

Tamara Kliček

Faculty of Management, Faculty for Sport and Tourism
University Privredna Akademija, Novi Sad, Serbia
tamaraklicek@yahoo.com

Zélia Breda

Department of Economics, Management and Industrial Engineering
University of Aveiro, Portugal
zelia@egi.ua.pt

**ODBUDOWA TURYZMU W SERBII
ROLA WOLONTARIATU
W WOJWODINIE**

**RESTORING TOURISM IN SERBIA:
THE ROLE PLAYED BY
VOLUNTEERING IN VOJVODINA**

Zarys treści: Brak stabilizacji spowodowany niepokojami społecznymi i wojnami o niepodległość po upadku komunizmu opóźnił rozwój społeczno-ekonomiczny w Serbii, która doświadczyła stagnacji gospodarczej i zaniku działalności turystycznej w wyniku niepokoїв lat 90. XX w. Serbia próbuje obecnie zdobyć pozycję w turystyce międzynarodowej i czyni duże wysiłki by podnieść poziom turystyki w czterech głównych klastrach. Jednym z nich jest Wojwodina, gdzie promowanych jest wiele społecznych działań turystycznych, prowadzących do rozwoju społeczno-gospodarczego lokalnych społeczności. Artykuł traktuje o znaczeniu wolontariatu jako strategii rozwoju turystyki w Serbii, która wciąż cierpi ekonomicznie i społecznie z powodu szkód wojennych. Prezentuje on stan turystyki w Serbii i ogólnie charakteryzuje sytuację w Wojwodinie. Ponadto, na przykładzie studium przypadku Ochotniczego Centrum Wojwodiny, autorki wskazują, jak działalność wolontariacka może przyczynić się do rozwoju turystyki.

Abstract: The instability caused by civil unrest and the wars for independence led some post-socialist countries in South-eastern Europe to lag behind in socio-economic development. One of the affected countries was Serbia which experienced economic stagnation and a halt in tourist activities as a result of the unrest of the 1990s. Serbia is now trying to gain a position in international tourism and is undertaking serious efforts to improve tourism in four key clusters. One of these is Vojvodina, where numerous volunteer tourism activities have been promoted providing socio-economic development in local communities. This paper discusses the importance of volunteering as a strategy for developing tourism in a Serbia which is still suffering economically and socially from damage caused by war. It presents the state of tourism in Serbia and outlines the situation in Vojvodina. Furthermore, through the case study of the Volunteer Centre of Vojvodina, the paper addresses how volunteering activities can contribute to tourism development.

Słowa kluczowe: turystyka, wolontariat, międzynarodowe obozy pracy, Serbia, Ochotnicze Centrum Wojwodiny.

Key words: tourism, volunteering, international work camps, Serbia, Volunteer Centre of Vojvodina.

1. WPROWADZENIE

1. INTRODUCTION

Upadek komunizmu w Europie Wschodniej doprowadził do głębokich zmian geopolitycznych. Brak stabilizacji spowodowany niepokojami społecznymi i wojnami o niepodległość opóźnił rozwój społeczno-ekonomiczny w niektórych byłych krajach socjalistycznych południowo-wschodniej Europy. Jednym z nich była Serbia, kiedyś część Jugosławii. Na początku lat 90. XX w. Jugosławia przeszła ogromne zmiany pod względem podziałów etnicznych: Słowenia, Chorwacja, Macedonia oraz Bośnia i Hercegowina zostały uznane za niepodległe państwa, podczas gdy pozostałe republiki Ser-

The collapse of communism in Eastern Europe had led to profound geo-political changes. The instability caused by civil unrest and the wars for independence led some post-socialist countries in South-eastern Europe to lag behind in socio-economic development. One of the affected countries was Serbia which had been part of Yugoslavia. In the early 1990s, Yugoslavia went through dramatic transformations, unravelling along ethnic lines. Slovenia, Croatia, Macedonia, and Bosnia and Herzegovina were recognised as independent states; whereas the remaining republics of

bii i Czarnogóry ogłosiły nową Federalną Republikę Jugosławii.

Pod przewodnictwem Slobodana Milosevica, Serbia przeprowadziła wiele działań wojennych, aby zjednoczyć etnicznych Serbów z sąsiadujących republik i utworzyć „Wielką Serbię”. Choć spowodowało to wykreślenie Jugosławii z listy Narodów Zjednoczonych w roku 1992, Serbia kontynuowała swą kampanię do momentu podpisania Układu z Dayton w 1995 r. Masowe wysiedlenia etnicznych Albańczyków mieszkających w Kosowie, przeprowadzane w latach 1998–1999, wywołały reakcję społeczności międzynarodowej prowadzącą do zbombardowania Belgradu przez NATO. Wybory w 2000 r. zakończyły rządy Milosevica, został on aresztowany i osądzony za zbrodnie przeciw ludzkości. W 2001 r. ONZ uchyliło swoją decyzję i kraj został ponownie przyjęty w szeregi organizacji. W roku 2003 państwo zamieniło się w luźną federację dwóch republik, zwanych Serbia i Czarnogóra, a w 2006 Czarnogóra formalnie oddzieliła się od Serbii.

W tym okresie gospodarka serbska przeszła poważną zmianę strukturalną spowodowaną transformacją geopolityczną. Po nagłym upadku Jugosławii nastąpiła wyniszczająca wojna, destabilizacja granic i zerwanie ważnych powiązań handlowych między republikami. Złe zarządzanie gospodarką za Milosevica, wydłużony okres sankcji gospodarczych oraz zniszczenie podstawowej i przemysłowej infrastruktury podczas bombardowań NATO pozostawiły gospodarkę w bardzo złym stanie. W 2000 r. nowy rząd wprowadził środki stabilizacji, zajął się programem reformy rynku (mającym na celu budowę i prywatyzację głównych sektorów gospodarki oraz przyciągnięcie inwestycji zagranicznych), jak również nawiązał kontakty z kilkoma organizacjami międzynarodowymi, a ściślej instytucjami monetarnymi. Zważywszy że Czarnogóra odłączyła się ekonomicznie od Serbii jeszcze za rządów Milosevica, formalna separacja tych dwóch republik nie miała praktycznie wpływu na gospodarkę obu krajów.

Turystyka była jednym z sektorów, które dotkliwie ucierpiały z powodu niepokoju lat 90. W Serbii mocno spadła krajowa i międzynarodowa aktywność turystyczna, ale pomimo to kraj powoli wraca do równowagi i, podobnie jak inne kraje Europy Środkowej i Wschodniej, ma doskonale widoki na powrót na światową scenę turystyczną. Jednakże w Serbii brakuje odpowiedniej infrastruktury, występuje tam również potrzeba zainwestowania więcej czasu i pieniędzy w rozwój tury-

Serbia and Montenegro declared a new Federal Republic of Yugoslavia.

Under the leadership of Slobodan Milosevic, Serbia led various military interventions to unite ethnic Serbs from neighbouring republics into a 'Greater Serbia'. These actions led to Yugoslavia being ousted from the UN in 1992, but Serbia continued its campaign until signing the Dayton Peace Accords in 1995. In 1998–99, massive expulsions of ethnic Albanians living in Kosovo provoked reaction in the international community leading to the NATO bombing of Belgrade. Elections in 2000 dictated the end of Milosevic's leadership, and afterwards he was arrested and tried for crimes against humanity. In 2001, the UN suspension was lifted and the country was once more accepted into UN organisations. In 2003, the country turned into a loose federation of two republics called Serbia and Montenegro, and in 2006, Montenegro formally separated from Serbia.

During this period, the Serbian economy experienced severe structural change caused by these geo-political transformations. The rapid collapse of Yugoslavia was followed by highly destructive warfare, the destabilisation of the republic's boundaries and the break-up of important inter-republic trade flows. The mismanagement of the economy during the Milosevic era, an extended period of economic sanctions, and the damage of basic and productive infrastructures during the NATO bombing left the economy in a bad shape. In 2000, the new government implemented stabilisation measures, embarked upon a market reform programme (aiming to structure and privatise major sectors of the economy and to attract foreign investment) and established connections with several international organisations, namely monetary institutions. Given that Montenegro detached its economy from Serbia during the Milosevic era, the formal separation of the two republics had little real impact on both economies.

Tourism was one of the sectors badly hit by the unrest of the 1990s. Serbia suffered a severe drop in tourist activities, but despite the significant drop in domestic and international tourism, the country is slowly recovering and, along with other Central and Eastern European countries, has great potential to emerge onto the world tourism scene. Nonetheless, Serbia lacks the appropriate infrastructure, and it is essential to invest more time and money in tourism development. In an attempt to encourage tourism, the Ministry of Trade, Tourism and Services has outlined the first version of the Tourism

zmu. W tym celu Ministerstwo Handlu, Turystyki i Usług sporządziło pierwszą wersję Strategii Rozwoju Turyzmu Republiki Serbii. Według tego dokumentu, aby stać się międzynarodowym miejscem turystycznym Serbia musi podjąć poważny wysiłek w celu podniesienia wydajności działań turystycznych w czterech głównych klastrach geograficznych. Jednym z nich jest Wojwodina, region bogaty w zasoby naturalne i kulturowe, w którym mają miejsce liczne ciekawe wydarzenia, a który nie jest znanym celem turystycznym. Strategia zakłada, iż w regionie należy skupić się na szlakach wodnych, na rozwoju turystyki wiejskiej oraz promocji jego bogatej i różnorodnej kuchni zamieszkujących w nim grup etnicznych.

Działalność ochotnicza w Wojwodinie, jak również w innych częściach kraju, ma długą historię i silnie zaznacza się w dzisiejszych czasach. Jednak aktywność ta, choć bardzo ważna dla rozwoju lokalnych społeczności, nie została ujęta w strategii turystycznej. W regionie promowano wiele ochotniczych działań stanowiących niekomercyjny i prosty aspekt turystyki, które mogłyby przyczynić się do rozwoju społeczno-ekonomicznego lokalnych społeczności. W świetle tego faktu autorki artykułu omawiają znaczenie wolontariatu jako strategii rozwoju turystyki w Serbii, która wciąż cierpi gospodarczo i społecznie z powodu szkód wywołanych sytuacją polityczną lat 90. Prezentują one ogólnie stan turystyki w Serbii i charakteryzują sytuację w Wojwodinie. Ponadto, na przykładzie studium przypadku Ochotniczego Centrum Wojwodiny, autorki wskazują, jak działalność wolontariacka może przyczynić się do rozwoju turystyki.

2. CECHY CHARAKTERYSTYCZNE, ROZWÓJ I STRUKTURA TURYZMU W SERBII

Do lat 90. XX w. turystyka w Serbii rozwijała się tak jak w Jugosławii, co tworzyło niezwykle pozytywny i zachęcający wizerunek kraju „w oczach” Zachodu, a przynajmniej zachodnich rynków turystyki masowej (HALL 2002). Turystyka w Jugosławii generowała większy dochód w twardej walucie niż turystyka we wszystkich pozostałych europejskich krajach postkomunistycznych razem wziętych (HALL 1998), ale wydatki na jednego turystę były ogólnie rzecz biorąc dużo niższe niż w innych krajach śródziemnomorskich (HALL 2003). Polityczny podział Jugosławii oraz konflikt pomiędzy jej byłymi częściami składowymi zniszczyły pozytywny

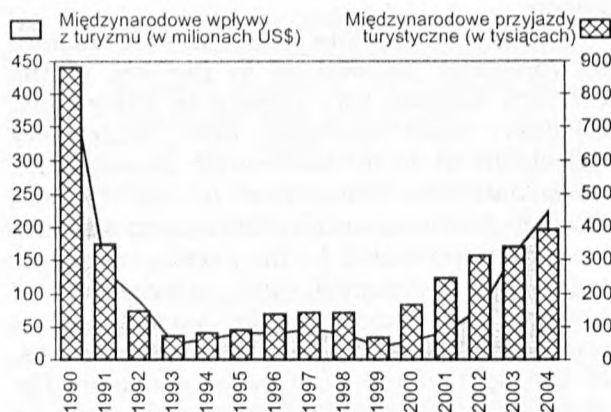
Strategy of the Republic of Serbia. According to the document, in order to position itself as an international tourist destination, Serbia must undertake serious efforts to improve the operational efficiency of tourism in four key geographical clusters. One of these key clusters is Vojvodina, a region rich in natural and cultural resources, and with numerous interesting events, but not a major tourist destination. The strategy outlines that the region should be especially devoted to its waterways, the development of rural tourism, and the promotion of its rich and varied gastronomy which derives from the numerous ethnic groups that have inhabited the region.

Volunteer activities have a long history in Vojvodina, as well as in the rest of the country, and are very present in today's life. However, these activities, even though very significant in local community development, have not been mentioned in the tourism strategy. Numerous volunteer tourism activities have been promoted in the region, constituting a non-commercial and simple facet of tourism, and could easily provide socio-economic development in local communities. In the light of this, the paper discusses the importance of volunteering as a strategy for developing tourism in Serbia, still suffering economic and socially from damage caused by the political situation of the 1990s. It presents the state of tourism in Serbia and outlines the situation in Vojvodina. Furthermore, through the case study of the Volunteer Centre of Vojvodina, the paper addresses how its activities can contribute to tourism development in the region.

2. CHARACTERISTICS, DEVELOPMENT AND THE COMPOSITION OF TOURISM IN SERBIA

Until the 1990s, tourism development in Serbia was in line with tourism development in Yugoslavia which projected a particularly welcoming and positive image of the country to the West, or at least the Western mass tourist markets (HALL 2002). Yugoslavia was generating more tourism hard currency income than the rest of communist Central and Eastern Europe combined (HALL 1998), but the spending per tourist was generally much lower than in other Mediterranean destination countries (HALL 2003). The subsequent political fragmentation of Yugoslavia

wizerunek i zatrzymały rozwój turystyki. To zmieniło pozycję Jugosławii w stosunku do innych krajów Europy Środkowej i Wschodniej, które zastosowały bardziej liberalne modele przejścia do nowego systemu, tworząc stymulujące i stosunkowo wyraziste wizerunki. Te kraje i regiony były postrzegane jako otwarte, gościnne i wkraczające w proces zasadniczych zmian (HALL 2002). W przeciwieństwie do nich w uprzednio otwartej Jugosławii serbski i chorwacki konflikt oraz tendencje totalitarne zadziałały odstraszaająco na turystykę międzynarodową.



Rys. 1. Międzynarodowe przyjazdy i wpływy z turystyki w Serbii, 1990–2004

(źródło: Biuro Statystyczne Republiki Serbii; dane z wyłączeniem Kosowa i Metohiji od 1999 r.)

W latach 1990–2000 turystyka charakteryzowała się spadkiem ruchu międzynarodowego oraz dochodu w twardej walucie zagranicznej (rys. 1). Spadek międzynarodowych przyjazdów zagranicznych wyniósł 81,3%, podczas gdy dochód w twardej walucie płynący z turystyki zmniejszył się o ponad 93%. Aby wyrazić skalę zaległości Serbii w stosunku do trendów turystyki światowej trzeba podkreślić, iż w tym samym okresie globalny ruch turystyczny, wyrażony liczbą przyjazdów, wzrósł o 54,4%, a dochód z turystyki międzynarodowej o 77,1%.

W tym samym okresie turystyka krajowa, główny składnik turystyki w państwie, również ucierpiała z powodu sytuacji politycznej i podupadającej gospodarki, choć zwiększył się jej udział w całym turymie. Częściowo może być to wynikiem zmiany w zbieraniu danych, jako że po podziale Jugosławii przyjazdy z SFRY (Socjalistyczna Federalna Republika Jugosławii) zaczęły być traktowane jako przyjazdy międzynarodowe. Od roku

and the conflict between some of its former component parts destroyed the positive unitary image and reversed the development of tourism. This had reversed Yugoslavia's position in relation to other Central and East European countries, which applied more liberal models of transition, thus stimulating new and relatively distinct images. These countries and regions were seen as being suddenly open, inviting and embarking on a process of substantial transformation (HALL 2002). By contrast, in the formerly relatively open Yugoslavia, conflict and shifts towards totalitarianism in Serbia and Croatia acted as a strong repellent to international tourism.

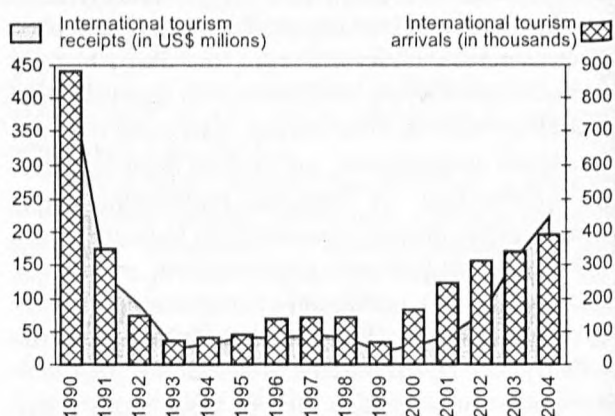


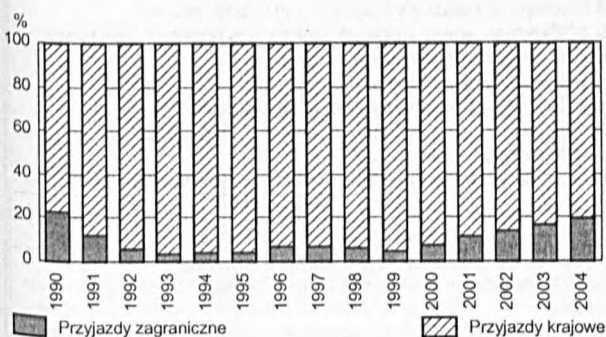
Fig. 1. International tourism arrivals and receipts in Serbia, 1990–2004

(source: Statistical Bureau of the Republic of Serbia; data for Kosovo and Metohija excluded since 1999)

In the period 1990–2000, tourism was marked by the decrease in international flows, as well as the decrease of foreign currency income (see fig. 1). The decrease in international tourist arrivals was 81.3%, while the foreign currency income generated from tourism was reduced by over 93%. In order to express the scale of Serbia's lagging behind world tourism trends, it should be stressed that in the same period, the total world tourist flows, expressed by the number of arrivals, increased by 54.4%, and the total income generated from international tourism increased by 77.1%.

In the same period, domestic tourism, the major tourism component in the country, despite having widened its share of tourism, had also suffered some setbacks caused by the political situation and the economic downturn. Partly this might also be a result of the change in data collection, because after the separation of Yugoslavia, arrivals from SFRY started to be treated as international arrivals.

2000 liczba turystów krajowych spadła, podczas gdy turystyka międzynarodowa stopniowo wzrasta. Między rokiem 2000 a 2004 turystyka międzynarodowa wzrastała w tempie 24,2% rocznie, podczas gdy turystyka krajowa zmniejszyła się o 5,7%. Struktura turystyki w 2004 r. był praktycznie taka sama jak w roku 1990 (rys. 2), co jest pozytywną oznaką powrotu do formy.



Rys. 2. Skład turystyki w Serbii, 1990–2004

(źródło: Biuro Statystyczne Republiki Serbii; do roku 1994 dane z byłych republik Jugosławii odnosiły się do części przyjazdów krajowych, między 1994 i 1999 ujmowane były w oddzielnej kategorii, a po roku 1999 odnosiły się do przyjazdów zagranicznych)

Fundamenty rewitalizacji Serbii jako miejsca docelowego turystyki międzynarodowej zostały położone poprzez wznowienie członkostwa Federalnej Republiki Jugosławii w instytucjach międzynarodowych, normalizację stosunków dyplomatycznych z najważniejszymi partnerami zagranicznymi, jak również poprzez zmiany demokratyczne (POPESCU 2002), które w sposób oczywisty wpłynęły na serbski turystykę i spowodowały zmiany w jego wielkości i strukturze. Od roku 2000 widoczny jest pozytywny trend w międzynarodowym ruchu turystycznym, zwłaszcza w dużych ośrodkach miejskich, a szczególnie w Belgradzie. Jednakże uważa się, iż przemysł turystyczny rozwija się, częściowo w kontekście dominujących podróży w interesach, jak i działalności turystycznej. Ocenia się, iż turyści podróżujący dla przyjemności stanowią jedynie 10–15% wszystkich zagranicznych przyjazdów do Serbii (ZEČEVIĆ 2005).

Rok 2000 można traktować jako punkt zwrotny jeśli chodzi o tworzenie podstawowych zasad strategii wprowadzania Serbii jako miejsca turystycznego na rynek międzynarodowy. W roku 2004 zostało przyjęte nowe prawo turystyczne, określające nowe ramy prawne promocji rozwoju turystycznego. Ale dopiero w 2006 r. zostały poczynione konkretne kroki. Ministerstwo Handlu, Turystyki

Since 2000, the number of domestic tourists has decreased, whereas international tourism has been growing steadily. From 2000 to 2004, international tourism arrivals grew at an annual average rate of 24.2%, while domestic tourism dropped by 5.7%. The tourist composition in 2004 was practically the same as in 1990 (see fig. 2), thus showing positive signs of recovery.

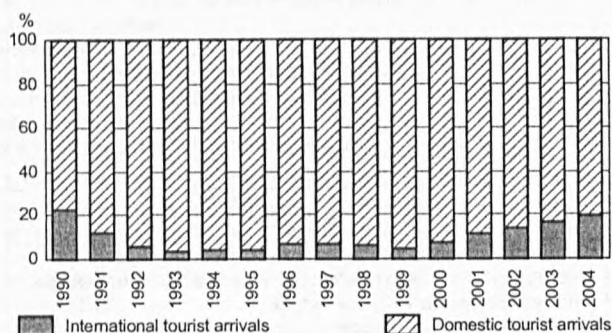


Fig. 2. Composition of tourists in Serbia, 1990–2004

(source: Statistical Bureau of the Republic of Serbia; until 1994 data from Former Republics of Yugoslavia was a part of domestic arrivals, from 1994 to 1999 it was counted in a separate category, and from 1999 on it was part of foreign arrivals)

The foundations for the revitalisation of Serbia as an international tourism destination were established by the resumption of the Federal Republic of Yugoslavia's membership in international institutions, by the normalisation of diplomatic relations with key international players, and also by the overall results of democratic changes (POPESCU 2002). These results obviously affected Serbian tourism and caused changes in its volume and structure. Since 2000 the positive trend in international tourist flows is thus noticeable, especially in big city centres, and particularly in Belgrade. However it is believed that the tourism industry has been developing on its own partly in the context of business travel, which dominates travel and tourism activities. It is estimated that leisure tourists account for only 10% to 15% of all foreign arrivals to Serbia (ZEČEVIĆ 2005).

The year 2000 can be considered as a turning point regarding the creation of the basic prerequisites for the definition of the strategic approach for the introduction of Serbia as a tourist destination on the international market. In 2004, a new tourism law was adopted, representing a new legal framework to promote tourism development. But it was not until 2006 that concrete steps were taken. The Ministry of Trade, Tourism and Services

Rys. 3. Analiza SWOT turystyki w Serbii

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> - Otwartość, wrodzona gościnność i pozytywny stosunek populacji wobec turystyki; - Geograficzne usytuowanie Serbii - Różnorodność produktów turystycznych o największym potencjale handlowym: <ul style="list-style-type: none"> - obfite i nienaruszone bogactwa naturalne; - dobrze zachowane, monumentalne dziedzictwo oraz interesująca różnorodność etniczna; - duchowa kreatywność i skłonność do organizowania festiwalii, obchodów i imprez kulturalnych. 	<ul style="list-style-type: none"> - Długa nieobecność Serbii na międzynarodowym rynku turystycznym; - Brak kreowania marki i badań marketingowych dotyczących turystyki; - Nieodpowiednia współpraca i koordynacja pomiędzy różnymi interesariuszami (stronami zainteresowanymi); - Nieskuteczność prawa, kontroli i sankcji; - Brak wyszkolonego personelu i odpowiedniej infra- i suprastruktury; - Niewystarczający poziom prywatyzacji w przemyśle turystycznym; - Niewłaściwe zaangażowanie i integracja lokalnej społeczności w proces rozwoju turystyki; - Niewystarczające inwestycje w rozwój i promocję turystyki; - Brak odpowiedniej współpracy z zagranicznymi touroperatorami; - Brak odpowiednich struktur krajowych, regionalnych i lokalnych, związanych z rozwojem, zarządzaniem i promocją turystyki; - Długotrwały spadek jakości usług turystycznych; - Niewłaściwe zarządzanie środowiskiem w związku z turystyzmem; - Opóźnienia w stosunku do światowych trendów w edukacji turystycznej; - Ograniczony dostęp lądowy i powietrzny do Serbii; - Brak kierownictwa i personelu z doświadczeniem międzynarodowym.
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> - Zaistnienie produktów turystycznych już doświadczanych na rynku turystycznym – znów można znaleźć segmenty rynku dla tych produktów; - Korzystne/zmienione warunki w regionie; - Początek procesu prywatyzacji; - Korzystny reżim inwestycyjny; - Powrót Serbii na międzynarodowy rynek turystyczny; - Możliwość czerpania wzorów z najlepszych modeli europejskich; - Internet jako najlepszy sposób rozpowszechniania informacji oraz promowania sprzedaży; - Rozwój gospodarczy i zwiększona konkurencja; - Podaż turystyki zgodna ze współczesnymi trendami światowymi; - Rosnąca liczba małych i nowych miejscowości na światowej mapie turystycznej; - Ogólny wzrost rynku turystycznego. 	<ul style="list-style-type: none"> - Niewystarczające uznanie Serbii jako miejsca turystycznego; - Skromny lub negatywny wizerunek spowodowany wojną i czynnikami politycznymi; - Granice, odprawa celna; kontrola i przepisy; - Brak funduszy na inwestycje; rozwój miejscowości stanowiących silną konkurencję w regionie; - Niestabilna sytuacja polityczna i prawna w Serbii; - Brak powszechnie akceptowanej narodowej wizji turystyki w Serbii; - Brak dochodu netto dla przemysłu turystycznego i wypoczynkowego; - Preferowanie wyjazdów zagranicznych przez osoby mogące pozwolić sobie na wakacje; - Korupcja, biurokracja i raczej polityczny niż techniczny proces podejmowania decyzji.

Źródło: Z. GLIGORIJEVIC, W. CZERNY, 2006; HCZ I FEUB, 2006a; J. POPESCU, 2002.

i Usług ogłosiło go Rokiem Inwestycji Turystycznych w Republice Serbii, zapowiedziało początek wprowadzania w życie nowej strategii rozwoju turystyki i tworzenia korzystnych gospodarczych i prawnych warunków dla szybkiego wzrostu krajowych i zagranicznych inwestycji w sektorze turystycznym. Po Strategii Turystyki, sformułowanej przez Horwath Consulting w Zagrzebiu oraz Katedrę Ekonomii na Uniwersytecie w Belgradzie (HCZ i FEUB, 2006a), pojawiły się trzy kolejne dokumenty: plan konkurencyjności (HCZ i FEUB, 2006b), strategiczny plan marketingowy (HCZ i FEUB, 2006c) oraz strategia zachęcania i rozwoju inwestycji zagranicznych (DIMITRIJEVIC 2006).

Analiza SWOT pokazuje, iż całościowy obraz turystyki w Serbii nie jest zbyt korzystny, ponieważ istnieje tylko kilka czynników wpływających na jego rozwój (rys. 3). Jednakże rząd jest zdecydowany walczyć z tymi problemami i wykorzystywać szanse, opracowując wiele strategii postępowania i priorytetów. Jedną ze strategii opiera się na stwierdzeniu, iż Serbia nie powinna wciąż oferować jednostronnych produktów turystycznych, ale większą liczbę różnych produktów o strategicz-

proclaimed it the Year of Tourism Investment in the Republic of Serbia, announcing the beginning of the implementation of a new strategy for tourism development and the creation of favourable economic and legal frame-works for the rapid growth of foreign and domestic investments in the tourism sector. The Tourism Strategy, outlined by Horwath Consulting in Zagreb and the Faculty of Economics at the University of Belgrade (see HCZ and FEUB, 2006a), was followed by three additional documents: a competitiveness plan (see HCZ and FEUB, 2006b), a strategic marketing plan (see HCZ and FEUB, 2006c) and a strategy for encouraging and developing foreign investment (see DIMITRIJEVIC 2006).

A SWOT analysis reveals that the overall picture of tourism in Serbia is not very favourable since there are several factors affecting the tourism development in the country (see fig. 3). However, the government is willing to fight these problems and is determined to seize the opportunities, constructing a broad set of action strategies and priorities. One of the strategies lays its foundations on the fact that Serbia should not dominantly offer one-sided tourist products, but a large number of

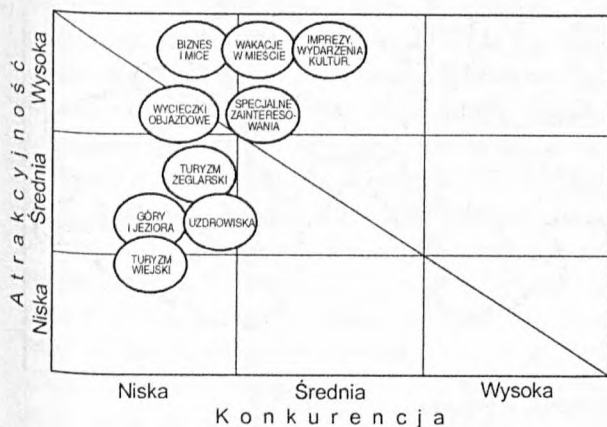
Figure 3. SWOT analysis of tourism in Serbia

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> - openness, inborn hospitality and positive attitude of the population towards tourism; - geographical situation of Serbia; - diversity of tourism products with great business potential: <ul style="list-style-type: none"> - rich and untouched natural resources; - well-preserved monumental heritage and interesting ethnic diversity; - spiritual creativity and festivals, celebrations and events. 	<ul style="list-style-type: none"> - long-term absence of Serbia from the international tourism market; - lack of national tourism branding and marketing position; - inadequate cooperation and coordination among various stakeholders; - lack of law enforcement, control and sanction policies; - lack of skilled personnel and adequate infra- and supra-structures; - insufficient level of the privatisation in the tourism industry; - inappropriate involvement and integration of the local community in the tourism development process; - insufficient investment in tourism development and promotion; - absence of appropriate cooperation with foreign tour operators; - lack of appropriate national, regional and local structures dealing with tourism development, management and promotion; - long-term decline of tourism service quality; - inappropriate managing of the environment in relation to tourism; - lagging behind world trends in terms of tourism education; - limited air and road access to Serbia; - lack of management and staff with international experience.
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> - existence of tourism products already experienced by the international tourism market, and therefore market segments could again be found for these products; - favourable/changed conditions in the surrounding region; - beginning of the process of privatisation; - favourable investment regime; - return of Serbia at the international tourism market; - the possibility of learning from European best practice models; - the internet as a privileged way to disseminate information and promote sales; - economic growth and increased competitiveness - tourism supply in accordance with contemporary global trends; - increasing number of small and new destinations on the worldwide tourist map; - general growth of the tourism market. 	<ul style="list-style-type: none"> - insufficient market recognition of Serbia as a tourism destination; - low-profiled image and/or negative image caused by war and political factors; - border, customs, control and regulations; - lack of funds for investment; - development of strong competitor destinations in the region; - unstable political and legal environment in Serbia; - lack of a generally accepted national vision of tourism in Serbia; - lack of disposable income for tourism and leisure industries; - preference for travelling abroad, for those who afford to have holidays; - corruption, bureaucracy and political, rather than technical, decision making process.

S o u r c e: Based on GLIGORIJEVIĆ & CZERNY 2006; HCZ and FEUB, 2006a; POPESKU 2002.

nym, długoterminowym potencjale. Wybór tych produktów został oparty na ocenie potencjału rynkowego istniejących produktów turystycznych oraz takich, dla których tworzenia istnieje dobra podstawa. Dlatego też najwyższym priorytetem zostało obdarzonych dziewięć produktów turystycznych, które zostały określone jako szczególnie interesujące dla Serbii (rys. 4).

different products with strategic long term potential. The selection of these products has been based on the valuation of the market potential of existing tourist products and of tourist products for which there exists a good resource base. Therefore, the highest priority has been given to the nine tourism products which have been established as especially interesting to Serbia (see fig. 4).



Rys. 4. Atrakcyjność i konkurencyjność produktów turystycznych w Serbii (źródło: HCZ i FEUB, 2006a)

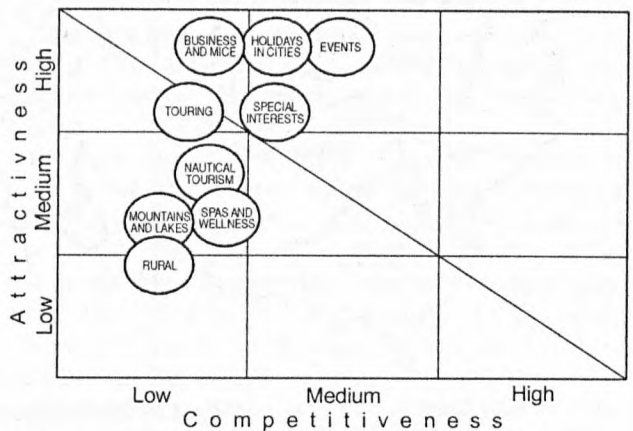


Fig. 4. Attractiveness and competitiveness of tourism products in Serbia (source: HCZ and FEUB, 2006a)

Twórcy dokumentu idą dalej i sugerują stworzenie klastrów turystycznych w Serbii, nie w oparciu o istniejące granice administracyjne, ale o zasady ekonomii, doświadczenia i skali. Koncentracja różnych typów zasobów w różnych częściach kraju umożliwia zaproponowanie głównych produktów w obrębie klastra. Wyodrębniono cztery różne klastry geograficzne; każdy z nich posiada produkty, które należałoby rozwinąć w krótkim czasie:

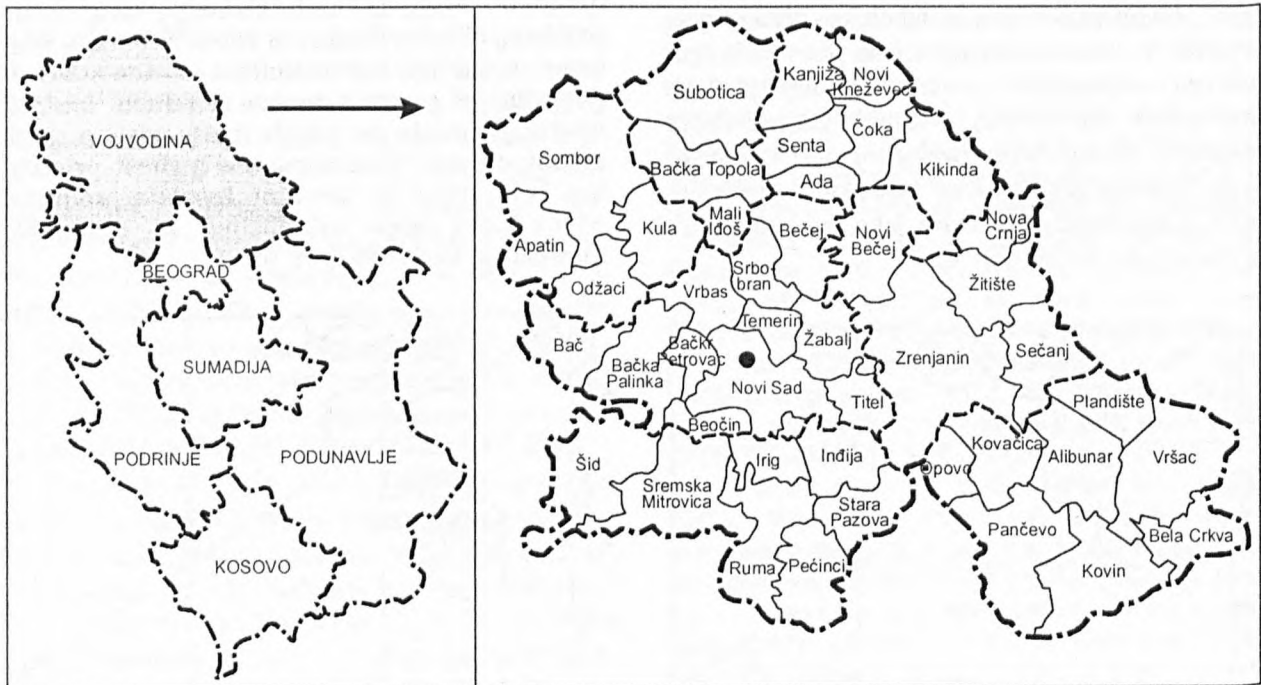
- Belgrad (turystyka biznesowa oraz MICE, wakacje w mieście, imprezy kulturalne, turystyka wodna i kwalifikowana);
- Wojwodina (imprezy kulturalne, góry i jeziora, turystyka wodna, turystyka wiejska oraz kwalifikowana);
- południowo-wschodnia Serbia (wycieczki, góry i jeziora, turystyka kwalifikowana, zdrowotna i wiejska);
- południowo-zachodnia Serbia (imprezy kulturalne, góry i jeziora, turystyka kwalifikowana, zdrowotna i wiejska).

Wojwodina określana jest jako region, w którym „szczególną uwagę zwraca się na drogi wodne, ale również na przyspieszony rozwój turystyki wiejskiej, dziedzictwo kulinarne oraz autochtoniczne doświadczenie kulinarne wielu grup etnicznych zamieszkujących ten region” (HCZ i FEUB, 2006a, s.10–11).

The document goes further and suggests the creation of tourism clusters in Serbia based not on the existing administrative borders, but on the rationale behind economies of experience and scale. The concentration of different types of resources in various parts of the country makes it possible to offer the main positioning in clusters. Four different geographical clusters have been identified, each of them with key products that should be developed in the short term:

- Belgrade (business tourism and MICE, city holidays, events, water tourism and special interest tourism);
- Vojvodina (events, mountains and lakes, water tourism, rural tourism and special interest tourism);
- South-East Serbia (touring, mountains and lakes, special interest tourism, health tourism and rural tourism);
- South-West Serbia (events, mountains and lakes, special interest tourism, health tourism and rural tourism);

Vojvodina is defined as a region 'especially devoted to the waterways in its territory, but also to the accelerated development of rural tourism and to its gastronomic heritage and the autochthonous culinary experience of numerous ethnic groups which populate this region' (HCZ and FEUB, 2006a, pp. 10–11).

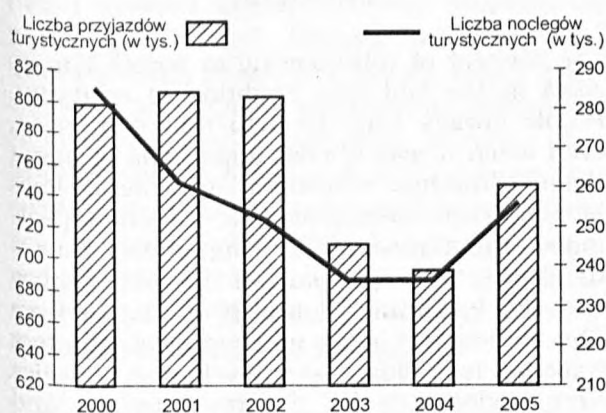


Rys. 5. Położenie oraz struktura administracyjna Wojwodiny

Fig. 5. Location and administrative composition of Vojvodina

Wojwodina jest autonomiczną prowincją na północy kraju (rys. 5), gdzie zbiegają się trzy duże rzeki – Dunaj, Sawa i Tisa. Zajmuje prawie 1/4 terytorium Serbii, składa się z siedmiu dzielnic i 45 gmin. Nowy Sad jest administracyjną, gospodarczą i kulturalną stolicą prowincji. Wojwodina zamieszkała jest przez ponad 20% populacji Serbii, różniąc się pod względem etnicznym, kulturowym i językowym, obejmującej ponad 26 różnych grup etnicznych oraz sześć oficjalnych języków. Pod względem ekonomicznym jest to najlepiej rozwinięta część Serbii. Gospodarka opiera się na bogactwie ziemi ornej, która stanowi 84% powierzchni kraju. Rolnictwo dostarcza 24%, a przemysł 40% dochodu narodowego brutto (CESS, 2006). Część dochodu z sektora usług pochodzi z turystyki, który rozwija się głównie nad rzekami i jeziorami, źródłami termalnymi oraz w górach.

Vojvodina is an autonomous province situated in the north of the country (see fig. 5) where the lower sections of three large rivers – Danube, Sava and Tisa – converge. It covers almost a quarter of Serbian territory consisting of seven districts and 45 municipalities. Novi Sad is the administrative, economic and cultural capital of the province. Vojvodina has more than 20% of the total population of Serbia, and being ethnically, culturally and linguistically diverse, with more than 26 different ethnic groups and six official languages. It is economically the most developed area of Serbia. The economy is based on the abundant wealth of fertile arable land which covers 84% of its area. Agriculture accounts for 24% and industry is responsible for 40% of the GDP (CESS, 2006). Part of the income of the service sector comes from tourism which is predominantly developed on rivers and lakes, thermal springs and in the mountains.



Rys. 6. Międzynarodowe przyjazdy turystyczne w Wojwodinie, 2000–2005 (źródło: Biuro Statystyczne Republiki Serbii)

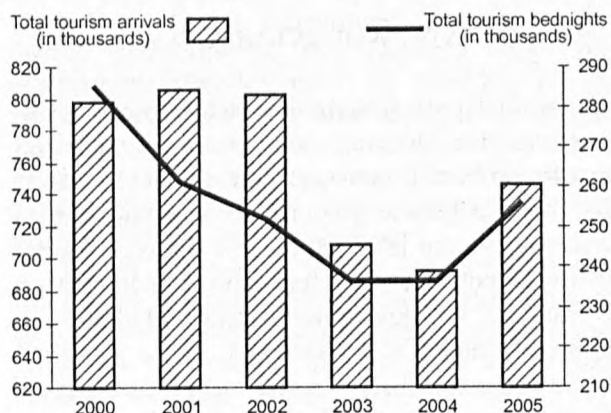


Fig. 6. International tourists arrivals in Vojvodina, 2000–2005 (source: Statistical Bureau of the Republic of Serbia)

Opierając się na zasobach kulturowych, etnicznych i naturalnych, Wojwodina przyciąga ok. 13% wszystkich turystów całej Serbii (krajowych i zagranicznych). Roczne statystyki są zgodne z ogólnokrajowymi. Ponieważ nie można jednak rozdzielić tych danych na dotyczące turystyki krajowej i zagranicznej, nie należy też stwierdzać z całą pewnością, czy w obu przypadkach występują te same schematy. Można zauważyć spadek w roku 2003 (rys. 6), prawdopodobnie spowodowany załamaniem turystyki krajowej, co sugerują trendy na poziomie krajowym. Jednakże wandalizm i przemoc wobec mniejszości etnicznych i religijnych, głównie przeciw Węgrom i Chorwatom po wyborach parlamentarnych w 2003 r., mogły również spowodować spadek turystyki międzynarodowej, głównie z Węgier.

Based on its cultural, ethnic and natural resources, Vojvodina attracts about 13% of the country's total visitors (both domestic and international). Annual rates have been consistent with the country as a whole following the same trends. However, since the breakdown of this data between domestic and inbound tourism is not available, it is not possible to know for sure if the same pattern is followed by the same branches. It is noticeable a decline in 2003 (see fig. 6), probably motivated by a breakdown in domestic tourism, as suggested by the trends at a national level. However, vandalism and violence against minority ethnic and religious groups, mainly ethnic Hungarians and ethnic Croats after the 2003 parliamentary elections, might explain a decline in international tourism, mainly from Hungary.

Zgodnie ze strategią rozwoju turystyki Wojwodina posiada pięć głównych produktów turystycznych: imprezy kulturalne, turystykę kwalifikowaną, turystykę wodną, turystykę górską i jeziorną oraz turystykę wiejską. Działalność wolontariacka ma w Wojwodinie i w pozostałych częściach kraju długą historię i jest obecna w codziennym życiu. Jednakże działalności tej, choć jest ona bardzo ważna dla rozwoju społeczności lokalnych, nie poświęcono zbyt wiele miejsca w strategii turystyki. W regionie promowano wiele ochotniczych działań turystycznych stanowiących niekomercyjny i prosty aspekt turystyki, które z łatwością mogłyby się przyczynić do rozwoju społeczno-ekonomicznego wśród lokalnych społeczności.

3. ROZWÓJ TURYZMU POPRZEZ WOLONTARIAT

3.1. POCZĄTKI WOLONTARIATU W SERBII

Idea wolontariatu w Serbii jest zakorzeniona w starsłowiańskiej tradycji solidarności. Ludzie od zawsze próbowali pomagać potrzebującym, nawet gdy było to prawie niemożliwe. Kościoły często wykorzystywano jako schronienie dla tych, którzy byli w kłopotach i nie oczekiwano od nich niczego w zamian. W okresie Królestwa Południowych Słowian (koniec XIX i początek XX w.) Kościół serbski angażował się w wiele akcji ochotniczych. Co więcej, w kilka takich akcji włączyła się rodzina królewska, a różne fundacje sponsorowane były przez Serbską Akademię Królewską.

Po zakończeniu drugiej wojny światowej zorganizowano liczne ochotnicze obozy pracy dla młodych ludzi w różnych częściach Federacji Republiki Jugosłowiańskiej. Oprócz tego, że zawierały element wolontariatu i podróży, obozy te były sprawą honoru i reputacji. Nie organizowano ich wyłącznie dla celów pracy ochotniczej; były dowodem politycznej lojalności wobec partii komunistycznej. Do późnych lat 50. obozy organizowane były raz w roku i młodzi ludzie z całego kraju brali w nich udział przez miesiąc. W ten sposób kraj zrujnowany przez wojnę zdołał do pewnego stopnia odbudować swoją infrastrukturę. Trzeba wspomnieć, że w okresie reżimu socjalistycznego akcje ochotnicze były inicjowane i organizowane przez organizacje, takie jak Czerwony Krzyż, harcerstwo, organizacje zajmujące się ochroną przyrody lub stowarzyszenia studenckie. Jednak wo-

According to the tourism strategy, Vojvodina has five key tourism products: events, special interest tourism, water tourism, mountains and lakes, and rural tourism. Volunteer activities have a long history in Vojvodina, as well as in the rest of the country, and are present in everyday life. However these activities even though very significant in local community development, have not been specifically mentioned in the tourism strategy. Numerous volunteer tourism activities have been promoted in the region, constituting a non-commercial and simple facet of tourism, and could easily provide socio-economic development in local communities.

3. THE DEVELOPMENT OF TOURISM THROUGH VOLUNTEERING

3.1. THE ORIGINS OF VOLUNTEERING IN SERBIA

The concept of volunteering in Serbia has its roots in the Old Slav tradition of solidarity. People always tried to help others in need, even when it was almost impossible to assist them. Churches were often used as shelters for those who were in trouble without expecting anything in return. During the Kingdom of the South Slavs (the end of the 19th century and the beginning of the 20th), the Serbian Church was very active in a variety of volunteer activities. In addition, several volunteer activities were undertaken by the royal family, and different foundations and memorials were founded by the Serbian Royal Academy.

After the Second World War, many volunteer work camps for young people were organised in different parts of the Social Federation of Yugoslavian Republics. Beside the volunteering and the travelling components, these camps were a matter of honour and reputation. They were not just organised for volunteer work, they were a proof of political loyalty to the communist party. Until the late 1950s, these camps were organised once a year and young people from all over the country took part for a month. By this means, the country ruined by the war managed to develop its infrastructures to some extent. It is important to mention that under the socialist regime, volunteering was instigated and organised by organisations such as the Red Cross, the scouts, nature conservation organisations and student associations, but volunteering in the real sense of the word had its origins only in volunteer work camps.

lontariat w prawdziwym sensie tego słowa zrodził się w ochotniczych obozach pracy.

W latach 70. znacznie zredukowano liczbę ochotniczych obozów pracy, a w latach 80. przestały one istnieć. W końcowej fazie obozy te nie były już kwestią honoru, ale ich ochotniczy charakter przetrwał. Były też one dobrym miejscem do zawiązywania i rozwijania przyjaźni. W tamtym czasie największe obozy miały pewne znaczenie międzynarodowe, ponieważ kilkuset wolontariuszy z całego świata brało w nich udział. Był to początek międzynarodowego turystyki ochotniczego w Serbii.

Serbska Służba Ochotnicza (VSS – Volunteer Service of Serbia) – organizacja zarządzająca wymianą ochotników międzynarodowych, została założona w 1990 r. jako część innej organizacji pod nazwą Młodzi Badacze Serbii (Mladi Istrazivaci Srbije). Międzynarodowe programy wymiany wolontariuszy popularyzują ogólne zasady wolontariatu i wymiany międzykulturowej, skupiając się na młodych ludziach. Pracując ochotniczo młodzież ma okazję poznać inne kultury, kraje i społeczeństwa, jak również bezpośrednio zetknąć się ze społecznymi problemami kraju, w którym przebywają. Ponadto pracując w NGO (*non-governmental organization*) – organizacji pozarządowej, ochotnicy mają możliwość lepiej poznać jej pracę, podnieść poziom swoich kompetencji, wykształcenia, nawiązać nowe kontakty i nauczyć się prawdziwego znaczenia słowa „wolontariusz”.

W okresie konfliktu pomiędzy byłymi Republikami Jugosławii, liczba ochotniczych obozów pracy znacznie się zmniejszyła. Było to spowodowane gwałtownym spadkiem jakości życia i pojawieniem się kryzysu gospodarczego. Nagle życie stało się kwestią przetrwania. Z jednej strony nastąpiło całkowite załamanie gospodarki i systemu opieki społecznej oraz zapanowała powszechna korupcja, a z drugiej strony majątki pojedynczych jednostek rosły w oczach. Wszystko to zachwiało zaufaniem obywateli do instytucji i organizacji publicznych i rządowych. W wielu przypadkach wolontariat był traktowany jako iluzja naiwnych, którzy nie potrafili właściwie ułożyć sobie życia. Wolontariusze postrzegani byli jako ludzie niezdolni do znalezienia płatnej pracy i z tego powodu angażowali się w działalność ochotniczą.

Nawet dziś relacja między systemem demokratycznym a rozwijającym się społeczeństwem z elementem wolontariatu jest daleka od ideału. Jednym z powodów jest brak dostatecznej wiedzy na temat zarządzania wolontariatem i zasobami ludz-

During the 1970s, the number of volunteer work camps reduced considerably and in the 1980s they totally stopped existing. In this final stage, these camps were no longer a matter of honour, but its volunteer character remained and they were a good place to socialise and make friendships. At that time, the main volunteer work camps had some international significance, because some hundreds of volunteers from around world took part in them. That was the beginning of international volunteer tourism in Serbia.

The Volunteer Service of Serbia (VSS), a service for the exchange of international volunteers, was founded in 1990 as part of the Young Researchers of Serbia organisation (Mladi Istrazivaci Srbije). International volunteer exchange programmes promote general values of volunteerism and intercultural exchange, and are focused on young people. Working as volunteers, youngsters have an opportunity to meet other cultures, countries and societies, as well as to be introduced directly to the social problems of the country they are staying in. Besides that, by working in an NGO, volunteers have the opportunity to get to know its work better, increase their level of professionalism, improve their education, make new contacts and learn the real meaning of the word 'volunteer'.

During the period of the conflict between the former Yugoslavian Republics, the number of volunteer work camps was substantially reduced. The cause of this was the rapid decline in the quality of life and the emergence of an economic crisis. Life all of a sudden became a matter of surviving. On the one hand, there was a total economic collapse, low welfare and great corruption, and on the other there was a rapid accumulation of wealth by some individuals. All this caused suspicion and among citizens towards public and governmental institutions and organisations. In many cases volunteering was considered an illusion of the naïve who could not manage their lives properly. Volunteers were seen as people who were not able to succeed in getting a paid job, this being their reason for engaging in volunteer activities.

Even today, the relationship between the democratic system and developing civil society with volunteerism is far from perfect. One of the reasons is that non-governmental organisations have not enough knowledge of volunteer management and human resources. There is still resistance and not enough understanding from government and public

imi. Rząd i firmy państwowe wciąż stawiają opór i nie rozumieją zasad współpracy z ośrodkami i organizacjami ochotniczymi, które oferują różne usługi społeczeństwu. Innym powodem, dla którego wolontariat nie jest zbyt popularny jest fakt, iż Serbia wciąż powraca do normy po kryzysie gospodarczym i przeciętne płace są bardzo niskie, tak więc ludzie zmuszeni są podejmować dodatkową pracę by zarobić więcej pieniędzy. Nie wystarcza im już czasu ani energii na pracę ochotniczą.

W roku 2004, aby przyczynić się do rozwoju wolontariatu w Serbii, a tym samym całego społeczeństwa, stworzono Inicjatywę IZVoR. Pod koniec 2006 r. Centrum Humanitarne Nowego Sadu (NSHC), we współpracy z innymi organizacjami pozarządowymi, oficjalnie rozpoczęło wprowadzanie tej inicjatywy w życie, mając na celu poprawę prawnych ram wolontariatu w Serbii. Wszystkie strony zaangażowane w ten projekt pragną promować kulturę wolontariatu jako zorganizowanego udziału obywateli w rozwoju lokalnej społeczności oraz zwiększać wpływ obywateli i organizacji społecznych na strategię/politykę społeczną i mieć udział w procesie rozwoju kraju (NSHC 2005).

3.2. STUDIUM PRZYPADKU OCHOTNICZEGO CENTRUM WOJWODINY (VCV)

Ochotnicze Centrum Wojwodiny (VCV) zostało założone w styczniu 2004 r. jako program Pokret Gorana Vojvodine (Ruch Ochrony Przyrody w Wojwodinie). Podstawowym założeniem było szerzenie idei wolontariatu i altruistycznej myśli wśród młodych ludzi za pośrednictwem szczególnego typu działalności. W roku 2005 VCV stało się niezależną organizacją (NGO), która miała na celu wypracowanie społeczeństwa równych szans dla każdego, w którym wolontariat byłby narzędziem rozwoju jednostki i społeczeństwa jako całości. Mówiąc ściślej, VCV chce realizować krótko- i długoterminowe programy wolontariackie, promować edukację młodzieży pod kątem rozwoju osobistego i społecznego oraz programy wymiany młodzieży na poziomie międzynarodowym, a także współpracować z podobnymi organizacjami w regionie i na świecie w celu wymiany doświadczeń kulturowych oraz promowania akceptacji różnic (VCV 2006). Obecnie VCV współpracuje z międzynarodowymi ochotniczymi sieciami wymiany, jak np. Service Civil International (SCI), Alliance, Youth Action for Peace (YAP) czy South East European Network (SEEYN).

companies towards stronger collaboration with volunteer centres and organisations that offer different services to society. Another reason why volunteering is not so popular is that Serbia is still recovering from economic crises and average salaries are very low so they are forced to have an extra job to earn more money. There is no time or energy left for volunteering.

In 2004, in order to contribute to the development of volunteerism in Serbia and therefore to the overall development of civil society, the IZVoR Initiative was created. At the end of June 2006, the Novi Sad Humanitarian Centre (NSHC), in partnership with other NGOs, has officially started the implementation of this initiative also aiming to improve the legal framework for volunteerism in Serbia. All the stakeholders involved in the project intend to promote a culture of volunteerism as organised citizen participation in local community development, and increase the capacities of citizens and civil society organisations to influence policies and contribute in the country's development process (NSHC, 2005).

3.2. THE CASE STUDY OF THE VOLUNTEER CENTRE OF VOJVODINA (VCV)

The Volunteer Centre of Vojvodina (VCV) was founded in January 2004, as a programme of the Pokret Gorana Vojvodine (Nature Conservation Movement of Vojvodina). The basic idea was to promote awareness about volunteerism and altruistic thoughts among young people through specific activities. In 2005, the VCV was established as an independent organisation (NGO), aiming to work towards a society of equal opportunities for everyone, in which volunteering should be recognised as a tool for the development of the individual and the society as a whole. More specifically, the VCV intends to organise short-term and long-term volunteering programmes; to promote youth education for personal and social development and youth exchange programmes on an international level; and to cooperate with similar organisations in the region and around the world to exchange cultural experiences and to promote the acceptance of differences (VCV, 2006). Currently, the VCV cooperates with international volunteer exchange networks such as the Service Civil International (SCI), Alliance, Youth Action for Peace (YAP) and the South East European Youth Network (SEEYN).

Międzynarodowe obozy pracy to jedne z najważniejszych przedsięwzięć VCV. Reprezentują one specjalny rodzaj pracy ochotniczej, angażując zespoły wolontariuszy z wielu krajów, którzy przyjeżdżają na określony czas, pragnąc pomóc w rozwiązywaniu pewnych problemów oraz prowadzić działania korzystne dla lokalnych społeczności. Ten rodzaj pracy ochotniczej, zważywszy na jej aspekt międzynarodowy i międzykulturowy, ma ogromny wpływ na lokalne społeczności. Pomaga stymulować obywateli do udziału w rozwiązywaniu problemów i poprawiać jakość środowiska. Jest to również bardzo dobry sposób zdobywania cennego doświadczenia edukacyjnego, wiedzy, nowych umiejętności oraz pokonywania własnego uprzedzenia i ksenofobii. Oprócz programów międzynarodowych, VCV rozpoczęło lokalne programy wolontariackie, poprzez które młodzieży oferuje się pracę ochotniczą w instytucjach publicznych. Młodzi ludzie zaangażowani są w wiele wydarzeń sportowych oraz kulturalnych i w ten sposób mają sposobność zdobyć nową wiedzę i umiejętności, które mogą im pomóc w rozwoju osobistym i zawodowym.

W ciągu trzech lat swego istnienia, VCV zorganizowało 23 międzynarodowe obozy pracy w Wojwodinie i gościło ponad 3000 ochotników z całego świata, w większości młodych ludzi między 20 a 30 rokiem życia. Obozy pracy odbywają się od czerwca do października, zazwyczaj trwają 2–4 tygodnie oraz bierze w nich udział po 10–20 uczestników przypadających na jedną grupę. Obozy te mają różny charakter, najczęściej ekologiczny, oferując zajęcia, takie jak oczyszczanie terenu ze śmieci, kopanie, zakopywanie dołów i naprawianie szkód, wycinanie rozrośniętych krzewów i gałęzi, usuwanie starych drzew, dokonywanie małych napraw, malowanie i przygotowywanie terenu do większych zmian w przyszłości. W czasie trwania obozu organizowane są warsztaty twórcze, oferujące naukę lokalnych tańców ludowych, pisanie kreatywnego, umiejętności komunikacyjnych, jak również np. zajęcia kulinarne.

Zajęcia VCV są przygotowywane i prowadzone przy udziale społeczności, integrując lokalne władze, młodych ludzi, inne organizacje pozarządowe, miejscowe firmy państwowe oraz zainteresowane osoby prywatne. W ten sposób zostaje położony nacisk na potrzeby społeczne, a nie na pojęcie dobroczynności czy rekreację dla tych, którzy zgłosili się na ochotnika. Wynikiem współpracy i partnerstwa jest również wyższa ocena własnych zasobów przez mieszkańców, motywacja by je chronić oraz popierać działalność turystyczną.

International work camp projects are one of the most important activities of the VCV. They represent a special kind of short-term volunteer work involving teams of volunteers from a range of countries who come for the period of their project, wishing to contribute to solving specific problems and providing benefits for local communities. This kind of volunteer work, considering its international and intercultural aspects, has great influence on local communities. It helps to stimulate citizen participation in problem solving and to improve the quality of the environment. Also, it is a very good way for volunteers to gain valuable educational experience, knowledge, new skills, and overcome preconceptions and xenophobia. Beside international programmes, the VCV has started local volunteer programmes through which local young people are offered volunteer work in public institutions and are involved in many sports and cultural events. By doing this, they have the opportunity to gain new knowledge and skills which can help them with their personal and professional development.

During its three years of existence, the VCV has organised 23 international work camps in Vojvodina and has welcomed more than 300 volunteers from all around the world, mostly young people aged between 20 and 30. Work camps take place from June to October, usually lasting 2 to 4 weeks, and comprising normally between 10 and 20 participants per group. These camps cover different areas, but were mostly ecological camps, including activities like cleaning areas from garbage, digging, filling up holes and restoring damage, cutting overgrowing bushes and branches, removing old trees, doing small repairs, painting and preparing the area for some major changes in the future. During work camps, several creative workshops have been organised, including local folk dancing, creative writing, communication skills, and cooking classes for local food, among others.

VCV activities are prepared and run in partnership with the community, integrating local authorities, young people, other NGOs, local public companies and interested individuals. In this way there is a clear focus on community needs, and not on notions of charity or recreation for those who choose to volunteer. Collaboration and partnerships also result in a stronger incentive for locals to value their resources, preserve them and support tourism activities.

Ochotnicze obozy pracy oferują niedrogie środki podróżowania, są edukacyjne i zapewniają aktywne wakacje w otoczeniu przyrody. Poziom interakcji między ochotnikami a lokalnymi mieszkańcami jest wysoki, co zapewnia intensywne i szczególne doświadczenia. Obozy te mogą więc być uważane za formę turystyki, która spełnia standardy zrównowazenia, przyczynia się do rozwoju lokalnych społeczności oraz jest katalizatorem pokoju. Według S. WEARINGA (2001), turystyka ochotnicza/wolontariacka ma miejsce kiedy ktoś, z różnych powodów, zgłasza się na ochotnika by w zorganizowany sposób wyjechać na wakacje, które mogą zawierać element pomocy lub ulżenia w problemach materialnych niektórym grupom społeczeństwa, odnowy pewnych typów środowiska bądź badania różnych aspektów społecznych i środowiskowych.

Turystyka wolontariacka z natury swej nie jest dominująca, zawiera inicjatywy na małą skalę, promuje zaangażowanie społeczności i lokalny biznes. Zyski, choć niewielkie ze względu na małą skalę i sezonowość projektów, zasila dochód i fundusze przeznaczane na projekty rozwoju społeczności. To alternatywna forma turystyki, bardzo ważna w rozwoju lokalnym, oraz narzędzie, za pomocą którego społeczność może sprawować większą kontrolę nad własnym rozwojem. To również bardzo dobry sposób by pomóc krajom przechodzącym transformację rozwijać ich gospodarkę i infrastrukturę.

4. ZAKOŃCZENIE

Turystyka w Serbii jest obiecującym sektorem, ale daleko mu jeszcze do osiągnięcia pełnego potencjału. Kraj powoli wraca do normy po rozpadzie Jugosławii jeśli chodzi o turystykę krajową i zagraniczną. Turystyka w SFRY był odpowiedzialny za 14% dochodu narodowego brutto, podczas gdy dziś zajmuje skromną pozycję w strukturze serbskiej gospodarki (2,5% DNB). Jednakże Serbia posiada duży potencjał turystyczny, a jej rząd zwiększył wysiłki by przyciągnąć turystów oraz inwestycje w infrastrukturę turystyczną. Uważa się, że gdyby sytuacja ogólna była inna Serbia stałaby się jednym z najatrakcyjniejszych miejsc turystycznych w Europie.

Określając definicję strategii turystyki w 2006 r., kraj położył podwaliny pod szybki rozwój turystyki. Zidentyfikowano cztery geograficzne klastry turystyczne w oparciu o nagromadzenie różnych typów zasobów w różnych częściach kraju. Jednym z nich jest Wojwodina, prowincja leżąca w północnej Serbii, bogata w zasoby naturalne i kulturowe,

Volunteer work camps offer an inexpensive means of travelling, are educational and provide active environmental holidays. There is a high level of interaction between volunteers and local residents, providing intense and special experiences. It can thus be considered a form of tourism that meets the standards and dimensions of sustainability, contributes to the development of local communities and is a catalyst for peace. According to Wearing (2002), volunteer tourism occurs when someone, for a variety of reasons, volunteers in an organised way to undertake holidays that might involve aiding or alleviating the material poverty of some groups in society, the restoration of certain environments, or research into aspects of society or environment.

Volunteer tourism is low key in nature, includes small scale initiatives, encourages the involvement of communities and promotes locally owned businesses. Revenues, although limited because the small scale and seasonality of projects, supplement incomes and adds to a general fund used for community improvement projects. It is an alternative form of tourism very significant in local development, and a tool with which communities can have greater control over their own development. It is also a good way to help transitioning countries to develop their economies and infrastructures.

4. CONCLUSION

Tourism in Serbia is a promising sector but has performed far from its full potential. There is slow progress in recovery after the country's separation from Yugoslavia, both for foreign and domestic tourism. Tourism in the SFRY accounted for 14% of GDP; nowadays it takes a modest place in the structure of the Serbian economy (2.5% of GDP). However, Serbia has good tourist potential and the government has increased efforts to attract tourists and investment to develop tourism infrastructure. It is believed that if general circumstances were different, Serbia would have become one of the most attractive tourism destinations in Europe.

With the definition of a tourism strategy in 2006, the country has laid down the foundations for rapid tourism development. Four geographical tourism clusters have been identified, based on the concentration of different types of resources in various parts of the country. One of them is Vojvodina.

obfitująca w interesujące wydarzenia. Strategia zakłada, iż w regionie tym należy skupić się na drogach wodnych, rozwoju turystyki wiejskiej oraz promocji bogatej i zróżnicowanej kuchni. Nie wspomniano jednak o działalności wolontariackiej, która ma długą tradycję w Wojwodinie i znaczący wpływ na rozwój lokalnej społeczności.

Każdego roku coraz więcej uczestników z całego świata bierze udział w ochotniczych obozach pracy w północnej Serbii, co oznacza, że zainteresowanie tego typu działalnością w Wojwodinie rośnie. Międzynarodowe obozy pracy to unikatowy typ wolontariatu, otwarty dla każdego, kto chce przyczynić się do rozwoju i poprawy bytu lokalnych społeczności oraz być w ten sposób przydatnym w gospodarce, której brakuje odpowiednich zasobów. Jednocześnie dla osób tych obozy są sposobem by mogli pozwolić sobie na podróżowanie, zawieranie przyjaźni z ludźmi z całego świata, zdobywać wiedzę o innych kulturach, nabywać nowe umiejętności praktyczne poprzez pracę i pomaganie w lokalnych społecznościach. Wolontariusze międzynarodowi mają więc szansę bezpośrednio doświadczyć kultury i tradycji kraju-gospodarza. Obozy ochotnicze dostarczają też okazji do wymiany społeczno-kulturowej, wzajemnego zrozumienia, samorealizacji i nauki. Wszystkie te aspekty pokazują autentyczność wolontariatu jako formy turystyki, która daje ochotnikom szansę rozwoju ich własnego potencjału, jak również zdobycia niezwykłych edukacyjnych i kulturowych doświadczeń podróźniczych.

Jednocześnie turystyka wolontariacka to idealny sposób by uświadomić lokalnej społeczności potencjał turystyki i w ten sposób uczynić pierwszy krok w kierunku przyszłej działalności turystycznej. To również dobre podejście do tworzenia społeczeństwa, w którym wolontariat oraz ochrona środowiska stanowią podstawowe wartości i środki do osiągnięcia stopniowego rozwoju i postępu miejscowości turystycznej, poprzez zaangażowanie całej społeczności.

Chociaż turystyka wolontariacka jest daleki od bycia normą w dzisiejszym przemyśle turystycznym, VCV wraz z władzami lokalnymi i organizacjami turystycznymi może zapewnić lokalne zaangażowanie w proces rozwoju, poprzez poprawę czynników, takich jak instytucje społeczne, wiedza i kultura. Turystyka wolontariacka może zatem istnieć niezależnie od turystyki masowej oraz stanowić narzędzie, za pomocą którego społeczności turystyczne mogą sprawować większą kontrolę nad swoim własnym rozwojem.

a province located in northern Serbia which is rich in natural and cultural resources, and with numerous interesting events. The strategy outlines that this region should be especially devoted to its waterways, the development of rural tourism, and the promotion of its rich and varied gastronomy. No mention, however, was made of volunteering activities which have a long history in Vojvodina and a significant impact on local community development.

Every year, more and more international participants take part in volunteer camps in northern Serbia, meaning that interest in this type of activity in Vojvodina is developing. International work camps are a unique way of volunteering, open to anyone who wants to contribute to the development and improvement of a local society, thus being especially useful in economies lacking adequate resources. At the same time, for volunteers, these camps are the most affordable way to travel, make friendships with people from all over the world, learn about other cultures, and attain new practical skills by working and helping in local communities. International volunteers thus have an opportunity to experience the culture and traditions of the host country in a direct manner. Volunteer camps also provide opportunities for cross socio-cultural exchange, mutual understanding, self actualization and learning. All these aspects show the authenticity of volunteering as a form of tourism that offers volunteers the possibility to develop their own potential, and having unusual, educational and cultural travel experiences.

At the same time, volunteer tourism is a perfect way of raising local community awareness of tourism potential and therefore making the first step towards future tourism activities. It is also a good approach to create a society in which volunteering and environmental protection are basic values and the means to achieve gradual development and progress of a tourist destination by involving the entire community.

Although volunteer tourism is hardly a norm in today's tourism industry, the Volunteer Centre of Vojvodina, in partnership with local authorities and tourism organisations, can ensure local engagement in the tourism development process through improving resources such as community skills, knowledge, and culture. Therefore, volunteer tourism can exist independently of mass tourism, as well as become a tool with which tourist communities can have greater control over their own development.

BIBLIOGRAFIJA – BIBLIOGRAPHY

- CESS, 2006, *Vojvodina: Future Region* [online]. Vojvodina Centra za Strateška Ekonomska Istraživanja (Centre for Strategic Economic Studies of Vojvodina). Available from: <http://www.vojvodina-cess.org/download/Vojvodina-future%20region.pdf> [Retrieved 13 September 2006].
- DIMITRIJEVIĆ, B., 2006, *Invest in Tourism in Serbia*. Ministry of Trade, Tourism and Services of the Republic of Serbia, Belgrade.
- GLIGORIJEVIĆ, Z. & CZERNY, W., 2006, *Tourism* [online]. The Danube-Serbia Project. Available from: <http://www.danube-serbia.eu.com/downloads/Tourism14Sept.pdf> [Retrieved 24 November 2006].
- HALL, D., 1998, Central and Eastern Europe. In A. M. Williams and G. Shaw (eds). *Tourism and Economic Development in Europe*. Chichester: John Wiley & Sons, 345-73.
- HALL, D., 2002, Brand development, tourism and national identity: The re-imaging of former Yugoslavia. *The Journal of Brand Management*, 9(4-5): 323-334.
- HALL, D., 2003, Rejuvenation, Diversification and Imagery: Sustainability Conflicts for Tourism Policy in the Eastern Adriatic. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2-3): 280-294.
- HCZ & FEUB, 2006a, *Tourism Strategy of the Republic of Serbia*. Horwath Consulting Zagreb and Faculty of Economics of the University of Belgrade on behalf of the Ministry of Trade, Tourism and Services of the Republic of Serbia, Belgrade.
- HCZ & FEUB, 2006b, *Tourism Strategy of the Republic of Serbia: Competitiveness Plan*. Horwath Consulting Zagreb and Faculty of Economics of the University of Belgrade on behalf of the Ministry of Trade, Tourism and Services of the Republic of Serbia, Belgrade.
- HCZ & FEUB, 2006c, *Tourism Strategy of the Republic of Serbia: Marketing Plan*. Horwath Consulting Zagreb and Faculty of Economics of the University of Belgrade on behalf of the Ministry of Trade, Tourism and Services of the Republic of Serbia, Belgrade.
- NSHC, 2005, *Initiative for Volunteerism Legislation in the Republic of Serbia* [online]. Novosadski Humanitarni Centar (Novi Sad Humanitarian Center). Available from: http://www.nshc.org.yu/eng_nshc/eng_izvor.htm [Retrieved 11 November 2006].
- POPESKU, J., 2002, *Ecotourism: A Tool for Sustainable Tourism Development in Serbia*. Paper presented at The World Ecotourism Summit. Québec City, Canada, 19 to 22 May.
- VCV, 2006, *About Volunteers' Centre of Vojvodina* [online]. Volonterski Centar Vojvodine (Volunteer Centre of Vojvodina). Available from: <http://www.volontiraj.org.yu/> [Retrieved 5 November 2006].
- WEARING, S., 2002, *Volunteer Tourism: Experiences That Make a Difference*. Wallingford: CABI Publishing.
- ZEČEVIĆ, B., 2005, *Some Economic Issues of Tourism in Serbia* [online]. World Tourism Organization. Available from: <http://www.world-tourism.org/regional/europe/PDF/2005/belgrade/zecevic.pdf> [Retrieved 12 December 2006].56