UNIVERZITET SINGIDUNUM

Departman za
poslediplomske studije

Poslovni sistemi u turizmu i hotelijerstvu
MASTER STUDIJSKI PROGRAM

„VOJNI POTENCIJAL U TURISTIČKOJ PONUDI REPUBLIKE SRBIJE”

Mentor:
Prof. dr Milan Miljević

Kandidat:
Dragana Radenović
Br. Indeksa: 405250/2009

Beograd, 2014.

SADRŽAJ:

Lista grafičkih prikaza ……..…….….....3

UVOD ……...……...…….……...…..…5

I. **TEORIJSKO-METODOLOŠKI PRISTUP...**…….....9

II. PROCES FORMIRANJA TURISTIČKE PONUDE U OKVIRU VOJSKE RS ……..12

1. Proces izgradnje vojnih turističkih objekata …..……..…13
2. Razvoj sadržaja vojne turističke ponude ……..……...20

III. **NAČIN ORGANIZOVANJA I UPRAVLJANJA TURISTIČKIM OBJEKTIMA U VLASNIŠTVU VOJSKE – NEKAD I SAD**.....24

1. Kvalitet turističke ponude i njihovo stanje u vlasništvu Vojske RS 25

1.1. VU „Tara" 28

1.2. VU „Vrnjačka Banja" 33

2. Organi i organizaciona struktura turističkih vojnih objekata 40

IV. **AEROMITING KAO SAVREMENI VID TURISTIČKE PONUDE**.....45

1.Istorijski razvoj srpske avijacije.....46
2.Sportsko vazduhoplovstvo i aeroklubovi u Srbiji.....55
3.Aeromiting kao turistički događaj.....58
3.1.„Aeromitinzi u Srbiji".....64

ZAKLJUČAK.....70
LITERATURA.....78

Lista grafičkih prikaza:

Tabele:

Tabela 1. *– Rast turizma u svetu, str. 6*

Tabela 2. *– Investiciona ulaganja u osnovna sredstva ugostiteljstva društvenog sektora, str. 15*

Tabela 3. *- Smeštajni kapaciteti na Tari, str. 29*

Tabela 4. *- Vrsta i broj smeštajnih jedinica u hotelu „Omorika”, str. 29*

Tabela 5. *- Vrsta i broj smeštajnih jedinica u hotelu „Javor” , str. 30*

Tabela 6. *- Promet turista u hotelima Vojne ustanove „Tara”, str. 32*

Tabela 7. *- Broj turista u Vojnoj ustanovi „Breza” u Vrnjačkoj Banji, str. 35*

Tabela 8. *- Prosečno zadržavanje turista i iskorišćenost kapaciteta Vojnog odmarališta hotel „Breza”, str. 36*

Tabela 9. *- Promet turista u Vrnjačkoj Banji i hotelu „Breza”, str. 37*

Tabela 10. *- Promet turista u Vrnjačkoj Banji u decembru 2005.godine, str. 38*

Tabela 11 *- Program održavanja aeromitinga „Batajnica 2009”, str. 68*

Slike:

Slika 1. *-Hotel i izletište „Morović”, str. 39*

Slika 2. *-Organizacija Vojske Srbije u 2010. godini, str. 41*

Slika 3. *-Zvanična organizaciona struktura MO RS, str. 42*

Slika 4. *-Organizacija Sektora za materijalne resurse, str. 43*

Slika 5. *-Princ Aleksandar Karađorđević, prvi srbin u avionu u društvu grofa De Lambera, str. 48*

Slika 6. *-Dva izuzetna sportska akrobatska aviona „Cristensen Eagle” u manevru, str. 55*

Slika 7. *- Fotografija sa aeromitinga Batajnica 1997., str. 63*

Slika 8. *- Aerodrom Batajnica – slika sa satelita, str. 65*

Slika 9. *- Zvanične informacije o aerodromu Batajnica, str. 66*

Slika 10. *- Fotografija sa aeromitinga „Batajnica 2009”, str. 66*

Slika 11. *- Fotografija publike i statičnog dela izložbe sa aeromitinga „Batajnica 2009”, str. 67*

Slika 12. *- Rekonstruisani kontrolni toranj na aerodromu Batajnica, str. 67*

UVOD

Turizam kao opšti fenomen ovog veka predstavlja delatnost koja je prva poprimila globalne dimenzije. Gotovo da nema zemlje u svetu koja, u većem ili manjem obimu, ne razvija inostrani ili domaći turizam. Osnovna karakteristika turizma je njegova dimenzijalnost, odnosno masovnost. Odlikuje se velikim brojem učesnika turističkih putovanja, koje, po nekim procenama, dostiže i do četiri milijarde ljudi. To turističku delatnost, po ekonomskim, sociološkim, političkim i drugim konotacijama čini izrazitim fenomenom, koji će se po obimu transakcija približiti naftnoj i automobilskoj industriji. Na to ukazuje i ekonomski podatak da je u najrazvijenijim zemljama sveta, u sektoru usluga, u kojem se nalazi i turizam, zaposleno u proseku oko 65% od ukupnog broja zaposlenih. Dakle, uloga turizma u međunarodnoj ekonomiji je višestruka, a uobičajeno je da se njegovi efekti, početno, sagledavaju prikazom turističkog prometa i prihoda ostvarenih od turizma.[1] Uopšteno, dimenzije turističkog tržišta, sa svih aspekata, neprekidno se šire.[2]

Tabela 1. – Rast turizma u svetu

[1] Čerović Slobodan, ***Strategijski menadžment u turizmu***, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2009. str. 7

[2] Dugoročne tendencije međunarodnog turističkog prometa i potrošnje izuzetno su povoljne. Na primer, počev od 1950. godine pa do 2000. godine, broj dolazaka u međunarodnom turizmu povećan je sa 25 na 698,3 miliona, tj. 27, 9 puta. Prihodi od međunarodnog turizma (bez prihoda od međunarodnog putničkog saobraćaja) u istom intervalu uvećani su za 226 puta, odnosno sa 2,1 na 475 milijardi u USD.

PERIOD	Prosečna godišnja stopa rasta u % DOLAZAKA	Prosečna godišnja stopa rasta u % PRIHODA
1950. – 1960.	10,6	12,6
1960. – 1970.	9,1	10,1
1970. – 1980.	5,7	19,4
1980. – 1990.	4,8	9,7
1990. – 1996.	4,4	8,0
1996. – 2000.	5,6	7,4
2000. – 2005.	2,3	3,3

Izvor: UNWTO, ***Compendium of Tourism Statistics***, 2005.

Kada govorimo o razvoju i širini turističkog tržišta, neizostavno se moraju pomenuti i motivi turista, odnosno to, da doživljaj predstavlja psihičku suštinu turističkog putovanja, a sve što je pre i posle njega ima sekundarni značaj.[3] Ukoliko ga vežemo za slobodno vreme[4], može se konstatovati da ono pre svega predstavlja „neobavezu". Slobodno vereme se najpre karakteriše svojom oslobodilačkom snagom.

Iako na prvi pogled turizam, turisti i Vojska kao institucija, čini se nemaju mnogo zajedničkih imenitelja, moramo se složiti da savremena svetska integrativna kretanja nedvosmisleno diktiraju nužnost promena u svim sferama i strukturama društva. Naime, civilizacijski napredak a kasnije globalizacione tekovine nužno diktiraju promene i prilagođavanja koja u poslednjim decenijama postaju uslov ekonomskog pa i političkog opstanka.

U tom smislu, dosadašnje posmatranje vojske kao rigidne hijerarhijske institucije koja se vezuje isključivo za odbranu zemlje (u ovom slučaju Republike Srbije), ne znači promenu inicijalne

[3] Čomić Đorđe, ***Psihologija turizma***, Turistička štampa, Beograd, 1990., str. 63

[4] Sociologija slobodnog vremena u turizmu kao specifična grana sociološke nauke mora u ontološkom i gnoseološkom smislu imati celinu gnoseološke strukture od filozofskih pretpostavki, opšteg teorijskog znanja, empirijskih istraživanja do primene u praksi. Jedino na taj način ona može stvarati upotrebljiva znanja za menadžment slobodnog vremena u turizmu. Izvor: Vukićević Slobodan, ***Menadžment slobodnog vremena u turizmu***, CID, Podgorica, 2007., str. 38

namene pomenute institucije, već njeno prilagođavanje savremenim svetskim tokovima u smislu iskorišćenja kapaciteta koji se koriste (ne koriste) namenski.[5]

Posmatrano iz pomenute perspektive, a kroz prizmu potencijalne turističke ponude, kapaciteti koji su u vlasništvu države odnosno Vojske Republike Srbije, predstavljaju izuzetan potencijal. Otuda je predmet našeg istraživanja vojni potencijal u turističkoj ponudi Republike Srbije.

Struktura ovog master rada: „ Vojni potencijal u turističkoj ponudi Republike Srbije" , koncipirana je u četiri poglavlja gde će biti prikazani potencijali Vojske Srbije, pre svega, u turističkom smislu.

Prvo poglavlje obrađuje teorijsko-metodološki pristup master rada. Takođe, dat je definisan: predmet, cilj, metode, i hipoteze korišćene prilikom izrade ovog master rada.

U drugom poglavlju- „ Proces formiranja turističke ponude u okviru Vojske Republike Srbije", biće prikazan istorijski pregled, hronološki prikazan, formiranja vojnih objekata za rekreaciju, odmor i ishranu. Formiranje vojnih turističkih objekata obrađeno je u periodu od II Svetskog rata pa do danas. S tim u vezi, dat je opis njihove iskorišćenosti kapaciteta, lokacije vojnih odmarališta, sa osvrtom na lepezu raznovrsnosti u geografskom, klimatskom, i kulturološkom smislu.

U trećem poglavlju- „ Način organizovanja i upravljanja turističkim objektima u vlasništvu Vojske- nakad i sad" , biće prikazani zahtevi savremenog turiste. Osim toga, u ovom poglavlju ukazaće se na poteškoće kroz koje je prolazila vojska, u smislu očuvanja vojnih hotelskih smeštaja i njihovog kvaliteta, uvođenje inovacija, kao što je otvaranja ka širem turističkom tržištu.

Posebna pažnja posvećena je opisu Vojnih Ustanova: „ Tara" i „ Vrnjačka Banja", njihovim raznovrsnim mogućnostima, kao jedinstvenog banjsko-zdravstvenog centra turizma.

Dalje biće prikazana organizaciona šema Vojske Srbije sa objašnjenjem, kao i struktura Ministarstva odbrane.

Na kraju, u četvrtom poglavlju- „Aeromiting kao savremeni vid turističke ponude" , težište rada odnosiće se na istorijski razvoj avijacije u Srbiji, kao i hronološko-istorijski period razvoja

[5] Tajnost rada i nepristupačnost viših institucija dugo su predstavljale barijeru za sve vrste istraživanja. Tajnost proizilazi i iz psiholoških i sociooloških razloga. Izvor: Žugić B. Rade dr, ***Cvilna kontrola vojske – kontrola budžeta***, Vojnoizdavački zavod, Beograd, 2007., str. 14 . Psihološki razlog je činjenica da rat prdstavlja redak i protivrečan, potpun preokret normalnog čovekovog i društvenog stanja. Čuveni kineski filozof, vojni pisac i vojskovođa, Sun Cu Vu, ističe da rat predstavlja „neizbežnu stvarnost", pitanje od vitalnog značaja za državu i ujedno oblast života i smrti. To je „put koji vodi u opstanak ili uništenje". On posebno insistira na značaju psihološkog faktora u ratu, pa se zato zalaže za „održavanje čvrstog duha i discipline u sopstvenim redovima". Sociološki razlog ogleda se u izdvojenosti profesionalnog vojnika i ratnika od ostalog dela društva, što je bitna odlika vojne profesije uopšte. Izvor: Sun Cu Vu, ***Veština ratovanja***, VINC, Beograd, 1991.; Todorović Slobodan, ***Civilno-vojni odnosi***, VIZ, Beograd, 2004., str. 8

sportskog vazduhoplovstva, kao logičnog nastavka razvoja avijacije. S tim u vezi, posebna pažnja je posvećena aeromitingu, kao potencijalnom turističkom događaju.

U zaključnom delu ovog master rada, istaknute su ključne konstatacije proistekle iz izuzetno teškog istraživačkog rada, u smislu teške dostupnosti podataka. Takođe, date su nade da Vojska može i treba da uzme veće učešće u turističkoj ponudi Republike Srbije. Time bi se obogatila turistička ponuda Republike Srbije , a Vojsci donela dodatni benefit.

Važno je naglasiti da su rezultati izloženi u ovom radu, kao i istraživanje u skladu sa temom, rezultat iscrpnog i iznenađujuće dugotrajnog rada. Pored nepostojanja relevantnih izvora niti kompetentne literature, prikupljanje podataka nije nailazilo na adekvatnu zainteresovanost nadležnih institucija, a informacije koje su ovde prikazane, po svojoj prirodi vezane su za autoritet Institucije koji podrazumeva nedostupnost istih.

I

TEORIJSKO-METODOLOŠKI PRISTUP

U istraživačkom radu je definisan metodološki koncept:

- **Predmet**[6] istaživanja ovog rada je turistički potencijal sa kojim Vojska Srbije raspolaže, a koji nije dovoljno uključen u kompletnu turističku ponudu Republike Srbije.

Istraživanje ima višestruki značaj koji se ogleda u :

1. Hronološkom prikazu turističkih kapaciteta u vlasništvu Vojske.
2. Prepoznavanju postojećih vojnih kapaciteta u sferi turizma.
3. Prikazu novih vidova savremenih turističkih potreba kojima postojeći kapaciteti mogu odgovoriti.

- **Cilj** istraživanja i analize postojećeg vojnog potencijala u turističkoj ponudi Republike Srbije ogleda se u sagledavanju mogućnosti njegovog maksimalnog iskorišćenja zarad poboljšanja ukupne turističke ponude kao i doprinos njenoj raznovrsnosti.

- **Naučni cilj** istraživanja master rada: "Vojni potencijal u turističkoj ponudi Republike Srbije" , jeste analiza i deskripcija turističkog potencijala sa kojim raspolaže Vojska Srbije. Odnosno, značaj za razvoj i unapređenje turističke ponude.

- **Društveni cilj** istraživanja ovog rada ogleda se u pružanju informacija pojedincima, grupama, i organizacijama o uvidu u turistički potencijal Vojske Srbije.

- **Hipoteze** istraživanja:

Polazimo od sledeće generalne hipoteze da li su, i ako jesu, kada i kako vojni potencijal prisutni u turističkoj ponudi Republike Srbije.
U proces istraživanja generalnu hipotezu teorijski radno operacionalizujemo preko sledećih posrednih hipoteza:

- Mogućnost iskorištenja vojnog potencijala u potpunosti zavisi od spremnosti Vojske kao institucuje da prihvati i primeni pravila savremenog turističkog tržišta.

[6] Videti opširnije: Prof. dr Miljević Milan, ***„Metodologija naučnog rada"***, Filozofski Fakultet Univerziteta u Istočnom Sarajevu, Pale, 2007.

- Iskoristivost postojećih kapaciteta Vojnih Ustanova zahteva savremeni menadžment koji će kvalitativno podići nivo usluga.
- Svojevrstan vojni potencijal u turističkoj ponudi Republike Srbije predstavlja i aeromiting kao internacionalni događaj.

Metode[7] istraživanja kao sistema misaonih i tehničkih postupaka posebno su determinisane hipotezama, predmetom i ciljem istraživanja. U analizi posmatranih pojava i procesa kao opšti filozofski metod koristiće se dijalektički metod. Radi analize predmetnih pojava i procesa vojnog potencijala u turističkoj ponudi Republike Srbije, koristiće se osnovne analitičke i sintetičke metode, a od opšte naučnih hipotetičko-deduktivna i komparativna metoda.

U prikupljanju podataka primenjen je metod analize sadržaja i metod studije slučaja.

Prikupljeni podaci biće obrađeni standardnim statističkim metodama kao i primenom deskriptivne analize.

[7] Videti opširnije: Prof. dr Miljević Milan, Doc. dr Subotić Dragan, ***„Sociologija preduzetništva sa osnovama metodologije istraživanja"***, Prva knjiga, KIZ, Beograd, 1997.

II
PROCES FORMIRANJA TURISTIČKE PONUDE U OKVIRU VOJSKE RS

1. Proces izgradnje vojnih turističkih objekata

Kada se govori o objektima u turizmu uopšte, mora se pomenuti da hotelsko, kao i restoransko preduzeće predstavlja tržišno orijentisano preduzeće koje, nastojeći da ostvari rentabilitet, posluje po principima koji su uobičajeni za svako drugo privredno preduzeće. U tom poslovanju ono se susreće sa nizom osobenosti koje diktira tržište, kao i sama pozicija preduzeća u ostvarivanju njegove osnovne misije, tj. uloge i svrhe koju ima u odgovarajućim privrednim tokovima. Hotelsko ili restoransko preduzeće pri tom često izlazi iz okvira ekonomike i organizacije i sreće se sa jakim uticajem psiholoških, sociloških i drugih faktora koji se značajno odražavaju na njegove poslovne rezultate, odnosno na tu istu ekonomiku i organizaciju. Kombinacija tržišnih osobenosti i faktora vezanih za misiju (ulogu) hotelskog ili restoranskog preduzeća stvara podlogu koja ga u poslovanju razlikuje od preduzeća iz drugih privrednih oblasti i delatnosti.[8]

Naime, nakon završetka Drugog svetskog rata krenula je nova faza razvoja, kako države, tako i vojske u njenim raznim segmentima. U tom smislu, jedan od pravaca razvoja i unapređenja vojske bio je i izgradnja turističkih objekata koji su po svojoj suštini bili namenjeni vojsci.

Ovi objekti bili su u vlasništvu države, međutim, promenom vlasničke strukture nakon 1945. godine, jedan određeni deo preuzima vojska za svoje potrebe. Njihova prevashodna namena bila je pre svega, usmerena na odmor i rekreaciju vojnih lica te članova njihovih porodica.

Obnavljanje turističke ponude nakon Drugog svetskog rata, započeto je naime restauracijom postojećih objekata, nacionalizacijom, kao i konfiskacijom objekata čiji su vlasnici bili, prema stavu tadašnjeg režima u saradnji sa okupatorom. Dalja obnova ogledala se u dobrovoljnom radu i angažovanju na nivou radnih akcija te preusmeravanjem namene objekata, a izmedju ostalog, i za turističke svrhe, kasnijom izgradnjom turističkih objekata.

[8] Sve te aspekte i razlike preduzeće treba da poznaje i respektuje u poslovnim operacijama pripremanja i održavanja svog uslužnog programa, bez obzira da li je ono novo i tek počinje sa radom ili je reč o postojećem preduzeću sa uhodanim tržišnim poslovanjem. Prema ovom kriterijumu postoji više podela hotelskih objekata. Zavisno od svrhe za koju služe, sve te podele u osnovi imaju dva pristupa: a) analitički, u kome se najčešće polazi od turističkog smeštaja i u tim okvirima posmatraju odgovarajuće vrste i kategorije hotela i b) poslovni, u kome se polazi od praktičnih podela hotelskih objekata za razne potrebe preduzeća, a pre svega u cilju prilagođavanja njegove ponude zah-
tevima ciljnih tržišnih segmenata. Izvor: Čačić Krunoslav, ***Poslovanje hotelskih preduzeća***, Čigoja štampa, 1995., str. 149 i 160.

Završetak Drugog svetskog rata doneo je mnoge organizacione promene u cilju prilagođavanja kompletnog društva novom društvenom sistemu. Pomenute promene ogledale su se u tome[9], što je Jugoslovenska narodna armija, na temeljima oficirskih zadruga Vojske Kraljevine Jugoslavije, razvijala svoje organizacije za pružanje usluga ličnog standarda, a to su:

- menze za ishranu oficira, podoficira i vojnika;
- preduzeća za izradu vojne odeće i obuće;
- vojna odmarališta za odmor i rekreaciju pripadnika Vojske i
- vojne ekonomije.

Navedene organizacije imale su svoj istorijski razvoj posle Drugog svetskog rata, koji se može posmatrati u tri osnovna perioda:

- period od 1945. do 1968. godine,
- perid od 1968. do 1978. godine i
- period od 1978. godine do danas.

Ovakva podela je napravljena na osnovu regulative kojom je bilo bliže uređeno poslovanje navedenih organizacija.

Takođe, u analizi ovog perioda ne treba gubiti iz vida činjenicu u kakvom društveno-političkom sistemu se zemlja tada nalazila.[10] Finansiranje investicija u turizam, najvećim delom zavisilo je od ekonomske politike zemlje. Privredni razvoj zemlje i politika finansiranja investicija, prolazili su kroz različite faze. S tim u vezi i politika finansiranja investicija u turizam često se menjala i prilagođavala vremenu.

U periodu od 1946. do 1952. godine tercijernom sektoru se nije poklanjala gotovo nikakva pažnja. Poklanjana je veća pažnja izgradnji radničkih i službeničkih odmarališta, koji su uglavnom imali

[9] Dalje u tekstu videti opširnije: Informacija: „Lični standard profesionalnih pripadnika Ministarstva odbrane i Vojske - Istorijat", ***Pravilnik o ustanovama Vojske Jugoslavije***, 1968., Službeni Akt Ministarstva odbrane

[10] Dalje u tekstu videti opširnije: Genov Georgi, ***Investiranje u razvoj novih turističkih destinacija***, Đuro Salaj, Beograd, 2004., str. 129

karakter zatvorenog tipa. Tom cilju je podređivana i politika finansiranja investicija u turizam Jugoslavije.

Sa uvođenjem novog privrednog sistema 1952. godine, došlo je do niza promena u oblasti privređivanja. Uviđa se mogućnost ostvarenja izvesnih efekata od inostranog turizma, i uvodjenja nekih instrumenata za unapređivanje inostranog turizma.

U oblasti ugostiteljstva ukidaju se odmarališta i restorani društvene ishrane zatvorenog tipa. Zatim se stvaraju osnovni uslovi za poslovanje ugostiteljskih preduzeća na tržišnim principima.

Politikom niskih cena ugostiteljstvu je bilo onemogućeno stvaranje veće akumulacije u cilju proširenja materijalne osnove. Pored toga, dobar deo sredstava zahvatan je od strane društvene zajednice putem kamate na poslovni fond i poreza na promet alkoholnih pića.

Pogodnije rešenje u pogledu amortizacije postignuto je od 1957. godine, kada počinju da se primenjuju savezne stope amortizacije (osim za građevinske radove) koje su bile znatno povoljnije. Tek od tada ugostiteljske organizacije su mogle da koriste amortizaciju u punom iznosu.

Razvoju materijalne baze turizma i ugostiteljstva država je pružala pomoć monetarnim i fiskalnim merama na razne načine, koji se mogu svesti na sledeće: dotacije, premije, zajmovi i kursne razlike.

Tabela 2. – Investiciona ulaganja u osnovna sredstva ugostiteljstva društvenog sektora

Godina	Ulaganje u osnovna sredstva	% učešća u ukupnim investicijama
1947.	270,0	0,6
1950.	606,0	0,9
1952.	1101,0	0,4
1955.	3534,0	0,7
1960.	4780,0	1,3
1965.	354,9	1,8
1970.	2859,4	7,4
1975.	3625,0	2,7
1980.	11804,0	2,5
1985.	65147,0	3,0

Izvor: Savezni društveni sekretarijat za poslove robnog prometa, ***Razvoj i problemi ugostiteljstva***, Beograd, 1959., 1968., 1972., 1976., 1981.

Sedamdesetih godina, međutim, investicije u ugostiteljstvo i turizam su imale veću stopu rasta. Do promena u strukturi finansiranja investicija u ugostiteljstvo i turizam došlo je uglavnom zbog izmene u sistemu finansiranja proširene reprodukcije u ovim delatnostima.[11]

Po definiciji, objekti Vojnih Odmarališta su državno vlasništvo dato na korišćenje vojsci.[12] Oni se od 1945. godine vode kao vojna imovina. Nalazili su se na moru i u kontinentalnim delovima nekadašnje SFRJ (Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije). Svi objekti nalazili su se na atraktivnim položajima, što je omogućavalo povoljne uslove za odmor i rekreaciju vojske i ostalih gostiju.

Vojna odmarališta po svom određenju pružaju usluge ugostiteljskog karaktera[13], prvenstveno aktivnim vojnim i građanskim licima na službi u JNA, ratnim vojnim invalidima i članovima njihovih porodica za vreme godišnjeg odmora uz naknadu. Izvan glavne sezone otvorene su za sve građane. Vojno-ugostiteljska preduzeća javljaju se u različitim oblicima, kao menze, restorani, bifei, hoteli i drugo. Posluju pod nazivom vojnougostiteljska ustanova. Menza se, načelno, organizuje na garnizonskom principu. Osniva se samo kod jedinica i ustanova koje posluju kao materijalno-finansijski organ IV stepena. Može imati jedan ili više odeljaka, bifea, povrtnjaka i kantina. Restoran se može formirati pri domovima JNA, vojnim školama i nekim drugim jedinicama i ustanovama. Status mu se određuje pravilnikom ustanove, a način pružanja usluga na osnovu ugovora. Posluje kao samostalna ugostiteljska radnja. Vojni hotel posluje kao samostalna ugostiteljska radnja, s tim da prvenstveno pruža usluge vojnim licima.

Na moru odmarališta Vojnih ustanova svojevremeno su bila: u Fažani i Crikvenci (kod Rijeke), Perni na Orebiću (naspram Korčule), u Baškom polju kod Makarske, Kuparima (kod Dubrovnika), Ostrvo cveća (kod Tivta), Valdanosu (kod Ulcinja).

U kontinentalnom delu bili su na: Bledu, Jahorini, Tari, Vrnjačkoj Banji i Karađorđevu.[14]

Ova odmarališta imala su pozitivno poslovanje. Princip je bio da svaki starešina i druga lica neposredno zaposlena u Vojsci, sa porodicom, tri ili četiri godine koriste odmaralište, a višak neprodatih kapaciteta je plasiran za civilno tržište.

[11] Dalje u tekstu videti opširnije: Genov Georgi, ***Investiranje u razvoj novih turističkih destinacija***, Đuro Salaj, Beograd, 2004., str. 139

[12] Dalje u tekstu videi opširnije: Petković Mirjana, ***Mesto vojnih odmarališta u turističkoj ponudi Srbije i Crne Gore***, odbranjena magistarska teza, Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, 2006. godina

[13] Dalje u tekstu videti opširnije: ***Vojna Enciklopedija***, Druje, Vojnoizdavački Zavod, Beograd, 1978., str. 585

[14] Karađorđevo predstavlja lovno-šumsko, poljoprivredno gazdinstvo u okviru Vojnih ustanova u Vojvodini.

U vansezoni su hoteli primali i kolektive iz civilstva, služili su za odmor i rekreaciju, kao i održavanje simpozijuma i kongresa. Takođe, dolazile su Organizacije civilnih turističkih preduzeća, kao i stranci.

Istorijski posmatrano, period od 1945. do 1968. godine karakterističan je po budžetskom materijalno-finansijskom poslovanju i mestu u organizacijskom sastavu komandi jedinica i ustanova (komande armije i komande garnizona).

Tokom 1968. godine, na osnovu prava pojedinaca profesionalnih pripadnika Vojske, propisanih Zakonom o sredstvima i finansiranju u Jugoslovenskoj Narodnoj Armiji, donet je Pravilnik o ugostiteljskim ustanovama u JNA, koji uslužne delatnosti JNA profiliše kroz organizaciju usluga u novoformiranim vojnim ustanovama i određivanje pretpostavljenog organa u SSNO.

U tom periodu, formira se određeni broj vojnih ustanova kao što su: VU „Partizan" u Ljubljani, VU „Zvijezda" u Zagrebu, VU „Romanija" u Sarajevu, VU „Nišava" u Nišu, VU „Vardar" u Skoplju, VU „Dalmacija" u Splitu, VU „Ribnica" u tadašnjem Titogradu, a u Beogradu VU „Topčider", VU „Dedinje", VU „Avala" i VTU „Jedinstvo". Iste godine, Državno poljoprivredno i lovnošumsko gazdinstvo „Karađorđevo" odlukom radničkog saveta i uz saglasnost Saveznog izvršnog veća prelazi u sastav JNA. U navedenom periodu sve ove ustanove poslovale su po budžetskom principu.

U periodu 1968-1974. godine u SSNO se vrše ozbiljna proučavanja dostignutog nivoa organizacije ustanova za pružanje usluga ličnog standarda radi predlaganja novog sistema rešenja, koje bi bilo efikasnije i racionalnije, naročito u svetlu priprema države za usvajanje Zakona o udruženom radu.

Početkom 1975. godine sva vojnoprivredna preduzeća proizvodnog ili uslužnog karaktera prelaze na poslovanje po principu sticanja i raspodele dohotka, o čemu se donose, po ovlašćenju Saveznog izvršnog veća, rešenja saveznog sekretara za odbranu o osnivanju vojnih ustanova koja posluju po prinipu sticanja i raspodele dohotka. Ovaj proces je zaokružen 1978. godine kroz osnivanje sledećih organa SSNO:

1. U Sektoru pozadine-odeljenje za UKUS, odmor i rekreaciju i piljoprivrednu proizvodnju, koje objedinjava rad svih vojnodohodovnih ustanova na teritoriji SFRJ;

2. Odeljenje po dubini osniva pored postojećih i sledeće nove vojne ustanove: VU „Kupari"[15], VO „Duilovo", VO „Ostrvo cveća", VO „Fažana", VO „Valdanos", VO „Tara" i VO „Breza".

Osnovna karakteristika navedene odluke Saveznog Izvršnog Veća da se ustanove prevedu na dohodovni način privređivanja, je u činjenici da su dotadašnji organizacioni oblici ovih ustanova i ostvareni privredni efekti, prevazišli budžetski način rada, i da se ocenilo da bi kroz davanje veće samostalnosti navedenim organizacionim oblicima u narednom periodu, pored kvantiteta mogao postići i mnogo viši kvalitet usluga.

To je i ostvareno u periodu od 1974. do 1991. godine. Pored toga, budžet sistema odbrane je bio rasterećen za oko 14.000 godišnjih plata, jer su radnici u VDU bili u obavezi da sa osnovnim sredstvima koje im je država dala na korišćenje, samo ostvaruju zarade.

Vojne ustanove u periodu 1975 - 1986. posluju po principu sticanja i raspodele dobiti, a 1986. godine se donosi Pravilnik po kome i danas posluju.

Posle raspada SFRJ, odmarališta su pripala Republikama u okvirima čijih granica su i bila. Sva vojna imovina bila je predmet deobe na državnom nivou (bivše SFRJ).

Hoteli u Vrnjačkoj Banji, hoteli na Tari i Karađorđevo, su na teritoriji Srbije, u Crnoj Gori je Valdanos. Ostrvo cveća nije u funkciji, jer su tamo izbeglice od 1991. godine. Dalji opstanak i funkcionisanje zavisi od političkih okolnosti, ali i načina vođenja procesa transformacije, gde su sve opcije moguće, počev od javnih preduzeća pa do privatizacije.

Od 90-tih godina, Vojni hoteli su se počeli oglašavati svojim turističkim ponudama i aranžmanima za sve građane.

U Saveznom Ministarstvu odbrane, 2002. godine, u sektoru za Građevinske urbanističke delatnosti, bilo je reči o prodaji zgrada Vojske Jugoslavije. Trebalo je da se oko 70% sume ostvarene od prodaje objekata upotrebi za rešavanje stambenih problema pripadnika Vojske Jugoslavije i zaposlenih u Saveznom Ministarstvu odbrane, a 30% za sanaciju i rekonstrukciju Vojnih objekata. Vojni hoteli bili su izuzeti od te odluke. Objašnjenje je bilo da su to odmarališta turističko-ekonomskog karaktera, otvorenog tipa, koje osim pripadnika VJ, mogu koristiti i ostali građani. Tako da su ti hoteli u tom trenutku bili izuzeti od privatizacije.

[15] Videti opširnije: Mihić Ljubo dr, ***Kupari kod Dubrovnika***, Vojno-ugostiteljska ustanova za odmor i rekreaciju Kupari, Kupari, 1973.

Najnovijim izvodom iz Pravilnika o Poslovanju, od juna 2006. godine, Vlada Republike Srbije (u svojstvu Osnivača), donela je Odluku o osnivanju jednočlanog Društva sa ograničenom odgovornošću. Jedna od odredbi iz tog pravilnika je:

> *„U cilju upravljanja i obezbeđivanja ugostiteljskih i smeštajnih kapaciteta za potrebe Ministarstva Odbrane i Vojske RS i trećih lica u skladu sa Zakonom o privrednim društvima, Vlada RS uz saglasnost Ministarstva Odbrane osniva jednočlano Društvo sa ograničenom odgovornošću, koje će poslovati pod firmom: „TARA-HOTELI"' Bajina Bašta*".

Pretežna delatnost Društva je: Hoteli i moteli, s restoranom. U okviru nje Društvo može obavljati sve Zakonom propisane delatnosti. Sve ostalo: proširenje delatnosti, prava, obaveze i odgovornosti, upravljanje i zastupanje, obavlja Osnivač, a na predlog Ministarstva Odbrane.

S obzirom na lociranost ovih objekata i samim tim klimatske specifičnosti, za očekivati je da će ovi hoteli biti različito posećeni u određenim godišnjim dobima. Međutim, s obzirom na različite savremene trendove, kongresni turizam, kao i posetioce školskog uzrasta, koji se vezuju za periode školskih raspusta, situacija se ponekada i bitnije menja.

Turistička putovanja za ili van vremena godišnjih odmora, služila su ne samo boljem upoznavanju ljudi i druženju, već i proširivanju vidika i prevazilaženju predrasuda o različitostima naroda. To je bio razvoj svesti vojnih lica u kulturološkom smislu, a kroz odmor, rekreaciju i razvoj zajedništva.

Poseta vojnim turističkim objektima od strane vojnih lica i njihovih porodica za vreme godišnjih odmora podrazumevala je različite finansijske aranžmane. Naime, za porodice vojnih lica postojao je zaseban cenovnik, tj. cenovnik sa subvencionisanim cenama. Takođe, određene kategorije vojnih lica iz grupe beneficiranog radnog staža, poput pilota i padobranaca, imale su u potpunosti plaćen boravak u vojnim turističkim objektima.

Osim zaštite standarda vojnih lica, ovo je bio i svojevrsni vid druženja, zbližavanja i razvijanja jakih prijateljskih odnosa između pripadnika JNA. Pripadnici vojske su bili cenjeni i to se pokazivalo kroz određene privilegije koje su oni, opravdano, uživali.[16] U skladu sa time, i danas su poznate teorije menadžmenta koje se baziraju na druženju zaposlenih, ako prihvatimo to kao dobar model uspešnosti, onda možemo da shvatimo, između ostalog, zašto je vojska JNA bila jedna od najuspešnijih u svetu.

[16] Videti opširnije: Draker Piter, ***Moj pogled na menadžment***, Adižes, Novi Sad, 2006. i Vukićević Slobodan, ***Menadžment slobodnog vremena u turizmu***, Podgorica, 2007.

2.Razvoj sadržaja vojne turističke ponude

Socijalistička državna zajednica jugoslovenskih naroda ustanovljena je zvanično 31. januara 1946. godine proglašenjem Ustava te zejednice. Time je započela nova faza razvoja vojske u svim segmentima, pa i vojno-turističkom.

Objekti koje je vojska dobila na upravljanje nalazili su se na raznim lokacijama bivše Jugoslavije, od primorja do kontinentalnog dela države. Zajednička karakteristika im je da su se svi nalazili na veoma atraktivnim lokacijama.

Vojne ustanove imale su, kao što je predhodno i navedeno, odmarališta na najboljim lokacijama, u primorskom delu u Kuparima kod Dubrovnika, na Orebiću naspram Korčule, kod Makarske-Baško polje, kod Rijeke Fažani i Crikvenica, kod Tivta-Ostrvo cveća, Valdanos kod Ulcinja, zatim Skrad, Bigovo, Pula, Zadar, Duilovo kod Splita i druga.

Atraktivne lokacije u kontinentalnom delu koje su bile uzete za odmarališta Vojne ustanove, bile su: Kopaonik, Tara, Jahorina, odmaralište na Rajcu, Žabljak, Rimske Toplice u Sloveniji, Bled, Vrnjačka banja, Morović, Karađorđevo, Ohrid i slično.

Takođe, VU raspolagala je velikim brojem samačkih hotela koji su se (a i danas se nalaze), na atraktivnim lokacijama u centrima većih gradova poput Beograda, Zagreba, Niša i drugih. Naime, Vojska SFRJ posedovala je veliki broj samačkih hotela, koji su imali inicijalno veoma praktičnu namenu, a koja se ogledala u smeštaju oficira usled prekomande u drugi grad rada velike SFRJ, u situacijama dok još uvek nije rešeno njihovo stambeno pitanje.

Takođe, svaki grad koji je imao vojnu kasarnu, posedovao je i Dom gde su se održavale različite kulturne svečanosti.

Ukoliko se pažljivije posmatraju, sa geografskog aspekta mesta na kojima se nalaze vojni hoteli, odnosno njihov teritorijalni razmeštaj - odmarališta, kampovi, domovi koji su se nalazili u svakom gradu gde su postojale kasarne - zapaža se zavidna turistička ponuda.

Atraktivnost ovih lokacija ogleda se u pogodnoj klimi, bogatoj flori i fauni, nasleđu u kulturnom i istorijskom smislu i slično, što predstavlja i motive za putovanje i posetu određenoj turističkoj destinaciji.

Isto tako, Vojska je imala turistički potencijal u samoj činjenici da su hoteli sa svojom lokacijom obuhvatali više vrsta turizma: planinski, banjski, gradski, lovni, rečni i nautički, morski, zdravstveni, kongresni i slično.

Kada je kvalitet u pitanju, odnosno kategorizacija vojnih hotela, svi su uglavnom B kategorije, odnosno sa dve i tri zvezdice, ali sa bogatim propratnim sadržajem i infrastrukturom. To su hoteli sa terenima za sport: odbojku, fudbal, rukomet, košarku, atletiku i drugo. Pored toga, tu su bifei, veliki vrtovi za odmor, restorani, bazeni i još mnogo pogodnosti koje su pružali svojim korisnicima. Iz današnje perspektive posmatrano, mnoge zemlje iz regiona i šire, mogle su da pozavide takvoj lepezi turističke ponude u sastavu vojske SFRJ.

Može se zaključiti da se bogatstvo vojne turističke ponude bivše države ogledalo u tadašnjim realnim mogućnostima zadovoljenja potreba turista, imajući u vidu da Krapf kao ustanove, delatnosti i zanimanja koja direktno podmiruju potrebe turista navodi:[17]

1. hotele, restorane, kafee, barove itd;
2. trgovine, posebno za prodaju suvenira, novina, fotografija, knjiga, tekstila, cigareta, časovnika, sportske robe, cveća, voća i pekarskih prooizvoda, zatim poslastičarnice, parfimerijske radnje, saloni za ulepšavanje, juvelirske radnje, prodavnice antikviteta itd;
3. banke i osiguravajuce institucije;
4. slobodne profesije: lekari, advokati itd;
5. pomoćna zanimanja potrebna turistima: razne sportske institucije, vodiči itd. i
6. institucije za zabavu: pozorišta, kabarei, kasina, festivali i slično.

Vojni hoteli sa svijim bogatim sadržajem pružali su potpun doživljaj i odmor svojim posetiocima. S obzirom da se od godišnjeg odmora očekuju odmor, zabava i druženje, upravo to su postojeći kapaciteti i pružali svojim korisnicima. Sve od ponude hotela u civilstvu, pružali su i vojni turistički kapaciteti, pa čak i korak ispred. Hoteli u vojnoj režiji pružali su između ostalog i jedan segment sigurnosti koji se retko gde, u drugim hotelima, mogao naći.

Imajući u vidu prostornu veličinu bivše SFRJ, pored različitosti u kulturnom smislu, podrazumevala se i raznolikost u klimi i geografskim specifičnostima pojedinih područja. U tom smislu, vojna turistička ponuda obuhvatala je i more i planine i jezera, omogućavajući tako specifičan odmor, nova iskustva i doživljaje koji se čitav život pamte.

Ovo je naročito važno imajući u vidu da je očigledno da su turisti sve više i više orjentisani ka prilagođenim paketima usluga, trudeći se da zadovolje različite potrebe u toku jednog putovanja, kao što su upoznavanje sa lokalnom kulturom i okruženjem, a u isto vreme upražnjavajući i aktivan odmor. Turisti očekuju neposrednija iskustva kako bi se kompletno identifikovali sa

[17] Unković Slobodan dr, Bojan Zečević dr, ***Ekonomika turizma***, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Beograd, 2009., str. 42

kulturom neke destinacije ili ponuđenim aktivnostima. Turističke destinacije i preduzeća zato moraju ponuditi turistima tzv. ,,totalno iskustvo" ili ,,potpuni doživljaj". [18]

Pored toga što su u okviru vojne turističke ponude prednost i subvencionisane cene imala vojna lica i njihove porodice, svoju bogatu ponudu vojni hoteli pružali su i ostalom građanstvu. Takođe, i lokano stanovništvo je imalo višestruku korist, a najzanačajnija je što je radno sposobno stanovništvo nalazilo posao upravo u vojnim hotelima. Time se doprinosilo ne samo socijalnoj sigurnosti, već i preovlađujućem stavu da je u određenom smislu, prestižno raditi pri vojsci.

Zemlje iz okruženja su takođe imale raznovrsnu ponudu u turističkim kapacitetima, ali ni blizu bogatu kao SFRJ.

Međutim, danas ne treba zaboraviti da oblici uspešnog praćenja tendencija na turističkom tržištu, velikim delom zavise od hotelskih i njima sličnih osnovnih kapaciteta.[19] Prilagođavanje tržišnim tendencijama u tom smislu, odnosi se pre svega na izbor vrste i kategorije klasičnog hotelskog objekta, čime se odmah postavljaju i osnove kvaliteta usluga u njemu, ali i na iznalaženje novih formi smeštaja uopšte, koji mogu da uključuju i druge učesnike van preduzeća i obezbede njihovo prisustvo u poslovima i na međunarodnom turističkom tržištu. Najvažniji trendovi (i odgovarajuće promene) koje su u ponudi hotelskih preduzeća ispoljeni u prethodnim godinama, ali su i dalje aktuelni, mogu da se grupišu u pogledu:[20]

- namene i sadržaja
- veličine objekta.

Obe grupe istovremeno su protkane odgovarajućim promenama kvaliteta usluga, odnosno njegovom poboljšanju i prilagodavanju vrsti hotelskih objekata.

- Namena i sadržaj objekta:

  - ❖ formiranje i razvoj hotelskih klubova (sport; ekskluzivnost),
  - ❖ resort objekti i centri (rekreacija i zabava u odgovarajućim destinacijarna),
  - ❖ za razne skupove (konvencije i konfercncije),
  - ❖ luksuzni i jeftini (budget) hoteli.

- Veličina objekta:

[18] Unković Slobodan dr, Bojan Zečević dr, ***Ekonomika turizma***, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Beograd, 2009., str. 426

[19] Npr., preko 1,7 miliona hotelskih ležaja čine 52% ukupne smeštajne ponude u Italiji, dok 651 hiljada hotelskih kapaciteta predstavlja 56% te iste ponude u Australiji.

[20] Čačić K., ***Poslovanje preduzeća u turizmu***, Ekonomski fakultet, Beograd, 1995., str. 86-96

- manji (porodični) hoteli,
- mega hoteli.[21]

Trenutno, u Evropi postoji lanac vojnih hotela članica NATO snaga pod imenom CLIMS. On podrazumeva svojevrsni vojni hotelski klub, koji omogućava članicama NATO-a tj. pripadnicima njihovih vojnih snaga, korišćenje hotela iz vojne turističke ponude, a koji stoje na raspolaganju vojnim licima iz zemalja članica.

Imajući u vidu navedeno, trenutni potencijal Republike Srbije u tom pogledu je na zavidnom nivou. Potrebno je postojeće kapacitete kvalitativno prilagoditi zahtevima savremenog turističkog tržišta u oblasti vojnog turizma.

[21] Od 12 najvećih hotela na svetu čak 8 se nalazi u Las Vegasu (SAD) i čine jednu trećinu ponude. U pomenutom gradu ima ukupno 17 hotela sa više od 1000 soba.

III

NAČIN ORGANIZOVANJA I UPRAVLJANJA TURISTIČKIM OBJEKATIMA U VLASNIŠTVU VOJSKE – NEKAD I SAD

1. Kvalitet turističke ponude i njihovo stanje u vlasništvu Vojske RS

Turistička tražnja napušta ustaljene i standardne oblike svog ponašanja, jer se javljaju nove potrebe i zahtevi. Turisti zahtevaju sasvim drugačiju kombinaciju elemenata iz domena usluga koje konzumiraju u svom slobodnom vremenu. U suštini, radi se o potrebi da se izmene osobine i kvalitet turističkog vremena. Supermacija slobodnog vremena nad radom i novcem otvara pitanje kako da "homo turisticus" proširi svoj horizont i upozna, ne samo prirodne atraktivnosti datog prostora, već i kulturno-istorijsko nasleđe i antropogene faktore (gastronomija, folklor, jezici, proizvodnja karakterističnih proizvoda za dato područje i slično). Savremenom "homo turisticusu" potrebno je mnogo više nego do sada. On traži razumevanje sveta u kome živi, sadržajan odmor, humanost, prijateljstvo, edukaciju, ljude slične sebi.[22]

Jasno se zapažaju novi zahtevi i potrebe za provođenjem slobodnog vremena u smislu:

- povećanja životne radosti i zadovoljstva kao pandan na neodgovarajuće uslove svakodnevnog života,
- „beg" od civilizacije, visokog stepena industrijalizacije, motorizacije, buke, zagađenja u svakom pogledu,
- odvajanja od prirode rada, masovne nezaposlenosti, ratne opasnosti i slično.

Sa druge strane, atraktivnost destinacije[23] (događaja) određuje cenu koju je tržište spremno da plati, odnosno napore koje su turisti spremni da podnesu, kako bi je posetili (doživeli). Nivo atraktivnosti direktno određuje i nivo lojalnosti, odnosno preporuka za posetu destinaciji.[24]

Za procenu efikasnosti, efektivnosti i ekonomičnosti mnogih institucija i organizacija u svakom društvu važno je poznavanje ekonomskog potencijala (prirodnog bogatstva i raspoložive proizvodne snage) i uslova za ekonomski razvoj, zatim stanje i perspektiva privrednih, društvenih, političkih i drugih faktora i njihov međusobni odnos, kao i moralni kvaliteti

[22] Čerović Slobodan, ***Strategijski menadžment u turizmu***, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2009., str. 55
[23] Destinacija se smatra „lancem" odnosno nizom povezanih aktivnosti, koje su potrebne da bi se stvorila i na tržištu ponudila vrednost superiorna onoj koju nudi konkurencija. Izvor: Čerović Slobodan, ***Strategijski menadžment u turizmu***, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2009., str. 192
[24] Ibidem., str. 187

zaposlenih članova organizacija sveta rada koji su od presudne uticajnosti za dosezanje ekonomskih optimuma (snižavanja proizvodnih troškova i uvećavanje profitabilnosti).[25]

U menadžmentu turističkih preduzeća posebno je značajno balansiranje efikasnosti i efektivnosti. Naime, hotel može imati izuzetno niske troškove-efikasnost i na prvi pogled, uspešno poslovanje je izgledno, međutim zbog loše pozicije, ukoliko je udaljen od glavnih saobraćajnih tokova, ili na neafirmisanoj destinaciji, iako ima prednost u troškovima, njegova prodaja će biti nedovoljna-neefektivna i neće uspešno poslovati. Takođe, slično je i kod putničkih agencija. Naime, putnička agencija ima vrlo nisku cenu paket aranžmana efikasno, međutim ne postoji potražnja za tom destinacijom-neefektivno i agencija će na tom projektu iskazati gubitak.[26] U tom smislu, neizostavno se mora govoriti o strategiji u turizmu.[27]

Po Milisavljeviću, strategijski plan uključuje: tržišne uslove, potrebe potrošača, konkurentske snage i slabosti, ekonomske i pravne uslove, tehnološki razvoj i raspoloživost izvora. Strategijske odluke se donose u uslovima visoke neizvesnosti, odnosno u uslovima nepoznavanja svih relevantnih relacija i činjenica. Strategije se mogu oblikovati sledećim metodama: planiranjem, preduzetništvom, ideologijom, metodom kišobrana, metodom procesa, nepovezanim metodom, metodom konsenzusa i metodom nametanja.[28]

Od osamostaljivanja Srbije i proglašenja Ustava do danas, u vojsci RS događali su se različiti ciklusi. Posle građanskih ratova, koji su se odigrali na teritoriji tadašnje državne zajednice, počeo je jako težak i konfuzan period za turističke vojne objekte.

Turistički objekti, poput hotela, odmarališta i samačkih hotela, korišćeni su kao prihvatilište za izbegla i raseljena lica sa ratom zahvaćenih područja. Ti kapaciteti su u ovakvim okolnostima pre svega ustupana porodicama vojnih lica, a zatim i civilnom stanovništvu.

---

[25] Prof. dr Miljević Milan, ***„Poslovna etika i komuniciranje"***, Mladost Grup, Beograd, 2010., str. 50.

[26] Cerovic Slobodan,Strategijski menadzment u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2009. , str. 107

[27] Strategija je reč grčkog porekla (strategos - vojskovođa) i pozajmljena je iz vojne terminologije („veština generala"), a označava granu ratne vojne veštine koja se bavi primenom i upotrebom oružanih snaga kao celine na ratištu, radi postizanja ratnog cilja. U tom smislu, strategija je nauka i veština korišćenja načina da se ostvare ciljevi, te strategija predstavlja racionalno reagovanje preduzeća na događaje u sredini u kojoj obavljaju svoju poslovnu aktivnost. Izvor: Milisavljević M., Todorović J., ***Strategijsko upravljanje***, Ekonomski fakultet, Beograd, 1991., str. 4-7

[28] Asch B.., ***Strategic Management***, Mc. Millan, London, 1995., str. 221.

Kako je vreme odmicalo, a alternativno rešenje nije postojalo niti se na njegovom rešavanju radilo, ti ljudi su uglavnom ostajali u ovim objektima. Iako su kapaciteti nekadašnje vojne turističke ponude pomogli pri smeštaju i pružanju makar privremenog doma za stanovništvo koje je stihijom rata svoja ognjišta izgubilo, to je iz perspektive turizma državu ostavilo bez prihoda koju je ova grana nekada ostvarivala, što je vodilo neminovnom propadanju ovih objekata.

Objekti su vidno ruinirani. Bilo je gotovo nemoguće obezbediti stanove za sve, imajući u vidu priliv izbeglog stanovništva sa jedne, i već postojeći broj vojnih lica bez rešenog stambenog pitanja sa druge strane. Stvorio se efekat bezizlazne situacije, koju je bilo gotovo nemoguće rešiti a da neko ne ostane „povređen".

Kvalitet vojne turističke ponude u Srbiji u jednom trenutku je bio ne samo zabrinjavajući, već se moglo reći da nije više ni postojao. Vojska se borila sa raznim problemima i tražila rešenje. Na svu sreću ostali su hotelski kapaciteti koji su imali nadu da će jednog dana biti renovirani i da će krenuti u korak sa postojećom turističkom tražnjom na domaćem tržištu.

Prioritet, u tom trenutku je bio pridobiti domaćeg turistu, koji zbog otežanih uslova putovanja u inostranstvo i sankcija ostaje u zemlji. Uprkos krizi koja je bila prisutna u društvu, politici i ekonomiji, sa svim svojim negativnim uticajima na turizam, dobrom poslovnom politikom i uvođenjem inovacija u poslovanju, znatno je unapređeno poslovanje vojnih turističkih objekata. Svi vojni turistički objekti su otvoreni za široko turističko tržište.

1.1. Vojna Ustanova „Tara"

Jedna od lokacija vojne turističke ponude Republike Srbije je i VU „Tara".[29] Turistička privreda Tare zadržala je organizacionu strukturu, karakterističnu po usitnjenosti. Nedostaje jedna jaka organizacija koja bi unela savremene marketinške trendove u poslovanju, povezala se sa drugim privrednim granama i tako doprinela bržem razvoju turizma.[30]

Sadašnju organizacionu strukturu turističke privrede Tare čine sledeće organizacije:

1. Preduzeće Vojna ustanova Tara sa 636 ležajeva. U okviru koje posluju:

   - hoteli „Omorika" i „Beli bor",
   - hotel „Javor",
   - šumska kuća i
   - restoran „Jeremičak".

2. Preduzeće Nacionalni Park Tara sa 60 ležajeva i to raspoređenih u :

   - motelu „Lovački dom" i lovačkoj kući „Predov Krst" i
   - planinarskom domu „Predov Krst"

3. Elektroprivreda Srbije od skora je vlasnik hotela „Jezero" (a nekada je poslovao u okviru Inex hotela kao i hoteli „Vrelo", „Tara" i vila „Drina". U hotelu „Vrelo" i vili „Drina" do skora su bile smeštene izbeglice i raseljena lica sa Kosova). Hotel „Jezero" raspolaže i sa 10 bungalova, od kojih je 5 dvokrevetnih, a 5 četvorokrevetnih.

[29] Planina Tara se nalazi na granici između Republike Srpske i Crne Gore. Granična podela iako ide grebenom, administrativna je i mehanička, mada se može konstatovati i izvesna razlika prirodnih karakteristika područja. Reljef i prirodni ambijent Tare prelazi mestimično i sa druge strane granice, čineći organsku celinu sa područjem. Planina Tara je administrativno podeljena između opština Užice i Bajina Bašta. To važi i za prostor Nacionalnog parka, s tim što opštinska granica ne predstavlja nikakvu prepreku u razvoju turizma, naprotiv, kroz sinhronizaciju određenih akcija mogu se postići bolji rezultati turističke valorizacije.

[30] Dalje u tekstu videi opširnije: Petković Mirjana, ***Mesto vojnih odmarališta u turističkoj ponudi Srbije i Crne Gore***, odbranjena magistarska teza, Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, 2006. godina

4. Beogradsko dečje odmaralište na Mitrovcu ima 715 ležaja u centralnom objektu sa šest paviljona, a u njegovom vlasništvu je i restoran „Kačara".

5. Preduzeće „Javor" iz Beograda ima planinarski dom sa 22 ležaja.

6. Privatni motel „Džogazi" ima 40 ležaja.

7. Restorani „Plaža" i „Vrelo" (nekada vlasništvo Inexa) na Perućcu, kao i restoran „Kačara" (nekada vlasništvo Beogradskog dečjeg odmarališta) na Mitrovcu odnedavno su u privatnom vlasništvu.

Tabela 3. - Smeštajni kapaciteti na Tari

objekat	vrsta	br. soba	br. ležaja	br.stolica	vlasnik
„Omorika"	hotel	166	345	1500	VU „Tara"
„Beli bor"	hotel	125	227	650	VU „Tara"
„Javor"	hotel	30	51	120	VU „Tara"
Predov krst	motel	15	53	74	NP „Tara"
„Jezero"	hotel	30	70	180	EPS
Dečje odmaralište na Mitrovcu		105	715	400	Centar dečjih odm. Beograd
„Džogazi"	motel	12	68		Privatno

Tabela 4. - Vrsta i broj smeštajnih jedinica u hotelu „Omorika"

smeštajna jedinica	b r. smešt. j ed.	uk.ležaja
Ap/prezident	2	4
apartmani	8	8
jednokrevetne	31	31
dvokrevetne sa l.	46	82
dvokrevetna	43	86
trokrevetna	13	39
četvoro kre vetne	16	64
dupleks (bez terase)	3 4	9 12
UKUPNO	**166**	**345**

Hotel „Omorika" smešten je na najlepšem delu planine Tare, na Kaluđerskim Barama na 1059 m nadmorske visine. Hotel je sa tri zvezdice. Otvoren je 1977. godine i raspolaže sa 345 ležaja. U okviru hotela je zatvoreni bazen, restoran, trim kabinet, sala za stoni tenis, automatska kuglana. U hotelu je smeštena i prodavnica suvenira, štampe i frizerski salon. U okolini terena su tereni za male sportove, trim staze duge 1600 m i više od 10 km uređenih šetnih staza, nešto dalje je i benzinska pumpa.[31]

Hotel „Beli Bor" je otvoren 1980. god. Danas ima dve zvezdice. Smešten je na mestu Radmilovac. Od hotela „Omorika" udaljen je 4,5 km sa kojim je povezan modernim putem i pešačkom stazom.
Hotel ima moderno opremljenu kafanu sa 250 mesta, dva aperitiv bara, dečju sobu, biblioteku, bioskopsku dvoranu sa 250 mesta. U blizini hotela su košarkaški, fudbalski i drugi tereni. Hotel raspolaže sa 227 ležaja u jednokrevetnim, dvokrevetnim i trokrevetnim sobama.[32]

Tabela 5. - Vrsta i broj smeštajnih jedinica u hotelu „Javor"

smeštajna jedinica	**br.smešt.jedinica**	**uk.ležaja**
jednokrevetne	9	9
dvokrevetne	21	42
UKUPNO	30	51

Hotel „Javor" je otvoren 1968. godine. Smešten je na Kaluđerskim Barama u neposrednoj blizini hotela „Omorika". Raspolaže sa 51 ležajem u dvokrevetnim i trokrevetnim sobama. U okviru hotela je restoran koji služi nacionalna i domaća jela i specijalitete. Dom raspolaže sa 7 dvokrevetnih, trokrevetnih i šestokrevetnih soba, koje su kompletno opremljene kuhinjom, dnevnim boravkom, toplom i hladnom vodom.

Hotel „Tara" je smešten u Šljivovici. Raspolaže sa 120 ležajeva, restoranom, letnjom terasom, salom sa zabavnim aparatima. U zimskom periodu nudi dva ski-lifta i skije za iznajmljivanje. Ovaj hotel je od 1994. godine MUP Republike Srbije uzeo za svoje potrebe. Nije izvršena kategorizacija hotela. Trenutno je van funkcije jer je pod sudskim sporom.

[31] Nešović I. 1988; ***Vojna ustanova „Tara"*** Bajina Bašta, Bajina Bašta, str. 2
[32] Ibid.

Planinarski dom „Predov Krst" se nalazi na veoma atraktivnom delu Tare - Predovom Krstu. Raspolaže sa 20 ležaja, dnevnim boravkom sa kuhinjskom opremom i kupatilom. Ovde je i lovačka kuća sa 22 ležaja, opremljenih kuhinjom, restoranom, terasom, i prijatnim kutkom sa kaminom.[33]

Svoj zlatni period u razvoju Tara je imala 1981. godine kada je proglašena Nacionalnim parkom pa do 1992. godine.[34] Ekonomska, politička i društvena kriza imale su negativne posledice po turizam. Rat u okruženju, inflacija u zemlji uticali su da se na Tari 1993. godine realizuje najmanji broj noćenja. Od 1995. god. Tara beleži neznatan porast u prometu turista u objektima Vojne ustanove Tara. Međutim, ipak daleko ispred svojih konkurenata na Tari.

Interesantna za analizu i svakako za ugostiteljske objekte na Tari bila je 2002. godina. Tu se beleži gotovo duplo veći promet turista i noćenja u odnosu na 2001. godinu u „Omorici". Predpostavka je da je uzrok tome malo izraženija rasterećenost ljudi, povećanje standarda, ali i jedna vrsta relaksacije nakon burne 2-3 godine teškog života u uslovima straha i nesigurnosti koji su postojali u zemlji.

U 2003. godini beleži se ponovo pad broja turista. Da li je uzrok tome opšta smanjena tendencija turističkih kretanja ili je uzrok slab marketinški nastup na tržištu, ili pak pad standarda, moglo bi se ispitati kada bi se propratila kretanja turista u čitavom regionu.

Podaci u 2004. godini, govore o većoj posećenosti objekata Vojne ustanove Tara u toku letnjih i zimskih meseci, ali i perioda koji se poklapaju sa danima školskih raspusta. Uviđa se da Tara sve više dobija turističko-rekreativni karakter, ali namenjen prvenstveno deci. Nekada to nije bilo tako i u strukturi turista dominirale su posete porodica. Interesantan je i podatak iz 90-tih godina koji kaže da je vremenska distribucija turista veoma povoljna u toku cele godine i gotovo ujednačena.

Danas je izražen mali broj noćenja tokom meseca marta i pogotovo novembra kada se hotel vrlo često i zatvara. Vrlo je slična situacija što se raspodele gostiju tiče u određenim godinama, ali i raspodela po mesecima, vrlo je slična i za „Beli Bor" i „Omoriku". Inače, februar, april, maj i oktobar su najposećeniji meseci u toj 2004. godini.

Iznenađuje gotovo duplo manji broj gostiju u januaru u odnosu na februar, ili npr. u novembru u odnosu na oktobar. Međutim, ono što razlikuje „Beli Bor" od „Omorike" je starosna struktura gostiju i upravo to je razlog za ovakvu raspodelu gostiju. Dok je „Omorika" pretežno bazirana na

[33] Josipović M. 1998., ***Boravak i poseta Nacionalnom parku Tara***, Nacionalni park Tara, Bajina Bašta, str. 2

[34] U ovom periodu, u 1988. godini ostvaren je i rekordan broj noćenja, čak 415.094. Izvor: Petković Mirjana, ***Mesto vojnih odmarališta u turističkoj ponudi Srbije i Crne Gore***, odbranjena magistarska teza, Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, 2006. godina

smeštaju odraslih grupa (kongresi, seminari i porodice), „Beli Bor" je više odmaralište za goste školskog i predškolskog uzrasta.

Tabela 6. - Promet turista u hotelima Vojne ustanove „Tara":

GODINA	DOMAĆI		STRANI		UKUPNO	
	Br.turista	Br.noćenja	Br.turista	Br.noćenja	Br.turista	Br.noćenja
1992.	28.559	177.138	60	238	28.619	177.371
1993.	33.161	74.447	13	71	13.174	74.518
1994.	19.363	102.470	176	556	19.539	103.026
1995.	24.929	124.842	193	402	25.122	125.244
1996.	29.128	129.165	270	494	29.398	129.659
1997.	31.978	156.040	117	331	32.095	156.371
1998.	44.712	135.445	44	518	45.016	218.219
1999.	33.603	143.017	178	580	33.781	143.597
2000.	40.515	160.826	374	1.187	40.889	162.013
2001.	43.534	192.611	521	1.935	44.055	194.546
2002.	43.475	] 82.732	851	2.477	44.326	185.209
2003.	40.135	173.403	416	1.129	40.551	174.532
2004.	43.542	153.854	531	535	44.065	155.584
2005.	41.679	159.947	2.135	6.461	43.814	166.408

Izvor podataka: Centar Vojnih odmarališta Beograd.

Danas se VU Tara[35] nalazi u solidnom stanju i postiže izuzetne poslovne rezultate. Vojska ulaže napore da održi dostignuti nivo kvaliteta ugostiteljsko-turističkih usluga u postojećim objektima. VU Tara je 2007. godine završila uvođenje standarda ISO 9000 (sistem menadžmenta kvalitetom), ISO14000 (sistem zaštite životne sredine) i ISO 18000 (sistem bezbednosti i zdravlja na radu), kao i HCCP (sistem bezbednosti hrane).

Za primenu visokog standarda kvaliteta ISO 9000 i HACCP u ugostiteljstvu i turizmu, VU Tara je dobila specijajno priznanje „ Zlatno turističko srce 2008". Međunarodni centar za razvoj turizma i ugostiteljstva SACEN International, ovo prestižno priznanje, uručio je VU 22. maja 2009. godine u hotelu „Kontinental" u Beogradu, a hoteli „Omorika" i „Beli bor" , prvi su u regiji jugoistočne Evrope svoj rad zasnovali na tim principima.

[35] Dalje u tekstu videti opširnije: www.hotelitara.rs/vesti/?p=42, preuzeto 24.05.2010.

1.2. Vojna Ustanova „Vrnjačka Banja"

Banjski turizam je poseban i dosta raširen vid motivskih kretanja. Dugi boravci i relativno ravnomernija raspodela prometa po mesecima su specifična obeležja banjskog turizma. Dugi boravci kriju u sebi ne samo rekreativnu, već i lečilišnu funkciju termomineralnih izvora, čije su atraktivne osobine, takođe, postojane u toku godine; upravo, mogućnost da se termo-mineralne vode koriste i u lečilišne, i u rekreativne svrhe tokom cele godine, odražava se i na ravnomerniju raspodelu prometa po mesecima. Banjska turistička kretanja, zahvaljujući ne samo rekreativnoj i lečilišnoj već i privrednoj funkciji termomineralnih voda (zimske cvetne bašte, rano povrće i sl.), ubrajaju se u kretanja sa najraznovrsnijom strukturom ekonomskom, socijalnom, starosnom itd. Zaključak je da banje raspolažu mogućnostima za formiranje raznovrsne turističke ponude. U vezi s tim, proizilazi da su i specijalizacija, i urbanističko-prostorna individualizacija, osnova koncepcije razvoja banjskog turizma, i način da se još više omasovi ova vrsta kretanja.[36]

VU „Vrnjačka Banja"[37] obuhvata hotel „Brezu" i ima tri zvezdice. Hotel je imao određenih poteškoća u ranijem periodu, u pogledu statusa, što je sada regulisano i hotel radi kao vojno dohodovna ustanova veoma zadovoljavajuće. Ovo je hotel sa modernom infrastrukturom, izuzetno pogodan za odmor i rekreaciju, održavanje seminara i kongresa. Blizu je izvora tople vode, u centru banje, na centralnoj promenadi. Vrnjačka Banja, sem rekreacije, pruža i zdravstveni turizam, obzirom da se ovde uspešno leče različita oboljenja (dijabetes, reuma).

U razvoju balneoterapije[38] Vrnjačke Banje, izdvojeno je pet karakterističnih perioda.

Prvi period počinje šezdesetih godina XIX veka i traje do Prvog svetskog rata. Obeležila su ga nastojanja tadašnjeg Osnovatelnog fundatorskog društva lekovite kiselo-vruće vode, da se

[36] Lazić Lazar, Kristina Košić, ***Turistička geografija***, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad, 2004., str. 67

[37] Vrnjačka Banja je smeštena u centralnom delu Zapadnog Pomoravlja u dolini Vrnjačkog potoka , koji je desna pritoka Zapadne Morave. Od Beograda je udaljena 210 km, Kraljeva 25 km i Trstenika 12 km. Zapadno Pomoravlje, kome pripada Banja, ima dobre komunikacije. Asfaltni put i pruga spajaju Stalać i Požegu. Kroz ovu subregiju vodi deo barske pruge, a presecaju je i šumadijski put i pruga i barski put, kao i magistralni put Beograd-Petrovac na moru. Kraljevo je jedna od najznačajnijih saobraćajnih raskrsnica Srbije. U njemu se stiču komunikacije iz svih pravaca. Istočnom polovinom subregije vodi kružni put i pruga Beograd-Kraljevo-Stalać-Beograd. Izvor: Petković Mirjana, ***Mesto vojnih odmarališta u turističkoj ponudi Srbije i Crne Gore***, odbranjena magistarska teza, Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, 2006. godina

[38] Korišćenje mineralne vode u doba vladavine Rimljana je potvrđeno 1924. godine. Josif Pančić je zaključio da ona sadrži 2,51 g/kg stalnih sastojaka i da je teško upoređivati je sa drugim termomineralnim vodama. Ove beleške Josifa Pančića predstavljaju početak određivanja medicinskih indikacija za lečenje termomineralnom vodom sa izvora u Vrnjcima, što je bio još jedan korak napred u razvoju i definisanju zdravstveno-lečilišne funkcije ovog lokaliteta. Ibid.

organizovanije pristupi uređenju prostora i korišćenju postojećih izvora. Stručno, ovu fazu je obeležio detaljan i široko obuhvatan prikaz Banje, lekara Ćoke Jovanovića, objavljen 1900. godine u Srpskom arhivu za „celokupno lekarstvo".

Drugi period obuhvata godine između Prvog i Drugog svetskog rata i odlikuje se usponima i padovima prometa, ali i sve jasnijim shvatanjem da je Vrnjačka Banja jedna od najlekovitijih kod nas.

Treći period traje od oslobođenja u Drugom svetskom ratu do 1962. godine. Ističe se pojavom nekoliko lekara i naučnika koji objavljuju brojna fundamentalna, eksperimentalna istraživanja i rezultate istih publikuju u većem broju časopisa. Time je dat poseban značaj balneologiji u celini i Banji posebno.

Četvrti period obuhvata vreme od 1963. do 1976. godine. Kraći od prethodnog, vodi ka uobličavanju koncepcije o kompletnoj sadržajnoj suštini banjskog lečenja.

Prvog novembra 1976. godine počeo je da funkcioniše Zavod za prevenciju, lečenje i rehabilitaciju oboljenja organa za varenje i šećerne bolesti „Vrnjačka Banja", čime je označena peta faza razvoja koja traje i do danas. Formirano je i dečje odeljenje, a višestruki efekti postignuti su potpisivanjem Sporazuma o saradnji sa Medicinskim fakultetom.

Zavod za prevenciju, lečenje i rehabilitaciju oboljenja organa za varenje i šećerne bolesti je najveći te vrste kod nas. Pored ostalog ima i sledeće celine i objekte:

- Ambulantnopolikliničko odeljenje sa ambulantom za decu,
- Ginekološko-Terapeutsku ambulantu,
- Odeljenje za inhalaciju,
- Mineralne izvore Jezero, Snežnik i Slatina,
- Termomineralno kupatilo sa 50 kada,
- Odsek za dijetetiku,
- Rentgenološko odeljenje,
- Specijalističko-dijagnostičku službu, sa specijalističkim ambulantama,
- Kabinet za ultrazvučnu dijagnostiku,
- Kliničku i biohemijsku laboratoriju,
- Kabinet za refleksnoterapijsku akupunkturu,
- Odeljenje funkcionalne dijagnostike sa kabinetom za kardiovaskularna ispitivanja i
- Centar za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju sa odeljenjem za hidroterapiju,

elektroterapiju, kineziterapiju, radnu terapiju, i druge medicinske procedure.[39]

Tabela 7. - Broj turista u Vojnoj ustanovi „Breza" u Vrnjačkoj Banji

GODINA	DOMAĆI		STRANI		UKUPNO	
	broj gostiju	broj pansiona	broj gostiju	broj pansiona	broj gostiju	broj pansiona
1992.	16.905	96.598	209	388	17.114	96.986
1993.	19.873	68.665	258	686	20.131	69.351
1994.	18.595	62.072	387	1.206	18.982	63.278
1995.	17.606	55.543	472	950	18.078	56.493
1996.	17.247	54.427	623	1.329	17.870	55.756
1997.	17.927	58.079	837	2.136	18.764	60.215
1998.	20.643	67.906	520	1.204	21.163	69.110
1999.	13.600	49.354	254	757	13.854	50.111
2000.	13.516	61.045	606	1.243	14.122	62.288
2001.	11.370	50.440	703	1.909	12.073	52.349
2002.	13.497	59.262	928	2.321	14.425	61.583
2003.	14.951	68.189	993	2.683	15.944	70.872

Izvor podataka: Centar Vojnih odmarališta Beograd.

Vidimo da nema skokovitih razlika u broju turista i ostvarenih noćenja. Jasno se izdvajaju godine sa nešto većom posetom turista, a to su 1993. i 1998. godina. Posle ratnih dešavanja u Hrvatskoj i Sloveniji, ostavši bez Hrvatskog primorja i sigurnosti posete, jedan broj turista opredeljuje se i za banjski turizam.

Interesantan je broj stranih gostiju, koji se nakon 2000. godine povećao za tri, pa i četiri puta, što je u direktnoj vezi sa otvaranjem naše zemlje prema zemljama EU i nestajanjem izolacije.

[39] Stanković M. S. 1994., ***Vrnjačka Banja, turističko geografska monografija***, Srpsko geografsko društvo, posebno izdanje, knjiga71, Beograd, str. 52

Tabela 8. - Prosečno zadržavanje turista i iskorišćenost kapaciteta Vojnog odmarališta hotel „Breza"

GODINA	Prosečno zadržavanje (u danima)	Iskorišćenost kapaciteta (u danima)	Iskorišćenost kapaciteta (u %)
1992.	5,7	301	82
1993.	3,4	215	59
1994.	3,3	196	54
1995.	3,1	175	48
1996.	3,1	173	47
1997.	3,2	205	56
1998.	3,3	235	64
1999.	3,6	169	46
2000.	4,4	210	58
2001.	4,3	179	49
2002.	4,3	217	59
2003.	4,4	254	70

Izvor podataka: Centar Vojnih odmarališta Beograd.

Primetno je prosečno zadržavanje u hotelu Breza između 4 i 5 dana, što je postalo i trend za čitavu Banju. Međutim, nekada to nije bilo tako.

Prve godine i decenije razvoja Vrnjačke Banje, kao centra sa naglašenom zdravstveno-lečilišnom funkcijom, bile su karakteristične po velikoj dužini boravka gostiju. Reč je o onima koji su dolazili radi lečenja, uglavnom u letnjim mesecima i zadržavali se najpre 30, a zatim nešto manje dana. Tokom vremena broj posetilaca Vrnjačke Banje se povećavao, ali se smanjivala dužina prosečnog boravka. Tako je ona sa 30 dana opala na 21 dan. Čini se da je to posledica odomaćenog pravila, da je najbolje banjsko lečenje ono koje traje tri nedelje.

U peridu 50-tih i 60-tih godina XX veka, prosečan boravak posetilaca smanjio se na 15 dana. Znači za nepunih devet decenija on se prepolovio i samim tim uslovio i nov način organizacije gotovo svih službi i života u Banji uopšte. Do bržeg i značajnijeg pada prosečne dužine boravka ne samo u Vrnjačkoj nego u svim banjama Srbije dolazi sedamdesetih godina prošlog veka.

Ako napravimo poređenje sa ukupnim prometom turista u Vrnjačkoj Banji i sagledamo učešće „Breze" u ukupnom prometu turista, zapaža se njegovo značajno učešće u odnosu na ostale hotele.

Tabela 9. - Promet turista u Vrnjačkoj Banji i hotelu „Breza"

Godina	Vrnjačka Banja (ukupno)		Hotel „Breza" (ukupno)		„Breza" %	
	turisti	noćenja	turisti	noćenja	turisti	noćenja
1994.	102.425	494.116	18.982	63.278	18,5	12,8
1995.	94.800	471.089	18.078	56.493	19,06	11,9
1996.	84.801	404.469	17.870	55.756	21,07	13,7
1997.	98.385	455.959	18.764	60.215	19,07	13,2
1998.	107.317	553.830	21.163	69.110	19,7	12,4
1999.	75.061	390.134	13.854	50.111	18,4	12,8
2000.	92.050	497.088	14.122	62.288	15,3	12,5
2001.	87.304	424.616	12.073	52.349	13,8	12,3
2002.	103.588	481.599	14.425	61.583	13,9	12,7
2003.	132.027	499.563	15.944	70.872	12,07	14,1

Izvor podataka: Turističko Sportski centar Vrnjačka Banja.

Učešće „Breze" u ukupnom prometu turista i broju realizovanih noćenja je u proseku 17% . Pojedinih godina to učešće penje se i do 21%, što predstavlja značajno i važno učešće ovog hotela u ukupnom broju turista. Nekakav minimum je 12,07% i ono što je zabrinjavajuće je da taj udeo od 2000. godine postaje sve manji, što se dovodi u vezu sa konkurentnošću ostalih hotela u Vrnjačkoj Banji i dobrim marketinškim nastupom. Naročito veliki konkurenti hotela „Breza" su hoteli „Fontana" i „Zvezda". Slična situacija je i sa brojem realizovanih noćenja, koji se u proseku kreće oko 12%.

Taj odnos, tj. takvo procentualno učešće „Breze" zadržava se i ako sagledamo raspodelu turista u pojedinim mesecima u Vrnjačkoj Banji, tj. u odnosu na sve hotele, evo gde je mesto „Breze":

Tabela 10. - Promet turista u Vrnjačkoj Banji u decembru 2005.godine:

Ime objekta	posetioci			noćenja		
	domaći	strani	ukupno	domaći	strani	ukupno
Fontana	987	95	1.082	1.830	132	1.962
Sloboda	46	0	46	188	0	188
Zvezda	1.269	63	1.332	2.525	138	2.663
Aleksandar	38	6	44	73	8	81
Vila San	48	13	61	84	41	125
Jezero	50	0	50	150	0	150
SP.Bolnica	1.382	34	1.416	7.293	86	7.379
ODM.ŽTP	174	5	379	404	50	454
TSC	3.024	0	3.024	7.921	0	7.921
Promenada	381	0	394	589	0	589
Pošt.dom	168	9	177	256	14	270
Breza	1.245	53	1.298	2.668	96	2.764
Slavija	409	21	430	1.189	76	1.265
Slatina	90	12	102	290	36	326
Vila Luks	14	5	19	16	5	21
UKUPNO	**9.325**	**316**	**9.641**	**25.476**	**682**	**26.158**

Izvor podataka: Turističko Sportski Centar Vrnjačka Banja.

I ovde je, blizu 14% učešće „Breze" u ukupnom turističkom prometu meseca decembra 2005. godine. Iako ne tako veliki, zanimljiv je broj stranih turista i noćenja, koji je gotovo duplo veći u hotelu „Fontana" nego u „Brezi". U prilog tome ide podatak da se „Fontana" više aktivira na inostranom tržištu, ali i da se angažuje u organizovanju seminara i kongresa sa učešćem inostranih gostiju.

Kvalitet ostalih vojnih turističkih objekata je takođe relativno zadovoljavajući. VU „Morović" i VU „Karadjordjevo" bave se turizmom kao dopunskom delatnošću, a nalaze se oko tri sata vožnje od Beograda. VU „Morović"[40] nalazi se na severozapadu Srbije, stotinak kilometara od Beograda, zauzima površinu od čak 18.000 hektara. U sklopu ustanove se nalaze vila „Srna" i vila „Košuta" sa pet bungalova.

[40] www.blic.rs/tag/17836/vojna ustanova „Morović"

Slika 1. – Hotel i izletište „Morović”



VU „Karadjordjevo" nalazi se nadomak Bačke Palanke i prostire se na 333 hektara i predstavlja biser turističke ponude. Kvalitet turističke ponude u ovim smeštajnim kapacitetima je takođe relativno zadovoljavajući.

Beogradska nevladina organizacija Ecolibri bionet i VU „Karadjordjevo" su 2004. godine sarađivali u izradi menadžment plana za upravljanje Bukinskim ritom, koji se nalazi u sastavu ove ustanove. Cilj je da se zaštiti priroda u vojnim objektima koji su napušteni ili se više ne koriste. Ovo su bili prvi koraci ove vrste koji su se sproveli u našoj zemlji.

Uopšteno posmatrano, postojeći kvalitet vojnih objekata, kao objekata čiji se nivo kvaliteta planira uvećati u turističkoj ponudi predstavlja ogroman potencijal, pa se stoga može zaključiti da vojni turistički objekti zaista imaju šta da ponude turističkom tržištu.

2. Organi i organizaciona struktura turističkih vojnih objekata

Država pod nazivom Socijalistička Federativna Republika Jugoslavija se početkom devedesetih godina prošlog veka raspala. Raspad je bio veoma težak i praćen serijom građanskih ratova 1991. godine u Sloveniji, 1991.-1995. u Hrvatskoj, 1992.-1995. u Bosni, 1996.-1999. na Kosovu i Metohiji, a maja 2006. godine Crna Gora proglašava samostalnost, Beograd postaje glavni grad samostalne države Srbije. Novembra 2006. godine usvojen je i novi Ustav Republike Srbije. Ovim nemilim događajima okončano je postojanje nekada veoma jake države.

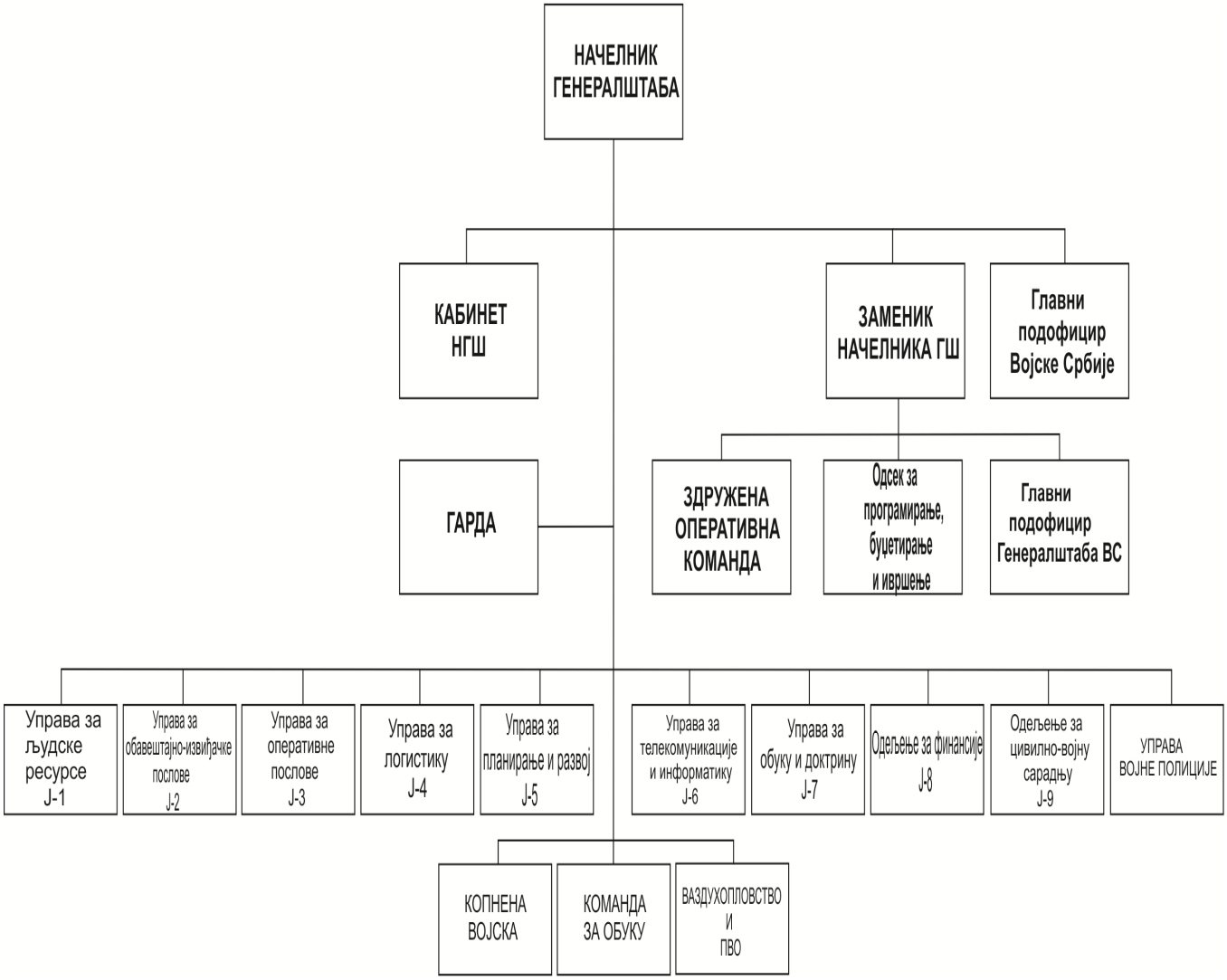
Sa raspadom bivše države i vojska je podeljena. Imovina vojske spontano je podeljena po republikama, uglavnom po principu da ostaje tamo gde se nalazila i pre raspada. Isto se desilo i sa vojnim hotelima i odmarалиštima.

Pojedine, nove države nisu se snašle sa postojećom situacijom. Nisu znale da upravljaju hotelima u novim uslovima, što je polako ali sigurno vodilo propasti nekada veoma uspešnih hotelskih kompleksa.

Radnici su neredovno primali plate, do časa kada su potpuno izostala primanja. U objekte, koji su nekada imale sjaj i već izgrađen imidž, ništa se nije ulagalo. Slučajno ili namerno, ovi kapaciteti postepeno su ulazili u tokove privatizacije.

Za razliku od sistema i organizacije Vojske u periodu nakon Drugog svetskog rata, a koja je podrobnije izložena u prethodnim delovima ovog rada, Srbija danas, kao samostalna država ima svoj sistem i novu organizacionu strukturu vojske.

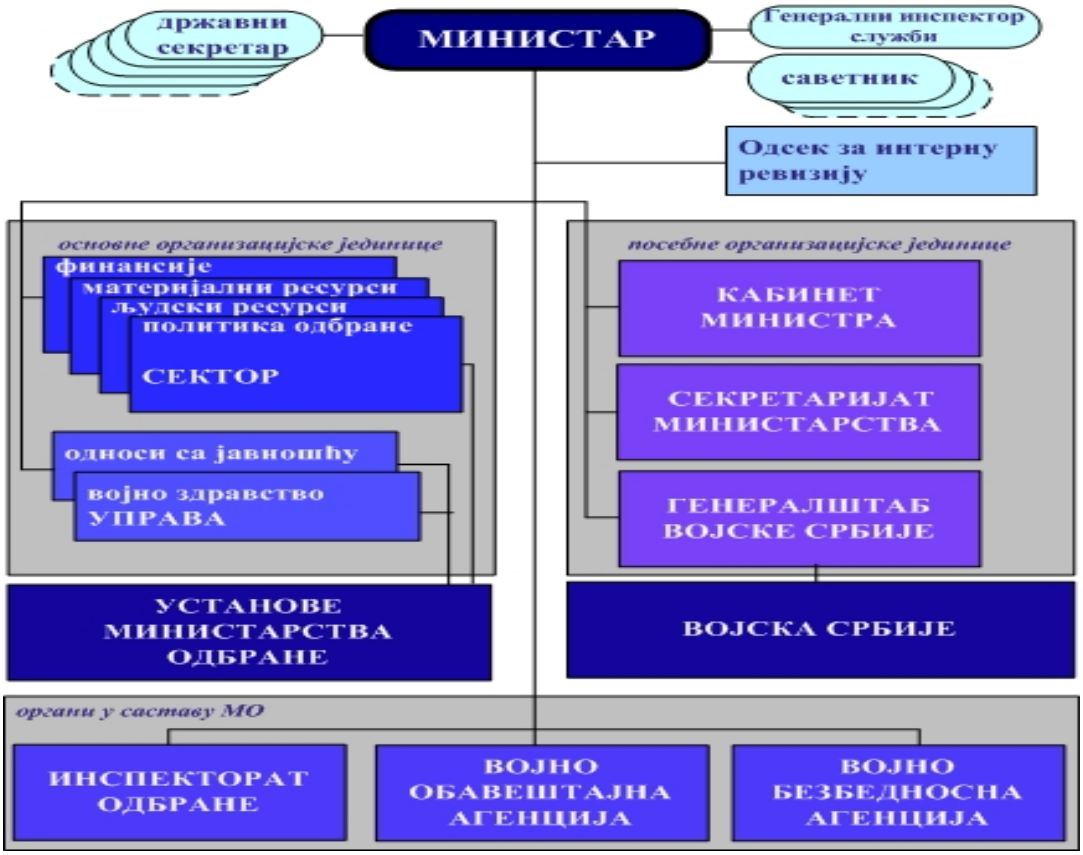
Slika 2. - Organizacija Vojske Srbije u 2010. godini[41]



[41] www.vs.rs, preuzeto 08.12.2010. godine

Slika 3. – Zvanična organizaciona struktura Ministarstva odbrane Republike Srbije

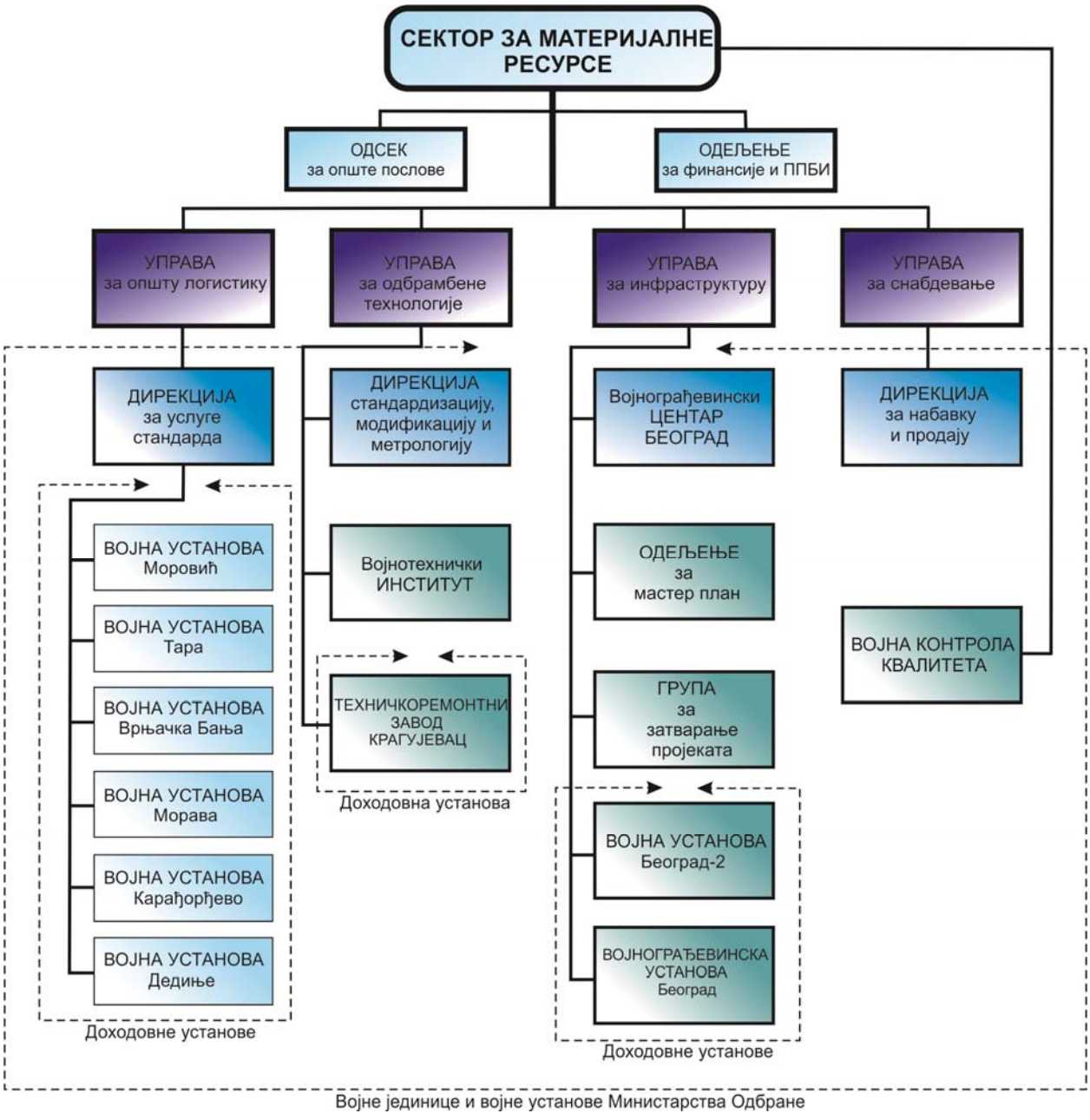
Izvor: www.mod.gov.rs, preuzeto 03.03.2010. godine



Imajući u vidu da se ovaj rad bavi analizom turističke ponude u okviru Vojske, od naročitog značaja je istaći strukturu pojedinih Sektora čije je funkcionisanje u direktnoj vezi sa navedenom tematikom.

Naime, Sektor za materijalne resurse je osnovna unutrašnja jedinica Ministarstva odbrane, upravno-stručni i nadzorni organ, nadležan za planiranje, organizaciju i funkcionisanje sistema logističke podrške. Materijalni resursi u odbrani obuhvataju prirodne, privredne, finansijske, informacione i ostale potencijale države, koji se angažuju za potrebe odbrane.

Slika 4. – Organizacija Sektora za materijalne resurse



Izvor: www.mod.gov.rs, preuzeto 03.03.2010. godine

Nadležnosti sektora za materijalne resurse su poslovi koji se odnose na:

- istraživanje, razvoj, proizvodnju i promet naoružanja i vojne opreme;
- opremanje i naoružavanje Vojske Srbije i drugih snaga odbrane;
- planiranje, organizovanje, nadzor i izgradnju vojnih objekata;
- planiranje i organizovanje zdravstvenog obezbeđenja u sistemu odbrane;
- planiranje i organizovanje transporta za potrebe Ministarstva i Vojske.

Sektor za materijalne resurse je kao jedinstvena funkcionalna celina formiran 28. februara 2005. godine u procesu reforme sistema odbrane.

Pravni je sledbenik tri bivša sektora: Sektora za vojnoprivrednu delatnost, Sektora za građevinsko-urbanističku delatnost tadašnjeg Saveznog ministarstva odbrane i Sektora za pozadinu (logistiku) Generalštaba VSCG.

Organizacijski sastav Sektora za materijalne resurse podrazumeva da Uprava za opštu logistiku planira i organizuje ishranu, vodosnabdevanje i odevanje u sistemu odbrane i vrši kontrolu kvaliteta intendantskih materijalnih sredstava koja se proizvode i nabavljaju za potrebe sistema odbrane.

Uprava za odbrambene tehnologije planira, organizuje i realizuje istraživanje, razvoj, proizvodnju, održavanje i remont naoružanja i vojne opreme u Ministarstvu odbrane i Vojsci Srbije, u miru i ratu.

Uprava za infrastrukturu planira i organizuje upravljanje, održavanje i vođenje evidencije nepokretne imovine u vlasništvu države koje koristi Ministarstvo odbrane i Vojska Srbije.

Uprava za snabdevanje planira, organizuje i realizuje snabdevanje materijalnim sredstvima Ministarstvo odbrane i Vojsku Srbije, u ratu i miru.

Sektoru za materijalne resurse potčinjena je Vojna kontrola kvaliteta koja obavlja poslove obezbeđenja i kontrole kvaliteta pokretnih stvari u fazama razvoja, osvajanja, serijske proizvodnje, skladištenja, eksploatacije i remonta pokretnih stvari.

Uprava za infrastrukturu planira i organizuje upravljanje, održavanje i vođenje evidencije nepokretne imovine u vlasništvu države koje koristi Ministarstvo odbrane i Vojska Srbije.

IV

AEROMITING KAO VID SAVREMENE TURISTIČKE PONUDE

1. Istorijski razvoj srpske avijacije

Ideja vazduhoplovstva prisutna je u Srbiji od prve polovine 19. veka, punih 165 godina idemo u korak sa svetom.[42] Navršena je stogodišnjica nabavke prvih balona, letova prvih jedrilica i aviona samogradnje... Vazduhplovstvo u nas institucionalizovano je na početku 20. veka, u vreme svekolikog uspona države i vojske. Tada vazduhoplovstvo nije imalo današnju strukturu ni fizionomiju, ali je sadržalo elemente iz kojih su nastali današnji rodovi i službe vazduhoplovstva i PVO, ali i vazduhoplovstvo u celini.

Vazduhoplovstvo, u savremenom shvatanju, utemeljeno je prvim letom balona braće Mongolfje, 5. juna 1783. godine, i od tada je sredstvo za zadovoljavanje raznovrsnih potreba ljudi. Prvi vazduhoplovi su leteće sprave lakše od vazduha: baloni (toplovazdušni ili vodonični); vazdušni brodovi sa motornim pogonom - dirižabli (A. Žifar, 1852.), i vazdušne lađe metalne konstrukcije – „cepelini" koji dominiraju do predvečerja Prvog svetskog rata. Braća Rajt, 17. decembra 1903. u SAD, prave prvi uspešan let spravom težom od vazduha sa sopstvenim pogonom, nazvanom „aeroplan" ili „avion".[43]

U dugoj istoriji vazduhoplovstva u Srbiji, koja ove godine obeležava sto godina od prvih letova avionom na teritoriji današnje države, dugo se nagađalo ko je bio prvi Srbin koji je leteo avionom. Pretpostavljalo se da je to bio neko od oficira ili drugih zvaničnika koji su

[42] Videti opširnije: Istorijat vazduhoplovstva u Srbiji, www.airserbia2009.vs.rs, preuzeto 02.02.2011. godine

[43] Istorijski posmatrano, davnašnji pokušaji za dosezanjem neba prisutni su čak i kod ljudi koji su duboko umetnički nastrojeni. Tako je jedan od najznačajnijih umetnika poznatih čoveku, Leonardo da Vinči, svojevremeno posmatrajući let ptica i rad njihovih krila, pokušao da pravi crteže za prvu letelicu koju bi koristio čovek. Međutim, pokušaj je bio neuspešan, a ovi crteži, čiji broj nije zanemarljiv, sačuvani su do danas. Takođe, u oblasti koja nije umetnost, ali se po svojim rezultatima sa njom može slobodno porediti, Nikola Tesla napravio je nacrt za izradu letilice jednoseda sa vertikalnim poletanjem. Međutim, prvu uspešno napravljenu letilicu konstruisala su braća Rajt, Orvil i Vilbur. Let koji je obeležio i koji predstavlja začetak ere današnjeg modernog vazduhoplovstva, dogodio se 17. decembra 1903. godine, u Severnoj Karolini, saveznoj Američkoj državi. Tada se prvi put u ljudskoj istoriji, čovek vinuo u nebo sa motornom letelicom težom od vazduha, što predstavlja prvi uspešni i kontrolisani let jednog čoveka. Ovaj istorijski momenat pripao je Orvilu Rajtu. Ovaj događaj je značio rapidno ubrzanje ukupnog svetskog tehničko-tehnološkog napretka u svim sferama na samom početku XX veka. Avijacija i aviotehnologija – iako se o njoj u današnjem smislu reči tada ne može govoriti – počele su da napreduju zadivljujućom, gotovo neverovatnom brzinom. Neprekidna ponavljanja letova i probe postali su ubrzo uobičajeni... Sa druge strane Okeana, na tlu Starog kontinenta, Luj Blerio, inače Francuz, je tek šest godina kasnije 1909. zabeležio let, odnosno preleteo razdaljinu u dužini od 41-og kilometara preletevši preko Lamanša. Istorija razvoja avijacije pokazuje upečatljivu razliku koja postoji kada su sami začeci u pitanju, između Starog i Novog kontinenta. Međutim, napretkom koji je kasnije promenio – može se slobodno reći – tokove kasnije istorije, ubrzo je otpočeta i saradnja upravo na temu daljeg usavršavanja... Kasniji napredak doveo je do toga da u okviru avijacije budu razvijani pored rekreativnih, i akrobatski odnosno ekstremni elementi i načini letenja

tokom decembra 1910. godine na Banjičkom polju kod Beograda leteli sa mladim ruskim pilotom Maslenikovom. Tek pre nekoliko meseci konačno je potvrđeno da se prvi Srbin vinuo u vazduh, u avionu, nesto ranije te godine, a da je to bio niko drugi do srpski princ i prestolonaslednik Aleksandar Karađorđević, budući kralj Jugoslavije. Bilo je to tačno pre sto godina, sredinom aprila 1910. godine.O tome se i ranije govorilo, na osnovu jedne kratke notice objavljene u listu *Politika* aprila 1910. , ali su tek nova istraživanja pokazala da je ta vest bila verodostojna i da se sa sigurnošću može tvrditi da je princ Aleksandar Karađorđrvić zaista leteo u avionu aprila 1910. Ti novootkriveni podaci koje smo pronašli u francuskoj i austrougarskoj štampi, ali i u Arhivu Srbije, potvrđuju da je princ Aleksandar Karađorđević tokom boravka u Francuskoj od 5. do 27. aprila 1910. prihvatio ponudu jednog od najpoznatijih avijatičara tog vremena, grofa De Lambera, i da su na letelištu u Valakuble kod Pariza, Aleksandar i De Lamber leteli avionom „ flajer br.1". Značajno je da je to bio jedan od aviona koji su konstruisali i njime pilotirala braća Rajt. Licencu za proizvodnju „ flajera 1" francuska vlada otkupila je od braće Rajt prilikom njihovog boravka u Francuskoj 1908. i 1909. godine, i na njima su , uskoro, leteli francuski piloti, među kojima i grof De Lamber. Grofa De Lambera, koji se pročuo prvim letom oko Ajfelovog tornja, i koji je jula 1909. bio jedan od učesnika nadmetanja za prelet preko Lamanša, princ Aleksandar je poznavao od ranije. Petnaestog ili šesnaestog aprila 1910. , tačan datum još nije utvrđen, njih dvojica su se odvezli na letilište udaljeno samo tri kilometara od Versaja, gde ih je čekao najpoznatiji avion u istoriji vazduhoplovstva, poznati dvokrilac koji nije imao točkove nego je poleteo sa skijama, uz pomoć katapulta. Grof De Lamber i princ Aleksandar sedeli su jedan pored drugog, a komande leta su bile udvojene. Mada je krug koji su napravili oko letelišta iznosio samo nekoliko kilometara, bilo je to dovoljno da princ oseti draž letenja.[44]

[44] ***JAT Airways, New Review, broj 197, maj 2010., godina izdanja 36., tekst pisao Čedomir Janić, str.52.***

Slika 5.-Princ Aleksandar Karađorđević, prvi srbin u avionu u društvu grofa De Lambera



Počinje era avijacije i postepeno, a u Prvom svetskom ratu i potpuno, potiskuje balone i dirižable. Nastaju različite leteće sprave teže od vazduha sa sopstvenim pogonom: autožir, helikopter, motorni zmaj i druge. U početku vazduhoplovi su pravljeni od platna i drveta, potom se prešlo na metale, a danas kompozite. Oprema prvih aviona bila je skromna, a danas ona je vrh dostignuća u tehnologiji i tehnici. Pogon vazduhoplova usavršen je i danas se zasniva na moćnim motorima, koji obezbeđuju visoku bezbednost, velike brzine i nosivost.

Vazduhoplovstvo, od pojave balona krajem XVIII veka, privlači pažnju inventivnih ljudi iz korpusa srpskog naroda, a neki od njih ostvaruju vredne rezultate (K. Mazarović, O. Kostović, N. Tesla). U Srbiji se 1844. godine pojavljuje termin „vazduhoplovnij nastroj” i „vozduhoplovje” (Novine serpske). Prvi balon iznad Beograda leteo je 1873. godine, a iznad Pančeva 1880. godine (Francuz N. Bode).

Pojava balona vrlo brzo je dovele do njegove vojne primene. Francuzi 1794. imaju dve balonske čete i koriste ih u ratovima 1795/96. i 1870/71. godine. Nemačka ustanovljava vojno balonstvo 1870., Velika Britanija 1878., Italija 1884., Rusija 1885., AustroUgarska 1886., a SAD 1892. godine. U Srbiji je 1893. godine planirano uvođenje balona u vojsku, praćen je razvoj vazduhoplovstva u svetu i objavljeno je više članaka o tome.

Prvi vazduhoplovni stručnjak u Srbiji je poručnik Kosta Miletić[45], odabran po zdravstvenim i intelektualnim kriterijumima, stekao je zvanje pilota vezanih i slobodnih balona u Tehničkoj aeronutičkoj školi kod Petrovgrada (14.02.1901.-12.11.1902.), a osposobljen je i za rukovanje golubijom poštom. Po njegovim projektima srpska vojska je formirala stanice golubije pošte (1908. u Medoševcu kod Niša i 1909. godine u Pirotu), a od firme „August Ridinger" u Augsburgu kupila je dva slobodna sferna i jedan vezani zmajbalon. Na sfernom balonu nazvanom „Srbija" Kosta Miletić je leteo pod srpskom zastavom prilikom prijema 19. aprila 1909. godine. Jedan balon je nabavljen iz Rusije. Gasna komora je naručena kod firme "Dilman" u Berlinu, a poljski čekrk u Sankt Peterburgu. Vodonična centrala nabavljena je od švajcarske firme „Erliken". Ta oprema je dopremljena u Srbiju 1909. i 1910. Uslovi za korišćenje balona stvoreni su 1913. godine, kada je puštena u rad vodonična centrala. Srpski vojni baloni su upotrebljeni u drugom balkanskom i Prvom svetskom ratu.

Među prvima kod nas, spravama težim od vazduha leteli su dr Vladimir Aleksić iz Pančeva[46](17. oktobra 1909, dvokrilnom jedrilicom startovanom pomoću gumenog užeta) i Ivan Sarić iz Subotice (juna 1910, avionom sopstvene konstrukcije). U Beograd dolaze avijatičari: Čeh Rudolf Simon, septembra 1910. ; Rus Boris Maslenikov u decembru 1910. i januaru 1911. ; Čeh Jan Čermak i Italijan Đani Vidmar 1911. i 1912. Slovenac Edvard Rusijan, leteći na avionu Mihajla Merćepa, gine 7. januara 1911. kod Nebojšine kule na Kalemegdanu. Ideju vazduhoplovstva naročito je podržavala srpska omladina.

Prvi konkurs za pitomca avijatičara u Srbiji objavljen je maja 1911., a naredne godine upućena je na školovanje Prva klasa srpskih pilota: poručnici Miloš Ilić i Jovan Jugović, potporučnik Živojin Stanković, narednik Mihajlo Petrović i podnarednici Miodrag Tomić i Vojislav Novičić, u pilotskoj školi u gradiću Etamp kod Pariza od 21. maja do 8. septembra 1912. godine uspešno su savladali letačku obuku i dobili zvanja pilota. U jesen 1912. Srbija je nabavila avione za svoju vojsku.[47]

Vazduhoplovna komanda srpske vojske ustanovljena je 24. decembra 1912. godine, komandant je bio major Kosta Miletić. Imala je: aeroplansko odeljenje (12 aviona), balonsko odeljenje (3 balona), vodoničnu centralu i golubiju poštu. Sedište je bilo u Nišu, a aerodrom

[45] Videti opširnije na www.aeromagazin.rs/arhiva/aero05; preuzeto 10.10.2011.god.
[46] Opširnije videti na sr.wikipedia.org/sr, www.krilapetrovgrada.org.rs/forum/; preuzeto 03.10.2011.god.
[47] Opširnije videti na www.paluba.info>...>Srpska avijatika; preuzeto 28.11.2011.god.

na Trupalskom polju. Srbija je u prvih 15 država u svetu koje su imale avijaciju i među prvih pet koje su koristile avione u borbenim dejstvima (balkanski ratovi). Narednik Mihajlo Petrović, prvi srpski pilot, poginuo je na borbenom zadatku kod Skadra, 20. marta 1913. godine i prva je žrtva srpskog vojnog vazduhoplovstva, a druga u svetu.

Na početku Prvog svetskog rata 1914. godine, Srpska vojska je imala: aeroplansko odeljenje sa četiri aviona i balonsko odeljenje sa dva balona. Posle albanske golgote Srpska vojska i njeni vazduhoplovci stižu na Krf. Formira se Aeroplanska eskadra sa Aeroplanskim depoom i radionicom i raspoređuje na Solunski front. Maja 1916. formirana je „Srpska avijatika" - štab i pet srpsko-francuskih eskadrila. Srpska Aeroplanska eskadra ima krajem 1916. godine 270 ljudi (32 pilota, 16 izviđača i 40 mehaničara). „Weporsko odeljenje" formirano je 16. decembra 1916, a Prva srpska eskadrila 17. januara 1918., komandir im je bio kapetan Branko Vukosavljević. Po formiranju Druge srpske eskadrile, 1. maja 1918., nastaje srpska Aeroplanska eskadra sa oko 500 ljudi i 40 aviona i učestvuje u proboju Solunskog fronta. Krajem 1918. godine srpska Aeroplanska eskadra preko Skoplja, Niša i Beograda stižu u Novi Sad. Srpsko vazduhoplovstvo izvršilo je na Solunskom frontu, i u borbama za oslobođenje otadžbine više od 3.000 letova. U balkanskim i prvom svetskom ratu, srpsko vazduhoplovstvo je koristilo četiri balona, 180 aviona 36 tipova i modela. Školovano je 75 pilota, 50 vazduhoplovnih izviđača, veći broj avio-mehaničara i drugih stručnjaka. Srpsko vojno vazduhoplovstvo bilo je temelj vazduhoplovstva Kraljevine Jugoslavije.

U Novom Sadu početkom 1919. formirani su Vazduhoplovna komanda, Prva pilotska škola i Vazduhoplovni arsenal, a 1920. godine Odeljenje za vazduhoplovstvo pri Ministarstvu vojske i mornarice i Prvi vazduhoplovni puk. Urađeni su propisi i pravila za organizaciju, obuku i školovanje. Vazduhoplovstvo je postalo rod vojske sa tri komponenete: operativno, armijsko i pomorsko. Od 1923 do 1930. godine, vazduhoplovstvo je popunjeno kadrom, organizovano u brigade, pukove, vazduhoplovne grupe i eskadrile za izviđanje, bombardovanje i lovačku borbu; vazduhoplovno-tehničke parkove i radionice. Uspostavljena je meteorološka služba, aerodromska mreža i sistem protivvazdušne odbrane. Urađen je zakon o osiguranju letačkog osoblja, vazduhoplovna pravila za mirno i ratno doba, uveden je dodatak plate za letačku službu. Postignuti su zapaženi rezultati na mnogim međunarodnim vazduhoplovnim utakmicama. Formirana je 1927. godine Komanda vazduhoplovstva armijskog ranga, razvijaju se vazduhoplovone vojne škole i akademije. Srpski avijatičari osnovali su nacionalni

aeroklub i uključili se u međuanrodne vazduhoplovne asocijacije. Osnovano je društvo za vazdušni saobraćaj i otvorene prve linije civilnog vazdušnog saobraćaja.[48]

Razvija se domaća vazduhoplovna industrija, naučne i istraživačke ustanove. Osnovana je Katedra za aeronautiku na Tehničkom fakultetu Univerziteta u Beogradu i Opitna grupa za ispitivanje vazduhoplova na zemlji i u vazduhu 1933. godine na aerodromu Zemun. Srpska država 1923. godine otvara konkurs za osnivanje preduzeća za izradu aviona, uz garanciju početnih porudžbina i zarade. Uslov je bio da avioni odgovaraju tehničkim standardima, i da se angažuje domaći kapital. Osnivaju se fabrike aviona (6) i kompleks vazduhoplovne industrije: „Prva srpska fabrika aeroplana Živojina Rogožarskog" u Beogradu; Fabrika aviona „Ikarus" u Zemunu; „Fabrika aeroplana i hidroplana Zmaj" Zemun; Državna fabrika aviona u Kraljevu; Fabrika aviona „Utva" u Pančevu, i Fabrika aviona „Albatros" u Sremskoj Mitrovici; Fabrika motora i avionske opreme „Vlajković i kompani" i „Industrija aeroplanskih motora A.D." u Rakovici kod Beograda; Fabrika „Teleoptik" iz Zemuna; fabrike „Nestor" i „Mikron"; Fabrika „Knebl i Ditrih"; „Vistad" iz Višegrada i druge[49]. U jugoslovenskim fabrikama, od 1923. godine do početka aprilskog rata 1941, projektovano i napravljeno 60 tipova aviona različite kategorije i namene, a 16 je rađeno u manjim ili većim serijama. Takođe, projektovano je i konstruisano 13 tipova jedrilica, od kojih su neke serijski proizvođene. Po stranim licencama izrađivano je 16 tipova aviona i pet tipova motora. U tom periodu proizvedeno 1570 aviona, 80 jedrilica, 1150 motora i 2500 padobrana.

U Aprilskom ratu 1941. vazduhoplovstvo (2000 letača i hiljadu aviona, oko 400 borbenih) je pružilo agresoru snažan i organizovan otpor. Borbena avijacija je imala 1416 poletanja (lovačka avijacija 993, bombarderska 423). Oboreno je više desetina neprijateljskih aviona. Poginulo je 135 letača. Jedan broj vazduhoplovaca otišao je saveznicima na Bliski i Srednji Istok, nastvaljajući borbu protiv fašističkih snaga.

Maja 1942. godine Narodnooslobodilačka Vojska Jugoslavije[50] dobija „partizansku avijacija", Vazduhoplovno odeljenje Vrhovnog štaba, a 1943. godine Prvu vazduhoplovnu bazu, koja prikuplja ljudstvo i šalje na školovanje u inostranstvo. Krajem 1944. godine na oslobođenoj teritoriji Jugoslavije bilo je više od 50 aerodorma i 140 terena za prihvat savezničke avijacije.

[48] Ciglić Boris, ***„Krila Srbije:Vazduhoplovna komanda i avijatika srpske vojske 1912.-1920."***, Infinitas, Beograd, 2009.
[49] Videti više na www.aeromagazin.rs/arhiva/aero01; preuzeto 03.11.2011.god.
[50] U daljem tekstu: NOVJ

Od jugoslovenskih vazduhoplovaca u RAF-u (Royal Air Force) na Bliskom Istoku i iz jedinica NOVJ, formiran je 22. aprila 1944. godine 352. (Yugoslav) skvadron ili Prva eskadrila NOVJ, a 1. jula iste godine 351. (Yugoslav) skvadron ili Druga eskadrila NOVJ (izvršile su 591 borbeni zadatak - 2.201 avijacijsko poletanje. U oslobođenom Beogradu, 29. oktobra 1944. formiran je Štab Vazduhoplovstva NOVJ. Krajem 1944. formirane su jurišna i lovačka vazduhoplovna divizija sa odgovarajućim pozadinskim sastavima, oko 5500 ljudi i 250 aviona tipa Il-2 i Jak (tri lovačka i tri jurišna avijacijska puka, šest bataljona aerodromskih službi i prateće vazduhoplovnotehničke jedinice, izvršile su 1445 borbenih letova). U proleće 1945. Vazduhoplovstvo Jugoslovenske armije ima: komandu u Zemunu; četiri avio-divizija; transportni avio-puk; četiri vazduhoplovne oblasne komande sa 16 komandi aerodroma, pozadinske jedinice, ustanove, vazduhoplovne vojne škole, Vazduhoplovno-opitni centar. Počinje obnova vazduhoplovne industrije i infrastrukture.[51]

Jugoslovensko ratno vazduhoplovstvo (JRV) ustanovljeno 1947. , a 1949. godine, imalo je: šest vazduhoplovnih divizija i nekoliko avijacijska pukova. Razvijena je meteoreološka i služba kontrole letenja. Počinje proizvodnja domaćih borbenih klipnih aviona. Nabavljeni su klipni i mlazni borbeni vazduhoplovi iz SAD i Velike Britanije. Jugoslovensko Ratno Vazduhoplovstvo 1955. godine ima dva vazduhoplovna korpusa, šest vazduhoplovnih divizija, 19 pukova borbene i pomoćne avijacije, i četiri školska puka. Obavljena je reorganizacija vojnog školstva. Komande i jedinice Ratnog vazduhoplovstva objedinjene su 27. jula 1959. godine sa protivvazdušnom odbranom teritorije u jedinstven vid vojske - Ratno vazduhoplovstvo i protivvazdušna odbrana (RV i PVO)[52].

U Ratnom Vazduhoplovstvu i Protivvazdušnoj Odbrani[53] je polovinom 1960. bilo 20 avijacijskih pukova - 67 eskadrila. U operativnim i školskim jedinicama avijacije bilo je oko 700 vazduhoplova i oko 1000 pilota. Početkom sedemadesetih godina u RV i PVO je bilo oko 600 vazduhoplova, 320 mlaznih, i 1018 pilota. Krajem sedamdesetih bilo je 39 eskadrila, 770 vazduhoplova i 1048 pilota. Od 1975. do 1985. smanjuje se broj ljudi, vrši tehnička modernizacija i usavršavanje organizacije i formacije. Reorganizacijom vojnog školstva 1985, vazduhoplovne škole i ustanove grupisane su po funkcionalnoj srodnosti. Vazduhoplovno-tehnički institu (VTI) projektuje, a vazduhoplovna industrija počinje proizvodnju domaćih

[51] Ulepič Zdenko, ***Ratno Vazduhoplovstvo u II Svetskom ratu, Vojna štampa***, Beograd, 1974.
[52] Isto
[53] U daljem tekstu: RV i PVO

mlaznih aviona. Prototip aviona „Galeb-2" poleteo je 1961, jurišnik „Jastreb" 1965, dvomotorni izviđač i lovac-bombarder „Orao" 1974, „Galeb-4" 1978. godine. U fabrici „Utva" urađena je serija aviona za osnovnu obuku „Utva-75". Kruna procesa tehničko-tehnološke modernizacije RV i PVO viđena je u projektu domaćeg višenamenskog supersoničnog aviona (YU - supersonik), koji je pretpostavljao usvajanje i primenu najsavremenijih naučno-tehničkih dostignuća i tehnologija, čime bi se stvorili uslovi za podizanje tehničko-tehnološkog nivoa zemlje, zapošljavanje proizvodnih kapaciteta i veći stepen nezavisnosti u opremanju. To je trebao bti najkompleksniji finalni proizvod domaće nauke i industrije i „zamajac" tehničko-tehnološkog razvoja, sa preko 180 novih tehnologija i materijala obezbedio bi generacijski skok u elektronici, informatici, biotehnici i medicinsko-biološkim naukama. Ekonomska i društvena kriza, raspad SFRJ, potisnuo je taj program na neko vreme.

Početkom devedesetih RV i PVO je savremno organizovano i opremljeno sa segmentima koji čine kompleksan vid vojske, sa vazduhoplovnim komandama, jedinicama, školama, akro-grupom , naučno-istraživačkim ustanovama, vazduhoplovnim zavodima, svojim glasilom i pozitivnim imidžom u društvu. Neki programi vazduhoplovne industrije oživljavaju 1994. godine, izvršene su modifikacije aviona super-galeb u G-4M, fabrika „Utva" je počela proizvodnju ultralakog aviona, i nastavila razvoj programa klipnog aviona „Lasta". Od 1992. godine postepeno se ukidaju ili se gase vazduhoplovne vojne škole, akademije i instituti ulaze u sastav intervidovskih vojnih škola i ustanova (Vazduhoplovnotehnički Institut, Vojnomedicinska Akademija) da bi prestale da postoje kao samostalne vazduhoplovne institucije. Bivša Jugoslavija je imala sopstvene vojne vazduhoplovne i pilotske škole i akademije u kojima je školovano više od 10000 letača. U bogatoj vazduhoplovnoj tradiciji, dugoj skoro osam decenija, je, pored ostalog, eksperimentalno i operativno razvijeno više od 100 tipova raznih vazduhoplova, od kojih je 30 bilo u operativnoj upotrebi, a proizvedeno je više od 4700 raznih vazduhoplova, kao i velika količina različite opreme i naoružanja[54].

Danas, u novim uslovima Vazduhoplovstvo i PVO Vojske Srbije, na bogatoj tradiciji i čvrstim korenima utemeljenim pre stotinu i više godina, zahvaljujući znanju, upornosti i odlučnosti svojih pripadnika, čini ogromne napore da izvrši svoj sveti zadatak - čuvanje i

[54] Grupa autora:Jerin Zoran, Janić Čedomir, Trček Ćiril, Vilfan Jože, ***Ratna Krila***, „Vuk Karadžić" i „Službeni Glasnik SFRJ", Beograd, 1987.

odbranu neba otadžbine Srbije. Istovremeno razvija i postiže visoke rezultate sportsko vazduhoplovostvo, i dobija novi zamah sa ljudima punim znanja i želje za uspehom.

2. Sportsko vazduhoplovstvo i aeroklubovi u Srbiji

Vazduhoplovstvo nesporno predstavlja jednu od važnih tekovina dvadesetog veka. Svi tehnološki potencijali na planeti Zemlji su implementirani u većoj ili manjoj meri za razvoj vazduhoplovstva. Otuda je ono u tesnoj vezi sa tehnološkim napretkom svake države.
Samo akrobatsko letenje nije nauka već koristi najnovija dostignuća mnogih nauka kao što su: Matematika, fizika, hemija, psihologija, meteorologija, aerodinamika, mehanika fluida, elektronika, informatika, pirotehnika i još mnogo drugih.

Slika 6. - Dva izuzetna sportska akrobatska aviona „Cristensen Eagle" u manevru



Razvijanje akrobatskog letenja kao vida sporta je dug, težak i veoma naporan proces, za njegove nosioce tj. ljude koji se njime bave, kako u fizičkom, tako i u psihičkom smislu. U tom kontekstu može se potaviti pitanje: Ko su ti ljudi? Naime, svi piloti akro-grupa širom sveta su piloti iz redova vojnog vazduhoplovstva što je i normalno obzirom da je ono puno starije od civilnih vazduhoplovstava. To je elita iz oblasti vazduhoplovstva- jednom rečju: odabrani ljudi. Stručnjaci se o ljudima iz ove branše nedvosmisleno izjašnjavaju kao o „kvalitetnim", kod kojih je zajedništvo pre svega drugog, a interes službe ispred ličnog. Savršenstvo je u svemu što se radi, a hrabrost i izuzetna tehnika pilotiranja osnovni preduslovi. Ovo su razlozi zašto su ovakvi ljudi u svetu prilično deficitarni...

Diferentia specifica akrobatskog letenja naravno, nije samo u posebnoj vrsti ljudi koja se njime bavi, već i u samom konceptu savršene primene apsolutno svih postojećih tehnika pilotiranja, jer kod akrobatskog letenja, vrlo često je moguća samo jedna greška.

Ukoliko pođemo od jedne od definicija sporta - prema kojima on obuhvata sve oblike fizičkih aktivnosti, koje putem povremenog ili organizovanog učestvovanja teže unapređenju fizičke i mentalne dobrobiti, formiranju društvenih odnosa ili postizanju rezultata na takmičenjima svih nivoa - nameće se zaključak da ljudi koji se bave ovim sportom poseduju esencijalne vrline koje su neophodne za akrobatsko letenje.

Sa druge strane, sport se komentariše i kao visokostvaralačka oblast - sport teži perfekciji - sport je biznis ali i profesija. U skladu sa time, akrobatsko letenje treba smatrati profesijom, odnosno posmatrati ga kao profesionalni sport, obzirom da u njegovom slučaju profesionalni sport egzistira kao profesija tj. kao osnovno zanimanje.[55]

Od momenta svoje pojave pa do danas, avijacija je uvek označavala, i sa sobom nosila intelektualnu i tehničku moć, kako pojedinca, tako i čitave nacije odnosno države.[56] Kako zbog samog revolucionarnog otkrića i napretka, pa i daljeg razvoja, u svetu je postojala određjena međudržavna saradnja i razmena podataka, odnosno – čitav svet se trudio da prati zbivanja u vazduhoplovstvu. Srbija nije zaostajala...

Naime, kralj Petar se ozbiljno i na visokom nivou bavio mišlju da avijaciju uvede u svoje redove. A ubrzo kasnije – samo nešto više od decenije – od poletanja prvog aviona u Evropi, i Srbi su osnovali svoj prvi aero-klub...

Zvanično, 21. oktobra 1921. godine, rezervni avijatičari sa Solunskog fronta osnovali su „Srpski aero-klub". Na njegovom čelu tada su se nalazili dr Arčibald Rajs i Matija Hođena, dok je na mestu podpredsednika bio Tadija Sondermajer.[57] Mesto sekretara pripalo je Savi Mikiću.

Osnovna ideja i cilj koji su imali, bio je da se u srpskom narodu podstakne i razvije svest o značaju vazduhoplovstva i letenja uopšte za civilizaciju XX veka. Pored toga, želeli su da pomognu i ubrzaju razvoj vazduhoplovstva i sportskog letenja. Period od narednih dvadeset godina dokazao je da su uspeli da dosegnu i uspešno ostvare postavljene ciljeve.[58]

---

[55] Videti više na www.aircombat.com ; preuzeto 07.11.2011.god.

[56] Dalje u tekstu videti opširnije: Radenović Dragana, Odbranjeni diplomski rad, ***Akrobatsko letenje u Srbiji***, Sportska Akademija, Beograd, mart 2007. godine

[57] Videti više na www.jat.com/active/sr-latin/home/main.../zaboravljeni-as preuzeto 22.09.2011.god.

[58] Tonković Radmila, ***Život stvaran letenjem***, „MOD", Beograd, 2005.

Po ugledu na aero-klubove koji su u to vreme postojali u Francuskoj i Belgiji, 14. maja 1923. godine osnovan je „Aero- klub Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca''. Oni su bili organizovani, i njihova pravila su se u potpunosti zasnivala na onima koja su postojala u svetu. Pomenuti doprinos kraljevske porodice, odnosno samo jedan od mnogih, bio je i taj, kojim je kralj Aleksandar „blagovoleo'' 21.oktobra 1923.godine, aktom Maršalata Dvora br. 2276/23, odobriti da se naslednik prestola, kraljević Petar primi za pokrovitelja aero- kluba. Tako je 30. marta 1924. godine, na godišnjoj skupštini, knez Pavle postao doživotni predsednik aerokluba, rekavši tada da je „prvi faktor zemaljske odbrane jedna moćna avijacija, i u tom pogledu sve ostale zemlje su u podređenom položaju"...[59]

Ovaj period predstavlja presudne datume našeg aero-kluba. Društvena aktivnost je bila izuzetno velika i značajna. Održavana su brojna predavanja i objavljivan je veliki broj proglasa koji govore o značaju vazduhoplovstva. Takođe, bitno je pomenuti i značajnu činjenicu koja je umnogome doprinela popularizaciji avijacije, a to je da su pobornici aero-kluba bili eminentne ličnosti naše inteligencije poput Miloša Crnjanskog i Stanislava Krakova, koji su u listovima „Politika" i „Vreme" objavljivali svoje članke o vazduhoplovstvu. Svojim proglasom aeroklub se predstavio kao patriotski pokret čime je naišao na veliko priznanje javnosti.[60]

Uspeh i aktivnost ogledaju se u podacima da je od dana svog nastanka pa do 1937. godine, aero-klub organizovao tačno 482 aeromitinga u čak 110 različitih gradova, kojima je prisustvovalo dva miliona gledalaca, što za vreme u kome se sve dešavalo – ovaj uspeh čini impozantnim. Uspeh i stručnost su izuzetni naravno, jer su merljivi na međunarodnom nivou. Naime, Tadija Sondermajer je bio jedan od podpredsednika „Međunarodne aeronautičke federacije" (FAI). A „Aero-klub Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca" je od 1923. godine kao redovan član uspešno zastupao i predstavljao državu u ovoj federaciji.

Sledstveno nesrećnim istorijskim okolnostima, maja 1941. godine, okupator je zabranio rad aero-kluba, da bi 1943. on bio i zvanično „likvidiran". Tek je krajem Drugog svetskog rata, uz pomoć savezničke Rusije, osnovana vazduhoplovna jedinica, sačinjena od preživelih članova aero-kluba.[61]

---

[59] Videti više na sr.wikipedia.org/sr/vazduhoplovni-savez-srbije; preuzeto 08.11.2011.god.

[60] U junu 1924. godine pokrenut je časopis „Naša krila koji je bio ne samo prvi časopis te vrste na našim prostorima, već i verni hroničar i informator svoga vremena. Kao rezultat težnje univerzitetske omladine kraljevine Jugoslavije, da razvije i unapredi vazduhoplovstvo, u Beogradu je 1935. godine svečano osnovan „Jugoslovenski kraljevski akademski aero-klub". Ovaj događaj, inače organizovan na državnom nivou, uveličalo je i prisustvo delegata iz više zemalja poput Nemačke, Poljske, Turske i Čehoslovačke.

[61] Tonković Radmila, ***Tadija Sondermajer***, „MOD", Beograd, 2010.

3. Aeromiting kao turistički događaj

Turistički događaj je aktivnost koja se događa jednom godišnje, ali se kontinuirano ponavlja tokom dužeg vremena svake godine. Događaj promoviše turizam određene destinacije putem sopstvene moći privlačenja zainteresovanih posetilaca. Da bi postali deo turističke ponude neke destinacije, događaji, po pravilu, moraju da privlače učesnike i/ili posmatrače koji nisu deo lokalne zajednice. Događaj je specifičan prizvod jer ima neobično jak uticaj na kreiranje imidža o nekoj destinaciji.[62]

Istraživači turizma operišu kategorijom animacije da bi objasnili određene procese na relaciji turisti — profesionalno osoblje koje radi u turizmu, kao i animiranje turista za kulturne i zabavne aktivnosti tokom putovanja.[63]

Proces animacije ima izvorište u filosofskim učenjima.[64] Princip *animation* (franc.) označava moralni i intelektualni život, hrabrost, duh. Isto tako, princip se odnosi na ljudsku akciju, na stvaralaštvo, na animiranje (oduševljenje) sredine, ulice, klase od govornika. To znači da pojedinci, grupe, mogu da animiraju (oduševe) druge pojedince i šire grupe na određene aktivnosti. Kulturna animacija podrazumeva skupinu institucija i tehnika koje su namenjene obrazovanju animatora, da favorizuje korisćenje sredstva masovnih komunikacija sledeći njihov vaspitni poziv.[65]

Procesi animacije mogu se manifestovati u različitim područjima društvenog života. Naučnici su pojam animacije u velikoj meri povezivali s kulturnom i umetničkom aktivnošću. Zato se u oblasti istraživanja kulture govori i piše o grupama animatora za kulturno-umetničke aktivnosti.[66]

---

[62] Unković Slobodan dr, Bojan Zečević dr, ***Ekonomika turizma***, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Beograd, 2009. str. 429-430

[63] Dalje u tekstu videti opširnije: Todorović Aleksandar dr, ***Teorije turizma i kulturno-umetničke vrednosti,*** Turistička štampa, Beograd, 1990., str. 129-130

[64] Termin *anima* potiče od latinskog jezika i znači duša. *Animismus* označava verovanje primitivnih naroda da prirodom upravljaju duhovi. Prema ovom shvatanju, sva bića i stvari imaju dušu i volju sličnu čovekovoj. Filozofski princip se zasniva na činjenici da sva bića koja su čisto materijalno konstruisana, mogu da vrše akcije analogne ljudskoj duši. U stvari, njima se pripisuje sposobnost da imaju mišljenje, osećanja, volju. Pesnici pridaju dušu stvarima, ali ne veruju u njenu realnost. Nasuprot tome, deca i primitivci, veruju da stvari imaju dušu. Izvor: Foulque Paul, ***Vocabulaires des sciences sociales***, Presses Universitaires de Frances, Paris, 1978., str. 30

[65] *Dietionnaire des mectfa Mane*., 1971., str. 18

[66] Girard Augustin, ***Kulturni razvoj***, Zavod za kulturu Hrvatske, Zagreb, 1977., str. 82

Kretanja se kod manifestacionog turizma vezuju za istoimene motive. Manifestacioni turizam može imati i kulturno i rekreativno obeležje, ali je najčešće reč o kombinovanom kretanju; to zavisi od vrste turističke manifestacije, to jest da li se radi o sportsko-zabavnim priredbama (rekreativno obeležje) ili o izložbama i umetničkim festivalima (kulturno obeležje) itd. Dužina boravka kod manifestacionog turizma je najčešće određena trajanjem/samih manifestacija. Takođe, i sadržaj turističkog boravka je uglavnom, unapred određen programom manifestacije. U manifestacionom turizmu ne može se govoriti o oscilacijama prometa, jer se to unapred planira. Turističke manifestaiije se češće organizuju u vansezoni, ali to ne može biti pravilo, jer je potražnja i u ovoj vrsti prometa jako značajna. U manifestacionom turizmu ponuda receptivnih uslova ima često dominantnu ulogu na tržištu; mesto održavanja manifestacija bitno utiče na pravce, radijus i strukturne osobine kretanja, pa i na efekte turističkog privređivanja. Manifestacioni turizam može se shvatiti i kao dopunski oblik neke druge vrste turizma, ali je sigurno da odražava skladan razvoj celokupnog turizma i povoljno dejstvo brojnih faktora.[67]

Zabavne i sportske manifestacije su većeg stepena atraktivnosti jer su široke spektakularnosti i ne zahtevaju viši kulturni nivo, a i kontraktivna zona im je veća. Npr. Egzit ili Sabor trubača u Guči, Karneval u Riu, filmski festivali, međunarodne izložbe. Manifestacije se ptretežno organizuju tokom leta, u mestima koja su saobraćajno lako dostupna, zahtevaju visok stepen priprema i organizacije samog događaja, određenog su vremena trajanja što pogoduje planiranju boravka turista i dužini zadržavanja. Sportske manifestacije su posećene, borbe sa bikovima, karnevali, kao i privredne izložbe i sajmovi. Ovi motivi mogu da budu samostalni, ali i komplementarni.[68]

U tom smislu, turistička atraktivnost je van svake sumnje važno merilo vrednosti bilo kojeg motiva. Turistička atraktivnost nije ni imanentno ni permanentno svojstvo motiva, kao što je to karakteristično za druge vrste prirodnih dobara, već je to recipročan i varijabilan odnos između turističkih potreba koje stoje u osnovi kretanja s jedne, i motiva kao spoljne draži koje zadovoljavaju te potrebe s druge strane.[69]

U teoriji i literaturi turizam se najčešće posmatra kao nova ljudska potreba nastala iz savremenog načina života, koji je sve složeniji i protivrečniji. Označavajući spektar

[67] Jovičić Živadin dr, ***Fenomenologija turizma***, Naučna knjiga, Beograd, 1992., str. 181
[68] Novaković-Kostić Radmila prof. dr, ***Turizam i kultura***, Smederevo, 2010., str. 11
[69] Jovičić Živadin dr, ***Osnovi turizmologije***, Naučna knjiga, Beograd, 1980., str. 130

ljudskih manifestacija, koji svoje uporište nalaze u radu i njegovoj novoj organizaciji, turizam se počeo shvatati i objašnjavati kao beg od stvarnosti. U tom smislu, sport predstavlja osvežavajuću oazu za tzv. savremeno „ putujuće čovečanstvo".

Za turizam kao i za sport, karakteristična je specifična potreba da se bude aktivan, da se deluje, da se bude drugačiji.

Govoreći o ekonomskim i društvenim koristima velikih sportskih manifestacija za zemlje domaćine, A. Tahler naglašava da „ekonomisti uvek očekuju — a rezultati su dokazali da su ta očekivanja tačna — da dobitak u devizama i publicitet nadaleko nadmašuju investirane milione".[70] Sigurno je da takve sportske manifestacije predstavljaju potsticaj za popularizaciju i razvoj sporta i turizma receptivnih turističkih zemalja.

Politički značaj turizma ogleda se pre svega u tome što se turizam javlja kao najznačajniji faktor očuvanja mira u svetu. Ovaj značaj, u krajnjoj liniji, uklapa se u širi društveni značaj. Ujedinjene nacije su 1966. godine donele posebnu Rezoluciju kojom je 1967. godina proglašena za Međunarodnu godinu turizma.Pri donošenju ove Rezolucije, koja je imala za cilj da unese nove stimulanse za dalji i brži razvoj međunarodnog turizma, imala se u vidu, pre svega, uloga turizma kao faktora boljeg razumevanja među ljudima iz različitih zemalja i na toj osnovi cilj angažovanja Organizacije Ujedinjenih nacija na planu unapređenja međunarodnog turizma bio je sledeći: ,,Turizam- pasoš mira"[71] . Ovde treba istaći i značaj turizma za jačanje političkog prestiža određene zemlje u međunarodnim razmerama...

Zbog izuzetno velikog interesovanja za sport već decenijama su velika ulaganja u timove sa ciljem povećanja gledanosti, popularnosti, pa samim tim, i novcanih sredstava. Sa porastom popularnosti nekog tima raste i popularnost grada i zemlje iz koje je tim a povećava se i tražnja tih destinacija na turističkom tržištu[72]. S druge strane, veliki udeo u

[70] Tahler Adel, Kairo, *Veze između sporta i turizma u privredi zemalja u razvoju*, Zbornik **Ekonomske vrijednosti sportske rekreacije u turizmu**, Zagreb, 1972, str. 102.

[71] Videti ***„Recommendations on International Travel and Tourism"*** (United Nations publication, Sales No.:64.I.6), 1458. plenarna sednica održana 04.11.1966., str. 17

[72] Profesionalni sport je ogroman biznis, a cilj svakog posla je ostvarenje profita, te vlasnici klubova širom sveta pokušavaju da ostvare što veću dobit i tako prošire poslovanje. Sve više se zaboravljaju sportski motivi, a koristi se marketing, i pri tome se „duh igre" potiskuje u drugi plan. U Evropi je najpopularniji fudbal

budžetu klubova ii sredstva od sponzora, koji su, u slučaju velikih timova, velike multinacionalne kompanije. Uvidevši da je ulaganje u sport veoma dobar način da se kompanija reklamira na tržištu, gotovo sve velike kompanije su sponzori nekih sportskih timova. Takođe, većina država odobrava razne olakšice, kompanijama sponzorima sportskih timova, kulturnih i sportskih manifestacija[73]. Uglavnom se sponzori odlučuju da sponzorišu neki tim u zemlji u kojoj su se tek pojavili na tržištu, ili ako je cilj veći onda pokušavaju da postanu sponzori nekog od velikih evropskih timova.

Sponzorstvo treba da se zasniva na zdravim komercijalnim prosuđivanjima, da mora doneti korist i sponzoru i sponzorisanom.[74] Premda se sponzorstvo smatra delom marketing miksa, ono ipak direktno utiče na ukupni korporacijski imidž i zato se uključuje u ukupne aktivnosti poslovne diplomatije. Poslovni diplomata, treba da ima u vidu da altruizam u sponzorstvu ne postoji i zato je važno da se planom istakne verovatni dobitak za sponzora, turističku kompaniju, koja ulaže novac. Poželjno je da kompanija sponzoriše takve manifestacije koje su blisko povezane sa njenim turističkim proizvodima ili sferom interesovanja i da zainteresuje potencijalne turiste.

Sponzorstvo je uvek neka nada u dobrobit. Kao komercijalni aranžman, ono donosi korist jednoj i drugoj strani. To je poslovni odnos prema akteru, projektu, priredbi, ustanovi u kojoj se uspostavlja odnos razmene. Razmenjuje se novac i reklamne protivusluge, ili se razmenjuju usluge za usluge. Zlatno pravilo sponzorstva je ne moliti, već nuditi.[75]

U skladu sa time, potencijal iskoristivosti u smislu sponzorisanja koji pruža aeromiting kao događaj odnosno manifestacija, na osnovu svoje atraktivnosti je neslućenih razmera.

Sama organizacija aeromitinga nije, nimalo jednostavna. U pitanju je naime veoma složen proces i organizacija koja uključuje stotine ljudi. Takve događaje nužno organizuju ekipe stručnjaka iz raznih oblasti.

Turizam je raznorodna privredna delatnost, koja se sastoji od različitih privrednih i neprivrednih aktivnosti, a sve zajedno učestvuju u zadovoljenje potreba domaćih i stranih turista. Osnovu turističke privredne delatnosti čine: ugostitelljstvo, saobraćaj, turističke i

---

i trenutno najviše novca ulažu klubovi iz Engleske, Španije, Italije, Francuske i Nemačke. Svake sezone veliki klubovi se trude da u svoje redove dovedu nekog od najpoznatijih fudbalera da bi povećali svoju gledanost i popularnost, a samim tim i profit.

[73] Uglavnom se te olakšice ogledaju u plaćanju poreza, koji se kompanijama sponzorima umanjuje za određeni procenat. Kod nas je na snazi zakon po kojem sponzor, ukoliko suma novca koju izdvaja za sponzorstvo prelazi 3% od ukupnog prihoda, ne plaća porez na dobit. Ujedno kompanija se reklamira preko tog tima i utiče na potencijalne potrošače i osvaja tržište.

[74] Dalje u tekstu videti opširnije: Petrović B. Pero dr, ***Turizam i poslovna diplomatija***, Novi Sad, septembar 2007., str. 160-162

[75] Prof Dragan Koković, ***Sociologija sporta***, Sportska Akademija, Beograd, 2000., str.87

putničke agencije, trgovine na malo, zanastvo i razne vrste komunalnih delatnosti. Od neprivrednih delatnosti treba istaći kulturno-umetničke, sportske i druge aktivnosti, zatim rad raznih turističkih organizacija i organa na regionalnom, nacionalnom i međunarodnom planu, koje na direktan ili indirektan način učestvuju u formiranju turističke ponude.[76]

Imajući u vidu dimenzije posećenosti aeromitinga u svetu i kod nas, čiji se broj posetilaca meri i stotinama hiljada ljudi, a čije akro-grupe predstavljaju nacionalne simbole, postaje jasno zašto u organizaciji ovakvih događaja učestvuje dosta ljudi i zašto je od izuzetne važnosti razrada svakog detalja. To se ne odnosi samo na usko stručni deo, vezan za izvođenje akrobatske tačke na avionu, već treba voditi računa o svemu, od ulaska posetioca, do njegovog odlaska sa mesta održavanja aeromitinga. To je ozbiljan posao, koji su ljudi iz vojnih struktura dokazali da mogu i umeju.

Kada je reč o finansijskoj isplativosti događaja kao što je međunarodni aeromiting, važno je napomenuti da se broj posetilaca ovakvih događaja meri desetinama i stotinama hiljada i da se ulaznice naplaćuju. Primera radi, broj ljudi koji u Italiji prisustvuju aeromitingu je 30.000, a cena ulaznice je 30 eura. To znači da je samo od prodaje ulaznica za hepening od par sati ostvarena zarada od gotovo million eura. Tome naravno treba dodati i prisustvo sponzora, kompanija koje obezbeđuju hranu i piće, visinu nadoknade za televizijske prenose, prodaju reklamnog materijala i suvenira i slično. Poređenja radi, 2009. godine u Batajnici, odnosno na Batajničkom aeromitingu zabeležena je poseta od gotovo pola miliona ljudi! Zaključak se nameće sam… Aeromiting na svim prostorima privlači publiku različitog uzrasta, i svi su podjednako oduševljeni onime što vide. Poznate akro-grupe sveta na aeromitinzima pune aerodrome i nikad nema kraja oduševljenju. Ljudi koji su posećivali aeromitinge pitali su se da li je to tehnika, umeće, veština, znanje, sport, ili sve zajedno... Aeromitinzi su odlična prilika za promociju vojske a takođe i za zaradu koja sledi uz propratni materijal, prodaju ulaznica, kačketa, majca, znački i sl.

Piloti akrobatskog letenje svuda u svetu su iz vojnih struktura i tako je slučaj i kod nas. Najbolji piloti Vosjke Srbije imali su svoju grupu koja se zvala „Leteće zvezde". Ekstremni sport, ekstremni stručnjaci, ljudi vredni pažnje. Članovi ove grupe su svoje bravure pokazivali prvo domaćoj a kasnije i inostranoj publici na mnogobrojnim aeromitinzima. Srpska vojska trenutno nema akro-grupu, raspala se usled nedostatka para ili nedostatka sluha za ovaj vid sporta i umeća. Bivši članovi grupe još uvek su tu, neki su još uvek zaposleni u vojsci, a neki

[76] Unković Slobodan dr, Bojan Zečević dr, ***Ekonomika turizma***, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Beograd, 2009., str.28

su otišli u penziju i sada se nalaze, uglavnom, po privatnim aero-klubovima. Treba ih samo okupiti i oni će znati kako da naprave spektakl.

Peter Besenyei[77] je vojni pilot iz Mađarske, koji je jedan od osnivača, sada već nadaleko čuvene, Red Bull trke. Svi učesnici trke su iz vojne strukture, prilikom trke pokazuju akrobacije od kojih zastaje dah. Pri tom, ova događanja prati ogroman broj ljudi širom planete. Do sada se ovaj spektakl održavao na raznim mestima kugle zemaljske i stekao svetsku reputaciju.

Aeromiting u Srbiji jednako je popularan kao u svetu Red Bull Race. Treba malo sluha vojske na ovu temu i zadovoljstvo bi bilo obostrano, i publike i države, i pilota učesnika.

slika 7. - Fotografija sa aeromitinga „Batajnica 1997".



[77] Videti više na www.redbullairrace.co./...air/...Red-Bull-Air... preuzeto 19.11.2011.god.

3.1. Aeromitinzi u Srbiji

Veliki vazduhoplovni spektakl održan 1997.godine na batajničkom aerodromu povodom 16. Juna , Dana Vojske Jugoslavije, nazvan je „Aeromiting mira i poverenja".[78]

Ovom događaju, bez obzira na veliku kolonu koja se pružala u nedogled ka batajničkom aerodromu, na visoku spoljnu temperaturu, prisustvovalo je blizu pola miliona ljudi, posetilaca potpuno oduševljenih onime što vide. Druga strana ove svetle medalje, na žalost, veoma je loša... Naime, ovaj aeromiting predstavlja „školski" primer neznanja. Organizacijski promašaj ljudi koji nisu imali sluha za ovakav događaj – ni njegov kapacitet – ni njegov potencijal.[79] Osnovna greška je da za ovu priliku nije uzet gotovo nikakav vid profita – ukoliko ne računamo rast nacionalnog ponosa i popularnosti par odabranih pilota. Nepostojanje profesionalnog menadžera ili bar ljudi koji bi se bavili organizacijom aeromitinga onako kako to dolikuje i kako se to na kraju krajeva radi u svetu, uz pre toga urađen plan događaja koji bi na taj način doneo određenu sumu novca. Koliko je besmisleno govoriti o zaradi od pola miliona gledalaca koji su oduševljeni onime što vide... Očiglednost dimenzija ovog promašaja pokazuju propusti kao što su prodavanje ulaznica, simbolično naplaćivanje fotografisanja sa „zvezdama", i to je dovoljno. O komercijalnom momentu prodaje reklamnog prostora sponzorima ili pak prava prenosa medijima, prodaji majica, kačketa, upaljača i ostalog reklamnog materijala sa slikama i simbolima da ne govorimo. Sve to predstavlja jedan veliki finansijski fijasko, tj. propuštenu priliku.

Turistička potrošnja domaćih i stranih turista predstavlja zajednički imenitelj svih delatnosti koje sačinjavaju turističku privredu, jer iz nje proizilaze ekonomski efekti turizma na privredu i svi odnosi koji iz toga nastaju.[80]

Da bi kritika bila potpuna, treba pomenuti i propuštenu priliku koja se odnosi na publiku koja nije toga dana bila na batajničkom aerodromu, ali je pratila događaj. U pitanju je prodaja prava televizijskog prenosa aero mitinga, kao i zakup reklamnog TV prostora za vreme

[78] Videti više na www.yourope.com/nasa-borba/arhiva/Jun97/ ;preuzeto 14.11.2011.god.

[79] O „isplativosti" sporta kao kategorije videti opširnije: Raič Aleksandar dr, ***Ekonomika sporta***, Novi Sad, 2003. i Raič A., ***Sportski menadžment***, Sportska Akademija, Beograd, 1999.

[80] Unković Slobodan dr , Bojan Zečević dr, ***Ekonomika turizma***, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Beograd, 2009.god., str. 11

trajanja spektakla i tome slično. Sve je to bio potencijalni novac koji nije uzet, već bukvalno bačen u vodu.

Primera radi, u susednoj nam Italiji, postoji veoma čuvena akro-grupa Freće trikolori („Frecce tricolori"), koja svoje tačke izvodi širom sveta, kao i svaka druga nacionalna akrobatska grupa. Ovi piloti su strogo iz redova ratnog vazduhoplovstva,[81] i godinama vežbaju određene tačke u istom sastavu. Grupa je pod okriljem države u svakom mogućem pogledu. Država finansira rad akro-grupe, i na adekvatan način, materijalno stimuliše članove. Da, naravno, jer je to u njenom interesu, i ne samo njenom već nacionalnom. Ta ista akro-grupa ne samo da ima socijalno homogenizujući efekat na Italijane, već vrši i svojevrsnu promociju Italije kao države, donosi finansijsku dobit zemlji i slično... Jer, nastupe ove grupe uvek prati u proseku najmanje 20000 gledalaca, a cena ulaznica se u zavisnosti od važnosti događaja kreće od 20 do 100 eura...[82]

Slika 8. – Aerodrom Batajnica – slika sa satelita



[81] O obuci i profesionalnosti pilota videti opširnije: Djordjijević Novak, ***Školovanje i obuka američkih vojnih pilota***, Vojno izdavački zavod, Beograd, 2004. i Enciklopedija ***Sveznanje - letilice***, Knjiga Komerc, Beograd, 2006.

[82] Videti opširnije: *Czech Defence & Aviation Industry*, CDAI Review 3/2006, *Flug Revue Extra*, Extra 50 Jahre Luftwaffe, 2006., ***Czech International Air Fest 2006***, Military Aviation of the Czech Republic, 2006.

Slika 9. – Zvanične informacije o aerodromu Batajnica

Informacije			
Tip aerodroma	Vojni		
Operator	V i PVO		
Služi	Batajnica, Srbija		
Nadmorska visina	81 m / 265 ft		
Koordinate	44°56′07″N, 020°15′27″E		
Piste			
Pravac	**Dužina**		**Površina**
	m	**ft**	
12L/30R	2.682	8.181	Asfaltirana
12R/30L	2.438	7.999	Asfaltirana
12/30	985	3.232	Trava

Slika 10. – Fotografija sa aeromitinga „Batajnica 2009"



Aeromiting „Batajnica 2009" predstavlja u potpunosti položen popravni ispit u odnosu na predhodni aeromiting, kao i ispunjena očekivanja. To je manifestacija kojom su Ministarstvo odbrane, Vojska i Vazduhoplovstvo Republike Srbije dali svoj doprinos negovanju tradicija i obeležavanju 100 godina srpske avijacije.[83] Bila je to prilika da se naša javnost upozna sa dostignućima avio industrije, sposobnostima avijacijskih jedinica našeg vazduhoplovstva, veštinama pilota u upravljanju različitim vrstama letelica i snažan podsticaj unapređenju međunarodne saradnje Republike Srbije u oblasti vojnog vazduhoplovstva. Ovo je ujedno bila i priprema za obeležavanje velikog jubileja koji predstoji i čija se realizacija planira 2012. godine – 100 godina srpskog vojnog vazduhoplovstva.

[83] Dalje u tekstu videti opširnije: www.airserbia2009.vs.rs, preuzeto 12.10.2010. godine

Poziv za učešće na aeromitingu upućen je ministarstvima odbrane i vazduhoplovstvima 18 zemalja, a to su: Danska, Rusija, Mađarska, Nemačka, Velika Britanija, Francuska, Portugal, Španija, Grčka, Slovenija, Austrija, Italija, Češka, Rumunija, Bugarska, SAD, Turska i Švedska. Učešće sa svojim vazduhoplovima prihvatilo je 14 zemalja, a na nivou visokih delegacija prisutni su bili predstavnici Kine, Norveške, Portugala, Alžira i Crne Gore.[84]

Slika 10. – Fotografija publike i statičnog dela izložbe sa aeromitinga „Batajnica 2009"



Obnovom kapaciteta i dogradnjom infrastrukture aerodroma u Batajnici izvršena je revitalizacija unutrašnjih puteva, objekata i manevarskih površina, čime je aerodrom stavljen u potpunu funkciju a bezbednost letenja podignuta je na najviši nivo. Ovo je bila najveća planska revitalizacija aerodroma od 1999. godine. Takođe, u sklopu povećanja operabilnosti aerodroma izgrađen je novi, najsavremeniji kontrolni toranj (Agencija za kontrolu leta).[85]

Slika 11. – Rekonstruisani kontrolni toranj na aerodromu Batajnica



Aeromiting „Batajnica 2009", predstavlja do sada najveću smotru vazduhoplovne tehnike u novijoj istoriji Srbije, pokazao je sposobnost pripadnika Ministarstva odbrane i Vojske Srbije za organizaciju i najsloženijih međunarodnih manifestacija, što je i ocena svih učesnika.

[84] Pozivu za aeromiting nisu se odazvala vazduhoplovstva Rusije, Švedske i Bugarske.
[85] Deo radova na uređenju aerodroma Batajnica realizovan je uz pomoć grada Beograda i njegovih javnih službi. Ukupna, direktno angažovana, sredstva za organizaciju aeromitinga iznose oko 14 miliona dinara a prihodi oko 13 miliona dinara.

Održavanje aeromitinga značajan je doprinos podizanju ugleda Vojske i spremnosti naše države na putu integracija. Broj posetilaca procenjen je na gotovo 300000 ljudi.

Tabela 11. – Program održavanja aeromitinga „Batajnica 2009"[86]

Događaj	Datum	Vreme
Otvaranje aerodroma Batajnica za posetioce	13.09.2009.	08:30 – 10:00
Uvodni deo programa: maketari, laka avijacija, padobranci i sl.	13.09.2009.	10:00 – 11:00
Otvaranje aeromitinga: govor ministra odbrane R. Srbije	13.09.2009.	11:00 – 11:10
Glavni deo aeromitinga: letački program	13.09.2009.	11:10 – 16:00
Statički deo aeromitinga: razgledanje izložbe	13.09.2009.	10:00 – 17:00

Činjenica je da slična manifestacija, ovakvog obima i karaktera, nije organizovana kod nas jedanaest godina.[87] Aeromiting je u suštini kompleksan događaj, koji za sobom povlači infrastrukturne radove, revitalizaciju aerodroma, poletno-sletnih staza, tornja za kontrolu letenja, logističko i tehničko opremanje za prihvat stranih i domaćih vazduhoplova i posada prema najvišim evropskim standardima, koji se primenjuju na događaje ovakvog nivoa. Svi ti radovi su po finansijskom zahvatu obimni i znatno premašuju finansijske mogućnosti. Naravno, jedan ovakav aeromiting podrazumeva i obimne i precizne organizacione pripreme, u koje su uključeni mnogi segmenti Vazduhoplovstva, Generalštaba i Ministarstva odbrane. Međunarodni i promotivni karakter koji svi aeromitinzi nezaobilazno nose podrazumevaju višeslojnost u pripremi i organizaciji ovakvog događaja, ali i revitalizaciju aerodroma koji nam ostaje kao legat.

[86] Dalje u tekstu videti opširnije: www.airserbia2009.vs.rs, preuzeto 12.10.2010. godine
[87] Dalje u tekstu videti opširnije: Marković Dragana, Intervju sa državnim sekretarom Ministarstva odbrane dr Zoranom Jeftićem, Magazin *Odbrana*, br. 95 od 1. septembra 2009. godine

Ne treba zaboraviti da je aeromiting ovakvog obima, sa velikim brojem referentnih učesnika, ogromnim brojem posetilaca značajan i sa stanovišta međunarodnog kredibiliteta Srbije, jer pokazujemo da je u našoj zemlji moguće organizovati vazduhoplovnu manifestaciju takvog značaja. Uostalom, takva vrsta aeromitinga je sastavni deo života jedne ozbiljne države, koja ima, ili pretenduje da ima – ozbiljno vazduhoplovstvo.

Bezbednost letenja i učesnika programa, ali i posetilaca organizovana je prema ***ICAO*** (International Civil Organization Association) standardima , što predstavlja svetski standard koji se primenjuje na takvim skupovima. Propisano je maksimalno odstojanje od publike do onoga ko prikazuje nešto u vazduhu, u zavisnosti od toga šta demonstrira. Definisani su zabranjeni sektori, minimalna visina rada, o čemu su učesnici blagovremeno obavešteni, ali i mesto protivpožarnih ekipa i onih za pružanje prve pomoći. [88]

Mesto na batajničkom aerodromu dato je i komercijalnoj i sportskoj avijaciji, posebno u izložbenom programu. Posetioci su pratili atraktivne letove malih akrobatskih i lakih letelica, ali i aviona za početnu obuku pilota, mahom iz klubskih škola. I oldtajmeri su, svakako, privukli pažnju. Reč je o letelicama manjih klubova i eksponatima Muzeja Jugoslovenskog ratnog vazduhoplovstva.[89]

Danas, treba pomenuti već tradicionalni aeromiting koji se održava u Čeneju nadomak Novog Sada, koji svojom organizacijom i raznovrsnošću predstavljenih letelica predstavlja pravi dragulj kada govorimo o aeromitinzima u Srbiji uopšte. Održava se svake godine u prvoj polovini meseca juna i okuplja kako učesnike iz naše zemlje, tako i učesnike iz zemalja regiona (Hrvatske, Crne Gore, Mađarske, Španije, Italije, Bugarske, Slovenije i Velike Britanije).[90] Treba imati u vidu izuzetno dobru organizaciju same manifestacije, obzirom na jako veliki broj i posetilaca (oko 50000) i učesnika (32).[91]

[88] Dalje u tekstu videti opširnije: *Specijalni prilog*, broj 47 magazina *Odbrana*, br. 95 od 1. septembra 2009. godine**,** Intervju sa brigadnim generalom Rankom Živakom, komandantom ViPVO Vojske Srbije

[89] *Specijalni prilog*, broj 47 magazina *Odbrana*, br. 95 od 1. septembra 2009. godine**,** Intervju sa pukovnikom Sretom Malinovićem, direktorom aeromitinga Batajnica 2009.

[90] Pozdravni govor direktora aeromitinga Novaković Novaka ***„Čenej 2009"*** na otvaranju 06.05.2009. godine

[91] Isto

ZAKLJUČAK

Iako Republika Srbija predstavlja samo deo nekadašnje velike vojne sile (SFRJ), ne može se zanemariti ono što je u smislu vojnih turističkih objekata, ostalo u njenoj nadležnosti danas. Naime, radi se o velikom broju objekata i renomiranih ustanova.

U svojim pokušajima da ide korak sa svetom, odnosno, prvenstveno postigne nivo razvijenih zemalja iz regiona koje su već završile tranzicione promene, za razliku od njih, Republika Srbija poseduje potencijal u veoma specifičnoj oblasti – vojnoj turističkoj ponudi. Kao što prethodni delovi ovog rada i pokazuju, u nadležnosti Vojske RS nalazi se veliki broj hotela, odmarališta, izletišta i lečilišta. Gotovo da je izlišno govoriti o šteti u materijalnom smislu koja je rezultat ne ulaganja u njih i ne korišćenja njihovih potencijala. Istini za volju, njihova adaptacija i dovođenje na nivo koji bi u turističkom smislu bio respektabilan iziskuje ogromna materijalna sredstva, ali, nesporno je da bi se ona umnogome isplatila i zemlji donela višestruku dobit. Rekreativni turizam u vojsci je razvijen i već se dobro koriste hotelski sadržaji sa kojima raspolažu.

Adaptacija i dalja izgradnja turističkih kapaciteta bi trebala biti zasnovana na kompleksnom i pravilnom prostornom rešavanju. To znači da bi trebalo maksimalno iskoristiti postojeće kapacitete tj. graditeljsko nasleđe i uklopiti ga na adekvatan način, i funkcionalno i estetski.

U prilog tvrdnji da vojni potencijal u turističkoj ponudi Republike Srbije zaista postoji, kao i da je njegova širina ogromna, ide i činjenica da aeromitinzi kao masovni javni događaji okupljaju više stotina hiljada posetilaca, te da je medijska pažnja usmerena na njih ravna najvažnijim događanjima u državi. Prihod koji se može ostvariti ovim vidom turizma, kao i promocije zemlje u svetu, merljiv je milionima.

Proizilazi, kao logični zaključak, da bi trebalo ovaj vid manifestacije uvrstiti u program promocije i afirmacije i dodati u kalendar turističkih manifestacija u Republici Srbiji. Vazduhoplovstvo Srbije ima tradiciju održavanja aeromitinga, ali ne treba dozvoliti da se ugasi, treba je razvijati i dozvoliti starijim i iskusnim pilotima da prenesu svoja mukotrpno sticana znanja. Aeromiting u Beogradu bi trebalo uvrstiti u turisričke događaje i razvijati ga kao jedinstvenu turističku ponudu Srbije. Vojska je pokazala da ima snage, ume i može da

organizuje jedan ozbiljan aeromiting, po ugledu na svetske, a naši piloti su uvek privlačili pažnju stručne i kritičke svetske javnosti. Takođe, treba naglasiti da ovaj vid manifestacije zbog svojih specifičnosti i masovnosti zahteva dobru organizaciju, posebno u pogledu bezbednosti.

Prema skromnom mišljenju autora, postoji optimizam da će situacija u vojnoj turističkoj ponudi u Republici Srbiji prikazana u ovom radu doprineti iznalaženju adekvatnih rešenja za maksimiziranje iskoristivosti kapaciteta u navedenoj oblasti. Ipak, obrada navedene teme koja je u ovom radu izložena, kao i istraživanje u skladu sa njom, bili su iscrpni i iznenađujuće dugotrajni. Prikupljanje podataka nije nailazilo na adekvatnu zainteresovanost nadležnih institucija, a podaci koji su ovde prikazani, po svojoj prirodi vezani su za autoritet Institucije koji podrazumeva nedostupnost informacija.

Neophodno je iskoristiti i dobra iskustva iz drugih zemalja, ali i sopstvena znanja, koja trebaju biti osnova na kojoj će se graditi bogata, jedinstvena i specifična turistička ponuda. Međutim, budućnost Vojnih odmarališta u narednom periodu, ipak će zavisiti od načina na koji će država reagovati, tj. kako će se rešiti njihov status. Briga o njima, interesima turista i svih zaposlenih, sada će biti test i iskušenje za pravovremeno i dobro reagovanje države.[92]

Upravo ti hoteli bili su nekada među najreprezentativnijim i najuglednijim i nikako ne treba dopustiti da se takav turistički renome i izgrađeno mesto na tržištu, nebrigom i nepažnjom uruše. Ipak, to kakva će biti njihova budućnost, zavisi od načina i odnosa države prema njima, što odslikava i interes i pravce razvoja turizma u našoj zemlji. Zapravo, oni ukoliko se pronađe dobro rešenje, mogu biti model rada i poslovanja i za neke naredne turističke objekte.

Neophodnost otvaranja ove teme ogleda se u stvaranju osnove za dalju analizu kao i eventualne akcije na ovom planu - ne samo zarad poboljšanja ukupne turističke ponude naše zemlje - već i zarad ukupnog budućeg prosperiteta države kao celine.

---

[92] Krapf je turističku politiku definisao kao "delovanje organizovanih zajednica u turizmu radi unapređivanja sposobnosti stvaranja skonomske dobiti i realizcije neekonomskih ciljeva. Pokušaj opšteg definisanja pojma "turistička politika" učinio je i Kaspar (1991), po kome se "pod turističkom politikom podrazumeva svesno unapređivanje i oblikovanje turizma, putem uticaja zajednice na relevantne činioce u turizmu". Iz pomenutih naučnoteorijskih stavova i razmišljanja može se izvesti zaključak da *turistička politika predstavlja ukupnost smišljenih akcija u oblasti turizma, koje na određenom prostoru i u određeno vreme preduzimaju nosioci te politike.* Drugim rečima *turistička politika predstavlja kompleksnu celinu najvažnijih opredeljelja, namera i stavova koji se odnose na različite aspekte turističkog razvoja određene prostorne oblasti.* Smisao ove formulacije postaje još jasniji i određeniji kada se istakne namera onih koji kreiraju i vode politiku da u planiranju i usmeravanju turizma isključe ili na najmanju moguću meru svedu stihiju, improvizaciju i inerciju. Izvor: Jovičić Dobrica dr, ***Menadžment turističkih destinacija***, Zelnid, Beograd, 2002., str. 140

PRILOG – Lista zemalja učesnica na aeromitingu „Batajnica 2009"i predstavljeni vazduhoplovi

Zemlje učesnice: [93]

	Ujedinjeno Kraljevstvo	BAE Systems Hawk	
	Nemačka	C-160 Transal	
	Češka Republika	Aero L-159 ALCA and Mil Mi-171Sh	
	Danska	F-16 Fighting Falcon and CL-604 Challenger	
	Grčka	Mirage 2000-5	
	Španija	EADS CASA C-295	
	Sjedinjene Američke Države	C-130E Hercules	
	Mađarska	SaaB JAS-39C, SaaB JAS-39D and Mil Mi-24	
	Slovenija	Pilatus PC-9M, Pilatus PC-6 and L-410 Turbolet	
	Italija	Eurofighter Typhoon	
	Austrija	Eurocopter Aerospatiale SA 316B Alouette III	
	Francuska	Dassault/Dornier Alpha Jet	
	Rumunija	MiG-21 LanceR	
	Srbija	MiG-29, Eagle, Sea Gull G-4, Gull G-2, UTVA-75, Gazzele SA-341 and Swallow	

[93] Dalje u tekstu videti opširnije: www.airserbia2009.vs.rs, preuzeto 12.10.2010. godine

	**Turska**	F-16	

ORGANIZACIJE I INSTITUCIJE KOJE SU POMOGLE ORGANIZACIJU AEROMITINGA

Učesnici i vazduhoplovi aeromitinga ***„Batajnica 2009”***



AUSTRIJA - ALOUETTE SA 316



VELIKA BRITANIJA - HAWK



BUGARSKA - COUGAR



BUGARSKA - SPARTAN



ČEŠKA - L 159 ALCA



ČEŠKA - MI171



DANSKA - Challenger 604



DANSKA - F16 AM



FRANCUSKA - ALPHAJET



GRČKA - MIRAGE 2000



ITALIJA - EUROFIGHTER



MAĐARSKA - GRIPEN



MAĐARSKA - MI24



NEMAČKA - TRANSALL C-160



RUMUNIJA - MIG21 LANCER



SAD -HERCULES C-130



SLOVENIJA - BELL 206B



SLOVENIJA - PC6



SLOVENIJA - PC9M



SLOVENIJA - TURBOLET



ŠPANIJA - C295



SRBIJA - G2 galeb



SRBIJA - G4 supergaleb



SRBIJA - GAZELA



SRBIJA - LASTA



SRBIJA - MIG29



SRBIJA - ORAO



TURSKA - F16 C/D

LITERATURA:

1. Asch B., ***Strategic Management***, Mc. Millan, London, 1995.

2. Ciglić Boris, ***Krila Srbije:Vazduhoplovna komanda i avijatika srpske vojske 1912.-1920.***, Infinitas, Beograd, 2009.

3. ***Czech Defence & Aviation Industry***, CDAI Review 3/2006

4. ***Czech International Air Fest 2006***, Military Aviation of the Czech Republic, 2006.

5. Čačić Krunoslav, ***Poslovanje hotelskih preduzeća***, Čigoja štampa, 1995.

6. Čerović Slobodan, ***Strategijski menadžment u turizmu,*** Univerzitet Singidunum, Beograd, 2009.god.

7. Čomić Đorđe, ***Psihologija turizma***, Turistička štampa, Beograd, 1990.god.

8. Davidović Rade dr – urednik, udžbenik ***Svetska privrdeda i turizam***, Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Institut za geografiju, Novi Sad, 1999.

9. *Dietionnaire des mectfa Mane*., 1971.

10. Djordjijević Novak, ***Školovanje i obuka američkih vojnih pilota***, Vojno izdavački zavod, Beograd, 2004.

11. Draker Piter, ***Moj pogled na menadžment***, Adižes, Novi Sad, 2006.

12. Enciklopedija ***Sveznanje - letilice***, Knjiga Komerc, Beograd, 2006.

13. *Flug Revue Edžtra*, Edžtra 50 Jahre Luftnjaffe, 2006.

14. Genov Georgi, ***Investiranje u razvoj novih turističkih destinacija***, Đuro Salaj, Beograd, 2004.

15. Girard Augustin, ***Kulturni razvoj***, Zavod za kulturu Hrvatske, Zagreb, 1977.

16. Josipović M., ***Boravak i poseta Nacionalnom parku Tara***, Nacionalni park Tara, Bajina Bašta, 1998.

17. Jovičić Dobrica, ***Menadžment turističkih destinacija***, Zelnid, Beograd, 2002., str.140

18. Jovičić Živadin dr, ***Fenomenologija turizma***, Naučna knjiga, Beograd, 1992.

19. Jovičić Živadin dr, ***Osnovi turizmologije***, Naučna knjiga, Beograd, 1980.

20. Koković Dragan, Sociologija sporta, Sportska akademija, Beograd, 2003.

21. Kostić- Novaković Radmila prof. dr, ***Turizam i kultura***, Smederevo, 2010.

22. Lazić Lazar, Kristina Košić, ***Turistička geografija***, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad, 2004.

23. Magazin *Odbrana*, br. 95, *Specijialni prilog* broj 47, od 1. septembra 2009. godine

24. Marković Dragana, Intervju sa državnim sekretarom Ministarstva odbrane dr Zoranom Jeftićem, Magazin *Odbrana*, br. 95 od 1. septembra 2009. godine

25. Mihić Ljubo dr, ***Kupari kod Dubrovnika***, Vojno-ugostiteljska ustanova za odmor i rekreaciju Kupari, Kupari, 1973.

26. Milisavljević M., Todorović J., ***Strategijsko upravljanje***, Ekonomski fakultet, Beograd, 1991.

27. Miljević Milan, Prof. dr, ***„Poslovna etika i komuniciranje"***, Mladost Grup, Beograd, 2010.

28. Miljević Milan, Prof. dr, ***„Sociologija preduzetništva sa osnovama metodologije istraživanja-prva knjiga"***, KIZ, Beograd, 1997.

29. Miljević Milan, Prof. dr, ***„Metodologija naučnog rada"***, Filozofski Fakultet Univerziteta u Istočnom Sarajevu, Pale, 2007.

30. Nešović I. ***Vojna ustanova „Tara"*** Bajina Bašta, Bajina Bašta, 1988., str. 2

31. Novaković-Kostić Radmila prof. dr, ***Turizam i kultura***, Smederevo, 2010., str. 11

32. Paul Foulljie, ***Vocabulaires des sciences sociales***, Presses Uni-versitaires de Frsnces, Paris, 1978.

33. Petković Mirjana, ***Mesto vojnih odmarališta u turističkoj ponudi Srbije i Crne Gore***, odbranjena magistarska teza, Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, 2006. godina

34. Petrović B. Pero dr, ***Turizam i poslovna diplomatija***, Novi Sad, septembar 2007.

35. ***Pravilnik o ustanovama Vojske Jugoslavije***, 1968., Službeni Akt Ministarstva odbrane

36. Radenović Dragana, Odbranjeni diplomski rad, ***Akrobatsko letenje u Srbiji***, Sportska Akademija, Beograd, mart 2007.

37. Raič A., ***Sportski menadžment***, Sportska Akademija, Beograd, 1999.

38. Raič Aleksandar dr, ***Ekonomika sporta***, Novi Sad, 2003.

39. ***„Recommendations on International Travel and Tourism"*** (United Nations publication, Sales No.:64.I.6), 1458. plenarna sednica održana 04.11.1966., str. 17

40. Rilke Bojana prof. dr, ***Evropski turizam***, Evropski Univerzitet, Beograd, 2006.god.

41. Savezni društveni sekretarijat za poslove robnog prometa, ***Razvoj i problemi ugostiteljstva***, Beograd, 1959., 1968., 1972., 1976., 1981., 1987.

42. Specijialni prilog, broj 47 magazina ***„Odbrana"***, br. 95 od 1. septembra 2009. godine**,** Intervju sa brigadnim generalom Rankom Živakom, komandantom ViPVO Vojske Srbije

43. *Specijialni prilog*, broj 47 magazina *Odbrana*, br. 95 od 1. septembra 2009. godine**,** Intervju sa pukovnikom Sretom Malinovićem, direktorom aeromitinga „Batajnica 2009"

44. Stanković M. S. 1994., ***Vrnjačka Banja, turističko geografska monografija***, Srpsko geografsko društvo, posebno izdanje, knjiga71, Beograd

45. Sun Cu Vu, ***Veština ratovanja***, VINC, Beograd, 1991.

46. Tahler Adel, Kairo, *Veze između sporta i turizma u privredi zemalja u razvoju*, Zbornik ***Ekonomske vrijednosti sportske rekreacije u turizmu***, Zagreb, 1972.

47. Todorović Aleksandar dr, ***Teorije turizma i kulturno-umetničke vrednosti,*** Turistička štampa, Beograd, 1990.god

48. Todorović Slobodan, ***Civilno-vojni odnosi,*** VIZ, Beograd, 2004.god.

49. Unković Slobodan dr, Bojan Zečević dr, ***Ekonomika turizma***, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Beograd, 2009.

50. UNWTO, ***Comendium of Tourism Statistics***, 2005.god.

51. ***Vojna Enciklopedija***, Druje, Vojnoizdavački Zavod, Beograd, 1978.

52. Vukićević Slobodan, ***Menadžment slobodnog vremena u turizmu***, CID, Podgorica, 2007.

53. Žugić B. Rade dr, ***Cvilna kontrola vojske – kontrola budžeta***, Vojnoizdavački zavod, Beograd, 2007.

WEB:

1. www.blic.rs
2. www.hotelitara.rs
3. www.mod.gov.rs
4. www.airserbia2009.vs.rs
5. www.sr.wikipedia.org
6. www.vs.rs
7. www.mojheroj.com/heroji prošlosti/
8. www.aeromagazin.rs/arhiva/aero o5/
9. www.krilapetrovgrada.org.rs/forum/
10. www.paluba.info>...>Srpska avijacija
11. www.aeromagazin.rs/arhiva/aero01/
12. www.redbullairrace.com/...air.../...Red-Bull-Air...
13. www.jat.com/active/sr-latin/home/main.../zaboravljeni as.html