

MOGUĆNOSTI ZA RAZVOJ KREATIVNOG TURIZMA U RURALNIM PODRUČJIMA BUKOVICE

Rezime. Pojedinci putuju iz različitih razloga. Jedan od njih je kultura. Ljudi žele da pobjegnu iz svoje poznate okoline i žele da saznaju o novoj kulturi - ljudima i njihovom ponašanju, njihovim stavovima, njihovoj hrani, tradiciji i istoriji. Svaka turistička destinacija pokušava da se prilagodi novim zahtevima turističkog tržišta i istakne se kroz razvoj inovativnih proizvoda. Mnogi gradovi/regioni počeli su da traže nove razvojne modele, donoseći ideju "kreativnih industrija". Kreativnost u suštini podrazumeva dodavanje nečeg novog postojećim turističkim proizvodima. Kreativna destinacija može ostvariti profit kroz inovacije, kulturu, istraživanje i umetničku produkciju. Kreativni turizam kao proces može se razviti brže od drugih oblika turizma. Kreativni turizam je jedan od oblika kulturnog turizma koji može pomoći u razvoju slabo turistički razvijenih ruralnih oblasti Bukovice.

Ključne reči: kreativni turizam, ruralne sredine, primeri

Uvod

Turizam se često koristi za rešavanje problema koji proizilaze iz promena u ekonomskoj strukturi, kao što je pad tradicionalnih ruralnih sektora - poljoprivrede i prerađivačke industrije. Razvoj turizma daje ruralnim opštinama priliku da stvore nova radna mesta i da povećaju svoju ekonomsku aktivnost. Ruralni turizam podrazumeva korišćenje lokalnih resursa (prirodni, kulturni i istorijski potencijal) koji motivišu posetioce da učestvuju u turizmu. Savremeni postmoderni posetioci traže autentična i jedinstvena iskustva, a to može da pruži ruralna sredina. Adekvatna infrastruktura je važan faktor u razvoju ruralnog turizma. Tematski putevi su dobar primer oživljavanja i stimulacija ekonomskog rasta kojim ruralne opštine mogu upravljati. Tematske rute stvaraju mogućnost povezivanja različitih delova prirodnog, kulturnog i istorijskog potencijala, kako bi ih ujedinili i predstavili pod jednom temom, jednim brendom. Oni stimulišu preduzetničke aktivnosti i razvoj novih usluga za turiste. U Evropi postoji mnogo utvrđenih puteva kulture, ali i vinskih puteva (Vinski put Donja Austrija, francuski putevi vina i saksonska vinska ruta), sireva (Schlesvig- Holštajnska sirarska ruta), mleka i pivske rute (put mleka u Saksoniji, Aischgrunder Bierstrasse). Oni uglavnom predstavljaju kulturu i gastronomiju odabranih regija i zemalja.

Koncept kombinovanja kulture i kreativnosti u turizmu je postao popularan trend širom sveta. Pre svega, jer se kreativni turizam smatra novim smerom, strategijom koju treba da prate gradovi, ali i ruralne oblasti u potrazi za rastom, ali se smatra i potencijalno korisnim načinom promovisanja lokalne ekonomije kroz kulturni razvoj. Mnoge zemlje i mesta u svetu razvijaju različite oblike kreativnog turizma kao deo njihovih širih razvojnih strategija². Tako na primer, turisti mogu doživeti tradicionalne zanate ili učiti jezike na Novom Zelandu, mogu da učestvuju u izradi parfema u Francuskoj, uče da slikaju, crtaju, prave skulpture i rezbare u Kanadi, učestvuju u narodnoj muzici i plesu Meksika, itd.

Za mnoge turiste, konzumiranje standardizovanih proizvoda postalo je previše površno i nezadovoljavajuće. Društvene transformacije pokazuju da se zahtevi ljudi menjaju: traže nove veštine, više aktivnosti, stvaranje iskustva koja podstiču samo-razvoj. Kreativni turizam je

^{1,2} Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo

² Richards, G. (2009): *Tourism Development Trajectories – From Culture to Creativity*. Available at: <http://www.tramresearch.com/atlas/APC%20Paper%20Greg%20Richards.PDF>

grana kulturnog turizma gde se kreativnost koristi kao sredstvo za promociju kulture jednog mesta. Kreativni turizam karakteriše autentičnost mesta, stvaranje iskustava i mogućnost da turista razvije svoj kreativni potencijal, kao i činjenica da domaćin i turista saraduju na iskustvu na samoj lokaciji³.

O kreativnom turizmu

Prema Ričardsu⁴ kreativni turizam je novi trend turizma, a predstavlja transformaciju tradicionalnog kulturnog turizma. Kreativni turizam može doneti održiv i profitabilan razvoj malih zajednica. Tokom devedesetih godina XX veka velika pažnja je usmeravana na kreativnost u gradovima i ruralnim područjima. Primer ovoga je bio zanatski turizam, i to u gradovima Finske, Grčke i Portugalije između 1996. i 1999. godine. Poraslo je interesovanje za lokalnu domaću kulturu i svakodnevni život.

Kreativni turizam je turizam koji pruža posetiocima mogućnost da razvijaju svoj kreativni potencijal kroz aktivno učešće na kursovima i iskustvima učenja, koja su karakteristična za destinaciju za odmor⁵. Prema UNESCO-u kreativni turizam je putovanje usmereno prema angažovanom i autentičnom iskustvu, uz participativno učenje o umetnosti, nasleđu ili posebnim karakteristikama mesta, i pruža vezu sa stanovništvom koje žive u ovom mestu i stvaraju ovu živu kulturu⁶.

U obe definicije postoje četiri zajednička elementa: prvo-iskustvo kulturnog sadržaja; drugo-učešće u kulturnom sadržaju; treće-učenje o kulturnom sadržaju; četvrto-kulturni sadržaj je autentična karakteristika destinacije.

Kreativni turizam nudi priliku da turista učestvuje u širokom spektru aktivnosti vezanih za destinaciju u oblastima kao što su muzika, vizuelna umetnost, drama, sport, gastronomija, duhovne aktivnosti, jezike, umetničke radionice ili pisanje. Interakcije između domaćina i gostiju, koji razvijaju kreativne potencijale i nove veštine doživljavaju i turisti, kao i lokalni stanovnici, su značajne⁷. Kreativni turizam zasnovan je na aktivnostima i iskustvima koja nude samorealizaciju i samoizražavanje. Turisti stoga postaju ko-stvaraoci i razvijaju svoje kreativne sposobnosti.

Richards i Raymond (2000) naglašavaju da ne treba samo turisti da budu uključeni u kreativne aktivnosti, već i destinacija mora da ponudi tipična iskustva. Neizbežno je uzeti u obzir i kreativni aspekt mesta koji bi mogao privući kreativne turiste. Kreativnost je važan deo ciljne destinacije. Svaka ciljna destinacija može ponuditi jedinstvenu kombinaciju znanja, veština, opipljivog nasleđa, društvenog kapitala i atmosfere koja stvara potencijal za naročito atraktivnog kreativca. Ova jedinstvenost se može povezati sa lokalnim tradicijama kao što su keramika i rezbarenje drveta, događajima i tako dalje.

Postoje dva oblika kreativnog turizma:

- a) Kreativni turizam vezan za određenu ciljnu destinaciju. Prateći ovaj pristup, kreativni su gradovi i opštine. Imidž kreativnih gradova i opština turistički operateri koriste za povećanje atraktivnosti prilikom formiranja svojih proizvoda-ruta.

³ Pfanner, J.H. (2011): Archaeological Sieving as Creative Tourism? MA thesis, University of Warwick

⁴ Richards, G. (2011): Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of tourism research*, 38

⁵ Richards, G. W., Raymond, C. (2000): Creative tourism. *ATLAS news*, 23, 16-20.

⁶ UNESCO (2006): Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism. Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism, Santa Fe, New Mexico, U.S.A., October 25-27, 2006. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811E.pdf>

⁷ Blapp, M. (2015): Creative Tourism in Bali's Rural Communities: Examination of the Current Offer and Advice on Future Product Development. MA thesis, NHTV University of Applied Sciences, Breda.

- b) Kreativni turizam zasnovan na kreativnim aktivnostima. Ovaj pristup prati pretpostavku da proizvodi kreativnog turizma prostorno su difuzni i zasnovani na kreativnim aktivnostima u kojima turisti mogu da učestvuju na različitim mestima nezavisno od lokacije. Na primer, kursevi renesansnog slikarstva mogu se organizovati u Francuskoj i Italiji ⁸.

U Evropi postoje mnogi primeri razvijenog kreativnog turizma. Veoma popularan primer je vrednovanje kulturnog i gastronomskog nasleđa francuskih ruralnih područja pomoću gastronomskog turizma. U francuskim ruralnim oblastima, kulturu i gastronomiju predstavljaju⁹:

- ✓ farme koje prodaju sveže proizvode posetiocima direktno na farmi ili na lokalnim tržištima, sajmovima ili preko potrošačkih mreža,
- ✓ farme koje primaju posetioce, nude im domaću hranu i piće kao regionalne brendove,
- ✓ porodične gostionice koje nude smeštaj i tradicionalnu hranu pripremljenu od lokalnih proizvoda,
- ✓ "praznici na farmi" koji uključuju smeštaj, kuvanje od svežih lokalnih proizvoda, jedenje na porodičnom stolu, posećuju farme i učestvuju u slobodnom vremenu,
- ✓ "grickalice na farmama" - brzo pripremljena hrana od svežih poljoprivrednih proizvoda na farmi,
- ✓ lokalne gastronomske događaje sa lokalnim specijalitetima, ceremonijama otvaranja muzeja (vina, sira), posebnih tematskih puteva (vinski putevi ili gastronomske rute), kursevi kuvanja, posete kompanijama i fabrikama (gde se proizvodi sir, čokolada i sl.),
- ✓ tradicionalni restorani (povratak tradicionalnog kuvanja i tradicionalne hrane).

Korisnici kreativnog turizma:

- traže autentična, jedinstvena i lična iskustva;
- žele da iskuse prirodne, netaknute pejzaže i autentičan smeštaj;
- žele učestvovati u aktivnostima, načinima života i tradiciji ruralnih zajednica i žele dobiti personalno iskustvo na selu;
- žele koristiti lokalne društvene, kulturne i prirodne resurse;
- oni ne traže monumentalnost, spektakularnost;
- jednom kada iskuse kreativni turizam, oni više ne žele da se vrate u konvencionalni krug;
- obično kombinuju mnoge vrste turizma, tokom istog putovanja: kreativni, kulinarski, eko-turizam, slow turizam.

U praksi kreativni turizam ne uključuju veliki broj učesnika/turista, ali ipak programi kreativnog turizma su zamišljeni kao glavni proizvod i, stoga, oni imaju snagu kao mali ali glavni turistički proizvod za destinacije¹⁰.

Ruralne sredine kao atraktivna okruženja za razvoj kreativnog turizma

Seoske zajednice suočavaju se sa značajnim izazovima kada je u pitanju promovisanje ekonomskog razvoja i podsticanje stalnog ekonomskog rasta. Kao što ističu Henri i

⁸ Ohridska-Olson, R. V., Ivanov, S. H. (2010). Creative tourism business model and its application in Bulgaria. In Proceedings of the Black Sea Tourism Forum/Cultural Tourism–The Future of Bulgaria. Retrieved from: http://culturalrealms.typepad.com/files/creativetourismbm_article_1_lr.pdf

⁹ Bessière, J. (1998): Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, Vol.38, No. 1, 21-34.

¹⁰ Jelinčić, D.A. (2009): Splintering of Tourism Market: New Appearing Forms of Cultural Tourism as a Consequence of Changes in Everyday Lives, *Coll. Antropol.* 33, 1, 259–266

Drabenstott¹¹, izazovi sa kojima se ruralne zajednice suočavaju u promovisanju ekonomskog rasta potiču iz dve istaknute karakteristike, njihove udaljenosti i malog obima. Ovo se često daje kao objašnjenje zašto ruralne ekonomije imaju tendenciju da stoje iza svojih većih urbanih kolega. Kombinovani procesi političkog i ekonomskog prestrukturiranja rezultirali su smanjenjem ekonomske aktivnosti u ruralnim zajednicama usled restrukturiranja poljoprivrednog sektora, gubitka proizvodnje i egzodusa mladih, obrazovanih radnika u veće centre^{12, 13}. Ovi izazovi sa kojima se ruralne zajednice suočavaju, zbog opadanja ekonomske aktivnosti, samo su se dodatno povećale zbog važnosti industrije zasnovane na znanju i većim centrima u uspostavljenoj uslužnoj ekonomiji. Da bi se održale ekonomske aktivnosti i podstakle kontinuirani prosperitet, ruralne zajednice su morale da odgovore na potragu za alternativnim mogućnostima.

Da bi se sprečio potpuni kolaps njihovih lokalnih ekonomija, ruralne zajednice se mogu okrenuti turizmu kao alternativnoj strategiji za promovisanje otvaranja novih radnih mesta i odgovor na opadanje društvenih i ekonomskih okolnosti¹⁴. Ruralne zajednice često realizuju svoj potencijal kao turističke destinacije kroz razvoj lokalnih prirodnih resursa, kulture i baštine¹⁵.

Kreativni turizam je važna dodatna vrednost, tj. važan dodatni proizvod što bi moglo imati značajan uticaj na broj dolazaka turista. Kreativna ponuda može stvoriti novu dimenziju u turističkoj ponudi kroz razne razvojne programe i projekte. Kreativni turizam pomaže seoskim područjima raznim aktivnostima privlačeći novu vrstu turista-urbane turiste. Prema studiji koju podržava Komisija i Savet Evrope, razvoj kreativnog turizma je evidentna u ruralnim područjima zato što "kreativnost omogućava destinacijama da inoviraju nove proizvode relativno brzo, dajući im konkurentsku prednost nad drugima područjima"¹⁶.

Brojne studije potvrđuju da ruralna područja mogu postati atraktivna okruženje za kreativni turizam. Visokokvalitetno okruženje, atraktivni prirodni, kulturni i istorijski potencijali i pogodna infrastruktura spadaju među razlozima lokalizacije kreativnog turizma u ruralna područja. Isti atributi su važni za turiste koji odlučuju gde da provedu svoje slobodno vreme. Sela bi trebalo da privuku turiste, na osnovu njihove radoznalost i želja da saznaju više o dnevnim, životnim aktivnostima lokalnih ljudi.

Neki autori¹⁷ misle da ruralne opštine mogu da koriste tri strateška pristupa za podršku njihovom razvoju. Ovi pristupi se zasnivaju na njihovom lokalnom razvoju, ekonomskom razvoju, kreativnosti i talentu. Prvi pristup zasniva se na lokalnim specifičnostima, kulturnom nasleđu, tradiciji i prirodnim uslovima. Strategija razvoja rezultat je korišćenja lokalnih resursa za razvoj turizma. Tako opštine imaju atmosferu mirnih mesta koja nude autentična iskustva i predstavljaju mesto za opuštanje. Drugi pristup naglašava ekonomski razvoj

¹¹ Henry, M., Drabenstott, M. (1996): A new micro view of the U.S. rural economy,"*Economic Review*, Federal Reserve Bank of Kansas City, issue Q II, pages 53-70.

¹² Briedenhann, 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

¹³ Stolarick, K., Denstedt, M., Donald, B., Spencer, G.M. (2010): Creativity, Tourism and Economic Development in a Rural Context: the case of Prince Edward County, *Journal of Rural and Community Development*, 5, 1/2, 238–254, ISSN: 1712-8277

¹⁴ Briedenhann, 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

¹⁵ MacDonald, R., Jolliffe, L. (2003): Cultural rural tourism: Evidence from Canada, *Annals of Tourism Research* 30-2

¹⁶ Richards, G., Wilson, J. (2006): Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, Vol. 27, 1209–1223. (4), 1225-1253. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Greg_Richards3/publication/241854896_Creativity_and_Tourism_The_State_of_the_Art/links/554244730cf24107d39407f0.pdf

¹⁷ Morgan, J. Q., Lambe, W., Freyer, A. (2009): Homegrown Responses to Economic Uncertainty in Rural America *Rural Realities*, 3(2), 1-15

pomoću podrške preduzetničke aktivnosti. Opštine bi trebalo da stvore poslovno okruženje za lokalne preduzetnike i podržavanje njihove aktivnosti. Treći pristup naglašava potrebu da se podrži kreativnost i talenat u ruralnim opštinama i prednosti takve podrške u smislu kontinuiranog ekonomskog rasta. Kreativna ekonomija u ruralnim oblastima oblasti se zasnivaju na prisustvu umetnosti i kulture. Morgan, Lambe, Freier (2009) tvrde da se taj razvoj opštine zasnovan na kreativnosti sprovodi putem podrške umetničkih talenata, ciljanih podrški umetničkim i zanatskim kursevima i obukama. Na primer, opština može uključiti talentovane umetnike u različite projekte u cilju organizovanja zanatskih kurseva ili instrukcije lokalnim ljudima i posetiocima. U zamenu, opština će obezbediti smeštaj.

Preporučuju se sledeće aktivnosti:

- Stvaranje događaja, posebno kulturnih događaja,
- Uspostavljanje veze sa medijima, jer su važni za promociju i privlačenje turista (razni medijski kanali kao kao što su: vebisajt, društvena mreža, vodič za putovanje, brošure; posebno, društvene mreže kao što su Facebook, Twitter, YouTube, Flickr),
- Promovisanje i proširenje aktivnosti.

Pozitivni primeri razvoja kreativnog turizma

Brojni su primeri uspešnog razvoja kreativnog turizma u malim, ruralnim sredinama.

Smešten između Kana i Nice, **grad Biot** se odlikuje bogatom umetničkom aktivnosti. Biot je započeo novi projekat-kreativni turizam. Posetioci mogu da rade sa umetnicima, na sat, dan, ili čak nedelju dana, da uče o zanatima, dele svakodnevni život i odnose kući nezaboravno i jedinstveno delo svog stvaranja (na primer, vaze, čaše, skulpture ili nakit). Biot ima 23 kreativna umetnika koji nude jedinstveno iskustvo. Mesto nudi mogućnost smeštaja i mogućnost učestvovanja na radionicama tokom cele godine¹⁸.

Iz iskustva, Biot daje važne preporuke za uspešan razvoj kreativnog turizma u ruralnim sredinama:

- Promocija je ključna,
- Stvoriti konzistentnost,
- Fokusiranje na sve turiste,
- Stalno držati informacije ažuriranim.

Projekat CREATOUR (Portugal) podrazumeva razvoj kreativnog turizma u malim gradovima i selima. Projekat je nacionalni, trogodišnji, istraživački i aplikativni (2016-19). Obuhvatio je 40 kreativnih turističkih pilot područja, 20 izabranih u 2017. i 20 izabranih u 2018. godini. Kreativni turizam je usredsređen na aktivne kreativne aktivnosti koje podstiču lično samoizražavanje i interakciju između posetilaca i lokalnog stanovništva, inspirisani lokalnim endogenim resursima (mestom i ljudima).

Za većinu pilot područja, aktivnosti kreativnog turizma su bile nova vrsta aktivnosti, pa se prva godina prvenstveno fokusirala na dizajn i razvoj radionica. Rezultat su:

- zanatske radionice - tekstil, keramika, keramika, koža, metal, drvo, itd.,
- likovne radionice - slikarstvo, skulptura, crtež i ilustracija;
- radionice fotografije, video i digitalne umetnosti;
- storytelling;
- radionice fokusirane na gastronomiju;
- proizvodnja sirovina i radni ciklusi - soli, platna, vune, gline, mermera, itd.

U nekim slučajevima, ponude kreativnog turizma bile su zakazane i realizovane u okviru većih događaja, dok su u drugim slučajevima ponuđene samostalne radionice vikendom (što

¹⁸ Visit Biot, 2015

se često vidi u urbanim modelima, npr. muzejske radionice). Svi pilot projekti razvili su i ponudili kreativne turističke aktivnosti koji uključuju lokalne tradicije ili stručnost, lokalnu istoriju i načine života koji mešaju druge specifičnosti kulturnog i lokalnog pejzaža lokacija na kojima se odvijaju organizovane aktivnosti. **Luzlinar**, kulturna organizacija sela Feital, koristi Serru Estrela pejzaž kao inspiracija i postavljanje savremenih umetničkih radionica (na primer, fotografije, video, skiciranje/slikanje i muzika) i razvija radionice kreativnog turizma za očuvanje i revitalizaciju skloništa i puteva za pastire u regionu (u kojem posetioci učestvuju). U tom smislu, Luzlinar promoviše kulturu zasnovanu na očuvanju i širenju lokalnog nasleđa. U opštini **Reguengos de Monsaraz**, tradicionalna Casa do Barro (Clay House) pruža posetiocima priliku da se susretnu sa tradicionalnim lončarskim poslovima specifični za ovu oblast. Posetioci se susreću sa domaćim majstorima, uče o procesu obrade gline i značaju i ulozi ove aktivnost za lokalni i regionalni način život. Posetioci takođe uspostavljaju kontakt sa lokalnom tradicijom pripreme hrane (i učestvuju u degustaciji)¹⁹. **Cerdeira** je naseljena tokom cele godine i ima lokalnu proizvodnju drvorezne radionice Kerstin, meda Antonio i čajeva i bilja iz lokalnog brenda "Planta do Ksisto". Polaznicima kurseva na raspolaganju je devet kuća u naselju Cerdeira Village. Cilj programa je povezati umetnost i zanatstvo sa prirodom, privlačiti kreativnost kroz upotrebu lokalnih, recikliranih i biorazgradivih materijala, kao i poštovanje prirode, doprinoseći ekološki odgovornoj potrošnji. Aktivnosti koje se dešavaju u selu uključuju master radionice, izložbe i festivale. Master radionice su programi koji pružaju umetnicima i kreativnim pojedincima smeštaj, hranu, intenzivan kurs, materijale, rekreativne aktivnosti i mogućnosti za povezivanje sa novom kulturom, kao i novim zanatskim tehnikama^{20, 21}.

Ruralna područja Bukovice kao moguće destinacije kreativnog turizma

U Hrvatskoj dokumenti i strategije još nisu sistematski razmatrale razvoj kreativnog turizma. Prvi dokument koji naglašava koncept kreativnog turizma je hrvatska Strategija razvoja turizma do 2020, izdate 2013. godine. Ona predviđa rast kreativnog turizma koji omogućava aktivnije učestvovanje posetioca u lokalnoj kulturi, i podržava rast manjih, specijalizovanih pružalaca usluga u skladu s tim²².

Ruralna područja Bukovice su potencijalne i unikatne destinacije za kreativni turizam. Neki mogući oblici kreativne ponude Bukovice, kao mikro destinacije, mogu biće sledeće kreativne i edukativne radionice:

- umetničke radionice i kolonije za decu i odrasle (slikanje, crtanje, vajanje, tradicionalna pesma, muzika),
- pravljenje predmeta od keramike,
- radionice tradicionalnog veza,
- gastronomske radionice (kuvanje tradicionalnih jela, degustacija lokalne kuhinje, korišćenje lokalnog bilja u ishrani, pravljenje sira),
- tradicionalni ribolov i stočarstvo,
- sakupljanje lekovitog bilja.

¹⁹ Duxbury, N., Silva, S., Tiago Vinagre de Castro, T. (2018): Creative tourism development in small cities and rural areas in Portugal: Insights from start-up activities, World Scientific Publishing

²⁰ Musikyan, S. (2016): The Influence of Creative Tourism on Sustainable Development of Tourism and Reduction of Seadonality Case-Study of Obidos, School of Tourism and Maritime Technology of Polytechnic Institute of Leiria

²¹ <https://www.cerdeiravillage.com/>

²² Stipanović, C., Rudan, E. (2014): Development Concept and Strategy for Creative Tourism of the Kvarner Destination, Congress Proceedings, Trends in Tourism and Hospitality Industry, 507-517

U inoviranju turističke ponude i stvaranju prepoznatljivog identiteta, kreativnog turizma, kao jednog od selektivnih oblika turizma, moraju učestvovati sve zainteresovane strane. Razvoj kreativnog turizma zahteva, pre svega, kreativno upravljanje destinacijama koje će upravljati razvojem turizma u pravom smeru i sinergija svih drugih faktora važnih u cilju razvoja turističke politike: lokalna uprava, domaće stanovništvo, udruženja, hotelijeri, restorani itd. Kreativnim turizmom, Bukovica može stvoriti svoj jedinstveni proizvod zasnovan na lokalnim vrednostima i poboljšati ponudu. Oslanjajući se na svoje resurse, Bukovica treba da implementira koncept integrisanog upravljanja destinacijom i sinergiju operativnih strategija na svim nivoima.

Kreativni turizam je fokusiran na nove, moderne turiste, koji su željni da prošire postojeće ili steknu nove veštine i otkriju nove lične kreativne veštine vezano za turističku destinaciju. Bukovicu treba pozicionirati na tržištu kao destinaciju sa prepoznatljivom kreativnom ponudom. Ključ leži u kvalitetnom, raznovrsnom kreativnom turističkom proizvodu i razvoju promotivnih aktivnosti na Internetu (atraktivne veb stranice), društvenim mrežama sve u cilju postizanja prepoznavanja i posebnosti kreativne ponude. Promocija novih oblika turizma, posebno kreativnog turizma, trebalo bi da bude dugoročna, budući da stvaranje novog oblika turizma zahteva intenzivne promotivne aktivnosti kao što su mediji, razne publikacije, promotivni materijali, tematske radionice itd.

Strategija ljudskih resursa treba da podstakne nove ideje i ideje kreativnog upravljanja. Potrebno je kroz različite kurseve, kurseve celoživotnog obrazovanja poboljšati znanje, veštine i kompetentnost domaćeg stanovništva i svih zaposlenih u cilju definisanja koncepta razvoja kreativnog turizma. Kreativni turizam nije vrsta turizma koji zahteva veliko finansijsko ulaganje, ali finansijska politika treba da obezbedi kontinuirani tok kreativnih programa. U početku bi sve kreativne radionice bile jednodnevne, ali povećanjem zainteresovanosti kako samih turista, tako i lokalnog stanovništva i povećanjem smeštajnih kapaciteta, radionice bi mogle da traju dva i tri dana. Potrebno je privući investitore, fondove EU i sredstva od turističkih odbora, lokalnih vlasti, ministarstava, privatnih investitora itd.

Zaključak

Postmoderni način života je imao veliki uticaj na postmoderni turizam u smislu njegove segmentacije u uske, specijalizovane forme. Promene koje uzimaju mesto u svakodnevnom životu ljudi ostavljaju im više slobodnog vremena koje mogu posvetiti kreativnim aktivnosti. Uživanje, glavna karakteristika kreativnosti, motiviše ljude da se uključe u takve aktivnosti i u njihovom putovanju. Turizam više nije bekstvo od stvarnosti, pre stvarnost postaje zamena za turističku aktivnost. Ljudi sve više putuju kako bi doživeli isto uživanje, zadovoljstvo u drugim delovima sveta izvan njihovog mesta prebivališta.

Kreativni turizam je vrsta turizma formirana od strane lokalne zajednice, sa ciljem očuvanja vrednosti kulturne baštine i sticanja ekonomske koristi. Danas, rastuća potražnja za kreativnim turizmom ohrabruje interes različitih zainteresovanih strana na destinaciji, privlačenje turista i promovisanje nematerijalnog nasleđa korišćenjem postojeće infrastrukture.

Primena kreativnog turističkog modela može podržati održivi razvoj lokalnog područja. Kreativni turizam pomaže očuvanju materijalnih i nematerijalnih vrednosti. Pomaže očuvanje lokalnog nasleđa, stvaranje radnih mesta za stanovnike, doprinosi poboljšanju lokalne ekonomije kroz prihode lokalnim stanovništvom i visoko održiva. Kreativni turizam, osim njegove trajnosti, poseduje i druge vrline koje su od ogromnog značaja u današnjem turizmu. Može poslužiti kao alat za destinacije kako bi se produžila sezona. S obzirom na to da je kreativni turizam inovativan, jer pokušava da pronađe načine povezivanja prošlosti, nasleđa, kultura mesta sa modernim potrebama, to je bogat izvor ideja i strategija za primenu na bilo kojoj odredišnoj destinaciji. Važno je da je ključna komponenta kreativnog stvaralaštva izvor nebrojenih jedinstvenih ideja, događaja, projekata, inovacija, između ostalog, od kojih mnoge destinacije mogu profitirati

Kineska poslovice kaže: »Čuo sam i zaboravio, vidim i sećam se, uradio sam i razumem«. U skladu sa postmodernim turizmom, gde putovanje uključuje aktivnosti, vesti i obrazovanje, ova kineska poslovice najbolje odražava kreativni turizam kao kulturnu turističku nišu.

Zahvalnost

Rad je deo rezultata istraživanja republičkog projekta Ministarstva obrazovanja, nauke i tehnološkog razvoja broj 47024: "Društveni odnosi između Srba i Hrvata, nacionalni identitet i manjinska prava posmatrana kroz evropske integracije".

POSSIBILITIES FOR THE DEVELOPMENT OF CREATIVE TOURISM IN RURAL AREAS OF BUKOVICA

Abstract. Individuals travel for different reasons. One of them is culture. People want to escape from their familiar surroundings and want to find out about the new culture - people and their behavior, their attitudes, their food, tradition and history. Every tourist destination is trying to adapt to the new requirements of the tourist market and it is emphasized through the development of innovative products. Many cities/regions have begun looking for new development models, bringing the idea of "creative industries". Creativity essentially means adding something new to existing tourism products. A creative destination can profit through innovation, culture, research and art production. Creative tourism as a process can be developed faster than other forms of tourism. Creative tourism is one of the forms of cultural tourism that can help in the development of poorly developed rural areas of Bukovica.

Key words: creative tourism, rural areas, examples