

Održivi razvoj banjskog turizma u Srbiji****

Rezime: Svi relevantni pokazatelji o dosadašnjem razvoju turizma ukazuju da, kao i u mnogim drugim zemljama, turizam u Srbiji predstavlja propuštenu šansu. Da su istorijske okolnosti bile drugačije nesumljivo je da bi, sa stanovišta turističke tražnje i resursne osnove, naša zemlja našla mesto među najatraktivnijim zemljama Evrope. Smatra se da Srbija raspolaže značajnim prirodnim potencijalom za razvoj turizma, kao i da je primena koncepta održivog razvoja važna za budući razvoj turizma. Jedan od prirodnih potencijala Srbije predstavljaju termomineralni izvori koji ipak nisu na pravi način turistički valorizovani i iskorišćeni.

Ključne reči: održivi razvoj, banjski turizam, broj turista, turistički promet.

Summary: All the relevant indicators of the past tourism development, like in many other countries, indicate that serbian tourism represents a lost opportunity. If historical circumstances had been somewhat different, our country would certainly have found its place among the most attractive European countries, regarding tourist demand and resources base. It is believed that Serbia has significant natural potential for tourism development, and that use of the sustainable development concept is very important for future tourism development. One of the Serbian natural potentials are the thermal mineral springs, although they are not tourist valorized and utilized in a proper way.

Keywords: Sustainable development, spa tourism, the number of tourists, tourist turnover.

1. UVOD

Savremeni svet je već uveliko suočen sa potrebom globalne, zajedničke odgovornosti za razvoj u skladu sa potrebama ljudi i prirode i shvatanjem da se planeta Zemlja mora očuvati kako za sadašnju, tako i za buduće generacije ljudi na prihvatljiv način. Postoje jaki moralni razlozi da današnja

* Rad je primljen 19. novembra 2008. godine i bio je dva puta na reviziji kod autora

** Stipendista Ministarstva nauke i održivog razvoja republike Srbije

*** Ekonomski institut, Beograd, e-mail: jlazic@ecinstit.org.yu

**** Rad predstavlja deo rezultata istraživanja na projektu 149011 „Determinisanje dimenzija organizacione strukture u funkciji kvantifikacije uticaja najvažnijih kontingentnih faktora preduzeće“ finansiranog od strane MNTR

generacija ostavi potomstvu u nasleđe ništa manje šansi za razvoj, nego što ih ona ima sada. Ovo rezovanje je zasnovano na fundamentalnom principu moralne pravde da svi ljudi imaju podjednaka prava na najšire osnovne slobode koje se ne protivreče slobodi drugih. Pravo sadašnje generacije na iskorišćavanje resursa i na zdravu životnu sredinu ne sme ugroziti isto takvo pravo narednim generacijama.

Održivi razvoj je orjentisan na izradu modela koji na kvalitetan način zadovoljavaju društveno-ekonomske potrebe i interese građana, a istovremeno eliminišu, ili značajno smanjuju uticaje koji predstavljaju pretnju ili štetu po životnu sredinu i prirodne resurse. Dugoročni koncept održivog razvoja podrazumeva stalni ekonomski rast, ali takav koji osim ekonomske efikasnosti i tehnološkog napretka, obezbeđuje smanjenje siromaštva, dugoročno bolje korišćenje resursa, unapređenje zdravstvenih uslova i kvaliteta života i smanjenje nivoa zagađenja na nivo koji mogu da izdrže činioci životne sredine, sprečavanje budućih zagađenja i očuvanje biodiverziteta. jedan od najvažnijih ciljeva održivog razvoja je otvaranje novih radnih mesta i smanjenje stope nezaposlenosti, podsticanje zapošljavanja mladih i lica sa invaliditetom, kao i drugih rizičnih grupa. Održivi razvoj podrazumeva i usklađivanje različitih razvojnih aspekata i suprotstavljenih motiva sadržanih u pojedinim sektorskim programima.

2. KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA

Ljudi ekološku sredinu posmatraju kao večno dati objekat zadovoljenja svojih potreba, što rezultira neusklađenim tempom rasta potrošnje njenih elemenata i moguće proizvodnje istih. Ekološka kriza pre četrdesetak godina upozorila je čovečanstvo da nesklad između obnavljanja elemenata životne sredine i tempa ekonomskog rasta ne može večno da traje. Iz tih razloga, sredinom osamdesetih godina prošlog veka nastaje koncept održivog razvoja. Do sada nije predstavljena opšteprihvaćena definicija održivog razvoja. Možemo reći da održivi razvoj predstavlja usmerenje, ali ne i neprikosnovenu listu zadataka. Odnosno, održivi razvoj teži da stvori "bolji svet", balansirajući socijalne, ekonomske i faktore zaštite životne sredine, imajući u vidu potrebe sadašnjih ljudi ali i onih naraštaje koji će doći posle njih. Sam pojam razvoja može da ukazuje na razvoj privrede, izgradnju tržišnih centara ili zelenih površina, zbog čega se u literaturi radije koristi pojam održivosti. Turizam kao najdinamičniji svetski proces je prvi veliki korisnik održivih elemenata životne sredine, ali i jedini zaštitnik tih elemenata. Održivi turizam se definiše kao model ekonomskog razvoja koji je kreiran da unapredi uslove života određene zajednice, da se zadovolje potrebe turista i da se održi kvalitet okruženja. Shodno tome, održivi turistički razvoj ispunjava ekonomske, socijalne i estetske potrebe.

Drugim rečima, održivi turizam u svom najčistijem smislu podrazumeva privrednu granu koja vrši minimalan uticaj na životnu sredinu i lokalnu kulturu, istovremeno pomažući sticanje zarade, nova radna mesta i zaštitu lokalnih ekosistema. Naime, to je odgovoran turizam koji se prijateljski odnosi prema prirodnoj i kulturnoj baštini. Još uvek ne postoji jedinstveno prihvaćena definicija

održivog turizma, koja pretpostavlja ne samo poštovanje principa održivog razvoja, već i etičke promene kod svih učesnika u turističkom procesu.

Na osnovu toga, najjednostavnija definicija jeste da se pod održivim turizmom podrazumeva svaki vid turizma koji doprinosi zaštiti životne sredine, socijalnog i ekonomskog integriteta i unapređivanju prirodnih, stvorenih i kulturnih vrednosti na trajnoj osnovi. Ključni cilj ovakvog turizma je da se omogući ljudima uživanje i sticanje znanja o prirodnim, istorijskim i kulturnim karakteristikama jedinstvenog okruženja, uz očuvanje integriteta mesta i podsticanje ekonomskog razvoja i dobrobiti lokalne zajednice. Održivi turizam obuhvata sve segmente privrede uz uputstva i kriterijume koji podrazumevaju smanjenje uticaja turističkog prometa na životnu sredinu, naročito korišćenje neobnovljivih resursa.

Pojedini autori ističu da održivi razvoj jeste onaj razvoj koji zadovoljava sadašnje potrebe, ali tako da se vodi računa o racionalnom korišćenju ograničenih resursa kako se ne bi dovelo u pitanje njihovo buduće korišćenje za zadovoljavanje potreba narednih generacija. Odnosno, održivi razvoj je skladan odnos ekologije i privrede, kako bi se prirodno bogatstvo naše planete sačuvalo i za buduće naraštaje. Može se reći da održivi razvoj predstavlja generalno usmerenje, težnju da se stvori bolji svet, balansirajući socijalne, ekonomske i faktore zaštite životne sredine. Pre nešto više od deset godina, Svetska komisija za životnu sredinu i razvoj (World Commission on Environment and Development), poznata i kao "Bruntlendova komisija" (Brundtland Commission) objavila je izveštaj pod nazivom „Naša zajednička budućnost (Our Common Future) kojim se ukazuje na opasnost, po ljude i našu planetu, od politike ekonomskog rasta bez uzimanja u obzir mogućnosti regeneracije planete zemlje. Ova komisija definisala je održivi razvoj kao razvoj kojim se ispunjavaju potrebe sadašnjosti, bez uskraćivanja mogućnosti budućim generacijama da zadovolje svoje potrebe.

Svetski lideri su na Zemaljskom samitu u Rio de Žaneiru 1992. godine usvojili preporuke Bruntlendove komisije, a jedan od rezultata samita bila je *Agenda 21* kojom se daju preporuke za održivo upravljanje zemljišnim, vodenim i šumskim resursima u 21. veku. Zapravo, Agenda 21 predstavlja deklaraciju o namerama i obavezivanje na održivi razvoj u dvadeset prvom veku, što se i vidi iz samog naslova. Na oko 500 stranica nalazi se 40 poglavlja, od teme siromaštva do seče šuma, od teme zdravstva do pitanja otpada.

Dakle, pod odgovornim i održivim razvojem turizma, koji predstavlja osnovu delovanja Centra za odgovorni i održivi razvoj turizma (CenORT), podrazumeva se razvoj turizma koji zadovoljava potrebe sadašnjih turista, turističkih destinacija i svih učesnika u turizmu, uz istovremeno očuvanje i uvećavanje potencijala za korišćenje turističkih resursa u budućnosti, bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje sopstvene potrebe. Odnosno, podrazumeva se unapređenje kvaliteta života ljudi u okviru mogućnosti ekosistema koji nas okružuje. Odgovorni i održivi razvoj turizma podrazumeva pravo na turizam i na slobodu turističkih kretanja, zadovoljenje ekonomskih, društvenih i estetskih potreba, uz održavanje karakteristika prirodnog i društvenog okruženja i kulturno-istorijskog nasleđa.

Da bi se postigao razvoj održivog turizma neophodan je integralni pristup njegovom planiranju i upravljanju. Takođe, primetna je sve veća neophodnost kombinovanja potreba tradicionalnog urbanog upravljanja (saobraćaj, planiranje eksploatacije zemljišta, marketinga, ekonomskog razvoja) sa potrebom planiranja turističkih delatnosti. U poslednjih dvadesetak godina turizam se, kako u pozitivnom tako i u negativnom smislu razvio u važan faktor u kontekstu održivog razvoja. U okvirima EU turizam predstavlja jedan od najvećih privrednih sektora sa 9% zaposlenih i 9% učešća u potrošnji. Takođe, predstavlja jednu od pet izvoznih kategorija u 83% svih zemalja sveta i glavni izvor devizne zarade u gotovo 38% zemalja. Otuda ima i jednu od glavnih uloga u privredi mnogih zemalja, kao izvor zapošljavanja i način borbe protiv siromaštva. Svetska turistička organizacija (WTO) je jedna od prvih organizacija na međunarodnom nivou koja je razvila i koja koristi pokazatelje održivosti kao instrumente za praćenje i merenje efekata održivog turizma. Od 1993. godine ova organizacija je radila na većem broju projekata u raznim delovima sveta, o čemu svedoče publikacije objavljene 1993., 1996. i 2004. Možemo reći da ova organizacija posmatra ekonomiju, životnu sredinu i društva kao velike, ali zavisne entitete. Prema predviđanjima Svetske turističke organizacije broj dolazaka turista u Evropu biće dupliran do 2020. godine i iznosiće 720 miliona. Ovakav očekivan razvoj podrezujeva ozbiljan rizik za životnu sredinu i blagostanje stanovništva, ali i za turizam kao privrednu granu.

Sa porastom slobodnog vremena, zarade i modnih trendova, 180 miliona evropljana ide na odmor svake godine. Avanturistički duh sve je uočljiviji kod savremenih turista, kao i veća potražnja za letovanjima koja su puna aktivnosti u prirodi, kulturnih i rekreativnih sadržaja. Primećeno je da većina turista izbegava destinacije sa narušenom životnom sredinom, dok je evidentno pomeranje turista prema istočnom Sredozemlju i centralnoj i Istočnoj Evropi. Putovanje postaje sve brže, lakše, dok su i najudaljenije destinacije relativno dostupne.

Na osnovu toga, možemo uočiti da održivi razvoj i održivi turizam zahtevaju ispunjenje određenih uslova:

- razvoj i očuvanje svih elemenata životne sredine;
- veću efikasnost ekonomsko – ekološke prerade elemenata životne sredine i uvek ih smatrati kao bazno bogatstvo čovečanstva;
- brzo, ali oprezno prihvatanje tehničko-tehnoloških dostignuća u sakupljanju i kvalitetnoj upotrebljivoj preradi informacija o životnoj sredini (naročito novi informacioni sistemi omogućiće stvaranje razlike između održivog razvoja i ukupnog privrednog rasta);
- integrisati koncepciju održivog razvoja i održivog turizma u sve sfere društveno-ekonomskog i političkog sistema.

Za postizanje optimalnih odnosa između turizma i životne sredine u održivom razvoju treba ograničiti broj poseta određenom području. Ali, obzirom da održivi turizam zahteva očuvanje elemenata životne sredine s jedne strane, kao i stalno povećanje ekonomskih efekata s druge strane, postavlja se pitanje kakav treba da bude odnos ekonomskih efekata prema ekološkim troškovima. Pojedini

teoretičari smatraju da nikada ne treba tražiti potpunu optimizaciju ovog odnosa, već uvek dopušteni rast ekonomskih efekata do 25% nezadovoljenja ekoloških troškova. U konceptu održivog razvoja turizma javlja se termin "monitoring" održivog turizma. Naime, to je proces koji se bavi prikupljanjem informacija i interpretiranjem rezultata dobijenih iz tih informacija važnih za održivi turizam. Pokazatelji dobijeni na ovakav način mogu pomoći zajednici, privredi, državi ili nevladinim organizacijama da ustanove ciljeve održivosti i da definišu prioritetne regije za dalja istraživanja. Zapravo monitoring pomaže da se održivi turizam iz jednog nejasnog koncepta pretvori u set jasnih ciljeva gde se prikupljene informacije analiziraju, a znanje o održivom turizmu se povećava. Monitoring pristup ima i svojih nedostataka, jako je skup proces i zahteva puno vremena. Takođe, zahteva tehničku ekspertizu i dugoročnu posvećenost praćenju i izveštavanju o dobijenim pokazateljima održivosti.

Kao što smo videli, najvažniji dokument koji se odnosi na održivi turizam je Agenda 21, čiji naglasak i jeste na potrebi za praćenjem održivog razvoja koristeći pokazatelje. Mnoge organizacije privatnog i javnog sektora pokušavaju da ustanove svoje monitoring sisteme. Država i nevladine organizacije takođe pokazuju interesovanje za monitoring održivog turizma. Uobičajni pokazatelji turističkog prometa su: broj turista, dužina njihovog boravka, turistička potrošnja i sl. Ipak korišćenje ovih pokazatelja kao pokazatelja održivog turizma je novijeg datuma. Tek krajem devedesetih godina veći broj autora počinje da koristi ove pokazatelje pri analizi ugroženosti životne sredine.

Karakteristike teritorije Srbije odnosno njene prirodne i stvorene vrednosti, veoma su dobar model za savremeni koncept održivog turizma. Srbija poseduje tradicionalne programe banskog, planinskog, seoskog turizma i svojom raznovrsnošću može u potpunosti ispuniti savremene zahteve aktivnog turizma i predstaviti se kroz "1000 turističkih programa za 1000 turističkih destinacija" u skladu sa održivim razvojem i očuvanjem ekološki zaštićenih prostora.

Održivi turizam uključuje aktivnosti koje imaju neznatan negativan uticaj na

životnu sredinu. Nažalost, u Srbiji je evidentan nedostatak odgovarajuće infrastrukture, koja bi podržala razvoj održivog turizma. Takođe, nedostaje efikasno i adekvatno planiranje upravljanja otpadom u turističkim mestima, u funkciji što manjeg negativnog uticaja turistički aktivnosti na životnu sredinu. Poseban akcenat potrebno je staviti na "razvoj ekološki prijateljskih" tehnologija.

U polici razvoja turizma kao nezaobilaznog i značajnog sektora, Srbija mora napraviti snažan i kvalitetan zaokret prema novom pristupu usklađivanja turističkog razvoja koji minimalno ugrožava životnu sredinu. Definisane razvoja održivog turizma predstavlja dobru osnovu za unapređenje međusektorske saradnje u svim domenima i na svim nivoima, uz skretanje pažnje na vrednosti koje klasični turizam nije valorizovao na pravi način (zaštićena područja, kulturna baština itd.)

3. PRIMENA KONCEPTA ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA U SRBIJI

Koncept održivog razvoja može postati osnova svrsishodnog razvoja turizma u jednoj zemlji ukoliko njegova načela budu uključena u proces strategijskog planiranja razvoja turizma i ukoliko budu izražena u strategijskim ciljevima razvoja. Utvrđivanje osnovnih ciljeva razvoja turizma je centralno pitanje u okviru strategijskog planiranja turizma na makronivou. Njihova važnost je posebno naglašena za usklađivanjem odnosa između svih delatnosti koje učestvuju u zadovoljenju potreba turista. Heterogenost ovih delatnosti čini neophodnim postojanje institucionalizovanog okvira koji definišu država i njeni organi. Strategijski ciljevi razvoja turizma mogu biti izraženi u ekonomskim, socijalnim i environmentalnim terminima, kao marketing ciljevi. Prihvatanje shvatanja o potrebi za određivanjem strategijskih ciljeva razvoja turizma koji su širi od ekonomskih podrazumeva i veći uticaj državnih organa.

Kada govorimo o pitanju orijentacije ka održivom turizmu u Srbiji, kod nas se njoj pristupilo sa zakašnjenjem iz sledećih razloga:

- dugotrajnog odsustvovanja sa međunarodnog turističkog tržišta, zbog delovanja sankcijai mera izolacije od strane međunarodne zajednice kao i mera samoizolacije;
- dugoročnog opadanja kvaliteta turističkih usluga;
- nedostatka infrastrukture, naročito u seoskim područjima;
- nepostojanja odgovarajuće saradnje sa inostranim organizatorima putovanja;
- neodgovarajućeg upravljanja zaštitom životne sredine u funkciji turizma;
- nedovoljne prepoznatljivosti Srbije kao turističke destinacije i sl.

U Srbiji poseban značaj u vezi sa konceptom održivog turizma imaju nevladine organizacije (NVO) koje imaju funkciju posrednika između institucija i javnog mnjenja. Među njima posebno se ističe Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma (CenORT) koji sprovodi edukaciju svih glavnih učesnika o načinima ostvarivanja dijaloga između NVO i drugih aktera u cilju odgovorne upotrebe ukupnih resursa u procesu razvoja turizma.

Načelno zalaganje za primenu koncepta održivog razvoja u kontekstu upravljanja razvojem turizma u Republici Srbiji istaknuto je i u postojećoj strategiji razvoja turizma Republike do 2010. godine. U vezi sa tim, u Strategiji se ističe da koncept usklađenog-održivog i tzv. ograničenog razvoja u kojem prirodni resursi diktiraju mogućnosti za postizanje ekonomskih i drugih ciljeva u turizmu, a ne obrnuto, predstavlja jedino ispravan put u strategijskim opredeljenjima. Za Srbiju je to posebno bitno s obzirom na postojeće prirodne resurse i mogućnosti za dalju turističku izgradnju.

Prema postojećoj statistici, sektor turizma učestvuje sa 2,5% u bruto domaćem proizvodu i sa 5-6% u ukupnoj zaposlenosti Republike Srbije. Na osnovu srovedenih istraživanja utvrđeno je da prosečan hotel u našoj zemlji je star 42 godine, ima 105 soba, poslednji put je delimično opremljen pre trinaest godina, kao i da su najzastupljeniji hoteli sa dve i tri zvezdice. Tokom 2004. godine, prosečan srpski hotel ostvarivao je oko 8.000 evra ukupnog prihoda po sobi, dok je za istu prosečnu kategoriju međunarodni standard najmanje 2,5 puta veći. Imajući u vidu realni privredni potencijal Republike Srbije za razvoj turizma, do 2015.godine trebalo bi da se ostvari blizu 20 miliona noćenja turista (polovina inostranih) i prihod od turizma do 1,5 milijarde evra. Glavne turističke aktivnosti u Srbiji uključuju turizam u velikim gradovima, banjski turizam, kulturno i prirodno blago, lov, ribolov, seoski i rečni turizam. Negativni uticaji turizma na životnu sredinu uključuju pritisak na prirodne resurse, biodiverzitet i staništa i stvaranje otpada i zagađenje. Neodrživi turizam može prouzrokovati iste oblike zagađenja kao bilo koja druga industrija: buka, otpad, ispuštanje otpadnih voda, ulja i hemikalija i sl. Pravovremenim planiranjem razvoja turizma mogu se sprečiti štete i skupe greške i izbeći postepeno uništavanje vrednosti životne sredine značajne za turizam. Sadašnji negativni uticaji turističkih aktivnosti na kvalitet životne sredine su uzrokovani slabim sprovođenjem propisa o planiranju i izgradnji, nedostatkom infrastrukture za tretman otpadnih voda i nekontrolisanim odlaganjem otpada, kao i neefikasnim upravljanjem u zaštićenim prirodnim dobrima.

Ciljevi održivog razvoja turizma su:

- poboljšati smeštajne kapacitete; razviti turistički sistem kvaliteta i sistem zaštite potrošača;
- razviti turistički informacioni sistem (informativni centri, brošure, imidž, pozicioniranje itd.);
- razviti dodatnu turističku ponudu uz postizanje ekonomske isplativosti i lokalnog prosperiteta (trgovina, ugostiteljstvo, aktivnosti, putničke agencije itd.), otvaranjem novih radnih mesta i uz maksimalno očuvanje kulturnog bogatstva i prirodne raznovrsnosti;
- identifikovati i otkloniti aktuelne i potencijalne konflikte između turizma i drugih aktivnosti vezanih za korišćenje resursa.

Sektor turizma se prepoznaje kao sektor koji ima taj potencijal i to se ogleda u činjenici da postoji vertikalna institucionalna struktura za razvoj sektora. Pored Ministarstva za ekonomiju i regionalni razvoj u čijoj je nadležnosti razvoj turizma, postoji Turistička organizacija Srbije i mreža turističkih organizacija u opštinama. Zakonom o turizmu planirano je osnivanje i Agencije za razvoj turizma, što bi trebalo da obezbedi odgovarajući okvir za realizaciju Strategije razvoja turizma Republike Srbije.

Glavni problemi sa kojima se Srbija suočava kada je u pitanju održivi razvoj u turizmu su:

- neadekvatna saobraćajna infrastruktura;

- problemi u snabdevanju vodom i električnom energijom;
- nepotpuno i neadekvatno rešeno pitanje tretmana otpadnih voda i čvrstog otpada;
- nepovoljna struktura smeštajnih kapaciteta;
- nizak nivo razvijenosti turističkog razmišljanja lokalnog stanovništva.

4. RAZVOJNI PROCESI BANJSKOG TURIZMA SRBIJE

Banjski turizam Srbije ima dugu i bogatu tradiciju, gde na pojedinim delovima Srbije on datira još iz perioda Rimljana. To najbolje pokazuju otkriveni tragovi materijalne kulture iz doba ekspanzije rimskog carstva koji potvrđuju kulturu Rimljana prema lekovitim vodama na čijim su izvorima gradili kupatila i prateće objekte za lečenje, odmor i uživanje. Ti rimski izvori pronađeni su u Vrnjačkoj Banji, Sokobanji, Niškoj Banji, Gamzigradskoj i u mnogim drugim banjama. Prvi zakon o banjama donet je 1914.godine i odnosio se najviše na insistiranje na zaštiti lekovite vode i sprečavanje drugih oblika zagađenja životne sredine.

Iako je područje Srbije izuzetno bogato vodama i iako nijedna zemlja u Evropi nema toliko termomineralnih izvora kao Srbija, samo je oko 30% podzemnog vodnog potencijala iskorišćeno.

Međutim, turizam Srbije, a u okviru njega naročito banjski turizam predstavlja jednu od delatnosti od koje se očekuju veliki rezultati i to je svakako velika šansa koju bi trebalo iskoristiti. Ocenu nivoa razvijenosti turizma Srbije možemo posmatrati sa aspekta dolaska turista na ovo područje i broj noćenja koji su oni ostvarili. Period od 1970.-2000.godine možemo prikazati pomoću tabele broj 1.

Tablela br.1. Broj turista i broj ostvarenih noćenja u periodu 1970.-2000.

Godina	Dolasci	Noćenja	Prosečan broj noćenja
1970.	3.323.000	7.676.000	2,3
1980.	4.328.000	12.028.000	2,8
1990.	3.940.000	11.670.000	3,0
2000.	2.169.000	7.696.000	3,5

Na osnovu tabele, uočljivo je da u periodu 1970.-1980.godine došlo do porasta broja turista koji su posetili Srbiju, a slična je situacija i sa ostvarenim brojem noćenja. Od 1980.-1990. dolazi do smanjenja broja turista i broja noćenja, ali zanimljivo je da dolazi do rasta prosečnog broja noćenja. Poznato je da su period 1990.-2000.godine obeležili mnogi problemi, što je doprinelo da platežna moć domaćih turista ne bude na zavidnom nivou, a da turistička privreda ne bude adekvatna za privlačenje inostranih turista. Tako da je logična posledica smanjenje broja turista i broja noćenja koje su oni ostvarili, ali karakteristika i ovog perioda je da raste prosečan broj noćenja.

Posmatrano u aktuelnom periodu 2000.-2007.godine postavlja se pitanje kakvo je stanje sa banjskim turizmom i kakva je njegova uloga u ukupnom turističkom prometu. To možemo analizirati pomoću sledeće tabele:

Tabela br.2. Broj turista u Srbiji u poslednje tri godine

	2005.	2006.	2007.
R.Srbija	1.988.469	2.006.488	2.306.558
Glavni adm.centri	713.279	741.853	817.507
Banjska mesta	302.689	319.420	383.642
Planinska mesta	400.670	392.409	445.857
Ostala tur.mesta	508.229	472.992	565.583
Ostala mesta	63.602	79.814	93.969

Izvor: www.statserb.sr.gov.yu

Na osnovu tabele i prethodne tri godine možemo zaključiti da dolazi do rasta broja turista koji posećuju područje Srbije. Najviše ih ima u glavnim administrativnim centrima, dok banjski vid turizma u ukupnom turističkom prometu beleži stalan rast, odnosno 2005.godine učestvuje sa 15,2%, 2006. sa 15,9% a 2007. sa 16,6%.

Takođe, treba istaći da među banjama Srbije prema ostvarenom turističkom prometu ističu se banje navedene u sledećoj tabeli.

Tabela br.3. Broj turista najposećenijih banja Srbije u periodu 2005.-2007.

Banje	2005.	2006.	2007.
Vrnjačka	90.973	113.790	179.719
Sokobanja	60.541	55.196	72.396
Niska	26.176	22.678	26.906
Koviljača	20.302	19.352	21.439
Prolom	12.074	11.715	10.598
Mataruška	11.966	13.200	11.842
Gornja Trepča	6.939	7.289	7.407
Vranjska	6.577	5.400	7.188

Izvor: www.statserb.sr.gov.yu

Kao što se vidi, na prvom mestu posećenosti nalazi se Vrnjačka Banja posmatrano u ovom periodu, ali i decenijama unazad. Ostale banje Srbije beleže rast broja turista iz godine u godinu, jedino je karakteristično da je 2006.godine došlo do opadanja u broju dolazaka u svim banjama osim u Vrnjačkoj, Mataruškoj i Gornjoj Trepči. Godine 2007. dolazi do smanjenog broja posetilaca u odnosu na 2006.godinu u Prolom i u Mataruškoj Banji.

Prema strukturi gostiju koji u banje dolaze možemo ih kategorisati na domaće i strane. Za period 2005.-2007. njihovi dolasci su prikazani pomoću tabele br.4.

Tabela br.4. Struktura banjskih gostiju u periodu od 2005.-2007.

	2005.	2006.	2007.
Domaći turisti	285.654	302.239	359.150
Strani turisti	17.035	17.181	24.492

Izvor: www.statserb.sr.gov.yu

Evidentirano je za sve tri godine daleko veće učešće domaćih u odnosu na strane turiste, pri čemu je pozitivno to što raste broj i jednih i drugih iz godine u godinu. Najviše stranih turista dolazi iz bivših jugoslovenskih republika.

Zadatak promocijne strategije banjskih i klimatskih mesta je da stvori svest o turističkom proizvodu na tržištu, da kreira njegom imidž i obezbedi što bolju poziciju za turistički proizvod. Uradivši "Strategiju razvoja turizma Srbije" (2005), a što se tiče strategije za banjski turizam, Horwat Consulting dao je preporuku da na kratak rok Srbija mora da se okrene ubrzanom razvoju i komercijalizaciji proizvoda "medical spa" (usluga se bazira na sviim, svetu znanim, zdravstvenim i wellness komponentama; drugim rečima segment zdravstveni turizam zahteva izvesna poboljšanja, dopune i prilagođavanja današnje ponude srpskih banja) i "mineral springs spa" (ovaj segment proizvoda, u odnosu na proizvod srpskih banja, traži relativno manji obim investicija i ima potencijal relativno brzog međunarodnog pozicioniranja).

5. PRIMENA KONCEPTA ODRŽIVOG RAZVOJA NA PRIMERU VRNJAČKE BANJE

Najznačajniji razvojni prioritet opštine Vrnjačka Banja je turizam i to prvenstveno banjsko-zdravstveni turizam sa velikim potencijalom u komplementarnim oblicima turizma: sportsko-rekreativni, kulturno-manifestacioni, tranzitni i lovni turizam, koji svojim sadržajima doprinose diverzitetu turističke ponude.

Videli smo na osnovu podataka da je Vrnjačka Banja najposećenija među banjama Srbije, dok se po broju turista koji su posetili Srbiju 2007. godine nalazi na drugom mestu, posle Beograda.

U periodu od 1995.-2005. broj gostiju Vrnjačke Banje i broj noćenja koji su oni ostvarili su prikazani u tabeli br. 5.

Na osnovu prikazanog pregleda možemo zaključiti da je u posmatranom periodu najveći broj gostiju posetio Vrnjačku Banju 2003.godine, ali je prosečan broj noćenja ove godine najmanji (3,8). Najmanje ih je bilo 1999. godine iz poznatih razloga, iako je prethodna godina (1998) nagoveštavala da će doći do rasta turističkog prometa u narednom periodu. Godinu 2001. karakteriše najveći prosečan broj noćenja (5,5). Broj posetilaca i ostvarenih noćenja Vrnjačke Banje i ostalih turističkih mesta Srbije dobijenih iz zvaničnih statističkih izvora, ne treba uzeti kao konačan zbog ogromnog broja neprijavljenih turista koji na ovaj način izbegavaju plaćanje boravišnih taksi.

Tabela br.5. Broj gostiju i ostvarenih noćenja u V.Banji u periodu 1995.-2005.

Godina	Broj gostiju	Broj noćenja	Prosečan broj noćenja
1995.	93.983	484.439	5,0
1996.	83.075	399.899	4,8
1997.	96.504	450.074	4,7
1998.	106.019	549.524	5,2
1999.	74.177	386.529	5,2
2000.	91.522	482.866	5,3
2001.	74.650	410.003	5,5
2002.	99.979	469.343	4,7
2003.	125.630	481.907	3,8
2004.	93.394	439.549	4,7
2005.	96.969	427.710	4,4

Izvor: Turistička organizacija Vrnjačke Banje

Turističku aktivnost opštine Vrnjačka Banja u periodu 1990-2002. godine karakteriše pad posete turista. Ovakvom obimu turističkih tokova prvenstveno su doprinele sankcije što je uticalo na pad životnog standarda, nedovoljne investicije, nisku privrednu aktivnost i izražene socijalne probleme (dolazak velikog broja izbeglih i raseljenih lica).

Tabela br.6. Pokazatelji turističke aktivnosti u opštini Vrnjačka Banja

	1990.	2000.	Indeks 2000/1990	2001.	Indeks 2001/1990.	2002.	Indeks 2002/1990.
Turistički promet							
Broj turista	139154	95232	68	101781	73	107984	78
<i>Domaći turisti</i>	134868	90496	67	97935	73	104395	77
% domaćih turista	96,9	95,0		96,2		96,7	
<i>Strani turisti</i>	4286	4736	110	3846	90	3589	84
% stranih turista	3,1	4,9		3,8		3,3	
Noćenja turista	954638	520019	54	511368	54	531823	56
<i>Domaći turisti</i>	939777	501908	53	496009	53	519482	55
% domaćih turista	98,4	96,5		97,0		97,7	
<i>Strani turisti</i>	14861	18111	122	15359	104	12341	83
% stranih turista	1,6	3,5		3,0		2,3	
Prosečno zadržavanje turista	6,9	5,5	80	5,0	73	4,9	72
<i>Domaći turisti</i>	7	5,5	79	5,1	73	5,0	71
<i>Strani turisti</i>	3,5	3,8	109	4	114	3,4	97

I pored svih prirodnih prednosti i stvorenih materijalnih kapaciteta, rezultati turističkih kretanja su već duže vreme na niskom nivou.

Vremenska serija indikatora broja turista, njihova struktura i prosečno zadržavanje, uz osnovne ekonomske indikatore turističke privrede, ukazuju na retrogradne procese u proteklom periodu.

Generalno posmatrano, turistički tokovi posle 2000. godine u opštini Vrnjačka Banja beleže blagi rast (od 5% prosečno godišnje). Iako strani turisti beleže pozitivna kretanja na skali broja turista, prosečno zadržavanje u Banji u posmatranom periodu, ovo ne može da kompenzira drastično opadanje posete domaćih turista, koji su dominantni tržišni segment u ukupnom turističkom prometu opštine. To je doprinelo da, na primer, turistički promet u 2002. godini bude manji za 22% od prometa realizovanog 1990. godine.

Tabela br.7. Agregati turističke privrede

	1990.	2000.	<i>Indeks 2000/1990</i>	2001.	<i>Indeks 2001/1990.</i>	2002.	<i>Indeks 2002/1990.</i>
ND (hilj. €))	6959	1464	21	1848	27	2029	29
Zaposleni	715*	491	67	518	72	517	72
Zarade (u €)	311	47	15	95	31	138	44
Promet u ugostiteljstvu (hilj.€)	17.752	4.597	26	5.694	32	7.468	42
Prosečna potrošnja turista u ugostiteljstvu (€)	127,6	48,3	38	55,9	44	69,2	54

*1990. zaposleni u društvenom sektoru

U protekloj deceniji turizam kao privredna grana, delio je sudbinu ukupne društveno-ekonomske stagnacije i recesije. Pored toga i brojni drugi faktori su usporavali razvoj turizma (nedovoljna infrastrukturna opremljenost, nedovoljne investicije, pad životnog standarda itd). Tako je period konstantnog rasta i razvoja turističke aktivnosti do 1990. godine, zamenjen periodom drastičnog smanjenja svih pokazatelja poslovanja turističke privrede. Broj turista se u protekloj deceniji postepeno smanjivao, tako da je u 2002. godini ostvareno 78% obima posete realizovane u 1990. godini.

Učešće dohotka turizma u ukupnom dohotku opštine se u posmatranom periodu smanjilo za 38,5% (sa 11,7% u 1990. godini na 7,2% u 2002.). Međutim, treba napomenuti da turizam indirektno doprinosi formiranju ukupnog dohotka opštine kroz razvoj drugih oblasti, a pre svega, trgovine, saobraćaja, građevinarstva i agroindustrije.

U sektoru turizma posluje sedam ugostiteljsko-turističkih preduzeća, koja ostvaruju 3% prihoda privrede i zapošljavaju 9% zaposlenih u privredi. Pored preduzeća, na području opštine Vrnjačka Banja, u ugostiteljstvu posluje 90 privatnih ugostiteljskih radnji i 4 turističke agencije.

Nosioci razvoja turizma i ugostiteljstva su:

- Preduzeće za hotelijerstvo i zdravstveno-rekreativni turizam «Fontana», u čijem sastavu posluje hotel «Fontana», hotel «Zvezda», «Park», «Sloboda», «Beli izvor» Goč i vila «San», kao i restorani: «Šumadija», «Snežnik», «Srbija», «Švajcarija», «Goč» i «Kiki»;
- Specijalna bolnica za lečenje i rehabilitaciju bolesti organa za varenje i šećerne bolesti «Vrnjačka Banja»;
- «Apartmani Jezero» Vrnjačka Banja;
- Domaća radinost.

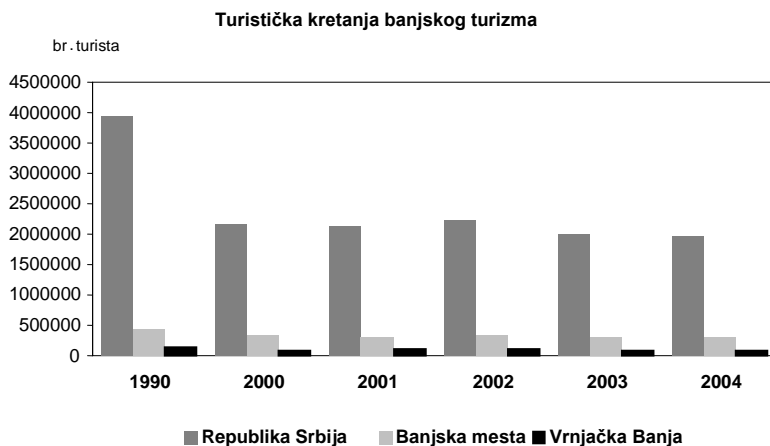
Na efekte poslovanja najviše je uticao obim i monolitna struktura gostiju. Naime, smanjen broj turista uticao je da njihovo prosečno zadržavanje bude prepolovljeno – domaći gost je svoj boravak u Banji sveo na skromnih 5 dana (1975. godine zadržavo se 9,4 dana), a ino-turista na 3,4 dana (1981. - 7,3 dana). Za 30 godina Vrnjačka Banja nije uspeła da poveća priliv stranih turista – ovaj tržišni segment u periodu 1974-2003. godina učestvovao je sa prosečnih 1,8% u ukupnom broju turista.

Vrnjačka Banja u svojoj ponudi ima oko 5.000 smeštajnih kapaciteta u društvenom sektoru i oko 10.000 postelja u privatnom sektoru. Prema zvaničnoj evidenciji, kategorisane receptivne kapacitete čine hoteli (8), prenoćišta sa kafanom (8), odmarališta (6), stacionari (4), restorani sa prenoćištem (2), kuća za odmor (1). U strukturi kapaciteta hoteli učestvuju sa 37,9%, odmarališta sa 23,9%, prenoćišta sa 21,0% i stacionari sa 17,1%. Problem je što Banja nema ni jedan svoj smeštajni objekat. Veliki deo u strukturi posetilaca čine radnici preduzeća koji dolaze na odmor u svoja odmarališta, kao i đačke ekurzije.

Privatni sektor je nedovoljno obuhvaćen, tako da se procenjuje da čak 50% prometa ovog sektora nije zvanično registrovano. Razlog za "gubitak" posetilaca iz evidencije treba tražiti u nemotivisanosti stanodavaca da prijave goste što doprinosi da opštinski budžet bude manji za isti procenat na ime neuplaćenih boravišnih taksi.

Postojanje samo jednog hotela prve kategorije, odnosno velika zastupljenost hotela i odmarališta treće (83,4%) i četvrte kategorije, kao i nekategorisanih objekata u ukupnoj ponudi osnovnih smeštajnih kapaciteta, ne obezbeđuje konkurentnost u privlačenju stranih turista i veliki je nedostatak za budući izlazak turističko-ugostiteljskih preduzeća Banje na selektivno turističko tržište Evropske Unije. Međutim, raznovrsni turistički motivi i atraktivnost bogatstva kulturno-istorijskih znamenitosti omogućava buduću afirmaciju turizma opštine Vrnjačka Banja.

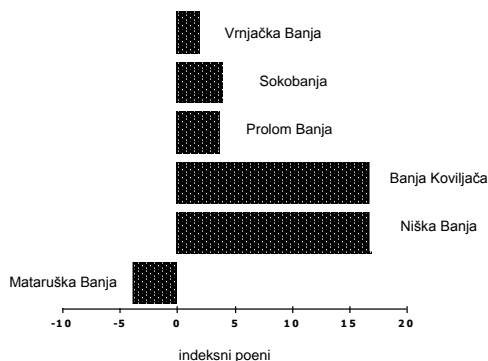
Neusklađenost između tradicije i specifičnih prirodnih odlika Vrnjačke Banje s jedne strane, i neodgovarajućih investicionih ulaganja u turizam s druge strane, posledica su tranciziconih, ekonomskih i socijalnih procesa, pokazatelji turističke aktivnosti uglavnom zavise od domaćeg turista zbog čega je stopa popunjenosti kapaciteta niska (npr. 2001. godine iznosila je 54,6%).



Grafikon 1. Turistička kretanja banjskog turizma

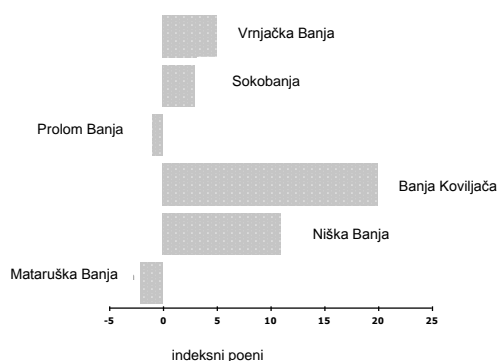
Najbolji pokazatelj pozicioniranja Vrnjačke Banje kao glavne banjske destinacije na turističkoj mapi Srbije je njeno učešće u ukupnom broju turista koji su posetili banjske centre. Prostorna distribucija turističkog prometa ukazuje da banjsko-klimatska lečilišta Srbije svoje učešće u turističkim tokovima Republike svode na prosečnih 14%, a da u toj strukturi Vrnjačka Banja ima i dalje primat sa prosečnih 30%.

Dolasci u pojedinim banjama u 2004/2003



Grafikon 2. Dolasci u pojedinim banjama u Srbiji

Noćenja turista u pojedinim banjama 2004/2003



Grafikon 3. Noćenja turista u pojedinim banjama u Srbiji

Regionalni posmatrano Vrnjačka Banja je i pored svih eksternih (politička klima, nedovoljna strateška usmerenost turizma, investicioni uslovi i sl.) i internih nedostataka (neodgovarajući međusektorski odnosi, nedefinisani ekonomski

kriterijumi razvoja turizma, kadrovska limitiranost, neusklađenost urbanističkih i infrastrukturnih rešenja i dr.), uspela da zadrži visoko učešće u turističkom prometu Raškog okruga (prosečnih 45% od 2000. godine).

Tabela br.8. Učešće opštine Vrnjačka Banja u turističkom prometu okruga

	Ukupan broj turista							
	1990.	%	2000.	%	2001.	%	2002.	%
RAŠKI OKRUG	349403	100	198794	100	219549	100	262281	100
Vrnjačka Banja	139154	39,8	95232	47,9	101781	46,4	107984	41,2

Na osnovu kretanja parametara turističke tražnje zaključak je da prioritetni cilj opštine Vrnjačka Banja treba da bude dopuna turističke ponude programima koji prate trendove u Evropi i obezbeđuju joj status elitnog banjskog mesta.

Za realizaciju ovog strateškog cilja akcenat treba staviti na modernizaciju postojećih smeštajnih objekata i promenu njene strukture. Rešenje za veće investicije treba tražiti u pružanju povoljnih kreditnih linija stanodavcima, kao i u korišćenju sredstava drugih nadležnih institucija (Fonda za razvoj RS, Fonda za razvoj turizma, Program za usmeravanje i podsticanje razvoja turizma i sl.). Planska izgradnja ili prenamena postojećih objekata (vila, pansiona i sl.) treba da ide u prilog očuvanju ambijentalne celine i specifičnosti Banje, što podrazumeva da Vrnjačka Banja u narednom periodu ponudi manje pansione (objekti sa 50-60 kreveta) kao glavne smeštajne kapacitete, što bi bio prvi korak u prilagođavanju ponude turističkim trendovima u Evropi.

Turističko-sportski centar Vrnjačka Banja (TSC) nosilac je turističke aktivnosti u opštini. Jačanje TSC u svim segmentima – kadrovske, organizacione, materijalne, informatičke – doprineće da organizacija postojećih brojnih kulturno-sportskih manifestacija, kao i osmišljavanje novih programskih celina, permanentno obezbedi ispunjavanje visokih standarda kvaliteta i što je veoma važno, informatičko-komunikacionu podršku aktivnostima TSC. Prvi korak u tom pravcu je otvaranje INFO CENTRA, neophodne informacione osnove o svim kapacitetima Banje, obezbeđivanje novog vida usluga svim zainteresovanim posetiocima Banje iz zemlje i inostranstva da rezervišu smeštaj on-line, i sl.

Uspešan marketig atraktivnosti biće onaj koji će:

- koncentrisati pažnju na određene tržišne mete;
- diferencirati proizvod i usluge;
- primeniti konzistentno strateško planiranje;
- permanentno istraživati tržište i prirodu zahteva i potreba turista;
- biti fleksibilno organizovan i uvažavati viziju.

Turistička organizacija Vrnjačke Banje čini ogromne napore da svake godine privuče što veći broj turista, pa su tako osmišljene razne manifestacije kao na primer "Vrnjački karneval" festival narodne i zabavne muzike i sl. Činjenica je da u tome i uspeavaju, ali treba postaviti pitanje da li ovaj masovni turizam uspeva da odgovori zahtevima održivog turizma, tj. da ekonomski efekti mogu da nadomeste štetu načinjenu životnoj sredini.

Veliki problem Vrnjačke Banje čije se posledice tek videti a biće kasno, je sve masovnija izgradnja raznih stambenih i turističko-ugostiteljskih objekata na užtrb čak i zelenih površina. Banja poprima sve više izgled i karakter urbane gradske sredine, a gubi izgled mirnog banjskog mesta. Za Vrnjačku Banju, ali i za Srbiju je veoma važno da Vlada preuzme potpunu inicijativu i odgovornost za motivisanje privrede, institucija i lokalnih zajednica za učešće u projektima održivog razvoja u turizmu i shodno tome uvede niz ekonomskih podsticaja za održivi razvoj u smislu prilagođavanja mera finansijske i poreske politike.

SWOT ANALIZA RAZVOJA TURIZMA VRNJAČKE BANJE

Strenghts - Snaga (S)	Weaknesses - Slabosti (W)
<ul style="list-style-type: none"> - geografski položaj; - reljef, klima, prirodni potencijali i veza sa međunarodnim tranzitnim pravcima; - bogatstvo mineralnih izvora (raznovrsnost po hemijskim i fizičkim karakteristikama i visok medicinski kvalitet vode); - duga tradicija banjskog turizma (140 godina organizovanog turizma), kao i tradicija u oblasti banjsko-zdravstvenog vida turizma; - bogati kulturni i istorijski sadržaji u opštini; - pozitivan stav građana prema turizmu; - visokoobrazovani stručnjaci koji pružaju moderne i kvalitetne medicinske usluge; - tretmani (prevencije, lečenje i rehabilitacija) su na relativno visokom nivou; - relativno razvijeno preduzetništvo; - raznovrsni smeštajni kapaciteti (hoteli, apartmani, stacionari, prenočišta, vile). 	<ul style="list-style-type: none"> - obim i struktura turističkog prometa je nepovoljna; - relativno mali devizni prihod; - monolitna struktura gostiju; - mali budžet za promocione aktivnosti; - nepotpuna evidencija turističkih kretanja u privatno sektoru; - zastareli autobuski vozni park; -izgradnja velikog broja stambenih i turističko – ugostiteljskih objekata, čak i na užtrb zelenih površina zbog čega banja sve više poprima izgled i karakteristike gradske sredine, a gubi izgled mirnog banjskog mesta; - nedostatak novih radnih mesta u turizmu; - usporen proces privatizacije; - neplansko sprovođenje koncepta održivog razvoja; - nerazumevanje ili loše usmeravanje na tržištu; - nedovoljna prisutnost u medijima; - staromodan imidž zameniti mladim i tretirati banjske posetioce više kao goste, a manje kao pacijente; - nedovoljna ulaganja u informacionu infrastrukturu.

Opportunites - Šanse (O)	Threats – Pretnje (T)
<ul style="list-style-type: none">- razvoj saobraćaja (maksimalno iskorišćenje putnog i železničkog saobraćaja, kao i aktiviranje i povezivanje avio saobraćaja);- projektovanje evropskih i regionalnih koridora je u toku;- partnerstva sa stranim kompanijama;- atraktivnost prirodnog okruženja – zaleđe šumsko planinski kompleks Kopaonik, Goč, Jastrebac, Željin i Stolovi;- interes i podrška Republike Srbije za razvoj turizma, odnosno podrška resornih ministarstava koja su zadužena za razvoj banjskog turizma;- podrška od strane Udruženja banjskih i klimatskih mesta Srbije i Turističke organizacije Srbije;- interes za ulaganje u infrastrukturu (strani kapital);- niske cene u odnosu na banje u Evropi;- uključenje prirodnih i antropogenih vrednosti okoline (manastiri – Žiča, Ljubostinja);- predispozicije seoskog područja za razvoj organizovanog izletničkog i ekoturizma;- pozitivna iskustva evropskih zemalja u razvoju banjskog turizma.	<ul style="list-style-type: none">- nepovoljna političko – ekonomska situacija;- konkurentnost zemalja i regiona iz okruženja;- recesija;- mala usmerenost na ino-tržišni segment;- smanjena lojalnost ino i domaćih gostiju zbog lošeg iskustva (nepostojanje standarda u kvalitetu usluga);- nedostatak profesionalno oblikovanog proizvoda za strane turiste.

Izvor: Program razvoja opštine Vrnjačka Banja 2005-2015, Republički zavod za razvoj, Beograd.

Šanse	Opasnosti
<p>razvoj saobraćaja (maksimalno iskorišćenje putnog i železničkog saobraćaja kao i aktiviranje i povezivanje avio saobraćaja) partnerstva sa stranim kompanijama razvoj kreditnih linija za investicije u privatni smeštaj (banjski pansioni) primena novih vrsta terapija za koje postoje prirodni uslovi (medicinski i rekreativni wellness i sl.); ulazak jednog svetskog hotelskog lanca ili izgradnja hotela sa 4 zvezdice (podizanje kapaciteta za ekskluzivni smeštaj) razvoj informatičko-komunikacione tehnologije (ICT) edukacija kadrova (iz oblasti fizioterapije, hotelijerstva i sl.)</p> <p>razvoj centralnog registra turista, marketinga i povezivanja sa velikim turističkim operaterima strategija očuvanja životne i prirodne sredine izgradnja banjske tržišne niše razvoj regionalnog identiteta usklađivanje sa osnovnim smernicama nacionalne strategije razvoja turizma razvoj turističkih klastera jače povezivanje i podrška turističkih nosioca na regionalnom i lokalnom nivou blizina koridora 10 – Evropska mreža puteva valorizacija železničke pruge u novu turističku atrakciju razvijanje partnerskih odnosa između različitih turističkih subjekata</p>	<p>neplanska izgradnja i narušavanje ambijentalnih specifičnosti Banje nedovoljno investiranje u modernizaciju postojećih objekata usporen proces privatizacije nerazumevanje ili loše usmeravanje na tržištu spora implementacija strategije razvoja turizma nepostojanje turističkog proizvoda neusklađenost ponude sa povećanom sofisticiranom tražnjom posetilaca nedovoljna ulaganja u informacionu infrastrukturu konkurentnost zemalja i regiona iz okruženja mala usmerenost na ino-tržišni segment</p> <p>neplansko sprovođenje koncepta održivog razvoja neefikasna zaštita prostora nerazvijena saradnja između različitih aktera turističkog sektora neizgrađena svest o Banji kao vodećem centru neplanske i nekoordinirane aktivnosti relevantnih turističkih i nosioca komplementarnih aktivnosti</p>

Izvor: Program razvoja opštine Vrnjačka Banja 2005-2015, Republički zavod za razvoj, Beograd.

Tako da jedan od prioriteta jeste promocija razvoja turizma u Vrnjačkoj Banji zasnovanog na konceptu održivosti a u skladu sa međunarodnim standardima kvaliteta.

Na osnovu preseka stanja, što je bila osnova za definisanje «lične karte» Vrnjačke Banje kroz primenu SWOT analize, zaključak je da atraktivnost predstavlja važan faktor od koga zavisi uspeh jedne destinacije. Razvoj atraktivnosti podrazumeva primenu marketing tehnike i metoda što je uslov

uspeha destinacije kao turističkog proizvoda. Uzimajući u obzir turističke potencijale i osnovne tendencije u međunarodnim turističkim tokovima, Vrnjačka Banja ima sve preduoslove za dalji razvoj sledećih vidova turizma:

- zdravstveno-rekreativni,
- lovni,
- tranzitni,
- turizam na vodama (sportsko-rekreativni),
- kongresno-kulturno-manifestacioni,
- ruralni (etno-eko),
- izletničko-boravišni turizam.

Da bi se podstakla nova preduzetnička inicijativa na polju turizma u lokalnoj zajednici, neophodno je definisati strategiju budućeg razvoja i stvoriti povoljne uslove za rad individualnih preduzetnika. Balans u oceni međusobnog uticaja između turista i okruženja mora da uzme u obzir efekte i koristi interesa turista u formi prihoda koji se ostvaruje i izdataka za zaštitu i unapređenje turističkih područja (atraktivnosti).

- Uspešan marketig atraktivnosti biće onaj koji će:
- koncentrisati pažnju na određene tržišne mete,
- diferencirati proizvod i usluge,
- primeniti konzistentno strateško planiranje,
- permanentno istraživati tržište i prirodu zahteva i potreba turista,
- biti fleksibilno organizovan i uvažavati viziju.

Specifični ciljevi:

- razvoj turizma kao industrijske grane;
- uključivanje turističkog potencijala opštine u promociju šire regije kao jedinstvene turističke celine;
- unapređenje kvaliteta usluga u skladu sa međunarodnim standardima.

Indikatori:

- godišnji porast ukupnog broja turista i njihova struktura;
- devizni priliv;
- učešća dohotka od turizma sa 20% u dohotku opštine;
- broj novostvorenih radnih mesta u sektoru turizma;
- broj novih turističkih atrakcija;
- visina investicija u razvoj smeštajnih kapaciteta;

- broj uređenih staza;
- procena povećanja broja stranih posetilaca i noćenja;
- procena povećanja prosečnog zadržavanja i prosečne potrošnje turista.

Možemo zaključiti da se sa povećanjem turističkog prometa u banjama povećava ugroženost prostora. Reč je o većim potrebama čiste vode i većoj produkciji otpadnih voda iz turističko-ugostiteljskih objekata i medicinskih ustanova. Javlja se potreba širih saobraćajnih i parking prostora često na račun zelenih površina. Zato je jako bitna primena postulata načela aktivne zaštite, naročito o vodi koja je jako bitna jer se banjski turizam i zasniva na obimnom i raznovrsnom korišćenju obične, mineralne, termomineralne i radioaktivne vode. Veliki problem predstavlja sve raširenija i nesagledivo štetna pojava privatizacije prostora koja u nekim banjama predstavlja smetnju planinskom razvoju.

Najviši stepen komplementarnosti i najviše društvenog opravdanja ima ona zaštita prirode koja prethodi razvoju turizma, privrede i dr., a ne ona koja to sve posledično prati.

6. ZAKLJUČAK

Analizirajući pitanje razvoja banjskog turizma Srbije može se zaključiti da u Srbiji postoji potencijal za ovakav vid turizma. Taj potencijal u davnoj prošlosti prepoznali su Rimljani, a tradicija organizovanog banjskog turizma započinje tridesetih godina XIX veka. Od tada banje Srbije beleže ogroman broj posetilaca koji je stagnirao jedino kada je zemlja bila u ratovima. Do sada je banjski turizam bio okrenut uglavnom domaćim turistima. Broj inostranih turista se može izraziti u jako malim procentima. Međutim, obzirom da je Srbija odlučila da turizam bude jedan od prioriteta njenog budućeg razvoja nadamo se da će se to odraziti na njenom deviznom prilivu.

Banjski proizvod Srbije se zasniva u najvećoj meri na očuvanim prirodnim resursima kojima zemlja obiluje i to joj daje šansu da međunarodnom tržištu ponudi atraktivni turistički proizvod. Za ovo je jako bitan nastup na međunarodnim sajmovima, promocija putem inostranih tuoperatora, nastup na specijalizovanim sajmovima i sl. Međutim, pre svega ovoga potrebno je staromodan imidž zameniti novim i u skladu sa tim banjske posetioce tretirati više kao goste nego kao pacijente. Treba udovoljiti potrebama za novim programima i očekivanjima gostiju, npr. kombinovati tradicionalne tretmane sa wellnessom, obogatiti ponudu kulturnih sadržaja i sl.

Za održivi razvoj banjskog turizma značajna je uloga države, odnosno određenih zakonskih rešenja koja mogu pozitivno uticati na rešenje određenih problema. Pored toga, upravljanje ljudskim resursima, odnosno edukacija zaposlenih u velikoj meri može doprineti razvoju banjskog turizma.

LITERATURA

1. Bakić, O., Unković, S., Čačić, K (2001) *Savremena kretanja na turističkom tržištu*, Ekonomski fakultet, Beograd.
2. Buhalis, D., costa C., (2006) *Tourisam management dynamics: trends, management and tools*, Elsevier.
3. Vlahović, P. (1966) *Kraljevo i okolina*, Književne novine, Beograd.
4. Jevtić, M., Rosić, I., Jovašević, Lj., Veljković, M. (2005) *Balneoklimatologija za ekonomiste*, Komino Trade, Kraljevo.
5. Milenković, S. (2006) *Međusobni odnosi turizma i životne sredine*, Ekonomski fakultet, Kragujevac.
6. Stanković, S. (2002) *Turizam Srbije*, Srpsko geografsko društvo, Beograd.
7. Statistički godišnjaci Srbije.
8. Horwat Consulting Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, *Strategija razvoja turizma Republike Srbije*, 2005.
9. Program razvoja opštine Vrnjačka Banja 2005-2015, Republički zavod za razvoj, Beograd.
10. www.cenort.org.yu
11. www.merrsr.gov.yu
12. www.serbia-tourism.org
13. www.udruzenjebanja.co.yu
14. www.pregled-rs.com
15. www.statserb.sr.gov.yu
16. www.ecoserb.sr.gov.yu
17. www.odrzivi-razvoj.sr.gov.yu