом тврдњом је статистички значајан, на нивоу 0.05, он је нижег интензитета и позитивног предзнака. Овакав резултат значи да што су испитаници старији то показују већу сагласност са тврдњом да су рурални простори Војводине атрактивни и привлачни градском становништву за одмор и рекреацију.

Коефицијент корелације између степена образовања и изнете тврдње није статистички значајан. На основу добијеног резултата може се закључити да се хипотеза ба (која гласи да постоји статистички значајна разлика у слагањима испитаника са тврдњом да су рурални простори Војводине атрактивни градском становништву за одмор и рекреацију у зависности од старости испитаника) прихвата, а хипотеза б б одбацује (постоји статистички значајна разлика у слагањима испитаника са тврдњом да су рурални простори Војводине атрактивни градском становништву за одмор и рекреацију у зависности од од образовања испитаника).

Повезаност старосне доби и образовног нивоа испитаника са њиховим ставовима о елементима Шајкашке као туристичке дестинације проверена је Пирсоновим коефицијентом линеарне корелације.

Табела 34. Пирсонов коефицијент линеарне корелације према степену образовања и старосној доби за елементе Шајкашке као туристичке дестинације

Детерминанте (елементи туристичке дестинације)	г/р	Старосна доб	Степен образовања
Туристичко- географски положај	г-Пирсонов коефицијент	.125	-.030
	р-ниво значајности	.077	.669
Саобраћајна повезаност и доступност	г-Пирсонов коефицијент	-.043	.049
	р-ниво значајности	.541	.491
Очуване природне вредности	г-Пирсонов коефицијент	<b>.295(**)</b>	-.058
	р-ниво значајности	.000	.416
Лепота пејзажа	г-Пирсонов коефицијент	-.006	.126
	р-ниво значајности	.931	.072
Атрактивност вода (Тиса, Јегричка, Дунав)	г-Пирсонов коефицијент	<b>.237(**)</b>	-.012
	р-ниво значајности	.001	.864
Богатство културно-историјског наслеђа	г-Пирсонов коефицијент	-.005	.007
	р-ниво значајности	.944	.919
Мултикултурална средина	г-Пирсонов коефицијент	.012	-.123
	р-ниво значајности	.868	.084
Гастрономија	г-Пирсонов коефицијент	.069	-.050
	р-ниво значајности	.328	.485
Могућности за спортско-рекреативне активности у природи	г-Пирсонов коефицијент	.089	-.101
	р-ниво значајности	.214	.156

Могућност за спортско-рекреативне активности на води	г-Пирсонов коефицијент	<b>.235(**)</b>	-.084
	р-ниво значајности	.001	.239
Манифестације и догађаји високог степена атрактивности	г-Пирсонов коефицијент	.033	-.076
	р-ниво значајности	.648	.289
Атрактивност салаша	г-Пирсонов коефицијент	-.043	.037
	р-ниво значајности	.554	.611
Расположивост рецептивних капацитета (хотели, мотели, куце и собе за изнајмљивање...)	г-Пирсонов коефицијент	-.090	.008
	р-ниво значајности	.212	.908
Туристичка сигнализација	г-Пирсонов коефицијент	-.112	.015
	р-ниво значајности	.120	.840

\*\* Корелације су значајне на нивоу 0.01

\* Корелације су значајне на нивоу 0.05

( Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.0)

Када је у питању старост испитаника, добијени су статистички значајни коефицијенти корелације са ставовима о очуваности природних вредности, атрактивностима вода (Тиса, Јегричка, Дунав) и могућности за спортско-рекреативне активности на води (табела 34). Сви коефицијенти корелације су нижег интензитета и позитивног предзнака, што значи да што су испитаници старији то оцењују наведене елементе као боље. Резултати су јасни за детерминанте очуване природне вредности и атрактивност вода, јер се очекивало да ће старији испитаници боље оцењивати ове елементе Шајкашке као туристичке дестинације, јер су свеснији значаја природних вредности као кључних атрибута за развој туризма. Изненађујући су резултати који се односе на детерминанту могућности за организовање спортско-рекреативних активности на води, коју су старији испитаници боље оцењивали него млађи. То говори у прилог чињеници да су старији испитаници свеснији потребе за туристичком валоризацијом вода Шајкашке и развоја наутичког туризма. Из наведеног се закључује да се хипотеза 17 прихвата.

Што се тиче степена образовне структуре испитаника, добијени резултати показују да не постоји статистички значајна повезаност степена образовања и ставова о елементима Шајкашке области, као туристичке дестинације, чиме се хипотеза 18 одбацује.

Разлика у ставовима испитаника о елементима Шајкашке области, као туристичке дестинације, у зависности од места становања, проверена је Т-тестом за независне узорке у коме је групишућа варијабла била место становања, а скуп зависних варијабли су чинили одговори на питања о елементима Шајкашке као туристичке дестинације.

Табела 35. Аритметичке средине, стандардне девијације и стандардне грешке аритметичких средина за обе групе испитаника (Нови Сад и Зрењанин)

Детерминанте (елементи туристичке дестинације)	Место	М	σ	Грешка σ
			стандардна девијација	
1. Туристичко географски положај	<b>Нови Сад</b>	<b>3.7571</b>	<b>.82122</b>	<b>.06941</b>
	Зрењанин	3.7000	.80885	.10442
2. Саобраћајна повезаност и доступност	<b>Нови Сад</b>	<b>3.5000</b>	<b>.88926</b>	<b>.07462</b>
	Зрењанин	3.1333	.74712	.09645

3. Очуване природне вредности	Нови Сад	3.5563	.87133	.07312
	<b>Зрењанин</b>	<b>3.8246</b>	.92819	.12294
4. Лепота пејзажа	Нови Сад	<b>3.7083</b>	.85178	.07098
	Зрењанин	3.6491	.87610	.11604
5. Атрактивност вода (Тиса, Јегричка, Дунав)	Нови Сад	3.8881	1.06879	.08938
	<b>Зрењанин</b>	<b>4.0351</b>	.94425	.12507
6. Богатство културно-историјског наслеђа	Нови Сад	3.4317	.86853	.07367
	Зрењанин	3.4286	.80582	.10768
7. Мултикултурална средина	<b>Нови Сад</b>	<b>3.7857</b>	.88785	.07504
	Зрењанин	3.6786	.76532	.10227
8. Гастрономија	Нови Сад	4.2028	.95357	.07974
	Зрењанин	4.2143	.84669	.11314
9. Могућности за спортско-рекреативне активности у природи	Нови Сад	3.5429	.85133	.07195
	<b>Зрењанин</b>	<b>3.7500</b>	.87905	.11747
10. Могућност за спортско-рекреативне активности на води	Нови Сад	3.5319	1.07937	.09090
	<b>Зрењанин</b>	<b>3.7719</b>	.96395	.12768
11. Манифестације и догађаји високог степена атрактивности	<b>Нови Сад</b>	<b>2.9265</b>	1.03732	.08895
	Зрењанин	2.7143	.84669	.11314
12. Атрактивност салаша	<b>Нови Сад</b>	<b>3.6204</b>	.91661	.07831
	Зрењанин	3.4643	.85204	.11386
13. Распоживост рецептивних капацитета (хотели, мотели, куће и собе за изнајмљивање...)	Нови Сад	2.5870	.89384	.07609
	Зрењанин	2.5179	.91435	.12219
14. Туристичка сигнализација	<b>Нови Сад</b>	<b>2.4420</b>	.93604	.07968
	Зрењанин	2.1091	.91637	.12356

(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.0.)

На основу добијених резултата уочава се да испитаници из Новог Сада у просеку, боље оцењују следеће елементе: Туристичко географски положај, Саобраћајна повезаност и доступност, Лепота пејзажа, Мултикултурална средина, Манифестације и догађаји високог степена атрактивности, Атрактивност салаша и Туристичка сигнализација.

Испитаници из Зрењанина у просеку, боље оцењују следеће елементе: Очуване природне вредности, Атрактивност вода (Тиса, Јегричка, Дунав), Могућности за спортско-рекреативне активности у природи и Могућност за спортско-рекреативне активности на води. Из наведеног се закључује да су разлике у аритметичким срединама испитаника из Новог Сада у односу на испитанике из Зрењанина релативно мале, али је било неопходно применити Т-тест да би се одредило код којих атрибута постоје статистички значајне разлике.

Из табеле бр. 36 уочава се да резултати Т-тестова показују да су од свих наведених разлика у аритметичким срединама процене појединих елемената Шајкашке као туристичке дестинације статистички значајне разлике добијене код два атрибута: у процени саобраћајне повезаности и доступности ( $t = 2.802$ ,  $p = 0.006$ ) и туристичкој сигнализацији ( $t = 2.244$ ,  $p = 0.026$ ). Оба наведена атрибута Новосађани у просеку боље оцењују од становника Зрењанина. Требало би нагласити да одржавање друмских саобраћајница од Новог Сада до Жабља спада у надлежност општине Нови Сад, а од

Жабља према Зрењанину путеве одржавају општине Жабалъ и Зрењанин, те су саобраћајнице у делу општине Нови Сад заиста у бољем стању у односу на путеве чије је одржавање у надлежности општине Зрењанин и Жабалъ, те је реално што становници Новог Сада боље оцењују саобраћајну повезаност и доступност од становника Зрењанина.

Из свега се закључује да статистички значајне разлике у ставовима испитаника о просечним оценама елемената Шајкашке као туристичке дестинације у зависности од места становања испитаника постоје по основу само два атрибута (саобраћајна повезаност и доступност и туристичка сигнализација).

Табела 36. Тестирање разлике аритметичких средина по детерминантама Шајкашке као туристичке дестинације с обзиром на место становања испитаника

Детерминанте (елементи туристичке дестинације)	T-тест	df	p	Dm	$\sigma_m$
1. Туристичко географски положај	.453	198	.651	.0571	.12615
<b>2. Саобраћајна повезаност и доступност</b>	<b>2.802</b>	<b>200</b>	<b>.006</b>	<b>.3667</b>	<b>.13085</b>
3. Очуване природне вредности	-1.927	197	.055	-.2682	.13922
4. Лепота пејзажа	.441	199	.660	.0592	.13437
5. Атрактивност вода (Тиса, Јегричка, Дунав)	-.906	198	.366	-.1470	.16214
6. Богатство културно-историјског наследја	.023	193	.982	.0031	.13471
7. Мултикултурална средина	.793	194	.429	.1071	.13517
8. Гастрономија	-.079	197	.937	-.0115	.14581
9. Могућности за спортско-рекреативне активности у природи	-1.525	194	.129	-.2071	.13586
10. Могућност за спортско-рекреативне активности на води	-1.460	196	.146	-.2400	.16444
11. Манифестације и догађаји високог степена атрактивности	1.355	190	.177	.2122	.15654
12. Атрактивност салаша	1.096	191	.275	.1562	.14251
13. Распоживост рецептивних капацитета (хотели, мотели, куће и собе за изнајмљивање...)	.485	192	.628	.0691	.14256
<b>14. Туристичка сигнализација</b>	<b>2.244</b>	<b>191</b>	<b>.026</b>	<b>.3329</b>	<b>.14838</b>

Напомена:  $\sigma$  – стандардна девијација,  $t$  – вредност  $t$  статистика (предзнак није битан),  $df$  – степени слободе,  $p$  – ниво значајности ( $p < 0,01$ )  $Dm$  – разлика аритметичких средина  
 $\sigma_m$  – стандардна грешка разлике

(Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.0.)

Повезаност висине месечних примања испитаника са њиховим ставовима о елементима Шајкашке области као туристичке дестинације проверена је Пирсоновим коефицијентом линеарне корелације.

Из табеле 37. се уочава да постоји статистички значајна повезаност висине месечне зараде и само једног од наведених атрибута, а то је мултикултуралност. Коефицијент корелације код атрибута мултикултуралности је нижег интензитета и негативног предзнака (-.266) што значи да што испитаници имају нижу зараду, то оцењују овај елеманат боље. Однос осталих атрибута и висине месечне зараде није статистички значајан.

Табела 37. Пирсонов коефицијент линеарне корелације према висини месечних прихода испитаника за елемента Шајкашке као туристичке дестинације

Детерминанте (елементи туристичке дестинације)	г/р	Месечна зарада
1. Туристичко географски положај	г-Пирсонов коефицијент	-.016
	р-ниво значајности	.841
2. Саобраћајна повезаност и доступност	г-Пирсонов коефицијент	-.032
	р-ниво значајности	.694
3. Очуване природне вредности	г-Пирсонов коефицијент	.085
	р-ниво значајности	.290
4. Лепота пејзажа	г-Пирсонов коефицијент	-.120
	р-ниво значајности	.137
5. Атрактивност вода (Тиса, Јегричка, Дунав)	г-Пирсонов коефицијент	.067
	р-ниво значајности	.408
6. Богатство културно-историјског наследја	г-Пирсонов коефицијент	-.014
	р-ниво значајности	.861
<b>7. Мултикултурална средина</b>	г-Пирсонов коефицијент	<b>-.266(*)</b>
	р-ниво значајности	.041
8. Гастрономија	г-Пирсонов коефицијент	-.007
	р-ниво значајности	.928
9. Могућности за спортско-рекреативне активности у природи	г-Пирсонов коефицијент	-.039
	р-ниво значајности	.630
10. Могућност за спортско-рекреативне активности на води	г-Пирсонов коефицијент	.147
	р-ниво значајности	.070
11. Манифестације и догадјаји високог степена атрактивности	г-Пирсонов коефицијент	-.036
	р-ниво значајности	.660
12. Атрактивност салаша	г-Пирсонов коефицијент	-.158
	р-ниво значајности	.054
13. Распоживост рецептивних капацитета (хотели, мотели, куће и собе за изнајмљивање...)	г-Пирсонов коефицијент	.007



	р-ниво значајности	.935
14. Туристичка сигнализација	г-Пирсонов коэффициент	-.050
	р-ниво значајности	.543

\*\* Корелације су значајне на нивоу 0.01

\*Корелације су значајне на нивоу 0.05

Напомена: \*\* Корелације су значајне на нивоу 0.01, \*Корелације су значајне на нивоу 0.05,  
 $M$  – аритметичка средина,  $\sigma$  – стандардна девијација,  $t$  – вредност  $t$   
 статистике (предзнак није битан),  $df$  – степени слободe,  $p$  – ниво значајности ( $p < 0,01$ )  
 (Израдила Б. Ковачевић на бази анализе података у SPSS 19.0.)

## ИСТРАЖИВАЊЕ СТАВОВА ЛОКАЛНОГ СТАНОВНИШТВА О РАЗВОЈУ ТУРИЗМА ШАЈКАШКЕ

Изразита урбанизација и промене животних навика утичу на туристичка кретања из великих градова према руралним срединама. Пракса је показала да туризам омогућава преливање друштвеног производа из економски развијених простора у неразвијене, руралне просторе. Туризам допире тамо где производне делатности не могу да допру и позитивно утиче на економски просперитет руралних простора и локалних заједница (Breidenhann, Wickens, 2004; Garrod, Wornell, Youell, 2006; Bramwell, 1994; Lee, Chang, 2008, Унковић, Зечевић, 2007). Због таквих тенденција су све бројније и све више оправдане студије које се баве очувањем животне средине руралних простора и улогом и значајем локалне заједнице у креирању туристичке понуде у руралним срединама (Fleischer, Felsenstein, 2000, Breidenhann, et al., 2004, Jankovic, 2007; Byrd, et al., 2009).

За развој туризма на одређеном простору велики значај има утицај локалне заједнице и локалног становништва. Локалне заједнице требало би да имају значајно суделовање у пројектима који се односе на примену туризма у њиховим срединама, а поготово ако се говори о руралним просторима (Fleischer, Felsenstein, 2000; Perales, 2002, Томка, 2003).

Улога и значај локалне заједнице у руралном туризму се огледа у следећем:

- пружање социјалног повезивања одређеног простора и његових становника
- остваривање везе између локалног и глобалног – заједнице су примаоци и пошиљаоци у процесу глобализације и
- потенцијално жариште отпора према хомогенизацији којом прети глобализација.

Локално становништво у великој мери креира туристичку понуду, нарочито у руралним областима, те је веома важно упутити становништво у основне облике искоришћавања руралних ресурса у туристичке сврхе и организовати систематичну едукацију становништва, кроз коју би се образложио значај и користи које би локална заједница и домицилно становништво имали од развоја туризма. Локално становништво може бити инхерентно према средини у којој живи уколико је кроз посао и рекреацију везано за неки други простор. Ово може бити велика препрека за становништво Шајкашке, које је у знатној мери везано послом и бројним обавезама за Нови Сад и Зрењанин, као велике урбане центре који се налазе у непосредној близини, па стога може осетити слабију припадност локалној средини.

Исто тако, неприврженост према свом окружењу домицилно становништво може осетити уколико препознаје одређене негативне елементе у својој средини. Стога су социјална и економска кохезија на локалном нивоу кључни фактори подршке, потребни ради постизања успеха локалног туристичког развоја (Breidenhann, et al., 2004, Ромелић, 2007).

Становништво Шајкашке се у односу на друга села мање бави пољопривредом, а више је запослено у предузећима у Новом Саду, Зрењанину, Тителу и другим већим насељима. Будући да није искључиво и апсолутно везано за земљу као староседелачко становништво у другим селима, претпоставка је да се лакше и једноставније може одређивати и везивати за туристичке услуге. Нажалост, истраживање је показало (Ковачевић, Плавша, 2011) да велики број локалног становништва Шајкашке има још увек магловите представе о туризму и осећа се несигурно пред овом активношћу, као несавладивом непознаницом. Становништво насеља у општинама Шајкашке још увек на познаје кораке и поступке који могу од ове делатности направити сигуран извор допунске зараде, те би било од велике користи организовати едукацију становништва на општинским нивоима. Едукација би требала бити систематична и заснивати се на комбинацији општих принципа и конкретног стања у селу и требала би се вршити на локалном и општинском нивоу. У програм едукације требали би бити укључени стручни људи задужени за унапређење и развој туризма на овом подручју.

Осим програма едукације становништва, неопходно је покренути пројекте који садрже програме за подизање самосвести и за пружање информација, стручне и техничке помоћи локалном становништву, како би се повећала њихова способност за оснивање малих и средњих предузећа у општинама. Неопходно је предузети следеће:

- активности за подизање самосвести су од суштинског значаја јер заједнице у сеоским подручјима нису свесне туристичког потенцијала који им омогућава оснивање малих и средњих предузећа и обезбеђује прихватљиве изворе прихода;
- информативне активности - потенцијалне осниваче малих и средњих предузече треба обавештавати о навикама и жељама домаћих и иностраних туриста и о трендовима на туристичком тржишту;
- програми обучавања - локалним радницима у туризму морају се прецизно објаснити њихови задаци. Техничка обука мора бити прилагођена њиховим потребама;
- одговарајуће финансирање - владе и међународне институције пружају најразличитије облике помоћи у финансирању туристичких активности, од унапређења туристичког представљања одређене дестинације, укидања пореза на туристичке активности, до свих финансијских подстицаја (Ромелић, 2007).

У општинама Тител и Жабал локалне власти су схватиле да имају кључне природне ресурсе неопходне за развој туризма, али су такође схватили да су основни ограничавајући фактори бржег развоја туризма лоша организованост на нивоу дестинације, изузетно лоша презентација подручја, неповезаност интересних група и недовољно развијена материјална база за развој туризма.

Питање кадровске структуре чини значајан елемент развоја туристичке делатности. Нажалост, овом проблему је до сада посвећено недовољно пажње. У највећим насељима Шајкашке (Каћу, Тителу и Жабљу) неопходно је побољшати квалификациону структуру, извршити систематизацију запослених и поставити високо образоване, стручне, младе и амбициозне кадрове на руководеће позиције у угоститељским и хотелијерским објектима који послију на овом простору, као и у организацијама које ће се бавити управљањем туризма.

Пројекти улагања у инфраструктуру су већ покренути, и она ће у скорој будућности бити на задовољавајућем нивоу. Проблем представљају програми едукације становништва, који су још увек у фази планирања и стагнације, а без сарадње локалне заједнице и добре кадровске организације није могуће остварити даљи развој туризма, подизање туристичке понуде на виши ниво и формирање конкурентног туристичког производа.

Да би се схватио однос становника Шајкашке према туризму, погледи и ставови у вези развоја туризма у њиховим местима и "продора" туриста у њихово свакодневно окружење, урађено је анкетно истраживање у насељима Шајкашке.

Истраживање ставова локалног становништва о стању и перспективама туризма Шајкашке (Ковачевић, 2009) извршено у августу 2008. године у насељима Шајкашке (Тител, Жабал, Каћ). Спроведено је примарно теренско истраживање, приликом којег су кориштене методе упитника и метода посматрања. Методом случајног узорка анкетирано је 100 лица узраста од 18 до 65 година (Ковачевић, 2009; Ковачевић, Плавша, 2011). С обзиром да се ради о истом истраживаном подручју и резултатима који су релевантни за ово истраживање, резултати истраживања биће презентовани даље у раду.

Основни задаци овог истраживања били су:

1. на основу упитника формираног за потребе истраживања, установити колики је степен информисаности локалног становништва Шајкашке о стању туризма у местима њиховог становања;
2. истражити ставове локалног становништва о значају развоја туризма као привредне гране која може допринети економском развоју Шајкашке;
3. колико је њихово познавање Шајкашке субрегије и туристичких садржаја и активности које се налазе у туристичкој понуди на овом простору;
4. у коликој мери је локално становништво заинтересовано за учествовање у активностима са туристима у Шајкашкој;
5. утврдити проценат локалног становништва које је расположено за укључивање у туристичку едукацију и учествовање у развоју и унапређењу туризма Шајкашке.

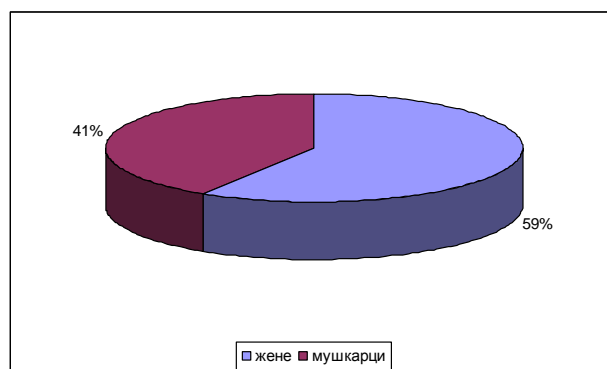
Основни циљ истраживања био је утврдити општи став локалног становништва о тренутном стању и перспективама развоја туризма Шајкашке као и које су то мере које треба предузети да би се убрзао развој приоритетних облика туризма и да би туристичка понуда Шајкашке била у складу са руралним и одрживим развојем и уз сагласност и укључивање локалног становништва. Инструмент коришћен за ово истраживање је анкетни упитник формиран од стране аутора рада (Прилог 8). Упитник је обухватио 12 питања, распоређених у 3 дела. Први део се бавио демографском структуром узорка. Други део упитника односио се на општа питања и информисаност локалног становништва о туризму, спортским и излетничким активностима и менифестацијама у Шајкашкој. Трећи део упитника је истраживао мишљења испитаника о понуди и укључивању у програме туристичке едукације и активно учешће локалног становништва у будућем развоју туризма у Шајкашкој.

Испитаници су анкетирани директним анкетањем, као и индиректним методом анкетања (испитаници су сами попуњавали упитник без присуства анкетара). Анкета је комбинована (отворена и затворена питања) и анонимна.

## РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

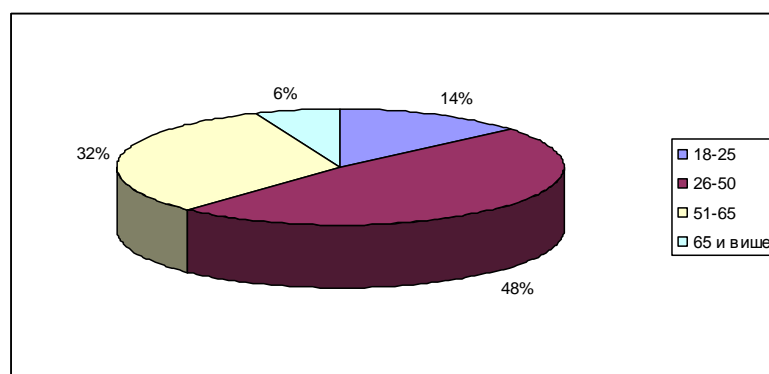
Општи утисак о самом току анкетања је био позитиван, и могла се уочити жаља за сарадњом и добар одзив становништва, нарочито у Тителу. Мештани су кооперативни и позитивна је чењиница што постоји општа свест о потреби за осмишљавањем различитих програма туристичког кретања који би допринели туристичком развоју и просперитету локалне заједнице. Према подацима о полној структури анкетираног становништва утврђено је да су жене чиниле 59% испитаника, а мушкарци 41% (Графикон 19).

Највећи број испитаника (48%) припадао је старосној групи од 26 до 50 година. Старосној групи од 50 до 65 година припадало је 32% анкетираних, 14% анкетираних било је старости од 18 до 25 година, свега 6% испитаника имало је преко 65 година.



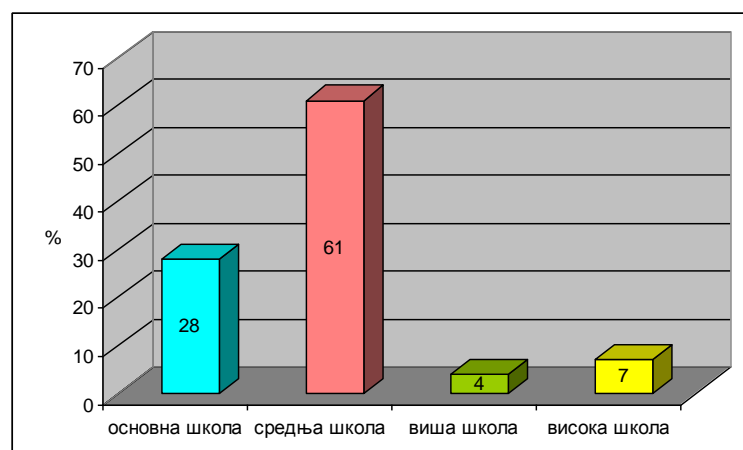
Графикон 19. Полна структура испитаника  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

Из наведеног се може уочити да чак 94% анкетираниог становништва припада радно способном становништву, те би се као радна снага потенцијално могло укључити у локални развој туризма.



Графикон 20. Старосна структура анкетираниог локалног становништва  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

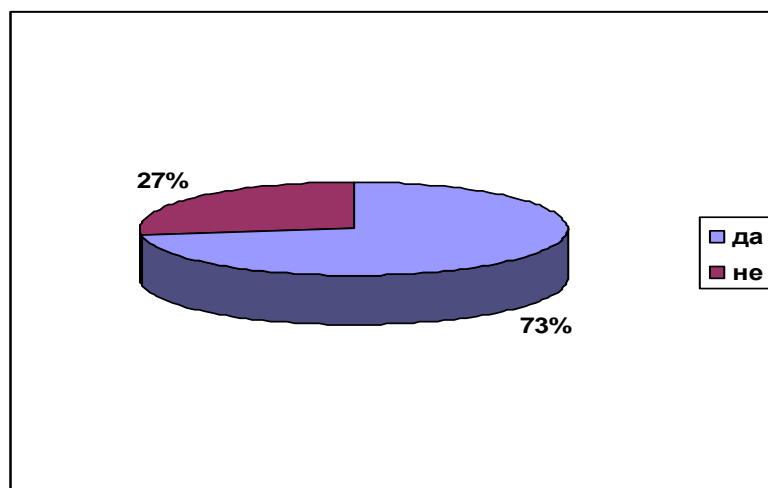
Што се тиче образовне структуре анкетираниог становништва у насељима Шајкашке, највећи број, 61% становника, се изјаснило да има средњу стручну спрему а чак 28% да има само основно образовање.



Графикон 21. Образовна структура анкетираниог локалног становништва  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

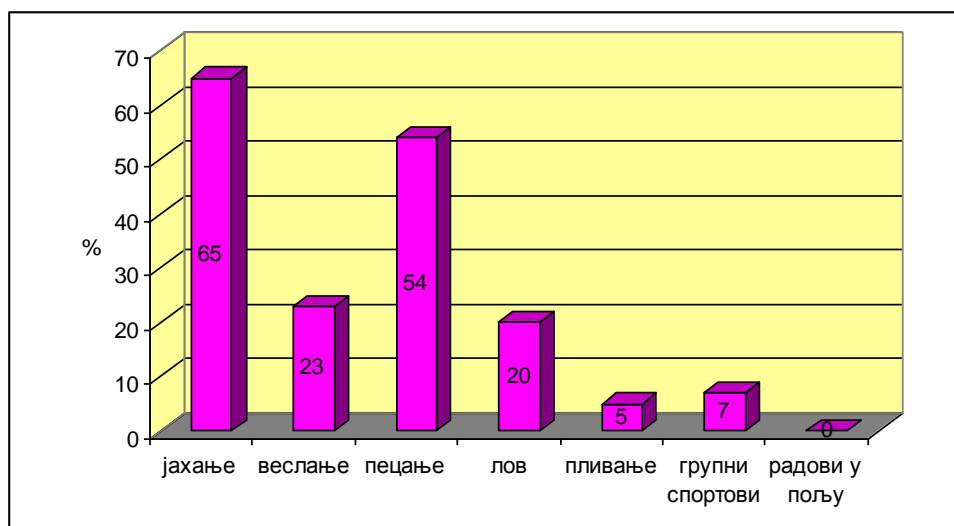
Вишу школу је имало свега 4%, а високу 7% испитаника. Из наведеног закључује да је образовна структура испитаника на незавидном нивоу, те се наметнуло питање у коликој мери ће испитаници бити свесни значаја туристичког развоја и колики је степен њихове информисаности о туризму уопште, као и о могућностима развоја селективних облика туризма у њиховом месту.

На питање да ли посећују манифестације које се одржавају у њиховим селима и околним местима, 73% испитаника је одговорило да радо посећује, а 27% да не посећује јер их такве манифестације не занимају. Манифестације које становништво Шајкашке најрадије посећује су "Сеоска олимпијада у Каћу", "Регата" у Тителу, Великогоспојински дани и "Златни котлић" у Тителу и "Жабалски дани" у Жабљу. Све набројане манифестације се организују у летњем периоду, па би могле бити интересантне и спортско-рекреативним туристима и излетницима, за које се очекује да би у сезони излетничко-рекреативних кретања најмасовније посећивали Шајкашку.



Графикон 22. Удео становништва које посећује манифестације  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

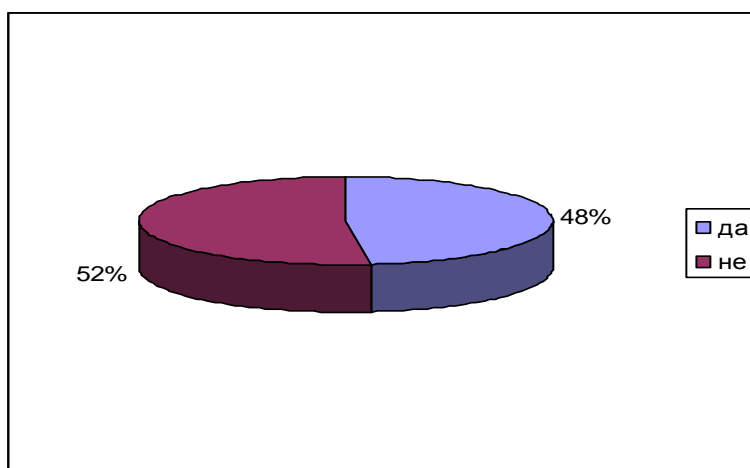
На питање бр. 6. коју спортско-рекреативну активност бисте препоручили туристима током боравка у вашем селу, локално становништво је углавном одговарало заокруживањем више понуђених одговора, а ниједан испитаник није дао свој предлог спортско-рекреативне активности. На графикону 23 приказане су спорско-рекреативне активности. Интересантно је да чак 65% испитаника сматра да би јахање било најинтересантније потенцијалним туристима. Из овога се може закључити да домицилно становништво везује туристичку понуду свога места за салаше и сеоска домаћинства. За пецање, као спортско-рекреативну активност која би могла бити интересантна туристима, одлучио се велики број анкетираних становника (54%) (важно је напоменути да је становништво заокруживало више одговора), па се уочава да становништво поседује знање о потенцијалима за развој риболовног туризма и богатству риболовних вода на овом простору. Затим следе веслање и лов, као активности које би такође могле бити занимљиве туристима. Веома је интересантно да мали удео локалног становништва препоручује групне спортове на излетиштима (7%) и пливање (5%). Одговор би се могао потражити у чињеници да становништво сматра да инфраструктура на излетиштима не би могла да задовољи захтеве туриста и да услови за купалишно рекреативни туризам нису на задовољавајућем нивоу ни за домицилно становништво, а нарочито за захтеве туристичке тражње.



Графикон 23. Спортско-рекреативне активности које би домицилно становништво препоручило туристима  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

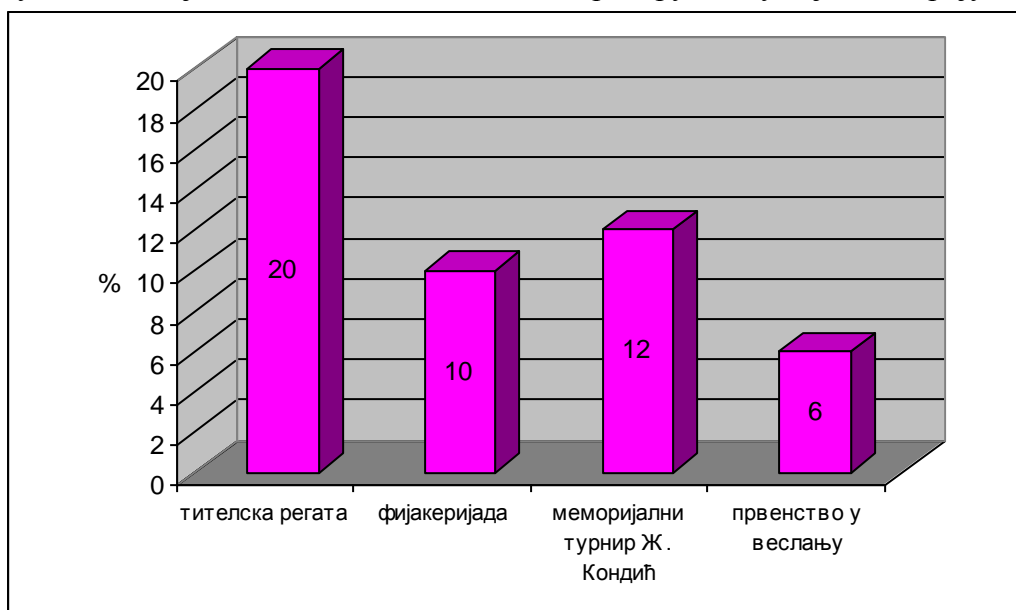
Ово није тачно и поготово је нејасно зашто становници Титела не би препоручили пливање и спортове на води туристима (веслање, возње чамцима, скутерима), јер у Тителу постоје одлични потенцијали за развој купалишно-рекреативног и наугичког туризма. Такође, ниједан испитаник не би препоручио туристима радове у пољу са локалним становништвом, што је потпуно несхватљиво. Из наведеног се може закључити да локално становништво није свесно личних вредности и потенцијала, као и да није упућено у жеље и потребе потенцијалних туриста за очуваном, аутохтоним вредностима и етнографским мотивима, те да је за даљи развој туризма посматраног простора неопходно извршити систематичну едукацију становништва.

Манифестације у свом селу и околним местима посећује чак 73% анкетираних локалног становништва, а свега 48% анкетираних би препоручило и туристима да посете манифестације. Долази се до закључка да 52% локалног становништва сматра да локалне манифестације не поседују атрактивност и интересантност која би могла да привуче пажњу туриста, већ да поседују карактер локалне привлачности.



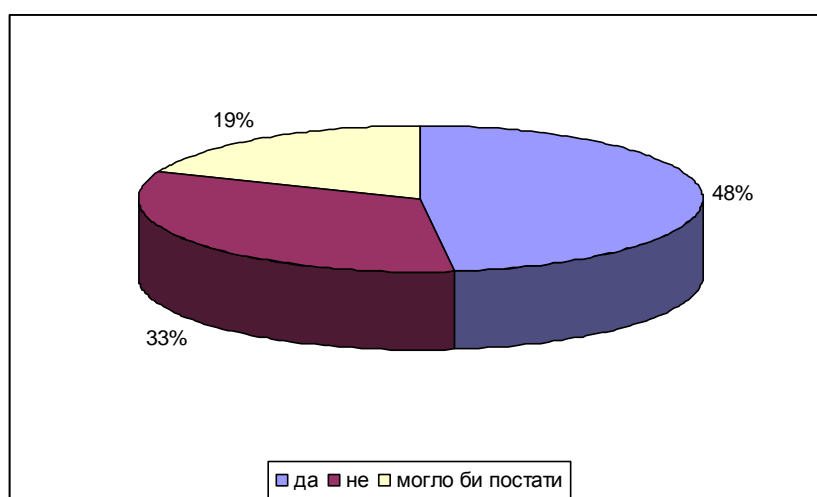
Графикон 24. Удео становништва које би препоручило туристима да посете неку од манифестација у Шајкашкој  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

На графикону 25. приказане су манифестације за које локално становништво сматра да би биле интересантне туристима. Највећи број становника се изјаснио да би туристи требали да посете и учествују у "Тителској регати" и да посете меморијални фудбалски турнир "Живко Кондић" у Каћу. Обе манифестације су већ познате у Србији и шире, па се може закључити да их је становништво због тога и препоручило у највећем броју.



Графикон 25. Спортско-рекреативне манифестације које локално становништво препоручује туристима да посете  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

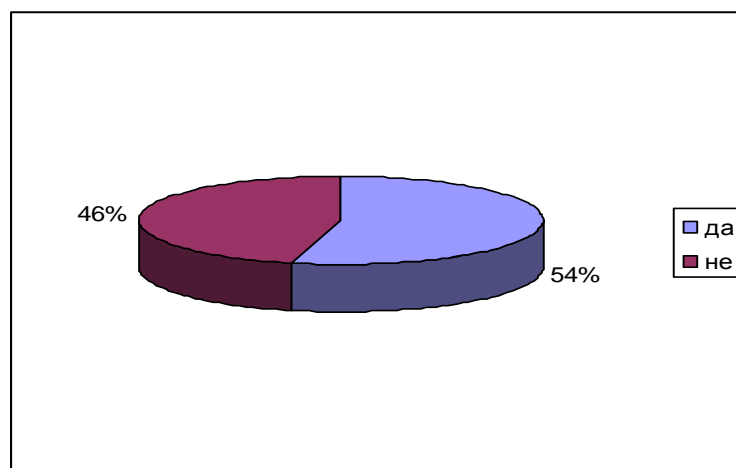
На питање да ли сматрате да је ваше насеље интересантно туристима, 48% испитаника је одговорило позитивно, 33% сматра да није интересантно а 19% сматра да би њихово насеље у будућности могло постати интересантно туристима. Као основне факторе унапређења туризма становништво је навело улагање у инфраструктуру и осмишљавање различитих програма, што наводи на закључак да становници имају слику о томе шта би у будућности требало предузети како би дошло до локалног туристичког развоја.



Графикон 26. Мишљење о привлачности села Шајкашке потенцијалним туристима  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

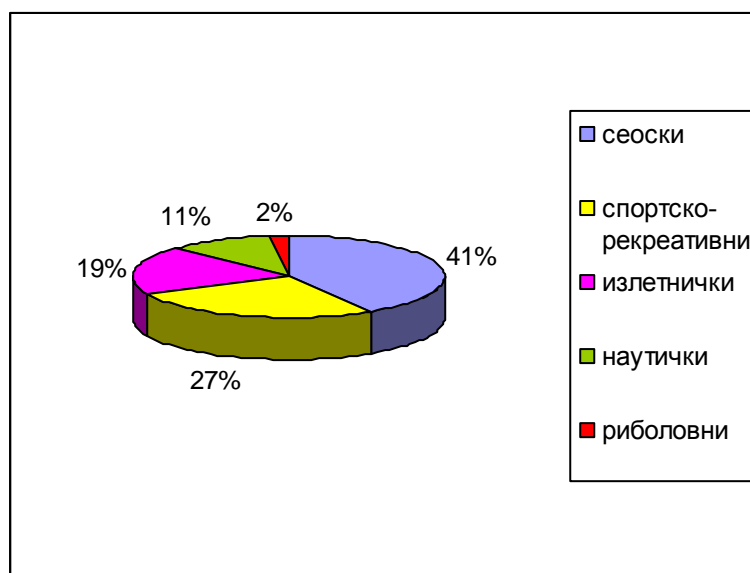
На питање да ли би учествовали са туристима у организованим активностима 54% испитаника је одговорило позитивно, а 46% не би учествовало.

Из наведеног се уочава да би више од половине испитаника било спремно на заједничке активности са туристима и на директан контакт, што свакако представља повољност и указује на прихватање туриста од стране становништва и локалне заједнице.



Графикон 27. Удео становништва које би учествовало у активностима са туристима  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

На питање за развој које врсте туризма у њиховом селу постоје навећи потенцијали, становништво је одговорило доста шаренолико. Ипак, највећи проценат становништва, 41%, се одлучио на сеоски туризам као врсту туристичког кретања која поседује најбоље могућности за развој.

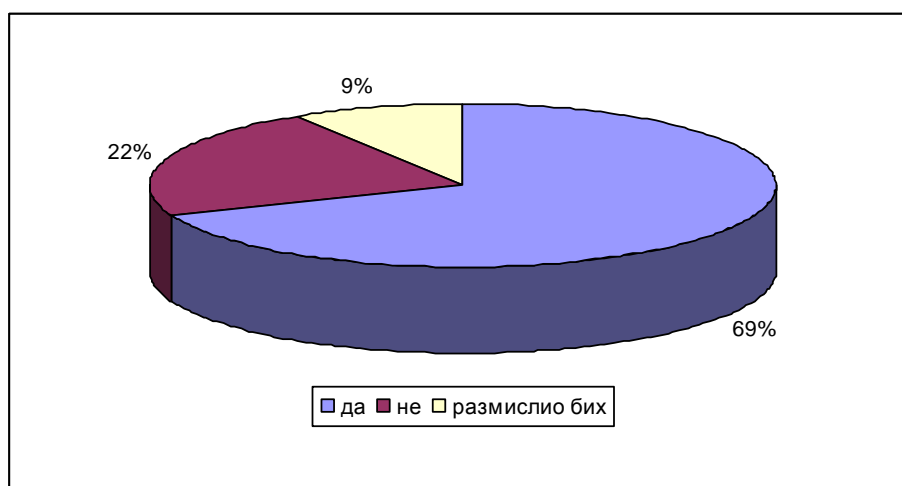


Графикон 28. Врсте туризма за које у Шајкашкој, по мишљењу локалног становништва, постоје најбољи потенцијали за развој  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

То говори у прилог чињеници да је становништво свесно да је сеоски туризам све више популаран на туристичком тржишту и да сматра да њихово село има шта да понуди потенцијалним туристима. За спортско-рекреативни туризам, као приоритетан облик



туризма у Шајкашкој је 27% испитаник, док се за излетнички туризам одлучило чак 19% анкетираних. Може се претпоставити да становништво излетнички туризам везује за краће боравке и стога чак 19% испитаника сматра да би туристима била интересантна једнодневна посета селима Шајкашке и да су управо због кратког боравка дали предност излетничком туризму у односу на друге врсте туризма. Са становишта одличних природних потенцијала за развој наутичког туризма, необјашњиво је зашто је свега 11% становништва заокружило овај облик туризма, иако би он у будућности могао постати један од приоритетних туристичких облика. За едукативни туризам се нико није одлучио, претпоставља се због чињенице да локално становништво није свесно постојања и значаја заштићених природних подручја и археолошких налазишта на овом простору. Риболовни туризам, као приоритетни облик туризма, предложило је 2% испитаника, док нико није навео ловни туризам, што је, такође. Из наведеног се закључује да становништво има магловите представе о могућим облицима туризма и да није свесно природних потенцијала и могућности за развој разних видова туристичких кретања, што још једном подсећа на неопходност едукације на локалном нивоу.

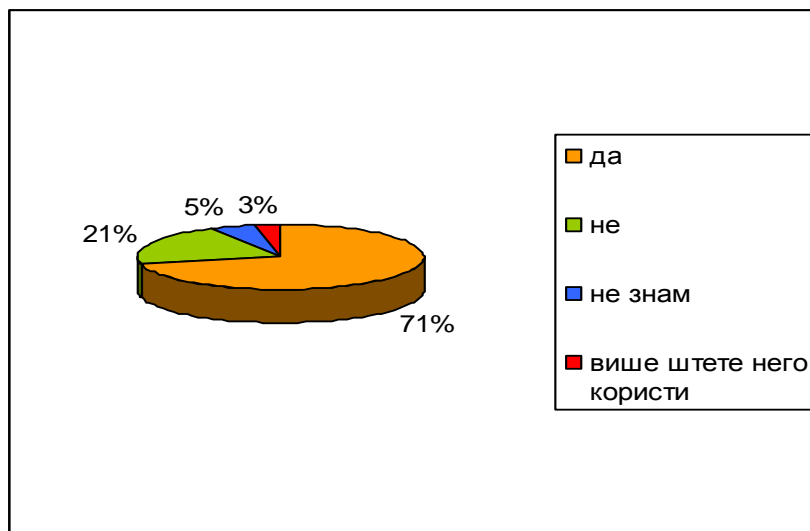


Графикон 29. Мишљење локалног становништва о укључивању у програм туристичке едукације  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

На питање да ли би се укључили у програм туристичке едукације становништва, анкетирани су одговорили на следећи начин: 69% становништва је одговорило да би се укључило у програм едукације, што представља заиста велики удео и говори да је становништво жељно промена и туристичког развоја и напретка локалне заједнице. Негативно је одговорило 22% анкетираног становништва, а 9% се изјаснило да би размислило о томе. Из наведеног се закључује да је становништво отворено за сарадњу и да је велики удео становништва изразио жељу за укључивањем у програме туристичке едукације о значају и развоју туризма локалне заједнице.

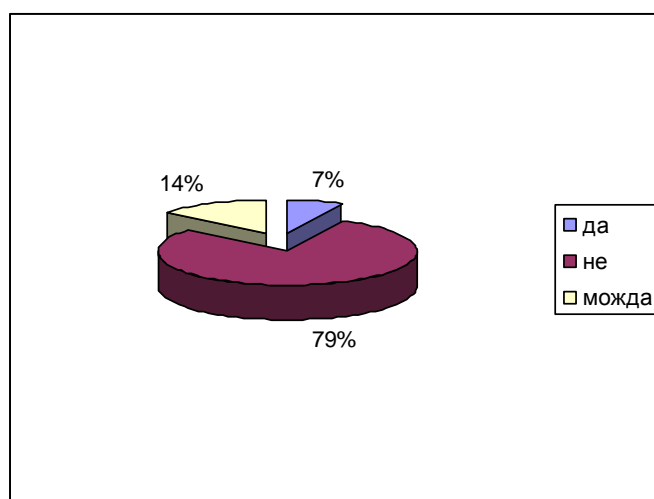
Приликом планирања развоја туризма одређене дестинације веома је важно мишљење локалног становништва о томе да ли би локална заједница имала користи од туристичког развоја и да ли би та корист могла да надомести изгубљени мир, као и у коликој мери је становништво спремно на свакодневни уплив туриста у своје окружење. На питање да ли сматрају да би локална заједница имала користи од развоја туризма 71% анкетираних становника је одговорило позитивно, 21% сматра да локална заједница не би имала користи од развоја туризма, 3% сматра да би село имало више штете него користи од локалног туристичког развоја, а 5% је одговорило да не зна (Графикон 30). Може се приметити да је удео становништва које сматра да би село имало користи од развоја

туризма (71%) слично уделу становништва које би се укључило у програм туристичке едукације (69%), па се закључује да велики удео становништва има позитиван став према развоју туризма у локалној заједници и директном укључивању у програме туристичке едукације, што представља један од најрелевантнијих предуслова за планирање даљег развоја туризма на простору Шајкашке.



Графикон 30. Мишљење локалног становништва о томе да ли би село имало користи од развоја туризма  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

На самом крају анкете, локалном становништву је постављено конкретно питање: *Уколико би држава понудила помоћ за оспособљавање домаћинстава за прихват и угошћавање туриста у селу, да ли бисте прихватили овакву врсту помоћи и одлучили да се бавите туризмом?*



Графикон 31. Мишљење становништва о прихватању помоћи државе за оспособљавање домаћинстава за прихват туриста  
(Извор: Ковачевић, Плавша, 2011)

Анкетирани су доста размишљали пре коначног одговарања на постављено питање (велики број анкета је обрађен телефонским путем), из чега се може закључити да су га веома озбиљно схватили. Нажалост, свега 7% становника одговорило је да би прихватило

помоћ државе и одлучило се да оспособи своје домаћинство за прихват туриста, 79% анкетираних не би прихватило помоћ јер не жели да оспособи своје домаћинство за прихват туриста, а 14% би можда прихватило. Становништво које је одговорило да би можда прихватило помоћ државе, углавном је наводило да би одлука у великој мери зависила од услова и висине помоћи као и врсте стимулације. Из анализе одговора на последње постављено питање дошло се до закључка да се становништво које је одговорило да би прихватило помоћ државе (7% анкетираних) углавном већ бави угоститељством и схвата да локална заједница може имати значајне користи од развоја и унапређења туризма. Становништво које би можда прихватило помоћ државе за оспособљавање домаћинстава у туристичке сврхе врло је озбиљно схватило питање и удубило се у проблематику, те се закључује да би се уз адекватну подршку државе знатан удео становништва из ове групе определио за прихватање помоћи и одлучио да се бави туризмом.

Анализа и обрада анкета, која у потпуности има истраживачки карактер, доприноси очигледности и репрезентативности самих резултата и на тој основи даје конкретне закључке, предлоге и смернице о ставовима локалног становништва о креирању туристичке понуде Шајкашке. Из анализе резултата анкетног истраживања донети су важни и конкретни закључци који би могли бити од велике помоћи за даље планирање развоја туризма у Шајкашкој.

## ЗАКЉУЧАК

Шајкашка је географски субрегион у Србији. То је југоисточни део Бачке, који се налази у средишњем делу Аутономне Покрајине Војводине. Представља туристичко-географски сложен и занимљив простор. Изузетно повољан туристичко-географски положај и близина великих градских емитивних центара (Београда, Новог Сада и Зрењанина), представљају погодност за развој туризма.

У докторској дисертацији Туризам Шајкашке анализирано је тренутно стање туризма Шајкашке и ефекти досадашњег развоја, садржани у природним и антропогеним вредностима, као и у комуникативним и рецептивним факторима туристичке понуде; Дефинисани су кључни туристички ресурси и приоритетни облици туризма, а све у циљу формирања интегралног туристичког производа и повећања препознатљивости Шајкашке као дестинације на туристичком тржишту. Докторска дисертација обухватила је изучавање потенцијала да би се извршило њихово оцењивање, односно туристичка валоризација, и да би се овај простор приближио и презентовао потенцијалним туристима. Дошло се до закључка да прецизно дефинисана и одређена структура туристичког производа и туристичке понуде Шајкашке представља темељ туристичког развоја који омогућава одређивање оптималне стратегије развоја туризма Шајкашке. Истраживања која су урађена у оквиру дисертације уважавала су специфичне интересе сваког појединачног локалитета као уже дестинације, са посебним освртом на хетерогеност расположивих туристичких ресурса и атракција. Пошло се од уважавања свих релевантних основа, на начин да се туристички производ туристичке дестинације Шајкашке обликовао уз уважавање хијерархије циљева, а у развојном моделу ова дестинација сагледала у јединственом и непоновљивом споју могућности које нуди њена околина. Предмет дисертације је била и анализа окружења и свих фактора релевантних за управљање туризмом на овом простору. С обзиром да Шајкашка поседује изобиље природних и антропогених атрактивности, може се рећи да постоје тенденције позитивног развоја туризма, али само уз стриктну и правилно вођену политику управљања.

Полазна тачка истраживања била је општа хипотеза да туризам може допринети комплетном економском развоју, подизању стандарда и квалитета живота локалног становништва Шајкашке. Услов је да се на новим, научно утемељеним и у пракси доказаним сазнањима, постави такав модел развоја, који ће да осигура да се Шајкашка позиционира као препознатљива и привлачна туристичка дестинација.

Теренским истраживањем и анализом природних вредности за развој туризма дошло се до сазнања да се Шајкашка одликује веома атрактивним природним вредностима, које представљају одличне потенцијале за развој туризма. Специфичан рељеф, повољне климатске карактеристике, богатство хидрографских вредности и очувани природни простори са разноврсном флором и фауном представљају одличну основу за развој различитих облика туризма (наутички туризам, еко-туризам, ловни и риболовни туризам, спортско-рекреативни туризам, судукативни и излетички туризам).

Са друге стране, простор Шајкашке је са културног аспекта веома интересантан и разноврстан и одликује га шаренило различитих култура које су постојале или још увек постоје на простору Војводине. Историјска збивања условила су данашњу етничку шареноликост становништва. Свака од етничких група стварала је своју специфичну културу, етнички колорит, фолклор, игру, занате и обичаје и дала свој допринос културним вредностима овог краја. Посебну туристичку атрактивност имају појединачни објекти традиционалне архитектуре и културно-историјски споменици, очуване амбијенталне целине као и појединине манифестације, који представљају одличну основу за развој различитих облика културног туризма (религијски, културно-историјски, путевима знаменитих личности), сеоског, салашарског и манифестационог туризма. Свако од насеља Шајкашке поседује значајан број културно-историјских вредности, које су

недовољно туристички валоризоване, а које би уз адекватну туристичку презентацију могле постати чак и туристичке атракције.

Анализом рецептивних капацитета за развој туризма у Шајкашкој дошло се до закључка да су смештајно-угоститељски објекти који послују на овом простору углавном у функцији пансиона. Приметно је да нису распоређени по територији целе Шајкашке, већ су сконцентрисани највећим делом на насеља Тител, Жабалъ и Каћ. Квалитет објеката може да задовољи тренутну туристичку посету, али развој туризма захтеваће и повећање угоститељских капацитета као и проширење асортимана услуга. Али свакако треба напомену позитивну тенденцију у изградњи смештајних капацитета у Шајкашкој у последњих осам година. Ако се упореди капацитет рецептивне основе Шајкашке према подацима из 2013. године (382 лежаја) са подацима из 2005. године (227 лежаја) долази се до закључка да се капацитет рецептивне основе Шајкашке у поменутом периоду увећао за 155 лежаја или чак 68,2%. Без обзира на поменуто, у Шајкашкој се уочава потреба за проширењем смештајних капацитета, поготово на салашима и у сеоским домаћинствима. Уједно, постоји проблем на нивоу целе Шајкашке са нереализованом категоризацијом приватног смештаја, из које произилази проблем пружања услуга која могу бити на незадовољавајућем нивоу. Још један велики проблем је недоступност података о промету туриста и испуњености смештајних капацитета у Шајкашкој. Постоје подаци само за промет туриста у последње две године у општини Жабалъ (за преноћиште Гранд, Дебели лад и мотел Одисеја), и подаци о промету у општини Тител (хотел Тиса), те то представља једно од кључних ограничења у овом истраживању. Са друге стране, објекти за исхрану и пиће показују нешто већу разноврсност (према типовима објеката), као и бројност, што је у складу са потребним односом угоститељских смештајних и објеката за исхрану и пиће. У Шајкашкој постоји потреба за проширењем угоститељских капацитета за исхрану у ресторатерским објектима (пре свега на салашима). Изградња еко бунгалова или туристичког насеља задовољила би потребе спортских екипа, ђачких екскурзија и сличних група туриста.

Проучавање материјалне базе развоја туризма Шајкашке, садржане у анализи саобраћајних услова, постојећих рецептивних капацитета, угоститељских објеката за пружање услуга хране и пића, излетишта, купалишта и спортско-рекреативних терена, указало је на битне недостатке, које је у будућем развоју неопходно отклонити. Недостаци се односе пре свега на незадовољавајућу и застарелу структуру укупних смештајних капацитета, с изузетно високим учешћем комплементарних угоститељских објеката за смештај, као и незадовољавајућу презентацију постојећих рецептивних капацитета (лоше интернет презентације, лош или никакав маркетинг, недовољна сарадња са туристичким агенцијама). Велики недостатак је лош асфалт на локалним саобраћајницама, незадовољавајућа приступачност појединим деловима Шајкашке (посебно лош квалитет друмских саобраћајница код Мошорина и Лока), непостојање уређених пешачких и бициклистичких стаза. Проблем представљају и недовољно уређена купалишта и излетишта, мали број паркинг места на излетиштима и купалиштима, непостојање базена, и неусклађеност цена и квалитета у делу понуде.

Анализом природних и друштвених атрактивности, материјалне базе неопходне за развој туризма и садашњег стања развоја селективних облика туризма Шајкашке са сигурношћу се може констатовати да Шајкашка може одмах или релативно брзо оформити конкурентно задовољавајући ниво у вези са следећим туристичким производима: наутички, излетнички, сеоски и салашарски, спортско-рекреативни, ловни и риболовни туризам. Вредновање тржишног потенцијала постојећих туристичких производа, али и туристичких производа за које постоји добра ресурсна основа, представља први и основни корак у формирању жељеног скупа туристичких производа Шајкашке. Не очекује се да Шајкашка одмах, односно истом динамиком може да развије и успешно комерцијализује све туристичке производе. Препознати су они који уз најмањи

напор могу да дају најбоље ефекте у што је могуће краћем року. Анализом се дошло до закључка који су облици туризма Шајкашке са високим приоритетом: то су наутички, излетнички, едукативни, научно-истраживачки и туризам специјалних интереса (ловни, риболовни, рекреативни...) Наутички, салашарски (рурални), ловни и излетнички туризам (излетничко-рекреативни и едукативно-излетнички) би у првом реду требали да имају функцију својеврсних покретача развоја, што значи да би се ефекти њиховог брзог и успешног комерцијализовања постепено ширили и на друге, инвестиционо и технолошки захтевније туристичке производе. Из тога произилази закључак да не треба чекати са развојем осталих селективних облика туризма, које је теже развити и комерцијализовати. Напротив, ако се одмах не започне њихов развој убрзо би нестали најбољи ефекти и не би дошло до постепеног ширења постигнутих позитивних резултата у друге производе туристичког сектора. Примена горе изложеног развојног концепта бележи директне утицаје и на локални аспект развоја туризма у Шајкашкој. Наиме, најбрже би се туристички развијала насеља са највећим потенцијалима за развој и комерцијализацију оних производа који уз најмањи напор могу да дају најбоље ефекте у што је могуће краћем року, а то су Тител, Жабал и Каћ. Наведена насеља се одликују најатрактивнијим потенцијалима за развој приоритетних туристичких производа, а уједно је и садашње стање развоја туризма најбоље оцењено у наведеним насељима. Као и у случају производа, насеља би имала улогу покретача туристичког развоја целе Шајкашке области, при чему би се позитивни ефекти оствареног туристичког промета у ова три насеља све више ширили и отвараали развојни простор насељима која данас објективно имају мање шансе за брзо комерцијализовање својих производа или слабије изграђену инфраструктуру.

Посебна пажња у раду посвећена је истраживању туристичког тржишта. Циљ истраживања туристичке тражње био је детерминисање циљних тржишних сегмената и одређивање профила потрошача који припадају циљним сегментима, док су на страни туристичке понуде истражени ставови локалног становништва као интегралног фактора за развој туризма и креирање туристичке понуде Шајкашке.

У циљу истраживања туристичке тражње, као примарно истраживање, спроведено је анкетно истраживање у Новом Саду и Зрењанину, као најближим емитивним центрима и приоритетним туристичким тржиштима Шајкашке. Секундарно истраживање је обухватило коришћење различитих савремених литературних извора везаних за туризам и карактеристике туристичке тражње, као и додатне анализе које су вршене статистичким, дескриптивним и компаративним методом.

Из анализе резултата анкетног истраживања донети су важни и конкретни закључци који би могли бити од велике помоћи за даље планирање развоја туризма у Шајкашкој. Што се тиче полне структуре, запажа се да је у узорку од 322 испитаника нешто више мушке популације (53,4%) у односу на женску (46,3%), али се узорак ипак може сматрати довољно уједначеним по овој варијабли. За потребе анализирања старосне структуре, испитаници су подељени у шест група. Закључује се да чак 86,9% испитаника припада старосној групи 18-45 година. На основу ранијих истраживања закључено је да се из ове старосне групе очекује највећи број потенцијалних туриста којима је неопходна рекреација у природном окружењу, квалитативно различитом од урбаних градских центара (Ковачевић, Плавша 2011), па се констатује да је узорак у довољној мери репрезентативан. Анализирајући образовну структуру узорка уочава се да је највише факултетски образованих испитаника, они чине 47,5% узорка, затим испитаника са средњом школом 21,1 %. Вишу школу има 15, 2 % испитаника док 15,5 % испитаника носе титулу магистра или доктора наука. Из наведеног се закључује да је највише високо образованих испитаника (63%). Узимајући у обзир чињеницу да је у питању електронско анкетно истраживање, не чуди највиши удео високо образованих испитаника. Иако образовна структура узорка није разноврсна, сматра се да је узорак репрезентативан, јер је

на основу ранијих истраживања туристичке тражње везане за Шајкашку (Ковачевић, Плавша, 2011) закључено да су управо високо образовани испитаници тржишни сегмент који је у највећој мери заинтересован за туристичке производе које нуди Шајкашка.

Што се тиче радног статуса, највећи проценат испитаника је у радном односу, њих око 69%, а управо је запосленом становништву најпотребнији одмор и рекреација у природном окружењу.

Други део анкетног истраживања односио се на истраживање туристичких навика потенцијалних туриста и њихове ставове о појединим облицима туризма и кретањима на туристичком тржишту. Испитаници су одговарали на питање коју врсту туристичких путовања најчешће преферирају. Чак 50% испитаника је одговорило да је то приморски туризам, односно одмор на мору, док 28% преферира градски туризам. За истраживање је било релевантно одредити колико испитаника преферира активне одморе у природном окружењу, а то је 6% испитаника, док је за 3% испитаника једнодневни излет доминантан облик туристичких кретања. Следећи корак је био анализирати за које облике туризма испитаници мисле да ће бити доминантни у будућности. Анализом се дошло до закључка да испитаници сматрају да ће одрживи облици туризма највише привлачити туристичку тражњу, те се претпоставља да су испитаници свесни значаја заштите животне средине и примене принципа одрживог развоја у будућем туристичком развоју, те да би могли да исажу интересовање за етно-еко туризам и препознају значај заштићених природних добара у Шајкашкој.

Као што је већ писано, излетничко- рекреативни и спортско-рекреативни туризам имају велике потенцијале и високе приоритете за развој у Шајкашкој. Да би се створила конкретнија слика о томе на које спортско-рекреативне активности треба ставити акценат приликом планирања развоја туризма у Шајкашкој, у анкети је истражено у којим спортско-рекреативним активностима туристи најрадије учествују на свом одмору. Анализом се дошло до закључка да су пешачење и јахање активности на које би требало ставити акценат приликом планирања развоја спортско-рекреативног туризма Шајкашке. Изненадио је знатан удео анкетираних који је навео јахање као спортско-рекреативну активност коју би волео да упражњава на одмору и то говори о туристима који већ имају искуства са руралним окружењем и активним одмором. За развој јачачког спорта и организовање одмора са јахањем и школа јахања у Шајкашкој постоје одлични потенцијали, па се закључује да би се приликом планирања стратегије развоја спортско-рекреативног туризма на овом простору јахање требало уврстити међу водеће спортско-рекреативне активности. С обзиром да Шајкашка има насеља углавном руралног типа која имају потенцијале за развој руралног туризма и да се руралне површине могу искористити за развој рекреативног и излетничког туризма, испитаницима је постављено питање да ли су некада били на одмору на селу. Анализа резултата указује да је 74% испитаника већ било на одмору на селу, а више од половине испитаника планира да неки од својих следећих одмора проведе у сеоском окружењу. Истраживањем се дошло до закључка да се испитаници скоро у потпуности слажу са тврдњама да активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса као и да су излетничко-рекреативне зоне значајне за рекреирање градског становништва, што је веома важно за планирање развоја туризма Шајкашке.

Трећи део анкетног упитника односио се на информисаност испитаника о Шајкашкој области, посећености појединих насеља и атрактивних локалитета са овог простора као и о оцени појединих елемената Шајкашке као туристичке дестинације.

Из резултата анкетног истраживања закључује се да је 228 испитаника (71%) чуло за Шајкашку, док 94 испитаника, односно 29% није чуло за Шајкашку област. Од испитаника који нису чули за Шајкашку највише је најмлађих испитаника, старости од 18 до 25 година, за које се претпоставља да ће бити и најмање заинтересовани за Шајкашку као туристичку дестинацију. Било је релевантно истражити у којим насељима су били испитаници. Највише испитаника, (167, односно око 51%) посетило Жабаљ; Тител је

посетило 159 испитаника, око 49% , док је у Каћу било око 42% испитаника. Може се уочити да је наведена три насеља посетило неупоредиво више испитаника у односу на остала насеља Шајкашке, што је и било за очекивати јер се ради о општинским центрима (Тител, Жабља) и великим насељима у Шајкашкој. Изненађујуће је колико мало испитаника је посетило мања насеља Шајкашке, те се закључује да за становнике Зрењанина и Новог Сада она немају туристичку привлачност.

Приликом истраживања разлога посете насељима Шајкашке дошло се до закључка да је основни разлог посете насељима Шајкашке, за највећи број испитаника (47%), посета родбини и пријатељима, чиме је потврђена хипотеза 8. Из наведеног се закључује да је предност Шајкашке што се налази у непосредној близини великих емитивних центара из којих становништво у насељима Шајкашке има доста родбине и пријатеља, али и да је неопходно укључити то становништво у туристичке токове и понудити им квалитетне туристичке производе, пре свега излетничко-рекреативни и салашарски туризам.

Циљ је био истражити која од атрактивности Шајкашке је најпосећенија, као и која има највиши степен атрактивности и привлачности. Међу наведеним локалитетима које су оцењивали испитаници налазе се заштићена природна подручја, излетнички локалитети, атрактивни угоститељски капацитети као и културно-историјске вредности. Истраживање је указало да је најпосећенији локалитет је у Шајкашкој Тителски брег, који је посетио 131 испитаник, односно око 40% испитаника, потом следи "Салаш 84" на којем је било 130 испитаника, па манастир Ковиљ, са 127 посетилаца. Најслабије посећени локалитети су археолошко нлазиште "Калварија" коју је посетило 35 испитаника, односно око 11%, а затим родна кућа Милеве Марић Ајнштајн (48 испитаника) и родна кућа Лазе Костића (55 испитаника). Изненађујући резултат је да је етно кућу "Богојевић" у Тителу посетило свега 56 испитаника, те она представља један од слабије посећених локалитета, а уједно и најслабије посећен угоститељски објекат.

Што се тиче процене туристичке атрактивности и привлачности неведених локалитета највишу просечну оцену има манастир Ковиљ ( $M = 4,18$ ) потом следи "Салаш 84", па "Голф Центар" код Жабља. Овим је потврђена хипотеза 12, која гласи да Више од половине испитаника који су посетили Шајкашку сматра да највиши степен туристичке атрактивности, од друштвених атрактивности у Шајкашкој, има манастир Ковиљ. Што се тиче природних добара највиши степен атрактивности, по мишљењу испитаника, има Тителски брег ( $M = 3,5$ ) те је овим потврђена хипотеза 13.

Важно је било истражити како испитаници који су били у Шајкашкој, односно који су посетили бар једно од насеља Шајкашке, оцењују одређене елементе (атрибуте) Шајкашке као туристичке дестинације. Циљ је био добити информацију о томе који елемент Шајкашке представља најјачу, а који најслабију карикну и искористити добијене резултате у будућем стратешком планирању развоја Шајкашке. Анализом резултата закључује се да највише вредности имају атрибути гастрономија, атрактивност вода и мултикултурална средина. Ако се у обзир узме чињеница да се атрибути гастрономија и мултикултурална средина могу односити на целу Војводину, и да су испитаници то узимали у обзир приликом оцењивања наведених елемената, што је било и очекивано с обзиром да је Војводина заједница више етничких група које карактерише очувана традиција и богата и разноврсна гастрономска понуда, долази се до закључка да су ова два атрибута јаке тачке целе Војводине али и Шајкашке као југоисточног дела Бачке, и да представљају примарну конкурентну предност.

Атрибут атрактивност вода (Дунава, Тисе и Јегричке) оцењен је веома високом просечном оценом ( $M = 3,93$ ). Највише испитаника је атрактивност вода Шајкашке оценило оценом 5 (мод је 5), те се закључује да је у будућем туристичком развоју Шајкашке акценат потребно ставити на афирмацију и валоризацију вода.



Из наведеног се закључује да је порушена хипотеза *Хипотеза 14.* која гласи да су најснажнији елемент Шајкашке као туристичке дестинације, по мишљењу посетилаца, заштићена природна добра, као и да је порушена хипотеза 16.

Најниже просечне оцене испитаници су дали атрибутима туристичка сигнализација и расположивост рецептивних капацитета, а изненађујуће слабо су оцењене и манифестације и догађаји високог степена атрактивности. Из наведеног се закључује да посетиоци сматрају да овај сегмент туристичке понуде Шајкашке не поседује елементе високе туристичке привлачности, што је био изненађујући резултат.

Под материјалном основом Шајкашке подразумевају се атрибути саобраћајна повезаност и доступност, расположивост рецептивних капацитета и туристичка сигнализација, који су укупно оцењени са просечном оценом 2,77, те се закључује да је овим потврђена хипотеза 15.

У циљу доказивања (оповргавања) постављених хипотеза у истраживању коришћени су Хи квадрат тест, Т-тестови и Пирсонов коефицијент линеарне корелације.

Било је релевантно истражити да ли постоји статистички значајна разлика у односу на старосну доб испитаника, а све у циљу одређивања тржишног сегмента на који треба усмерити промотивне активности и прилагодити стратегију развоја туризма Шајкашке. Разлика у плановима испитаника да неки од својих следећих одмора проведу у сеоском окружењу, у зависности од старости, проверена је хи-квадрат тестом, који није показао статистички значајну разлику у фреквенцијама одговора испитаника, чиме се хипотеза 2а одбацује. На основу добијених резултата може се уочити да не постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника да неки од својих следећих одмора проведу у сеоском окружењу, у зависности од образовног нивоа, чиме се одбацује и хипотеза 2б.

Повезаност старости и образовног нивоа испитаника са њиховом сагласности са тврдњом да активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса проверена је Пирсоновим коефицијентом линеарне корелације. Добијени коефицијенти корелације су статистички значајни, на нивоу 0.01 и нижег интензитета и позитивног предзнака. Пирсонов коефицијент корелације је код детерминанте степен образовања  $r = 0.256$ , а код детерминанте старосна доб  $r = 0.295$ . Овакав резултат значи да што су испитаници старији и образованији то показују већу сагласност са тврдњом да активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса. На основу добијеног резултата закључује се да се хипотезе 4а и 4б прихватају, односно да постоје статистички значајне разлике у слагањима испитаника са тврдњом да активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса у зависности од старости испитаника и њиховог образовања. Повезаност старости и образовног нивоа испитаника са њиховом сагласности са тврдњом да су рурални простори Војводине атрактивни и привлачни градском становништву за одмор и рекреацију проверена је Пирсоновим коефицијентом линеарне корелације. Истраживање је указало на то да да што су испитаници старији то показују већу сагласност са тврдњом да су рурални простори Војводине атрактивни и привлачни градском становништву за одмор и рекреацију. На основу добијеног резултата може се закључити да се хипотеза ба (која гласи да постоји статистички значајна разлика у слагањима испитаника са тврдњом да су рурални простори Војводине атрактивни градском становништву за одмор и рекреацију у зависности од старости испитаника) прихвата, а хипотеза б б одбацује (постоји статистички значајна разлика у слагањима испитаника са тврдњом да су рурални простори Војводине атрактивни градском становништву за одмор и рекреацију у зависности од од образовања испитаника).

Када је у питању старост испитаника, добијени су статистички значајни коефицијенти корелације са ставовима о очуваности природних вредности, атрактивностима вода (Тиса, Јегричка, Дунав) и могућности за спортско-рекреативне активности на води. Сви коефицијенти корелације су нижег интензитета и позитивног предзнака, што значи да што су испитаници старији то оцењују наведене елементе као боље. Резултати су јасни за

детерминанте очуване природне вредности и атрактивност вода, јер се очекивало да ће старији испитаници боље оцењивати ове елементе Шајкашке као туристичке дестинације, јер су свеснији значаја природних вредности као кључних атрибута за развој туризма. Изненађујући су резултати који се односе на детерминанту могућности за организовање спортско-рекреативних активности на води, коју су старији испитаници боље оцењивали него млађи. То говори у прилог чињеници да су старији испитаници свеснији потребе за туристичком валоризацијом вода Шајкашке и развоја наутичког туризма. Из наведеног се закључује да се хипотеза 17 прихвата.

Што се тиче степена образовне структуре испитаника, добијени резултати показују да не постоји статистички значајна повезаност степена образовања и ставова о елементима Шајкашке области, као туристичке дестинације, чиме се хипотеза 18 одбацује.

Разлика у ставовима испитаника о елементима Шајкашке области, као туристичке дестинације, у зависности од места становања, проверена је Т-тестом за независне узорке у коме је групишућа варијабла била место становања, а скуп зависних варијабли су чинили одговори на питања о елементима Шајкашке као туристичке дестинације.

На основу добијених резултата закључује се да испитаници из Новог Сада у просеку, боље оцењују следеће елементе: Туристичко географски положај, Саобраћајна повезаност и доступност, Лепота пејзажа, Мултикултурална средина, Манифестације и догађаји високог степена атрактивности, Атрактивност салаша и Туристичка сигнализација.

Испитаници из Зрењанина у просеку, боље оцењују следеће елементе: Очуване природне вредности, Атрактивност вода (Тиса, Јегричка, Дунав), Могућности за спортско-рекреативне активности у природи и Могућност за спортско-рекреативне активности на води. Из наведеног се закључује да су разлике у аритметичким срединама испитаника из Новог Сада у односу на испитанике из Зрењанина релативно мале, али је било неопходно применити Т-тест да би се одредило код којих атрибута постоје статистички значајне разлике. Резултати Т-тестова показују да су од свих наведених разлика у аритметичким срединама процене појединих елемената Шајкашке као туристичке дестинације статистички значајне разлике добијене код два атрибута: у процени саобраћајне повезаности и доступности ( $t = 2.802$ ,  $p = 0.006$ ) и туристичкој сигнализацији ( $t = 2.244$ ,  $p = 0.026$ ). Оба наведена атрибута Новосађани у просеку боље оцењују од становника Зрењанина. Требало би нагласити да одржавање друмских саобраћајница од Новог Сада до Жабља спада у надлежност општине Нови Сад а од Жабља према Зрењанину путеве одржавају општине Жабал и Зрењанин, те су саобраћајнице у делу општине Нови Сад заиста у бољем стању у односу на путеве чије је одржавање у надлежности општине Зрењанин и Жабал, те је реално што становници Новог Сада боље оцењују саобраћајну повезаност и доступност од становника Зрењанина. Из свега се закључује да статистички значајне разлике у ставовима испитаника о просечним оценама елемената Шајкашке као туристичке дестинације у зависности од места становања испитаника постоје по основу само два атрибута (саобраћајна повезаност и доступност и туристичка сигнализација).

Анализа и обрада анкета, која у потпуности има истраживачки карактер, доприноси очигледности и репрезентативности самих резултата и на тој основи даје конкретне закључке, предлоге и смернице о преференцијама потенцијалних туриста. Из анализе резултата анкетног истраживања донети су важни и конкретни закључци, од којих се многи косе са претходно постављеним хипотезама, те се закључује да би могли бити од велике помоћи за даље планирање и усмеравање развоја туризма у Шајкашкој.

Да би се схватио однос становника Шајкашке према туризму, погледи и ставови у вези развоја туризма у њиховим местима и "продора" туриста у њихово свакодневно окружење, урађено је анкетно истраживање у насељима Шајкашке.

Иако становништво има доста магловите представе о развоју туризма и још увек не познаје путеве и конкретне начине за искоришћавање туризма у сврху личне добити као и добити на нивоу локалне заједнице, могло се приметити да постоји жеља за сарадњом и

позитиван став према туристима и локалном туристичком развоју. Основни проблем може представљати недовољна самоувереност у личне вредности и лепоте сеоских амбијенталних целина као и непознавање природних потенцијала који пружају могућности за развој различитих видова спортско-рекреативних туристичких кретања. Локално становништво није свесно колико очувана, аутохтона природа и сеоски амбијент могу бити интересантни урбаном становништву жељном рекреације у срединама квалитативно различитим од градских центара. Такође, велика замерка је што становништво није свесно значаја пловног пута (нарочито становништво Титела) и могућности искоришћавања разноврсних водених површина у наутичке сврхе. Из анкете се може закључити да локално становништво Шајкашке радо посећује локалне манифестације, али се повлачи и страхује пред презентацијом истих тих манифестација потенцијалним туристима, а разлог поново лежи у недовољној самоуверености и непознавању личних потенцијала. Веома је позитивно и важно што се велики удео становништва изјаснио да би се укључио у програм туристичке едукације. Све наведене препреке и непознанице се лако могу отклонити организовањем систематичне едукације становништва на општинским нивоима, кроз коју би се пробудила свест становништва о значају локалних вредности и личних потенцијала и конкретно представиле активности у којима би локално становништво могло да учествује и посредује у туристичком развоју. Данашње становништво треба да задржи аутентичне елементе средине из којих потиче као и да негује максимално отворен, конструктиван међусобни однос. Али треба, такође, да негује и однос према раду и одмору, какав су староседеоци имали, јер је он имао универзално, цивилизацијско значење и вредност, а све оно што је вредно и атрактивно треба очувати. Такође, треба створити нове атракције везане за спорт и рекреацију (параглајдинг, падобранство, парасејлинг), нове атракције везане за историјска дешавања, митове и легенде (вожње старим Шајкама, освајачки походи шајкашког батаљона, легенда о Атили Хунском), а све у духу и специфичности дестинације. Окосница креирања нових атракција би могли бити радови у пољу са сеоским становништвом и радови у радионицама старих заната, а из анкете се закључује да локално становништво нема изграђену представу о томе да би такве активности могле бити интересантне туристима (питање бр. 6). Долази се до закључка да је, у оквиру програма едукације, локално становништво неопходно упутити у нове трендове на туристичком тржишту као и у жеље, потребе и навике потенцијалних туриста, а са друге стране покренути идеју о оживљавању старих заната, старих гастрономских вредности, обичаја и ритуала који могу имати високу туристичку атрактивност. Потребно је да се туристички развој покрене на локалном нивоу, а уз заједничко залагање и повезивање различитих категорија домицилног становништва створила би се квалитетна база за даље планирање и активно улагање и на вишим нивоима. На крају се може извести закључак да становништво Шајкашке радо прихвата идеју о локалном туристичком развоју и програмима туристичке едукације, али би се мали број становника усудио да прихвати помоћ и стимулацију државе за укључивање у туристичку делатност и оспособљавање домаћинстава за прихват туриста. Дакле, жеља постоји, али је још увек пасивна и због тога је неопходно оснажити и мотивисати њихову вољу за активно укључивање и учествовање у локалном туристичком развоју. Са сигурношћу се може тврдити да би после квалитетних програма едукације становништва и уз адекватне државне стимулације локално становништво Шајкашке много озбиљније схватило своју улогу у локалном туристичком развоју.

Планирање туризма мора бити дугорочно, интегрисано у целину и што је веома важно, у сагласности и уз укључивање локалног становништва.

Поред неопходних улагања у организационо-кадровску структуру и спровођења систематичних програма едукације локалног становништва, неопходна су, бар минимална улагања, у материјалну основу. Првенствено се мисли на ревитализацију старих војвођанских салаша и прилагођавање за прихват туриста, повећање квалитета услуга у

рецептивним капацитетима, улагања у ловишта у Шајкашкој, а посебно на улагање у инфраструктуру на излетиштима и купалиштима Шајкашке. Неопходно је у што скоријој будућности решити проблеме паркиралишта на излетничким локалитетима и на тај начин спречити даљу девастацију простора и негативне утицаје туризма на природну средину. Релевантно је решити и проблем спасилачке службе на купалиштима.

Као што је већ речено, један од приоритетних циљева истраживања био је дефинисање стратегије развоја туризма Шајкашке и омогућавање примена техника и метода које ће допринети стратегијском прилагођавању Шајкашке као туристичке дестинације савременим тенденцијама на туристичком тржишту. У оквиру ове дисертације, на примеру Шајкашке као потенцијалне туристичке дестинације, примењен је концептуални оквир за маркетинг и менаџмент туристичке дестинације, који је често помињан у стручној литератури. Шајкашка, као нова, неафирмисана дестинација, требало би да приликом планирања стратегије развоја подигне квалитет своје понуде у односу на конкуренте, нарочито у погледу ефикасније уградње еколошке, здравствене, рекреативне и информатичке компоненте (менаџмент и маркетинг, туристички информативни систем), третирајући их као кључне елементе у остварењу конкурентне позиције и освајању тржишта и стави акценат на истраживање тржишта туристичке тражње и праћење промена, жеља и укуса потенцијалних туриста. Када се анализирају основни елементи дестинацијске микрооколине на примеру Шајкашке, долази се до закључка да интересне групе у Шајкашкој нису на адекватан начин повезане у свом пословању. На овом простору постоји једна туристичка организација, то је Туристичка организација општине Жабал, која се активно бави промовисањем ове општине али у својој понуди и промоцији не помиње остала насеља Шајкашке. Поред наведене ТО на простору Шајкашке послује и ЈКП Тителски Брег које се, поред осталих активности, бави и активирањем и промоцијом туристичке понуде општине Тител. Активности наведених организација не задовољавају потребу за промоцијом и активирањем развоја туризма овог простора. Основни разлог је недовољна сарадња, усклађеност и синхронизовање активности између наведених организација, али и између локалних општина, јавног и приватног сектора. У будућем плану развоја туризма неопходно је синхронизовати активности свих организација које се баве активностима везаним за туризам у Шајкашкој, јер је то предуслов интегралног развоја и конкурентне туристичке понуде. Визија Шајкашке као туристичке дестинације постаје основ за све акције партнера у туристичком развоју и нешто што усмерава све актере. Она је основ и за формулисање циљева туристичког развоја. Циљеви морају да обухвате економске користи, користи везана за окружење - природне и културне ресурсе, за задовољство гостију и благостање локалног ствановништва. С тим у вези, може се рећи да су основни стратешки циљеви развоја туризма Шајкашке следећи: развој Шајкашке као квалитетне излетничко-рекреативне, наутичке и ловне туристичке дестинације; развој препознатљивости Шајкашке на регионалном и националном туристичком тржишту; заокруживање постојеће туристичке понуде и интензивирање њеног коришћења; подстицање иницијативе за туристички развој са локалног нивоа; заштита културно-историјске баштине и природног окружења; трајна заштита, имплементација и поштовање високих еколошких стандарда и дугорочно одржива валоризација туристичких потенцијала и ефикаснија дистрибуција и коришћење савремених трендова комуникације и маркетинга.

Наведени циљеви представљају главне факторе које Шајкашка као дестинација треба да истиче у својој основној, дугорочној сврси развоја туризма.

Што се тиче избора најоптималније комбинације стратешких модела управљања, за Шајкашку, као недовољно афирмисану дестинацију, која се налази између фазе истраживања и увођења на туристичко тржиште, првенствено би требало применити стратегију сегментације туристичког тржишта и придобити и категорисати циљане и одређене групе људи са тачно познатим потребама и жељама, што је делимично и урађено

у овом раду. Када се у обзир узму сви наведени фактори, долази се до закључка да је примарно тржиште за Шајкашку туристичку дестинацију домаће тржиште, са акцентом првенствено на Новом Саду и Зрењанину, те Београду и другим већим урбаним центрима Србије. Ловни и наутички туризам су селективни облици који могу привући и инострану туристичку тражњу, стога би посебну пажњу требало посветити њиховом развоју и маркетинг стратегији. На наведена тржишта неопходно је усмерити главни део маркетиншких активности и средстава и истовремено развијати производе који су прилагођени тим тржиштима. Потребно је оствари стратегију претварања једнодневних посетилаца у стационарне, јер то представља велики потенцијал за повећање потрошње и потражње.

Из анализе развоја туризма Шајкашке закључено је да Шајкашка није препознатљива дестинација на туристичком тржишту, те да нема изграђен идентитет нити имиџ, чиме је потврђена основна хипотеза овог рада. С обзиром да имиџ дестинације служи као основа за диференцирање у односу на конкурентске туристичке дестинације али и као обележје које ће свим учесницима помоћи да се осете делом целине, односно као основа за идентификацију, препознавање, континуитет и заједништво на нивоу дестинације, неопходно је у што скорије време изградити бренд Шајкашке, јер је то најбољи пут ка увођењу дестинације у свет туриста/потрошача.

Пошто је тешко издвојити туристичку перцепцију од осталих постојећих перцепција о једној земљи и/или регији, потребно је да се велики број јавних и приватних организација укључи у процес договарања о кључним вредностима. У конкретном случају, требало би синхронизовати активности ТО Жабал, ЈКП Тителски брег, као организација које представљају представнике и носиоце развоја туризма Шајкашке, али и свих друштава и организација која се баве (на било који начин) подстицањем развоја туризма на овом простору (месне заједнице, КУД друштва, угоститељски објекти који послују на овом простору, етно куће и салаши, ловачке организације и удружења, сеоска домаћинства која угошћавају туристе итд).

Да би се Шајкашка позиционирала на туристичком тржишту, неопходно је све поменуте интересне групе консултовати и укључити приликом детерминисања интегралног туристичког производа и стварања идентитета дестинације, што је и учињено у овом раду, а затим применити оптималну комбинацију маркетинг микса на циљним тржишним сегментима.

Да би функционисање наведених организација било ефективно и ефикасно, и да би се сви туристички садржаји Шајкашке презентовали на најбољи начин, неопходна је међусобна сарадња са свим интересним групама али и са Туристичком организацијом Војводине и Туристичком организацијом Србије, као организацијама на вишим инстанцама. У будућем туристичком развоју било би пожељно оформити туристичку организацију која ће презентовати целокупну туристичку понуду Шајкашке. То се може постићи формирањем туристичке организације Шајкашке. У најближој будућности, функцију ТО Шајкашке би могла да преузме једна од наведених организација, ТО општине Жабал или ЈП Тителски брег, односно да своје активности прошири на простор целе Шајкашке, док би у будућем стратешком развоју и планирању свакако требало оформити ТО Шајкашке.

У садашњем стању развоја туризма Шајкашке готово да нема никакве контроле активности, што је недопустиво, с обзиром да је туристичко пословање под утицајем сталних промена из окружења и да је Шајкашка туристичке дестинација која треба да наступи на туристичком тржишту као нова дестинација. Неопходно је у будућем туристичком развоју Шајкашке контролисати све активности на нивоу туристичке дестинације да би се могло оценити да ли су остварени резултати у складу са планираним циљевима и стратегијама, а све у циљу наступања са конкурентним, садржајним и квалитетним производом на туристичком тржишту. Кроз управљање развојем туризма,

укључивање рекреативних простора у туристичку понуду и диверзификацију туристичког производа, и промоцију приоритетних туристичких производа, може се утицати на значајнију валоризацију овог простора и стварање додатних економских ефеката кроз развој туризма. Шајкашка жељно исчекује своју афирмацију и презентацију на туристичком тржишту.

## ЛИТЕРАТУРА:

- Аврамовић, Т. (1965), Привреда Војводине од 1918. До 1929/30. године с обзиром на стање пре Првог светског рата, Матица Српска, посебна издања, Нови Сад.
- Аксин, В., Кукин, А. (1996), Геолошке и хидрогеолошке карактеристике подручја Јегричке и окружења, Монографија Јегричка, Едиција "Тија вода", ПЧЕСА, Нови Сад.
- Altinau, L., Okumus, F. (2008), Factors influencing entrepreneurial orientation of ethnic minority small - and medium-sized hospitality enterprises, *Handbook of Hospitality Strategic Management*, 453-477.
- Андријашевић, М. (2000), Рекреацијом до здравља и љепоте, Факултет за физичку културу, Загреб.
- Антонић, Д., Беуковић, М. (2007), Ловачка организација Војводине: 1922 -2007., Ловачки савез Војводине, Нови Сад.
- Antonsich, M. (2009), Regional Identity and Diversity in Europe. Experience in Wales, Silesia and Flanders, "Progress in Human Geography", 33(1), 137-138.
- Atkinson, G., Mourato, S., Szymanski, S., Ozdemiroglu, E. (2008), Are we willing to pay enough to 'back the bid': valuing the intangible impacts of London's bid to host the 2012 Summer Olympic Games, *Urban Studies*, 45(2), 419-444.
- Ахметовић-Томка, Д. (1984), Фактори и контрактивне зоне излетничког туристичког места, Магистарски рад, ПМФ, Београд.
- Ахметовић-Томка, Д. (1996), Туристички потенцијали Јегричке, Монографија Јегричке, Едиција "Тија вода", ПЧЕСА, Нови Сад.
- Bagozzi, R. P. (1981), Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: A Comment *Journal of Market Research*, 18, 380.
- Бакић, О. (2000), Маркетинг у туризму, Економски факулте, Београд.
- Бакић, О. (2002), Маркетинг менаџмент туристичке дестинације, Економски факултет, Београд.
- Бао. J. (1998), Tourism Planning and Tourist Area Life Cycle Model Architect, 12, 170-178.
- Bellinger. (2004), *Veliki leksikon religije*, Lento and Dobra, Beograd.
- Beunen, R., Regnerus, D., H., Jaarsma, F., C. (2008), Gateways as a means of visitor management in national parks and protected areas. *Tourism Management*, 29, 138-145. Bill Xu Jing. (2010), Perceptions of tourism products, *Tourism Management*, 31 (5), 607-610.
- Бјељац, Ж. (1998), Манифестациони туризам у Војводини, Докторска дисертација у рукопису, Институт за географију, Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду.
- Бјељац, Ж. (2001), Теоријске основе манифестационог туризма у Зборник од вториот конгрес на географите на Република Македонија, Македонско географско друштво Скопје, Охрид, 2000, стр. 250-258.
- Бјељац, Ж. (2006), Теоријско-методолошке основе манифестационог туризма. ГИ "Јован Цвијић", САНУ, Београд.
- Bjeljac, Z., Radovanovic, M. (2003), Sports Events as a Form of Tourist Offer, as Relating to the Volume and Character of Demand, *Journal of Sport Tourism*.

- Blake, A., Sinclair, T. (2003), Tourism crisis Management: US Response to September 11, *Annals of Tourism Research*, 30(4), 813-832.
- Bogdanov, N. (2007), Mala ruralna domaćinstva u Srbiji i ruralna nepoljoprivredna ekonomija. Beograd, UNDP, Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede.
- Bojamic, D., Calantone, R.J. (1990), A contribution approach to price bundling in tourism, *Annals of Tourism Research*, Volume 17, Issue 4, 1990, Pages 528-540.
- Boo S., Busser, J., Baloglu, S. (2009), A model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations, *Tourism Management*, 30 (2), 219-231.
- Bornhorst, T., Ritchie, B., Sheehan, L. (2010), Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives, *Tourism Management*, 31(5), 572-589.
- Bramwell, B. (1994), Rural Tourism and Sustainable Rural Tourism, *Journal of Sustainable Tourism* 2 (1-2), 1-6.
- Brace, N., Kemp, R., Snelgar, R. (2009), *SPSS for Psychologists*, fourth edition, Palgrave Macmillan.
- Breidenhann, J., & Wickens, E., (2004) Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas vibrant hope or impossible dream? "Tourism Management" 25(1), 71-79.
- Brey, E. T., So, S. I., Kim, D. Y., Morrison, A. M. (2007), Web-based permission marketing: segmentation for the lodging industry. *Tourism Management*, 28(6), 1408-1416.
- Букуров, Б. (1954), Језера и баре у Бачкој, Зборник Матице српске за природне науке, Нови Сад.
- Букуров, Б. и сар. (1971), Геоморфологија Шајкашке, у: Шајкашка, природа краја, Матица Српска, Нови Сад.
- Букуров, Б. (1974), Бачка, Банат и Срем, Матица Српска, Нови Сад.
- Букуров, Б. (1983), Општина Жабаљ, Географске монографије војвођанских општина, Природно-математички факултет, Нови Сад.
- Букуров, Б. (1986), Географска монографија општине Тител, Матица Српска, Нови Сад.
- Букуров, Б., и др. (1971), Шајкашка – природа краја, Војвођански музеј, Матица Српска, Нови Сад.
- Byrd, E. T., Bosley, H. E., & Dronberger, M. G. (2009), Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5), 693-703.
- Butler, R.W. (1980), The concept of the tourist area life-cycle of evolution: implications for management of resources, *Canadian Geographer* 24 (1), 5-12.
- Butler, R.W. (1997a), The Destination Life Cycle: Implications for Heritage Site Management and Attractivity in Nuryanti, W. (ed), *Tourism and Heritage Management*, Gadjah Mada University Press: Yogyakarta, 44-553.
- Butler, R. W. (1997b), *Modelling Tourism Development: Evolution, Growth and Decline*, Tourism Development and Growth, London:Routledge, 109-128.



- Buhalis, D. (2000), Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, 21 (1), 97-116.
- Varra, L., Buzzigoli, C., Loro, R. (2012), Innovation in Destination Management: social dialogue, Knowledge Management processes and Servant leadership in the Tourism Destination Observatories, *Social and Behavioral Sciences*, 41, 375-385.
- Вујаклија, М. (1980), Лексикон страних речи и израза, Просвета, Београд.
- Вујатовић–Закић З., Стојановић Ж. (2004), Интегрални рурални развој као стратешко опредељење Србије, Бања Врујци, Развој села у новим друштвено–економским условима.
- Вуконић, Б. (1990), Туризам и религија, Школска књига, Загреб.
- Wang, Y., Yu, Q., Fesenmaier, D. R. (2002), Defining the virtual tourist community: implications for tourism marketing, *Tourism Management*, 23 (4), 407-411.
- Weed, M. (2006), The Relationship between Sport Research, Tourism Research and Sports Tourism Research, and the role of the Journal of Sport & Tourism, *Journal of Sport & Tourism*, 11(3-4), 303–306.
- Weed, M. (2009), Editorial: Global Trends and Sports Tourism, *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), 1–4.
- Weed, M., Bull, C. (2004), *Sports Tourism*, Butterworth- Heinemann, Oxford.
- Wiaver D., Lawton L. (2006), *Tourism Management*, third edition, John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- WTO (1993), *Definitions Concerning Tourism Statistics*, Madrid, World Tourism Organization.
- WTO, 2007a
- WTO, 2007b
- WTO (2007), *A Practical Guide to Tourism Destination Management*, Madrid, World Tourism Organization.
- WTO (2010), *UNWTO World Tourism Barometer*.
- WTTC (2008), *Progress and Priorities 2008/09*, World Travel and Tourism Council.
- World Commission on Environment and Development.
- Гавриловић, С. (1975а), Од Крловачког мира до стварања батаљона, у: Шајкашка, историја I, Матица Српска, Нови Сад.
- Гавриловић, С. (1975б), Из привредне и друштвене историје батаљона XVIII-XIX века, у: Шајкашка, историја II, Матица Српска, Нови Сад.
- Garrod, B., Wornell, R., Youell, R. (2006), Re-conceptualising rural resources as countryside capital: The case of rural tourism. *Journal of Rural Studies*, 22 (1): 117-129.
- Getz, D., Chayne, J. (1977), Special event motivations and behavior, U Ryan, C (ed) „The tourist experience. A new introduction,„ Cassel, pg.135–154.
- Godfrey, K. B. (2005), An International Handbook of Tourism Education, D. Airey, J. Tribe (Eds.)1, *Tourism Management*, Vo28, Issue 1, February 2007, Pages 348-349.
- Godfrey, K.B., Clark, J. (2000), *Tourism Development Handbook: A Practical Approach to Planning and Marketing*, Cassel, London, New York.

Gomezelj, D.O., Mihalič, T. (2008), Destination competitiveness—Applying different models, the case of Slovenia, *Tourism Management* 29, 294–307.

Goeldner, C, Richi, B. (2006), *Tourism, Principles, Philosophy, practices*, John Willey and Sons, INC.

Група аутора, 1973, Развој туризма јужнобанатског подручја, Институт за економику инвестиција, Београд.

Gummesson Evert, (2000), *Qualitative Methods in Management Research*, SAGE Publications.

Dwyer, L., Forsyth, P., Rao, P. (2000), The price competitiveness of travel and tourism: A comparison of 19 destinations, *Tourism Management* 21, 9–22.

Dwyer, L., Kim, C. (2003), Destination Competitiveness: Determinants and Indicators, *Current Issues in Tourism* 6 (5), 369-414.

Dwyer, L., & Kemp, S. (2003b), Closure of an Ecotour: a Failure of Strategic Management?, forthcoming *Journal of Pacific Studies*.

Dwyer, L., Mellor, R., Livaic, Z., Edwards, D., Kim, C.W. (2004), Attributes of destination competitiveness: a factor analysis, *Tourism Analysis*, 9 (1-2), 91-102.

Делић, Ј. (2010). Туристичка валоризација ловних простора Специјалног резервата природе “Горње Подунавље”, Магистарска теза, Природно-математички факултет, Департаман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Делић, Ј., Прентовић, Р. (2012). Туристичка валоризација ловишта у Специјалном резервату природе “Горње Подунавље”, Зборник радова са научног скупа ловства и ловног туризма, 9-10 јун, Жагубица, Србија.

Dimeo, P. (2008). Review of ‘Sports Tourism: Participants, Policy and Providers’ by Mike Weed and Chris Bull. *Tourism Management*, 29, 603-629.

Димитријевић, Д. (1975а), На границама античког света, у: Шајкашка, историја I, Матица Српска, Нови Сад.

Димитријевић, Д. (1975б). Сармати и Римљани, у: Шајкашка, историја I. Матица Српска, Нови Сад.

Димитријевић, Д. (1975ц). Доба великих миграција, у: Шајкашка, историја I. Матица Српска, Нови Сад.

Downward, P. (2005), Critical (realist) reflection on policy and management research in sport, tourism and sports tourism, *European Sport Management Quarterly* 5(3), 259–281.

Dudensing, R et al. (2011), Perceptions of tourism promotion and business challenges: A survey-based comparison of tourism businesses and promotion organizations, *Tourism Management* 32(6), 1453-1462.

Ђукић – Дојчиновић, В. (2005), *Културни туризам*, Клио, Београд.

Ђурђевић, С. Б. (1995). *Послератно насељавање Војводине*. Матица Српска, одељење за друштвене науке, Нови Сад.

Ђуричић, Ј., Ковачевић, Б., Батуран, Ј. (2011), Утицај законодавства на развој органске производње и рурални развој у Србији, *Савремени трендови у европској економији: импликације за Србију*, електронски тематски зборник, Нови Сад, 27.октобар 2011.

- Ђуричић, Ј., Ковачевић, Б. (2012), Заштићена природна добра у праву Србије-стављање под заштиту, начин коришћења и могућности за развој одрживог туризма-Право-теорија и пракса, Vol 7-9, 176-190.
- Ђурчић, С. (2007), Насеља Бачке, Географске карактеристике, Матица Српска, Нови Сад.
- Evans, N., Campbell, D., & Stonehouse, G. (2003), *Strategic Management for Travel and Tourism*, Butterworth-Heinemann Oxford, UK.
- El-Gohary, H. (2012), Factors affecting E-Marketing adoption and implementation in tourism firms: An empirical investigation of Egyptian small tourism organisations, *Tourism Management* 33 (5), 1256-1269.
- Enright, M.J., Newton, J. (2004), Tourism destination competitiveness: A quantitative approach, *Tourism Management* 25, 777–788. (Kovacevic Bojana, 2012)
- Enright, M.J., Newton, J. (2005), Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality. *Journal of Travel Research* 43, 339–350.
- Zeeden, C., Hark, M., Hambach, U., Marković, S.B., Zoller, L. (2007), Depressions on the Titel loess Plateau: Form – Pattern – Genesis. *Geographica Panonica* 11, 4-8.
- Zhang, H. Q., Leung, V., Qu, H. (2007), A refined model of factors affecting convention participation decision-making, *Tourism Management* 28, 1123–1127.
- Ивановић, Љ. (2012), Демографски проблеми становништва Шајкашке, докторска дисертација, Природно-математички факултет, Нови Сад.
- Ивков-Цигурски, А., Ромелић, Ј., Лазић, Л., Драгин, А. (2011), Фолклорно наслеђе у туризму Бачке, Универзитет у Новом Саду, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
- Janković, D., (2007), Importance of social capital in the development of local rural communities,” *Zbornik Matice srpske za društvene nauke*”, 123, 173-190.
- Јовановић, Р. (1996), Рибњак “Јегричка” – Жабаљ, Монографија Јегричка, Едиција “Тија Вода”, ПЧЕСА, Нови Сад.
- Јовичић, Ж., 1980, Основи туризмологије, Научна књига, Београд.
- Јовичић, Д., (2000): “Туризам и животна средина - концепција одрживог развоја”, Задужбина Андрејевић, Београд.
- Johnson, G, Scholes, K. (2002), *Exploring Corporate Strategy*, 6th edn, Harlow, Pearson Education.
- Jurinčić, I., Brezovec, T. (1998), Events and destination image, *Zbornik sa međunarodnog naučnog skupa, Hotelska kuća, Fakultet za hotelski i turistički menadžment u Opatiji, Univerzitet u Rijeci*, pg.171–178.
- Kajanus M., et all, (2012), Making use of MCDS methods in SWOT analysis—Lessons learnt in strategic natural resources management Review Article *Forest Policy and Economics* 20, 1-9.
- Kajanus, M., et all, (2004), The use of value focused thinking and the A’WOT hybrid method in tourism management, *Tourism Management* 25 (4), 499-506.
- Ковачевић, Б. (2009), Стање и перспективе спортско-рекреативног туризма у Шајкашкој, магистарски рад, Природно-математички факултет, Нови Сад.

Ковачевић, Б., Страњанчевић А. (2008), Могућности за развој спортско-рекреативног туризма уз доњи ток Јегричке, Зборник радова: Међународни научни скуп Савремене тенденције у туризму, хотелијерству и гастрономији 2008, Нови Сад, стр. 37-40.

Ковачевић, Б., Страњанчевић А. (2009), Оцена могућности развоја еко-туризма и рекреације у парку природе Јегричка, Зборник радова: Пета регионална конференција „Животна средина ка Европи”, Београд, стр. 124-129.

Kovacevic, B., Stranjancevic A. (2009), Implementation of La Manga Golf Resort model on accommodation and sport-recreational facilities development in Vojvodina, EIA09 Conference, 25-27. September 2009, Belgrade.

Ковачевић, Б., Страњанчевић А. (2009), Песпективе развоја спорско-рекреативног туризма у Шајкашкој засноване на значају туристичких ресурса антропогеног порекла, Зборник радова: Међународни научни скуп Савремене тенденције у туризму, хотелијерству и гастрономији 2009, Нови Сад.

Kovačević, B., Stranjančević A. (2010), The role and importance of local community in creating tourist offer in Sajkaska, 2nd Serbian Geographers' Congress, 10-11. December 2010, Faculty of Science, University of Novi Sad, elektronski zbornik apstrakata

Ковачевић, Б. (2011), Стање и перспективе спортско-рекреативног туризма у руралним подручјима општине Жабал, ЕнЕ11-Седма регионална конференција, Београд, 7-8. јун 2011., Зборник радова, 77-82.

Kovačević, B., Stranjančević A. Gajić, T. (2011), Opportunities for Organization Multiple Sport Activity Holidays in Šajkaška as Part Of Sports-Recreational Tourism Development, International Conference “Contemporary Trends in Tourism and Hospitality”, Novi Sad, 29-30. September 2011., Collection of Papers, 224-231.

Ковачевић, Б., Ђуричић, Ј. (2011), Туризам и одрживи развој у парку природе “Јегричка”, Зборник радова, Шеста интернационална конференција “Туризам и рурални развој”, Требиње, 7-8. октобар 2011.

Ковачевић, Б., Плавша, Ј. (2011), Ставови локалног становништва о креирању спортско-рекреативне туристичке понуде Шајкашке, Гласник српског географског друштва, Vol. 3. No.3., p.p.91-115.

Kovačević, B., Gajić, T. (2012), The research of tourist demand of sports and recreational activities in rural areas of Šajkaška, International Journal of Business and Management Tomorrow (IJBMT), India, Vol.2, No.2, p.p.1-11.

Kozak, M. (2004) Destination Benchmarking, CABI Publishing, Wallingford.

Konecnik, M., et all. (2007), Customer-based brand equity for a destination, Annals of Tourism Research 34 (2), 400-442.

Kotler, P., Bowen, J. (1998), Marketing for Hospitality and Tourism, 2nd edn, Prentice-Hall, Upper Saddle River, New Jersey.

Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (2005), Marketing for Hospitality and Tourism, 4<sup>th</sup> edition, Harlow, Prentice Hall International.

Кошћал, М., Менковић, Љ., Мијатовић, М., Кнежевић, М. (2005), Геоморфолошка карта Војводине 1:200.000. Геозавод– Гемини, Београд.

Кукин, А., Мариновић, Ђ. (1971), Економско-геолошке карактеристике Шајкашке, у: Шајкашка, природа краја. Матица Српска, Нови Сад.

Kurtzman, J. and Zauhar, J. (1995), Tourism Sport International Council. *Annals of Tourism Research*, 22 (3), 707-718.

Khatibzadeh, M., Honarvar, A., Ehsani, M., Kouzechian, H. (2012), A survey of the demographic features and sport tourists' priorities in Iran, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 31, 90-94.

Лазих, Л., Бубало, М. (1996), Становништво, Монографија Јегричке, Едиција Тија вода, Пчеса, Нови Сад.

Лазих, Л. и сар. (2008). Заштићена природна добра и екотуризам Војводине. Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Lerner, M., Haber, S. (2000), Performance factors of small tourism ventures: the interface of tourism, entrepreneurship and the environment. *Journal of Business Venturing*, 16, 77-100.

Lee, C. C., & Chang, C. P. (2008), Tourism development and economic growth: a closer look at panels, *Tourism Management*, 29(1), 180-192.

Lovelock, C. and Wirtz, J. (2004), *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. 5th edn. Upper Saddle River, NJ, Pearson Prentice Hall.

Malobabić R. (2004), Prostorno–urbanističko uređenje ruralnih naselja i područja u funkciji novih razvojnih uslova u poljoprivredi, Banja Vrujci, Razvoj sela u novim društveno–ekonomskim uslovima.

Марић, Р. (2003), Ловство, природно-еколошке, економске и организационе основе и функције, Институт економских наука, Београд

Маркетинг стратегија туризма АП Војводине, 2009.

Marković, S.B., et all. (2005), Titel loess plateau – geopark, In Proceedings of “2nd Conference of geoheritage of Serbia“, Belgrade.

Mason, P. (2008), *Tourism Impact, Planning and Management*, University of Bredfordshire, Uk.

Masterman, G. and Wood, E. (2005), *Innovative Marketing Communications - Strategies for the Events Industry*. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.

Medović, P. (2006), *Vojvodina u praistoriji; od neandertalaca do Kelta*, Novi Sad.

Middleton, V.T.C., Lickorish, J. (2007), Chapter 6 - Marketing developments and trends — entrepreneurs and changing business models in British tourism, *British Tourism (Second Edition)*, 111-129.

Миљковић, Н. (1971), Земљишта Шајкашке у: Шајкашка, природа краја. Матица Српска, Нови Сад.

Misener, L., Mason, D. (2006), Creating community networks. Can sporting events offer meaningful sources of social capital? *Managing Leisure*, 11(1), 39–56.

Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R. (eds) (2002), *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*, Butterworth-Heinemann, Oxford.

Morrison, A. (2002), *Hospitality and Travel Marketing*, Third Edition, Albany, New York, USA: Delmar Thomson Learning.

Moutinho, L., (2000), *Strategic Management in Tourism*, CABI Publishing, Wallingford.

Murphy, P., Pritchard, M., & Smith, B. (2000), The Destination Product and its Impact on Traveller Perceptions, *Tourism Management*, 21, (1), 43-52.

Nicoletta, R., Servidio, R. (2012), Tourist's opinions and their selection of tourism destination images: An affective and motivational evaluation, *Tourism Management Perspectives* 4, 19-27.

Oppermann, M. (1996), Convention destination images: analysis of association meeting planners' perceptions. *Tourism Management* 17(3), 175-182.

Павић, Д. (2006), Потамолошке карактеристике Тисе у Србији и предиспозиције за развој наутичког туризма, Докторска дисертација, ПМФ, Нови Сад.

Пасиновић, М. (1989), Природни капацитети и однос према културном , као параметри развоја наутичког туризма, Котор.

Perales, R.M.Y. (2002) Rural tourism in Spain. *Annals of Tourism Research*, 29(4): 1101-1129.

Петровић, П., (2005), Туристичка и финансијска тржишта, ПМФ, Департман за географију, туризам и угоститељство, Нови Сад.

Петровић, П. (2007), Туризам и пословна дипломатија, Чигоја штампа, Београд.

Плавша, Ј. (2007), Спортско-рекреативни туризам, Скрипта, ПМФ, Нови Сад.

Ploeg, J. D., at.al. (2000), Rural development: From practices and policies towards theory, „*Sociologia Ruralis*“, 40 (4), 395-402.

Подаци метеоролошке станице Римски Шанчеви

Подаци добијени теренским истраживањем

Попеску, Ј. (2002), Маркетинг у туризму, Чигоја штампа и CenORT, Београд.

Попеску, Ј. (2008), Менаџмент туристичке дестинације, Универзитет Сингидунум, Београд.

Поповић, Д. (1952), Срби у Бачкој до краја осамнаестог века (историја насеља и становништва). Етнографски институт, Београд.

Поповић, Е., Костић, Д. (1996), Животињски свет Јегричке, Едиција Тија вода, Пчеса, Нови Сад.

Porter, M.E. (1996), *On Competition*, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.

Prebensen, N.K. (2007), Exploring tourists' images of a distant destination, *Tourism Management* 28 (3), 747-756.

Прентовић, Р. (2005а), Ловни туризам (скрипта), ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Прентовић, Р. (2005б), Ловно-туристички производ, Научно-стручни часопис "Туризам", бр. 9, стр. 161-163, ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Прентовић, Р. (2005), Туристички аспекти ловачких манифестација, Зборник радова Департмана за географију, туризам и хотелијерство, стр. 265 – 379, ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство Нови Сад.

Прентовић, Р. (2006), Основи ловства, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

- Прентовић, Р. (2007), Нормативно-правна регулатива ловног туризма, Зборник радова Департмана за географију, туризам и хотелијерство, стр. 192 –204, ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство Нови Сад.
- Прентовић, Р. (2008), Етика ловног туризма, ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
- Прентовић, Р. (2010), Агенцијско пословање у ловном туризму, Зборник радова Департмана за географију, туризам и хотелијерство, стр. 210 –227, ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство Нови Сад.
- Прентовић, Р. (2011), Измене нормативно-правне регулативе ловног туризма, Зборник радова Департмана за географију, туризам и хотелијерство, стр. 144 –161, ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство Нови Сад.
- Reed, M. (1997), Power relations and community-based tourism planning, *Annals of Tourism Research*, 24(3), p.p. 566-591
- Републички завод за статистику, 2012).
- Ристић, З. (2003), Перната дивљач као део ловно-туристичке понуде Војводине (докторска дисертација), Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад
- Ritchie, J.R.B.,Crouch, G.I. (2000), The Competitive Destination: A Sustainability Perspective, *Tourism management* 21, (1), 1-7.
- Ritchie, R.J.B., Crouch, G.I. (2002), A framework for an industry supported destination marketing information system, *Tourism Management* 23, 439-454.
- Ritchie, B.,Crouch, G. (2003), The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective, CAB International: Wallingford.
- Richards, G. (2005), *Cultural Tourism in Europe, Atlas*.
- Robbins, D., Lumsdon, L., Page, S. J. (2005), Tourism and Transport Issues and Agenda for the New Millennium, *Tourism Management* 26 (5), 808-810.
- Ромелић, Ј. (1996), Привреда, Монографија Јегричке, Едиција Тија вода, Пчеса, Нови Сад.
- Ромелић, Ј. (2007), Улога локалне заједнице у руралном туризму, Рурални туризам – скрипта, ПМФ, Нови Сад, стр. 90-127.
- Ромелић, Ј., Бјељац, Ж. (1998), Спортске манифестације у Војводини као облик туристичке понуде и њен однос према обиму и карактеру тражње, *Часопис Туризам* бр. 1., ПМФ, Нови Сад, стр. 90-95.
- Sariisik, M., Turkey, O., Akova, O. (2011), How to manage yacht tourism in Turkey: A swot analysis and related strategies, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 1014-1025.
- Службени гласник РС, бр. 72/09.
- Службени гласник РС, бр. 36/2009.
- Службени гласник РС, бр. 18/2010.
- Службени гласник РС, број 135/04.
- Службени гласник РС, бр. 30/92.
- Службени гласник РС, бр. 55/05, 71/05- исправка, 101/07, 65/08 и 16/11.

- Службени лист Општине Тител бр.9/99.  
СРП Тителски брег.  
Службени гласник РС, 39/93.  
Службени гласник РС, 19/02.  
Службени гласник РС, бр. 66/91, 83/92, 135/04.  
Службени лист СРЈ бр. 12/98.  
Службени гласник РС, број 135/04.  
Службени гласник РС, бр. 72/09.  
Службени гласник РС, бр. 30/92.  
Сл. гласник РС, 50/93.  
Сл. гласник РС, 16/90.  
Службени гласник РС, 55/05, 71/05- исправка, 101/07, 65/08 и 16/11.  
Службени гласник РС, 9/92, 53/93, 67/93, 48/94, 44/98, 39/2003, 101/2005, 85/2005.  
Службени лист СФРЈ, 34/79, 56/80, 53/85.  
Службени гласник РС, 24/94, 28/96, 68/2002.  
Службени гласник РС, 11/2005.  
Службени лист СЦГ, 12/2005.  
Службени гласник РС, 91/2005, бр. 30/2010.  
Службени гласник СРС, 54/90.  
Службени гласник РС, 91/06.  
Smith, S. (1994), The tourism product, *Annals of Tourism Research*, 21 (3), 582-595.  
Standeven, J., & De Knop, P. (1999), *Sport Tourism, Human Kinetics, Leeds*.  
Споменичко наслеђе Србије (1998), Завод за заштиту споменика културе Србије, Београд.  
Статистички годишњак Србије 2011.  
Статистички годишњак Србије 2012.  
Стојановић, В. (2004), Одрживи развој и туризам животне средине, ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.  
Стојановић, В. (2007), Одрживи развој туризма и животне средине, ПМФ, Нови Сад.  
Стојановић, С., и др. (1996), О флори и вегетацији Јегричке, Монографија Јегричка, Едиција Тија Вода, Пчеса, Нови Сад.  
Стојковић, М. (1998), Статистички методи у туризму, Природно-математички факултет, Институт за географију.  
Специјални резерват природе „Тителски брег“, Предлог за стављање под заштиту као заштићено подручје 1 категорије, Завод за заштиту природе, Нови Сад, 2011.  
Стратегија развоја туризма града Београда, 2008.  
Стратегији пољопривреде и руралног развоја Републике Србије 2010-2020.



Стратегија развоја туризма Србије за период 2005 – 2015.

Субић, Р. (1981). Општина Србобран. Природно-математички факултет, Институт за географију, Нови Сад.

Scott, D. (1996), A comparison of visitors motivation to attend three urban festival, *Festival Management and Event Tourism journal* 3, 121-128.

Тодоровић М., Штетић С. (2009), Рурални туризам, Географски факултет, Београд.

Томић, П., и сар. (2004), Заштићена природна добра и екотуризам Војводине, ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Томић П., Ромелић, Ј., Јовановић, Г. (2004), Индустрија Бачке, Универзитет у Новом Саду, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Томка, Д. (2003), Људи - најзначајнији фактор маркетинг стратегије у сеоском туризму. у: Рурални туризам и одрживи развој Балкана, Крагујевац.

ТОВ (2006), Ловни Туризам, Туристичка организација Војводине, (Текст: Ристо Прентовић), Нови Сад.

Tum J., Norton P. and Wright J. N. (2006), *Management of Event Operations*, Elsevier, Butterworth-Heinemann, Oxford.

Турјачанин, В., Чекрлија, Ђ. (2006), Основне статистичке методе и технике у SPSS-у, Примјена SPSS-а у друштвеним наукама. Центар за културни и социјални поправак, Бања Лука.

Tranter, J., Hill, T., Parker, J. (2008), *Revenue Management for the Hospitality Industry*, Pearson Education, Canada.

Trout, J. (2006), *A Genie's Wisdom*, John Willey and Sons, INC, Hoboken, New Jersey.

Унковић, С., Зечевић, Б. (2007), Економика туризма, Центар за издавачку делатност, Економски факултет, Београд.

UNWTO (World Tourism Barometer) ([www.unwto.org](http://www.unwto.org), jun 2007).

Usakli, A., Baloglu, S. (2011), Brand personality of tourist destinations: An application of self-congruity theory, *Tourism Management* 32 (1), 114-127.

Ускоковић, Б. (2000), Менаџмент туристичких дестинација – Хрестоматија, Факултет за туризам и хотелијерство, Котор.

Yang, W.S., Hwang, S.Y. (2013), iTravel: A recommender system in mobile peer-to-peer environment, *Journal of Systems and Software*, 86, 12-20.

Yasarata, M., Altinay, L., Okumus, F. (2010), Politics and sustainable tourism development – Can they co-exist? *Voices from North Cyprus* 31(3), 345-356.

Falzon, J. (2012), The price competitive position of Mediterranean countries in tourism: Evidence from the Thomson brochure *Original Research Article Tourism Management*, 33 (5), 1080-1092.

Fleischer, A., & Felsenstein, D. (2000). Support for rural tourism: does it make a difference? *Annals of Tourism Research*, 27(4), 1007-1024.

Foot, D.K. (1996), *Boom, Bust and Echo: How to Profit from Coming Demographic Shift*, Macfarlane Walter and Ross, Toronto, Ontario, Canada.

Fyall, A., Garrod, B. (2005), *Tourism Marketing, A Collaborative Approach*, Aspects of Tourism: 18, Cromwell Press, Great Britain.

- Хаџић, О. (2004), Културни туризам, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Нови Сад.
- Heeley, J. (2001), Public-Private Sector Partnership in Tourism, in A. Lockwood and S. Medlik eds, *Tourism and Hospitality in the 21st century*, Butterworth-Heinemann, Oxford, UK.
- Hollowey, J.C., Plant, R. (2000), *Marketing for Tourism*, 2<sup>nd</sup> edition, Pitman Publishing, London.
- Hung, K., Law, R. (2011), An overview of Internet-based surveys in hospitality and tourism journals, *Tourism Management* 32 (4), 717-724.
- Causevic, S., Lynch, P. (2013), Political (in) stability and its influence on tourism development, *Tourism Management*, 34, 145-157.
- Certo, S., Peter. Pi. (1991), *Strategic Management Concepts and Applications*, McGraw-Hill.
- Cole, S. (2009), A logistic tourism model – Resort Cycles, Globalisation and Chaos, *Annals of Tourism Research* 36 (4), 689-714.
- Cook, J., Yale, J., Marke, J. (2005), *Tourism-Business of Travel*, Prentice-Hall, London.
- Cooper, C., Hall, M. (2008), *Contemporary Tourism*, Elsevier, Great Britain.
- Crouch, G. I. and Louviere, J. J. (2004), The Determinants of Convention Site Selection: A Logistic Choice Model from Experimental Data, *Journal of Travel Research* 43, 118-130.
- Chhetri, P., et al. (2004): Determining hiking experiences in nature-based tourist destinations. *Tourism Management*, 25, 31-43.
- Черовић, С. (2002), Стратегијски менаџмент туристичке привреде Србије, Зелнид, Београд.
- Чомић, Ђ., Пјевач, Н. (1997), Туристичка географија, Савезни центар за унапређење хотелијерства и угоститељства, Београд.
- Šimičević D., Nicić M. (2007), Managing villages as microdestinations, IX International Conference – Strategic development of Tourism Industry in the 21<sup>st</sup> Century, Ohrid, University St. Kliment Ohridski, Faculty of Tourism and hospitality.
- Штетић, С. (2008), Стратегија развоја туризма Баната.
- Штетић С., Шимичевић Д., Ницић М. (2009), Менаџмент туристичке дестинације, Српско географско друштво Београд.

## **ЕЛЕКТРОНСКИ ИЗВОРИ ПОДАКА:**

<http://www.aeroklubtitel.tripod.com>

<http://www.acis.com/>

<http://www.balkan-handbal.com>

<http://www.bogojevic.co.rs>

[http://www.vip.org.rs/index.aspx?langid=2&lang=sr-SP Latn&tabId=211&menutabid=133](http://www.vip.org.rs/index.aspx?langid=2&lang=sr-SP+Latn&tabId=211&menutabid=133)

<http://vojvodinaonline.com/blog/2012/08/20/babin-salas-zabalj/?lang=en>

<http://www.vojvodinasume.rs>

<http://www.vojvodinacafe.rs/forum/ba%C4%8Dka/%C5%A0ajka%C5%A1ka-i%C5%A0ajka%C5%A1i-nekad-i-sad-12780/>

<http://www.dzns.rs/>

<http://www.djurdjevo.rs>

<http://www.eko.vojvodina.gov.rs>

<http://www.golfclubcentar.com>

<http://www.golfclubcentar.rs/index.php?page=62&lang=1>

<http://www.eparhija-backa.org>

<http://www.zabalj.org>

<http://www.zabalj.biz.rs>

[http://www.zabalj.rs/index.php?option=com\\_content&view=article&id=24&Itemid=42&lang=sr-rs](http://www.zabalj.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=24&Itemid=42&lang=sr-rs)

[http://www.zabalj.rs/index.php?option=com\\_content&view=article&id=25&Itemid=43&lang=sr-rs](http://www.zabalj.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=43&lang=sr-rs)

[http://www.zabalj.rs/index.php?option=com\\_content&view=article&id=58&Itemid=60&lang=sr-rs](http://www.zabalj.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=58&Itemid=60&lang=sr-rs)

<http://www.zetna.org/zek/folyoiratok/31/tisa2.html>

[http://www.zabaljtourism.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=58&Itemid=55&lang=sr](http://www.zabaljtourism.org/index.php?option=com_content&view=article&id=58&Itemid=55&lang=sr)

<http://www.zrenjanin.org>

<http://www.381info.com/manifestacije-u-srbiji/koviljska-rakijada-parastos-dud>

<http://www.inforsportal.com/carda-debeli-lad>

<http://www.koviljskarakijada.co.rs/images/RAKIJADA21.jpg>

<http://www.komunalacbecej.com/staratisa.php>

<http://www.kucacuvarkuca.com/>

<http://www.lamangaclub.com>

<http://mojkac.wetpaint.com/page/OŠ+ĐURA+JAKŠIĆ+KAĆ>

<http://motelbozur.com/index.html>  
<http://www.monografias.com/trabajos29/turismo-educacional/turismo>  
[http://www.mzbudisava.co.rs/sr/index.php?str=org\\_kud\\_budisava](http://www.mzbudisava.co.rs/sr/index.php?str=org_kud_budisava)  
<http://www.muzejvojvodine.org>  
[http://www.muzejvojvodine.org.rs/?lat/muzej/zbirke/col\\_feudvar](http://www.muzejvojvodine.org.rs/?lat/muzej/zbirke/col_feudvar)  
<http://www.novisadbastina.rs/kulturna-dobra/u-kacu/u-kacu-spomenici-kulture.html>  
[http://www.novograpdoo.com/?page\\_id=26](http://www.novograpdoo.com/?page_id=26)  
<http://www.nottingham.ac.uk/ttri/pdf/conference/David%20Bodger.pdf>  
<http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2012-edition>  
[http://www.obrazovanje.vojvodina.gov.rs/\\_skole%20vojvodine\\_/SKOLE/osnovne/opstina\\_titel/itel\\_s\\_miletic/os\\_svetozar\\_miletic.htm](http://www.obrazovanje.vojvodina.gov.rs/_skole%20vojvodine_/SKOLE/osnovne/opstina_titel/itel_s_miletic/os_svetozar_miletic.htm)  
[http://www.obrazovanje.vojvodina.gov.rs/\\_skole%20vojvodine\\_/SKOLE/osnovne/opstina\\_titel/s\\_ajkas/isidora\\_sekulic1.htm](http://www.obrazovanje.vojvodina.gov.rs/_skole%20vojvodine_/SKOLE/osnovne/opstina_titel/s_ajkas/isidora_sekulic1.htm)  
<http://www.opstina-titel.co.rs>  
[http://www.opstinatitel.rs/latinica/clanak.php?r=br-735/Velikogospojinske\\_sve%C4%8Danosti-2013.-Titel.html](http://www.opstinatitel.rs/latinica/clanak.php?r=br-735/Velikogospojinske_sve%C4%8Danosti-2013.-Titel.html)  
<http://www.opstinatitel.rs/latinica/clanak.php?r=br-27/Otvoren-mini-pi%C4%8D-teren-u-%C5%A0ajka%C5%A1u.html>  
<http://www.opstinatitel.rs/latinica/clanak.php?r=br-186/Odr%C5%BEan-11.-de%C4%8Diji-karneval.html>  
<http://www.panacomp.eu>  
<http://petkozxyz.on.neobee.net/>  
<http://www.pzzzsk.rs/znacajna-nepokretna-kulturna-dobra-u-vojvodini.html>  
<http://www.pzzzsk.rs/znacajna-nepokretna-kulturna-dobra-u-vojvodini.html>  
<http://www.plavosrce.com/DOWNLOAD/DUNAV-MORAVA-VARDAR.pdf>  
[http://www.predskolska.rs/index.php?option=com\\_content&view=article&id=178&Itemid=35](http://www.predskolska.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=178&Itemid=35)  
<http://www.ravnicainfo.com>  
<http://www.ravnica.info/sekcije.php?r=sbr-34/>  
[http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-1694/Velikogospojinske-sve%C4%8Danosti.html#.Uja2MX\\_tvFw](http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-1694/Velikogospojinske-sve%C4%8Danosti.html#.Uja2MX_tvFw)  
[http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-21895/%C4%8Curu%C5%A1ka-regata-2013.html#.UjR\\_7n\\_tvFw](http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-21895/%C4%8Curu%C5%A1ka-regata-2013.html#.UjR_7n_tvFw)  
<http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-10133/MANIFESTACIJE-NOVI-SAD-KA%C4%86-KOVILJ-BUDISAVA-2012.html>  
<http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-16170/Mundijada%C5%A0ajka%C5%A1-2012.html>  
[http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-3251/10.-Me%C4%91unarodni-memorijski-turnir-%E2%80%9E%C5%BDivko-Kondi%C4%87%E2%80%9C.html#.UjoCUX\\_tvFw](http://www.ravnica.info/clanak.php?r=br-3251/10.-Me%C4%91unarodni-memorijski-turnir-%E2%80%9E%C5%BDivko-Kondi%C4%87%E2%80%9C.html#.UjoCUX_tvFw)  
<http://www.rastimo.org>

<http://www.restoranomorika.rs>

<http://www.ribnjak-tima.rs>

<http://www.rkjugovic.rs>

<http://www.rtv.rs>

<http://www.salas84.rs/galerija.php>

<http://www.srbobran.rs/drustvo/zdravstvo>

<http://www.srbobran.rs/drustvo/obrazovanje/pu-radost-srbobran>

<http://www.srbobran.rs/drustvo/obrazovanje/zrenjanin-uca-nadalj>

[http://www.stsmmarictitel.edu.rs/skola\\_danas.php](http://www.stsmmarictitel.edu.rs/skola_danas.php)

<http://www.szilard.org>

[http://sr.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B0:Kanalisan\\_tok\\_jegricke.JPG](http://sr.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B0:Kanalisan_tok_jegricke.JPG)

<http://www.the-laza-kostic-fund.com/>

<http://www.temerinski.info/2012/08/eko-kamp-na-jegrickoj/>

<http://www.titelskibreg.com>

<http://www.titelskibreg.com/lat/clanak.php?r=br-36/Spomenici-etnologije-u-naseljima-op%C5%A1tine-Titel.html>

<http://www.titelskibreg.com/lat/clanak.php?r=br-12/Zna%C4%8Dajni-objekti-u-Titelu.html>

<http://www.titelskibreg.com/lat/sekcije.php?r=sbr-17/Verski-objekti.html>

<http://www.titelskibreg.com/lat/clanak.php?r=br-19/%D0%9Co%C5%A1orin.html>

<http://www.unwto.org>, maj 2008

<http://www.unwto.org>, 2012

<http://www.unesco.com>

[http://www.hoteltisa.co.rs/o\\_titelu.html](http://www.hoteltisa.co.rs/o_titelu.html)

<http://www.hotelorlovi.rs/>

<http://cvarakfest.org.rs>

<http://www.curug.info>

<http://www.curuskaregata.com/>

<http://www.curuskaregata.com/sekcije.php?r=sbr-1/Vesla%C4%8Dki-klub%C4%8Curug.html>

## **ПРИЛОЗИ**

**ПРИЛОГ 1. СПИСАК ЧЕСТИХ АКТИВНОСТИ НА ИЗЛЕТИШТИМА И МАТЕРИЈАЛНА ОСНОВА КОЈА ЈЕ НЕОПХОДНА ЗА ЊИХОВО НЕОМЕТАНО ОДВИЈАЊЕ**

1. Купање- базен или језеро, река, са уређеним приступом и плажом, тушеви, свлачионице, итд.
2. Шетње – маркиране стазе, информативни панои, ватришта, канте за отпатке, настрешнице, склоништа од невремена, одморишта и клупе.
3. Вожња бициклом – уређене бицикличке стазе, служба изнајмљивања бицикала, мали сервис за њихово одржавање и сл.
4. Вожња моторним чамцима – моторни чамци за изнајмљивање, спремиште за моторне чамце, пристаништа, сервис за мале опрвке, бензинска пумпа
5. Вожња запрежним колима, школа јахања, шетње и излети на коњима – штале, коњи, особље, инструктори, запрежна возила, седла и друга јачачка опрема, лична опрема за изнајмљивање.
6. Спортско стрелаштво – обезбеђен простор, мете, ваздушне пушке, стрелишта са настрешницом...
7. Спортске и забавне игре – уређени спортски терени, реквизити и опрема
8. Веслање – Чамци, спремишта за чамце, изнајмљивање
9. Једрење и школа једрења – једрилице, инструктори, спремиште за једрилице
10. Спортски риболов – порибљавање, чувар риболова, прехрањивање риба.
11. Логоровање – уређени простор са санитарним уређајима, водом, прикључцима за струју, сметлиште, чуварска служба, шатори.
12. Мали голф – уређене стазе, руковалац, реквизити за изнајмљивање
13. Планинарски походи – маркирани планинарски правци, водичи, опрема за изнајмљивање, познавање читања карата и орјентације (Група аутора, 1973)

## ПРИЛОГ 2. БРОЈ ТУРИСТА/НОЋЕЊА У ОПШТИНИ ЖАБАЉ У 2012. ГОДИНИ

Гранд		I	II	III	IV	УК	
1. ТУРИСТИ	Укупан број туриста	43	48	121	19	241	
		<i>Домаћи</i>	35	32	121	14	202
		<i>Страни</i>	8	16	0	15	39
2. НОЋЕЊА	Укупан број ноћења	257	240	1101	140	1738	
		<i>Домаћи</i>	210	160	1101	95	1566
		<i>Страни</i>	47	80	0	45	172
3. ПРОСЕЧНА ДУЖИНА БОРАВКА	Укупно						
		<i>Домаћи</i>	6	5	9	6,8	7,75
		<i>Страни</i>	5	5	0	3	4,41

Дебели лад		I	II	III	IV	Ук	
1. ТУРИСТИ	Укупан број туриста	3	3	20	11	37	
		<i>Домаћи</i>	3	3	20	11	37
		<i>Страни</i>	0	0	0	0	0
2. НОЋЕЊА	Укупан број ноћења	3	3	75	46	127	
		<i>Домаћи</i>	3	3	75	46	127
		<i>Страни</i>	0	0	0	0	0
3. ПРОСЕЧНА ДУЖИНА БОРАВКА	Укупно						
		<i>Домаћи</i>	1	1	3,75	4,18	3,43
		<i>Страни</i>	0	0	0	0	0

Одисеја		I	II	III	IV	Ук	
1. ТУРИСТИ	Укупан број туриста	0	0	15	22	37	
		<i>Домаћи</i>	0	0	13	20	33
		<i>Страни</i>	0	0	2	2	4
2. НОЋЕЊА	Укупан број ноћења	0	0	80	70	150	
		<i>Домаћи</i>	0	0	76	66	142
		<i>Страни</i>	0	0	4	4	8
3. ПРОСЕЧНА ДУЖИНА БОРАВКА	Укупно						
		<i>Домаћи</i>	0	0	5,85	3,3	4,3
		<i>Страни</i>	0	0	2	2	2

(Извор: Т.О. Општине Жабаљ)



## ПРИЛОГ 3. БРОЈ ТУРИСТА/НОЋЕЊА У ОПШТИНИ ЖАБАЉ У 2013. ГОДИНИ

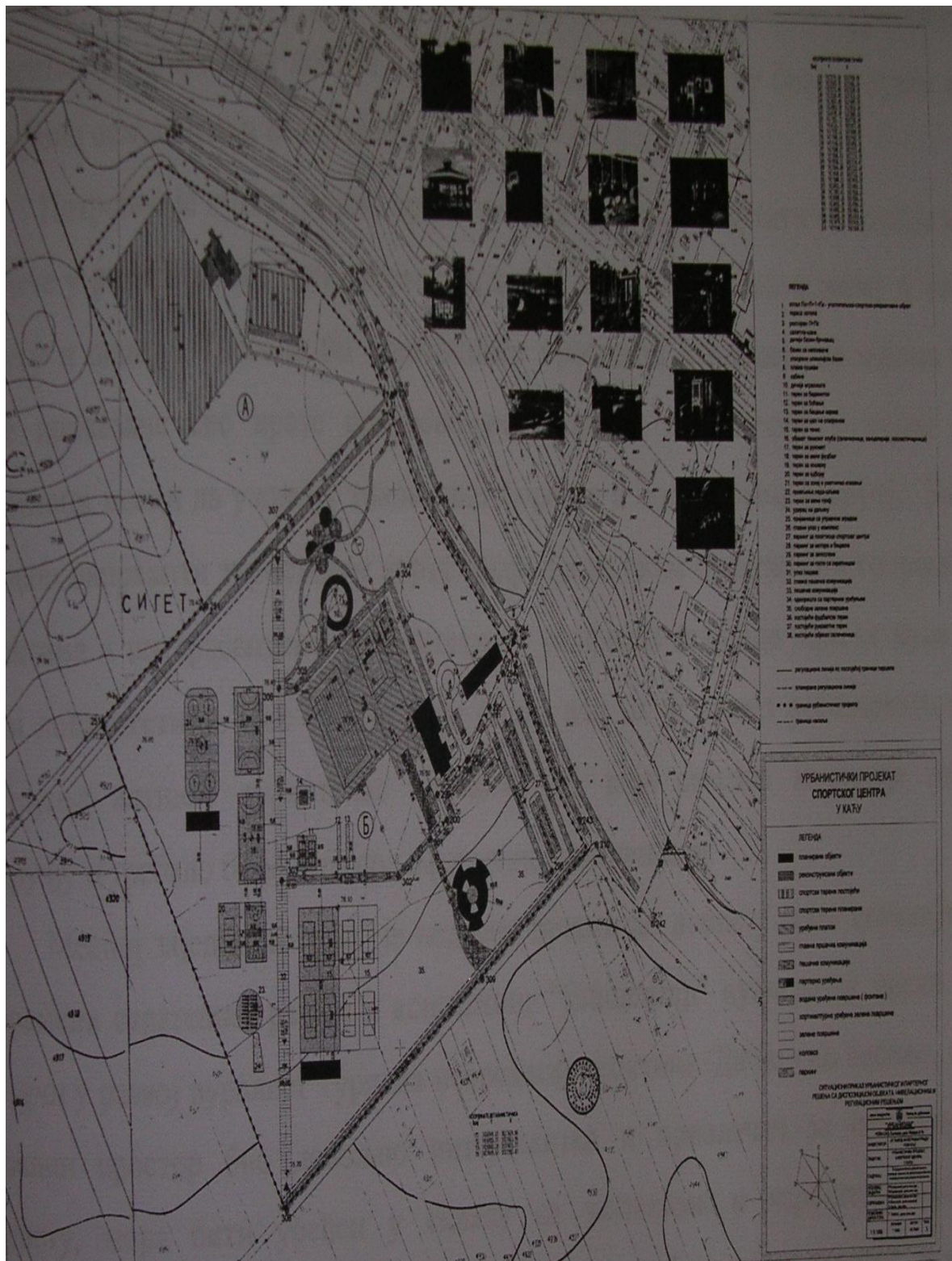
Гранд		I	II	III	IV	Ук
1. ТУРИСТИ	Укупан број туриста	72	161			
		<i>Домаћи</i>	14	19		
		<i>Страни</i>	58	142		
2. НОЋЕЊА	Укупан број ноћења	719	1771			
		<i>Домаћи</i>	20	43		
		<i>Страни</i>	699	1728		
3. ПРОСЕЧНА ДУЖИНА БОРАВКА	Укупно	9,98	10,73			
		<i>Домаћи</i>	1,42	2,26		
		<i>Страни</i>	12,05	12,17		

Дебели Лад		I	II	III	IV	Ук
1. ТУРИСТИ	Укупан број туриста	6	8			
		<i>Домаћи</i>	6	8		
		<i>Страни</i>	/	/		
2. НОЋЕЊА	Укупан број ноћења	11	8			
		<i>Домаћи</i>	11	8		
		<i>Страни</i>	/	/		
3. ПРОСЕЧНА ДУЖИНА БОРАВКА	Укупно	1,83	1			
		<i>Домаћи</i>	1,83	1		
		<i>Страни</i>	/	/		

Одисеја		I	II	III	IV	Ук
1. ТУРИСТИ	Укупан број туриста	30	44			
		<i>Домаћи</i>	14	20		
		<i>Страни</i>	16	22		
2. НОЋЕЊА	Укупан број ноћења	79	65			
		<i>Домаћи</i>	35	31		
		<i>Страни</i>	44	34		
3. ПРОСЕЧНА ДУЖИНА БОРАВКА	Укупно	2,63	1,47			
		<i>Домаћи</i>	2,5	1,55		
		<i>Страни</i>	2,75	1,54		

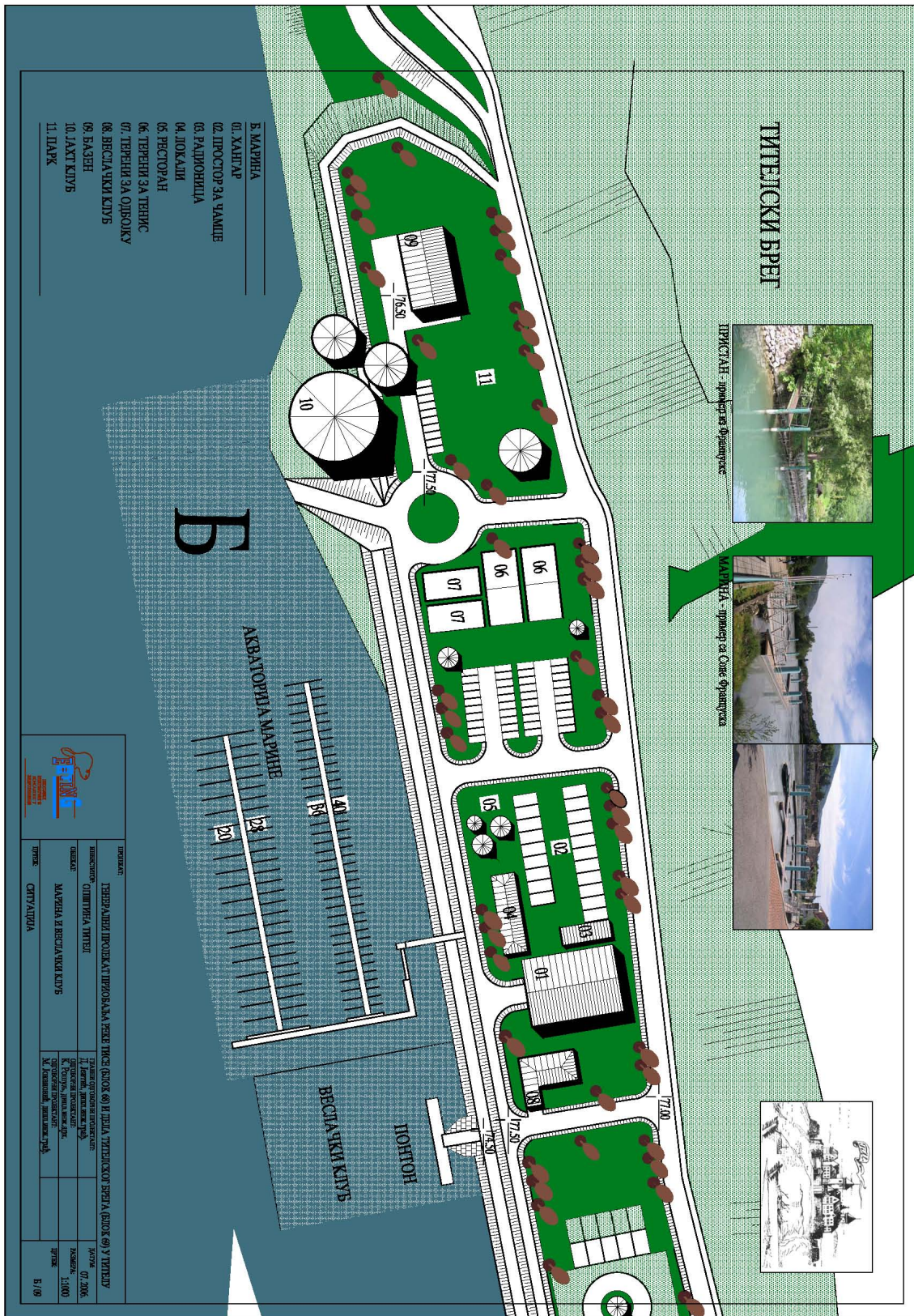
(Извор: Т.О. Општине Жабаљ)

ПРИЛОГ 4. УРБАНИСТИЧКИ ПРОЈЕКАТ СПОРТСКОГ ЦЕНТРА У КАЋУ

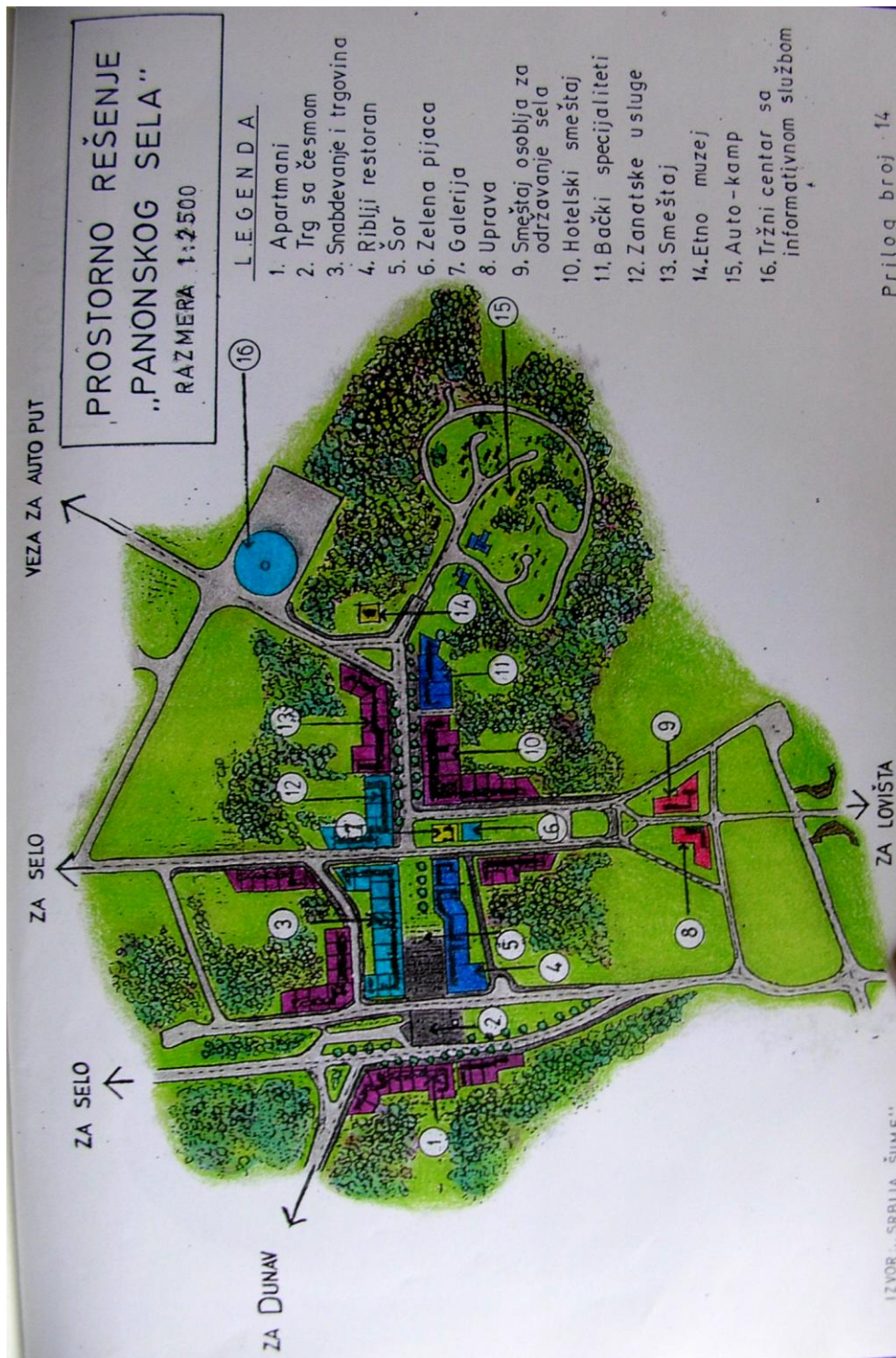


(Извор: Месна заједница Каћ)

**ПРИЛОГ 5. ГЕНЕРАЛНИ ПРОЈЕКАТ И ПРЕТХОДНА СТУДИЈА ОПРАВДАНОСТИ КОРИШЋЕЊА ПРИОБАЉА РЕКЕ ТИСЕ У ТИТЕЛУ - МАРИНА**



ПРИЛОГ 6. ПРОСТОРНО РЕШЕЊЕ ПАНОНСКОГ СЕЛА У КОВИЉУ



## ПРИЛОГ 7. УПИТНИК ФОРМИРАН ЗА ПОТРЕБЕ ИСТРАЖИВАЊА ТУРИСТИЧКЕ ТРАЖЊЕ ШАЈКАШКЕ

ПРИРОДНО МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ  
ДЕПАРТМАН ЗА ГЕОГРАФИЈУ, ТУРИЗАМ  
И ХОТЕЛИЈЕРСТВО  
Трг Доситеја Обрадовића 3,  
21000 Нови Сад  
Тел: 021/450-105, 450-104;  
Факс: 021/459-696  
www.ig.ns.ac.yu



FACULTY OF NATURAL SCIENCES  
AND MATHEMATICS  
DEPARTMENT OF GEOGRAPHY, TOURISM  
AND HOTEL MANAGEMENT  
Trg Dositeja Obradovića 3, 21000 Novi Sad  
Tel: + 381 21 450-105, 450-104;  
Fax: + 381 21 459-696  
www.ig.ns.ac.yu

Поштовани,

Овај анкетни упитник је формиран као део истраживања у оквиру докторске дисертације под називом „Туризам Шајкашке” на Природно-математичком факултету – Департману за географију, туризам и хотелијерство у Новом Саду. Анкетни упитник је анониман а резултати истраживања користиће се искључиво у научне сврхе.

### АНКЕТА

1. Пол	2. Степен образовања	3. Старосна доб	4. Месечна зарада	5. Запослени	6. Место становања
1. женско 2. мушко	1. основна 2. средња школа 3. виша школа 4. факултет 5. виша научна звања (др, мр)	1. 18-25 2. 26-35 3. 36-45 4. 46-55 5. 56-65 6. 66 ≥		1. да 2. не	1. Нови Сад 2. Зрењанин 3. _____

#### 1. Основни подаци испитаника

#### 7. Да ли волите да путујете?

- 1) Да 2) Не

#### 8. Колико пута годишње путујете?

- 1) ниједном 2) једном 3) два пута 4) три пута и чешће

#### 9. Колико дана, у просеку, трају ваша путовања?

- 1) 15 дана 2) 10 дана 3) 7 дана 4) 3-4 дана

#### 10. Који је главни разлог ваших путовања?

- 1) одмор и разонода 2) посета неком догађају 3) откривање новог  
4) пословни разлози 5) посета пријатељима и родбини 6) нешто друго \_\_\_\_\_

#### 11. Коју врсту туристичких путовања највише волите?(заокружите један одговор)

- 1) градски  
2) пословни  
3) приморски туризам (одмор на мору)  
4) једнодневне излете  
5) активне одморе у сеоском окружењу  
6) манифестациони  
и) \_\_\_\_\_

#### 12. Који од наведених облика туризма ће, по Вашем мишљењу, привлачити највише туриста у будућности?

1. градски  
2. еко-туризам  
3. крстарења  
4. рурални туризам  
5. пословни  
6. излетничко-рекреативни  
7. \_\_\_\_\_

**13. За коју спортско-рекреативну активност бисте се најрадије одлучили на Вашем одмору (заокружите само једну активност)?**

1. пливање 2. јахање 3. бициклизам 4. пешачење 5. пецање  
6. лов 7. тенис 8. голф 9. радови у пољу са локалним становништвом и 10.....

**14. Да ли сте некада били на одмору на селу?**

- 1) да 2) не

**15. Да ли планирате да неки од својих следећих одмора проведете у сеоском окружењу?**

- 1) да 1) не 3) неодлучан сам

**16. Да ли преферирате излетничка кретања током викенда?**

- 1) да 2) не

## II ДЕО

**Молим Вас да на скали од 1-5 оцените колико се слажете са доле наведеним тврдњама.**

(1-уопште се не слажем 2-углавном се не слажем 3 неодлучан сам 4. углавном се слажем 5. потпуно се слажем)

17. Активан одмор на селу доприноси ослобађању од стреса.	1	2	3	4	5
18. Излетничко-рекреативне зоне су значајне за рекреирање градског становништва.	1	2	3	4	5
19. Салашни су атрактивни излетничко-рекреативни локалитети	1	2	3	4	5
20. Рурални простори Војводине су атрактивни и привлачни градском становништву за одмор и рекреацију	1	2	3	4	5
21. Рурални простори Војводине имају доста уређених излетничко-рекреативних локалитета	1	2	3	4	5
22. Спортско-рекреативни садржаји су битан фактор који утиче на избор дестинације за одмор	1	2	3	4	5
23. Сеоски туризам има тренд пораста на туристичком тржишту	1	2	3	4	5
24. Излетнички туризам има тренд пораста на туристичком тржишту	1	2	3	4	5

## III ДЕО

**26. Да ли сте чули за Шајкашку област у Војводини ?**

- 1) да 2) не

**27. Да ли сте посетили неко од наведених насеља (заокружите насеља у којима сте били)**

- 1) Тител 2) Жабал 3) Каћ 4) Ковиљ 5) Будисава 6) Чуруг 7) Ђурђево 8) Госпођинци 9) Вилово 10) Лок 11) Шајкаш 12) Гардиновци 13) Надаљ 14) Мошорин 15) нисам посетио наведена насеља

**28. Који је био разлог ваше посете насељима?(уколико сте их посетили)**

- 1) посета родбини 2) одлазак на салаш 3) посета излетишту или купалишту 4) одлазак на локалну манифестацију  
5) обилазак заштићених природних подручја 6) активан одмор у природном окружењу 7)\_\_\_\_\_

**29. Да ли сте посетили неке од доле наведених локалитета ? Заокружите са леве стране Да ако јесте, Не ако нисте.**

**Уколико је Ваш одговор Да, оцените на скали од 1-5 степен њихове туристичке атрактивности и привлачности (по Васем мислењу)**

(1= веома слаба; 2 = слаба; 3= добра; 4= веома добра; 5= одлична)

Да ли сте били		Локалитет	Степен туристичке атрактивности				
да	не	1. Парк природе „Јегричка“ .	1	2	3	4	5
да	не	2. Заштићено природно добро „Тителски брег“	1	2	3	4	5
да	не	3. Парк природе „Стара Тиса код Бисерног Острва“	1	2	3	4	5
да	не	4. Специјални резерват природе „Ковиљско-Петроварадински рит“	1	2	3	4	5

да	не	5. археолошко налазиште „Калварија“	1	2	3	4	5
да	не	6. кућа Милеве Марић Ајнштајн у Тителу	1	2	3	4	5
да	не	7. родна кућа Лазе Костића у Ковиљу					
да	не	8. манастир Ковиљ					
да	не	9. „Бабин салаш“ код Жабља	1	2	3	4	5
да	не	10. „Салаш 84“	1	2	3	4	5
да	не	11. „Етно кућа Богојевић“	1	2	3	4	5
да	не	12. „Голф Центар“ код Жабља	1	2	3	4	5
да	не	13. Тителска плажа	1	2	3	4	5
да	не	14. „Чарда на крај света“	1	2	3	4	5
да	не	15. Излетиште „Тиса“	1	2	3	4	5
да	не	16. Шлајз у Ковиљу	1	2	3	4	5
да	не	17. Аркањ	1	2	3	4	5

**30. Молим Вас оцените наведене елементе Шајкашке као туристичке дестинације на скали од 1-5 (1= веома лоше; 2 = лоше; 3= задовољавајуће; 4= добро; 5= веома добро)**

Туристичко-географски положај	1	2	3	4	5
Саобраћајна повезаност и доступност	1	2	3	4	5
Очуване природне вредности	1	2	3	4	5
Лепота пејзажа	1	2	3	4	5
Атрактивност вода (Тиса, Јегричка, Дунав)	1	2	3	4	5
Богатство културно-историјског наслеђа	1	2	3	4	5
Мултикултурална средина	1	2	3	4	5
Гастрономија	1	2	3	4	5
Могућности за спортско-рекреативне активности у природи	1	2	3	4	5
Могућност за спортско-рекреативне активности на води	1	2	3	4	5
Манифестације и догађаји високог степена атрактивности	1	2	3	4	5
Атрактивност салаша	1	2	3	4	5
Атрактивност Тителског брега	1	2	3	4	5
Заштићена природна подручја (Мртва Тиса, Јегричка, Ковиљско-Петроварадински рит, Тителски брег)	1	2	3	4	5
Расположивост рецептивних капацитета (хотели, мотели, куће за изнајмљивање)	1	2	3	4	5
Туристичка сигнализација	1	2	3	4	5

**Хвала на сарадњи.**

**ПРИЛОГ 8. УПИТНИК ФОРМИРАН ЗА ПОТРЕБЕ ИСТРАЖИВАЊА СТАВОВА  
ЛОКАЛНОГ СТАНОВНИШТВА ШАЈКАШКЕ**

1. Пол	а) мушки	б) женски	
2. Старост	а) 18-25	б) 26-50	в) 50 - 65
3.Образовање:			
1. основна школа	2. средња школа	3. виша школа	4. висока школа
4. Да ли посећујете манифестације које се одржавају у вашем селу и које?			
1. Да,.....			
2. Не			
5. Коју спортско-рекреативну активност бисте препоручили туристи током боравка у вашем селу?			
1. пливање 2. јахање 3. бициклизам 4. групне спортове на излетиштима			
5. веслање 6. пецање 7. лов 8. радове у пољу са локалним становништвом			
9.....			
6. Коју манифестацију или спортски догађај у Вашем селу бисте препоручили туристима да посете?			
1.....			
2. не бих препоручио			
7. Да ли сматрате да је ваше село интересантно туристима?			
1. Да,.....			
2. Не, .....			
8. Да ли бисте и Ви учествовали у рекреативним активностима са туристима?			
1. Да, .....			
2. Не			



9. За коју врсту туризма, од доле наведених, сматрате да у Вашем селу постоје најбољи потенцијали?

1. сеоски    2. излетнички    3. спортско-рекреативни    4. научки    5. едукативни

6.....

10. Да ли бисте се укључили у програм едукације становништва о значају и развоју туризма Вашем селу?

1. Да, .....

2. Не

11. Да ли сматрате да би Ваше село имало користи од развоја туризма?

12. Уколико би држава понудила помоћ за оспособљавање домаћинстава за прихват и угошћавање туриста у селу, да ли бисте прихватили овакву врсту помоћи и одлучили се да се бавите туризмом?

1. Да

2. Не

3. Можда

**ПРИЛОГ 9. ПРОСЕЧНЕ ВРЕДНОСТИ ПРОЦЕНЕ ИСПИТАНИКА О НАВЕДЕНИМ ЕЛЕМЕНТИМА ШАЈКАШКЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ**

Елементи	Минималан резултат	Максималан резултат	Аритметичка средина	Стандардна девијација
<b>Туристичко географски положај</b>	<b>1.00</b>	<b>5.00</b>	<b>3.7327</b>	<b>.82125</b>
Саобраћајна повезаност и доступност	1.00	5.00	3.3873	.86077
Очуване природне вредности	1.00	5.00	3.6368	.89019
Лепота пејзажа	1.00	5.00	3.6946	.85325
<b>Атрактивност вода (Тиса, Јегричка, Дунав)</b>	<b>1.00</b>	<b>5.00</b>	<b>3.9307</b>	<b>1.03431</b>
Богатство културно-историјског наслеђа	1.00	5.00	3.4213	.85126
<b>Мултикултурална средина</b>	<b>2.00</b>	<b>5.00</b>	<b>3.7525</b>	<b>.85161</b>
<b>Гастрономија</b>	<b>1.00</b>	<b>5.00</b>	<b>4.2040</b>	<b>.91825</b>
Могућности за спортско-рекреативне активности у природи	1.00	5.00	3.6061	.85873
Могућност за спортско-рекреативне активности на води	1.00	5.00	3.6050	1.05095
Манифестације и догађаји високог степена атрактивности	1.00	5.00	2.8763	.99489
Атрактивност салаша	1.00	5.00	3.5744	.89579
Расположивост рецептивних капацитета (хотели, мотели, куће и собе за изнајмљивање...)	1.00	5.00	2.5765	.89972
Туристичка сигнализација	1.00	5.00	2.3641	.95558

**БИОГРАФИЈА**

Мр Бојана Ковачевић рођена је 8. Априла 1981. године у Београду. Завршила је основну школу "Петар Петровић Његош" у Зрењанину, а затим уписује и завршава "Зрењанинску гимназију". Носилац је Вукове дипломе за основно и средње образовање.

Природно-математички факултет, смер географија, одсек дипломирани географ туризмолог, уписује 2000. године. Дипломира 2005. године и исте године уписује магистарске студије на ПМФ-у, на Департману за географију, туризам и хотелијерство, смер туризам, и полаже све испите са просечном оценом 10,00. Добитница је награде Универзитета у Новом Саду за постигнут успех током студирања (2006). Била је стипендиста Министарства науке и као стипендиста-истраживач била је ангажована на пројекту "Социо-еколошки аспекти транзиције у Србији" на Факултету техничких наука у Новом Саду, у периоду од 2006. до 2009. године. Магистарску тезу под насловом "Стање и перспективе спортско-рекреативног туризма у Шајкашкој" одбранила је у септембру 2009. године.

На Високој пословној школи струковних студија у Новом Саду запослена је од 2010. године, прво као сарадник у настави, а од 2012. године као предавач. Ангажована је на предметима Основи туризма, Менаџмент туристичких и хотелијерских предузећа и Менаџмент туристичке дестинације. Током студирања и усавршавања учествовала је на више међународних конференција и конгреса и објавила преко двадесет радова у стручним-научним часописима, од којих је дванаест везано за проблематику развоја туризма у Шајкашкој.

Нови Сад, фебруар, 2014.

мр Бојана Ковачевић

**УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ ПРИРОДНО-МАТЕМАТИЧКИ  
ФАКУЛТЕТ ДЕПАРТМАН ЗА ГЕОГРАФИЈУ, ТУРИЗАМ И  
ХОТЕЛИЈЕРСТВО**

**КЉУЧНА ДОКУМЕНТАЦИЈСКА ИНФОРМАЦИЈА**

РЕДНИ БРОЈ:

**РБР**

ИДЕНТИФИКАЦИОНИ БРОЈ:

**ИБР**

ТИП ДОКУМЕНТАЦИЈЕ:

Монографска документација

**ТД**

ТИП ЗАПИСА:

Текстуални штампани материјал

**ТЗ**

ВРСТА РАДА:

Докторска дисертација

**ВР**

АУТОР:

мр Бојана Ковачевић

**АУ**

МЕНТОР / КОМЕНТОР:

др Јован Плавша

**МН**

НАСЛОВ РАДА:

Туризам Шајкашке

**НС**

ЈЕЗИК ПУБЛИКАЦИЈЕ:

Српски / ћирилица

**ЈЗ**

ЈЕЗИК ИЗВОДА:

Српски / Енглески

**ЈИ**

ЗЕМЉА ПУБЛИКОВАЊА:

Република Србија

**ЗП**

УЖЕ ГЕОГРАФСКО ПОДРУЧЈЕ:

Војводина

**УГП**

ГОДИНА:

2014.

**ГО**

ИЗДАВАЧ:

Ауторски репринт

**ИЗ**

МЕСТО И АДРЕСА:

21000 Нови Сад,

Трг Доситеја Обрадовића 3

**МС**

ФИЗИЧКИ ОПИС РАДА:

15 Поглавља / 330 Страна / 37 Табела / 12 Карата / 125 Слика / 31 Графикон / 8 Скица / 9 Прилога

**ФО**

НАУЧНА ОБЛАСТ:

Гео-науке

**НО**

НАУЧНА ДИСЦИПЛИНА:

Туризам

**ДИ**

ПРЕДМЕТ, ОДРЕДНИЦА / КЉУЧНЕ РЕЧИ

Шајкашка, туризам, управљање туризмом, статистичке анализе

**ПО**

УДК:

ЧУВА СЕ:

У Библиотеци Департмана за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математичког факултета у Новом Саду, Трг Доситеја Обрадовића 3, 21 000 Нови Сад

**ЧУ**

ВАЖНА НАПОМЕНА:

**ВН**

Нема

ИЗВОД:

**ИЗ**

Шајкашка је географски субрегион у Србији. То је југоисточни део Бачке, лоциран у средишњем делу Аутономне Покрајине Војводине. Анализом природних и друштвених атрактивности, материјалне базе неопходне за развој туризма и садашњег стања развоја селективних облика туризма дошло се до закључка да Шајкашка, поред свих потенцијала, није афирмисана туристичка дестинација, чиме је потврђена основна хипотеза рада. У раду су дефинисани кључни туристички ресурси и приоритетни облици туризма и са сигурношћу се може констатовати да Шајкашка може одмах или релативно брзо оформити конкурентно задовољавајући ниво у вези са следећим туристичким производима: наутички, излетнички, ловни и риболовни, сеоски, салашарски и спорско-рекреативни туризам, који би требало да представљају окосницу развоја туризма на овом простору. Услов је да се на новим,

научно утемељеним и у пракси доказаним сазнањима, постави такав модел развоја, који ће да осигура да се Шајкашка позиционира као препознатљива и привлачна туристичка дестинација, са прецизно одређеном структуром туристичког производа и дефинисаним маркетинг планом развоја.

У раду су дефинисани планови даљег развоја и предлози за унапређење туризма Шајкашке, базирани на резултатима анкетног истраживања туристичког тржишта. Испитивање туристичке тражње спроведено је на испитаницима из Новог Сада и Зрењанина, док је за потребе истраживања на страни туристичке понуде спроведено истраживање ставова локалног становништва Шајкашке о стању и перспективама развоја туризма у њиховим насељима. Резултати истраживања указују на чињеницу да Шајкашка није препознатљива туристичка дестинација, да нема изграђен имиџ, и да више од половине испитаника није посетило природне и друштвене атрактивности које се налазе на овом простору. Најбоље оцењени елементи Шајкашке, као туристичке дестинације су гастрономија, атрактивност вода и мултикултуралност, док је најслабије оцењен елемент материјална основа. У резултатима истраживања ставова локалног становништва дошло се до закључка да становништво има позитиван став према развоју туризма, али да није свесно локалних туристичких вредности, ни природних нити културних, те да је неопходно спровести програме туристичке едукације и подизања самосвести. Велики удео локалног становништва има магловите представе о туризму и не познаје кораке и поступке који могу од ове делатности направити сигуран извор допунске зараде. Из анализе резултата анкетног истраживања донети су важни и конкретни закључци који би могли бити од велике помоћи за даље планирање развоја туризма у Шајкашкој. У резултатима истраживања нагласак се ставља на циљне тржишне сегменте на које треба усмерити маркетинг активности, стратегије које би требало применити и предуслове које треба испунити да би туризам заиста постао један од водећих елемената свеукупног развоја

овог простора, а Шајкашка постала препознатљива туристичка дестинација у Србији.

ДАТУМ ПРИХВАТАЊА ТЕМЕ: 21.10.2010.

ДП

ДАТУМ ОДБРАНЕ:

ДО

ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ:

КО

др Ристо Прентовић, редовни професор  
ПМФ-а у Новом Саду - председник  
др Јован Плавша, редовни професор ПМФ-а  
у Новом Саду - ментор  
др Анђелија Ивков Цигурски, ванредни  
професор, ПМФ-а у Новом Саду - члан  
др Горан Јовић, ванредни професор, ПМФ-а  
у Нишу - члан

**UNIVERSITY OF NOVI SAD FACULTY OF SIENCE  
DEPARTMENT OF GEOGRAPHY, TOURISM AND HOTEL  
MANAGEMENT**

**KEY WORDS DOCUMENTATION**

ACCESSION NUMBER:

**ANO**

IDENTIFICATION NUMBER:

**INO**

DOCUMENT TYPE:

Monograph

**DT**

TYPE OF RECORD:

Printed text

**TR**

CONTENTS CODE:

Degree work

**CC**

AUTHOR:

Bojana Kovačević, MA

**AU**

MENTOR:

Jovan Plavska, PhD

**MN**

TITLE:

Tourism of Šajkaška

**TI**

LANGUAGE OF TEXT:

Serbian / cyrillic

**LT**

LANGUAGE OF ABSTRACT:

Serbian

**LA**

COUNTRY OF PUBLICATTION:

Serbia

**CP**

LOCALITY OF PUBLICATION:

Vojvodina

**LP**

PUBLICATION YEAR:

2014.

**PY**

PUBLISHER:

Author's reprint

**PU**

PUBL. PLACE:

Novi Sad,



<b>PP</b>	3 Dositej Obradovic, Square
<b>PHYSICAL DESCRIPTION:</b>	17 Chapters / 330 Pages / 37 Tables / 12Maps / 125 Pictures / 31 Graphics / 8 Schemes / 9 Appendices
<b>PD</b>	
<b>SCIENTIFIC FIELD:</b>	Georaphy
<b>SF</b>	
<b>SCIENTIFIC DISCIPLINE:</b>	Tourism
<b>SD</b>	
<b>SUBJECT / KEY WORDS:</b>	Šajkaška, tourism, tourism management, statistical analysis
<b>SKW</b>	
<b>UC:</b>	
<b>HOLDING DATA:</b>	Library, Department of geography, tourism and hotel management, University of Novi Sad, no.3 Dositej Obradovic Square
<b>HD</b>	

**NOTE:** -

**N**

**ABSTRACT:**

**ASB**

Šajkaška is geographical subregion in Serbia. It is located in southeastern part of Bačka, in middle part of Autonomous Province of Vojvodina. Through analyzes of natural and social attractiveness, material base essential for development of tourism and present condition of development of selective forms of tourism, it is concluded that Šajkaška, regardless of all its potential, is not an affirmed tourist destination, which confirms the basic hypothesis of the dissertation.

Dissertation defines key tourist resources and priority forms of tourism, and it can be ascertain that Šajkaška may now, or relatively soon form competitive satisfying level in relation with following tourist products: nautical tourism, excursion and sightseeing, hunting and fishing, rural and farm tourism, and sports-recreational tourism, which supposed to be framework for future development of tourism in this area. It is required that, on the grounds of new, scientifically based and in practice proven facts, a model of development should be created, which will ensure Šajkaška position as a recognizable and attractive tourist destination, with a precise structure of tourism product and the defined marketing plan development.

Dissertation defines plans for further development and suggestions on improving tourism of Šajkaška, based on results of survey of tourist market. Survey

was conducted on respondents from Novi Sad and Zrenjanin, and for the purpose of research on the tourist offer, a survey of attitudes of local people from Šajkaška, on the status and perspectives of tourism development in their neighborhoods was conducted.

Results of survey indicates that Šajkaška is not recognizable tourist destination, it is without defined image, and more than half of respondents didn't visit natural and social attractiveness that are found in this area. Best graded elements of Šajkaška, as tourist destination is gastronomy, attractiveness of water and multiculturalism, and lowest grade was given to the material base.

Based on survey results of attitudes of local people it is concluded that they have positive attitude towards development of tourism, but unaware of local tourist values, neither natural nor cultural, and that is necessary to implement a program of tourism education and raising awareness. Majority of population has wage idea of tourism and it is not familiar with procedures and steps which can make this activity secure source of additional earnings.

Based on survey findings analyze important and concrete conclusions were drawn, which could be of great assistance for further planning of development tourism in Šajkaška. Dissertation emphasizes survey findings, target market segments on which marketing activities should be focused, strategies that should be applied and preconditions that should be required in order to make tourism as one of the leading elements of entire development of this area, and Šajkaška to become recognizable tourist destination in Serbia.

ACCEPTED BY THE SCIENTIFIC BOARD ON: 21.10.2010.

**ASB**

DEFENDED:

THESIS DEFEND BOARD:

**DB**

dr Risto Prentović, full professor, Faculty of Science, University of Novi Sad – president  
dr Jovan Plavša, full professor, Faculty of Science, University of Novi Sad – mentor  
dr Anđelija Ivkov Džigurski, associate professor, Faculty of Science, University of Novi Sad – member  
dr Goran Jović, associate professor, Faculty of Science, University of Novi Sad – member