

SECOND INTERNATIONAL THEMATIC MONOGRAPH
– THEMATIC PROCEEDINGS –

***MODERN MANAGEMENT TOOLS AND
ECONOMY OF TOURISM SECTOR
IN PRESENT ERA***

BELGRADE, 2017

Second International Thematic Monograph – Thematic Proceedings
Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era

Editorial Board:

1. dr Snežana Štetić, full time professor, The College of Tourism, Belgrade, Serbia – *Editor-in-Chief*
2. dr Dobrica Jovičić, full time professor, Faculty of Geography, Institute of Tourismology, Belgrade, Serbia
3. dr Snežana Besermenji, full time professor, Faculty of Sciences Novi Sad, Department of Geography, Tourism and Hotel Management, Serbia
4. dr Ivo Županović, full time professor, Faculty of Business and Tourism Budva, Montenegro
5. dr Tatjana Pivac, associate professor, Faculty of Sciences Novi Sad, Department of Geography, Tourism and Hotel Management, Serbia
6. dr Darko Lacmanović, full time professor, Faculty of Tourism Bar, Mediterranean University, Podgorica, Montenegro
7. dr Mladen Knežević, associate professor, Faculty of Tourism, University of Maribor, Slovenia
8. dr sc Elvis Mujačević, associate professor, Faculty of Tourism and Hospitality Management Opatija, Croatia
9. dr Zoran Todorović, professor, Montenegro Business School, Montenegro Tourism School, Mediterranean University, Montenegro
10. dr Elizabeta Mitreva, associate professor, Faculty of Tourism and Business Logistics, University Goce Delcev, Stip, Macedonia
11. dr Vuk Bevanda, associate professor, Faculty of Business Studies, University John Naisbitt, Belgrade, Serbia
12. dr Jasmina Gržinić, associate professor, Faculty of Economics and Tourism "Dr. Mijo Mirkovic", Pula, Croatia
13. dr Tatjana Boshkov, associate professor, Faculty of Tourism and Business Logistics, University Goce Delcev, Stip, Macedonia
14. dr Irina Petrovska, associate professor, Faculty of Tourism and Hospitality, Ohrid, Macedonia
15. dr Kristina Košić, associate professor, Faculty of Sciences Novi Sad, Department of Geography, Tourism and Hotel Management, Serbia
16. dr Silvana Đurašević, associate professor, dean, Faculty of Tourism Bar, Mediterranean University, Podgorica, Montenegro
17. dr Tatjana Dimoska, associate professor, Faculty of Tourism and Hospitality, Ohrid, Macedonia
18. dr Anton Vorina, senior lecturer, School of Sustainable Tourism ERUDIO, Ljubljana, Slovenia
19. dr Aljoša Vitasović, assistant professor, Faculty of Economics and Tourism "Dr. Mijo Mirkovic", Pula, Croatia
20. dr Ana Tripković-Marković, assistant professor, Faculty of Business and Tourism, Budva, Montenegro
21. dr Ivona Jovanović, assistant professor, Faculty of Tourism and Hotel Management Kotor, Montenegro
22. dr sc. Iva Svilar, assistant professor, Faculty of Economics and Tourism "Dr. Mijo Mirkovic", Pula, Croatia

Published by:

Association of Economists and Managers of the Balkans in cooperation with the Faculty of Tourism and Hospitality, Ohrid, Macedonia
Belgrade, 2017

ISBN 978-86-80194-10-3

CIP - Каталогизација у публикацији -
Народна библиотека Србије, Београд

338.48(082)
005(082)

MODERN Management Tools and Economy of
Tourism Sector in Present Era : Second international
thematic monograph : thematic proceedings. –
Belgrade: Association of Economists and Managers
of the Balkans ; Ohrid : Faculty of Tourism and
Hospitality, 2018 (Belgrade : All in one print
center). - XVI, 658 str. : graf. prikazi, tabele ; 30 cm

Tiraž 80. - Napomene i bibliografske reference uz
tekst. - Bibliografija uz svaki rad. - Rezimeji na srp. i
eng. jeziku. - Registar.

ISBN 978-86-80194-10-3 (AEMB)

a) Туризам - Зборници b) Менаџмент - Зборници
COBISS.SR-ID 258245644

CONTENTS

TURISTIČKA VALORIZACIJA NEPOKRETNIH KULTURNIH DOBARA OD IZUZETNOG ZNAČAJA U ĐERDAPSKOJ KLISURI.....	2
<i>Dobрила Lukić</i>	
STANJE I PERSPEKTIVE RAZVOJA TURIZMA VRNJAČKE BANJE	18
<i>Milena Podovac</i>	
RAZVOJ BANJSKOG TURIZMA U SRBIJI SA MOGUĆNOŠĆU UNAPREĐENJA.....	31
<i>Marko Pavlović</i>	
<i>Radica Bojičić</i>	
MANAGEMENT AND TECHNIQUES FOR DEVELOPMENT OF SERBIAN SPAS - CASE STUDY OF GAMZIGRAD SPA	57
<i>Biljana Ilić</i>	
<i>Violeta Jovanović</i>	
ANALIZA STANJA TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI SA OSVRTOM NA TURIZAM NIŠA.....	70
<i>Silvana Ilić</i>	
<i>Milica Paunović</i>	
<i>Miloš Randelović</i>	
НАСЛЕДИЕ ПЕТРА ВЕЛИКОГО В КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИХ ОБЪЕКТАХ ВОРОНЕЖСКОГО КРАЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ ТУРИСТСКОГО РЕГИОНА	86
<i>Николай Корнюшин</i>	
<i>Сергей Шахов</i>	
<i>Ирина Глотова</i>	
TOURISM POTENCIAL IN THE LOWER HIMALAYAS: A CASE STUDY	104
<i>Anton Vorina</i>	
<i>Ajay Kumar</i>	
<i>Zeba Zarin Ansari</i>	
THE INFLUENCE OF HUMAN CAPITAL ON THE COPMETITIVENESS OF HOTELS IN SERBIA	115
<i>Marko Slavković</i>	
<i>Jasmina Ognjanović</i>	

STANJE I PERSPEKTIVE RAZVOJA TURIZMA VRNJAČKE BANJE

STATE AND PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT OF TOURISM OF
VRNJAČKA BANJAMilena Podovac²

Sadržaj: Na mapi domaćeg turizma, Vrnjačka Banja je vrlo posećena i na turističkom tržištu prepoznatljiva destinacija. Razvoj turizma, koji traje skoro 150 godina, ostvaren je zahvaljujući bogatstvu lekovitih mineralnih voda, koje izviru u prirodno očuvanom ambijentu, povoljnom geografskom položaju kao i razgranatoj turističkoj ponudi, koja uključuje spa&wellness sadržaje, manifestacije, kulturno-istorijsko nasleđe, uslove za aktivan odmor i dr. Predmet istraživanja u ovom radu je Vrnjačka Banja i postojeće stanje dostignutog razvoja turizma kroz analizu njenih turističkih resursa. Cilj rada je ukazivanje na dalje pravce razvoja turizma u cilju uspostavljanja realne osnove za dugoročno konkurentan razvoj Vrnjačke Banje kao turističke destinacije.

Ključne reči: Vrnjačka Banja, turizam, turistička destinacija.

Abstract: On the map of domestic tourism, Vrnjačka Banja is a very visited and a recognizable destination on the touristic market. The development of tourism, which has been lasting for approximately 150 years now, is achieved due to the richness of healing mineral waters, which spring in a naturally preserved environment, excellent geographical position and also splendid tourism offer, which includes spa&wellness facilities, manifestations, cultural and historical heritage, conditions for an active vacation etc. The subject of research in this paper is Vrnjaska Banja and the current state of achieved tourism development through the analysis of its tourist resources. The aim of the paper is to point to further directions of tourism development in order to establish a real basis for long-term competitive development of Vrnjačka Banja as a tourist destination.

Key words: Vrnjačka Banja, tourism, tourist destination.

1. UVOD

Vrnjačka Banja beleži dugu tradiciju razvoja organizovanog turizma. Nekadašnje mesto okupljanja srpske aristokratije, danas predstavlja najpoznatije banjsko lečilište na ovim prostorima. Vrnjačka Banja je jedna od vodećih banjskih destinacija Republike Srbije zahvaljujući lekovitom faktoru, odnosno mineralnim vodama i njihovim blagodatima u lečenju velikog broja oboljenja, očuvanom ekološkom okruženju, bogatoj kulturnoj baštini ali i velikom broju namenski izgrađenih turističkih atrakcija.

Na domaćem turističkom tržištu, Vrnjačka Banja iz godine u godinu beleži rast broja turista. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku [1], banjska mesta, po broju turista, nalaze se iza administrativnih centara kao što su Beograd i Novi Sad. U banjskim mestima Srbije,

² Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Vojvođanska 5A, Vrnjačka Banja 36-210, Srbija

tokom 2016. godine, boravilo je 477.102 turista pri čemu je ostvaren rast od 12 % u odnosu na 2015. godinu. Vrnjačka Banja je, prema kvantitativnim pokazateljima, najposećenija banja u Republici Srbiji. Tokom 2016. godine, u Vrnjačkoj Banji je boravilo 202.820 turista, od kojih 163.997 domaćih turista. Prema broju noćenja domaćih turista, nalazi se na prvom mestu ispred administrativnih centara i planinskih mesta. Imajući u vidu dominantno učešće domaćih turista u ukupnom turističkom prometu, Vrnjačka Banja nije dovoljno zastupljena na međunarodnom turističkom tržištu. Učešće inostranih gostiju u ukupnom turističkom prometu je značajno manje zbog činjenice da turistički proizvod Vrnjačke Banje nije atraktivan za inostrane turiste, koji u jednoj destinaciji očekuju kompletan i visokokvalitetan doživljaj, što ukazuje na neusaglašenost turističke ponude sa savremenim tendencijama na turističkom tržištu.

Glavni problem je u tome što se Banja oslanja na domaće turističko tržište, odnosno na turiste čije potrebe može u celosti da zadovolji. Međutim, domaći turisti uglavnom dolaze na lečenje, koje finansira država ili su to jednodnevni posetioci, koji dolaze da prisustvuju nekoj od manifestacija. Gosti takvog profila stvaraju znatno veće troškove u odnosu na koristi za Vrnjačku Banju kao turističku destinaciju. Zastareo način razmišljanja doprineo je da se Vrnjačka Banja udalji od ideje strateškog pozicioniranja na međunarodnom turističkom tržištu i privuče visokoplatežnu tražnju. U razvoju dugoročno konkurentne destinacije nikako se ne sme zanemariti značaj međunarodnog turizma, koji beleži brži rast od domaćeg turizma. Potencijal međunarodnog turističkog tržišta u pogledu obima, strukture, motiva i finansijskog potencijala turističke tražnje je impozantnih razmera.

2. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA TURISTIČKE PONUDE VRNJAČKE BANJE

Vrnjačka Banja je najveće i najpoznatije banjsko lečilište u Republici Srbiji. Nalazi se u centralnom delu Srbije, na udaljenosti od oko 200 km od Beograda, što ukazuje na to da ima povoljan geografski položaj [2]. Opština Vrnjačka Banja obuhvata ukupno 14 naselja na prostoru od oko 240km². Demografski posmatrano, na njenoj teritoriji živi 27.332 stanovnika, a u samoj opštini oko 16.000 stanovnika. Zajedno sa opštinama Kraljevo, Sjenica, Tutin i Novi Pazar, Vrnjačka Banja teritorijalno pripada Raškom okrugu čiji je administrativni i politički centar Kraljevo [3].

Lekovitost Vrnjačke Banje poznata je još od perioda vladavine Rimljana, koji su njene izvore mineralnih voda koristili 300 godina. Ekspanziju u turističkom smislu doživljava nakon 1860. godine zahvaljujući formiranju odbora za uređenje Banje. Prva zvanična turistička sezona otvorena je 1870. godine, dok je 1924. godine proglašena za prirodno lečilište prvog reda [3]. U početnoj fazi razvoja turizma Vrnjačke Banje, fokus je bio na gostima, koji su dolazili zbog lečenja te su stoga lokalne vlasti inicirale kaptažu mineralnih izvora i upotpunjavanje smeštajne ponude u vidu vila i stacionara. Vremenom je Vrnjačka Banja prepoznata ne samo kao banjsko lečilište već i kao potencijalno atraktivna destinacija za turiste, čiji motiv putovanja nije lečilišnog karaktera. Ova tendencija ostvarena je usled kontinuiranog inoviranja turističke ponude ne samo podizanjem kvaliteta smeštaja, zdravstvenih i spa&wellness usluga već i afirmacijom drugih elemenata ponude kao što su kultura, gastronomija, uslovi za aktivni odmor i rekreaciju, tradicija, manifestacije i dr.

2.1. Prirodni resursi

Postojanje adekvatnih prirodnih uslova, u velikoj meri, predodređuje razvoj određenog mesta i njegovu evoluciju u atraktivnu turističku destinaciju. Očuvani prirodni ambijent uz odgovarajuće klimatske, hidrografske i reljefne karakteristike su značajni elementi razvoja

turizma Vrnjačke Banje. Vrnjačka Banja je smeštena u dolini Zapadne Morave, dok je okružuju planine Goč, obronci Gledićkih planina, Kopaonika, Željina i Stolova (1.376 m) [3]. Reljef je mešovito ravničarskog i brdsko-planinskog karaktera. Prosečna nadmorska visina na teritoriji opštine Vrnjačka Banja iznosi 230 m [4]. Reljef terena u kome je smeštena je blago zatalasan, a najniža tačka se nalazi u severoistočnom delu terena i iznosi 180 metara, dok su najviše tačke terena smeštene u užoj zoni banje. Najviši tereni su predstavljeni Krstovim brdom sa nadmorskom visinom od 430 metara i Orlovcem sa 401 metrom n.v. [5]. Što se tiče geoloških karakteristika banjskog područja, najintenzivnija istraživanja hidroloških pojava mineralnih voda i sastava terena vršena su od 1970. do 1998. godine. Šire područje Vrnjačke Banje čine tvorevine paleozoika, mezozoika i kenozoika [6].

Klimatske odlike su jedan od značajnih faktora prirodnog karaktera, koje motivišu turiste da posete i borave u Vrnjačkoj Banji. Klima je umereno-kontinentalna sa umereno toplim letima i umereno hladnim zimama. Na lokalnu mikroklimatsku izmenjenost utiče južno planinsko okruženje pod bujnom šumskom vegetacijom i gusta vegetacija parkova i zaštitnih šuma u samoj Banji. Srednja godišnja temperatura iznosi 10,6°C [7]. Vrnjačka Banja je bogata vodnim resursima, koji se koriste za potrebe lokalnog stanovništva, navodnjavanje ali i za razvoj zdravstvenog turizma jer su opštepoznata svojstva mineralnih voda na ovom području. Hidrografska mreža je izuzetno razvijena. Najveća reka je Zapadna Morava, čija dužina iznosi 295 km. Kroz Banju protiče u dužini od 20 km. Od vodoprivrednih objekata najznačajnije su akumulacije i brana *Selište* na Goču, sistem odvodnih kanala za sprečavanje plavljenja poljoprivrednih površina u naseljima duž Zapadne Morave i Popinske reke, delimična regulacija korita Vrnjačke i Lipovačke reke [6].

Zahvaljujući delotvornosti mineralnih voda u lečenju brojnih oboljenja, Vrnjačka Banja je stekla epitet vodećeg zdravstvenog centra Srbije. Kaptaža mineralnih izvora izvršena je između 1932-1934. godine u zoni Rimskog izvora. Za lečenje i sprovođenje terapija koristi se šest izvora mineralne vode: Topla voda, Snežnik, Slatina, Jezero, Beli izvor i Borjak [3]. Izvori su vulkanskog porekla i imaju gotovo identičan sastav u različitim odnosima. Izvor Topla voda spade u red kiselo vruće vode, dok su ostale hladne različitih temperatura [8]. Povoljne klimatske prilike, bujna vegetacija i šumovitost banjskog područja obezbeđuju povoljne uslove za život različitih životinjskih vrsta, na prvom mestu divljači: zaštićene vrste divljači, trajno zaštićene vrste i divljač, koja nije pod zaštitom [6].

Vrnjačka Banja spada u red opština bogate šumom, koje zauzimaju površinu od 12.199 ha (51,1% ukupne teritorije). U prilog tome govori činjenica da je pošumljenost od 27,5% iznad republičkog proseka [9]. Pored izrazite pošumljenosti, Vrnjačka Banja poseduje veliki broj zelenih površina u vidu parkova, koji su jedinstveni po svom arhitektonskom uređenju i usklađenosti sa kulturnom baštinom. Parkovi su smešteni u centralnom delu Banje i zauzimaju prostor od 27 ha. [6]. Posebnu draž Banji daje prirodno okruženje, koje je upotpunjeno elementima kulturne baštine.

Prirodni resursi Vrnjačke Banje predstavljaju osnovu njene turističke ponude. Prevažodno zbog lekovitosti mineralnih izvora i njene lociranosti u prirodnom ambijentu povoljnih klimatskih predispozicija, ovo banjsko lečilište ima povoljna dejstva u lečenju različitih oboljenja. Sa druge strane, adekvatni prirodni uslovi doprineli su razvoju rekreativnih aktivnosti za turiste, koji dolaze u banju zbog boravka u prirodi. Atraktivnost destinacije i njeno okruženje, pod pretpostavkom da je očuvano i ekološki čisto, su nosioci integralnog turističkog proizvoda. U uslovima rastućih zahteva sofisticirane turističke tražnje, najcenjenija *roba* na turističkom tržištu je atraktivan i očuvan prirodni prostor. Uzimajući u obzir atraktivnost

prostora Vrnjačke Banje, dalji razvoj turizma mora biti zasnovan na principima održivog razvoja uz optimalan balans blagostanja lokalne zajednice i ekonomske koristi.

2.2. Antropogeni resursi

Vrnjačka Banja raspolaže bogatim kulturno-istorijskim nasleđem, koje svedoči o postojanju banjskog lečilišta i pre nego što se prvi put pominje u zvaničnim dokumentima. Najbrojniji arheološki nalazi datiraju iz Rimskog perioda [10]. Presudnu ulogu za nastanak rimske banje na toplom mineralnom vrelu u Vrnjcima imale su vojne posade obližnjih kastruma, u Gračacu i Stražbi. Rimljani su mineralnu vodu koristili 300 godina pod nazivom *Aqvae Orcinae*. Usled burnih istorijskih promena, ratova i podele Rimskog carstva, mineralni izvori su zapušteni, prekriveni rečnim nanosom i zaboravom punih XV veka [4].

Značajan korak u razvoju današnje Vrnjačke Banje učinio je Pavle Mutavdžić, kruševački načelnik, koji je 1886. godine formirao *Osnovatelno fundatorsko društvo kiselo-vruće vode*. Osnivanjem ovog društva započeta je nova etapa razvoja Vrnjačke Banje na temeljima bogate istorije i tradicije ovdašnje teritorije, na kojoj su se ukrštale različite kulture. Istorijski značajan trenutak odigrao se 1924. godine, kada je prilikom kaptaže izvora termomineralne vode kada je pronađeno više novčića sa likovima rimskih imperatora[6].

Graditeljski razvoj Vrnjačke Banje vezuje se za poslednju deceniju XIX i prve decenije XX veka, kao period kada se formira karakteristično jezgro različitih graditeljskih stilova [11]. Autentičnost starih vila, koje su intenzivnije građene nakon 1868. godine, a zadržale su se do danas, predstavlja jedan od nedovoljno iskorišćenih potencijala za obogaćivanje turističke ponude. Prema podacima Instituta za arhitekturu i urbanizam Srbije [12], čak 80 vila je pod posebnom zaštitom i merama uređenja. Međutim, stare vile nisu u dovoljnoj meri uključene u postojeću turističku ponudu iako postoji mogućnost za njihovu komercijalizaciju u cilju kreiranja novih aktivnosti za turiste, koji dolaze u Banju [13].

Jedan od najznačajnijih objekata je Zamak Belimarković, koji je izgrađen u periodu između 1882. i 1887.god prema izgledu poljskih vila severne Italije. Izgrađen je za generala Jovana Belimarkovića, koji je bio ministar i namesnik kralja Aleksandra Obrenovića. Za gradnju je korišćen beli mermer iz Belimarkovićevog majdana pod planinom Goč. Dvorac je proglašen kulturnim dobrom od velikog značaja [14]. Danas se u njemu nalazi Zavičajni muzej, u kome su smeštene stalne postavke arheoloških građa, umetnička dela i koji je mesto održavanja književnih večeri, koncerata, izložbi i dr.

Vrnjačka Banja poseduje nepokretna kulturna dobra, koja se nalaze pod zaštitom, a to su [9]:

- Crkveno brdo, prostorno kulturno-istorijska celina od velikog značaja - Odluka SO Vrnjačke Banje br. 350-317/85-01 o proglašenju Čajkinog brda u Vrnjačkoj Banji za kulturno dobro - prostorno kulturno - istorijsku celinu; Odluka utvrđivanju nepokretnih kulturnih dobara od velikog značaja (Sl. gl. SRS, br.47/83).
- Belimarkovića dvorac, spomenik kulture od velikog značaja - Rešenje br. 72 iz 1970. godine Zavoda za zaštitu kulture Kraljevo da zgrada Belimarkovićev dvorac ima svojstvo spomenika kulture, te se kao takva stavlja pod zaštitu; Odluka o utvrđivanju nepokretnih kulturnih dobara od velikog značaja (Sl.gl.SRS, br. 28/83).
- Kapela Belimarković, spomenik kulture -Odluka o utvrđivanju Kapele Belimarković u Vrnjačkoj Banji za spomenik kulture (Službeni glasnik RS, br. 04/09).
- Crkva Svetog Save u Gračacu, spomenik kulture.

Najznačajniji sakralni objekat, podignut na teritoriji Vrnjačke Banje je Hram rođenja Presvete Bogorodice, koji se nalazi na Čajkinom brdu kao i manji broj crkvi u selima, koje su izgrađene tokom poslednje decenije XIX i prve decenije XX veka [11]. Spomen obeležja su karakteristična za jezgro banjske opštine. Najzastupljeniji su spomenici, spomen česme, spomen ploče, spomen biste i dr. [15]. Od osnivanja, Vrnjačka Banja je poznata po karnevalima, zabavama, balovima i sl. Svake godine se održi veliki broj manifestacija, koje privlače domaće i inostrane goste. Jedna od najznačajnijih kulturnih manifestacija u Srbiji pod nazivom Vrnjačke kulturne svečanosti traje 100 letnjih dana a čini je vrhunski program iz oblasti književnosti, pozorišnog, filmskog, televizijskog i muzičkog stvaralaštva i likovne delatnosti, izdavaštva i muzeologije. Vrnjačke kulturne svečanosti obuhvataju: Međunarodni festival klasične muzike; Književno leto; Pozorišne dane srpskog teatra, Festival likovnog stvaralaštva; Festival filmskog scenarija i dr. [16].

Okolina Vrnjačke Banje je poznata po brojnim i za srpsku istoriju značajnim kulturnim spomenicima posebno u dolini Ibra i na teritoriji Rasinskog okruga. U najreprezentativnije spomenike doline reke Ibar svrstani su: manastiri Žiča, Studenica, Gradac, Petrova crkva, Sopoćani, ostaci Đurđevih stupova, ostaci srednjovekovnih gradova Ras i Maglič, dok su značajni spomenici potkosovske Srbije: srednjovekovni grad Koznik, manastiri Naupara, Lazarica, Veluće, Rudenica, Kalenić, Ljubostinja, kao i ostaci srednjovekovnih gradova kneza Lazara Hrebeljanovića i Jerinin grad [6].

Vrnjačka Banja poseduje kulturno-istorijsko nasleđe, koje čine veliki broj spomen obeležja, kulturne manifestacije, crkve i manastiri, bogata tradicija, folklor, gastronomija i dr. Razvoj ponude kulturnog turizma mogao bi da doprinese afirmaciji Vrnjačke Banje kao destinacije, koja neguje svoju kulturu i tradiciju i nastoji istu da približi turistima. Vrnjačka Banja može znatno unaprediti svoju postojeću turističku ponudu intenzivnijem angažovanjem na kreiranju jedinstvenog proizvoda kulturnog turizma. U tom pravcu, ključni faktor uspeha biće saradnja destinacijskog menadžmenta i institucija kulture. Dugoročno održiv razvoj turizma, koji bi bio baziran na tradicionalnim kulturnim vrednostima i manifestacionom sadržaju, može znatno unaprediti postojeću ponudu Vrnjačke Banje kao turističke destinacije.

2.3. Infrastruktura

Infrastrukturalna opremljenost Vrnjačke Banje predstavlja limitirajući faktor razvoja turističke privrede. Pored visokokvalitetnih i raznovrsnih prirodnih i antropogenih resursa, za formiranje celovitog turističkog proizvoda neophodno je obezbediti adekvatnu infrastrukturu u pogledu kvaliteta putne mreže, komunalnih i vodovodnih objekata. Na teritoriji opštine Vrnjačka Banja dominantan vid saobraćaja je drumski saobraćaj. Vrnjačka Banja je pokrivena mrežom puteva, čiju strukturu čine: deo magistralnog puta M-5, regionalni putevi (R-222, R-224 i R-225) i lokalni putevi. Dužina puteva opštine iznosi 284 km, pri čemu je 63 % putne mreže sa kolovozom, što je na nivou republičkog proseka. Ako se uzme u obzir udeo regionalnih i lokalnih puteva sa savremenim kolovozom u ukupnoj dužini regionalnih i lokalnih puteva, nivo opštine je za 4,7% iznad proseka Srbije [6]. I pored dobre saobraćajne infrastrukture, Vrnjačka Banja je suočena sa problemom lošeg stanja i realizacije prevoza lokalnog stanovništva i turista. Ovaj problem posebno utiče na imidž Banje u svesti turista.

Preko teritorije opštine prolazi jednokolosečna železnička pruga Stalać-Kraljevo-Požega. Pruga se pruža poprečno, dužinom od 138,1 km između magistralnih puteva Beograd-Niš-Skoplje i Beograd-Požega-Bar [4]. Vrnjačka Banja je znatno udaljena od aerodroma "Nikola Tesla" u Beogradu i "Konstantin Veliki", što posebno utiče na dolazak satnih turista.

Iako je bogata vodnim resursima, Vrnjačka Banja već duži niz godina ima problem sa vodosnabdevanjem, posebno u letnjim mesecima. Opština Vrnjačka Banja je sastavni deo Ibarsko - Šumadijskog regionalnog sistema vodosnabdevanja. Ovaj sistem obuhvata slivove Ibra, srednjeg toka Zapadne Morave i veći deo Šumadije. Vodoprivredna osnova opštine Vrnjačka Banja podrazumeva tri varijante prikupljanja vode potrebne za potrošnju. Zahvatanje vode potrebne za vodovod se vrši preko postojećih kaptiranih Gočkih izvora, zahvatanjem vode iz rečnih tokova i iz bunara lociranih u aluvionu reke Zapadna Morava [9].

Problemi u pogledu kvaliteta puteva, blizine aerodroma i saobraćajne povezanosti Banje sa glavnim emitivnim tržištima nije na zavidnom nivou. Kvalitet saobraćajne mreže otežava putovanje turista do krajnje destinacije, dok sa druge strane, postoje i problemi unutar same destinacije kada je reč o nepostojanju velikog broja parking mesta i javne garaže, velike gužve u saobraćaju posebno tokom letnje sezone, signalizacije i kvaliteta lokalne putne mreže. Otežavajuća okolnost, kada je reč o inostranim turistima, jeste značajna udaljenost aerodroma, što uslovljava korišćenje više vrsta prevoza do Vrnjačke Banje. Otvaranje aerodroma *Morava* u Lađevcima, može biti inicijalni impuls u privlačenju velikog broja turista iz inostranstva i pozicioniranju Vrnjačke Banje na međunarodnom turističkom tržištu.

2.4. Materijalna osnova razvoja turizma

Pored prirodnih i antropogenih resursa, važan segment turističke ponude predstavljaju smeštajni i ugostiteljski objekti. Vrnjačka Banja spada u red turističkih destinacija Srbije, koja poseduje raznovrsnu strukturu i kvalitet smeštajnih kapaciteta. Primarni oblici smeštaja gostiju su hotelski, apartmanski i privatni smeštaj. Prema podacima lokalne turističke organizacije [2], Vrnjačka Banja raspolaže smeštajnim kapacitetima od preko 15.000 ležaja, od kojih se oko 4.500 nalazi u hotelima i drugim oblicima smeštaja, 850 ležaja u specijalnoj bolnici i oko 10.000 u domaćoj radinosti. Danas postoji veliki broj manjih hotela i konačišta, koji pružaju usluge smeštaja. Osim hotela, odmarališta i privatnog smeštaja, Vrnjačka Banja poseduje i jedan resort i garni hotel. To govori u prilog činjenici da Banja kao turistička destinacija nastoji da zadovolji raznovrsne potrebe gostiju kada je u pitanju smeštaj.

Konkurentnost Vrnjačke Banje zavisi od kontinuiranog unapređenja kvaliteta smeštajnih kapaciteta i njihovih usluga. Pored toga, kvalitet ljudskih resursa, koji rade u hotelima i drugim smeštajnim kapacitetima, može biti od presudnog značaja za pružanje kvalitetne usluge. Vrlo bitan segment jeste i eksterna i interna uređenost smeštajnih kapaciteta, koja mora biti usklađena sa banjskim ambijentom. I pored postojanja raznovrsne ponude smeštajnih kapaciteta, jedan od ključnih problema predstavlja nepostojanje jedinstvene evidencije privatnih stanodavaca a samim tim i jasne slike o broju i strukturi smeštaja u Vrnjačkoj Banji. Sa druge strane, veliki je broj privatnih stanodavaca, koji nisu registrovani za pružanje ove vrste usluga, što dalje negativno utiče na ostale subjekte, koji prižaju usluge smeštaja i prinos po osnovu boravišne takse.

Na području Vrnjačke Banje, u ugostiteljstvu posluje oko 90 privatnih ugostiteljskih radnji [4]. Razlog jeste taj što se u Banji dosta ulaže u stvaranje mogućnosti za kompletan doživljaj turista. Na samoj Promenadi nalazi se veliki broj kafića, kafe picerija i poslastičarnica, koji poseduju raznovrsnu ponudu hrane i pića. Vrnjačka Banja je poznata po gastronomskim specijalitetima kako domaće tako i internacionalne kuhinje. Kada je u pitanju noćni provod, u Vrnjačkoj Banji postoje klubovi, u kojima se mogu čuti raznovrsni žanrovi muzike i u kojima vrlo često gostuju poznati estradni umetnici i grupe. U Vrnjačkoj Banji postoji veliki broj turističkih agencija, koje pružaju usluge lokalnom stanovništvu u vidu organizacije putovanja, ali i gostima, koji

dolaze u Banju, u pogledu pronalaska adekvatnog smeštaja i organizacije dodatnih aktivnosti u vidu izleta i sl. Kao najpouzdanije i najefikasnije izdvajaju se: *Blu travel*, *Spa travel&service*, *Barcino Tours* i dr.

Manifestacioni sadržaj je jedan od glavnih razloga za boravak turista u Vrnjačkoj Banji. Veliki broj manifestacija održava se tokom letnje sezone, kada je i posećenost na visokom nivou. Pored kulturnih manifestacija, koje su pomenute u radu, značajne manifestacije po broju posetilaca su Međunarodni Vrnjački Karneval i festival muzike *Lovefest*, koji je vrlo posećen od strane mlađe turističke populacije. Za razvoj turizma je vrlo važno postojanje turističke organizacije, koja je glavni nosilac razvoja turizma u smislu kreiranja ponude, promotivnih aktivnosti kao i povezivanja ključnih stejkholdera. Upravljanje turističkim razvojem Vrnjačka Banja povereno je lokalnoj turističkoj organizaciji, koja se bavi: definisanjem programa razvoja turizma u saradnji sa lokalnom samoupravom, koordinacijom rada i saradnje nosilaca turističke ponude, promocijom Vrnjačke Banje na nacionalnom i međunarodnom nivou, organizacijom manifestacija, unapređivanjem kvaliteta turističke ponude i dr. TOVB je zaslužna za uspehe Vrnjačke Banje kako na nacionalnom nivou, tako i za predstavljanje na međunarodnim manifestacijama i sajmovima. Jedan od glavnih ciljeva TOVB je da izgradi jedinstven brend i da unapredi poziciju Vrnjačke Banje na međunarodnom turističkom tržištu kreiranjem efikasne promocije politike.

2.5. Kvantitativni pokazatelji razvijenosti turizma Vrnjačke Banje

Začetak razvoja organizovanog turizma vezuje se za 1868. godinu. Kao godina prve turističke sezone uzima se 1869.godina. Tadašnje modersko mesto, koje su posećivale aristokratske porodice, Vrnjačka Banja je, na prvom mestu, bila lečilište i mesto za odmor i relaksaciju. Najčešći motiv boravka je bio lečenje, a gosti su se zadržavali u banji i do 30 dana. Zvanična statistika o broju posetilaca se vodi od 1889. godine. Tokom prve turističke sezone, odnosno 1869. godine, Vrnjačku Banju je posetilo 583 posetioca, koji su ostvarili 16.140 dana boravka [6].

	<i>Ukupno</i>	<i>Indeks</i>	<i>Domaći</i>	<i>Indeks</i>	<i>Strani</i>	<i>Indeks</i>
Republika Srbija	2.753.591	113,0	1.472.165	112,8	1.281.426	113,2
Beograd	877.061	113,1	164.500	115,1	712.561	112,6
Novi Sad	158.510	113,5	58.670	110,0	99.840	115,6
Banjska mesta	477.102	111,6	391.085	112,2	86.017	109,0
Planinska mesta	522.424	117,1	425.793	116,1	96.631	121,8
Ostala turistička mesta	605.136	110,8	369.032	110,6	236.104	111,1

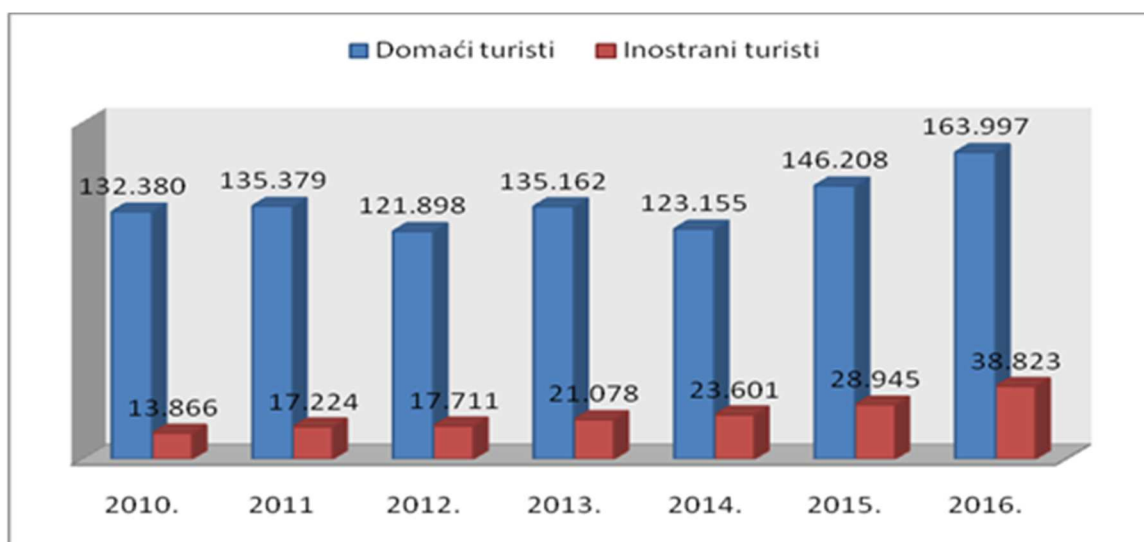
Tabela 1. Uporedna analiza turističkog prometa Republike Srbije prema vrsti turističkog mesta, 2016.

Izvor: Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija, Sektor za turizam, <http://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/>

Turizam Vrnjačke Banje posle 2000. godine karakteriše rastući broj posetilaca, koji ipak ne može da se meri sa rezultatima, koji su ostvareni tokom 1980-ih godina. Kontinuirano dolazi do pada prosečnog zadržavanja gostiju u Banji, koja je na početku 21. veka iznosila 5,5, a 2011.

god. samo 3,8 dana [6]. Razlog drastičnog pada prosečnog boravka proizilazi iz kvaliteta turističke ponude (nedostatak sadržaja za goste), ali iz karakteristika turističke tražnje (pad kupovne moći, nedostatak slobodnog vremena i sl.) Na razvoj turizma Vrnjačke Banje uticali su: ekonomski faktori (sankcije tokom 1990-ih godina i svetska ekonomska kriza nastala krajem 2007. i početkom 2008. godine sa tendencijom daljeg uticaja, pad obima investicionih ulaganja i dr.), politički (bombardovanje 1999. god., politička nestabilnost države i sl.); socio-kulturni (veće interesovanje domaće turističke tražnje za inostrane destinacije, pad životnog standarda).

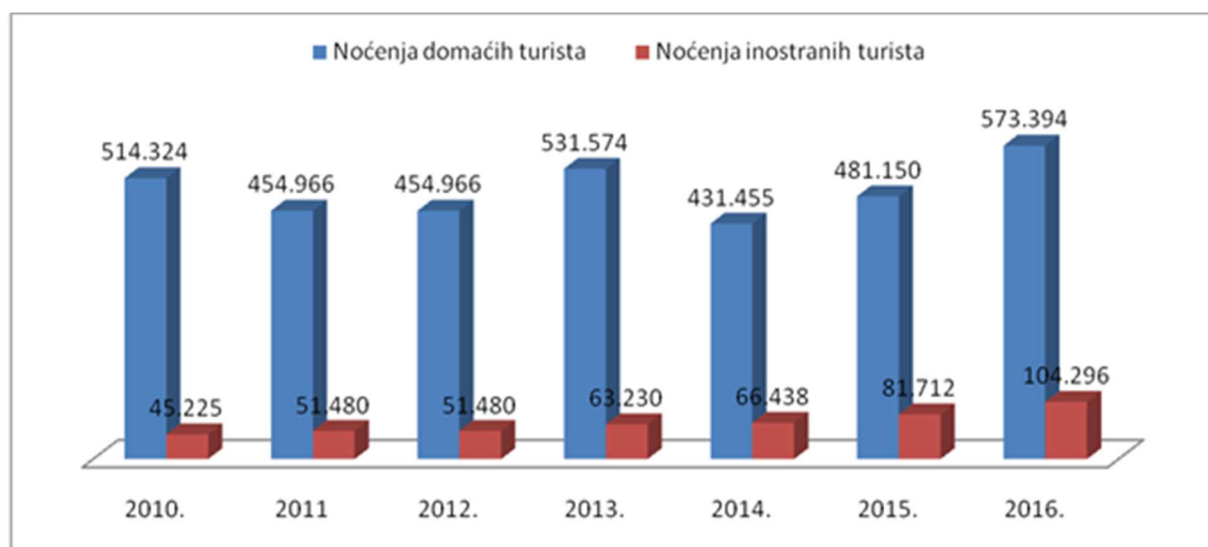
U tabeli 1., prikazan je turistički promet Republike Srbije tokom 2016. godine prema vrsti turističkog mesta. Republiku Srbiju je, u posmatranoj godini, posetilo 2.753.591 turista, pri čemu veće učešće u ukupnom turističkom prometu ostvaruju domaći u odnosu na strane turiste. Iza glavnih administrativnih centara, kao najposećenije destinacije nalaze se banjska mesta, koja turisti pretežno posećuju zbog lečenja i rehabilitacije. Razvoj banjskog turizma je tokom poslednjih decenija podignut na viši nivo u pogledu sadržaja i kvaliteta usluge. Međutim i pored kontinuiranog pomeranja granica u pogledu lečenja velikog broja oboljenja i unapređenja kvaliteta spa&wellness ponude, banje Srbije nisu još uvek u dovoljnoj meri prepoznatljive na međunarodnom turističkom tržištu, u prilog čemu govore i statistički podaci. Značajno manje učešće inostranih turista u ukupnom turističkom prometu banja posledica je neusaglašenosti ponude sa zahtevima turističke tražnje.



Grafikon 1. Prikaz turističkog prometa Vrnjačke Banje, 2010-2016. godina - dolasci

Izvor: RZS, <http://www.stat.gov.rs/WebSite/Default.aspx>

Grafikon br. 1 prikazuje turistički promet Vrnjačke Banje u periodu od 2010. do 2016. godine na osnovu kog zapažamo tendenciju rasta broja turista kao i izrazitu zastupljenost domaćih turista u ukupnom turističkom prometu. Postojećim turističkim proizvodom nije moguće zadovoljiti potrebe inostranih gostiju zbog: nedostatka sadržaja, kojim bi se obezbedila zabava i razonoda gostiju tokom celokupnog boravka, lošeg odnosa cena i kvaliteta usluge, neadekvatne promocijne politike i nepostojanja Vrnjačke Banje kao brenda na turističkom tržištu.



Grafikon 2. Prikaz turističkog prometa Vrnjačke Banje, 2010-2016. godina – noćenja

Izvor: RZS, <http://www.stat.gov.rs/WebSite/Default.aspx>

Posmatrajući odnos broja noćenja domaćih i inostranih gostiju, zapaža se takođe dominantno učešće domaćih turista u ukupnom broju noćenja. Iako rezultati odražavaju trenutno stanje lokalne turističke privrede, ne može se zanemariti napor nosilaca turističke ponude da se uvode novi sadržaji, kojim bi se u potpunosti zadovoljile potrebe turista. Posebna pažnja posvećena je sportsko-rekreativnom sadržaju i programu manifestacija, kako bi se obezbedili uslovi za zabavu, animaciju i rekreaciju.

Banja	Dolasci			Noćenja		
	Domaći turisti	Inostrani turisti	Ukupno	Domaći turisti	Inostrani turisti	Ukupno
Vrnjačka Banja	163.997	38.823	202.820	573.394	104.296	677.690
Sokobanja	42.725	3.193	45.918	212.213	70.11	219.224
Bukovička Banja	28.071	6.493	34.564	72.130	15.265	87.395
Banja Koviljača	17.191	5.835	23.026	114.584	32.442	147.026
Banja Palić	17.641	11.084	28.725	31.299	17.233	48.532
Banja Vrdnik	19.959	3.618	23.577	92.258	8.351	100.609

Tabela 2. Uporedna analiza turističkog prometa banja Srbije, 2016.

Izvor: RZS, <http://www.stat.gov.rs/WebSite/Default.aspx>

Na osnovu prikazanih podataka u tabeli 2., evidentno je da je Vrnjačka Banja najposećenija banja u Srbiji. Tokom 2016., godine u Vrnjačkoj Banji je boravilo 202.820 turista sa značajno većim učešćem domaćih turista u ukupnom turističkom prometu. Glavni konkurent kraljice kontinentalnog turizma je Sokobanja, koja joj je približna prema ostvarenim rezultatima. Zajednička karakteristika banja u Srbiji je oslanjanje na domaću turističku tražnju, koja u banje pretežno dolazi preko Fonda za zdravstveno osiguranje i troše znatno manje novčanih sredstava u odnosu na druge turiste. Veliki problem banja Srbije su i nerešena imovinsko-pravna pitanja zbog čega su mnoga banjiska lečilišta su bila ruinirana do neprepoznatljivosti. Danas kada ljudi

posvećuju veću pažnju svom zdravlju, takvi centri dobijaju na značaju. Podizanjem svesti o značaju banjskih lečilišta, preduzete su mere na nacionalnom nivou, da se isti urede, da se unapredi kvalitet infra i susprastrukture i obezbedi oprema i medicinsko osoblje za dijagnostiku i lečenje. Kvalitet proizvoda zdravstvenog turizma se mora kontinuirano inovirati uz ugledanje na iskustva i praksu okolnih zemlja, koji su uspešno razvili ponudu spa&wellness turizma. Kako bi opstale i unapredile kvalitet ponude savremenog zdravstvenog turizma, srpske banje poseduju alternativu u vidu formiranja klastera kako bi objedinile ponude, ostvarile intenzivniju i efektivniju promociju kampanju i kroz zajednički nastup na domaćem i međunarodnom tržištu ostvarile bolju konkurentsku poziciju.

2.6. Analiza ključnih turističkih proizvoda

Vrnjačka Banja poseduje raznovrsnu lepezu turističkih proizvoda, koji su zasnovani na kvalitetnim resursima i pružaju mogućnosti za zadovoljenje potreba različitih tržišnih segmenata. Ova destinacija nije orijentisana na konkretan proizvod, već predstavlja skup turističkih proizvoda, među kojima su: zdravstveni, spa&wellness, sportsko-rekreativni, manifestacioni, kongresni, kulturno-zabavni, izletnički, lovni i ribolovni i omladinski/đački.

Vrnjačka Banja je od nekadašnjeg tradicionalnog banjskog lečilišta postala destinacija savremenog zdravstvenog turizma, koji pored lečenja i rehabilitacije uključuje spa&wellness centre za opuštanje i relaksaciju. Glavni nosilac razvoja savremenog zdravstvenog turizma je Specijalna bolnica *Merkur*, koja je dobro pozicionirana na domaćem i međunarodnom tržištu. Za Vrnjačku Banju, spa&wellness turizam je segment, koji poseduje najviše mogućnosti za dugoročna investiciona ulaganja i diversifikaciju postojeće strukture turističkih proizvoda. Podlogu ovom obliku turizma na putu ka postizanju veće konkurentnosti daje činjenica da je sve veći broj turista orijentisan prema aktivnostima, koje doprinose boljem stanju tela i duha. Kvalitet proizvoda zdravstvenog turizma moguće je podići kroz kontinuirano usavršavanje medicinskih radnika, implementaciju savremenih metoda lečenja i opreme, kao i kreiranje optimalne kombinacije medicinskih tretmana i spa&wellness programa u cilju unapređenja zdravstvenog stanja turista.

Banja raspolaže izvanrednim potencijalom, kada je u pitanju sportsko-rekreativni sadržaj. Banja je vrlo često domaćin sportskim ekipama kada su u pitanju pripreme ali isto tako i domaćin takmičenja. Sportsko-rekreativni turizam je jedan od primarnih proizvoda Vrnjačke Banje zbog postojanja velikog broja sportskih kapaciteta, terena i objekata, koji pružaju mogućnost za sportske pripreme, organizaciju sportskih takmičenja i rekreaciju turista. Glavni lokaliteti su Sportski centar *Raj*, sportska hala *Vlade Divac*, sportsko-rekreativni kapaciteti hotela, otvoreni tereni za sportove, Olimpijski bazen i dr. Ako uzmemo u obzir da je Vrnjačka Banja domaćin sportistima i sportskim ekipama, daljim investiranjem u razvoj sportsko-rekreativnih kapaciteta, može se očekivati pozitivan rezultat u pogledu veće posećenosti i prihoda.

U razvoju M.I.C.E. industrije na domaćem tržištu, Vrnjačka Banja je poznata kao destinacija kongresnog turizma, koja na godišnjem nivou organizuje veliki broj skupova i seminara nacionalnog i međunarodnog karaktera iz različitih oblasti (privreda, obrazovanje, nauka, informatika, turizam itd.). Vrnjačka Banja je stekla status kongresnog centra tokom 1960-ih godina usled organizacije velikog broja konferencija, simpozijuma, savetovanja i dr. Intenzivniji razvoj poslovnog turizma ostvaren je tokom 1980-ih godina kada je izgrađen hotel *Zvezda*, koji je kongresni centar drugi po veličini, odmah iza beogradskog *Sava Centra* [17]. Kvalitet ponude poslovnog turizma moguće je unaprediti izgradnjom hotelskog objekta

namenjenog isključivo poslovnim turistima, osavremenjivanjem postojećih konferencijskih kapaciteta savremenom informacionom tehnologijom u cilju kvalitetnije organizacije poslovnih događaja i uključivanje proizvoda sportsko-rekreativnog, zdravstvenog, spa&wellness turizma u program boravka poslovnih ljudi na konferencijama, sastancima i sl.

Vrnjačka Banja je poznata kao organizator velikog broja manifestacija, pri čemu je prepoznatljiva po događajima, koji imaju dugu tradiciju i privlače domaće i inostrane posetioce (Međunarodni festival filmskog scenarija, Vrnjački karneval, Međunarodni festival klasične muzike, Književno leto, Pozorišni dani srpskog teatra, Festival likovnog stvaralaštva, Dani Danila Bate Stojković i dr.). Zahvaljujući bogatom kulturno-istorijskom nasleđu opštine i njene okoline, kulturni turizam je zastupljen i zasnovan na obilaženju lokaliteta kao što su tvrđave, manastiri, crkve, ostaci srednjovekovnih gradova, izložbama, koncertima i književnim večerima u *Zamku kulture*, nekadašnjem zamku generala Belimarkovića. Atraktivnost ovog oblika turizma moguće je podići kroz promociju Vrnjačke Banje kao destinacije bogate kulture i tradicije i destinacije, u kojoj turisti mogu istovremeno da se zabave i odmire. Spoj kulturnog turizma i manifestacija može biti promovisan kroz promotivne filmove lokaliteta kulturno-istorijskog nasleđa i najpoznatijih turističkih manifestacija.

Atraktivan prirodni ambijent Banje i njenog okruženja (planina Goč, Zapadna Morava) privlači veliki broj turista, ali i lokalno stanovništvo. Udaljen je od Vrnjačke Banje 15km sa najvišim vrhom Krnja jela (1.127 m.n.v.) [18]. Pored povoljnog geografskog položaja i planinske klime, Goč poseduje raznovrsnu floru i faunu. Područje opštine Vrnjačka Banja, pogotovu planina Goč, izuzetno je bogato biljnim svetom, aromatičnim i lekovitim biljem, kao i šumskim plodovima. Značajan hidrografski potencijal je veštačko jezero Selište [19]. Planina Goč predstavlja turistički *biser* Vrnjačke Banje, koji nije valorizovan i iskorišćen na pravi način za razvoj turizma. Poseduje mogućnosti i kapacitete za intenzivni razvoj, ne samo izletničkog već i seoskog turizma, zimskih sportova, omladinski/đački turizam i sl. Na planini postoje uslovi za intenzivniji razvoj sportsko rekreativnog (tokom zimske sezone), seoskog, izletničkog i dečjeg/omladinskog turizma. Stanovništvo planine Goč još uvek nije u dovoljnoj meri upoznato i ne poseduje razvijenu svest o značaju turizma za prosperitet planinsko-ruralnih područja. Sa druge strane, turisti nisu upoznati sa postojećom ponudom i mogućnostima za boravak na Goču. Početna pozicija u razvoju turizmu planine Goč zahteva investiciona ulaganja za obezbeđivanje turističke infra i suprastrukture kako bi se obezbedili uslovi za smeštaj, odmor i rekreaciju turista. Potencijali planine Goč se mogu iskoristiti za izgradnju i opremanje modernog ski-resorta imajući u vidu mogućnost za razvoj zimskih sportova po ugledu na Kopaonik, Zlatibor, Staru planinu i dr. U tom pravcu, na domaćem turističkom tržištu bi se pojavila nova i neistražena a za turiste atraktivna destinacija zimskih sportova. Razvoj turizma tokom letnje sezone bazirao bi se na aktiviranju ruralnih područja u kreiranju i promociji ponude seoskog turizma. Postoje mogućnosti za organizaciju gastronomskih manifestacija, sportskih takmičenja, rekreativnih nastava i dr. Mogućnosti za razvoj turizma na planini Goč ima dovoljno, a glavna prednost je to što je još uvek nedovoljno istražena kao destinacija. Uključivanje planine Goč u turističke tokove doprineće unapređivanju kvaliteta i raznovrsnosti postojeće ponude i privlačenju kako domaćih tako i inostranih turista.

Lovni turizam je zastupljen u dva lovišta, kojima rukovodi lovačno udruženje *Vojvoda Lune* i javna preduzeće *Borjak* [6]. Šumski predeli opštine i planina Goč obiluju povoljnim prirodnim uslovima za stanište velikog broja divljači, u tom smeru i razvoj lovnog turizma. Ribolovni turizam se realizuje na Zapadnoj Moravi, koja je bogata ribnim fondom i Podunavačkim barama. Vrnjačka Banja je svake godine domaćin velikom broju đaćkih i rekreativnih

ekskurzija što govori u prilog činjenica da je ova destinacija atraktivna za mlađu turističku populaciju.

Ruralni, odnosno seoski turizam nije zastupljen u pravom smislu te reči. Aktivno uključivanje ruralnih područja planine Goč u turističke tokove uslovalo bi revitalizaciju sela u socijalnom, ekonomskom i društvenom smislu. Smanjenje migracija stanovništva iz sela u grad, obezbeđivanje dodatnog prihoda domaćinstvima, unapređivanje infrastrukture i podizanje kvaliteta života lokalnog stanovništva su potencijalne koristi ukoliko se koncept ruralnog razvoja implementira na dugi rok. Savremeni trendovi na turističkom tržištu nameću potrebu prilagođavanja turističkog proizvoda turistima, koji borave u ruralnim područjima. U uslovima kontinuiranih inovacija i promena na strani turističke tražnje, ponuda ruralnog turizma izlazi iz okvira boravka i odmora na seoskim gazdinstvima [19].

3. Zaključak

Predmet analize ovog rada je postojeće stanje razvijenosti turizma u Vrnjačkoj Banji, koja je najveće banjsko lečilište u Srbiji. Ova banja beleži dugu tradiciju u razvoju turizma dok je njena lekovitost poznata još od davnina. Na osnovu izvršene analize, evidentno je da Vrnjačka Banja poseduje kvalitetnu bazu za razvoj i plasman kompleksne turističke ponude, koja pored lečilišne funkcije uključuje i druge oblike aktivnosti za turiste. Komparativna prednost Banje ogleda se u jedinstvenoj kombinaciji prirodnog lekovitog faktora i antropogenih resursa, koji su smešteni u očuvanom prirodnom prostoru, što omogućava nesmetano obavljanje zdravstvene, odnosno lečilišne i rekreativne funkcije. Sa druge strane, povećanje broja ljudi, koji vode računa o svom psiho-fizičkom stanju i pojava koncepta spa&wellness turizma uslovila je usmeravanje turističke ponude Banje prema novim tržišnim segmentima i kontinuiranom uvođenju novih usluga u svoju ponudu kako bi se prilagodile promenama na tržištu i privukle turističku tražnju.

Kao i svaka druga turistička destinacija, Vrnjačka Banja je suočena sa određenim problemima u razvoju turizma. Ključni problem je nedovoljna zastupljenost inostranih gostiju u ukupnom turističkom prometu. Glavni uzroci nedovoljne zainteresovanosti inostranih gostiju za Vrnjačku Banje jesu: neprepoznatljivost Vrnjačke Banje kao brenda na međunarodnom turističkom tržištu, nedostatak promotivnih aktivnosti na međunarodnom nivou, nedostatak investicionih ulaganja u osavremenjivanje postojeće turističke ponude, nekvalifikovana radna snaga i dr. Koncept daljeg razvoja Vrnjačke Banje mora biti definisan u skladu sa savremenim trendovima na međunarodnom turističkom tržištu. Ako uzmemo u obzir da su koristi od međunarodnog turizma u ekonomskom smislu neizmerne, neophodan je zaokret u kreiranju turističke ponude Vrnjačke Banje, koja je namenjena inostranim turistima.

Dalji razvoj Vrnjačke Banje zavisi od sposobnosti destinacijskog menadžmenta da kreira inovativne turističke proizvode i doživljaje, koji će privući inostrane turiste. Neophodna je isključenost i kontinuirana komunikacija između nosilaca turističke ponude Vrnjačke Banje, kako bi kroz saradnju i razmenu informacija definisali i primenili najoptimalniju strategiju za pozicioniranje Vrnjačke Banje na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu. Atraktivni turistički proizvodi, permanentno inoviranje turističke infra i suprastrukture, marketing aktivnosti, kontinuirana edukacija kadrova i povezivanja javnog i privatnog sektora u velikoj meri mogu doprineti boljoj poziciji Vrnjačke Banje na međunarodnom turističkom tržištu. Sa druge strane, uspešno pozicioniranje Banje na turističkom tržištu doprinelo bi: većem broju inostranih gostiju, povećanju deviznog priliva, ostvarenju ekonomske dobrobiti za lokalno stanovništvo, rastu zaposlenosti, većoj popunjenosti kapaciteta i sl.

LITERATURA

- [1] Republički zavod za statistiku, <http://webzrs.stat.gov.rs> (datum pristupa 01.11.2017.)
- [2] Vrnjačka Banja, <http://www.vrnjackabanja.co.rs> , (datum pristupa 01.11.2017.)
- [3] Opština Vrnjačka Banja, Regionalni centar za životnu sredinu za centralnu i istočnu Evropu. (2010). *Lokalni ekološki akcioni plan*. Vrnjačka Banja/Beograd.
- [4] Republički zavod za razvoj. (2005). *Program razvoja opštine Vrnjačka Banja 2005-2015*. Vrnjačka Banja.
- [5] Todorović, A. (2009). Fizičko-geografske karakteristike Vrnjačke Banje. *Globus* 38 (32), Srpsko geografsko društvo Beograd, 231-240.
- [6] Ruđinčanin, O., Topalović, O. (2008). *Vrnjačka Banja na početku 21. veka*. Biblioteka „Dr Dušan Radić,, Vrnjačka Banja.
- [7] Borović, Dimić, J. (2005). *Tragovi trajanja, kulturno istorijsko nasleđe Vrnjačke Banje*. Ministarstvo kulture Republike Srbije, Zavod za zaštitu spomenika kulture Kraljevo, Društvo konzervatora Srbije, Beograd-Kraljevo.
- [8] Opština Vrnjačka Banja. (2013). *Strategija održivog razvoja 2013-2023*. Vrnjačka Banja.
- [9] Direkcija za planiranje i izgradnju opštine Vrnjačka Banja JP. (2011). *Prostorni plan opštine Vrnjačka Banja*. Vrnjačka Banja.
- [10] Milićević, S. Podovac, M. (2013). Konkurentnost Vrnjačke Banje na turističkom tržištu. u monografiji *Konkurentnost preduzeća u Srbiji*, redaktori Janićijević, N. i Lovreta, S. Ekonomski fakultet, Beograd, [ISBN 978-86-403-1340-7], 207-218.
- [11] Borović-Dimić, J., Dimić, B. (2003). *Vrnjačka Banja na starim razglednicama*, Zavičajni muzej-Zamak kulture, Kulturni centar Vrnjačke Banje.
- [12] Institut za arhitekturu i urbanizam Srbiji. (2005). *Generalni plan opštine Vrnjačka Banja 2005-2021*. Vrnjačka Banja.
- [13] Podovac, M., Jovanović Tončev, M., Milićević, S. (2016). Istraživanje stavova ispitanika o potencijalima Vrnjačke Banje za njen razvoj kao destinacije kulturnog turizma. *Poslovna ekonomija*, 10 (2), 265-283.
- [14] Turistička organizacija Srbije, www.srbija.travel, (datum pristupa 02.11.2017.)
- [15] Podovac, M., Jovanović-Tončev, M. (2015). Upravljanje kulturnim resursima u funkciji unapređenja ponude kulturnog turizma Vrnjačke Banje. *Međunarodna naučna konferencija iz oblasti turizma i hotelijerstva „SITCON-2015“*, 260-263.
- [16] Jovanović-Tončev, M., Podovac, M. (2014). Kulturna dobra kao deo turističke ponude banja Srbije, *Ekonomija teorija i praksa*, 7 (3), 54-67.
- [16] Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija, Sektor za turizam, <http://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/> (datum pristupa 05.11.2017.)
- [17] Podovac, M. Milićević, S. (2013). Potencijali Srbije za razvoj poslovnog turizma, *Ekonomski pogledi*, 15 (1), 35-48.
- [18] Planina Goč, <http://www.goc.rs/goc> , (datum pristupa 08.11.2017.)
- [19] Milićević, S., Podovac M. (2012). Potencijali planine Goč za razvoj ruralnog turizma. *Prvi stručni skup o ruralnom turizmu i održivom razvoju*, Kragujevac, 75.-83.