

UNIVERZITET SINGIDUNUM
DEPARTMAN ZA POSLEDIPLOMSKE STUDIJE

MASTER STUDIJSKI PROGRAM
POSLOVNI SISTEMI U TURIZMU I HOTELIJERSTVU

MASTER RAD:
**ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA ZLATIBORA SA POSEBNIM
OSVRTOM NA SPA I WELLNESS PONUDU**

MENTOR:
Doc. Dr Nataša Sekulović

KANDIDAT:
Ana Brajković
Broj indeksa: 405297/2013

Beograd, 2015.

Sadržaj

Apstrakt	4
Metodologija rada	5
Uvod	8
I Resursi za razvoj turizma na Zlatiboru	9
1. Prostorna organizacija turizma na Zlatiboru	9
2. Prirodni resursi	10
3. Saobraćajna povezanost	12
4. Kulturni resursi	13
5. Ljudski resursi	15
6. Kapaciteti za smeštaj i ishranu	17
7. Uslovi za sport i rekreaciju	19
7.1. Skijališta	20
8. Očuvanje životne sredine i održivog razvoja na Zlatiboru	21
II Sadašnji položaj Zlatibora na turističkom tržištu	23
1. Obim i struktura turističkog prometa	23
2. Karakteristični vidovi turizma na Zlatiboru	26
2.1. Boravišni turizam	26
2.2. Sportski turizam	27
2.3. Poslovni turizam	27
2.4. Zdravstveni turizam	28
2.5. Ruralni turizam	28
3. Razvoj wellness turizma na Zlatiboru	31
3.1. Opšte karakteristike spa i wellness turizma	31
3.2. Značaj i uloga wellness turizma u kreiranju turističke ponude	31
3.3. Globalni trendovi na tržištu	32
3.4. Definisanje pojma wellness i spa	34
3.5. Organizacija wellness i spa kompleksa	36
3.6. Korisnici turističkih usluga u wellness turizmu	38
3.6.1. Motivi odlaska u spa centre	39
4. Promociona aktivnost Zlatibora na turističkom tržištu	40

III	Budući pravci održivog razvoja turizma na Zlatiboru	42
1.	Opšte karakteristike održivog razvoja	43
2.	Ekonomska ulaganja u infrastrukturu na Zlatiboru	49
3.	Perspektive razvoja wellness turizma na Zlatiboru	52
3.1.	Uticaj spa i wellness turizma na održivi razvoj turizma na Zlatiboru	52
4.	Očekivana ulaganja u smeštaj, ishranu i skijališta	54
5.	Planiranje, zaštita i unapređenje planinskog prostora Zlatibora (do 2016. godine)	56
5.1.	Situaciona analiza – SOSTAC analiza	57
5.2.	Nacrt i izveštaj plana razvoja Republičke agencije za prostorno planiranje	58
5.2.1.	Rezultati procene prostornog plana	60
5.3.	Regionalna povezanost	61
5.4.	Smernice za izradu strateških procena na nižim hijerarhijskim nivoima i procene uticaja projekata na životnu sredinu	62
6.	SWOT analiza Zlatibora	63
7.	Očekivani uticaj turizma na ukupan privredni razvoj Zlatibora	66
	Zaključak	70
	Reference	72

Apstrakt

Zlatibor predstavlja planinu povoljnih uslova za razvoj turizma, jer pogodan spoj prirodnih i antropogenih tvorevina doprinosi stalnom turističkom prometu na ovoj planini. Pogodan je za razvoj različitih vidova turizma, uključujući i nove turističke trendove, poput wellness i spa turizma. Međutim, s obzirom da ljudski uticaj postaje veoma važan faktor u prirodi, životna sredina na prostoru ove planine postaje sve više ugrožena. Javljaju se ekološki problemi koji narušavaju koncept održivog razvoja turizma na Zlatiboru, te se zbog toga uvode i primenjuju mere i projekti koji doprinose očuvanju održivog razvoja turizma ove planine. Ukoliko ne bi došlo do implementacije predviđenih mera, negativne posledice razvoja turizma na Zlatiboru bi mogle više doći do izražaja. Realizacija strategija za revitalizaciju životne sredine na Zlatiboru i definisanje održive politike na državnom nivou može umnogome doprineti dugotrajnom ostvarenju održivog razvoja turizma na ovoj planini.

Ključne reči: Zlatibor, održivi razvoj, životna sredina, wellness i spa.

Abstract

Zlatibor is a mountain of suitable conditions for the tourism development and as a convenient combination of natural and anthropogenic forms it well contributes to the constant tourist flow on this mountain. It is adequate for the development of wide variety of tourism forms, including new tourism trends, such as wellness and spa tourism. However, considering the fact that human beings have been having quite important influence on the nature, the environment in this mountain area has become increasingly threatened. There have appeared some environmental damages that disturb the concept of sustainable development of tourism on Zlatibor and for that reason some of the measures and projects that contribute to the sustainable tourism development on this mountain have been introduced and implemented. If there were not the implementation of necessary measures, some negative consequences of tourism development on Zlatibor could become more noticeable. Realization of strategies for revitalization of environment on Zlatibor and defining of sustainable policy at the state level, could greatly contribute long-term achievement of sustainable tourism on this mountain.

Key words: Zlatibor, sustainable development, environment, wellness and spa.

Metodologija rada

1. Problem istraživanja

Predmet ovog rada je ispitivanje geografskih, turističkih i ekonomskih pokazatelja koji imaju veliku ulogu u ukupnom privrednom razvoju Zlatiborskog okruga, odnosno udeo turističkog centra Zlatibora u promovisanju ovog dela Srbije, kao i njegov uticaj na održivi razvoj turizma.

Pored toga, rad se bavi značajnim potencijalima za razvoj turizma koje Zlatibor poseduje ali koji se, međutim, ne koriste u potpunosti usled nedostatka finansijske i organizacione podrške Turističke organizacije Zlatibor. Bez obzira na prednosti koje pružaju infrastruktura i prirodna raznovrsnost resursa, Zlatibor do sada nije u celosti iskoristio sve mogućnosti u cilju unapređivanja brenda destinacije.

Problem takođe predstavlja i činjenica da dosadašnji stepen razvijenosti turizma predstavlja potencijalne uzročnike narušavanja ravnoteže održivog turizma na Zlatiboru, što će takođe biti tema ovog rada.

Poseban osvrt u radu daje se razvoju wellness i spa industrije, kao novih turističkih trendova koji su zastupljeni na Zlatiboru.

2. Step en istraženosti problema

Početak razvoja turizma na Zlatiboru vezuje se za 1905. godinu, izgradnjom prvih turističkih objekata nakon posete Petra Prvog Karađorđevića usled zdravstvenih problema.

Unapređenjem ove oblasti, proučavanjem Zlatibora bavili su se različiti autori, koji su za cilj pre svega imali opšte uslove razvoja celokupnog privrednog razvoja zlatiborske regije. Turističko tržište se navodi najčešće kao deo razrade privrednog razvoja Srbije, koji su kroz razvoj pojedinačnih regija predstavili Dragović, Bjeljac, Jović i drugi.

Analizom dosadašnjih radova ustanovljeno je da ova tematika nije dovoljno naučno istražena i sistematizovana.

3. Hipoteza

Da bi Zlatibor zadržao i unapredio poziciju na turističkom tržištu, smatram da je osnovna hipoteza to što turizam predstavlja jednu od važnih komponenti privrednog razvoja Zlatibora. Boljem pozicioniranju Zlatibora na turističkom tržištu može da doprinese razvijanje wellness i spa industrije. Eksploatacija resursa na Zlatiboru, kao i širenje trenda wellness i spa turizma treba da bude u skladu sa konceptom razvoja održivosti turizma na Zlatiboru.

Kao pomoćne hipoteze smatram sledeće:

- Zlatibor ima predispozicije da na turističkom tržištu bude prepoznat po različitim vidovima turizma, pri čemu bi wellness sadržaji imali poseban značaj.
- Mogućnosti koje Zlatibor ima za razvoj turizma mogle bi da budu bolje iskorišćene, uz primenu raznovrsnih saznanja dobijenih iz istraživanja ove oblasti.
- Za uspešan razvoj turizma na Zlatiboru neophodno je kreirati strategiju razvoja turizma na nacionalnom i lokalnom nivou, koja bi bila u skladu sa principima održivog razvoja turizma.

4. Struktura rada

Polazeći od postavljenih hipoteza i ciljeva proistekla je odgovarajuća struktura rada.

Prvi deo rada bavi se predstavljanjem resursa za razvoj turizma na Zlatiboru, koji podrazumevaju prirodne resurse, saobraćajnu povezanost, kulturne i ljudske resurse, kapacitete za smeštaj i ishranu, zatim uslove za sport i rekreaciju, skijališta, organizaciju turizma kao i opšti pregled stanja očuvanosti životne sredine.

Drugi deo prikazuje sadašnji položaj Zlatibora na turističkom tržištu, koji obuhvata promet i strukturu turističkog prometa, zatim karakteristične segmente turista u okviru kojih se izdvajaju boravišni, sportski, poslovni, zdravstveni i ruralni turizam. Ukazuje se takođe na razvijenost posebnog vida novog trenda u turizmu turizma, odnosno razvoj wellness i spa industrije na Zlatiboru, i prikazuje se promociona aktivnost Zlatibora na turističkom tržištu.

Treći deo obrađuje temu koja se odnosi na buduće pravce razvoja turizma na Zlatiboru i to u pogledu održivog razvoja, infrastrukture, očekivanih ulaganja u smeštaj, ishranu i skijališta, i utvrđuje se uticaj turizma na ukupan privredni razvoj na Zlatiboru. U ovom poglavlju dat je prikaz regulativa na polju turizma i životne sredine koji zajedničkim delovanjem mogu omogućiti pozitivan ishod održivog razvoja turizma. Daje se osvrt na pokretače i pritiske, koji se neminovno stvaraju ekspanzivnijim razvojem turizma, kao i osnovni uvid u projekte, planove i izveštaje, koji se odnose na buduće pravce razvoja održivog turizma.

U zaključku je prikazan rezime zaključaka i predloga do kojih se došlo prilikom istraživanja i izrade rada.

Tema rada ukazuje na neophodnost ilustracija i statističkih podataka, tako da je tekstualni deo praćen slikama i tabelama.

5. Cilj i svrha rada

Cilj rada je da se ukaže na:

- Dosadašnje rezultate koje Zlatibor postiže na turističkom tržištu.
- Nedovoljno iskorišćene mogućnosti Zlatibora za razvoj turizma.
- Neophodnost planiranja i implementacije strategije razvoja turizma na Zlatiboru, uz primenu savremenih rezultata iz ove oblasti.
- Mogućnost efikasnije eksploatacije turizma u stvaranju prepoznatljive turističke destinacije.

6. Metodski postupci

Istraživanje je bazirano na primeni opštih metodoloških principa.

Od opštih metoda korišćena je metoda posmatranja, u okviru nje metoda deskripcije i teorijske obrade empirijskih podataka, što podrazumeva analizu, poređenje i sintezu prikupljenih podataka.

Predmet rada obrađen je sa teorijskog i empirijskog aspekta. Kroz teorijsku obradu istraženi su dosadašnji zaključci i rešenja koje pruža postojeća, uglavnom domaća literatura, koja se bavi opisivanjem dosadašnjeg razvoja i stanja turizma na Zlatiboru. Statistički podaci su dobijeni na osnovu prikaza statističkog zavoda za statistiku.

7. Zaključak

Rezultati obrađenih podataka u toku istraživanja ukazuju na verovatnoću hipoteze da je turizam vodeća komponenta privredno-ekonomskog razvoja Zlatibora, koji ima sve potrebne preduslove za postizanje visokih rezultata prilikom predstavljanja na turističkom tržištu i uspostavljanja ravnoteže u razvoju održivosti.

Takođe, potvrđuje se hipoteza da eksploatacija turističkih potencijala nije u celosti ostvarena, te bi stoga trebalo unaprediti postojeće strategije, kako na nacionalnom tako i na lokalnom nivou, u skladu sa održivim razvojem turizma.

Potvrđuje se hipoteza o velikom značaju turističkog trenda wellness i spa, ali i činjenica da dosadašnji stepen razvijenosti kapaciteta i usluga za wellness i spa nisu u dovoljnoj meri razvijeni na Zlatiboru.

Procenjeno je da je Zlatibor ima veliki regionalni značaj i ostvarenu konkurentnost u okviru Republike Srbije, kao i odgovarajuće preduslove, prirodne resurse i relativno efikasne organe upravljanja i planiranja, što omogućava primenu koncepta održivosti. Održivi razvoj turizma se u velikoj meri odražava na celokupni privredni razvoj Zlatibora.

Uvod

Zlatibor predstavlja centar turističke regije Zapadne Srbije. Glavni administrativni centar Zlatibora je Čajetina, koja je smeštena na severnim padinama planine na 3 km od centra Zlatibora, i u njoj se nalaze opština, sud, škola, dom zdravlja, kulturno-sportski centar, televizija itd. Od Beograda je Zlatibor udaljen 230 kilometara, a do njega se dolazi magistralnim putem preko Užica, koji nastavlja ka crnogorskom primorju. Uređen je sa dosta zelenih površina, parkova, kupališta i kulturnih dešavanja. Najrazvijenije delatnosti u ovoj regiji su poljoprivreda, prehrambena industrija i turizam.

Kao destinacija koja predstavlja oazu prirodnog mira, Zlatibor raspolaže velikim prirodnim potencijalima koji umnogome dopunjuju antropogene vrednosti, što se ogleda kroz razvoj različitih vidova turizma na ovom prostoru. Posедуje izuzetne prirodno-geografske uslove. Imajući u vidu da je atmosferski pritisak na Zlatiboru izuzetno povoljan, da je svojim geografskim položajem zaklonjen od udara hladnih vazdušnih strujanja, boravak na ovoj planini povoljno utiče na očuvanje zdravlja, zbog čega je Zlatibor proglašen terapijskim područjem za različita respiratorna i druga oboljenja.

Pored toga, smeštajni kapaciteti na Zlatiboru predstavljaju jedan od najvažnijih faktora turističke ponude i zajedno sa wellness, spa i kapacitetima za ishranu najviše utiču na obim turističkog prometa ove regije. Zbog toga je u radu ukazano i na razvijenost smeštajnih objekata na Zlatiboru koji nude wellness i spa usluge, kao i na implikacije na dalji razvoj ovog turističkog segmenta, koji u velikoj meri može obezbediti povećanje interesovanja tokom cele godine. Međutim, jasna je potreba na Zlatiboru za osavremenjivanjem samog pristupa spa i wellness konceptu zarad postizanja poslovnih rezultata i održavanja tekovina u skladu sa svetskim trendovima. Da bi se ti rezultati postigli, potrebno je za početak dobro poznavati šta tačno spa i wellness centri u hotelima visoke kategorije nude. Wellness centri sa svojom ponudom kroz spa hotele na ovoj planinskoj destinaciji daju širok spektar aktivnosti za praktikovanje wellness načina života. Sve više je hotela koji podređuju kompletnu uslugu i ponudu spa i wellness sadržajima, gde se jasno u prvi plan ističe taj deo ponude.

Rad pokazuje uzajamnu vezu između turizma i životne sredine, ističući činjenicu da turizam predstavlja složen socio-ekonomski parametar i ima značajan uticaj na životnu sredinu ali takođe zavisi od kvaliteta životne sredine.

Ukupan održivi razvoj i budući pravci razvoja turizma na Zlatiboru ukazuju na veliku potencijalnu snagu na polju turizma, koju Zlatibor poseduje. Primenom postojećih i uvođenjem novih mera održivog razvoja Zlatibor može postati vodeća destinacija i uzor u regionu.

I Resursi za razvoj turizma na Zlatiboru

Zlatibor kao turističko mesto osnovicu privrednog razvoja temelji na turizmu, odnosno „predstavljanju turističkih proizvoda, tj. receptivnih faktora koji obezbeđuju pružanje raznih vrsta turističkih usluga“. (Unković, 2009) Kako Unković dalje ističe, pomenuti receptivni faktori mogu se grupisati na direktne i indirektne. Ova podela je izvršena na osnovu učešća u pružanju turističkih usluga. Sledi njihov pregled.

Direktni receptivni faktori:

- smeštajni objekti;
- ugostiteljske radnje (pružaju gostima usluge pića, hrane i razonode)
- trgovinske radnje;
- sredstva komunalnog saobraćaja;
- zanatske radnje i servisi;
- objekti za pružanje raznovrsnih sadržaja boravka (kulturni, zabavni, sportsko-rekreativni, itd.)
- poštanski i telekomunikacioni uređaji;
- službe turističke organizacije;
- posebne turističke službe i delatnosti.

Indirektni receptivni faktori:

- parkovi, šetališta, vidikovci, i drugo;
- javni ukrasni objekti (skulpture, vodskoci, i drugo.);
- putevi, javni parking, i drugo;
- kanalizacioni uređaji, i drugo.

Ako sagledamo navedene elemente, može se primetiti da Zlatibor u potpunosti ispunjava karakteristike turističkog mesta. Određeni broj pomenutih faktora služi i za zadovoljenje potreba lokalnog stanovništva, dok je većina ipak usmerena na posetioce ovog kraja.

1. Prostorna organizacija turizma na Zlatiboru

Na osnovu prisustva prirodnih i društvenih resursa ali i razvijenosti turističke privrede na teritoriji Zlatibora, izdvajaju se sledeće prostorne turističke jedinice, odnosno zone: (*Poslovni - Master - plan destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007*)

1. Zona Zlatibora – nudi kompleksne aktivnosti sa snažnom materijalnom bazom;
2. Zona Čajetine – nudi vidove turizma zasnovane na kulturnim vrednostima;
3. Zona Uvca – obuhvata obrazovni, religijski turizam (manastiri) ali i blizinu SRP „Uvac“ i planine Zlatar, gde postoji mogućnost razvoja planinskog turizma i drugih aktivnosti na snegu;

4. Zona Rožanstvo-Sirogojno – prirodni (Stopića pećina) ali i antropogeni potencijali u vidu zaštićenog spomenika kulture „Muzej Staro selo”, obrazovni, seoski, vikend turizam itd;
5. Zona Gostilje-Ljubiš – podrazumeva prirodne vrednosti (vodopad, i drugi potencijali), svi vidovi turizma izletničkog karaktera uključujući i kupališni turizam;
6. Zona ka Mokroj Gori – omogućava povezanost sa naseljem Segmenjevo (prostor budućeg parka prirode „Zlatibor“ i parka prirode Mokra Gora), nudi brojne ekološke vidove turizma;
7. Zona prekogranične saradnje – tzv. Limska komisija, razvoj turizma na Limu gde postoje uslovi za kupališni i delom nautičke oblike turizma (splavarenje), kao najbližem prelazu ka Republici Srpskoj (granični prelazi Uvac – Rudo).

2. Prirodni resursi

Zlatibor je planina koja prednjači po svojim prirodnim svojstvima: (www.cajetina.org.rs)

- reljefu
- vodama
- klimi
- flori i fauni.

Reljef Zlatibora pripada grupi starovlaških planina, odnosno dinarskom masivu. U pogledu geoloških i geomorfoloških osobina može se primetiti znatan udeo serpentina u sastavu ovog planinskog terena, koji umnogome utiče na kompleksnost prirodnih fizičko-geografskih i biogeografskih uslova. Ovaj element predstavlja sastavni deo osnove specifičnih pejzaža koji uz određeno učešće antropogenih faktora stvaraju jedinstvene predele. Serpentine su ispresecani brojnim pukotinama kroz koje prodire i cirkuliše voda a površinski sloj je veoma trošan. Pored serpentina, rasprostranjeni su krečnjaci i dolomiti srednjeg i gornjeg trijasa. Usled ispresecanosti krečnjaka mnogobrojnim pukotinama, podzemne vode intenzivno cirkulišu u krečnjačkoj masi. Podzemnim vodama je naročito bogato područje centra Zlatibora. Pored ovih podzemnih voda vodno bogatstvo dopunjuju vodotoci i veliki broj izvora (koji nisu obilni i trajni).

Geomorfološke karakteristike Zlatibora u velikoj meri zavise od morfotektonske evolucije planinskog masiva. Znatna deo ove planine ima izgled široke zatalasane visoravni, čija prosečna visina iznosi oko 1000 metara. Iznad ivica visoravni izdižu se uzvišenja, među kojima se značajno ističu Tornik (1496 m) i Čigota (1422 m), dok se u unutrašnjem delu visoravni mogu takođe uočiti brojna uzvišenja. Oko 80% teritorije Zlatibora čini brdsko-planinski deo, koji je naseljen na prostoru od 600 do 1100 m nadmorske visine.

U pogledu klime ovog prostora, može se primetiti da je na Zlatiboru zastupljena umereno-kontinentalna klima, koja je ispresecena elementima planinske klime. Vazdušne mase koje dolaze sa Karpata i Sredozemlja sudaraju se i prožimaju na većim visinama Zlatibora. Strujanje vazduha je izraženo u velikoj meri ali jaki i olujni vetrovi nisu česta pojava. Klimatska pogodnost se ogleda u visokom stepenu prisutnosti kiseonika ali i u umereno hladnim zimama (najniža srednja temperatura tokom januara je $-3,4^{\circ}\text{C}$) i blagim letima (najviša srednja temperatura tokom avgusta je $16,8^{\circ}\text{C}$).

Zlatibor odlikuje relativno mala vlažnost vazduha (76%), kao i smanjene količine padavina (oko 990 mm prosečno godišnje), u odnosu na druga slična područja. S obzirom da je insolacija takođe povoljna (164,7 časova u mesecu ili 1976,5 časova u godini), Zlatibor se ističe čistim i suvim vazduhom, sa relativno malo vlažnosti.

Sastav flore karakteriše travno-livadski predeo pašnjačkog tipa koji je u velikoj meri bogat prirodnim lekovitim biljem. Šumsko prostranstvo zauzima 21.555 ha, pri čemu su najviše zastupljeni crni i beli bor, a u višim predelima smrča i jela, dok ima nešto manje breze i hrasta. Ove šume kreiraju povoljne uslove za staništa divljači i korišćenje šumskih plodova.

Sve navedene vrednosti predstavljaju osnovni motiv dolaska na destinaciju zbog čega se može izvršiti njihova klasifikacija: (*Dragović et al, 2009*)

- 1. geonasleđe¹:** deo Dinarske platforme i prisustvo ultrabazičnih stena (periodita), serpentina i krečnjačkih predela u okviru Zlatiborske površi (800km²) predstavljaju poseban kuriozitet i lekoviti činilac.

2. geomorfološke vrednosti:

- a) Zlatiborska površ (ravne površine);
- b) polja (Braneško, Rožansko);
- c) planinske padine (snežne, osojne, pogodne za izgradnju skijališta, npr. Tornik)
- d) speleološki objekti (Stopića pećina);
- e) kanjon Uvca (južni obodi Čajetine)

3. klima kao vrednost:

vazдушna banja (posebna kombinacija sredozemne i kontinentalne klime, zaštićenost od udara jakih vetrova, osnova zdravstvenog turizma)

4. hidrogeografske vrednosti:

- a) rečni tokovi (Veliki i Crni Rzav kao i Uvac, pripadaju crnomorskom slivu sa vodom I i II klase čistoće);
- b) vodopadi (Gostiljski, visok 20 m, na istoimenoj reci, jedan od najvećih i najlepših u Srbiji, koji predstavlja značajno obeležje zlatiborske oblasti);
- c) veštački limnološki objekti (izletničko jezero Kraljeve vode u centru Zlatibora i Ribiničko jezero na Crnom Rzavu namenjeno za vodosnadbavanje i ribolov);
- d) izvori hladne pijaće vode (stubline - šuplja bukova stabla puna čiste izvorske vode, Hajdučka česma u Murtenici, Jovanova voda u Alinom potoku, Pašića vrelo u Čajetini, Kulaševac i Đurkovac na Kraljevim vodama);

¹ „Geonasleđe Srbije čine sve geološke, geomorfološke, pedološke i posebne arheološke vrednosti nastale u toku formiranja litosfere, njenog morfološkog uobličavanja i međuzavisnosti prirode i ljudskih kultura, koje zbog izuzetnog naučnog i kulturnog značaja, kao deo jedinstvenog geonasleđa Evrope, odnosno sveta, moraju biti posebna briga svih društvenih faktora“ (*Deklaracija o geonasleđu, 1995, citirano u Đurović i Mijović, 2006*).

e) nevalorizovani mineralni i termalni izvori (Bele vode - izvori u dolini reke Ribnice, Jokino vrelo, banja Vapa kod Rožanstva – oboljenja kože)

5. biogeografske vrednosti:

- a) karakterističan landšaft (pejazaž u vidu tepiha predstavljen travnatim pašnjacima (suvatima) i predeli borovih šuma);
- b) životinjsko carstvo (vukovi, lisice, sove itd.)

6. zaštićena prirodna dobra:

- a) Park prirode „Mokra Gora“ (deo ka Bajinoj Bašti na području naselja Segmenjevo);
- b) Park prirode „Zlatibor“ (u toku postupak zaštite, I, II i III kategorije);
- c) Pojedinačni objekti (Prirodi rezervat „Park šuma Ribnica“, SP „Tri stabla crnog bora“ i SP „Stopića pećina“).
- d) Specijalni rezervat prirode „Uvac“ (Deo klisure reke Uvac na mestu zvanom Pavlovića Brod prvi put je zaštićen 1971. godine kao Specijalni rezervat prirode sa površinom od 267 ha. Godine 1995. zaštita je proširena na površinu od 2.717 ha, a izmenama od 2006. godine rezervat je proširen na sadašnjih 7.543 ha. Staranje o Specijalnom rezervatu prirode "Uvac" povereno je Fondu za zaštitu ptica grabljivica "Beloglavi sup" sa sedištem u Novoj Varoši.)

(Dragović et al, 2009)

3. Saobraćajna povezanost

Zlatibor se na zapadu graniči sa Republikom Srpskom, tako da granica opštine predstavlja ujedno i državnu granicu na severu sa opštinom Užice, na istoku sa opštinom Arilje, a na jugu sa opštinama Priboj i Nova Varoš. Udaljen je od Beograda 230 km, od Podgorice 180 km, a od Sarajeva 200 km. Na teritoriji opštine se nalazi preko 410 km izgrađenih puteva, od kojih je 300 km lokalnih, 80 km regionalnih i 33 km magistralnih. (www.cajetina.org.rs)

Postoje različiti mogući pravci kretanja turista: između zona (interzonalna povezanost Zlatibor – Čajetina), između opština (Čajetina – Nova Varoš) ali i prekogranična saradnja (RS i FBiH), i samih tačaka pri čemu nastaje više tematskih trasa kao što su: putevi hrane (Mačkat – Šljivovica), putevi znamenitih ličnosti (Zlatibor – Trnava – Gostilje), putevi železnice (pruga Beograd – Bar) ali i biciklističke (brojni pravci) kao i staze planinarenja i skijanja (Čigota – Tomik). (www.cajetina.org.rs)

Teritorija opštine pokrivena je mrežom puteva čiju strukturu čine :

1. Magistralni put M – 21, prema Crnoj Gori tzv. „Jadranska magistrala“
2. Regionalni putevi: R – 112 prema Republici Srpskoj, R – 228 prema Arilju, R – 252 prema Užicu, R – 253 prema Krstu i Ribnici, R – 230 prema Sirogojnu, i mnoštvo lokalnih puteva. Pored toga, preko teritorije Zlatibora prolazi pruga Beograd – Bar, a u neposrednoj blizini se nalazi aerodrom „Ponikve“ (vojni aerodrom koji je trenutno van funkcije), koji je udaljen od naselja Čajetina 20 km, dok je aerodrom „Nikola Tesla“ udaljen 240 km. (www.cajetina.org.rs)

Prosecanje puta od Užica ka Čajetini počelo je 1881. godine i trajalo je dvadeset godina. Pred Balkanske ratove Čajetina je povezana sa Kokinim Brodom. Put je asfaltiran posle Drugog svetskog rata, a od Užica do Palisada proširen i savremeno opremljen tokom osamdesetih godina XX veka. Loša deonica puta ka Novoj Varoši umanjuje značaj ovog važnog saobraćajnog pravca. Pruga od Beograda do Bara, sa zlatiborskom deonicom poznatom po tunelima i usecima, celom dužinom puštena je u promet krajem novembra 1975. godine. (www.doiserbia.nb.rs)

Slika 1. – Tematska karta opštine Čajetina



Izvor: Turistička organizacija Zlatibor

4. Kulturni resursi

Kulturni resursi služe za zadovoljenje kulturnih potreba, ali ujedno pokazuju i stepen razvijenosti turizma u određenom području. Sledi njihov pregled. (*Poslovni - Master - plan destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007*)

1. Arheološka nalazišta:

- gradine (mesta sa ostacima ilirske ornamentalne keramike – čajetinska, šljivovička i krivorečka);
- tumulusi (humke ili grobnice sa ostacima materijala iz života najranijih civilizacija).

2. Sakralni objekti:

- a) crkve brvanre (objekti iz turskog perioda u Dobroselici, Jablanici i Kućanima, malih dimenzija, izrađene od drveta, lako su prenosive i imaju očuvan drveni zvonik);
- b) crkve (Sirogojno, Mačkat i Bela reka);
- c) manastir Uvac (selo Stublo, iz 17. veka u potpunosti očuvan) i manastir Dubrava (selo Dobroselica, pogled sa brdovitog predela na reku Uvac).

3. Javni spomenici i spomen obeležja:

- a) spomen česme (Česma kralja Milana - u Čajetini izgrađena u čast njegovog spasenja u Ivandanjskom atentatu, Kraljeva česma - nastala u čast posete kralja Aleksandra I Obrenovića Kraljevim vodama²);
- b) spomen ploče (izginulim ratnicima za slobodu i ujedinjenje 1912-1918. g. u Ljubišu, Beloj Reci);
- c) spomen obelisk (na Šumatovom brdu u čast streljanim Partizanima na Palisadu i Kraljevim vodama 1941. god);
- d) spomen biste (bista Miladina Pećinara, akademika i tvorca moderne hidrodinamike pored Kraljeve česme, četiri spomen biste prvoboraca u Čajetini i bista Krste Smiljanić, armijski đeneral na Kraljevom trgu – Zlatibor);
- e) stećci³ (četiri stećka u Segmenjovu, groblja u Šljivovici i Krivoj reci; mnogi su stavljeni pod zaštitu države);

4. Tradicionalna arhitektura i aktivnosti:

- a) zlatiborska nošnja (krznena nošnja u kombinaciji šumadijske i crnogorske; od obuće su nosili opanke sa vezanim čarapama do kolena, dok su muškarci na glavama nosili šubare ili šajkače);
- b) melos (narodne igre i jedinstvene i razvučene pesme tzv. „iz vika“);
- c) brvnare ili osaćanke (ručno izgrađene kuće od borovog drveta postavljene na podlogu od kamena)

5. Turističke manifestacije: (Bjeljac, 2005)

- a) turističko – zabavne (Zlatiborsko leto, Letnji ulični igrski kabarei u Čajetini)
- b) etnografske (Sabor izvorene narodne pesme „Bez izvora nema vode“ u Rožanstvu)
- c) sportske (Sabor lovaca Srbije i Zlatiborska hajka na vukove, Seoski višeboj u Jablanici);
- d) privredno – turističke (Šljivovički sajam rakije, Pršutijada na Mačkatu)

6. Spomenici kulture od izuzetnog značaja: (Pavlović i Jovanović, 2009)

- a) Spomenik kulture „Staro selo“ (Najstariji etnomuzej pod otvorenim nebom u Sirogojnu, postoji od 1980. godine sa kompleksom crkvi Sv. Apostola Petra i Pavla, iz 1764. g. i Muzejom

² Tadašnji naziv za današnje naselje Zlatibor od 1893-1946. godine, da pi pod novim političkim okolnostima promenio naziv u Partizanske vode koji je nosio sve do 1991. godine kada dobija današnji naziv.

³ Srednjeevokovni nadgrobni spomenici u obliku velikih kamenova sa uklesanim slikanim ukrasima i natpisima.

pletilja. Prikazuje tradicionalnu arhitekturu, unutrašnje uređenje zgrada, način privređivanja i organizaciju porodičnog života ljudi brdsko-planinskih predela na Zlatiboru, koji je deo jugozapadne Srbije, kao i prostranih šumovitih predela dinarske oblasti. Pre 30-ak godina najbolje očuvani deo ovog sela stavljen je pod zaštitu države, kao naselje tipičnih zgrada jugozapadne Srbije. Uz već postojeće, dodato je još nekoliko objekata iz okolnih sela tako da je dobijen potpuni pregled narodnog graditeljstva ovog kraja. Sastoji se od oko 50 objekata, uređenih i opremljenim predmetima koji dočaravaju život u ovom delu Srbije u prošlim vekovima. Kuće su građene u kosini. Svaka ima kamenu osnovu koja je služila kao poluukopani podrum, gornji deo kuće, u kojem se živelo, a koji je, bez ikakvog učvršćivanja, rađen samo od drveta. U ove kuće nije ukucan, takođe, nijedan ekser. Muzej ima vrlo bogatu ponudu suvenira, pa i ručno rađenih džempera sa specifičnim motivima ovog kraja, a koji su Sirogojno proslavili širom sveta. Tu su i biljna apoteka i krčma, naravno u starinskom ambijentu.).

b) Titova vila (smeštena u naselju Zlatibor);

c) Rodne kuće (Dimitrija Tucovića, čelnika radničkog pokreta u Gostilju, kuća Save Jovanovića u Trnavi, tipa zlatiborske brvnare, takođe zakonom zaštićena).

5. Ljudski resursi

Uzimajući u obzir da je glavni potencijal ove regije u turizmu, Zlatibor se može pohvaliti velikim brojem zaposlenih u različitim sektorima ugostiteljskog poslovanja.

Ljudski resursi učestvuju u formiranju i predstavljanju turističkih proizvoda, pri čemu su oni ujedno i kreatori atrakcije. Osim toga, oni čine i profesionalne izvršioce planskih, programskih, menadžerskih i marketinških poslova i zadataka, kao i nosioce informativnih aktivnosti, koje se odnose na zaštitu i korišćenje prirodnih dobara i prostora ove destinacije. Njihova aktivnost se odnosi na obavljanje poslova u različitim komercijalnim i nekomercijalnim objektima turističke ponude. Kao učesnici u prezentaciji turističke atrakcije, odnosno prirodnih vrednosti celokupne destinacije, njihov zadatak je da organizuju i realizuju raznovrsne turističke atrakcije, kako sportsko-rekreativne tako i adrenalinske aktivnosti na prostoru regije. (*Poslovni - Master - plan destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007*)

Takođe, ljudski resursi se zalažu za autentično pružanje usluga smeštaja i ishrane u svojim seoskim domaćinstvima u duhu tradicije srpskog sela. Smeštajni kapaciteti se mogu nuditi i u okviru stambenih objekata, kao i u vidu objekata namenjenih za odmor (vikendice, kolibe, i slično). (*Poslovni - Master - plan destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007*)

Međutim, na primeru Čajetine, koja predstavlja centar Zlatibora i obuhvata 24 naselja, može se primetiti da je u svim njenim naseljima zabeležen značajan pad broja stanovnika. Konstantno napuštanje naselja dovodi do gašenja mnogih domaćinstava. Negativni ishodi su posledica smanjenja prirodnog priraštaja, loše starosne strukture i stalne migracije iz sela u gradove.

Tabela 1. – Ukupan broj stanovnika na prostoru Zlatiborskog okruga i opštine Čajetina u periodu 1991-2012

Godina/ Ukupan broj stanovnika	1991	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Zlatiborski okrug	325997	305072	302228	299360	296858	294400	286825	284216
Čajetina	16132	15412	15340	15273	15189	15080	14735	14632

Izvor: RZZS (Opštine u Srbiji, 2013. god.)

Na osnovu statističkih podataka RZZS-a može se zaključiti da se broj stanovnika na teritoriji čitavog Zlatiborskog okruga u poslednje dve decenije srazmerno smanjuje. Od ove linearnosti ne odstupa ni opština Čajetina, kao centar Zlatibora. Uzrok tome su sve učestalije migracije stanovništva u veća mesta, usled potrage za poslom ili zbog školovanja, pri čemu mnogi stanovnici odlučuju da se ne vraćaju u rodna mesta.

Tabela 2. - Struktura stanovništva Zlatiborskog okruga prema starosti i polu (2011)

Godina/Br. stanovnika	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44
ukupno	12691	14284	14435	16853	18691	17578	1707	18208	18871
m	6485	7340	7417	8641	9661	9322	8752	9296	9399
ž	6206	6944	7018	8212	9030	8256	8318	8912	7472
Godina/Br. stanovnika	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85+
ukupno	20829	22193	24588	19913	13843	14644	12075	6828	2955
m	10320	11116	12142	9740	6447	6662	5003	2824	1095
ž	10509	11077	12446	10173	7396	7982	7072	4004	1860

Izvor: RZZS (Opštine u Srbiji, 2012. god.)

Tabela 3. - Struktura stanovništva opštine Čajetine prema starosti i polu (2011)

Godina/Br. stanovnika	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44
ukupno	620	643	639	730	903	836	823	910	947
m	320	338	324	354	476	428	411	483	493
ž	300	305	315	376	427	408	412	427	454
Godina/Br. stanovnika	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85+
ukupno	1119	1068	1284	1036	746	857	832	500	252
m	582	535	661	520	339	371	359	197	103
ž	537	533	623	516	407	486	473	303	149

Izvor: RZZS (Opštine u Srbiji, 2012. god.)

Prema podacima Zavoda za statistiku, na prostoru Zlatiborskog okruga većinu stanovnika čini populacija uzrasta 20-64 godine, pri čemu prednjači sredovečno stanovništvo, samim tim i radno sposobno stanovništvo. Prosečna starost stanovnika je oko 42 godine, uz tendenciju smanjenja broja stanovnika. U pogledu pola, muški pol dominira u većini delova regije. Ipak, ova regija se ne može pohvaliti zavidnim brojem zaposlenih. Većina stanovništva se opredelila za poljoprivredu, usled nemogućnosti pronalaska posla u drugim privrednim sektorima. Sledeća tabela pokazuje strukturu zaposlenosti u sektoru turizma. Može se zaključiti da je najviše zaposlenih u oblasti ishrane i uslužne delatnosti Zlatibora upravo iz Čajetine, zatim iz obližnjeg Užica i iz Bajine Bašte.

Tabela 4. – Zaposlenost u sektoru uslužnih delatnosti zlatiborskog okruga (2012)

Opština	Arilje	Bajina Bašta	Kosjerić	Nova Varoš	Požega	Priboj	Prijepolje	Sjenica	Užice	Čajetina
Broj zaposl.	39	104	7	41	58	62	46	22	121	633

Izvor: RZZS (Opštine u Srbiji, 2013. god.)

U opštini Čajetina preko dve trećine čine zaposleni u uslužnom sektoru, pri čemu, uz visoku tradicionalnu zaposlenost u obrazovnom i zdravstvenom sektoru, najveći broj čine radnici turističke industrije (hoteli, restorani itd.). To je jedan od pokazatelja stepena razvoja i mogućnosti za turističko privređivanje u ovom području i konkretnoj jedinici lokalne samouprave gde je sektor usluga osnovni izvor prihoda uz poljoprivredu, kao dopunsku delatnost stanovništva seoskih naselja.

6. Kapaciteti za smeštaj i ishranu

Da bi se turistički promet realizovao neophodno je da osim primarnih elemenata destinacije (prirodne i antropogene vrednosti) postoje i sekundarni elementi koje se ogledaju u materijalnoj bazi neohodnoj za smeštaj i boravak posetilaca. Ti elementi su mnogo značajniji sa ekonomskog aspekta s obzirom da oni predstavljaju proizvod neke komercijalne organizacije za koje turisti moraju izdvojiti dodatni novčani iznos, a bez čijeg postojanja samo prisustvo prirodnih i kulturnih potencijala ne bi imalo svoju svrhu jer se ne bi ostvarivao turistički promet (noćenja i zarada) u željenom obimu. U tom pravcu se daje struktura smeštajnih kapaciteta Zlatibora. Zlatibor poseduje objekte visokih kategorija sa uslugom na svetskom nivou.

Tabela 5. – Struktura smeštajnih kapaciteta Zlatibora

Objekat	Broj objekata	Ukupno objekata
Hoteli	12	
Moteli	4	
Instituti	1	

Apartmansko naselje	1	61
Radnička odmarališta	19	
Dečja odmarališta	2	
Studentska odmarališta	1	
Privatni pansioni	7	
Vile	14	

Izvor: Turistička organizacija Zlatibor

Od osnovnih smeštajnih kapaciteta na teritoriji Zlatibora, mogu se izdvajati:

- 1) **hoteli** - „Jugopetrol” (136 ležaja), RK „Zlatibor” (212), „Dunav” (85), „Palisad” (732), „Zelenkada” (143), „Lovac” (108), Institut „Čigota” (380), „Olimp” (70) i klub „Satelit” (53);
- 2) **moteli** - „Ljubiš” (25), „Sirogojno” (20), „Boem” (39) i „Ineks-Sušica” (20);
- 3) **apartmanska naselja** - „Kraljevi konaci” (72) i Narodne banke Jugoslavije (30).

U ovim objektima je 2125 ležaja. U trideset tri komplementarna smeštajna kapaciteta (odmarališta) nalazi se 1740 ležaja. Najveći broj je u studentskom oporavilištu „Ratko Mitrović” (220), „Kikinda” (215), „Golija” (196), GP „Zlatibor” (104), MUP „Narcis” (87), „Sevojno” (70), „Rakovica” (62), „Planum” (60) i „Adra” (60). (*Podaci turističke organizacije „Zlatibor”*)

Na osnovu zvanično evidentiranih objekata možemo zaključiti da Zlatibor raspolaže raznovrsnim smeštajnim kapacitetima čime ima pristupačnu ponudu za različite kategorije posetilaca u smislu platežnih mogućnosti, tako da turizam Zlatibora nije usmeren ka konkretnoj kategoriji turista već obuhvata široke narodne mase. Ukupan broj ležaja kojima Zlatibor raspolaže je 15.000, od čega u osnovnim smeštajnim kapacitetima (hoteli, moteli, pansioni, apartmanska naselja) ima 4.000, u domaćoj radinosti oko 10.500, dok je u seoskim domaćinstvima prisutno oko 400 ležaja, uglavnom niže kategorije. (*Poslovni - Master - plan destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007: prema podacima turističke organizacije „Zlatibor”*)

U prethodno navedenim smeštajnim kapacitetima odvija se intenzivan promet turista, što ove krajeve svrstava u jedne sa značajnim učešćem u celogodišnjoj turističkoj ponudi. O tome će biti reči u narednom poglavlju.

Pored smeštajnih asortimana, turistima je na raspolaganju veliki broj ugostiteljskih objekata koji se odnose na barove i restorane. Nekoliko restorana na Zlatiboru je nagrađivano lokalnim i nacionalnim priznanjima („Moj zavičaj“, „Park“, „Perun“, „5“, „Grand“). Sama destinacija ima relativno dobar imidž turističke regije koja neguje veliki potencijal ponude prirodne, zdrave i tradicionalne hrane. Ipak, uticaj stranih kuhinja postaje sve dominantniji. (www.rzlatibor.co.rs)

Tabela 6. – Restorani i barovi zlatiborske regije

Restorani	150
Picerije i špageterije	18
Kafane	16
Kafe barovi i internet kafei	48
Pivnice	1
Objekti brze hrane	41
Noćni barovi	8
Diskoteke	4
Katering servisi	2

Izvor: Turistička organizacija Zlatibor (2012)

U navedenim ugostiteljskim objektima odvija se aktivan promet turista, koji se uprkos širokom izboru internacionalnih jela, sve više opredeljuju za domaće, odnosno zlatiborske specijalitete.

7. Uslovi za sport i rekreaciju

Celokupna teritorija opštine kojom dominira Zlatibor pripada planinskom području, pri čemu tereni doprinose povoljnijem ambijentu za sport i rekreaciju u ovoj regiji. Međutim, Zlatibor se ne može pohvaliti infrastrukturom za masovno korišćenje sportskih kapaciteta te je stoga potrebno dosta novih objekata i sadržaja. Nedostaje priličan broj sadržaja koji se uspešno mogu ponuditi posetiocima, tj. turistima i sportistima na pripremama, poput skijališta, golf terena, više fudbalskih i drugih terena, bazena, sportskih hala i sličnih sadržaja. Potrebno proširenje ponude bi trebalo da omogući razne dnevne sportske aktivnosti tokom letenja i zimske sezone.

Najznačajniji sportski objekat na Zlatiboru je sportska hala „Zlatibor“. Ona pruža kapacitet od 712 mesta na tribinama, obuhvatajući teleskopskih 2500 mesta, zatim VIP salone i novinarske lože. U objektu se nalazi 60 ležajeva, i to 22 jednokrevetne sobe, 2 dvokrevetne i tri trokrevetne, i 9 apartmana na drugom i trećem spratu. Ovaj sportski kompleks obuhvata i restoran, tržni centar, kao i fitnes centar sa teretanom. (www.rrzlatibor.co.rs)

Od ostalih sportsko-rekreativnih sadržaja na Zlatiboru se mogu izdvojiti: (www.rrzlatibor.co.rs)

- 10 košarkaških terena,
- 2 standardna fudbalska terena sa svlačionicama i pomoćnim terenom,
- 5 uređenih terena sa tartan podlogom,
- 4 terena za male sportove,
- sportka hala u Čajetini,
- otvoren olimpijski bazen, jedan otvoren bebi bazen u okviru hotela Olimp, zatvoren poluolimpijski bazen u hotelu Čigota (škola plivanja), zatvoren hotelski bazen u hotelu Mona;
- staze za skijanje,
- dve škole za košarku (Aleksandra Nikolić i Pecarskog)

- paraglajding klub (nekoliko uređenih terena za poletanje letilica, teren na Čigoti „Čuker“, Torniku „Gradina“, teren na farmi „Kriva breza“),
- karting staza (350m),
- staze za planinski biciklizam (160km),
- staza za jahanje konja,
- pešačka staza „Spomenik“.

U okviru sportsko-rekreativnog turizma na Zlatiboru, treba istaći i „Jokino vrelo“, koje se nalazi na 3 km od raskršća na Sušici, prema Mokroj gori, i predstavlja značajno izletišta sa jezerom za sportski ribolov, uređenim kupalištem, restoranom i bungalovima. Takođe, na 5 km od Zlatibora nalazi se apartmansko naselje „Zlatiborska jezera“, u sklopu koga se nalaze tri apartmana a obuhvata i kupalište, restoran i uređen deo za sunčanje. Tokom leta organizuje se prevoz turističkim vozicom do centra Zlatibora. Čuveno je i kupalište „Kod Komša“, koje je udaljeno 5 km od Zlatibora. (www.rrzlatibor.co.rs)

7.1. Skijališta

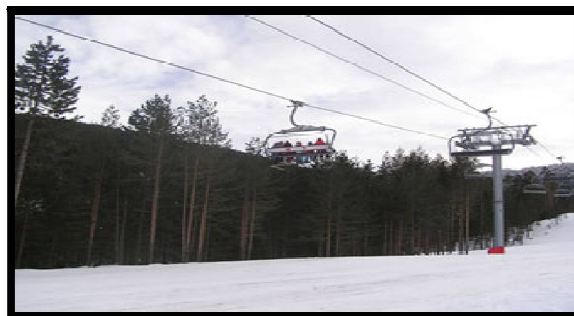
Uzimajući u obzir da je Zlatibor planinska regija, može pružiti značajne mogućnosti da poseban vid sportsko rekreativnog turizma – skijanje. (www.zlatibor.org)

Na Zlatiboru se nalaze tri homogene staze koje pružaju mogućnosti za nordijsko skijanje. Pored njih, postoji i staza za alpsko skijanje, koja ima dužinu 5 km. Skijališta u vidu ski-stadiona podrazumevaju dnevno korišćenje ski terena, opreme i obejkata, sa dolaskom i odlaskom do mesta smeštaja, odnosno boravka (izletnici).

Staze se nalaze u okviru ski centra Tornik, koji je smešten na nadmorskoj visini od 1100-1490 m i udaljen je 9 km od centra Zlatibora. Ukupan kapacitet skijališta je oko 5400 skijaša na sat. Ovaj ski centar je opremljen šestosednom žičarom, kapaciteta 3000 skijaša na sat, dva ski-lifta, ukupnog kapaciteta 2400 skijaša na sat. Postoje četiri staze koje su pokrivene sistemom za veštačko osnežavanje, tako da ski-centar Tornik ne zavisi od vremenskih uslova. Ukupna dužina staza na Torniku je 7000 m. Najduža staza je 2500 m, dok je maksimalna visinska razlika 373 m. Opisi ski-staza: (www.zlatibor.org)

1. Čigota – dužina: 1000 m, uspon 220 m, srednje laka staza;
2. Zmajevac – dužina: 1250 m, uspon 285 m, teška staza;
3. Tornik – dužina: 1600 m, uspon 185 m, srednje laka staza;
4. Ribnica – dužina: 400 m, uspon 60 m, laka staza;
5. Ski-put – dužina: 600 m, uspon 120 m, laka staza.

Slika 2. – Deo ski centra Tornik



Izvor: www.zlatibor.org

Usluge i službe koje učestvuju u ovom vidu rekreacije su:

- Edukativne ski-škole,
- Usluga hrane i pića na skijalištima,
- Usluga vodiča na treking ski-turama,
- Iznajmljivanje moto-sanki,
- Služba spasavanja na skijalištima,
- Prodaja ski-kozmetike i opreme,
- Iznajmljivanje i popravka ski-opreme.

Navedene službe i usluge istovremeno pružaju značajne izvore prihoda za turizam. Sezona skijanja je otvorena tokom tri zimska meseca. Žičare sa sedištima se mogu koristiti u letnjoj sezoni za izletnike. (*Poslovni - Master - plan destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007*)

8. Očuvanje životne sredine i održivog razvoja turizma na Zlatiboru

Kao što je već pomenuto, za razvoj turizma od velike važnosti je stepen očuvanosti i atraktivnosti životne sredine, pri čemu se njihov međusobni odnos neposredno odražava na mogućnosti za razvoj turizma na datom području.

Zlatiborska oblast pripada kategoriji područja sa veoma kvalitetnom životnom sredinom jer predstavlja područje zaštićenih prirodnih dobara, planinske vrhove i vodotoke, u kojima dominiraju pozitivni uticaji na čoveka i živi svet. Od velikog je značaja Park Prirode "Zlatibor", koji pokriva teritoriju grada Užica, kao i opštine Čajetina i Nova Varoš, za koji je pokrenut postupak donošenja akta o zaštiti.

Kao jedan od glavnih planinskih centara Jugozapadne Srbije Zlatibor se izdvaja po svom geografskom pogledu. Ova planina je saobraćajno dobro povezana, pri čemu je od bitnog značaja modernizovani put Beograd – Podgorica. Slogan za promociju ove regije, prema Strategiji turizma Republike Srbije, glasi:

„Jugozapadna Srbija: otkrovenje života u tradiciji i prirodi.“

Zlatibor se ističe u okviru regije Jugozapadna Srbija kao planina koja pruža primer destinacije sa širokim izborom aktivnosti na otvorenom, kao što su na primer biciklističke ture i skijanje.

“Planine se ispoljavaju kao morfološke i klimatske granice, ali i prostori spajanja i prožimanja izvorišta rečnih tokova, lokacije tektonskih i ledničkih jezera, modifikatori vremena i klime, areali retkih biljnih i životinjskih vrsta, vidikovci i strateški značajni punktovi, simboli državnih obeležja i slično.” (Stanković, 2002) Međutim, ako se uzme u obzir činjenica da svaka turistička destinacija (ni Zlatibor nije izuzetak) bazira svoju turističku delatnost na potrošačima, pomenute aktivnosti predstavljaju široke preduslove za ometanje regularnog razvoja održivog turizma. To je pre svega usled velike fleksibilnosti ponude i dinamike turističkog prometa. Zlatibor se kao destinacija ističe po brojnim elementima ponude, ali ukoliko ne dolazi do

unapređenja i povremenih inovacija, ova planina se ne bi izdavajala od ostalih po svojoj turističkoj ponudi, a cilj je svakako jedinstvenost. Upravo ove aktivnosti privlače povećan broj turista, među kojima su delimično i nemarni turisti, koji predstavljaju osnovnu pretnju za narušavanje koncepcije održivog razvoja turizma na Zlatiboru.

Prednosti ove planine za pozitivan ishod turističkog održivog razvoja pružaju:

- planinski reljef
- živa atmosfera
- tradicionalna arhitektura
- zdravstveni centri.

Životna sredina se štiti na nivou okruga i opština odgovarajućim projektima. Projektima se identifikuju područja koja su potencijalno ugrožena ili čije prvobitne vrednosti treba da sačuvamo. Međutim, pored projekata važna je i svest turista ali i lokalnog stanovništva o potrebi očuvanja prirodnih vrednosti kojima raspolažemo. (*Odnos povećanja turističke posećenosti i zaštite životne sredine u planinskim mestima Zlatiborskog okruga, 2012*)

Tabela 7. - Pregled projekata životne sredine i turizma

Naziv projekta	Dejstvo
Regionalna sanitarna deponija "Duboko"	Deponija čvrstog komunalnog otpada i pokriva grad Užice, i opštine: Arilje, Bajina Bašta, Kosjerić, Požega i Čajetina. Deponija će vršiti kako separaciju tako i reciklažu otpada.
Generalni projekat sakupljanja, odvođenja i prečišćavanja otpadnih voda naselja grada Užice (urađena Studija za projektno finansiranje)	Na teritoriji oblasti trenutno ne postoji nijedno postrojenje za prečišćavanje otpadnih voda tako da će se navedenim projektom krenuti ka realizaciji.
Rekonstrukcija putne mreže u oblasti turizma (Potpečka pećina)	Revitalizacija saobraćajne infrastrukture kao podsticaj razvoju turizma
Rekonstrukcija i renoviranje smeštajnih objekata u turizmu (Zlatibor i Bečići)	Renoviranjem i rekonstrukcijom smeštajnih objekata će se podstaći dalji razvoj turizma

Izvor: Odnos povećanja turističke posećenosti i zaštite životne sredine u planinskim mestima Zlatiborskog okruga, 2012

Na osnovu pregleda projekata uočava se nastojanje da se reše problemi: upravljanja otpadom, prečišćavanja voda i renoviranja smeštajnih objekata.

Kao ključni problemi pri realizaciji datih projekata ističu se nedovoljno i neadekvatno korišćenje raspoloživih resursa i drugih potencijala za razvoj, neravnomernost teritorijalnog razvoja, nezadovoljavajuće stanje infrastrukturnih sistema, nedovoljna uređenost prostora za

potrebe godišnje turističke ponude, problemi zaštite životne sredine, nedovoljno razvijeni institucioni, organizacioni, kadrovski i drugi aranžmani za upravljanje regionalnim razvojem i dr.

Područje Zlatiborskog upravnog okruga je definisano kao teritorija bogatog biološkog i kulturnog diverziteta, sa značajnim turističkim i privrednim potencijalom. Od planskih dokumenata višeg reda, za Regionalni prostorni plan i ovu stratešku procenu značajne su odredbe Prostornog plana Republike Srbije („Službeni glasnik RS“, broj 88/10).

II Sadašnji položaj Zlatibora na turističkom tržištu

1. Obim i struktura turističkog prometa

Turistička destinacija Zlatibor spada u vodeća planinska područja sa učešćem od preko 20% u ukupnom broju noćenja registrovanih u planinskim mestima Srbije. Pri analizi osnovnih obeležja turističke tražnje, prometa i njegove strukture biće korišćeni podaci Statističkog zavoda za Srbiju, kao i podaci Turističke organizacije Zlatibor.

Tabela 8. – Boravak turista 2002. i 2010. godine

Godina/Regija		Turisti			Prosečan broj turista	
		Svega	Domaći	Strani	Domaći	Strani
Srbija	2002.	2209675	1897612	312063	3,4	2,4
	2010.	2000597	1317916	682681	3,8	2,1
Centralna Srbija	2002.	1926838	1664374	262464	3,5	2,4
	2010.	1718755	1138531	580224	3,9	2,1
Zlatiborski okrug	2002.	202406	193186	9220	4,9	2,8
	2010.	238373	203624	34749	3,6	2,6
Čajetina	2002.	80342	76170	4172	5,4	2,7
	2010.	110990	93552	17438	4,0	3,1

Izvor: RZZS (Opštine u Srbiji 2003. i 2011. godine)

Opšte posmatrano na teritoriji Srbije i Centralne Srbije broj posetilaca se smanjio 2010. u odnosu na 2002. god. Taj podatak se odnosi samo na kategoriju domaćih turista, dok se broj inostranih turista u međuperiodu udvostručio. Kada je reč o broju noćenja zanimljivo je da se pored tendencije pada domaćih turista njihova prosečna dužina boravka povećala, što samo svedoči da pojedine kategorije boljih platežnih mogućnosti duže borave, dok istovremeno porast

inostranih turista ne prati i povećanje prosečnog boravka u smislu da se on smanjuje. To možemo povezati sa nešto boljim imidžom naše zemlje 2000-ih, ali sa druge strane i progresijom globalne ekonomske krize od 2008. godine. Sa druge strane Zlatiborski okrug i Čajetina u istom periodu beleže značajnije povećanje ukupnog broja poseta, ali i pojedinačno domaćih i inostranih posetilaca. Ono što je bitno jeste da se broj „deviznih turista“ u okrugu i opštini učtvorustručio što potvrđuje učešće ovog područja u turizmu Srbije. Prosečan broj noćenja naših turista opada, ali je bitan podatak da broj inostranih raste, npr. u Čajetini sa 2,7 na 3,1 čime se ukazuje na ogromni potencijal Zlatibora na međunarodnom turističkom tržištu.

Najveće učešće u prometu ima turistički centar Zlatibor sa preko 90% u dolascima i 95% u noćenjima sa gotovo stoprocentnim učešćem u noćenjima stranih gostiju. U prilog toj činjenici ide i podatak da je u periodu januar – oktobar 2012. godine ovo planinsko mesto imalo 105.524 dolazaka, čak dva puta više od drugoplasiranog Kopaonika sa 54.000 posetilaca. Istovremeno Zlatibor se nalazi na trećoj poziciji u Srbiji po posećenosti, nakon Beograda (glavnog administrativnog centra) sa oko 542.000 i Vrnjačke Banje (banjska mesta) sa 125.000 posetilaca. To samo potvrđuje činjenicu da je ponuda Zlatibora raznovrsna i prisutna tokom čitave godine, a da je sa druge strane svojom cenom pristupačna budžetu različitih kategorija turista. (*Turistička organizacija Zlatibor, 2012*)

S obzirom na broj turista koji godišnje boravi na Zlatiboru, može se zaključiti da je turizam najznačajnija privredna grana ovog prostora. U toku godine, na Zlatiboru se ostvari oko milion noćenja sa oko 250 hiljada posetilaca. Većinu posetilaca čine domaći turisti, dok je broj stranih turista izrazito niži. (*www.cajetina.org.rs*)

Tabela 9. – Promet turista na prostoru zlatiborskog regiona u periodu 2005-2012

Godina	Turisti			Prosečan broj noćenja	
	Svega	Domaći	Strani	Domaći	Strani
2005	213442	198248	15194	4,1	2,5
2006	201684	191933	9751	4,7	3,7
2007	248751	223499	25252	3,9	2,9
2008	252898	224282	28616	5,6	3,1
2009	225253	196233	29020	4,0	2,7
2010	238373	203624	34749	3,6	2,6
2011	251588	211964	39624	3,6	2,7
2012	239031	199443	39588	3,7	2,7

Izvor: RZZS (Opštine i regioni 2006-2013)

Tabela 10. – Promet turista na prostoru Čajetine u periodu 2005-2012

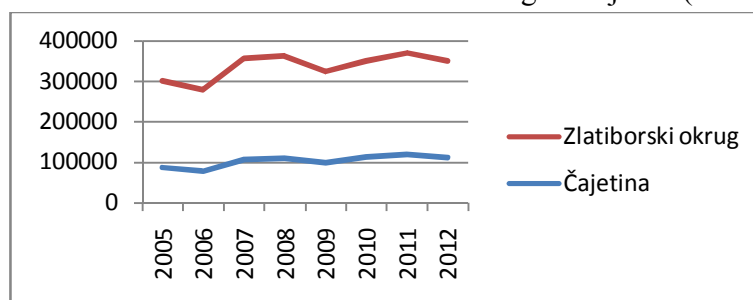
Godina	Turisti			Prosečan broj noćenja	
	Svega	Domaći	Strani	Domaći	Strani
2005	87875	80662	7253	4,6	3,0
2006	78045	73429	4916	4,9	3,5
2007	107541	94501	13040	4,5	3,1
2008	109429	95059	14370	4,4	3,3
2009	98811	85015	13796	4,4	3,2
2010	110990	93552	17438	4,0	3,1
2011	119151	99271	19880	4,2	3,3
2012	112221	93710	18511	4,3	3,4

Izvor: RZZS (Opštine i regioni 2006-2013)

Na osnovu podataka RZZS-a, može se zaključiti da je promet turista značajno oscilirao u poslednje dve decenije, kako u Čajetini koja predstavlja centar Zlatibora, tako i na prostoru čitave zlatiborske regije. Primećuje se značajan pad u broju turista 2006, kao i 2009. godine, dok se taj broj znatno povećao 2007. godine. Ipak, vidno je da većinu turističkog prometa ostvaruju domaći turisti, sa prosečno četiri noćenja. Najveći deo stranih turista čine oni iz bivših jugoslovenskih republika.

Dinamika prometa turista se može prikazati grafički (Grafik 1) pri čemu se može primetiti da kriva turističkog prometa turista u celoj zlatiborskoj regiji, samim tim i u Čajetini, u istim godinama pokazuje porast broja turista, odnosno njihov pad.

Grafik 1. – Promet turista u Zlatiborskom okrugu i Čajetini (2005-2012)



Izvor: RZZS (2006-2013)

2. Karakteristični vidovi turizma na Zlatiboru

Turistički centri na planinama poslednjih godina intenzivnije razvijaju svoje kapacitete i programe i nastoje da ih aktiviraju tokom cele godine. Programi se uglavnom sastoje od različitih odmorišno-rekreativnih aktivnosti, u skladu sa godišnjim dobima. Zbog toga se izdvajaju letnja (od juna do septembra) i zimska sezona (od oktobra do aprila). Zimska sezona je usmerena na zimske sportske aktivnosti. (Unković, 2009) Na Zlatiboru je izražena dominacija pomenute zimske sezone, naročito u kombinaciji sa wellness i spa ponudom.

Zlatibor se odlikuje posebnim interesima za turizam, odnosno predstavlja destinaciju koja se odlikuje udruženim motivima za posetioce u okviru tematskog turizma: sportovi, netaknuta priroda, tradicionalni zanati, wellness, kultura, istorija, seoski turizam, događaji, i slično. Iako još uvek ne privlači velike grupe posetilaca ovog tipa (što sa jedne strane predstavlja i prednost u korist održivog razvoja), ove forme turizma nude Srbiji značajan potencijal za povećanje turističkog prometa i ekonomskog priliva od turizma. (Unković, 2009)

Kao što je do sada u radu pokazano, potrebe turističkog tržišta su usmerene uglavnom na domaće tržište, uzimajući u obzir različite turističke segmente. Dominantan tržišni segment predstavljaju turisti koji dolaze radi odmora i rekreacije, kako u toku letnje tako i u toku zimske sezone. Vreme najčešće provode u šetnji ili različitim vidovima lakših oblika rekreacije. U periodu van letnje i zimske turističke sezone izdvajaju se segmenti koji uključuju rekreativne potrebe sportista, učesnike savetovanja i drugih oblika poslovnih skupova, zatim segmenti koji u centru pažnje imaju različite oblike turizma i turiste koje dolaze iz zdravstvenih razloga. Na osnovu navedenih prirodnih i kulturnih vrednosti, infrastrukturnih elemenata, a što je najvažnije i graničnih okvira održivog razvoja, na području Zlatibora ostvaruju se raznovrsni vidovi turizma. (*Prostorni plan opštine Čajetina, 2006*)

2.1. Boravišni turizam

Etnografski motivi, folklor, arhitektura, stari zanati, gastronomija, tradicionalno gostoprimstvo i očuvana priroda su glavna obeležja ovog kraja. Kulturna baština iz rimskog perioda ogleda se kroz ostatke utvrđenja, puteve, nadgrobne spomenike, dok se za doba turske vladavine i period formiranja srpske države vezuje čitav niz kulturno - istorijskih spomenika (manastiri, crkve, spomenici, ostaci građevina i sl.). Pešačke staze, fudbalski, teniski i košarkaški tereni, otvoren bazen Olimp, zatvoren bazen u Čigoti, zatvorena sportska hala, bilijar sale, teretane i fitnes klubovi itd. predstavljaju sadržaje koji čine elemente ponude boravišnog turizma na Zlatiboru. (*Poslovni - Master - plan destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007*)

Kao poseban vid boravišnog turizma može se izdvojiti vikend turizam. Ovaj oblik turizma baziran je na periodičnim boravcima od nekoliko noćenja, ali je ponuda i korišćenje vikend kuća (kao smeštajnih objekata) konstantna tokom čitave godine. Značajan broj vikend kuća lociran je u različitim selima: Sirogojno, Gostilje, Rožanstvo, Ljubiš, Tripkova, Mačkat, Rudine, Semegnjevo, Kriva reka, Dobroselica (Vodice), Jablanica (Ribnica) i Šljivovica. Dalji

razvoj ovog oblika turizma zahteva zaustavljanje bespravnog podizanja objekata, kompletiranje mreže drumskih saobraćajnica kojim se ostvaruje veza između vikend zona i ostalih naselja na teritoriji opštine Čajetina dok bi u samim vikend zonama trebalo kompletirati postojeću i izgraditi novu komunalnu infrastrukturu prateći potrebe i dinamiku razvoja ovog vida turizma. (Poslovni - Master - plan destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007)

2.2. Sportski turizam

U zavisnosti od turističke ponude i aktivnosti koje su uslovljene godišnjim dobima, sportski turizam na Zlatiboru može se podeliti na dve zone: zimsku i letnju. Kombinovana ponuda sportsko-rekreativnog, seoskog, etno, eko, poslovnog, tranzitnog i drugih selektivnih oblika turizma, zadovoljava potrebe letnjeg turizma u pogledu sadržaja i kapaciteta. Pored toga postoje sadržaji čija se aktivnost vezuje, u najvećoj meri, za letnji period (paraglajding, speleoling, planinski biciklizam i aktivnosti na vodi npr. Jokino vrelo).

Na padinama Zlatibora orijentisanim ka severu⁴ postoje mogućnosti za alpsko skijanje, snoubord, nordijsko skijanje i druge aktivnosti na snegu. (*Mogućnosti i značaj turizma događanja na primeru Zlatibora, 2012*)

Takođe, Zlatibor raspolaže sadržajima za pripreme sportista, budući da postoje tri fudbalska terena, tereni za tenis i košarku, odbojku, rukomet, zbog čega sportske ekipe borave na ovoj planini. Postoje dve škole košarke, koje su pogodne za mlađe populacije usmerene ka ovoj sportskoj aktivnosti.

2.3. Poslovni turizam

Poslovni turizam⁵, ili tzv. *kongresni turizam*, svrstava se u najprofitabilnije vidove turizma i odnosi se na organizovanje poslovnih putovanja, sastanaka, programa obrazovanja, konvencija, poslovnih sajмова i seminara. Prednost ovog vida turizma je u tome što se skupovi mogu organizovati van turističke sezone. Pored više godina postojećih kapaciteta u vidu Kongresne sale „Srbija“ i sale Specijalne bolnice „Čigota“ u prethodnih nekoliko godina izgrađeno je više manjih objekata među kojima je i sala hotela „Zlatibor-Mona“. Imajući u vidu kvalitet ukupne ponude namenjene ovom turističkom segmentu Zlatibor se javlja kao vodeća destinacija na tržištu Srbije.

⁴ To su tzv. osojne padine koje su okrenute suprotno suncu i zato su slabije osunčane, hladnije i obrasle šumom te su nepogodnije za život ali zato pružaju ogromne mogućnosti za razvoj zimsko – sportskog turizma, za razliku od južnih tzv. prisojnih kao osunčanih i znatno toplijih predela obraslih vinogradima i drugim područjima koje je čovek prilagodio svom privređivanju i životu.

⁵ Poslovni turizam + MICE (meetings – poslovni sastanci, incentive – podsticajna putovanja, conferences/conventions – konferencije i sajmovi, exhibitions/events – izložbe i događaji) predstavlja jedan od ključnih turističkih proizvoda Republike Srbije prema Strategiji turizma RS do 2015. god.

2.4. Zdravstveni turizam

Na osnovu brojnih medicinskih istraživanja, utvrđeno je da su pomenuti klimatski uslovi na području Zlatibora (vazдушna strujanja, količina ozona i kiseonika, blaga leta i umereno hladne zime, prozračnost i relativno mala vlažnost), povoljni za lečenje bolesti štitaste žlezde (Institut za štitastu žlezdu i metabolizam „Zlatibor“), akutnih i hroničnih oboljenja respiratornih organa, anemije, srčanih oboljenja, alergija, bolesti metabolizma (Čigota program) kao i psihofizičke iscrpljenosti. Iz tog razloga, ova oblast je proglašena terapijskim područjem.

2.5. Ruralni turizam

Ruralni turizam predstavlja polugu ekonomskog razvoja i podizanja životnog standarda u ruralnim zajednicama, koji se zasniva na principima održivog razvoja i očuvanja prirodnih resursa. (Unković, 2009). Razvoj seoskog turizma upotpunjuje raznovrsnu turističku ponudu Zlatibora, jer pruža mogućnost razvoja različitih turističkih aktivnosti kao što su:

- *agroturizam* (učesće u tradicionalnim poljoprivrednim aktivnostima, aktivnosti u prirodi - rekreacija i odmor, lov, ribolov, jahanje, biciklizam i dr.),
- *eko-turizam* (obilazak pećina - Stopića, Ršumske i Rakovačke, obilazak vodopada, izvora i drugih prirodnih atrakcija),
- *kulturni turizam* (odnosi se na kulturu, istoriju, tradiciju, arheologiju i upoznavanje sa tipičnim objektima seoskog turizma građenim od prirodnih materijala u autohtonom stilu starih majstora tradicionalne arhitekture).

Neobični zlatiborski pejzaži upotpunjuju slike prirode Zlatibora, jer prostrani pašnjaci ispresecani potocima i manjim rekama pružaju idilične slike prirodnog okruženja. Centar Zlatibora okružen je manjim ili većim zlatiborskim selima, koji čuvaju tekovine tradicionalne kulture i pružaju izvanredne mogućnosti za seoski razvoj. To su: Sirogojno, Gostilje, Rožanstvo, Ljubiš, Tripkova, Mačkat, Rudine, Semegnjevo, Kriva Reka i druga sela.

Sela poseduju značajnu saobraćajnu povezanost, a pored toga opremljena su adekvatno za smeštaj i boravak gostiju. Odlikuju se brojnim bogatstvima, kao što su zdravo prirodno okruženje, hrana, bistre vode, stari zanati i domaća radinost, tradicionalni način života, ili kulturno-istorijski lokaliteti kojima nezaobilazno privlače posetioce. Pored toga, turisti uživaju u organizovanim šetnjama, rekreaciji i izletima, ili se mogu uključiti u aktivnosti i poslove seoskog stanovništva, kao što su radovi na polju. Poseban deo turističke ponude predstavljaju lov i ribolov, jahanje, planinarenje, branje šumskih plodova, lekovitog bilja i druge rekreativno-zabavne aktivnosti u prirodi. Posetioci imaju

Slika 3. - Seoski turizam opštine Čajetine



Izvor: www.zlatibor.org.rs

priliku da se upoznaju sa narodnom kulturom, tradicijom, običajima i stvaralaštvom posredstvom izložbi lokalnih umetnika, folklornih priredbi i izvorne muzike. Zlatiborski domaćini su daleko čuveni po svojoj gostoljubivosti. Sledi kratak opis ovih bajkovitih sela zlatiborskog područja.

Gostilje je zlatiborsko selo koje se nalazi 30 km od centra Zlatibora. Izvanrednu atrakciju ovog sela predstavlja gostiljski vodopad, koji predstavlja najveći vodopad u Srbiji, visine 20 m. Ova bajkovita prirodna pojava smeštena je na reci Vrelo, koja ima i sačuvanu vodenicu, i pruža prijatne uslove za šetnju ili ribolov. Značajan kulturni lokalitet predstavlja rodna kuća narodnog heroja Dimitrija Tucovića. U Gostilju se nalazi 70 kategorisanih ležaja.

Rožanstvo se nalazi na oko 15 km od centra Zlatibora. Ovo zlatiborsko selo poznato je po proizvodnji različitih proizvoda od drveta, kao što su burad, kace i drugo. Na desnoj obali reke Prištavice, koja protiče kroz ovo selo, smeštena je jedna od najlepših pećina u Srbiji, Stopića pećina. Na kraju staze od ulaza pećine duge 250 m nalazi se dug hodnik koji još uvek nije otvoren za turiste ali je u planu realizacija ovog projekta. Tokom proleća ovaj hodnik postaje vodopad. Selo ima 40 kategorisanih ležaja.

Kriva Reka je smeštena 17 km od centra Zlatibora. U centru sela se nalazi izvor Kotren, koji je čuven po tome što njegova ledena voda ne presušuje ni za vreme najvećih vrućina. U selu se nalazi veliki broj prostranih voćnjaka, pre svega šljivika. U Krivoj Reci ima oko 80 ležajeva, koji su uglavnom druge kategorije.

Tripkova je zlatiborsko selo smešteno na oko 20 km od Zlatibora. Iako je selo sa veoma malim brojem stanovnika, odlikuje se nizom manifestacija koje se redovno održavaju. Tokom leta se organizuju radionice za izradu umetničkog stakla, likovna radionica i međunarodni folklorni seminar. Najznačajniji potencijal ovog sela čini jezero Vrutci, koje obiluje ribom. U Tripkovi se nalazi 45 kategorisanih ležaja.

Mačkat se nalazi na 16 km od centra Zlatibora. Prepoznatljiv proizvod Mačkata, odnosno simbol zlatiborskog kraja, predstavlja pršuta. Svake zime u januaru se održava "Pršutijada" koju poseti deset hiljada posetilaca. Mačkat je ujedno i simbol dobre hrane, te je veoma poznat i po prasećem i jagnječem pečenju. U ovom selu se nalazi 20 ležaja.

Rudine su udaljene 6 km od Zlatibora i predstavljaju najpristupačnije zlatiborsko selo. Odlikuje se bogatim prirodnim lepotama u okviru prostorne netaknute prirode. U selu se nalazi 40 kategorisanih ležaja.

Sirogojno je značajano zlatiborsko selo koje se nalazi na 26 km od Zlatibora. Poznato je po muzeju "Staro selo" i čuvenim sirogojnskim pletiljama. Tokom sezone u selu se organizuju likovni, muzički, i književni susreti, izložbe, predavanja i različite letnje škole. U ovom selu je razvijena proizvodnja ručno rađenih odevnih predmeta, uglavnom od islandske vune - kaputi, džemperi, haljine, kape i šalovi, koji su svojom lepotom i atraktivnošću osvojili kupce širom sveta, sve do dalekog Japana i Amerike. Muzej Staro selo i etno-park u Sirogojnu čuvaju tradiciju narodnog graditeljstva i načina života seoskih domaćinstava ovog kraja. Od 1990. ovaj muzej je učlanjen u evropsku zajednicu muzeja na otvorenom. Sirogojno obuhvata 30 ležaja u okviru etnosela, gde turisti mogu uživati u tradicionalnom smeštaju i načinu životu, zatim u 20 ležaja u okviru „Sirogojno kompani“ i oko 25 kategorisanih ležaja u seoskim domaćinstvima.

Ljubiš je smešten 25 km od centra Zlatibora. Selo je karakteristično po raznovrsnom biljnom bogatstvu, naročito u pogledu lekovitog bilja, pečuraka i šumskog voća. Pored toga, selo je čuveno po ribnjacima kalifornijske pastrmke na reci Ljubišnici. Ršumska pećina je takođe jedan od ukrasa ovog sela. Ljubiš predstavlja i rodno mesto našeg poznatog pesnika Ljubivoja Ršumovića.

Dobroselica se nalazi na 15 km od centra Zlatibora. Selo obiluje različitim ambijentalnim vrednostima i iz tog razloga je pogodno za snimanje filmova, tako da je Dobroselica do sada osam puta bila domaćin filmske produkcije. Značajnu pažnju turista privlači crkva brvnara, koja datira iz 1821. godine.

Jablanica je udaljena 22 km od centra Zlatibora i takođe je poznata po crkvi brvnari, nešto mlađom od crkve u Dobroselici (1838 g.). Selo najvećim delom obiluje dolinskim reljefom, ali se nad njim nadvija Tornik, vrh Zlatibora, sa koga se pruža živopisni vidikovac na stotine kilometara.

Semegnjevo je selo udaljeno 16 km od centra Zlatibora. Nadmorska visina sela je 1000 m i pogodno je za lovni i rekreativni turizam, naročito biciklizam, usled prisustva brojnih šumskih staza. Selo obiluje izvorima bistre planinske vode, dok se u potocima mogu naći ribe i rakovi. U Semegnjevu se nalazi 10 kategorisanih ležaja.

Šljivovica se nalazi na 10 km od Čajetine. Selo je veoma poznato po proizvodima od voća. U blizini Šljivovice je železnička stanica Branešci (pruga Beograd – Bar).

Mušvete su malo zlatiborsko selo smešteno oko 10 km turističkog centra Zlatibor. Okružuju ga tri velika brda: Gradina (1176 m), Gliza (951 m) i Cerova (795 m). Naziv ovog sela opisuju različite legende. Selo je bogato izvorima, potocima i rečicama na kojima je nekada bilo sedam vodenica, dok je danas mala reka pregrađena i pretvorena u uređeno kupalište. U Mušvetama se nalazi 10 kategorisanih ležajeva.

Dakle, da bi pomeniti vidovi turizma postali rasprostranjeniji, potrebna je komercijalizacija na međunarodnom tržištu, čime se Zlatibor ne može u velikoj meri pohvaliti. Da bi Zlatibor pristupio sceni na međunarodnom turističkom tržištu, potrebno je više od tradicionalnih modela, te je neophodno stvaranje originalne konkurentske prednosti. Za ispunjenje ovog uslova potrebno je više vremena. Klaster⁶ Jugozapadna Srbija ima najveći potencijal rasta na turističkom tržištu, uz uslov da se na vreme reše infrastruktura i druga pitanja upravljanja destinacijom. (Unković, 2009)

⁶ Klaster predstavlja skup turističkih atrakcija, turističke infra i suprastrukture, sadržaja i aktivnosti, odnosno uslužnih i proizvodnih preduzeća, koncentrisanih na homogenom geografskom području gde se događa turistička aktivnost. (Unković, 2009). U Srbiji se izdvajaju četiri klastera: Beograd, Vojvodina, Jugozapadna Srbija i Jugostočna Srbija.

3. Razvoj wellness turizma na Zlatiboru

3.1. Opšte karakteristike spa i wellness turizma

Spa i wellness turizam se svrstava u zdravstveni turizam. Za kratko vreme je stekao preimućstvo nad klasičnim lečilišnim i banjskim turizmom, generišući povećanje prihoda. Tokom istorije privredne evolucije, pokretači razvoja bile su razne oblasti i pronalasci kao što su: parna mašina, tekstilna industrija, informatika. U budućnosti će to mesto pripadati spa i wellness turizmu, budući da su usluge spa i wellness postale brzo rastuća industrija usluga, koja revolucionarno menja pristup zdravlju i predstavlja novi talas napretka. Prosečan svetski rast ove industrije od 15% na godišnjem nivou se upoređuje i sa informacionim tehnologijama. U tom pogledu, koncept spa i wellness turizma predstavlja nosioca razvoja turizma, odnosno čini bitan turistički trend. (*Strategija turizma Republike Srbije, Prvi fazni izveštaj, 2005*)

Ipak, udeo spa i wellness turizma na globalnom turističkom tržištu još uvek se ne može sagledati izvan zdravstvenog turizma. Iako neki autori smatraju da je spa i wellness turizam više specifičan i sveobuhvatniji od zdravstvenog, što nesumnjivo i jeste, u ekonomskom i marketinškom smislu ne mogu se izdvojiti jasni zaključci o veličini ovog specifičnog tržišnog segmenta jer još uvek ne postoje dovoljna i relevantna istraživanja o ovoj oblasti. Ono što je poznato i očigledno je to da ovom sektoru turističkog tržišta ubrzano raste značaj. Veoma je bitna činjenica i to što ovaj vid turizma nije sezonskog karaktera, čime je omogućeno da se ponuda ne odnosi samo na turizam, već i na potrebe lokalnog stanovništva. (*Strategija turizma Republike Srbije, Prvi fazni izveštaj, 2005*)

Wellness turizam je blisko povezan sa drugim tipovima turizma, odnosno sa kulturnim turizmom, medicinskim, gastronomskim, agroturizmom, ekoturizmom, sportskim i avanturističkim turizmom, i na taj način omogućuje očuvanje tradicionalne kulture i prirode, a ujedno može podstaći brojna preduzetništva. Predstavlja jak potrošački trend i ova grana turizma se razvija brže nego cela turistička industrija. Značajna je i zahvaljujući činjenici što se može realizovati na bilo kojoj destinaciji i u bilo kom periodu u toku godine.

Glavni klijenti wellness turizma su individualci, parovi bez dece, ljudi srednjeg starosnog doba. Ovaj vid turističke ponude je usmeren na objekte sa wellness i spa uslugama (sauna, masaža, bazen, kozmetički tretmani).

3.2. Značaj i uloga wellness turizma u kreiranju turističke ponude

Iako ranije putovanje nije uvek podrazumevalo wellness usluge, u današnje vreme se okolnosti menjaju i wellness i spa industrija čine posebno tržište u okviru velikog tržišta turističke grane. Wellness turizam je relativno nov segment globalne turističke industrije, te zbog toga još nije u potpunosti izraženo putovanje čija je primarna svrha wellness ili spa usluga. Ovaj turistički sektor čini veoma bitan element turističke industrije. (*Global Spa and Wellness Summit, 2014*)

Tabela 11. - Prikaz domaćih i internacionalnih dolazaka u svrhu wellness turizma na području Evrope

Putovanja			Veličina tržišta		Ekonomski uticaj	
Ukupan broj wellness dolazaka (mil.)	Internacionalni wellness dolasci (mil.)	Domaća wellness putovanja (mil.)	Prihodi i rashodi wellness turizma (mil. \$)	Udeo wellness turizma u ukupnom turističkom tržištu	Direktan uticaj wellness turizma	Ekonomski uticaj wellness turizma (mil. \$)
202.747	46.781,2	155.965,9	158.438,7	17%	2.414,490	451.707,3

Izvor: Procene SRI International (Global Spa and Wellness Summit, 2014)

Prema podacima iz tabele može se zaključiti da wellness turizam u Evropi predstavlja značajan element turističke industrije, budući da ostvaruje velike prihode koje su od značaja za globalnu ekonomiju.

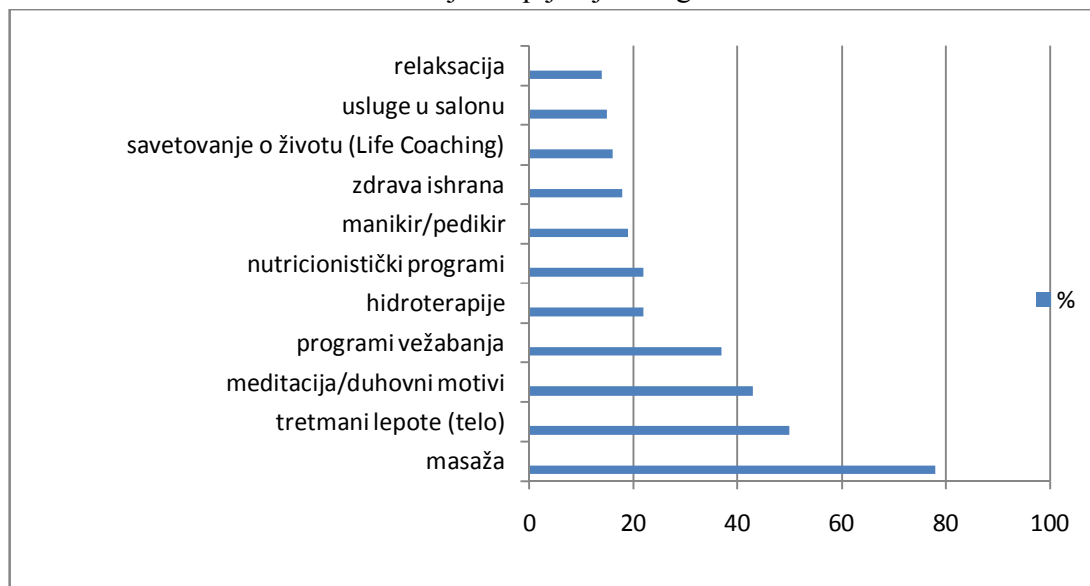
3.3. Globalni trendovi na tržištu

U pogledu napopularnijih usluga i tretmana, u globalnoj spa industriji i glavnim motivima odlaska u spa centre, sprovedeno je 2011. godine istraživanje Coyle Hospitality Group-a. Ovo istraživanje pokazuje da su najčešći tretmani među korisnicima na globalnom tržištu masaže, tretmani lepote (tela) i meditacija, zatim tretmani lepote (lice), programi vežbanja, hidroterapije i drugo. (*Cross Spa, 2013*)

Zatvaranje demografskog prozora⁷, koji je već nekoliko decenija prisutan u većini razvijenih zemalja, posebno u zemljama Evrope i koji polako uzima maha i u zemljama u razvoju, razultira rastom starije populacije u ukupnoj populaciji. Stanovništvo koje stari a istovremeno raspolaže značajnim delom raspoloživog ličnog dohotka zbog rasta standarda, u sve značajnijoj meri utiče na oblikovanje potražnje turističkih usluga. Imajući u vidu specifične potrebe i zahteve ove populacije, dolazi do jačanja potražnje usluga zdravstvenog turizma u segmentima turizma koji se odnose na wellness i spa, kao i na rehabilitacioni i medicinski sektor. Pregled najčešće korišćenih tretmanskih wellness i spa usluga na globalnom nivou može se prikazati grafički (grafik 2). (*Cross Spa, 2013*)

⁷ Demografska situacija u kojoj se smanjuje broj radno aktivnog stanovništva u korist stanovništva koje izlazi sa tržišta rada usled starenja stanovništva.

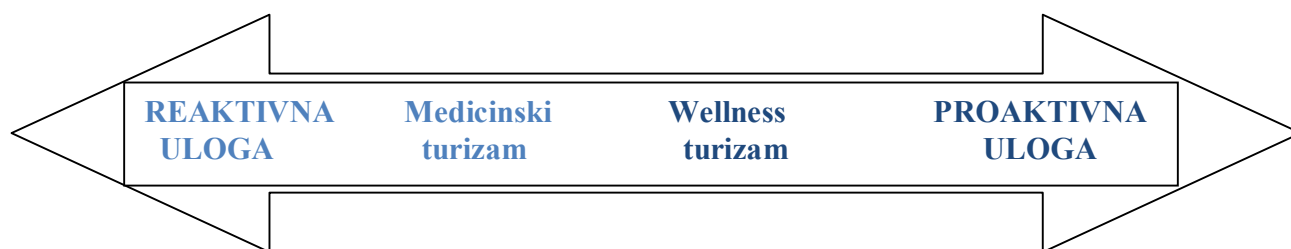
Grafik 2. - Najzastupljenije usluge i tretmani



Izvor: Coyle Hospitality Group (Istraživanje "Priorities of Today's Spa Consumer")

Najzastupljeniji tretmani za osobe ženskog pola su masaže i tretmani lepote, dok su najčešći tretmani kod osoba muškog pola korišćenje saune, parnih kupatila, fitness sprava i masaže.

Starenje populacije, sve veći porast hroničnih bolesti i nezdravog načina života, nedovoljno adekvatni lekovi koji iziskuju velike troškove, kao i stres uzrokovan modernim načinom života, čine velike uzročnike globalne zdravstvene krize. Mnogi ljudi pokušavaju da se suprotstave, tragaju za boljim životom, aktivno menjaju načine života, kako bi održali dobru zdravstvenu formu. Ovaj trend iziskuje napredovanje wellness industrije koja obuhvata komplementarnu i alternativnu medicinu, nutricionizam i programe za mršavljenje, spa usluge, fitness, aktivnosti za opuštanje uma, tretmane za ulepšavanje, zdravstvenu prevenciju i wellness turizam. Zbog toga pojedinci koji svrstavaju wellness u uobičajen način života, takođe pokazuju interesovanja za ovaj vid turizma prilikom putovanja.



Lečenje bolesti
Korektivna
Podeljena u seanse
Klinička odgovornost
Prema zdravstvenoj potrebi

Održavanje i poboljšanje zdravlja
Preventivna
Holistička
Individualna odgovornost
Sastavni deo života

Ako se sagleda na skali reaktivnih i proaktivnih pristupa zdravlju, može se primetiti da je za wellness karakteristična proaktivna strana, koja obuhvata i stavove i uverenja koja sprečavaju bolesti, poboljšavaju zdravlje, pospešuju kvalitet života i dovode do najviših optimalnih nivoa dobrobiti. (*Global Spa and Wellness Summit, 2013*)

Medicinski i wellness turizam, međutim, čine komplementarne grane turističke industrije, jer obe ispunjavaju potrebe ljudi koje su usmerene na oporavak, odnosno poboljšanje zdravlja. Spa predstavlja bitan deo wellnessa, naročito ako se uzme u obzir činjenica da troškovi za spa čine 41% globalne wellness turističke ekonomije. (*Global Spa and Wellness Summit, 2013*)

Bez obzira da li se radi o putovanju sa primarnom ili sekundarnom wellness namerom, neizostavno je da oba segmenta čine jedinstvene i bitne mogućnosti za poslovanje, turističke destinacije, regije, odnosno države koje teže da razvijaju visokotraženi segment turizma.

U ekonomskom smislu, wellness turizam predstavlja vezu između značajnog trenda u načinu života i porasta globalne industrije. Kako je jedna od vodećih industrija sveta, turizam obezbeđuje sto miliona poslova širom sveta i na taj način ostvaruje 9% ukupnog svetskog BDP-a. (*Travel & Tourism Economic Impact, 2013*)

Globalni porast srednje klase, kao i osnovna ljudska potreba za odmorom, otklanjanje stresa i upoznavanje sa drugim mestima i kulturama predstavljaju bitne karike turističke industrije, čiji je svetski porast sve приметniji. Istovremeno, pozitivno i zdravo raspoloženje je neophodan element za uspešno poslovanje, ali takođe se na taj način smanjuju zdravstveni troškovi. Iz tog razloga se wellness turizam pozicionira kao profitabilna sfera između wellness industrije i svetske ekonomije masovnog turizma. (*Global Spa and Wellness Summit, 2014*)

3.4. Definisanje pojma wellness i spa

Slika 4. - Šematski prikaz zdravstvenih i wellness i turističkih proizvoda



Izvor: Global Spa and Wellness Summit, 2011)

Na prethodnom šematskom prikazu, može se videti širi spektar usluga koje koriste korisnici zdravstvenog, odnosno wellness turizma. (*Global Spa and Wellness Summit, 2011*) Međutim, kao što data šema pokazuje, postoji bitna razlika između zdravstvenih i wellness turističkih proizvoda. Zdravstveni turizam je povezan sa klijentima koji putuju radi terapija i tretmana koji će im pomoći da poboljšaju svoju zdravstvenu situaciju.

Wellness kao pojam sreće se još u starim priručnicima engleskog jezika gde označava stanje blagostanja ili dobrog zdravlja. Nekada se poistovećivao sa stanjem odsustva bolesti. Tokom 90-ih bio je razvijen pasivan pristup koji je wellness poistovećivao sa pasivnim ležanjem u vodi. Svest o wellness-u se razvijala postepeno. (*Master rad, Ikonić N., 2013*)

Koncept wellness-a razvija američki lekar Halbert Dunn 1959. godine, kada je govorio o „specifičnom stanju zdravlja koje obuhvata sveopšti osećaj blagostanja, posmatrajući čoveka kao celinu sačinjenu od tela, duha i uma, i koji zavisi od okoline u kojoj se nalazi.“ Po njemu je wellness „stanje savršene usklađenosti telesnog, duhovnog i socijalnog dobrog osećanja.“ Mnogi drugi istraživači su se bavili Wellness-om i dolazili su do sličnih zaključaka. (*Dunn, 1959*)

Pojam “wellness” se ustalio u jeziku 70-ih godina 20. veka, i u poslednjih 10-15 godina zabeležen je dramatičan porast njegove popularnosti. Opšta upotreba ovog termina odnosi se na tretmane koji doprinose boljem duševnom ili zdravstvenom stanju pojedinaca. Mnogi su se autori bavili, i mnogi se i dalje bave istraživanjem ovog novog turističkog brenda, tako da postoje raznovrsna tumačenja wellness-a.

“U nameri da se odlučimo za savremena iskustva koja nudi wellness turizam, treba da budemo svesni da se mora dati konkretan i svestan doprinos psihološkoj, duhovnoj ili emocionalnoj dobrobiti, uz odgovarajući fizički uticaj. (Smith, Kelly, 2006). Ovi istraživači takođe dodaju da navedeno stanje dovodi do prelaza wellness turizma od realnog ka uglavnom pasivnom obliku turizma, koji ima za cilj obezbeđivanje mesta u kome će se pojedinci skloniti u aktivnoj potrazi za pojačanim wellness-om.” (*Global Spa and Wellness Summit, 2011*)

“Wellness turizam predstavlja skup svih relacija i fenomena koji se javljaju u toku putovanja i boravka ljudi čiji je osnovni motiv da sačuvaju ili unaprede svoje zdravlje. (*Mueller and Kaufmann*). Miler i Kofman dodaju da ova vrsta turista odseda u posebnim hotelima koji obezbeđuju profesionalne veštine, usluge i individualne tretmane, pri čemu turisti dobijaju kompletan paket usluga koji objedinjuje fitness i brigu o lepoti, zdravu ishranu i dijetu, relaksaciju i meditaciju, uz mentalnu aktivnost i podučavanje.

Definicije su različite ali se svi autori slažu da je wellness turizam turistički segment koji sve više uzima maha, jer je najznačajniji način za oslobađanje od stresa i poboljšanje zdravlja.

Sam pojam *Wellness* (**WELL BEING** i **FITNESS**), ukazuje na jačanje tela i duha na različite načine. Kroz wellness ljudi deluju pozitivno na svoje telo, čuvaju zdravlje, održavaju dobro raspoloženje i pospešuju ukupan kvalitet života, čime postižu viši zdravstveni nivo.

Nacionalni wellness institut (National Wellness Institute) definiše wellness kao „aktivan proces kroz koji ljudi postaju svesni i prave izbore ka uspešnijem opstanku.“ NWI je razvio model od šest dimenzija koji se fokusira na fizički, duhovni, intelektualni, emotivni, društveni i profesionalni aspekt života. (*Master rad, Đurađević, 2012*)

Termin Spa predstavlja skraćenicu od *salus per aquam*, što u prevodu znači *putem vode do zdravlja*. Nekada je označavao kupanje u lekovitim banjskim vodama, dok se danas znatno proširio. Internacionalna Spa Asocijacija (ISPA) definisala je spa kao „mesto posvećeno poboljšanju sveopšteg blagostanja kroz raznolikost profesionalnih usluga koje ohrabruju obnavljanje tela, uma i duha.“ (Master rad, Đurađević, 2012)

Nekada su spa centri vezivani za mineralne izvore koji su služili za relaksaciju i lečenje. Danas pojam spa centra podrazumeva širok spektar usluga u okviru svoje ponude, koje imaju pozitivan efekat na psihičko i fizičko zdravlje korisnika, kao što su fitness, kozmetički tretmani lica i tela, medicinski pregledi, savetovališta, nutricionizam, metode upravljanja stresom, duhovno uzdizanje, terapiju pokreta, i drugo. Spa tretmani pomažu korisnicima da se mnogo bolje osećaju i žive zdravo. (Master rad, Đurađević, 2012))

Spa termin podrazumeva mesta u kojima se nude usluge koje doprinose sveopštem blagostanju, dok se termin wellness prvenstveno koristi u označavanju životnog stila, filozofije, ideje o postizanju balansa tela, uma i duha. U spa tretmane ubrajaju se razne masaže, kako lica, tako i tela. Aromaterapije su takođe sastavni deo ponude spa centra. Pored svega ovoga, spa centri nude i boravak u sauni, đakuziju ili u parnom kupatilu. Neretko spa centri imaju i bazen, dok neki spa centri u okviru svoje ponude imaju manikir i pedikir, kao i usluge frizera i kozmetičara.

Svaki spa centar svojim gostima treba da ponudi sledeće: mirnu i tihu atmosferu, odevnu opremu, veliki izbor različitih masaža lica i tela, profesionalne fizioterapeute i kozmetičare, posebne prostorije za masažu, profesionalne spa proizvode, sobu za odmor, ormariće za odlaganje stvari, a pogodno je imati saunu i/ili parno kupatilo, pri čemu čistoća svakog elementa mora biti na najvišem nivou.

Razvijajući svoju wellness i spa ponudu, Zlatibor nudi turistima mogućnost kvalitetnijeg provođenja vremena, odnosno unapređenja njihovog zdravlja i kvaliteta života. Ukratko, nudi potpunu dobrobit, potpuni wellness.

3.5. Organizacija wellness i spa kompleksa

Međunarodno spa udruženje definisalo je sedam vrsta spa/wellness kompleksa: (*Strategija turizma Republike Srbije, Prvi fazni izveštaj, 2005*)

1. Club Spa,
2. Cruise Ship Spa,
3. Day Spa,
4. Destination Spa,
5. Medical Spa,
6. Mineral Springs Spa,
7. Resort/hotel Spa.

Club Spa nudi pre svega fitness, ali i široki spektar profesionalno vođenih spa usluga na dnevnoj bazi.

Cruise Ship Spa predstavlja spa centar na velikom prekookeanskom brodu za kružna putovanja, koji ima u ponudi profesionalno vođenje spa usluge, fitnes i wellness komponente, kao i spa jelovnik sa pažljivo biranim jelima.

Day Spa je najrazvijeniji vid relaksacije u zapadnoj Evropi. U ponudi ima profesionalne spa usluge na dnevnoj bazi. Gostima se pružaju usluge tretmana upotrebom profesionalnih proizvoda u zasebnim sobama, koje reflektuju čistu i umirujuću atmosferu. Takođe, unutar samih objekata se obično nalazi asortiman sa ponudom Spa kozmetike, koja se može kupiti i koristiti kod kuće po odlasku iz centra. Gostima se omogućava korišćenje svlačionice, bade mantila i slično. (*Strategija turizma Republike Srbije, Prvi fazni izveštaj, 2005*)

Destination Spa pruža klijentima mogućnost izbora, a povezan je sa poboljšanjem životnog stila, kao i poboljšanjem zdravstvenog stanja kroz profesionalne spa usluge, fitnes, obrazovne programe, odnosno smeštaj u sklopu centra. Posebnu uslugu čini spa jelovnik. (*Strategija turizma Republike Srbije, Prvi fazni izveštaj, 2005*)

Medical Spa kao primarnu ulogu ima pružanje kompletne zdravstvene i wellness usluge u ambijentu koji integrira spa usluge sa konvencionalnim i posebnim tretmanima i terapijama. Ovakva mesta rade pod stalnim nadzorom medicinskog osoblja, i ovoj kategoriji se predviđa najveći rast u narednih desetak godina. Najviše je zastupljeno u zapadnoj, istočnoj i centralnoj Evropi. Međutim, ovi spa centri imaju velike izazove uzimajući u obzir činjenicu da su smeštajne jedinice najčešće bolnice ili stacionari, koji su manje privlačni gostima i manje konkurentni na tržištu. Najčešće su zavisni od državnog sektora i socijalnog zdravstvenog osiguranja. Mnogi od takvih objekata su davno izgrađeni i osnovna namena im je bila čisto medicinska ustanova. (*Strategija turizma Republike Srbije, Prvi fazni izveštaj, 2005*)

Mineral Springs Spa u svojoj ponudi ima prirodne mineralne, termalne i druge izvore koji se koriste u svrhu hidroterapijskih tretmana. Ova vrsta spa je najtipičnija za evropski spa/wellness sektor. (*Strategija turizma Republike Srbije, Prvi fazni izveštaj, 2005*)

Resort/hotel Spa se nalazi u sklopu hotela ili odmarališta koji pružaju profesionalne spa usluge, fitnes i wellness komponentne sa spa jelovnikom. Među zaposlenima je medicinsko osoblje, različiti terapeuti i fitnes instruktori. Gosti na ovakvim mestima imaju boravak od nekoliko dana do nekoliko nedelja, stoga svi elementi turističkog paketa moraju biti integrisani ka istom cilju. Lokacija objekta je često udaljena od ostalih objekata, tako da se gosti na miru prepuštaju ponudi objekta. Shodno tome, menadžment hotela stavlja akcenat i na zabavu gostiju hotela i njihovo aktivno ispunjavanje slobodnog vremena. Ovo je druga po veličini od svih sedam kategorija, usled činjenice što ju je hotelska industrija prihvatila kao standard u cilju povećanja profitabilnosti ali i zbog povećane zainteresovanosti posetilaca za ovom vrstom ponude. (*Strategija turizma Republike Srbije, Prvi fazni izveštaj, 2005*)

Ako se uzme u obzir destinacija Zlatibor, od pomenutih vidova spa/wellness kompleksa najzastupljeniji su Day Spa i Medical Spa, dok je učešće ostalih oblika wellness tretmana nešto manje ili nimalo izraženo.

3.6. Korisnici turističkih usluga u wellness turizmu

Izražena je velika oscilacija između nivoa interesovanja za wellness među turistima. Dok jedni organizuju putovanja isključivo namenjena wellness uslugama (primarna svrha wellness turizma), drugi wellness aktivnosti praktikuju samo kao deo svog putovanja (sekundarna svrha wellness turizma). Dakle, razlikuju se dva tipa korisnika wellness usluga, i oba predstavljaju jedinstvene i važne mogućnosti za razvoj poslovanja, turističkih destinacija, regija kao i zemalja. Treba istaći i to da wellness turisti (odnosno turisti koji praktikuju primarnu svrhu wellness turizma) troše 130% više od prosečnog turista. (*Global Spa and Wellness Summit, 2013*)

Primarna svrha wellness turizma	Sekundarna svrha wellness turizma
Wellness je jedina svrha ili motivacioni faktor za putovanje i izbor destinacije.	Izražena je težnja za održavanjem wellness-a ili učešća u wellness aktivnostima tokom bilo koje vrste putovanja.

Primeri

- Poseta spa destinacije. - Boravak u mirnim, često isposničkim mestima, radi meditacije. - Spa vikend radi podmlađivanja i smanjenja stresa. - Odlazak u wellness centre radi kompletnog zdravstvenog pregleda. - Odlazak na wellness krstarenje. - Sedmodneni boravak u eko-spa i prirodnom spa odmaralištu. - Učešće u jogi koja je u kombinaciji sa hranom, meditacijom itd. u prirodnom okruženju.	- Poslovni ili obični turisti koji aktivno istražuju zdrav smeštaj, hranu i fitnes mogućnosti tokom putovanja. - Turisti u letnjem odmaralištu koji žele da posete spa ili salon nekoliko puta u toku putovanja. - Turisti na krstarenju koji biraju poseban brod sa spa, fitnes i kozmetičkim pogodnostima. - Avanturisti koji posećuju eko spa posle dužeg pešačenja ili vožnje bicikla. - Turisti grupnih putovanja koji dobijaju Thai masažu ili posećuju hamame, kao sastavni deo aktivnosti datog putovanja.
---	--

Izvor: Global Spa and Wellness Summit, 2013

Spa turisti su uglavnom ženske osobe koje imaju između 36 i 55 godina (najčešće oko 47 godina), i više su ili visoko obrazovane. Uglavnom žive u urbanim sredinama ili u predgrađima, a spa destinacije posećuju najčešće bez dece. Međutim, u poslednjih par godina je primetan i konstantno rastući interes muškaraca, mada ne u tolikoj meri kao kod žena. (*Strategija turizma Republike Srbije, Prvi fazni izveštaj, 2005*)

Glavni motiv dolaska, odnosno boravka, je relaksacija, ali i pedikir i manikir tretmani, programi obrazovanja, tj. zdrava ishrana radi smanjenja težine. Uz glavne motive dolaska u spa destinacije, posetioci vole da se bave i aktivnostima na otvorenom, poput golfa, biciklizma i pešačenja, ali vole i upoznavanje sa istorijskim i kulturnim nasleđem sredine u kojoj se nalaze. Ponekad tokom boravka u spa destinaciji posetioci odlaze na kratke izlete u okolini. U izboru

destinacije najviše se oslanjaju na preporuke prijatelja i poznanika, a često i na putničke agencije, knjige ili vodiče, dok radi informisanja najčešće koriste internet.

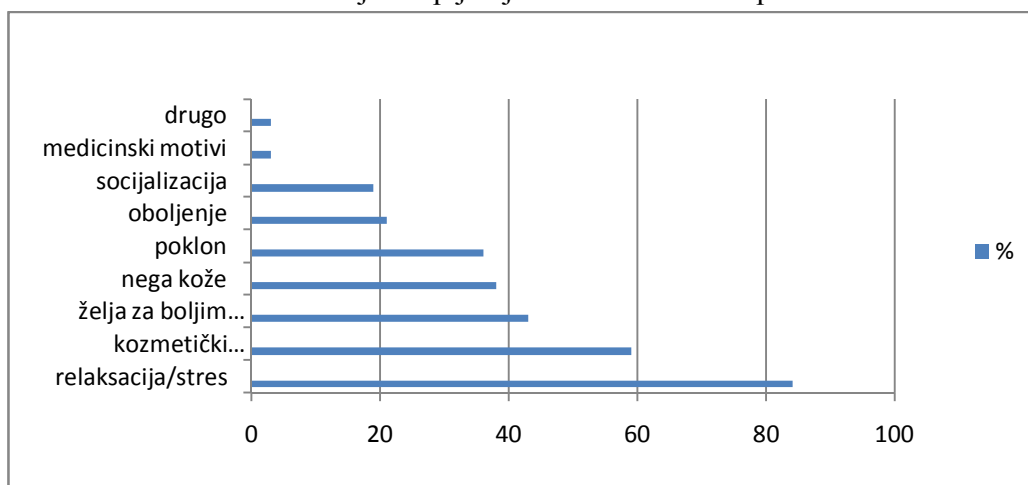
Iako su pokretači wellness turističkog tržišta žene i sredovečne porodice bez dece, (tj. čija su deca već odrasla), poslednjih godina očigledan je trend koji ukazuje da su zdravstvena i wellness putovanja sve privlačnija i mlađoj populaciji. Turisti starosti 20-25 godina su grupa koja se u sve većoj meri zanima za ovakva putovanja. Ipak, starosna grupa turista 50-65 godina i dalje ima najveći potencijal. Ovi potrošači traže uobičajene medicinske metode za očuvanje zdravlja, duže se zadržavaju na destinaciji i njihovi tretmani uopšte traju duže. Većina wellness turista je već aktivna kod kuće u nekom od oblika aktivnosti: joga, meditacija, masaža, i slično. Oni koji to nisu, često žele da se na odmoru više upuste u wellness aktivnosti. (*Strategija turizma Republike Srbije, Prvi fazni izveštaj, 2005*)

Međutim, poslednjih godina, sve je veći pomak sa tipičnog „ženskog“ proizvoda, na muške korisnike i cele porodice. (*Cross Spa, 2014*)

3.6.1. Motivi odlaska u spa centra

Motivi odlaska u wellness i spa centre su raznovrsni, u zavisnosti od potreba samih potrošača. Na Grafiku 3 su prikazani najčešći motive korisnika za odlaske u spa i wellness centre. (*Cross Spa, 2013*)

Grafik 3. - Najzastupljeniji motivi odlaska u spa centre



Izvor: Coyle Hospitality Group (Istraživanje "Priorities of Today's Spa Consumer")

Kako istraživanje pokazuje, može se zaključiti da su glavni motivi odlaska u spa i wellness centre na globalnom tržištu relaksacija/stress, kozmetički tretmani (kosa, nokti i dr.), želja za poboljšanjem izgleda, nega kože, i drugo.

4. Promociona aktivnost Zlatibora na turističkom tržištu

Propagandna politika je od velikog značaja za dugoročno postavljanje ciljeva razvoja turizma, koji objedinjuju interese konkretnih preduzeća iz oblasti ugostiteljstva ili turističkih agencija. U tu svrhu se nastoji da se unapredi postojeća prodaja. Uspešni propagandni program karakterišu i različiti vidovi udruživanja, odnosno formiranja poslovnih zajednica na nivou različitih organizacija (kulturnih, sportskih, obrazovnih i drugih), kako u okviru države tako i izvan njenih granica. Njihova uloga je da se sprovede turistička propaganda na nacionalnom i internacionalnom turističkom tržištu. Informaciona i komunikaciona tehnologija imaju veliki uticaj na celokupno poslovanje u turizmu. Kao glavni trend izdvaja se internet, koji omogućava najbrži pristup bilo kojoj vrsti informacija, bilo gde u svetu, zbog čega je njegovo mesto veoma značajno na polju industrije putovanja i turizma. Naročito je poznata ponuda hotelskog smeštaja u poslednjem trenutku (last-minute booking), koja pruža povoljne cene usled takmičarskog karaktera u prodaji preostalih kapaciteta. (Unković, 2009) Nažalost, Zlatibor se ne može pohvaliti razijenim propagandnim instrumentima.

Glavne nosioce promocije aktivnosti zlatiborske regije predstavljaju lokalne turističke organizacije. Od velike je važnosti njihova saradnja sa nacionalnom turističkom organizacijom, jednako kao i sa privrednim subjektima ove oblasti.

Turistička organizacija Zlatibora promovise ovu turističku destinaciju na raznovrsne načine. To su pre svega različite grafičke publikacije kao što su katalozi i brošure na srpskom i engleskom jeziku, zatim turistička karta Zlatibora, takođe na srpskom i engleskom jeziku, turistički informator, razglednice, plakati i flajeri na srpskom jeziku i prospekt seoskog turizma na srpskom i engleskom jeziku. Ovaj štampani materijal se predstavlja na domaćim sajmovima turizma i domaćim turističkim bazama, kao što su Beograd, Novi Sad i drugi, ali i na stranim sajmovima turizma na kojima učestvuje turistička organizacija Srbije, kao i u informativnim centrima Zlatibora, lokalnim informativnim centrima u Srbiji. (*Poslovni – Master - plan destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007*)

Pored grafičke promocije, Zlatibor ima opštu prezentaciju, koja je prikazana na tri sajta. Najsadržajnija stranica je www.zlatibor.co.yu, ali postoje i www.zlatibor.com i www.zlatibor.org. Takođe, pored ovih sajtova, prezentacija Zlatibora se javlja u okviru ponude turističke agencije, odnosno organizatora putovanja sa Zlatibora „Aniturs“ (www.anitours.co.yu) i „Zlateks“ (www.zlateks.co.yu).

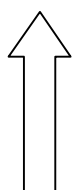
Turistička organizacija Zlatibora se redovno uključuje u promocije aktivnosti Turističke organizacije Srbije, kao domaćin studijskih poseta novinara iz drugih zemalja, kao što su Francuska, Italija, Nemačka, Rusija, Velika Britanija, Izrael, Hong Kong, pri čemu gostuju čuveni mediji: CNN Traveller Magazine, Le mond, WAZ mediengruppe, Vokrug Sveta, Apple Daily, i drugi. Nakon ovih gostovanja, o Zlatiboru su objavljene brojne strane reportaže i članci. Postoje preduzeća koja se nalaze na Zlatiboru i vode sopstvene kampanje na stranom tržištu, poput instituta „Čigota“, koji vodi promotivnu kampanju na ruskom tržištu.

Oko 70% turista dolazi individualno, dok preostalih 30% pristiže posredstvo organizatora putovanja, bilo da se radi o sportskom, obrazovnom, naučnom ili zdravstvenom segmentu turizma. S obzirom da preovlađuju dolasci u sopstvenoj režiji, može se zaključiti da je najzastupljenija direktna prodaja, odnosno putem recepcije na mestu prodaje, telefonskim ili pisanim putem. Zlatibor kao turistička destinacija nalazi se u okviru ponude dvadesetak domaćih organizatora putovanja, kao što su Jolly Travel, Argus, Magelan Corporation, JAT Airlift, itd. Zlatibor se nalazi u pojedinim programima inostranih organizatora, iako ne kao destinacija na kojoj se može provesti ceo odmor već kao deo šire ture koja obuhvata i druge destinacije u Srbiji, kao i destinacije u regionu. Primer za to je program britanskog organizatora putovanja „The Railway Touring Company”, koja predlaže turu „The Black Sea Express“, koja sadrži boravak i dva noćenja na Zlatiboru u hotelu „Palisad“, ili honkonški program S.K.Y. Travel, koja obuhvata jedno noćenje na Zlatiboru, u okviru šire regionalne ture. (*Poslovni - Master - plan destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007*)

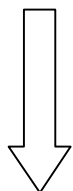
Veliku ulogu u promovisanju Zlatibora imaju turističke agencije. Lokalne agencije su pretežno orijentisane na receptivnu delatnost na samoj destinaciji. Uglavnom se bave posredovanjem u izdavanju privatnog smeštaja u sobama, apartmanima i vilama, ili organizovanjem izleta za turiste koji već borave na destinaciji (izlet za Sirogojno, ali i dalje kao što je izlet na Taru ili Sarajevo, krstarenje Drinom, i sl.). Postoji 12 lokalnih agencija, ali bez veće tehnološke opremljenosti. Nedostatak se primećuje i u pogledu uključivanja iskusnih turističkih vodiča u realizaciju izleta. (*Poslovni - Master - plan destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007*)

Kada se govori o brendu i promociji turističke destinacije Zlatibor, mogu se sumirati njegove snage i slabosti:

SNAGE



- dostupnost resursa za diferencijaciju
- izvori za diferencijaciju su vrlo bitni za ciljne grupe
- proizvodni portfolio je prilagođen današnjem ciljnom tržištu
- doživljaji gostiju su pozitivni
- postoji veliki broj ciljnog tržišta koje ima želju da poseti Zlatibor
- Zlatibor pri pomenu ima pozitivnu konotaciju



- nema jedinstvenog simbola, karakteristike koja izdvaja Zlatibor od ostalih
- opšti imidž destinacije
- opšte stanje turističke infrastrukture (negativan element percepcije)
- popularnost i imidž destinacije su vrlo niski na emitivnom tržištu

SLABOSTI

Iz priloženog se može zaključiti da Zlatibor ima veliki turistički potencijal koji se, nažalost, nedovoljno promovise.

III Budući pravci održivog razvoja turizma na Zlatiboru

Imajući u vidu turizam kao prioritetnu razvojnu šansu, opšti dugoročni cilj predstavlja podsticanje razvoja turističkih područja sa najpovoljnijim mogućnostima za maksimalno produženje turističke sezone i povećanje stepena iskorišćenosti kapaciteta turističke ponude, kao i organizovanje, uređenje, zaštitu i korišćenje turističkih prostora uz celovitu primenu zakona i pravilnika, koji se odnose na zaštitu životne sredine, prirodu, prirodne i kulturne baštine, a sve u smislu njenog održivog korišćenja i uticaja na razvoj ostalih privrednih grana opštine.

Iz navedenog cilja proizilazi veliki napor na daljem razvoju turizma kao činioca uspešnosti i ključne osovine u ekonomskom jačanju regije. To će se postići putem raznovrsnih oblika turizma, uključivanjem ostalih sektora (prehrambena industrija, javne službe itd.) i promenom namene prostora, ali u skladu sa održivim konceptom. Da bi se to ostvarilo neophodno je izvršiti nekoliko sektorskih zadataka i to: (*Republička agencija za prostorno planiranje, 2012*)

1. Registrovati, ustanoviti vrstu i prostorni razmeštaj turizma,
2. Formirati jedinstvenu bazu svih turističkih resursa,
3. Izraditi programe za uključivanje drugih lokalnih delatnosti u turističko privređivanje,
4. Kroz poboljšanje odnosa lokalnih - republičkih organa i adekvatnu marketing promociju privući investitore,
5. Podići nivo infrastrukturne opremljenosti,
6. Zadržati i unaprediti nivo životne sredine u skladu sa konceptom održivog razvoja i Agende 21,
7. Gradnja novih i kvalitetnih smeštajnih kapaciteta (objekata) u skladu sa nosećim kapacitetom destinacije,
8. Formiranje brenda/imidža turističke destinacije,
9. Izrada ponude prilagođene boravku u vansezonskim mesecima,
10. Edukacija i informisanje lokalnog stanovništva o značaju turizma.

Opština Čajetina i Evropski univerzitet potpisali su ugovor o organizaciji Centra evropskog univerziteta na Zlatiboru. Otvorena je kancelarija za upis u hotelu Olimp, u kome će se u budućnosti odvijati nastava. Ova poslovna saradnja biće bazirana na edukaciji mladih ljudi jer s obzirom da opština ima potencijal u turizmu, industriji i proizvodnji hrane, potrebno je podmiriti deficit sa stručnim kadrovima. Usavršavanje mladih je jedan od najboljih načina da se adekvatno odgovori na zahteve čitavog okruga, a posebno Zlatibora kao turističkog centra prve kategorije. (*Republička agencija za prostorno planiranje, 2012*)

Kao industrija koja je orijentisana ka ljudima, turizam na Zlatiboru obezbeđuje mnoge poslove za stanovništvo ove oblasti i time doprinosi konstantnom obnavljanju lokalne ekonomije. Međutim, kao razvojna grana, turizam takođe može biti uzrok pojedinih problema,

kao što je socijalna dislokacija, gubitak kulturnog nasleđa, ekonomska zavisnost i ekološka degradacija. Razna učenja o uticajima turizma na prirodno okruženje podstakla je pojedine turističke grupe da svesnije biraju destinacije za odmor. Ovim se izdvajaju održivi oblici turizma kao što su: turizam usmeren ka prirodi, ekoturizam i kulturni turizam. Održivi turizam postaje toliko popularan da se ono što sada nazivamo “alternativni” može postati glavni oblik turizma u narednim decenijama. Sve aktivnosti turizma treba usmeriti ka održivosti, bez obzira na vid motivacije putovanja – odmor, poslovno putovanje, konferencije, avantura i ekoturizam. Dakle, turizam je industrija koja se mora razvijati u skladu sa potrebama i uslovima kako lokalnog stanovništva tako i turista, radi očuvanja kulturnog nasleđa i životne sredine. (*World Tourism Organization, 2000*)

Važno je istaći međusobni odnos načina života i turizma i rekreativnih aktivnosti, zatim putovanje uključeno u ove aktivnosti i uticaj na destinaciju. Aronsson opisuje probleme za životnu sredinu koje uzrokuje turističko putovanje, iz vremensko-prostorne perspektive. On se bavio uslovima za turističke i rekreativne aktivnosti i otkriva da su oni pre svega zasnovani na konceptima načina života, naročito u postmodernom visoko-pokretnom društvu. (*Aronsson, 2000*)

1. Opšte karakteristike održivog razvoja

S obzirom da je okruženje sve više ugroženo ljudskom aktivnošću koncept održivog razvoja je dobio više ne značaja. Međutim, nastala je potreba za detaljnim razmatranjem stanovišta koja se odnose na primenu i razumevanje pojma održivosti. Stanje životne sredine i razvoja treba ocenjivati kao uzajamni odnos uz traženje balansa koji se tiče svih elemenata prostora. Dakle, održivost se ne odnosi samo na životnu sredinu već na odnos između čoveka i životne sredine. Predmet stalnih analiza je razvoj turističkog proizvoda i turizma ali i načina trošenja tog proizvoda i drugih elemenata koji se direktno ili indirektno odnose na turizam. Naglasak se daje analizi dinamičkih aspekata ponašanja turista, imajući u vidu njihov veliki uticaj na ukupne prilike u životnoj sredini. (*Jovanović, 2009*)

Da bismo bolje razumeli turizam i ponašanje turista, neophodan je uvid u raznovrsne aktivnosti turista u turističkom regionu, kao i poznavanje uslova koji su uticali na odluke koje su turisti donosili. Često se ispoljavaju kombinacije različitih oblika kretanja sa konstatacijom da jedinstvo turizma i rekreacije nije određena samo od strane onih koji vam obezbeđuju turistički proizvod, već zavisi i od samih posetilaca. Dakle, analiza ponašanja turista se mora usredsrediti na proizvođača i potrošača turističkog proizvoda. Turisti su povezani sa različitim aktivnostima i iskustvima u nekom regionu. To je Dietvorst (1989) imenovao kao „Turističko rekreativni kompleks“. Bez saznanja o stvarnom i potencijalnom ponašanju turista ne može biti postavljena garancija za ekološki održivi oblik razvoja turizma. (*Jovanović, 2009*)

Zaštita životne sredine je u funkciji održivog razvoja turizma. Takođe, važi i obmuta relacija u odnosu: održivim razvojem turizma se čuva životna sredina i doprinosi se koristima za buduće generacije.

RAZVOJ TURIZMA ↔ ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE

Turizam je u savremenim uslovima postao pretnja za zaštićenu sredinu ali i za ostala prirodna dobra. Organizacija turizma u zaštićenim prirodnim dobrima predstavlja važan zadatak jer se kao aktivnost bitno razlikuje u poređenju sa drugim destinacijama. Njegov razvoj je znatno više nego kod drugih delatnosti uslovljen kvalitetom životne sredine, jer se stepen očuvanosti i atraktivnosti životne sredine neposredno odražava na mogućnosti za razvoj turizma na datom području. (Todorović, 2012)

Mnogi naučnici nerado priznaju da putovanje počinje odlaskom iz prvobitne zajednice, i to uključuje upotrebu neobnovljive energije koja emituje ugljen-dioksid u atmosferu. (Markwell, Fullagar, Wilson).

Da bi se objedinila oblast turizma, ekologije i regionalnog i privrednog razvoja važno je podstaći eko-inovacije, koje obuhvataju nove proizvodne procese, nove proizvode, nove usluge i nove metode upravljanja poslovanjem, čija će upotreba ili primena sprečiti ili značajno smanjiti rizik po okolinu, zagađenje ili neki drugi negativan uticaj upotrebe resursa. Eko-inovacija nalazi svoje mesto u oblasti turizma, odnosno u potrebi da se sa povećanjem turističke posećenosti ne naruši prirodna očuvanost područja, da se područje ne zagađi i ne uništi za buduće generacije. (Todorović, 2012)

Mnoge destinacije koje su prethodno nepristupačne i nerazvijene postaju atraktivne turističke mete i javlja se orijentacija ka nezavisnim i posebnim motivima odmora, i iz tog razloga malo je prirodnog sveta koji nije eksploatisan ili prilagođen turističkoj potrošnji. Turizam usmeren na prirodu je sektor turizma koji najbrže raste u okviru globalne turističke industrije (Buckley, 2000; Ryan et al., 2000; Wight, 2001; Kuo, 2002). Istraživači karakterišu primarnu ulogu turizma kao direktno uživanje u pojedinim relativno neiskorišćenim fenomenima prirode (Valentine, 1992). Pod širokim okriljem prirodnog turizma, ekoturizam se svrstava u granu u kojoj sve veći broj posetilaca traga za novim iskustvima u prirodnoj sredini, prilikom čega se troškovi svode na minimum a povećava se dobit koja se odnosi na prirodni turizam (Boo, 1990; Cater i Lowman, 1994).

Primena eko-inovacije u turizmu može da se veže za razvoj turizma baziranog na aktivnostima (TBA). Ovaj vid turizma bi omogućio adrenalinski doživljaj boravka u prirodno atraktivnim zonama. Na ovaj način bi se turistima prezentovale atraktivnosti prirodne sredine za šta je potrebna infrastruktura kao podrška ovim aktivnostima. Turizam baziran na aktivnostima se odnosi na:

- planinarenje,
- pešačenje,
- biciklizam,
- spust,

- splavarenje i rafting,
- jahanje,
- lov i ribolov,
- paraglajding,
- zimske aktivnosti.

Zdrava životna sredina je preduslov ljudskog postojanja, te zbog toga ovaj prirodni resurs treba čuvati i unapređivati. Iz tog razloga je potrebno uvoditi evropske standarde i načine ophođenja prema prirodi. Razvoj turizma treba uskladiti sa strateškim upravljanjem, unapređenjem i razvojem turističke infrastrukture i postizanjem održivog razvoja turizma. Saobraćajna struktura nije dovoljno izgrađena, prisutna je neadekvatna komunalna struktura, koja se pre svega odnosi na vodovodnu i kanalizacionu infrastrukturu, što ima negativan uticaj na razvoj turizma i na mogućnost zaštite životne sredine i očuvanja prirodnih potencijala. Neophodno je podsticanje razvoja ljudskih resursa, kao i edukacije u skladu sa potrebama privrede i razvoja turizma. (*Todorović, 2012*)

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. Nekontrolisani razvoj turizma dovodi do mnogih neželjenih ekoloških, socijalnih i kulturnih posledica, što nameće potrebu da se turizam kao delatnost razvija kroz koncepciju održivosti. Zbog toga, celokupna turistička privreda mora da pronađe put i način održivog poslovanja i omogući stabilnu i dugoročnu razvojnu osnovu. Ovakav razvoj turizma je doveo do povećanog broja tur-operatora, kao i njihove uloge na globalnom nivou. Najveći broj tur-operatora je u Evropi i SAD, Kanadi, Japanu, Južnoj Koreji, Rusiji, Australiji, Novom Zelandu i Latinskoj Americi. Za razliku od toga, broj tur-operatora je neznatan u zemljama gde turizam još uvek nije razvijen. Globalno, tržište koje oni pokrivaju čini oko 12% inostranih putovanja, dok je u Evropi njihov udeo u inostranim putovanjima znatno veći i iznosi oko 35%. Na evropskom tržištu su se izdvojili 5 najznačajnijih tur-operatora dok ostali predstavljaju mala i srednja preduzeća koja zapošljavaju do 100 ljudi. Oni uglavnom posluju sa ekonomski slabijom klijentelom, ili su specijalizovani za određene destinacije, ili pak posebne vrste turizma. Sve ove agencije svoj opstanak na tržištu između ostalog duguju i poslovanju po principima održivog razvoja. (*Štetić, 2009*)

Jasno je da tur-operatori moraju da se prilagode novoj razvojnoj ideologiji i načinu razmišljanja ukoliko žele da opstanu na globalnom turističkom tržištu. Krajem dvadesetog veka naslućivala se snaga turizma a u dvadeset prvom veku to je postala stvarnost. Turizam se razvija u svim prostorima nama poznatog sveta, na svim površinama, visinama i u svim dubinama, i njegov uticaj se proširio celom planetom. (*Štetić, 2009*)

Dakle, ukupni uticaji turizma se mogu oceniti izrazito dvojakim. S jedne strane, turizam ima veoma važnu i svakako veoma pozitivnu ulogu u društveno-ekonomskom razvoju mnogih zemalja doprinoseći i kulturnoj razmeni i unapređivanju međunarodnih odnosa. Nasuprot tome, mnoge pozitivne snage usmerene ka turizmu, koji predstavlja značajnu kariku celokupnog privrednog razvoja, gube se pri saznanju da je veliki broj turističkih destinacija iskusio negativne

posledice razvoja turizma po životnu sredinu, kulturu i društvo, čime se dovodi u pitanje tretiranje turizma kao razvojne opcije. Neke od negativnih posledica razvoja turizma mogu biti predstavljene na sledeći način: (Popesku, 2011)

- 1) **Ekonomski aspekti** – čine ih sezonski činiooci koji utiču na turističko poslovanje, zatim delovanje konkurencije, posledice globalizacije, udeo nekvalifikovanih i slabo plaćenih poslova u ukupnoj zaposlenosti, uništavanje tradicionalnih oblika zapošljavanja (poljoprivreda, ribarstvo);
- 2) **Socio-kulturni aspekti** – gubitak kulturnog identiteta, nestanak tradicionalnog sistema vrednosti, i drugo.
- 3) **Ekološki aspekti** – emisija štetnih gasova od strane turističkih saobraćajnih sredstava, veliko korišćenje resursa, stvaranje otpada, značajna potrošnja vode, korišćenje zemljišta u turističke svrhe, i drugo.

Prilikom analize održivog razvoja u turizmu, najveći uticaj na životnu sredinu imaju ekološki aspekti negativnih posledica razvoja turizma. Zbog toga je 1987. godine Svetska komisija o životnoj sredini i razvoju u dokumentu "Naša zajednička budućnost" definisila osnov koncepta održivog razvoja kao "razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnje generacije bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje sopstvene potrebe". Po mišljenju komisije, pod održivim razvojem se podrazumeva proces u kojem se ostvaruje sklad iskorišćavanja resursa, usmeravanja investicija, pravca tehnološkog razvoja i institucionalnih promena sa sadašnjim i budućim potrebama. (Popesku, 2011)

U slučaju održivog turizma veliku ulogu ima slika predstavljene destinacije. Često se ta slika zasniva na fizičkim karakteristikama destinacija ali neretko turistički operatori kreiraju sliku destinacije prema pretpostavkama, željama i potrebama potrošača. U velikom broju slučajeva željena slika postaje model i povod konstrukcije fizičkih objekata i vrste usluga i aktivnosti koje oni pružaju. Na taj način se javljaju faktori koji narušavaju prirodnu ravnotežu. Međutim, ovo nije problem koji se zanemaruje. Kreatori turističkih ponuda sve više ističu odgovorne, savesne i održive vidove turizma, među kojima je najrasprostranjeniji već pomenuti ekoturizam, koji podrazumeva odmor i rekreaciju u prirodnom okruženju. Ekoturističko društvo ističe da ekoturizam predstavlja svesno putovanje u prirodne oblasti radi upoznavanja kulture i prirode, vodeći računa o očuvanju integriteta ekosistema, pri čemu se povećavaju ekonomske mogućnosti koje doprinose očuvanju prirodnih resursa korisnih za lokalno stanovništvo. (*The International Ecotourism Society*)

Kako tvrde Williams i Shaw (1997) masovni turizam podrazumeva kretanje velikog broja turista sa relativno malim dodatnim prihodima. Ovaj vid turista traga za sve egzotičnijim destinacijama za odmor. S obzirom na finansijska ograničenja, ovaj sektor obezbeđuje relativno minimalni nivo usluga i pogodnosti. Jackle (1985: 246) dodaje da turisti i posetioci dolaze u gradove sa određenim očekivanjima od atrakcija. Ovakava očekivanja se ne formiraju samo na osnovu različitih društvenih iskustava i informativnih izvora koji stvaraju različite slike mesta, već takođe variraju u zavisnosti od tipa posetilaca. Williams pokazuje da konstrukcija seoskog predela predstavlja zonu potrošnje, u kojoj se turisti često suočavaju sa određenim kontradiktornostima. Kao prva, izdvaja se činjenica da je u većini turističkih destinacija seoski

teren u okviru privatnog vlasništva, što ozbiljno ograničava pristup. S druge strane, postoje brojne socijalne karakteristike ruralnih područja. Ovakvi faktori utiču na potencijalne konflikte između gosta i domaćina. (Muhanna, 2006)

Međutim, Muhanna takođe navodi da je turizam industrijski sektor koji se najlakše prilagođava održivosti. Za to postoje mnogi razlozi:

- Osim transporta, turizam ne konzumira dodatne neobnovljive izvore;
- Izvori zajednice, njihova kultura, tradicija, radnje, rekreativne aktivnosti, itd. predstavljaju ključne resurse za turizam;
- Turistička upotreba resursa, kako prirodnih tako i kulturnih ne bi trebalo da bude potrošačkog karaktera;
- Turizam predstavlja jednu od nekoliko ekonomskih mogućnosti koja je dostupna udaljenim zajednicama;
- Turizam pruža stvarne mogućnosti za smanjenje siromaštva, stvarajući radna mesta za lokalno i regionalno stanovništvo;
- Turizam je glavni čuvar tradicije i kulture;

Ako se sve ovo uzme u obzir, može se lako primetiti da je turizam na Zlatiboru u skladu sa globalnim sagledavanjem turizma koje pruža Muhanna, te stoga se može zaključiti da je razvoj održivog turizma na Zlatiboru u direktnoj vezi sa očuvanjem kulturnih i tradicionalnih tekovina ovog prostora.

Takođe, među principima održivog turizma izdvaja se ekološka održivost, koja podrazumeva implementaciju razvoja koji je u saglasnosti sa održanjem osnovnih ekoloških procesa, biološkog diverziteta i izvora. To se pre svega odnosi na slabo turističko planiranje koje može da uništi vegetaciju, da izazove prenaseljenost, zagadi vode ili pak da ignoriše lokalne interese. (Muhanna, 2006)

Model održivog razvoja, primenjiv i na turizam, uobličio je i R. Sharpley, što je predstavljeno u sledećoj tabeli.

Tabela 12. – Model održivog razvoja: principi i ciljevi

PRINCIPI	CILJEVI
Fundamentalni princip	- Holistički pristup: razvoj i ekološka pitanja su integrisana u okviru društvenog razvoja; - Budućnost: fokus na dugoročni kapacitet za opstajanje globalnog ekosistema - Pravičnost: pravedan razvoj koji obezbeđuje mogućnosti za pristup i za korišćenje resursa svim članovima društva;

Razvojni ciljevi	- Pобољшanje kvaliteta života za sve ljude: obrazovanje, očekivani životni vek; - Zadovoljavanje osnovnih potreba: usmerava se na prirodu pre nego na prihod - Samopouzdanje: političke slobode i lokalno donošenje odluka za lokalne potrebe
Ciljevi održivosti	- Održivi nivo stanovništva - Minimalno iscrpljenje neobnovljivih resursa - Održivo korišćenje obnovljivih resursa
Uslovi za održivi razvoj	- Usvajanje nove društvene paradigme relevantne za održivo življenje - Međunarodni i nacionalni politički i ekonomski sistemi za racionalnu upotrebu resursa - Tehnološki sistemi za rešavanje ekoloških problema - Razvojna politika na međunarodnom nivou

Izvor: Popesku, 2011.

Održivi razvoj turizma poseduje određene karakteristike u odnosu na: (Popesku, 2011)

- glavne učesnike (interesne grupe),
- glavne oblike prirodnog okruženja odnosno životne sredine,
- različite oblike turizma,
- različite tipove turističkih preduzeća i organizacija,
- različite delatnosti koje čine turizam kao privrednu oblast,
- različite oblike operativnih funkcija,
- različite regione.

Uzimajući u obzir složenost strukture u okviru svake od pojedinačnih grupa može se zaključiti da je veoma teško uskladiti interese i način ponašanja svih aktera i u skladu sa tim postići regularni održivi razvoj turizma. Zbog toga se generalno nailazi na brojne prepreke. Neke od njih su prikazane u narednoj tabeli. (Popesku, 2011)

Tabela 13. – Glavne prepreke primene politika održivog razvoja turističke destinacije

PREPREKE	PITANJA
Ekonomski prioriteti	- Moguće usmeravanje ka većoj održivosti može ugroziti mnoge ekonomske interese; - Ekonomskom rastu je dat prioritet u odnosu na održivost; - Održivi razvoj je naglašen jedino u smeru postizanja ekonomske dobiti, što može imati uticaja na korišćenje resursa i kvalitet života;
Nedostatak kontrole	- Sistemi kontrole su neodgovarajući - Neposvećenost centralne agencije, nejasni zakoni, mali finansijski podsticaji ili ekološki troškovi; - Spoljni uticaji (avio kompanija, organizatori putovanja, i dr.)
Dvosmislenost	- Neobezbeđivanje planova i jasnih ciljeva - Nejasni ciljevi - Pluralizam u postupku kreiranja politike o zaštiti životne sredine
Nedostatak obuke/resursa	- Neuspjeh na lokalnom nivou zbog nedostatka obuke ili kontakata zaposlenih, nedostatak podrške centralnih ili nacionalnih agencija, nedostatak obrazovanja i obuke lokalnog stanovništva - Nedovoljna novčana sredstva za primenu specifičnosti politike

Izvor: Popescu, 2011.

Usled prisustva različitih faktora, proces prilagođavanja turističkih destinacija u uslovima biće karakterisan globalizacijom, ali je to upravo preduslov za postizanje održivog turističkog razvoja.

2. Ekonomska ulaganja u infrastrukturu na Zlatiboru

Postoje planovi za Zlatibor koji se odnose na: (www.rrzlatibor.co.rs)

- investicije u podizanje nivoa kvaliteta smeštajnih objekata i pratećih usluga,
- prateće infrastrukturne objekte (skijališta, vizitorski centri, i sl.);
- razvoj i primenu novih tehnologija;
- komercijalizaciju turističkog proizvoda regije na domaćem i međunarodnom tržištu;
- edukaciju zaposlenih u turizmu na svim nivoima;
- mogućnost prekogranične i međuregionalne saradnje u razvoju turizma;
- brendiranje gastronomskih lokalnih proizvoda;

- autoput Horgoš-Požega
- jačanje javno-privatnog partnerstva;
- regionalni pristup razvoju turizma;
- izgradnju Gondole koja spada u turističku atrakciju A kategorije;
- organizacija muzičkih festivala za mlade, koji će u svom sastavu imati kamp, po uzoru na novosadski EXIT.

Ipak, pri realizaciji ovih planova nailazi se na određene poteškoće, odnosno okolnosti koje bi remetile redovno sprovođenje ovih planova. To su: trajna devastacija i gubitak nekih lokacija pogodnih za razvoj turističkih sadržaja; nedovoljno investitora za ulaganje u turističku privredu regije (iz političkih i ekonomskih razloga); globalna konkurencija u ponudi diversifikovanih turističkih proizvoda, tj. gubitak potencijalnog tržišta usled zaostajanja za konkurencijom; nedovoljna saradnja između lokalnih i republičkih nivoa vlasti; nedovoljno ulaganje u marketing i promociju na nivou Srbije; još uvek nizak nivo osećanja prema javnom dobru i javnim interesima; otežani dogovori o prioritetima usled sukoba lokalnih interesa; neplansko usmeravanje investicija u turizam (bez adekvatnog istraživanja turističkog tržišta); nedovoljna svest o značaju regionalnog upravljanja. Sprovođenje datih projekata povlači sa sobom nove investitore, kontakte i bolju turističku saradnju. Stanovnici Zlatibora, odnosno opštine Čajetina, ali i okolnih opština i varošica dobijaju mogućnost da plasiraju svoje proizvode na užem i širem tržištu, obuhvatajući proizvodnju na različitim poljima delatnosti. (<http://www.rrzlatibor.co.rs>)

Uz to, što se tiče infrastrukture, u planu je nekoliko manjih projekata na Zlatiboru: (www.rrzlatibor.co.rs)

- dodatno uređenje parkovskih površina, rasveta, uređenje dečijih igrališta;
- izgradnja auto kampa;
- izgradnja biciklističkih staza;
- postavljanje turističke signalizacije i opremanje turističkih punktova.

U poslednjih pet godina, najviši porast realizovan je u kategoriji hotela sa 4*, s obzirom na rast tražnje za višim nivoom usluge, naročito za porodice sa mlađom decom iz glavnih urbanih centara i poslovnog segmenta. Najveći kapacitet u ovom segmentu ima hotel „Zlatibor Mona“, koji stalnim unapređivanjem poslovanja diktira standarde ostalim hotelijerima, uključujući i najveći hotel „Palisad“, koji vrši prilagođavanje kapaciteta radi ispunjenja standarda za konkurentnost svoje ponude. Bolju smeštajnu ponudu uglavnom ometaju nerešeni vlasnički odnosi i struktura, ili loša privatizacija. (*Strategija održivog razvoja opštine Čajetina, 2010*)

S druge strane, razvoj regionalne saradnje, rekonstrukcija i izgradnja saobraćajnica regionalnih pravaca (E – 761)⁸, predstavlja osnov dugoročnog razvoja tranzitnog turizma. Preko teritorije opštine Čajetina prolazi državni put prvog reda koji od Užica preko Čajetine, Zlatibora i Boroze Glave vodi do centra Nove Varoši i dalje do Prijepolja i granice sa Crnom Gorom ka Jadranskom moru (E -763) kao i pruga Beograd – Bar. U cilju razvoja tranzitnog turizma,

⁸ Transverzalni putni pravac od Bihaća (BiH) preko Užica i Čačka dolinom Zapadne Morave ka Kraljeva i Pojata ka Zaječaru i granici sa Bugarskom. Urađen je nacrt plana PPPPN infrastrukturnog koridora E-761 deonice Poajte – Preljina.

potrebno je: izvršiti izgradnju novog putnog pravca koji će povezivati turistički centar Zlatibor i železničku stanicu Branešci, na postojećoj pruzi Beograd – Bar, na pogodnim punktovima uz najprometnije saobraćajnice locirati prateće sadržaje za potrebe korisnika (parkirališta, informativni punktovi, restorani, benzinske pumpe i sl.) i na pogodnim i atraktivnim lokacijama, uz saobraćajnice, formirati vidikovce. (*Poslovni – Master - plan turističke destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007*)

Mreža drumskih puteva u Zlatiborskoj oblasti čini 10,3% ukupne drumske infrastrukture Srbije, i to magistralni putevi čine 10,9% mreže, regionalni putevi 18,8%, a lokalni putevi čine 70,3% mreže, i od toga 1957 km su putevi savremenog kolovoza. U poslednjih deset godina je došlo do znatnog širenja putne mreže koja je povećana približno 20%. U planu je izgradnja autoputa Koridora IX, Beograd-Jadran, za kojim su predložene dve varijante rešenja, po kojima bi od Požege, išao preko Golije, ili preko Zlatibora. (*Poslovni – master - plan turističke destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007*)

Na području oblasti se nalazi bivši vojni aerodrom Ponikve, koji je u vlasništvu grada Užice. Aerodrom je od skora otvoren za civilni avio saobraćaj za avione do 10 mesta (prvi međunarodni let desio se 21.10.2013. godine). Trenutno je obnovljeno 1830 metara od inače 3200 metara dugačke piste aerodroma. Osposobljavanje aerodroma da prima i veće civilne avione, imaće značajan uticaj na povećanje obima turističkih tokova, trgovine i spoljnotrgovinske razmene oblasti. Otvaranje ovog aerodroma može imati značajne efekte na turističku privredu, jer bi time bilo omogućeno stranim turistima da lakše i brže dolaze na Zlatibor, čime bi se ostvarivao značajno veći turistički promet stranih turista. (*Poslovni – master - plan turističke destinacije Zlatibor – Zlatar, 2007*)

Dakle, uređivanje piste omogućilo bi sletanje međunarodnih aviona, te samim tim i učestaliji priliv stranih turista. Važnu ulogu mogu imati potencijalni čarter prevozi turista, koji organizuje veliki broj turoperatora. Oni usklađuju i formiraju celovite paket-aranžmane za putovanje u inostranstvo. Zapravo, pomenuti turoperatora zakupljuju avione i kombinovanjem sa ostalim elementima koji ulaze u sastav paket-aranžmana (naročito smeštajni kapaciteti) omogućuju povoljne cene za turiste. Pored toga, sva ulaganja u izgradnju aerodroma su rentabilna, jer radom aerodroma može se ostvariti značajan profit kroz razne takse i posebno razvijen sistem prodaje kvalitetnih proizvoda poznatih svetskih proizvođača na bazi oslobađanja od carinskih dažbina. Stoga je razvoj vazdušnog saobraćaja značajno uslovljen razvojem masovnog turizma, i obrnuto. (Unković, 2009) Zlatibor bi se mogao naći kao jedna od značajnijih planinskih destinacija u okviru datih aranžmana, naročito ako se uzme u obzir da ovakav vid ponude postaje sve zastupljeniji i popularniji među turoperatorima.

Kao mogućnosti za poboljšanje celokupnog turističkog prometa na Zlatiboru, mogu se izdvojiti povoljni trendovi koji su na strani turističke tražnje, zatim pozitivno pozicioniranje Srbije kao turističke destinacije na međunarodnom turističkom tržištu. Potrebno je usvajati i poštovati regulative vezane za zaštitu i održavanje prirodnih i kulturnih resursa, kao i za prostorno uređenje i korišćenje lokaliteta u okviru destinacije. Dakle, neophodno je investirati u poboljšanje drumske i železničke infrastrukture, i izgradnju aerodroma Ponikve, čime će se povećati dostupnost destinacije. Dobrom organizacijom i primenom savremenih tehnika, metoda

i modela uspešnih primera zemalja, ova turistička regija bi se u potpunosti mogla osloniti na svoj prirodni i antropogeni potencijal koji bi se mogao u najvećoj meri iskoristiti. Plasiranje novih turističkih objekata ili uvođenjem inovativnih elemenata u postojećim sadržajima bi u velikoj meri unapredilo turističke potencijale Zlatibora po svim njegovim sektorima, uključujući i wellness turizam. Ekonomska situacija ne dozvoljava efikasno delovanje ali omogućuje lokalno dejstvo. Tim postepenim putem evolucije Zlatibor može postati model za neke od planinskih centara u regionu.

Prema tome, učešćem i sprovođenjem raznovrsnih projekata, Zlatibor dobija viši status kao turistička destinacija, koja se postepeno izdvaja kao bitna meta posetilaca. Uvođenjem novih standarda i praćenjem svetskih trendova, može se privući veći broj internacionalnih i visokobudžetnih turista koji čine bitne korisnike wellness i spa usluga, što ima za posledicu poboljšanje ekonomske situacije cele regije. Da bi se wellness industrija uspešnije razvijala neophodna je saradnja sa nacionalnom vladom i lokalnom samoupravom. To u velikoj meri može doprineti unapređenju ovog oblika turizma. Međutim, Zlatibor karakteriše nedovoljna turistička propaganda na tržištu. Iz tog razloga je potrebno sprovesti promociju pod pokroviteljstvom Ministarstva za turizam, ali takođe i Ministarstva zdravlja, jer se u prvi plan stavlja zdravlje ljudi. Takođe, postepenim zalaganjem i saradnjom I wellness turizam Zlatibora može postati značajna meta na turističkom tržištu.

3. Perspektive razvoja wellness turizma na Zlatiboru

3.1. Uticaj spa i wellness turizma na održivi razvoj turizma na Zlatiboru

Turizam postaje sve značajnija pretnja za životnu sredinu, naročito kada se radi o prirodnom kompleksu kakav je Zlatibor. Međutim, potrebe za uvođenjem novih trendova turizma ne prestaju da rastu.

Tabela 14. - Dolasci i broj noćenja turista na Zlatiboru u 1999. godini

Planina	Broj turista			Broj noćenja		
	Domaći turisti	Strani turisti	Ukupno	Domaći turisti	Strani turisti	Ukupno
Zlatibor	50580	769	51349	302664	2372	305396

Izvor: Statistički godišnjak za 2000. godinu - RZS

Tabela 15. - Dolasci i broj noćenja turista na Zlatiboru u 2010. godini

Planina	Broj turista			Broj noćenja		
	Domaći turisti	Strani turisti	Ukupno	Domaći turisti	Strani turisti	Ukupno
Zlatibor	88039	16785	104824	352583	51641	404424

Izvor: Statistički godišnjak za 2011. godinu - RZS

Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, može se primetiti osetno povećan broj posetilaca, odnosno broj noćenja na Zlatiboru.⁹ Uvođenjem raznovrsnih turističkih atraktivnosti i inovacija, planina Zlatibor je dosta napredovala na svom putu turističkog razvoja. S obzirom da se wellness i spa kao novi turistički trendovi sve više uvode i doprinose povećanom broju turista na Zlatiboru, bitno je njihovo ophođenje prema sredini kojoj destinacija pripada, u ovom slučaju prema Zlatiboru. Iako s jedne strane povećanje broja posetilaca, odnosno korisnika wellness i spa usluga, umnogome doprinosi poboljšanju i unapređenju ovog dela turističkog ugostiteljskog segmenta, s druge strane povećan broj posetilaca može predstavljati opasnost po okolinu, odnosno po održivost turizma na Zlatiboru.

U skladu sa tim primenjuju se brojne eko-inovacije, odnosno turizam baziran na aktivnostima koje se odnose na planinarenje, biciklizam, jahanje, zimske aktivnosti i slično. Na taj način se turistima prezentuju atraktivnosti zlatiborske prirode, za šta je potrebna dodatna infrastruktura. Međutim, pored raznih projekata, važna je i svest turista ali i lokalnog stanovništva o potrebi očuvanja prirodnih vrednosti kojima raspolažemo. (*Todorović, 2012*).

Primetna je sve veća potreba za neophodnim kombinovanjem tradicionalnog upravljanja (saobraćaj, planiranje eksploatacije zemljišta, marketinga, ekonomskog razvoja, itd.) sa potrebom planiranja turističkih delatnosti. Potrebno je uspostaviti pravila ponašanja u turizmu na svim nivoima, odnosno na nacionalnom, regionalnom i lokalnom, zasnovanim na međunarodno priznatim standardima. Takođe je potrebno definisati preporuke za turističke aktivnosti, procenu uticaja na životnu sredinu i granice prihvatljivih promena. (*Program razvoja turizma 2012-2022*)

U skladu sa globalnom brigom o očuvanju planete Zemlje i njenih resursa, smanjenom zagađivanju i održivom turizmu, wellness hoteli uvode mere kako bi dale svoj doprinos očuvanju prirodnih resursa. Održivi wellness turizam, predvođen čuvenim hotelskim lancima, još uvek je u razvoju ali uzima sve više maha u turističkoj industriji. U poređenju sa masovnim turizmom, zdravstveni i wellness turizam pokušava da ima nešto drugačiji uticaj na okolinu. Ovaj vid turizma ne može da primi veliki broj posetioca, kao što je to slučaj na primer sa akvaparkovima ili velikim turističkim kompleksima. Uticaj zdravstvenog turizma na okolinu ogleda se u pogledu prirode i u vidu uticaja na izgrađenu okolinu. Očuvanje biljnog i životinjskog sveta je od izuzetnog značaja kada se radi o području kao što je Zlatibor. Ovi prirodni aspekti koji pomažu pri lečenju deo su prirodnog staništa, stoga svaka izgradnja na njima, razvoj ili njihovo iskorišćavanje ima direktan uticaj na biljni i životinjski svet. Za planinska odmarališta je veoma bitno da priroda koja ih okružuje ostane netaknuta jer i ona sama predstavlja deo turističke atrakcije. (*Master rad, Bogdanović, 2011*)

Pored standardnog uticaja turizma na resurse, kakav imaju na primer emisije ili smeće, jedan od najvećih uticaja wellness turizma na okolinu ima deponovanje korišćene vode. Voda koja se koristi u wellness i zdravstvenim centrima često je bogata mineralima ili je visoke temperature. Ove vode bi trebalo posebno tretirati, budući da topla voda bogata mineralima

⁹ Analizom nije uključen period posmatranja između navedenih godina (1999-2010), jer se u celokupnom period od deset godina povećava turistička posećenost iz godine u godinu, a izabrane godine služe da se uoče razmere tog povećanja.

opterećuje prirodne vode. Visoke temperature vode utiču na nestajanje pojedinih biljnih vrsta. (Bogdanović, Master rad, 2011)

Takođe, objekti zdravstvenog i wellness turizma mogu imati značajan uticaj na zemljište, naročito ako se radi o velikim i novim objektima. Oni mogu doprineti novim stilovima u građevinarstvu, kao i gustini naseljenosti. U tom slučaju veliku odgovornost nosi vlast, ali i autori projekata jer se na taj način može umnogome narušiti celokupna prirodna atmosfera. (Bogdanović, Master rad, 2011)

Međutim, postoji niz drugih faktora koji mogu imati negativne posledice. To se pre svega odnosi na proizvode od papira i na proizvode za čišćenje, koji su prateći elementi svakog tretmana wellness i spa usluga, kao i svakodnevne kancelarijske administracije, koja je nezaobilazna. Iz tog razloga preporučuje se primena strategije recikliranja tj. ponovne upotrebe, kao i korišćenja proizvoda koji su dokazano prihvatljivi za okolinu. Važno je da se izbegava upotreba belila koji u sebi sadrži hlor i da se podstiče upotreba biorazgradivih mastila i boja kao i korišćenje papira koji je dobijen od drveta sa održivih plantaža. Pored toga, hemijska sredstva koja se koriste prilikom tretmana u centrima i sredstva za čišćenje objekta (losioni, sapuni, šamponi, deterdženti za pranje, i sl.) kao i sredstva za održavanje higijene vode, putem toaleta, kuhinje, odvoda za bazene i slično, završavaju u prirodnoj sredini i mogu imati značajan uticaj na poremećaj prirodne ravnoteže ekosistema. (Master rad, Bogdanović, 2011)

Wellness i spa segment turističke industrije na Zlatiboru zapošljava odgovarajući broj stanovništva iz lokalne sredine, što za posledicu ima ekonomsku stabilnost zajednice a kompaniji smanjuje troškove obezbeđivanja uslova za zaposlene koji nisu iz ove lokalne sredine.

Iz svega navedenog sledi da je globalni uticaj wellness-a u bliskoj relaciji sa održivim razvojem turizma. Samim tim, ova teorija važi i za Zlatibor.

Turistička posećenost na Zlatiboru se povećava pod uticajem prirodne i materijalne komponente. Uz povećanje broja domaćih, povećava se i broj stranih turista. Zaštita životne sredine je globalni, nacionalni, regionalni i problem same turističke destinacije, odnosno Zlatibora. U zlatiborskoj regiji se na vreme počelo razmišljati o važnosti i potrebi očuvanja sredine, kako zbog čuvanja prirodnih vrednosti, tako i zbog napretka turizma i dobrobiti lokalnog stanovništva. Daljom zaštitom prirodne sredine i planskim razvojem materijalne sredine, turizam će zadovoljiti potrebe sadašnjih korisnika i svojim obimom može uticati na brži regionalni i privredni razvoj, a u tom pogledu će važno mesto imati ova nesvakidašnja planina, Zlatibor. (Master rad, Bogdanović, 2011)

4. Očekivana ulaganja u smeštaj, ishranu i skijališta

Imajući u vidu veliki značaj turizma u pogledu zaposlenosti, oživljavanja i pokretanja niza pratećih privrednih i neprivrednih delatnosti treba navesti osnovne postupke koncepcije razvoja turizma ove regije: (Strategija održivog razvoja opštine Čajetina, 2010)

1. primena principa održivog razvoja u svim vidovima turističkog privređivanja;
2. formiranje turističke ponude koja bi obuhvatila sve turističke sadržaje opštine;
3. uspostavljanje strateško – javnog partnerstva u oblasti razvoja turizma;

4. aktiviranje seoskih naselja u svrhu turizma odnosno zaštite kulturno – istorijske baštine;
5. usaglašavanje razvojnih prioriteta iz oblasti turizma unutar regiona;
6. izrada marketingškog plana razvoja različitih oblika turizma kroz promotivne i informacione kampanje;
7. poboljšanje materijalne baze kroz osnivanje uslužnog centra za investiranje (pojednostavljeno dobijanje dokumentacije za investiranje u hotelijerstvo);
8. uspostavljanje intersektorskog odnosa svih aktera na republičkom, okružnom i lokalnom nivou (naročito saobraćaja, trgovine, privrede, sporta i kulture);
9. uređenje turističkih atrakcija za prijem i boravak posetilaca (projekti uređenja pećina, vidikovaca, tematskih ruta itd.);
10. definisanje zakonskih okvira u pogledu odgovornosti za pojedine aktivnosti koje se sprovode u prostoru vezane za turizam.

Kao jedan od elemenata koncepcije koji služi za nastavak postojećih pozitivnih trendova ali i otklanjanje nekih ograničenja izdvaja se i identifikovanje različitih oblika turizma ali i njihov razvoj, u smislu mera koja se sprovode i prostora za koji su dati vidovi turizma vezani.

U pogledu zdravstvenog turizma, uključivanje vazdušne banje Zlatibor u sistem međunarodno priznatih lečilišta podrazumeva nekoliko smernica u smislu: izgradnju modernizovanih lečilišnih objekata sa uslovima za sve vidove aktivne rekreacije, uvođenje programa baziranom na spa i wellness procedurama na dnevnoj bazi, ali i obrazovnih programa koji se odnose na poboljšanje zdravstvenog stanja, ishrane i uopšte kvaliteta života. Preduslov ovih aktivnosti jeste prisustvo adekvatno edukovanih stručnjaka za sprovedene ovakvih „novih“ terapijskih procedura. (*Stanković, Pavlović, 2005*)

Postoje jasne mogućnosti za unapređenje terena za sportove na snegu, pre svega skijanja. Da bi se uveli neki novi oblici ponude veoma popularni u svetskim okvirima (alpske skijaške discipline – spust, slalom, superveleslalom, skijaški letovi, biatlon) postoje planovi za izgradnju, tehničko uređenje i markiranje staze za skijanje, žičaru i pristupne saobraćajnice sa manipulativnim parking površinama. Pored skijališta Čigota, Tornik, Liska i Murtenica, izgradnja još dve nove ski staze povećala bi broj turista, što bi zahtevalo izgradnju novih smeštajnih kapaciteta kao i kompletno infrastrukturno i komunalno opremanje područja. (*Krunić i saradnici, 2010*)

U cilju aktiviranja obrazovno-rekreativno turizma koji podrazumeva organizovanje obrazovnih (ekskurzija) i sportskih (brojna takmičenja) aktivnosti i njihovu raznovrsnost u budućem periodu planirano je osmišljavanje programa koji objedinjuju ponudu zasnovanu na bogatoj kulturno-istorijskoj baštini i prirodnim karakteristikama uz organizovanje različitih aktivnosti - sportskih i takmičarskih turnira u prirodi (ekstremni sportovi - paraglajding, biciklističke i moto trke, fudbalske, košarkaške, odbojkaške utakmice, vaterpolo turniri i sl.) ili slikarskih kolonija, kurseva fotografisanja, kulinarstva itd; zatim treba sprovesti zaštitu prirodnog/kulturnog dobra da ne bi došlo do njegove zaštite (tzv. zone zaštite); potom komunalno infrastrukturno opremiti date prostore (staze, info paneli i punktovi, rasveta itd.) i urediti postojeće i podići nove vidikovce ali i informatički pokriti čitavu ponudu u ovoj oblasti (baza podataka o dobrima, korisne informacije itd.).

Da bi ponuda seoskog turizma bila atraktivnija i konkurenta na međunarodnom tržištu postoje planovi da se seoska domaćinstva opreme u skladu sa međunarodnim kriterijumima (posebni higijensko-tehnički standardi), ali je potrebno edukovati domaćine u pogledu načina ophođenja prema domaćim i stranim posetocima organizovanjem interaktivnih radionica, zatim obezbediti punktove za prodaju domaćih namirnica, lekovitog bilja, proizvoda rađenih od vune, drveta i gline, ali što je najbitnije marketinšku pokrivenost u medijima radi promovisanja etno ponude seoskih domaćinstava. (Todorović, Štetić, 2009)

Do poboljšanja pozicije ovog planinskog područja, a pogotovu Zlatibora, u pogledu kongresnog turizma neophodno je: izgraditi kongresni centar i više hotela specijalizovanih za ovaj vid ponude sa pratećom opremom (sinhrono prevođenje, mogućnost TV izveštavanja itd.) i povećanim kapacitetima. Kao poseban preduslov navodi se i osnivanje kongresnog biroa koji bi objedinio sve nosioce ponude na planskom području (hotele, restorane, izložbene paviljone, turističku organizaciju, razne javne službe itd.). (Strategija održivog razvoja opštine Čajetina, 2010)

Turistička infrastruktura svakako predstavlja preduslov bez koga nema savremene turističke ponude. Bez nje je prirodni resurs samo neiskorišćeni potencijal koji se ne može komercijalizovati. Sa turističkom infrastrukturom destinacija postaje traženi turistički proizvod, koji ima svoju cenu na tržištu zavisno od standarda i konkurentnosti. (www.rzlatibor.co.rs)

Postoje predlozi za moguće projekte i ulaganja u smeštaj, kako bi se ostvarila kvalitetnija smeštajna turistička ponuda. U poslednjih nekoliko godina je primetna i izgradnja mini turističkih kompleksa koji bi trebalo da funkcionišu kao svojevrsni oblik smeštajnog asortimana („Hemel“ odmaralište). Povećan je broj kreveta u sobama sa 4* (nedavno su prošireni kapaciteti „Zlatibor Mona“), a trenutno su u fazi završetka renoviranja i kapaciteti hotela „Palisad“. Već izvesno vreme se očekuje otvaranje hotela „Tornik“. (www.rzlatibor.co.rs)

Ako se posmatra gastronomska ponuda, može se primetiti da nije autentična i predstavlja spoj nespojivih elemenata inostranih kuhinja. Kvalitet nije standardizovan i ne postoji sistem osiguranja kvaliteta, dok je sistem nabavke nestandardizovan, tj. proizvođači nisu umreženi. Stoga je potrebno razmotriti kreiranje profesionalnog udruženja (šefova) kuvara koji bi se angažovali na jasnom definisanju autentične gastronomske ponude i standardima kvaliteta.

5. Planiranje, zaštita i unapređenje planinskog prostora Zlatibora (do 2016. godine)

Razvoj turističkog proizvoda Zlatibora, kao i cele Srbije, potrebno je da se zasniva na sledećim principima: (Unković, 2009)

- Jačanje privatnog sektora, koji razvija i upravlja objektima, kreira marketing i prodaju svog turističkog proizvoda;
- Uključenost Vlade u pomoći privatnom sektoru, pružanjem turističke infrastrukture i pravnog okvira, čime će u velikoj meri pospešiti različite nosioce turističke ponude (hotele, turističke agencije, restorane, i dr.).

Za sve planinske prostore od velikog značaja je takođe i očuvanje životne sredine. Pod zaštitu je potrebno staviti vode, vazduh, floru i faunu. U poslednje vreme planine postaju sve više zahvaćene promenama koje bi trebalo shvatiti kao upozorenje sa onim što bi nas sačekalo ako se ovaj problem ne reši. (Jovanović, 2009) Zbog toga je planinske prostore potrebno kontrolisati.

Dokumenti koji se tiču prostornih planova definišu pre svega prioritete planinskih prostora. Akcije zaštite, revitalizacije i unapređenja životne sredine, kao sastavni elementi planova koji doprinose poboljšanju životnog standarda čoveka i društva, uvek i svuda se moraju tretirati ne parcijalno, povremeno, stihijno i bez naučne provere, već jedinstveno, sistematski, naučno osnovano i sa uvažavanjem celovitosti sistema, koji je istorijski uslovljen i evolutivan. (Stanković, 1977) Stanković takođe potvrđuje da se jednom ugroženi elementi životne sredine veoma teško dovode u prvobitno stanje.

Da bi se postigli određeni ciljevi potrebno je pre svega analizirati planinske prostore u skladu sa principima održivog razvoja. To bi bio prvi pokušaj zaštite životne sredine uz iniciranje ekonomskog razvoja planinskih prostora, pri čemu bi se istražili mogući uticaji na životnu sredinu. Kada je reč o uređivanju i nameni prostora posebno treba obratiti pažnju na sledeće aspekte:

- edukativni aspekt,
- istraživački aspekt i
- zakonodavni aspect.

Ovim bi se istakla potreba uključivanja velikog broja stručnih lica različitih profila koji će pomoći u adekvatnom upravljanju životnom sredinom planinskih prostora. (Jovanović, 2009)

Zbog prisutne dvostrane slike, odnosno očekivanog dobitka za čoveka i sigurnog gubitka za prirodnu sredinu, mere kontrole i implementacije treba uskladiti sa planovima višeg reda a potom preduzeti sve mere da bi se šteta po životnu sredinu svela na minimum.

5.1. Situaciona analiza – SOSTAC¹⁰ analiza

Situaciona analiza se koristi za sagledavanje osnovnih faza, ali i potreba i izmena u njima. (Jovanović, 2009)

Planina Zlatibor poseduju izuzetne mogućnosti za održivi razvoj. Tome doprinose karakteristike reljefa, sunčana leta i zime sa snegom. Kada bi se ovaj prostor u odgovarajućoj meri razvio, pre svega privredno, standard ljudi koji tu žive bi porastao, a samim tim ne bi došlo do migracionih kretanja. Takođe, veliku mogućnost razvoju Zlatibora daje očuvana životna sredina, ali uz obavezno primenjivanje mera zaštite. U tome bi morala opština da da početni doprinos, ali i država. Takođe lokalno stanovništvo mora biti upoznato sa potencijalima, ali i sa problemima koji bi nastali, ako bi došlo do nestručnog organizovanja razvoja pojedinih privrednih grana.

Za održivi razvoj turizma na Zlatiboru neophodno je:

- poboljšati objekte infrastrukture;

¹⁰ S – Situation, O – Objectives, S – Strategy, T – Tactictc, A – Action, C – Control.

- transformisati sela koja iz dana u dan postaju sve zapuštenija u sela u kojima će vodeću ulogu imati posebne privredne grane;
- edukovati lokalno stanovništvo;
- brinuti o tome da se životna sredina ne ugrozi, već da doprinese razvoju.

Pored pomenutih ciljeva, treba istaći da bi unapređenjem održivog razvoja došlo do zapošljavanja ljudi, što bi sprečilo dalje iseljavanje i jednim delom obezbedilo održivost prostora. (Jovanović, 2009)

5.2. Nacrt plana i izveštaj plana Republičke agencije za prostorno planiranje

Prostor Zlatiborskog upravnog okruga predstavlja teritoriju sa velikim gubicima u pogledu kvaliteta prirode i životne sredine, tako da je sa jedne strane ovo region sa izuzetnim predeonim karakteristikama od nacionalnog značaja i područje izuzetno kvalitetne životne sredine, dok je sa druge strane definisan i kao područje zagađene i degradirane životne sredine sa više tačaka koje predstavljaju potencijalno značajna zagađenja na ekološkoj mapi Srbije.

Zaključak Izveštaja¹¹ je da su ciljevi u svrhu očuvanja životne sredine (uz uslov sprovođenja mera za otklanjanje negativnih efekata pojedinih rešenja) ostvarivi i da izabrana i utvrđena planska rešenja neće ugroziti vrednosti prirode i životne sredine, uz jasnu preporuku o doslednoj primeni planskih rešenja datih kroz regionalni prostorni plan, koji se odnosi na očuvanje životne sredine, uređenje prostora i korišćenje prirodnih resursa.

Osnovni cilj zaštite i unapređenja kvaliteta životne sredine na području Plana¹² je obezbeđivanje održivog razvoja, korišćenja i uređenja prostora uz direktnu primenu mera prevencije i predostrožnosti radi zaštite životne sredine u budućem razvoju.

Navedeni cilj sprovodio se kroz niz posebnih ciljeva i to: („Regionalni prostorni plan za područje Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga“, 2012)

- sprečavanje i zaustavljanje dalje degradacije prostora i sanacija prostora, kao preventivna zaštita od svih planiranih aktivnosti koje mogu ugroziti postojeći kvalitet životne sredine;
- unapređenje kvaliteta vazduha, vode i zemljišta kroz obezbeđivanje dozvoljenih nivoa emisija zagađujućih materija, posebno teških metala (iz industrije, saobraćaja, daljinskog i individualnog grejanja i sa opštinskih neuređenih deponija i dr.);
- unapređenje kvaliteta šuma, šumskog i poljoprivrednog zemljišta, biljnog i životinjskog sveta, posebno u područjima koja uživaju prethodnu zaštitu; preusmeravanje svih tokova otpada na planirane regionalne deponije Duboka (Užice);
- zaštita i unapređenje kvaliteta vodotokova do propisanih klasa kvaliteta (naročito tokova na teritoriji Užica i Sevojna zbog koncentrisanih zagađenja, kao i Skrapeža);

¹¹ Izveštaj republičke agencije za prostorno planiranje o strateškoj proceni uticaja regionalnog prostornog plana Zlatiborskog i Moravičkog okruga, koji je sprovedo Ministarstvo životne sredine, rudarstva i prostornog planiranja Republike Srbije 2012. godine.

¹² Plan za unapređenje i zaštitu Zlatiborskog i Moravičkog okruga, koji je iznela republička agencija za prostorno planiranje po predlogu Ministarstva životne sredine, rudarstva i prostornog planiranja Republike Srbije, 2012.

- zaštita zemljišta od erozionih procesa, bujica, zaslanjivanja i slično, kao i sprečavanje incidentnih nekontrolisanih ispuštanja zagađujućih materija u vazduh, vode i zemljište;
- smanjenje emisija buke iz saobraćaja i industrijskih postrojenja;
- realizacija lokalnih ekoloških akcionih planova i utvrđivanje obaveze izrade nultog stanja¹³ životne sredine na teritoriji svih gradova/opština i izrade programa praćenja stanja životne sredine, kao i iniciranje programa za monitoring kvaliteta zdravlja stanovnika s posebnim osvrtnom na prevenciju bolesti koje nastaju kao rezultat lošeg kvaliteta životne sredine;
- uvođenje i poštovanje principa održivog razvoja u turizmu, pre svega u pogledu racionalnog korišćenja prirodnih resursa;
- kompleksna valorizacija prirodnih i antropogenih turističkih potencijala, regionalno klasifikovanih po vrednosti i sadržaju, u skladu sa trendovima svetske i domaće potražnje, standardima internacionalnog tržišta i socio-ekonomskim interesima Republike i lokalnih sredina;
- organizovanje regionalno integrisane ponude destinacija i kompleksa, koja sadrži prepoznatljive motive i omogućuje afirmisanje novih proizvoda domaće i inostrane turističke tražnje, uz integrisanje razvoja turizma sa drugim različitim aktivnostima;
- podsticanje razvoja turističkih područja sa najpovoljnijim uslovima za maksimalno produženje turističke sezone, povećanje stepena iskorišćenosti kapaciteta turističke ponude i socio-ekonomskih efekata turizma, što predstavlja intenzivniji razvoj turizma, kompletniju turističku ponudu i povećanje kvaliteta turističkih usluga u destinacijama koje su već u određenoj meri turistički priznate, kao i aktiviranje novih prostora sa turističkim resursima, kao glavnim potencijalima nedovoljno razvijenih područja, zavisno od trendova tražnje i mogućnosti ulaganja Republike u nekomercijalne sadržaje turističke ponude;
- podizanje kvaliteta smeštajnih kapaciteta (posebno postojeće hotelske industrije) na međunarodni nivo povećanjem standarda usluge i proširenjem izbora usluga u skladu sa proizvođačima atrakcija, kao i modernizovanje sistema promocije i prodaje putem internet promocije, uz poslovno povezivanje sa Low-Cost kompanijama;
- unapređenje uslova za turizam i rekreaciju putem unapređivanja izletišta, izgradnjom skijališta i ski-stadiona, kupališta na jezerima i rekama, turističkim i komunalnim opremanjem sela, uređenjem lovišta, kulturno-istorijskih celina, spomenika itd.;
- poboljšanje efikasnosti upravljanja razvojem turističkih destinacija, posebno sprovođenjem vlasničke i poslovne transformacije, koordinacijom aktivnosti na nivou turističkog mesta i turističke destinacije, usklađivanjem interesa zaštite prirode i razvoja turizma;
- usklađivanje zakonskih regulativa koje se odnose na razvoj turizma sa regulativama EU uz direktno učešće građana u razvoju turističkih destinacija (od mesnih akcionih grupa preko ovlašćenih organizacija za koordinaciju razvoja turističke ponude);
- organizovanje lokalnog gradskog i seoskog stanovništva kroz aktivnosti njihovih udruženja, preduzetnika i korporacija i povezivanje u lanac proizvođača atraktivne turističke ponude zasnovane na prirodnim, kulturno-istorijskim i etnološkim elementima.

¹³ Nulto stanje predstavlja početno stanje kvaliteta zemljišta, vode ili vazduha.

Jasno je da područje Zlatiborskog okruga raspolaže značajnim prirodnim potencijalima i neaktiviranim teritorijalnim kapitalom. Osnovni ciljevi koji su od značaja za prostorni razvoj ovog područja su: (*Izveštaj republičke agencije za prostorno planiranje o strateškoj proceni uticaja regionalnog prostornog plana Zlatiborskog i Moravičkog okruga, 2012*)

- održiva životna sredina;
- uravnotežen regionalni razvoj;
- razvoj intraregionalnih i interregionalnih funkcionalnih veza;
- zaštićeno, uređeno i održivo korišćeno prirodno i kulturno nasleđe;
- prostorno-funkcionalna integrisanost u okruženje;
- veći stepen konkurentnosti.

Primarno je jačanje saobraćajnih i infrastrukturnih veza, kao i razvoj projekata u oblasti turizma. Predmetno područje predstavlja prostor veoma bogatog biološkog i kulturnog diverziteta, gde je njegovo očuvanje i uređenje jedan od prioriteta. Korišćenje, uređenje i zaštita područja Zlatibora će zahtevati ozbiljnu i sistematsku organizaciju na regionalnom nivou, pokretanje većih razvojnih projekata uz neophodno umrežavanje jedinica lokalne samouprave (sa ruralnim okruženjem) oko većih urbanih centara. Integrisani i održivi razvoj područja podrazumeva neophodnu podršku većih urbanih centara, od kojih se u Zlatiborskom okrugu izdvaja Užice, koje će dobiti podršku za ubrzaniji razvoj kao regionalne fokusne tačke. Užice treba da podstakne dostizanje ukupnog razvoja, odnosno, uspostavljanje ravnomerne distribucije aktivnosti i stanovništva. (*„Regionalni prostorni plan za područje Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga“, 2012*)

U korist očuvanja životne sredine važna je identifikacija problema zaštite životne sredine planskog područja i mogućnost uticaja prostornog Plana na: prirodne resurse i bogatstva (posebno zaštićenih prirodnih dobara i prirodnih vrednosti) vazduh, vodu, zemljište, buku, stanovništvo, naselja, javne službe i zdravlje, šumarstvo, lovstvo i ribolov, poljoprivredu i eksploataciju mineralnih sirovina, kulturno-istorijsko nasleđe, turistički razvoj, infrastrukturne i komunalne objekte, razvoj infrastrukturnih koridora (u prvom redu saobraćajnih) i koridora ostalih tehničkih sistema, upravljanje čvrstim komunalnim i ostalim tipovima otpada i jačanje institucionalnih sposobnosti za zaštitu životne sredine. (*„Regionalni prostorni plan za područje Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga“, 2012*)

5.2.1. Rezultati procene prostornog plana

Na osnovu razmatranja varijanti datih u prethodnom poglavlju moguće je definisati sledeće zaključke: (*„Regionalni prostorni plan za područje Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga“, 2012*)

1. Ukoliko se rešenja data Prostornim planom ne realizuju kako je predviđeno, nastaviće se: negativne demografske tendencije, nedovoljna međuregionalna, prekogranična i međunarodna saradnja, produbljivanje efekata svetske finansijske i ekonomske krize, nedovoljna iskorišćenost najvažnijih potencijala za razvoj privrede i turizma; ekonomsko zaostajanje; usporen proces restrukturiranja privrede i izražena nezaposlenost; zadržavanje postojećeg sistema upravljanja

dobrima od javnog interesa i neresavanje pitanja stimulacija i kompentacija, neadekvatan odnos prema prirodnom i kulturno istorijskom nasleđu, spora dinamika unapređenja infrastrukture, nedostatak planske i projektne podrške za korišćenje domaćih i stranih fondova u oblasti zaštite životne sredine, rast troškova prilagođavanja ekološkim i zahtevima klimatskih promena, pojava nepovoljnih vodnih režima sa izraženom vremenskom neravnomernošću protoka i nedovoljna snabdevenost vodom naselja iz lokalnih izvorišta; nedovoljna izgrađenost i nepostojanje sistema odvođenja otpadnih voda kao i tretmana otpadnih voda, nedovoljna zaštićenost vodenih resursa od zagađivanja, nedovoljna izgrađenost saobraćajne mreže i slabiji kvalitet državnih puteva II reda i opštinskih puteva; nerazvijenost telekomunikacione i elektroenergetske infrastrukture, i nastavak problema zagađenja životne sredine zbog nekontrolisanih emisija zagađujućih materija u atmosferu, vodu i zemljište, kao i zbog niskog nivoa razvijenosti komunalnih usluga, a posebno zbog nefunkcionisanja sistema upravljanja otpadom; pojava erozije i drugo.

Ako se bi se ovaj trend nastavio mogli bi se očekivati samo negativni efekti u svakom od navedenih sektora u odnosu na ciljeve strateške procene uticaja na životnu sredinu.

2. Implementacija Prostornog plana će usloviti razvoj sa pozitivnim efektima u svim navedenim sektorima i otklanjanje do sada uočenih negativnih tendencija. Pritom je neophodno vršiti monitoring indikatora koji bi mogli da pokažu potencijalne negativne uticaje na životnu sredinu (zagađenje vazduha, vode i zemljišta teškim metalima u zonama eksploatacije mineralnih sirovina i zonama aktivnosti hemijske industrije, zagađenje vode, vazduha i zemljišta u zonama postojećih i planiranih saobraćajnih puteva na prostoru čitave Zlatiborske regije. (*„Regionalni prostorni plan za područje Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga“, 2012*)

5.3. Regionalna povezanost

Na polju turizma plansko opredeljenje je da se delovi turističkih destinacija, kao i drugi turistički prostori, planski organizuju preko turističkih rejona u kojima se može formirati integrisana turistička ponuda. Zlatibor zajedno sa Zlatarsko-Peštorskom regijom predstavlja integrisani kompleks turističke ponude i čini središni i južni deo turističkog prostora Zapadna Srbija – jug, zahvatajući delove Moravičkog i Zlatiborskog okruga sa gradom Užice, opštinama Čajetina i Sjenica i delovima opština Nova Varoš, Arilje i Požega. Predstavlja prostorno - funkcionalnu vezu sa turističkim regijama Tara-Valjevsko-podrinjske planine-Rudnik (na koju se oslanja na severu), Polimlja sa Jadovnikom (na koji se oslanja na jugozapadu) i Moravica-Dragačevo sa Golijom (na koji se oslanja na istoku), kao i delom turističkog prostora “Središnje Srbije”, na području Raškog okruga (na koji se oslanja na jugu). Glavna turistička ponuda regije planirano je da bude organizovana u sledećim kompleksima: (*„Regionalni prostorni plan za područje Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga“, 2012*)

- turistički kompleks Zlatiborsko-Užički;
- turistički kompleks Ariljsko-Rzavski;
- turistički kompleks Zlatarsko-Novovaroški i turistički kompleks Peštorsko-Uvački.

Transgranični projekti sa partnerima iz Republike Srpske (BiH) i Republike Crne Gore treba da imaju značajnu ulogu u procesu prostornog razvoja Jugozapadne Srbije. Bitan preduslov

je bolje povezivanje, kako prema susednim funkcionalnim područjima u Republici Srbiji, tako i u pravcu Južnog Jadrana i Sarajeva, kao i povezivanje prostora koji poseduju izuzetne predeone i kulturne resurse za razvoj turizma, uz ograničenja koje predstavljaju režimi zaštite izvorišta voda, prirodnih vrednosti i druga područja posebne namene. Međutim, u pogledu infrastrukture planirano je poboljšanje saobraćajne dostupnosti, povećanje kapaciteta i poboljšanje nivoa saobraćajnih usluga na putnoj mreži što se ostvaruje se primenom sledećih rešenja: revitalizacijom, rekonstrukcijom i modernizacijom državnih puteva, kompletiranjem putne mreže i povećanjem bezbednosti odvijanja saobraćaja. („Regionalni prostorni plan za područje Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga“, 2012)

5.4. Smernice za izradu strateških procena na nižim hijerarhijskim nivoima i procene uticaja projekata na životnu sredinu

Na osnovu Zakona o zaštiti životne sredine (čl. 35. i 36.), Zakona o strateškoj proceni uticaja na životnu sredinu i Zakona o proceni uticaja na životnu sredinu, utvrđene su smernice za planove na nižim hijerarhijskim nivoima. U toku implementacije prostornog plana obavezna je izrada strateških procena uticaja na životnu sredinu za prostorne planove do kraja 2016. godine. Ovo su neki od njih:

1. Prostorni plan područja posebne namene infrastrukturnog koridora Beograd - Južni Jadran, deonica Požega-granica Republike Crne Gore;
2. Prostorni plan područja posebne namene infrastrukturnog koridora autoputa E-761 deonica Kraljevo – Čačak – Požega – Užice – granica BiH (koji će obuhvatiti deo područja Prostornog plana);
3. Prostorni plan područja posebne namene turističke destinacije Zlatibor-Zlatar (sa slivnim područjem akumulacija Kokin Brod i Vruci).

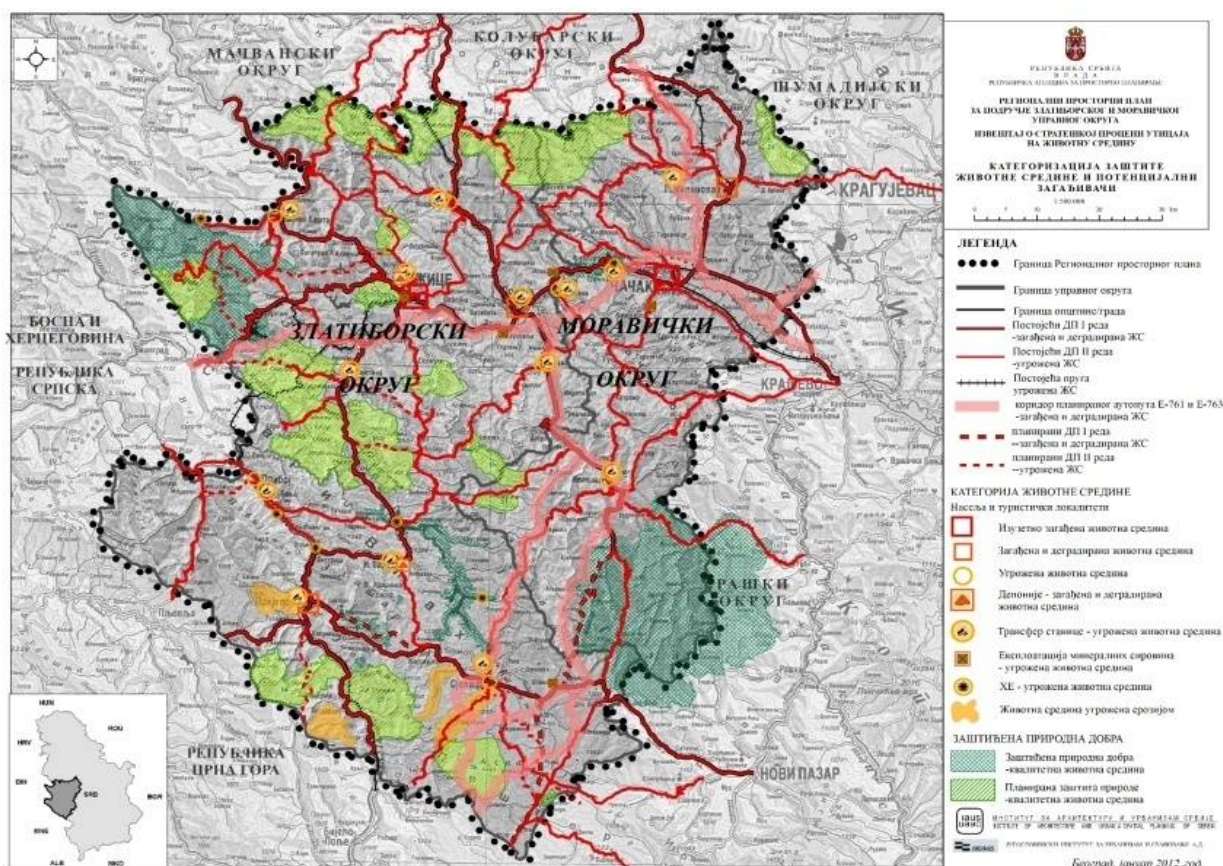
Posebni povoljni/pozitivni efekti Plana su: („Regionalni prostorni plan za područje Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga“, 2012)

- evidentiranje terena ugroženih erozionim procesima i sprovođenje antierozionih radova i mera;
- očuvanje bioraznovrsnosti šumskih ekosistema, posebno u zaštićenim područjima i višenamensko korišćenje ukupnih potencijala šumskog područja i održivo vlasništvo nad ukupnim potencijalima šuma;
- očuvanje retkih i ugroženih vrsta flore i faune;
- razvoj kanizacionih sistema posebno u naseljima koja direktno ugrožavaju regionalna i druga velika izvorišta;
- uklanjanje deponija u dolinama reka i uklanjanje svih deponija iz vodotokova i akumulacija;
- unapređenje života stanovnika sprovođenjem mera zaštite životne sredine posebno na lokacijama koje imaju visok stepen ugroženosti područja;

- sanacija zagađenja i revitalizacija ugroženih ekosistema i područja ugrožene životne sredine;
- rešavanje ključnih problema komunalne i saobraćajne infrastrukture (vodosnabdevanje, kanalizacija i prečišćavanje voda, saobraćaj i transport, adekvatno upravljanje otpadom) i eksploatacije mineralnih sirovina, kojima će se bitno unaprediti stanje glavnih činilaca životne sredine i popraviti estetika predela;
- stvaranje tehničkih i organizacionih uslova za realizaciju programa očuvanja kulturne baštine i zaštite životne sredine na predmetnom području;
- razvoj turizma i poljoprivrede i planskog uređenja i komunalnog opremanja kao mera za razvoj demografski negativnih ruralnih područja.

Dakle, kada je reč o turizmu na Zlatiboru, osnovni cilj je prostorno - ekološka podrška ostvarivanju koncepta održivog razvoja turizma, kompromisnim integrisanjem principa i strateških, planskih i programskih dokumenata razvoja turizma, zaštite i uređenja turističkih prostora, uz optimalno zadovoljenje socijalnih, ekonomskih, prostorno-ekoloških i kulturnih potreba nacionalnog i lokalnog nivoa, interesa tržišta i uslova prekogranične i međunarodne saradnje.

Slika 5. - Kategorizacija zaštite životne sredine i potencijalno zagađenje



Izvor: Republička agencija za prostorno planiranje

6. SWOT analiza Zlatibora

SNAGE	SLABOSTI
- dobar turističko-geografski položaj - bogatstvo vodenim potencijalima - čist planinski vazduh - povoljne lekovite mikroklimatske karakteristike - raznovrsna flora i fauna - bogatstvo kulturnih i istorijskih spomenika - dostignut stepen razvoja zdravstvenog i seoskog turizma - razvijena lokalna infrastruktura - pozitivan imidž Zlatibora i prepoznatljivo ime - tradicija u oblasti turizma duža od 110 godina - veliki broj lokaliteta/atrakcija privredne namene - tradicionalne “srpske” manifestacije - gastronomski proizvodi sa epitetom “zlatiborski” - snažna materijalna baza - zakonski preduslovi (PPJLS, budžet opštine)	- niska ekološka svest (odlaanje otpada u prirodi) - nedovoljna zaštita glavnih prirodnih i kulturnih resursa - prekomerna seča šuma - degradacija zemljišta - zagađenje vazduha, zemljišta, rečnih tokova i vodoakumulacija - nekontrolisan lov i ribolov - buka - prekomerna neplanska izgradnja - nedovoljna kvalifikovana struktura zaposlenih u turizmu - nefunkcionalnost železničkog saobraćaja - neusaglašen rad na relaciji: turistička organizacija – inspeksijske službe – građani – vlasnici turističkih objekata - manjak čisto rekreativnih sadržaja u letnjoj ponudi (kupališta, bazeni i sportski tereni) - visoke cene vanpansionskih usluga - nepotpuna ponuda sadržaja ski centar “Tornik” - nedostatak parking mesta
MOGUĆNOSTI	PREPREKE
- usvajanje regulativa vezanih za zaštitu i održavanje prirodnih i kulturnih resursa - tretman otpadnih voda - sakupljanje čvrstog otpada - unapređenje kvaliteta šuma i poljoprivrednih zemljišta - investicije u drumsku i železničku infrastrukturu (izgradnja autoputa Beograd – Južni Jadran i aktiviranje	- migracije stanovništva - prekomerna saturacija prostora - trajni gubitak nekih lokacija za turističku tražnju - nedovoljna saradnja između lokalnih i regionalnih organa vlasti - nedovoljno ulaganje u marketing promociju - nemogućnost države da obezbedi sredstva za kapitalne projekte – NIP,

aerodroma Ponikve) - investicije u izgradnju skijališta, ski staza i drugih turističkih pratećih sadržaja - plasman zdrave hrane - obuka kadrova - izgradnja novih savremenih hotela - formiranje regionalnog centra za skupljanje otpada - predprisutna sredstva iz EU fondova - upoznavanje sa svetskim iskustvima u turizmu (benchmarking) – poređenje - podizanje nivoa inostranih investicija - razvoj turizma sa posebnim osvrtom na dijasporu - bolja promocija Zlatibora kao kongresne destinacije na međunarodnim skupovima - u urbanističkom pogledu – izrada katastra i legalizacija objekata od strane Republičkog geodetskog zavoda - jačanje uloge TO Zapadne Srbije i Zlatiborskog okruga kao lidera u turizmu - fiskalna decentralizacija	SIEPA - promena trase Beograd – Južni Jadran - nejasni zakonski propisi - konkurentska ponuda na makro i mikro nivou - loš životni standard građana Srbije - zahtevno prilagođavanje standardima EU - neusaglašenost odnosa država – investitor – struka - ekološke nesreće iz bližeg okruženja koji nepovoljno deluju na biodiverzitet - neadekvatna organizacija države - neefikasna republička administracija
---	---

Izvor: Strategija održivog razvoja Zlatibora, 2009

SWOT analiza Zlatibora predstavlja značajnog pokazitelja turističkog privređivanja. Na osnovu navedene analize internih i eksternih faktora možemo zaključiti da ovo područje karakteriše čvrsta osnova ali i brojni problemi sa kojima se može susresti u narednom periodu. Ipak, položajem u okviru klastera Jugozapadne Srbije,¹⁴ kao i spojem istorije i tradicije sa prirodnim i rekreativnim vrednostima, Zlatibor predstavlja jednu od najznačajnijih karika turističkog sistema Srbije. To je jedan od postulata Strategije razvoja turizma od 2005-2015. godine ali i upozorenje da njen dalji uspešan razvoj pretpostavlja rešavanje mnogih problema koji se javljaju kao posledica sve većeg privređivanja i premašivanja kapaciteta destinacije, koji remete održivi razvoja turizma ovog prostora.

¹⁴ U okviru strategije i njenog segmenta strukturisanje turizma Srbije putem klastera naša zemlja je u tom pogledu podeljena na 4 klastera i to: Beograd, Vojvodina, Jugoistočna i već pomenuta Jugozapadna Srbija.

7. Očekivani uticaj turizma na ukupan privredni razvoj Zlatibora

Na osnovu svih pokazatelja i postavljenog cilja, a i koncepcije Zlatibora, mogu se izdvojiti sledeći planski prioriteti ostvarivi do 2016. godine: (*Strategija održivog razvoja opštine Čajetina, 2010*)

1. „*Zdrava priroda – zdrav turizam*“ – odnosi se na ruralni deo opštine Čajetina (izuzetak su naselja Zlatibor i Čajetina) u smislu stavljanja dela opštine pod određeni režim zaštite, uz definisanje oblika turizma prikladnih za pojedine prostore.
2. Projekat „*Popis kulturne baštine – trag za budućnost*“ – odnosi se na čitavu opštinu u pogledu evidentiranja svih nevalorizovanih objekata kulture koji se ulaganjem rada i sredstava mogu privesti nameni i dobiti upotrebnu vrednost.
3. Projekat „*Lokalna turistička inspekcija – u našem je interesu*“ – sprovodiće se u svim delovima opštine u kojima postoje registrovana domaćinstva, ugostiteljski, smeštajni i drugi komplementarni objekti pri čemu će lokalni edukovani radnici sprovoditi kontrolu takvih objekata spuštajući nadležnost sa republičkog na „neposredni, komšijski nivo“ ukazujući na opasnosti postupanja prema jedinom domu koji posedujemo – „Čajetini i njenoj prirodi“.
4. Projekat „*Vaše mišljenje nam znači*“ – sprovodiće se na punktovima širom opštine, ali i u individualnim objektima (tajno, putem anketa) ispitivanjem mišljenja posetilaca o problemima, ponudi i mogućnostima za njeno poboljšanje.
5. Projekat „*Gondola*“ – odnosi se na danas afirmisane terene za skijanje pre svega Čigota i Tornik, a u kasnijim fazama Liska i Murtenica. Na taj način će se obezbediti kvalitetniji prevoz skijaša do željenih terena nalik na sve druge centre zimsko – sportskog turizma.
6. Projekat „*Sirogojno – slika Srbije*“ – odnosi se na istoimeno naselje gde se nastoji iskoristiti popularnost muzeja „Staro selo“ i čuvene mode „pletilja Sirogojno“ u domaćim okvirima za nastup na inostranom tržištu koje zahteva očuvane, autohtone odlike života iz svih krajeva sveta. U navedenom planskom periodu treba ostvariti kontakte sa najvećim turoperatorima i obezbediti uslove za dolazak prvih većih grupa inostranih posetilaca.
7. Projekat „*Zlatibor – lider kongresnog turizma*“ – misli se na sam turistički centar Zlatibor koji bi ulaganjem stranih investitora mogao da se profiliše kao lider kongresnog turizma Srbije u rangu sa Beogradom, ističući neke svoje prednosti (klima, ambijent, autentičnost, brojne prirodne i kulturne vrednosti, cene itd.). U prvoj fazi plana realno je očekivati izgradnju jednog do dva objekta većih kapaciteta opremljena audio i vizuelnom opremom i drugim sadržajima u skladu sa postavljenim standardima u toj oblasti.
8. Projekat „*Nevalorizovani mineralni i termalni izvori*“ – na prostoru naselja Ribnica, Rožanstvo i Branešci postoji mogućnost upotrebe vode za flaširanje ali što je bitnije i u balneološke svrhe (banja Vapa kod Rožanstva), čime bi ovaj prostor osim epiteta vazdušne banje imao i status banje sa upotrebom termominerale vode. U periodu do 2016. godine treba izvršiti geološko – medicinska i tehnička istraživanja, pripremiti dokumentaciju za korišćenje voda, najpre za zagrevanje objekata ali i u privredne svrhe (proizvodnja hrane u plastenicima) pa tek onda i njeno korišćenje u balneološke svrhe, jer to zahteva veća ulaganja i duži period

spvođenja.

9. Projekat „*Itinerera*“ – pre svega izgradnja železnice uzanog koloseka koja bi se povezala sa postojećom Šarganskom osmicom i dalje išla ka Višegradu, ali i putevi zavičaja koji bi povezivali tradicionalne arhitektonske objekte (brvnare, vajate), manifestacije i gastronomsku ponudu zlatiborskog kraja. Kada je reč o pruži uzanog koloseka očekuje se izrada neophodne dokumentacije, naročito analize uticaja po životnu sredinu i prva faza grubih zemljišnih radova jer se radi o nepristupačnom terenu.

10. Projekat Autoput „*Beograd – Boljari – Bar*“ (tzv. Južni Jadran) – uslovio bi povećanu frekvenciju posetilaca uz izgradnju pratećih sadržaja (moteli, stanice, odmorišta) ali uz primenu moderne tehnike gradnje, u odnosu prema ljudima i okolini. Uz postojeću dokumentaciju može se očekivati završetak radova na više deonica i njihovo povezivanje sa već postojećim magistralnim pravcem do potpune izgradnje autoputa punog profila na čitavnoj deonici.

Tabela 16. – Mere i instrumenti za implementaciju planskih prioriteta

MERE I INSTRUMENTI				
Redni br. Plan. Prior.	Pravne mere	Ekonomsko-finansijske mere	Organizacione mere	Tehničke mere
1	- Poštovanje zakona i strategija zaštite životne sredine i održivog razvoja - Primena Agende 21 - Sankcije za zagađivače	- Podsticajna sredstva iz budžeta RS namenjene zaštiti prirode - LIFE program EU-opština Čajetina	- Ministarstvo životne sredine - Uključivanje Zavoda za zaštitu prirode Srbije - TO „Zlatibor“ - JKP „Zlatibor“	- Baza prirodnih vrednosti u cilju racionalnog upravljanja - Monitoring i primena održivih izvora energije
2	- Primena legistlative vezane za kulturna dobra, zakon o kulturnim dobrima - Princip rente	- Sredstva Min. fin. i privrede (sektor turizma) - Min. kulture i informisanja - Opština Čajetina - Projekat Kultura 07/13.	- Zavod za zaštitu spomenika kulture - Formiranje ovlašćene agencije pri opštini Čajetina	- Primena GIS - a u označavanju prostornih podataka o dobrima - Uvođenje režima zaštite - Primena UNESCO standarda iz ove oblasti
3	- Zakon o turizmu RS - Zakon o radu RS - Preporuke strategije decentralizacije radnih mesta i aktivnosti službi	- Min. fin. i privrede (sektor tur.inspekcije) - Sredstva opštine Čajetina	-Uloga TO „Zlatibor“ - Ugovori za sve lok. aktere o poštovanju ovog vida organa kontr.	- Izrada dokumentacije u vidu sprovođenja konkretne kontrolne aktivnosti na terenu opštine Čajetina

4	- Zakon o zaštiti podataka ličnosti - Zakon o tajnosti podataka - Zakon o zaštiti potrošača	- Sredstva tur. organizacije Čajetina - Regionalna privredna komora Užice	- Angažovanje kapaciteta Republičkog zavoda za statistiku	- Izrada strategija za ispitivanje javnog mnjenja - Postavljanje tur. punktova za anketiranje
5	- Zakon o javnim skijalištima - Odgovarajući urbanistički planovi - Pravila građenja i uređenja	- Fond za razvoj RS - Fondovi EU namenjeni projektima u oblasti turizma - agencija SIEPA	- TO Srbije - Inženjerska komora Srbije (angažman) - Zlatiborski upravni okrug	- Izrada konkretnog projekta - Komunalno opremanje - Saobraćajno povezivanje - Gradnja dr. sadržaja
6	- Sporazum o stvaranju integralne ponude seoskih naselja - Novi Zakon o decentralizaciji	- Međ. fondovi za ruralni razvoj - NIP - EAFRD – Evropski fond za poljoprivredni ruralni razvoj - Javno – privatno partnerstvo	- Poreske i fiskalne olakšice pri ulaganju u ovaj vid ponude - TO Srbije u vidu isključive ponude Sirogojna na međ. skupovima, sajmovima	- Propagandni materijal - Jasno obeležavanje posebno autentičnih vrednosti - Uređenje infrastrukture - Poštovanje standarda i propisa partnera
7	- Poštovanje posebnih uzansa u turizmu - Uredbe Kongresnog biroa Srbije	- Sredstva privatnih domaćih i stranih investitora	- Angažovanje Kongresnog biroa Srbije i TOS - Veze sa lobističkim i konsultatorskim kućama - Veze sa centrima kongr. turizma	- Konkretni građevni radovi na terenu - Infrastrukturno opremanje (enterijer) - Uvođenje kompletne internet konekcije i primena GPS – a
8	- Zakon o banjama - Odgovarajući	- Sredstva Ministarstva prirodnih resursa (istražni radovi)	- Angažman Udruženja banja i klimatskih mesta - Uključivanje	- Swot analiza na terenu - Primena benchmarking –a (poređenje)

	urbanistički planovi	- Privatni kapital - ESPA	Rudarsko – geološkog i Geografskog fakulteta u projekat	- Infrastrukturno opremanje (eksterijer) - Uvođenje video nadzora
9	- Izrada i donošenje određenih master planova - Sporazum o prekograničnoj saradnji Srbije i R. Srpske	- Fondovi razvoja Srbije i Srpske - Sredstva željeznica - IPA fondovi EU	- Studija/strategija razvoja turizma pograničnih opština - Regionalno povezivanje sa susednim opštinama	- Uređenje saobraćajne infrastrukture - Zajednička promocija na sajmovima turizma, internet predstavama
10	- Relevantni zakoni RS - PPPPN Koridora 11 (E- 763) - Strategija razvoja saobraćaja do 2015. godine sa tendencijom njenog nastavka	- Sredstva RS (preko JP „Putevi Srbije“) - Koncesije, - EIB – Evropska investiciona banka, - Državni krediti	- Izrada planova i projekata potrebnih za realizaciju poslova na koridorima RS - Ugovorno obvezivanje svih učesnika	- Poštovanje nacionalnih tehničkih propisa i usklađivanje sa standardima EU prilikom izgradnje i održavanja koridora

Izvor: Strategija održivog razvoja opštine Čajetina, 2010

Dakle, dobrom organizacijom i primenom savremenih tehnika, metoda u modela uspešnih primera zemalja, ova turistička regija bi se u potpunosti mogla osloniti na svoj prirodni i antropogeni potencijal koji bi se mogao u najvećoj meri iskoristiti. Mere unapređenja ove privredne grane bi označile poboljšanje privrednih uslova cele regije.

Svi projekti u okviru navedenih planskih prioriteta pružaju dobar osnov za progresiju i podizanje stepena turističke razvijenosti na viši nivo. Čajetina kao osnovni administrativni centar Zlatibora pokazuje da je simbioza pravnih, finansijsko-ekonomskih, organizacionih i tehničkih mera nezaobilazno rešenje koje bi vodilo ka potpunom uspehu u razvoju regije. Sprovođenje datih projekata povlači sa sobom nove investitore, kontakte i bolju turističku saradnju. Stanovnici cele zlatiborske regije dobijaju mogućnost da plasiraju svoje proizvode na užem i širem tržištu, obuhvatajući proizvodnju na različitim poljima delatnosti.

Međutim, Zlatibor uopšte karakteriše i nedovoljna turistička propaganda na tržištu. Prema tome, učešćem i sprovođenjem raznovrsnih projekata, ova planina može dobiti viši status kao turistička destinacija, koja se graduelno kristališe kao bitna meta posetilaca.

Zaključak

Na osnovu svih navedenih pokazatelja kako geografskih, turističkih i ekonomskih može se potvrditi osnovna hipoteza ovog rada, tj. da Zlatibor ima ključnu ulogu u ukupnom privrednom razvoju Zlatibora. U toku prethodnih nekoliko decenija njegove progresije došlo je do ogromnog napretka u ekonomskom pogledu ali i značajnih promena u pogledu transformacije prostora. Gradnjom mnogih reprezentativnih objekata, angažovanjem kapaciteta drugih uslužnih i proizvodnih delatnosti aktivirao se veliki deo potencijala ove planine.

Međutim, potvrđuje se hipoteza da eksploatacija turističkih potencijala nije u celosti ostvarena, te bi stoga trebalo unaprediti postojeće strategije, kako na nacionalnom tako i na lokalnom nivou, u skladu sa održivim razvojem turizma.

Pored toga, potvrđuje se pomoćna hipoteza da Zlatibor ima dobar potencijal za razvoj i internacionalnu komercijalizaciju svojih proizvoda, među kojima su i novi turistički trendovi, odnosno wellness i spa. Činjenica da Zlatibor bazira specijalne interese na prirodnim resursima, kojima obiluje, daje Zlatiboru veoma dobru šansu da unapređuje ove moderne turističke trendove i time proširi paletu proizvoda specijalnih interesa. Wellness turizam na Zlatiboru izložen je delovanju konkurencije, koja predstavlja značajan faktor za napredovanje wellness-a na turističkoj skali. Većina spa i wellness centara se nalazi u okviru renoviranih ili novoizgrađenih objekata, čime se potvrđuje činjenica da ovaj brend predstavlja deo savremenog načina opuštanja i uživanja. Zlatibor prati svetske trendove i zahvaljujući povećanoj konkurenciji dolazi do čestog unapređivanja pojedinih elemenata spa i wellness centara. Ipak, ovaj turistički segment nije dovoljno razvijen u poređenju sa svetskim statistikama. Iako postaje sve popularniji proizvod na međunarodnom tržištu, posebno se naglašava njegov element luksuza. Otuda je izvesno da je bez dosta visokih investicija u celokupnu turističku ponudu Zlatibora ograničen potencijal rasta na svetskom tržištu.

Ipak, da bi zadržao poziciju jednog od vodećih turističkih centara u Srbiji, Zlatibor mora da postigne uravnoteženiji razvoj koji bi poštovao ekološku, socijalnu pa tek ekonomsku ulogu turizma u prostoru. Dosadašnji tempo se mora usporiti da bi se sačuvala temeljna vrednost ovoga prostora – priroda. Radi ostvarenja ovoga cilja treba slediti dobre primere prakse okolnih zemalja (Slovenije, Hrvatske) i na taj način ispoštovati stroge standarde koje diktiraju selektivni oblici turizma. Sa druge strane, treba dosta očekivati od pokretanja velikih investicionih projekata u vidu izgradnje autoputa, aktiviranja aerodroma Ponikve i bolje promocije ovog područja na inostranom tržištu. U tome će nam pomoći, nažalost i loša konkurentnost ostalih centara slične kategorije u Srbiji. Pri ostvarivanju daljih ciljeva veliku ulogu bi trebalo da ima i sama država, regionalni i lokalni organi u pogledu krupnih zahvata na terenu koji se odnose na propise ali i ključne projekte, naročito na stvaranje ekološko-održivog turizma, u vidu pokretanja regionalnih deponija i svih poduhvata prečišćavanja otpadnih voda. Međutim, svi veliki infrastrukturni zahvati moraju biti obaveza države jer su to objekti od javnog interesa. Zbog toga učešće vlasti u podizanju smeštajnih objekata i drugih elemenata ponude treba u potpunosti eliminisati jer su se takvi postupci pokazali negativnim tokom više decenija privređivanja. Država treba da bude ta

koja će stvoriti povoljan ambijent. Upravo „inostrana“ intervencija, odnosno investitori know – how, ali pre svega turisti, preko su potrebni jer ovakva situacija prevelikog učešća domaćih turista nije održiva u dužem periodu. Time se potvrđuje hipoteza o neophodnosti kreiranja strategije razvoja turizma na nacionalnom i lokalnom nivou, koja bi bila u skladu sa principima održivog razvoja turizma.

Dakle, uprkos brojnim atrakcijama, turistička ponuda Zlatibora nije adekvatno razvijena niti predstavljena na internacionalnom turističkom tržištu. Međutim, Zlatibor ima veliki prirodni potencijal da postane svetska destinacija. Spoj jedinstvenog prirodnog okruženja, klime i vegetacije, uz moderne antropogene tvorevine i savremene trendove turističke industrije, predstavljaju glavne predispozicije za postizanje tog cilja, koji uz, kako lokalnu tako i državnu, pomoć nije nedostižan. Zajedničkim učešćem lokalne vlasti, stanovništva i razmenom iskustava i tehnika sa drugim turističkim organizacijama, Zlatibor nudi dobre uslove za pozitivan rezultat na turističkom tržištu, koji bi ostao u okvirima održivog razvoja turizma.

Reference

1. Aransson, L. (2000). *The Development of Sustainable Tourism*. ISBN 0-8264-4885-2, Record Number 20001810091: www.cabdirect.org.
2. Bjeljic, Ž. (2010). *Turističke manifestacije u Srbiji*. Beograd, Geografski institut „Jovan Cvijić“, Posebno izdanje, knjiga 82.
3. Bjeljic, Ž. et al. (2006). *Turizam u pograničnom prostoru Srbije prema Bosni i Hercegovini*. Zbornik radova Geografskog fakulteta, (54), p. 163-182.
4. Grupa autora, (2012). *Nacrt regionalnog prostornog plana za područje zlatiborskog i moravičkog upravnog okruga*. Beograd, Republička agencija za prostorno planiranje.
5. Grupa autora, (2010). *Strategija održivog razvoja opštine Čajetina*. Čajetina, Skupština opština Čajetina.
6. Grupa autora, (2007). *Poslovni – Master - plan turističke destinacije Zlatibor – Zlatar*. Beograd, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment.
7. Grupa autora, (2006). *Prostorni plan opštine Čajetina*. Beograd, Saobraćajni institut – CIP.
8. Grupa autora, (2005). *Strategija lokalnog ekonomskog razvoja opštine Čajetina*. Čajetina, Skupština opština Čajetina.
9. Grupa autora, (2005). *Strategija razvoja turizma Republike Srbije*. Beograd, Vlada Republike Srbije.
10. Dragović, R. i saradnici. (2009). *Iskoristivost prirodno – geografskih uslova Zlatibora i Zlatara za razvoj ekoturizma i zdravstvenog turizma*. Glasnik Srpskog geografskog društva, 89 (1), p. 115-128.
11. Đurović, P. i Mijović, D. (2006). *Geonasleđe Srbije – reprezent njenog ukupnog geodiverziteta*. Zbornik radova geografskog fakulteta, (54), p. 5-18.
12. Đurić, A., Pavlović, J. (2005): *Zlatibor*. Turistička organizacija Zlatibor, Zlatibor.
13. Hill J., Gale T., *Ecotourism and Environmental Sustainability, Principles and Practice*. England, 2006: www.books.google.rs.
14. Jovanović, V. (2009). *GIS orijentisane turističke prostorno-vremenske analize kao podrška održivom razvoju*.
15. Jovičić, D. (2009). *Turistička geografija Srbije*. Beograd, Geografski fakultet.
16. Krnić, N. i saadnici, (2010). *Razvoj planinskog turizma u Srbiji i okruženju*. Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije, (29), p. 3-9.
17. Markwell K., Fullagar S., Wilson E. (2012). *Reflecting upon slow travel and tourism experiences*. www.98.griffith.edu.
18. Mezak, V., Kušen E. (2005). *Wellness ponuda u hotelima s posebnim osvrtom na Hrvatsku*. Institut za turizam Zagreb, Zagreb.
19. Muhanna, E. (2006). *Sustainable Tourism Development and Environmental Management for Developing Countries*. www.businessperspectives.org.

20. Pavlović, S. i Jovanović, B. (2009). *Komplementarnost eko i etno turizma na primeru zlatiborskih sela*. Zbornik radova Geografskog fakulteta, (57), p. 165-180.
21. Popesku, J. (2011). *Menadžment turističke destinacije*. Str. 9-21.
22. Stamenković, Đ. S. i Gatarić, D. (2002). *Geografska enciklopedija naselja Srbije*. Beograd, Geografski fakultet, knjiga IV.
23. Stamenković, S. Đ. i Bačević, M. (1992). *Geografija naselja*. Beograd, Geografski fakultet.
24. Stanković, M. S. i Pavlović, S. (2005). *Banjski i planinski turizma Srbije*. Zbornik radova Geografskog fakulteta, (53), p.75-10.
25. Stanković, S.M., Ćirković, S. (2002). *Neke osobenosti prometa turista na Zlatiboru*. Glasnik Srpskog geografskog društva, vol. 82, br. 1, str. 31-44.
26. Štetić, S. (2009). *Značaj i uloga tour operatora za razvoj održivog turizma*. Zbornik naučnog skupa, 2 – Savremene tendencije u turizmu, hotelijerstvu i gastronomiji.
27. Ršumović, R., Milojević M., Lazarević M. (1991). *Zlatibor – geografska studija*. Srpska akademija nauka i umetnosti – Odeljenje društvenih nauka, knjiga 100, Beograd.
28. Todorović, M. i Štetić, S. (2002). *Ruralni turizam*. Beograd, Geografski fakultet.
29. Todorović, M. i Bjeljaci, Ž. (2007). *Osnove razvoja ruralnog turizma u Srbiji*. Glasnik Srpskog geografskog društva, (1), str. 135-148.
30. Unesco, (2010). *Sustainable Tourism*.
31. Unković, S., Zečević, B., (2009). *Ekonomika turizma. XX izmenjeno i dopunjeno izdanje*. Centar za izdavačku delatnost ekonomskog fakulteta u Beogradu, ISBN 978-86-403-1005-5.

Korišćeni radovi i projekti:

1. *Analiza stanja i mogućnosti za unapređenje zdravstvenog turizma u prekograničnom području Srbija – BiH*. Cross Spa, (2013). www.rzlatibor.co.rs
2. *Demografsko ekološke karakteristike planinskih prostora na primeru Zlatibora*. Jovanović, V. (2009). Geografski fakultet u Beogradu: Prva Međunarodna konferencija Ekološke bezbednosti u postmodernom okruženju, Banja Luka.
3. *Evaluacija popunjenosti i iskorišćenosti odabranih smeštajnih kapaciteta na Zlatiboru*. Zbornik radova Departmana za turizam i hotelijerstvo, PMF, Univerzitet u Novom Sadu, 41/2012: www.academia.edu
4. *Global Spa and Wellness Summit*. Global Wellness Tourism Congress, 2014.: www.globalspaandwellnesssummit.org
5. *Global Spa and Wellness Summit*. Global Wellness Tourism Economy, 2013: www.globalspaandwellnesssummit.org
6. *Global Spa and Wellness Summit*. Wellness Tourism and Medical Tourism: Where do spas fit?, 2011: www.globalspaandwellnesssummit.org
7. *High level wellness for man and society*. Hulbert Dunn, (1959). American Journal of Public Health, str. 786.

8. *Hotel, Tourism and Leisure*. Horwath HTL, Predlog modela optimalnog upravljanja turizmom sa organizacionom strukturom turističke regije Zapadna Srbija, Finalni izveštaj, Zagreb, jul 2012: www.rrzlatibor.co.rs
9. Interna dokumentacija Turističke organizacije Zlatibor, 2012: www.academia.edu.
10. *Izveštaj republičke agencije za prostorno planiranje o strateškoj proceni uticaja regionalnog prostornog plana Zlatiborskog i Moravičkog okruga*. 2012: www.arilje.org.rs.
11. *Mogućnosti i značaj turizma događanja na primeru Zlatibora*. Master rad, Marjanović J., Univerzitet Singidunum, 2012
12. *Nacrt regionalnog prostornog plana za područje zlatiborskog i moravičkog upravnog okruga*. Republička agencija za prostorno planiranje, 2012, Beograd.
13. *Odnos povećanja turističke posećenosti i zaštite životne sredine u planinskim mestima iz Zlatiborskog okruga*. Brankica Todorović, 10. Međunarodni naučni skup sa Singerija 2012.
14. *Opštine u Srbiji*, Beograd, Republički zavod za statistiku.
15. *Program razvoja turizma 2012-2022*. Međuopštinsko partnerstvo, Nacrt: www.gornjimilanovac.rs
16. *Razvoj wellness turizma u Vrnjačkoj banji*. Master rad, Đurađević M., Univerzitet Singidunum, 2012.
17. *Razvoj i promocija zdravstvenog spa turizma u IPA prekograničnoj regiji Bosna i Hercegovina – Srbija*. Cross Spa., 2014: <http://www.fld.ba>.
18. *Regionalni prostorni plan za područje Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga*. Ministarstvo životne sredine, rudarstva i prostornog planiranja, Republika Srbija, 2012
19. *Report of Multistakeholder Working Group on Tourism*. World Tourism Organisation, 2000.
20. *Spa i wellness centri u ponudi hotela kategorije četiri i pet zvezdica u Srbiji*. Master rad, Nenad Ikonić, Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja u Beogradu, 2013 : www.fedorabg.bg.ac.rs
21. *Strategija turizma Republike Srbije*. Prvi fazni izveštaj, Horwath Consulting Zagreb i Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu, nov. 2005: www.dgt.uns.ac.rs.
22. *Travel & Tourism Economic Impact*. Global Wellness Tourism Congress, 2013: www.globalspaandwellnesssummit.org
23. *Trendovi u wellness turizmu*. Univerzitet Singidunum, Departman za postdiplomske studije, master studijski program, Marijana Bogdanović, Beograd, 2011: www.singipedia.com.

Korišćeni sajтови:

www.academia.edu
www.cajetina.org.rs
www.cigota.rs
www.dgt.uns.ac.rs
www.experienceispa.org
www.fld.ba
www.gi.sanu.ac.rs/rs
www.gornjimilanovac.rs
www.monazlatibor.com
www.nationalwellness.org
www.rpk-uzice.co.rs
www.rrazlatibor.co.rs
www.scindeks.ceon.rs
www.srb-bih.org
www.sr.partizan.rs
www.thaispa-zlatibor.com
www.unesco.org
www.wellness-spa.rs
www.zapadnasrbija.org.rs
www.zlatibor.org.rs