

UNIVERZITET SINGIDUNUM
Department za postdiplomske studije
Poslovni sistemi u turizmu i hotelijerstvu



MASTER RAD

STRATEGIJA RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE OPŠTINE VRŠAC

Mentor:

Prof. dr Slobodan Unković

Student:

Jasna Živković

Br.indeksa: 2012/406167

Mart, 2014.

SADRŽAJ

UVOD	4
1. PRIRODNI RESURSI	8
1.1 GEOGRAFSKI POLOŽAJ (LOKACIJA)	8
1.2. KLIMA	9
1.3 PRIRODNI RESURSI	9
1.4. PRIRODNE VREDNOSTI U OPŠTINI VRŠAC	13
2. KULTURNI RESURSI	17
2.1. KULTURNA BAŠTINA	17
2.2. CRKVE I HRAMOV	22
2.3 .KULTURNE MANIFESTACIJE	24
3. SAOBRAĆAJNA POVEZANOST	26
3.1. DRUMSKI SAOBRAĆAJ	27
3.2. ŽELEZNIČKI SAOBRAĆAJ	27
3.3. VAZDUŠNI SAOBRAĆAJ	28
3.4. VODNI SAOBRAĆAJ	28
4. TURISTIČKE PONUDE	29
4.1. KAPACITETI ZA SMEŠTAJ I ISHRANU	29
4.2. KOMUNALNA INFRASTRUKTURA	30
4.3.RESURSI ZA SPORT I RAKREACIJU	31
5. ULOGA TOO U OPŠTINI VRŠAC	33
5.1. POLOŽAJ VRŠCA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU	34
5.2. TURISTIČKI PROMET	35
5.3. PROMOCIONE AKTIVNOSTI	36
5.3.1 DANI MLADIH VINA - GUDURICA	37
5.3.2 REKREATIVNI RIBOLOV	38
5.3.3. BRANJE LEKOVITOG BILJA	38
6. VRŠAC INTERKULTURALNA OPŠTINA	39
7.GRAD ISTINSKIH ZADOVOLJSTAVA - POSEBNOSTI	41
8. PLANSKI OSNOV ZA ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA VRŠCA	44
9. OCENA KONKURENTNOSTI I ODRŽIVOSTI VRŠAČKE TURISTIČKE DESTINACIJA	45
9.1. OSTVARENI RAZVOJ TURISTIČKE PONUDE	45
9.2. OCENA POGODNOSTI ZA RAZVOJ TURIZMA NA RURALNOM PODRUČJU OPŠTINE	47
Urbanova dolina - vršačko vinogorje jug	49
Turistička lokacija – etno i vinske destinacije	49
9.3. OCENA KVALITETA DOSTUPNOSTI OPŠTINE	50
10. KULTURNI TURIZAM U VRŠAČKOJ	51

TURISTIČKOJ DESTINACIJI	
10.1. O KULTURNOM TURIZMU	51
Kulturni turizam	51
Kreativni turizam	53
10.2. RESURSI ZA RAZVOJ KULTURNOG TURIZMA	
U OPŠTINI VRŠAC	53
Istorijsko nasleđe opštine Vršac	55
10.3. MOGUĆNOSTI ZA RAZVOJ TURIZMA	58
11. ULOGA SAVREMENOG MENADŽMENTA U	
RAZVOJU VRŠAČKE TURISTIČKE DESTINACIJE	60
12. STRATEŠKI PRAVCI BUDUĆEG RAZVOJA	
TURIZMA	63
12.1. VRŠAC NAJBOLJA VIKEND DESTINACIJA	63
12.2. STRATEGIJE I CILJEVI	64
ZAKLJUČAK	70
LITERATURA	75

UVOD

U slučaju Vršca ovaj rad treba da služi kao dokument kojim će se otvoriti vizija, odrediti ciljevi i ukazati na osnovne sadržaje sa kojima se u razvojnom smislu realno može računati u godinama koje su pred nama.

Stoga predmet ovog rada mora biti planiranje razvoja turizma i razvoja turističke i ugostiteljske delatnosti, kao jedan od uslova ukupnog i dinamičnog razvoja grada, gde se podrazumeva integralni pristup u stvaranju uslova za turističku valorizaciju postojećih kulturnih i prirodnih vrednosti i stvorenih kapaciteta.

Osnovni zadaci u turizmu i ugostiteljstvu

Danas se ozbiljna turistička politika zasniva na principima ekonomije iskustva i sve više se usmerava na izgradnju i negovanje sopstvenih dugoročnih strateških potencijala.

Zadatak ovog rada mora biti:

- investiranje u oblasti turizma usmerenih na turističke objekte i sadržaje kao i investiranje u putnu i komunalnu infrastrukturu koje bi stvorilo uslove da atraktivni prirodni resursi i kulturno-istorijska baština dobiju turističku funkciju.
- povećanje turističkog prometa uz bolje iskorišćavanje postojećih kapaciteta i poboljšanje kvaliteta i sadržaja turističkih ponuda i usluga i organizovani nastup na prezentaciji Vršca kao atraktivne turističke destinacije.

Planiranje razvoja turizma neće postići očekivane rezultate, ukoliko se ne vodi računa o kompleksnom karakteru turizma. Turizam se neće razvijati ukoliko se planira razvoj samo jednog ili samo pojedinih elemenata turističkog kompleksa.

Kako se u oblasti turizma danas promene odvijaju ubrzano u smislu novih shvatanja putovanja, svaka destinacija može biti konkurentna ukoliko svoje atrakcije profesionalno razvije poštujući pravila i ključeve uspeha na svetskom turističkom tržištu. Naša zemlja nalazi se na istorijskoj raskrsnici na kojoj se odvijaju intenzivna prilagođavanja evropskim integracijama i gde se ispoljava konkurentnost kapaciteta institucija, preduzeća i pojedinca. Srbija je već dugo na putu definisanja onih razvojnih pravaca i privrednih sektora sa šansama za uspeh gde će samostalno i uz podršku međunarodne zajednice morati da izgradi i realizuje konkurentne strategije rasta. Turizam se u tom kontekstu pokazuje kao nezaobilazna privredna grana gde postoji neiskorišćen potencijal rasta.

Cilj ovog rada je istraživanje mogućnosti za održivi razvoj turističke destinacije na primeru Opštine Vršac.

Predmet ovog rada je sagledavanje perspektive od održivog razvoja turističke destinacije kao jedan od uslova ukupnog i dinamičnog razvoja grada, gde se podrazumeva integralni pristup u stvaranju uslova za turističku valorizaciju postojećih kulturnih i prirodnih vrednosti i stvorenih kapaciteta.

Teorijsko (hipotetičko) određenje, odnosno definisanje predmeta istraživanja odnosi se na isticanje poslovanja kao načina za postizanje boljih poslovnih rezultata, boljeg pozicioniranja destinacija pre svega na turističkoj mapi Srbije, a zatim i okruženja, (Rumunija) kao i načina da se na što bolji način izađe u susret sve zahtjevnijim gostima, a sve to tako što će se svaki objekat privesti svojoj nameni, odnosno pozicionirati za ciljnu grupu turista.

Problem istraživanja

Problem kojim se rad bavi je bogat, ali nedovoljno iskorišćen potencijal za razvoj turizma, sa akcentom da turizam može postati pokretač razvoja pojedinih regija. Obzirom da je turističko tržište danas dinamično i vrlo konkurentno, razvoj turizma moguć je jedino uz praćenje savremenih trendova potražnje uz dobro osmišljenju strategiju razvoja.

Stepen istraženosti

U mnogim zemljama turizam je prepoznat kao značajna ekonomska delatnost o kojima svedoči i niz naučno istraživačkih radova, studija, analiza. Gotovo da nema zemlje u Evropi koja nema armiju stručnjaka koji se bave istraživačkim radom iz oblasti turizma, a sve u cilju razvoja i unapređenja turističke privrede.

Turizam u Vršcu je relativno mlada oblast naročito u pogledu naučno istraživačkih radova. Neznatan je broj radova koji se bave ovom tematikom. Istraživanja koja su vršena bila su parcijalna, odnosno obuhvatala su određene regije ili razvoj određenih oblika turizma.

Opšta hipoteza:

- Turizam predstavlja razvojnu šansu destinacije i njenog okruženja. Dosadašnji razvoj ovog područja i raspoloživi turistički resursi omogućavaju održivi razvoj turističke destinacije.

Posebne hipoteze:

- Razvoj kulturnog, verskog, vinskog, sportskog i eko turizma na području opštine Vršac predstavlja optimalno rešenje za turističku valorizaciju pomenutog područja.
- Strateško upravljanje razvojem turističke destinacije je od ključne važnosti

za turističku valorizaciju područja opštine Vršac.

Pojedinačne hipoteze:

- Razvojem svake navedene grane pojedinačno, turizam na području opštine Vršac, stiče konkurentnu prednost na turističkom tržištu.
- Razvoj svake pomenute turističke grane pojedinačno na području opštine Vršac omogućava satisfakciju savremenih, visokoplatežnih turista koji traže doživljaj, a ne luksuz.
- Unapređenje turističkog proizvoda utiče na turizam uopšte na području opštine Vršac i podstiče razvoj ostalih privrednih grana i preduzetništva u turizmu.
- Razvoj turizma na području opštine Vršac omogućava ostvarivanje ekonomske dobiti domicilnog stanovništva, uz očuvanje životne sredine.
- Koncept razvoja turizma sadrži obrazovnu komponentu, čime se omogućava podizanje svesti domicilnog stanovništva o važnosti poštovanja principa održivog razvoja.
- Razvojem turizma, moguće je izvršiti ravnomerniju distribuciju turističke ponude Vršca.
- Distribucijom turističkog prometa u Vršcu, aktiviranjem svih postojećih kapaciteta i područja kroz održive vidove turizma, povećali bi se nosivi kapaciteti turističkog prostora i na taj način uticalo bi se na posećenost, područja- lokacije.
- U marketinškom smislu trebalo bi proširiti lepezu turističke ponude, fokusirane, za sada, na kulturnom, verskom, sportskom i vinskom turizmu.

Kako se u oblasti turizma danas promene odvijaju ubrzano u smislu novih shvatanja putovanja, svaka destinacija može biti konkurentna ukoliko svoje atrakcije profesionalno razvije poštujući pravila i ključeve uspeha na svetskom turističkom tržištu. Naša zemlja nalazi se na istorijskoj raskrsnici na kojoj se odvijaju intezivna prilagođavanja evropskim integracijama i gde se ispoljava konkurentnost kapaciteta institucija, preduzeća i pojedinca. Srbija je već dugo na putu definisanja onih razvojnih pravaca i privrednih sektora sa šansama za uspeh gde će samostalno i uz podršku međunarodne zajednice morati da izgradi i realizuje konkurentne strategije rasta. Turizam se u tom kontekstu pokazuje kao nezaobilazna privredna grana gde postoji neiskorišćen potencijal rasta.

Metodologija

U radu je korišćena analitičko-sintetička metoda zasnovana na saznanjima autora iz oblasti teorije turizma i menadžmenta turističke destinacije. Zastupljena je metoda, a SWOT analizom prikazane su snage i slabosti sa jedne i šanse i opasnosti sa druge strane. U toku samog istraživanja korišćeni su podaci, delovi iz raznih dokumenata Grada kao što su Profil zajednice, Republički zavod za statistiku, podaci za grad Vršac Narodne banke Srbije, Statistički godišnjak 2012., Statistički bilten Grada iz decembra 2009., Strategija razvoja turizma Vršca iz 2011., Revizija strategije razvoja Vršca 2011-2014. U radu je primenjen deduktivni metod naučno-istraživačkog rada, a literatura koja je korišćena citirana je u fusnotama kao osnova za produbljenja

istraživanja o konkretnom pitanju.

Istraživanje je bazirano na primeni opštih metodoloških načela koja se koriste u ekonomskim istraživanjima. Relativni podaci prikupljeni su i analizirani sledećim metodama:

- Komparativni metod je neizbežan metod da bi se došlo do određenih zaključaka. Nakon prikupljanja podataka utvrđene su indentičnosti, sličnosti i razlike među pojedinim pojavama.
- Statistički metod je korišćen za brojčano iznošenje podataka relevantnih za pokazivanje hipoteze.
- Istorijski metod,
- Deduktivno i induktivno izvođenje zaključaka se prožima kroz čitav rad,
- Analizirani sadržaj u zaključivanju sintetisan,
- Metoda posmatranja, a u okviru nje metoda deskripcije i sređivanja odnosno teorijske obrade empirijskih podataka.
- Uzimajući u obzir društveni cilj rada korišćenj je i kritički metod.

Turističke potencijale Vršca treba prepoznati, valorizovati i pretvoriti u konkurentske prednosti.

- Turistički potencijal Vršca bi mogao da bude iskorišćen na bolji način uz primenu savremenih saznanja dobijenih iz istraživanja i praktičnih saznanja iz ove oblasti.
- Zahvaljujući prirodnim bogatstvima i trenutnim turističkim trendovima „zdrav život“ i „vraćanje starom“ Vršac ima šansu da stekne imidž atraktivne turističke destinacije.
- Za uspešan razvoj turizma u Vršcu neophodna je implementacija strateških dokumenata donesena od strane opštine Vršac.

Struktura rada

Struktura rada se sastoji iz uvoda dva poglavlja i zaključka

U uvodnom delu se razmatra predmet, cilj, metode proučavanja, hipoteza i struktura rada.

U prvom poglavlju predstavljen je Vršac kao turistička destinacija, njegov geografski položaj, prostorne karakteristike i kulturno istorijska obeležja.

U drugom poglavlju prikazani su turistički potencijali Vršca i njihova održivost.

Na kraju rada data su zaključna razmatranja u vezi sagledavanja trenutnog stanja turizma i mera koje bi trebalo preduzeti u cilju što uspešnijeg razvoja turizma u Vršcu.

1. PRIRODNI RESURSI

1.1 GEOGRAFSKI POLOŽAJ (LOKACIJA)

Veliki broj teoretičara naglašava značaj prirodnih osobina i klime pojedinih destinacija, tj. prirodne atraktivnosti prostora kao prvog i osnovnog elementa turističke atraktivnosti koji uslovljava sve ostale elemente ponude. Iako se ne može zanemariti značaj prirodnih preduslova za donošenje odluka potencijalnih turista da deo svog slobodnog vremena koriste za preduzimanje turističkih putovanja, ne može se ni u kom slučaju govoriti o prirodi kao jedinom i isključivom faktoru turističkog razvoja nekog prostora. Svakako, one destinacije koje raspolažu bogatijim prirodnim uslovima imaju i određene komparativne prednosti. Turističke destinacije koje poseduju veću vrednost prirodnog atraktivnog faktora, uz istovetne druge uslove, objektivno mogu postići i veću cenu za svoj turistički proizvod, upravo zahvaljujući makar i minimalnoj pozitivnoj razlici u odnosu na konkurente (razlike u temperaturi, duže peščane plaže, veći broj sunčanih dana, bogatiju i neobičniju floru, duže zadržavanje snežnog pokrivača u planinskim zimskim centrima i sl). Takve prednosti dobijaju svoju vrednost kroz cenu turističkog proizvoda, odnosno kroz tzv. "dodatak na cenu", kao svojevrsnu turističku rentu koju takva područja ostvaruju na turističkom tržištu.

Sa aspekta turističke ponude o izgrađenoj atraktivnosti se može govoriti u onim slučajevima kada određene destinacije u svoju ponudu, odnosno svoj integrisani proizvod ne mogu uključiti prirodne atraktivne faktore jer ih ne poseduju ili ih ne poseduju u dovoljnoj meri. Takve destinacije svoju turističku ponudu baziraju na ugradnji drugih atraktivnih faktora (npr. društvenih, antropogenih), kojima se, takođe, mogu uspešno privući turisti da posete datu destinaciju. Poznati su brojni primeri destinacija sa izgrađenom atraktivnošću. Takav je npr. Las Vegas koji, iako hendikepiran prirodnim atraktivnostima, svoju ponudu uspešno bazira na izgrađenoj atraktivnosti, odnosno brojnim kockarnicama, objektima za zabavu i sl.¹

Grad Vršac se nalazi na 83. Kilometru međunarodnog magistralnog puta prema Rumuniji, od koje je udaljen 14 km i na 45° 7' 11'' severne širine i 21° 17' 54'' istočne dužine na nadmorskoj visini od 118 m, površine 10 km².

Opština Vršac se nalazi na jugoistočnom rubu Panonske nizije u podnožju Vrščkih planina u jugoistočnom delu Vojvodine, u Južnom Banatu, u kome svojom visinom dominiraju Vršache planine sa Guduričkim vrhom (641m), najvišim vrhom Vojvodine. Graniči se sa Rumunijom sa istočne i severoistočne strane, atarima opštine Plandište sa severozapadne, Alibunarom sa zapadne, Kovinom i Belom Crkvom sa

¹ Philip Kotler, Principles of Marketing, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1980

južne strane. Opština po veličini teritorije zauzima 4. Mesto u Vojvodini. Područje opštine zauzima 800 km² i obuhvata 24 naselja.



1.2 KLIMA

U području opštine Vršac vlada umereno kontinentalna klima sa izvesnim specifičnostima. Pripada klimatskom pojasu velikih temperaturnih oscilacija, koji karakterišu izrazito hladne zime i topla leta.

Klimatski pokazatelji

<i>Temperatura</i>	
Prosečna temperatura vazduha – januar (°C)	- 0,1° C
Prosečna temperatura vazduha – jul (°C)	25,5 ° C
Prosečna temperatura vazduha – godišnja (°C)	11,5 ° C
<i>Vlažnost vazduha</i>	
Prosečna vlažnost vazduha – godišnja (%)	73
<i>Broj sunčanih dana</i>	
Prosečan broj sunčanih dana – godišnje	86
<i>Padavine</i>	
Prosečan broj padavina – godišnje (mm)	659

1.3 PRIRODNI RESURSI

Opštinu Vršac karakteriše ravničarsko brdsko planinski predeo starih Vršackih

planina, površine 6.042 ha, od čega su 300 ha šume. Pored Guduričkog vrha, najvišeg vrha u Vojvodini sa 641 m tu su još i Lisičija glava visine 590 m, pa vršački vrh sa 520 m. Na padinama Vrščkih planina nalaze se plantaže Vrščkih vinograda 2.100ha.

U pedološkom sastavu zemljišta Opštine Vršac najviše se ističe černoziem, livadska i ratarska crnica, aluvijalna zemljišta i močvarno glejno zemljište. Područje preseca reka Karaš, kanal DTD, potoci Mesić, Keveriš i Guzijana.

Posebnu odliku gradu daje košava, snažan vetar u Jugoistočnom Banatu, koji najčešće duva u rano proleće i kasnu jesen. To je suv i slapovit vetar koji duva i do 21 dan, a brzina mu se kreće od 18 do 40 km/h dok pojedini udari mogu da dostignu i brzinu do 140 km/h. U neposrednom okruženju je prirodni rezervat Deliblatske peščare i reke Dunav i Nera.

Struktura zemljišnih površina

	<i>Opština (km²)</i>	<i>Udeo u ukupnoj površini opštine (%)</i>
Ukupna površina	800	100
Poljoprivredna površina	623.23	77.90
Obradive površine	563.11	70.39
Obrasla šumska površina	64.34	8.04

Vršački breg, obronak Karpata poznat je po blagotvornoj klimi, kao i po brojnim hranljivim i lekovitim biljnim vrstama. Zbog bogatstva ornitofaune, Vršacke planine su 2000. godine postale međunarodno značajno stanište ptica u Evropi (Important Bird Area).

Zahvaljujući svom jedinstvenom položaju u banatskoj niziji, zatim raznovrsnosti flore i vegetacije, bogatih šumskih ekosistema, lepih pejzaža i vidikovaca, veći deo šumskog područja ove planine je zaštićeno kao park prirode. Vršački breg predstavlja izletničko-rekreacionu zonu lokalnog stanovništva, a zabavu za sebe naći će i ljubitelji lova i ribolova, s obzirom da postoje delovi prirode namenjeni upravo ovim aktivnostima. Svima onima koji vole da zamene šetnju nečim dinamičnijim, na ovoj planini se pruža mogućnost paraglajdinga, kao nešto ekstremnijeg oblika uživanja u prirodnom ambijentu.

Pored okruženja, koje samo za sebe predstavlja značajan resurs, važno je naglasiti da u opštini Vršac postoje brojne mogućnosti, odnosno vrednosti, koje tek treba da ostvare svoju punu manifestaciju. Kroz područje opštine protiču reke Karaš i Moravica, kanal Dunav-Tisa-Dunav, postoje izvori termalne, mineralne vode i druge vodene površine, potoci, bare, ritovi i ribnjaci. Kad su u pitanju termalni izvori, treba navesti da su oni takvog potencijala da se uz ozbiljan pristup ovom resursu može ostvariti profitabilan banjski turizam. Izvorišta pitke vode predstavljaju važan resurs,

a izvorišta niskomineralizovane vode bitan faktor mogućeg razvoja banjskih usluga.

Vršacke planine su najstarije u Panonskoj niziji čiji je Gudurički vrh nadmorske visine od 641 m najviši u Vojvodini. Šumska površina iznosi 6.434 ha. Vazduh ovih planina je na nivou banjskog, a od 2005. godine su dobile status predela izuzetnih odlika, sa merama koje podrazumevaju tri stepena zaštite. Vršacke planine imaju puno geomorfoloških zanimljivosti i poseduju značajne vrednosti vezane za geodiverzitet, kao što mnoštvo biljnih i žitinskih vrsta obezbeđuje bogatstvo biodiverziteta. Ovome u značajnoj meri doprinose Mali i Veliki Rit, čije vode i omogućavaju život velikom broju vrsta.

Jedan deo teritorije opštine Vršac zauzima prostor Specijalnog rezervata prirode „Deliblatska peščara”, a 2006. godine, šuma kraj mlina u selu Straža, stiče status zaštićenog područja – spomenika prirode „Straža”.

Važne poljoprivredne površine (62.323 hektara), predstavljaju veliki potencijal, što važi i za razvijenost povezanih poljoprivrednih delatnosti, posebno vinogradarstva, koje ima dugu i bogatu tradiciju. Vršac i vršacka opština je kulturni, administrativni i prosvetni centar jugoistočnog Banata, što predstavlja posebno značajan resurs, pogotovo ako se zna da je kulturna istorija izuzetno bogata i obiluje značajnim figurama kulturnog razvoja ne samo Vršca već i cele zemlje. Relativno povoljnu sliku ljudskih resursa i mogućnost da se zajednica osloni na svoje kadrove, iskazuje obrazovna struktura stanovništva.

U čitavoj Panonskoj niziji vlada umereno kontinentalna klima. Ovaj tip karakterišu jasno izražena godišnja doba. Zime su umereno hladne, a leta suva i topla. Da bi se stvorila što jasnija slika o klimatskim karakteristikama, korišćeni su podaci Republičkog hidrometeorološkog zavoda Srbije o mesečnim i godišnjim visinama padavinama i prosečnim mesečnim i godišnjim temperaturama vazduha, za period 1951 – 1991. godine. Podaci su reprezentativni za ovo područje jer su mereni na stanici u Vršcu.

Na godišnjem nivou:

Pritisak	1006,9 mb
Srednja temperatura	12,1°C
Minimalna temperatura	6,9 °C
Maksimalna temperatura	17,2 °C
Količina padavina	650,1 mm
Sijanje Sunca	2112,7 sati

Podaci srednjih mesečnih temperatura vazduha kazuju: najhladniji mesec u godini je januar. Negativne vrednosti srednjih mesečnih temperatura vazduha javljaju se i u decembru i u februaru. Najtopliji mesec u godini je juli sa vrednošću srednje

temperature vazduha od 21,3oC. Najnestabilnije temperaturne prilike ima februar, dok je u tom pogledu najstabilniji jun. Srednja godišnja temperatura vazduha ovog područja iznosi 11,4oC, što odgovara proleću.

Srednje vrednosti temperatura vazduha godišnjih doba su sledeće:

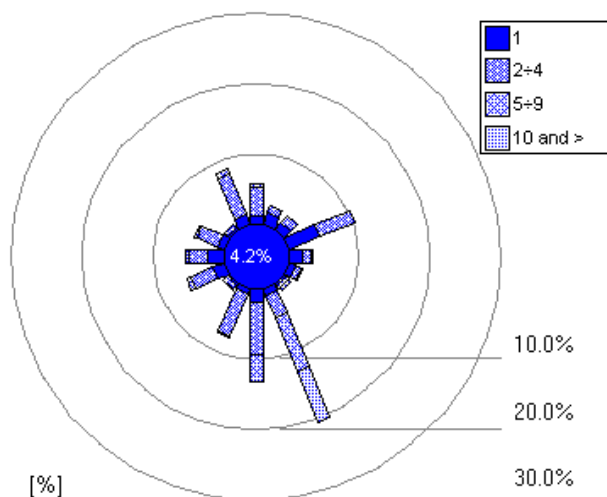
proleće	11,4 °C
leto	20,7 °C
jesen	12,2 °C
zima	1,4 °C

Količina padavina i trajanje sijanja Sunca su kumulativne veličine i mere se u milimetrima, odnosno u satima, respektivno. Padavine u ovom području nose obeležje srednjoevropskog, podunavskog režima raspodele padavina. U godišnjoj raspodeli ističu se dva vlažna i dva sušna perioda. Primarni maksimum javlja se krajem proleća i početkom leta, sa najkišovitijim mesecom junom kada je prosečna visina padavina 88 milimetara. Sekundarni maksimum vezan je za kraj jeseni i početak zime, sa najviše padavina u decembru, kada je prosečna visina padavina 53 milimetra. Sušni periodi vezani su za početak proleća i sredinu jeseni. Najmanja količina padavina izluči se tokom marta (37,8 mm) i tokom oktobra (40,7 mm). Srednja godišnja visina padavina iznosi 658 mm. Međutim, na ovom području nisu iznenađenja ekstremno vlažne kao ni ekstremno sušne godine. Tako je npr. 1955. godine suma padavina iznosila 893 mm, a 1962. godine, samo 420mm.

Podaci o radioaktivnom zračenju sa kojima raspolažemo za stanicu Vršac je količina apsorbovane doze γ (gama) zračenja u vazduhu i u padavinama. Prosečna godišnja vrednost γ zračenja u vazduhu se kretala u opsegu od, maksimalnih 0.18 $\mu\text{Gy/h}$ do minimalnih 0.08 $\mu\text{Gy/h}$. Prosečna godišnja vrednost γ zračenja u padavinama se kretala od maksimalnih 0.14 $\mu\text{Gy/h}$ do minimalnih 0.09 $\mu\text{Gy/h}$. Maksimalna dozvoljena količina zračenja je 0.45 $\mu\text{Gy/h}$.

Sledeće tabele sadrže raspodelu vetra u 16 osnovnih pravaca izražene u procentima od ukupne pojave vetra koje su podeljene po sledećim intervalima: tišina (brzina vetra je jednaka nuli), 1 m/s, 2-4 m/s, 5 -9 m/s i 10 m/s koja sadrži i pojavu svih vetrova brzine preko 10 m/s. Pravac vetra je onaj iz kojeg vetar duva, npr. južni vetar je onaj koji duva sa juga. Kvadrant podrazumeva 90 o odnosno četvrtinu kruga.

m/sec	N	NNE	NE	ENE	E	ESE	SE	SSE	S	SSW	SW	WSW	W	WNW	NW	NNW	tišina
1	1.1	1.7	1.2	4.7	1.8	1.1	0.1	0.9	1.8	0.8	0.3	1.7	2.4	0.9	0.3	1.4	
2÷4	4.1	1.1	1.5	5.3	1.4	0.8	0.4	3.5	7.6	6.5	0.8	3.5	2.6	3.3	0.7	6.4	
5÷9	0.5	0	0	0	0.2	0.1	0.5	8.5	3.9	0.2	0.1	0.5	0.5	0.4	0	0.6	
10and >	0	0	0	0	0	0.1	0.5	7.7	0	0	0	0	0.1	0	0	0	
Ukupno	5.7	2.8	2.6	10	3.4	2.1	1.5	20.5	13.3	7.5	1.2	5.7	5.6	4.6	1	8.4	4.2

**Ruža vetra**

Iz ove slike ruže vetra kao i iz tabele se vidi da u Vršcu najčešće duva vetar iz južnog kvadranta dok je daleko najzastupljeniji jugoistočni vetar zvani košava. Vetrovi sa najvećim brzinama preko 10 m/s, duvaju sa jugoistoka.

1.4. PRIRODNE VREDNOSTI U OPŠTINI VRŠAC

Pored beskrajne pitome ravnice grad je obeležen Vršačkim bregom, prirodnim rezervatom i pravim draguljem Srbije i ovog dela Evrope. Mnoštvo retkih biljnih i životinjskih vrsta, kao i vazduh koji ovaj kraj svrstava u vazdušne banje, takođe su elementi vršačke privlačnosti.²

1. Mapa vrednosti:

- Vazduh, voda i zemljište
- Vršački gradski park
- Zelenilo u gradu
- Vinogradi
- Zaštićena prirodna dobra (Vršačke planine, Deliblatska peščara, Vlajkovački park, Spomenik prirode „Straža“)

2. Opis vrednosti:

Vazduh, voda, zemljište – zbog specifičnog položaja, košave koja često duva i izostanka velikih zagađivača, vazduh u Vršcu, po mišljenju njegovih stanovnika, čistiji je nego u drugim sredinama. Pritisci postoje, pre svega u povećanju broja automobila, što su nedavna merenja kvaliteta vazduha i potvrdila. Međutim, zbog ruže vetrova, česta su „provetravanja”, pa je još u doba Austro-Ugarske Vršac važio za područje sa kvalitetnim vazduhom. To je i podstaklo osnivanje društva Riklijaner 1880-tih godina, koji su propagirali lečenje vazduhom i suncem, a kasnije je, 1930-

² Srbija-specijalno izdanje – 2013.

tih, podignut i Dom Crvenog krsta, za decu sa bolestima pluća. Vode u opštini Vršac nisu obilne. Kroz Vršac protiče potok Mesić i Jovanov potok. Preko potoka Mesić prelazi 14 mostova. Kroz Vršac dužina potoka je 7 km, širina je oko 3 metra a dubina ne prelazi pola metra. Od ribljih vrsta zastupljen je najviše klen i potočna mrena – krkuš. Do početka 1980-tih godina bio je pretnja za stanovnike u periodu obilnijih padavina i često se izlivao. Zbog toga je sagrađena brana sa ustavom pre ulaska potoka u Vršac. Time je problem izlivanja bio rešen. Jedan od većih problema vezanih za potok Mesić u samom Vršcu je izlivanje kanalizacije iz kuća pored potoka i bacanje otpada. Jovanov potok je zacevljen i popločan, tako da se može videti samo na pojedinim otvorima. Na Vršačkim planinama izvire veći broj manjih potoka među kojima su Markovački potok i Fizeš. Jedina reka u opštini Vršac je Karaš. Teritorija opštine Vršac u delu obradivih površina i ritskog zemljišta isprepletana je kanalima među kojima je najveći kanal Dunav – Tisa – Dunav. Blizu kanala postoji nekoliko ribnjaka za komercijalno gajenje ribe i za sportske ribolovce. Opština je bogata podzemnim vodama i arterskim bunarima. Najznačajniji su arterski bunari na području sela Pavliš, koji napajaju gradski vodovod. Kvalitet vode je značajno veći nego u drugim delovima Banata. Na periferiji Vršca nalazi se veštačko jezero sa uređenim obalama, dužine 150, a širine oko 100 metara. U jezero se iz arteskog bunara stalno uliva voda, sa manjim sadržajem sumpora i minerala. Leti je veoma posećeno kupalište. Treba spomenuti i Mali Rit koji je pre oko 200 godina bio veća vodena površina. Prokopavanjem kanala voda je odvedena. Zemljište je pretežno visokoplodni černo zem i ritska crnica, uz reke su aluvijalna zemljišta. U Deliblatskoj peščari raširena su smeđa euterična zemljišta na pesku (arenosol odnosno živi pesak). Na Vršačkim planinama zastupljena su euterična smeđa zemljišta (gajnjače), lesivirana (isprana) zemljišta i kisela (distrična) smeđa zemljišta.

Gradski park i zelenilo u gradu – jedan je od najstarijih u Srbiji i postoji više od 200 godina. Danas se prostire na 7 hektara, gde dominira mešoviti stil, sa starom fontanom iz 1893. godine, podijumom, vodotornjem i oko 1000 stabala sa više od 20 vrsta drveća. Od 1973. godine je u statusu zaštićenog prirodnog dobra. Brojni drvoredi i parkovi podignuti krajem 19. veka, kao svojevrsni kulturni spomenik, do nedavno su krasili Vršac i zbog kojih je prijatno živeti i boraviti u Vršcu. Treba izdvojiti Ruski park i park na Gradskom trgu.

Vršački vinogradi – Gajenje vinove loze i proizvodnja vina u Vršcu i okolini datira još iz rimskog perioda. Prvi pisani dokument iz 1494. godine govori o kupovini bureta vršačkog vina za



ugarskog kralja Ladislava. U 19. veku, Vršačko vinogorje je bilo najveće vinogorje u Ugarskoj i prostiralo se na 10.000 ha, a 1875. godine zabeležena je rekordna berba grožđa od čak milion akova vina (1 akov = 56 litara), čime se Vršac nametnuo kao proizvođač koji je diktirao svetske trendove u vinarstvu, ali i cene vina. Bogatu tradiciju gajenja loze u ovim krajevima dokazuje i činjenica da je čokot sastavni deo grba grada Vršca, usvojen još davne 1804. godine. U ljubavi i posvećenosti prema ovom božanskom napitku naročito prednjači selo Gudurica. Nadaleko poznata po raznovrsnosti nacije koje su se bavile proizvodnjom vina, 1832. Gudurica dobija trgovački pečat koji je omogućio izvoz vina. Krajem 18. veka Guduricu naseljavaju porodice iz Alzasa, Rajnske oblasti, Mozela i Lotarginije, poznatih po proizvodnji vina. Očuvanju tradicije gajenja vinove loze, ali i modernizaciji proizvodnje vina, naročito su doprinele porodice Tec i Ber. Tec je ostao upamćen po izgradnji prvog podruma, današnjeg Podruma prijateljstva, dok je Robert Ber izgradio dva podruma koja su po arhitektonskom rešenju i konstrukciji bili daleko napredniji. Danas se zasadi prostiru na 2000 ha od čega je 1700 ha u vlasništvu kompanije Vršački vinogradi.

Zaštićena prirodna dobra – Vršačke planine se uzdižu od Panonske ravnice u jugozapadnom delu Banata. Pružaju se u pravcu istok-zapad, u dužini od 19 kilometara, sa najvećom širinom od 8 kilometara. Površina im je 170 kvadratnih kilometara, od čega je u Srbiji 122, a u Rumuniji 48. Gudurički vrh, sa 641 m nadmorske visine, najviša je tačka ovih planina i cele Vojvodine. Od ostalih vrhova poznati su Lisičija glava (590 metara), Đakov vrh (449m) i Vršačka kula (399m). Severna padina je strma, dok se južna postepeno spušta u pobrđe, gde se nalaze vršački vinogradi. Vršačke planine spadaju, zajedno s Fruškom gorom, u ostrvske planine. Čine najseverniji izdanak srpsko-makedonske planinske mase, iako se u starijoj literaturi može pronaći pogrešan podatak o njihovoj pripadnosti Karpatima. Vršački breg je glavna turističko i izletničko odredište u neposrednoj blizini grada Vršca. Na prvom vrhu, odmah do Vršca, dominira stara Crkvice, jedna od najstarijih građevina u Banatu, podignuta 1720. godine, a u neposrednoj blizini nalazi se nova crkva Svetog Teodora Velikomučenika, podignuta u čast gradskog sveca. Na drugom vrhu nalazi se simbol grada — Vršačka kula. Sa južne strane planina nalazi se selo Mesić sa manastirom čije prvo postojanje datira iz 1225. godine i fabrikom za flaširanje zdrave izvorske vode. Sa severne strane nalazi se manastir u selu Malo Središte. Zbog jedinstvenog položaja Vršačkih planina, raznovrsnosti flore i vegetacije, bogatih šumskih ekosistema, lepih pejzaža, veći deo šumskog područja ove planine u Srbiji, površine 4.177 hektara, zaštićen je 1982. godine kao Park prirode. U periodu 2001 - 2005, urađena je studija o reviziji zaštite. U decembru 2005. godine, Skupština opštine Vršac donela je odluku o zaštiti predela izuzetnih odlika Vršačke planine na 4.408 hektara, od čega je u prvom stepenu zaštite 190 hektara. Staralac je JP "Varoš" iz Vršca. Na području prirodnog dobra registrovano je 1017 vrsta viših biljaka, od kojih se 7 nalazi u Crvenoj knjizi flore Srbije, kao ugrožene vrste.

Spomenik prirode „Straža“ nalazi se u opštini Vršac, u blizini regionalnog puta Vršac – Bela Crkva, na 17 kilometara južno od Vršca, u ataru sela Straža. Zbog svojih prirodnih vrednosti, ovaj predeo je prvi put stavljen pod zaštitu 1973. godine odlukom Skupštine opštine Vršac, da bi na sednici od 9. novembra 2006. godine, donela Odluku kojom se ovo područje proglašava za spomenik prirode. Staralac je JP „Varoš“ iz Vršca. Osnovnu vrednost predstavlja očuvana šuma hrasta lužnjaka, poljskog jasena i graba okružena ostacima dolinskih livada i stepskih pašnjaka. Šuma je do sada očuvala osobenost izvornih prirodnih nizijskih šuma koje su nekada dominirale u ovom delu poloja reke Karaš. Na desnoj obali reke Karaš podignut je mlinski kompleks, čiji najstariji sačuvani objekti datiraju s kraja 19. veka. Postojeći objekti su najvećim delom izgrađeni nakon 1925. godine što, sa mlinom u Kikindi iz 1860. godine, svrstava ovu celinu u najstarije aktivne spomenike kulture industrijskog karaktera na teritoriji Vojvodine. Na izlazu sela Straža, sa obe strane puta nalaze se stepski pašnjaci, na kojima živi tekunica (*Citellus citellus*).

Park u Vlajkovcu je podignut 1859. godine. Vremenom je izgubio svoj prvobitni sjaj, ali u poslednjih nekoliko godina, staralac Restoran „Jezero“ čini velike napore da se ova zelena površina na 10 kilometara od Vršca dovede u pređašnje stanje. Zaštita je proglašena prvi put 1973. godine, a revizija je usvojena 2007. godine na površini od 4,5 hektara.

2. KULTURNI RESURSI

2.1. KULTURNA BAŠTINA

Gradski muzej

Prva izložba za javnost otvorena je 1896. godine u zgradi Konkordije. Muzej danas ima bogate riznice arheološkog, umetničkog i prirodnjačkog odeljenja. Zgrada Konkordije je kompletno renovirana, što omogućava da bude izloženo oko 300.000 eksponata iz vrlo retkih i vrednih zbirki. U rekonstrukciju je uloženo oko milijardu dinara, a projekat je finansiran u sklopu IPA programa prekogranične saradnje iz oblasti istorije zdravstva, spomen zbirka „Paje Jovanovića“.



Gradski muzej Vršac- grb

Stara gradska apoteka

Potiče iz druge polovine XVIII veka i u njoj je 1784. godine otvorena prva vršačka apoteka „Kod spasitelja“. U njoj je izložena zbirka predmeta.



Regionalni centar kulturne baštine Banata, poznatiji pod nazivom **Konkordija**. To vršačko zdanje sagrađeno je 1847.godine i već ima podugački radni staž. Ovo klasicističko zdanje sa centralnim traktom naglašenim korintskim stubovima

prvenstveno je bio hotel istog imena. Objekat je menjao svoje funkcije, od hotela i restorana, 1852.godine vršački Magistrat napravio je nižu gimnaziju. Od tada pa sve do 1987.služila je za potrebe obrazovanja. Prva izložba za javnost otvorena je daleke 1896. godine u zgradi "Konkordije", a samo dve godine ranije počelo se sa sakupljanjem materijala. Muzej i danas ima bogate riznice Arheološkog Umetničkog i Prirodnjačkog odeljenja. Gradski muzej može da se pohvali i odvojenim spomen zbirkama "Sećanje na Paju Jovanovića", "Muzej zdravstvene kulture", smeštenim u staroj "Apoteci na stepenicama.



Iako su s vremena na vreme rađene manje investicije, došao je pravi trenutak za njegovu potpunu rekonstrukciju i renoviranje, što se upravo i desilo uz pomoć IPA programa prekogranične saradnje Rumunije i Republike Srbije.



Projekat „Regionalni centar za baštinu Banata- Konkordija“

Projekat je finansirala EU, preko programa IPA – odnosno Instrumenta za pretpripristupnu pomoć. Izdvojeno je skoro 850.000 eura, dok je opština Vršac, kao glavni nosilac projekta, učestvovala sa skoro 150.000 eura. Bespovratna pomoć IPA programa namenjena je državama kandidatima ili potencijalnim kandidatima za članstvo u EU.

Projekat „Regionalni centar za kulturnu baštinu Banata- Konkordija“, je projekat prekogranične saradnje između države Rumunije i Srbije. Vreme realizacije je bio 20 meseci, a završetak je bio predviđen za jul 2012. godine.

Projektom se predviđala rekonstrukcija zgrade „Konkordija“, kao i izvođenje niz aktivnosti, koje će dovesti do formiranja budućeg Regionalnog centra za banatsku baštinu.

Objekat „Konkordija“ sagrađen je 1847.godine po projektu arhitekta Franca Brandajsa. Zgrada je -ponovo po projektu Franca Brandajsa, izmenjena i proširena 1884.godine i tad je konačno dobila izgled koji ima i danas: jednospratni objekat javne namene u stilu monumentalnog klasicizma. Zajednička istorija Muzeja i zgrade „Konkordija“ počinje 1894.godine, kada je Muzej dobio na korišćenje dve prostorije u ovoj zgradi. Prva izložba Muzeja bila je otvorena 1896.godine upravo u „Konkordiji“.

Po projektu zgrada bi trebalo, posle rekonstrukcije i adaptacije, odgovarati svim važećim muziološkim standardima i trebalo bi da omogući savremen i interaktivan pristup realizaciji programa i aktivnosti Muzeja i Regionalnog centra za kulturnu baštinu Banata, što je i učinila.

Kao što i samo ime govori, Centar bavi se proučavanjem, zaštitom, promovisanjem i predstavljanjem kulturne baštine geografskog regiona Banata. Centar je sastavni deo Gradskog muzeja Vršac, ali će imati međunarodni karakter, jer će se kroz njegov rad razvijati partnerski odnos pre svega, rumunskih i srpskih stručnjaka, a potom i svih ostalih pojedinaca i institucija koje se bave istraživanjima područja Banata ili zaštitom i promovisanjem nasleđa.

Centar će tako biti koordinator između svih učesnika, Centar će biti i promoter konstantnog usavršavanja i razmene ideja i informacija, promoter i središnji informativni centar o kulturnom nasleđu Banata.

Područje Banata, srpskog i rumunskog, od najranijih perioda praistorije neraskidivo je povezan kulturnim vezama, zahvaljujući istorijskom trenutku, na tom području postoje dve države i više nacionalnih/etičkih grupacija, određene sličnosti koje se ogledaju u ispoljavanju tradicije, a vrlo jasno se izražavaju kroz etnološka istraživanja, nedvosmisleno ukazuju na konstantno preplitanje istorijskog nasleđa.

Otuda i dugogodišnja potreba stručnjaka srpskog i rumunskog Banata, da se uspostavi i bliska saradnja po svim pitanjima istraživanja i zaštite kulturne baštine. Iz te potrebe izrodila se i ideja o formiranju jednog regionalnog centra.

Prioriteti:

- Prioritetni cilj Regionalnog centra za kulturnu baštinu Banata, bio bi uspostavljanje prekogranične saradnje među svim institucijama kulture i nauke, kako bi se izgradnjom strateškog plana stvorili najbolji uslovi za očuvanje, prezentaciju i interpretaciju kulturnog nasleđa tog regiona.
- Prezentacija baštine s ciljem da se podigne svest kod stanovništva regiona o značaju kulturnog nasleđa.
- Stvaranje uslova za konstantno usavršavanje postojećih i edukovanje novih kadrova.

Ne postoji nikakva informacija da negde u Evropi postoji institucija, koja bi

obuhvatila pograničnu zonu dve ili više zemalja i koja bi se bavila pitanjima zaštite kulturne baštine. Objektivnim informisanjem, prezentacijom i interpretacijom kulturne baštine, podiže se svest stanovništva prekograničnog regiona, a njihovim uključivanjem u projekte očuvanja, stvara se nemerljiva snaga koja može da izvrši velike uticaje na sve relevantne strukture savremenih sistema i učini daleko više nego izolovane zajednice u svakoj pojedinačnoj državi tog, potencijalnog regiona.

U vreme kada postaje sve jasnije, da ni jedna institucija kulture ne može više da opstane samostalno, kao i da je za očuvanje, proučavanje i prezentaciju baštine neophodno izdvojiti ogromna sredstva, formiranje Regionalnog centra za kulturnu baštinu Banata predstavlja početni korak i primer za osnivanje takvih centara širom Evrope. Ujedinjavanjem aktivnosti, podataka, znanja i ideja stručnjaka niza manjih institucija, omogućilo bi se sprovođenje u delo mnogo većeg broja značajnih i sveobuhvatnijih projekata. Treba uvek i iznova isticati, da samo poznavanjem, razumevanjem, čuvanjem i poštovanjem naše baštine, možemo da ostvarimo kvalitetan suživot, na dobrobit svih građana banatskog regiona. Prošlost nam je zajednička i dužni smo da je na najbolji način prenosimo budućim pokoljenjima.

Formiranjem Regionalnog centra istovremeno se predstavlja ideja Evrope: ujedinjenje resursa uz isticanje jedinstvenosti regiona, naroda i etničkih grupacija.

Prednosti Regionalnog centra kulturne baštine Banata:

1. Prvi centar kulturne baštine u Evropi, koji je nastao uz pomoć prekogranične saradnje
2. Muzej se prostire preko 2 300 kvadratnih metara
3. Predstavlja najsavremeniji i tehnički opremljen muzej
4. Mogućnost bolje vizualizacije istorijskih događaja i kontakta sa vremenom koje određena postavka prikazuje
5. Viši nivo edukacije učenika osnovnih i srednjih škola
6. Objekat se nalazi u bližem centru grada
7. Mogućnost velikog broja postavki i izložbi zbog saradnje sa Rumunijom

Na osnovu prikazanih podataka, strategije, programa, kao i samog projekta za zgradu Konkordije, možemo lako uvideti da svi naponi koji su uloženi idu ka svom cilju da postanu jedna od najposećanijih institucija. Da bi se planovi realizovali i Muzej ispunio svoj plan rada, a Turistička organizacija zaista stavila u funkciju ovaj objekat, čiji je značaj prepoznala EU, neophodno je da se broj stručnih ljudi poveća. Na taj način bi se omogućilo da Muzej u potpunosti opravda sva očekivanja i odgovori na sve zahteve koje ima i koji će tek doći. S hodno tome ovaj elaborat prikazuje suštinu same zgrade, ali i prikazuje neophodnost za povećanjem ljudskih resursa, kako bi na što bolji način očuvao i ostvario visoko zadate ciljeve i standarde, ipak nije lako biti jedini u Evropi, a još teže je očuvati kulturnu baštinu bez odgovarajućeg broja stručnjaka.

Narodno pozorište „Sterija“

Đaci vršačke narodne škole pod upravom magistra Krekića izveli su septembra 1792. godine tri komedije, ovaj datum se smatra za zvaničan početak pozorišnog života kod Srba. Tokom XIX veka u Vršcu gostuju nemačka pozorišta iz Temišvara, Beča, Budimpešte, Arada. Prava pozorišna dvorana podignuta je sredstvima braće Aleksandrović 1896.godine i u njoj i danas radi NP „Sterija“.

**Biblioteka**

Kao gradsku javnu i školsku biblioteku osnovao je Feliks Mileker 1887.godine. Vršačka gradska biblioteka je jedna od najstarijih u zemlji. Fond knjiga je oko 200.000.

**KOV**

Izdavačka kuća i organizacija stvaralaca knjiga, pisaca i grafičkih umetnika s jedne strane i korisnika knjiga, građana, školske i studentske omladine, s druge strane. KOV je osnovao poznati vršački pesnik Vasko Popa, za evropsku i svetsku reputaciju književne opštine najzaslužniji je dugogodišnji urednik književnik Petru Krdu (1952 – 2011).

Kulturni Centar

Kulturni centar Vršac je osnovan u cilju ispitivanja kulturnog tržišta južnobanatske regije na kome počiva i formira se kulturna ponuda. Kulturni centar se bavi bazičnim kulturnim potrebama konzumenata kulture na teritoriji opštine Vršac i značajna je institucija kulture koja razvija široku lepezu umetničkog stvaralaštva pojedinaca/grupa, kao i prezentaciju njihovog rada javnosti.

Vršačka kula

Vršačka kula je simbol grada i okoline. Najverovatnije ju je saziđao Đurađ Branković 1439. godine. Nalazi se na brdu visine 399 m na Vršačkom bregu, iznad grada. Najočuvanija je Donžon kula. U toku je kompletna rekonstrukcija zdanja, čiji je cilj da se utvrđenju vrati prvobitan izgled i daju novi sadržaji.



Gradski park

Gradski park u Vršcu je jedan od najstarijih parkova u Srbiji. Proglašen je za



spomenik prirode 2000.godine, jer pripada kategoriji prirodnih dobara od velikog značaja. Zauzima prostor od skoro šest hektara i projektovan je u mešovitom stilu u kojem se mešaju uticaji francuskog načina projektovanja rondela i cvećnjaka sa engleskim slobodnim rasporedom drveća, travnjaka i žbunja.

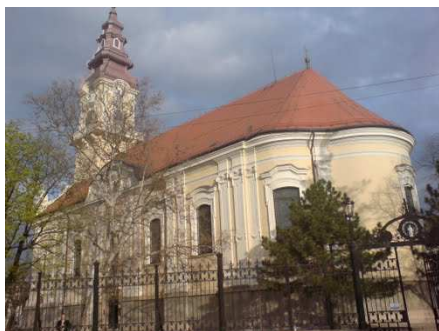
2.2. CRKVE I HRAMOV I

Dvor Eparhije banatske

Sagrađen je u XVIII veku, u vreme vladavine vladike Jovana Georgijevića. Projekat je rađen u stilu baroka. U okviru zgrade nalazi se kapela Sv. Arhanđela Mihajla i Gavrila čiji je ikonostas radio Nikola Nešković. U kapeli se nalazi i čudotvorna ikona Velikopresvete Bogorodice zvana vinčanska bezdinska.



Saborna crkva



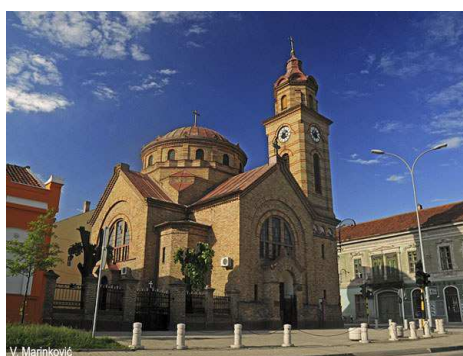
Najstariji pravoslavni hram u Vršcu, sazidan 1728.godine u vreme vladavine vladike Nikole Dimitrijevića. Hram su ukrasili naši poznati slikari i umetnici. Ikonostas je slikao Pavel Đurković, Aksentije Marković je obavio drvorezbarske radove oko Bogorodičinog prestola predikaonicu i pevnicu. Zidne slike i svod slikali su Simeon Jakšić i Mihajlo Popović. Nikola Nešković je tvorac celivajućih ikona.

Rimokatolička crkva

Velelepni rimokatolički hram, posvećen Sv. Gerhardu, sagrađen je 1863, na temeljima manje rimokatoličke crkve, koja je opet bila preuređena pravoslavna bogomolja. Istorijska kazivanja idu dalje, navodno na tom mestu je bila i džamija sazidana na temeljima srpske crkve. Crkva je sagrađena u stilu neogotičke arhitekture i jedna je od najlepših i najvećih katoličkih katedrala na ovim prostorima.



Rumunska pravoslavna crkva



Zalaganjem prote Trajana Opree i direktora rumunske banke dr. Petra Cepenjaga, kao i finansiranjem radova od strane osamdeset ktitora, 1913, podignut je hram Rumunske pravoslavne crkve, posvećene Uspenju Gospodnjem.

Manastir Mesić

Najverovatnije ga je sagradio neko iz porodice Branković u XV veku. Na ktitorskom mestu u manastriskoj crkvi je freska sa portretom despota Jovana Brankovića. Crkva je sagrađena u tradicionalnom raškom stilu kao jednobrodna građevina sa kupolom i pravougaonim pevnicama uz uticaje moravskog stila gradnje. U XVIII veku manastir dobija reprezentativan izgled kakav ima i danas.



2.3 .KULTURNE MANIFESTACIJE

Dani berbe grožđa – Grožđebal

Najstarija manifestacija ove vrste u našoj zemlji, održava se trećeg vikenda u septembru mesecu. Tih dana su na programu raznolika kulturna, komercijalna i sportska dešavanja kao i razne izložbe grožđa i vina.

Iz Vršca stiže glas...



Vinofest

Održava se od 2005. godine, dva dana vikenda sredinom marta meseca. Pored redovnih izlagača iz Srbije, sve je više zainteresovanih izlagača iz regiona, tako da ova manifestacije postaje međunarodna. Pored komercijalnog, festival je i takmičarskog karaktera, vinari, i oni koji ne izlažu na festivalu, mogu doneti svoja vina na ocenjivanje i osvoje neku od nagrada.



Praznične đakonije

Održava se od 2010. godine, krajem godine. Đakonije su izložba praznične trpeze, domaće radinosti, suvenira i raznih đakonije u vreme praznika, Božića i Nove godine. Izložba je prodajnog karaktera gde posetioци mogu kupiti i degustirati gastronomske specijalitete.

Međunarodni festival folklora „Vršacki venac“

Osnovan 1993.godine sa namerom da poput poznatih svetskih festivala sačuva i vrednuje ono što je najvrednije u bogatom fondu narodnih pesama i igara. Na festivalu su učestvovali ansambli sa skoro svih kontinenata sveta.



Festival „Vršačka Pozorišna jesen“

Tradicionalna pozorišna manifestacija u čast velikog pisca Jovana Sterije Popovića, smotra je najboljih pozorišnih dostignuća u toku jedne godine, zasnovanih na žanru komedije i delima ovog pisca.

Džeztronik festival

Održava se svake godine vikendom krajem maja meseca. Festival džez i bluz muzike koji okuplja ljubitelje improvizovane muzike, iz godine u godinu okuplja sve više učesnika.



Vršac je grad bogate kulturne baštine o kojoj istorija sama za sebe govori, brojnim posetiocima pruža mnoštvo zanimljivih sadržaja i pokazuje svoje lepo lice. Vršac, kao grad sa velikim turističkim potencijalom svake godine privuče veliki broj domaćih i stranih turista, kojima Vršac ostane lepa uspomene. Posebno preporučujemo sledeće znamenitosti: Srpska pravoslavna crkva Svetog Nikole (Saborna crkva), Rimokatolička crkva Svetog Gerharda, Vladičanski dvor, Sterijina kuća, Apoteka na stepenicama, Regionalni centar kulturne baštine-Konkordija, Sportski centar Milenijum, Gradski park, Rumunska Pravoslavna crkva, Hram Uspenja Presvete Bogorodice, Crkva Svetog Teodora Vršačkog, Kapela Svetog Križa i Manastir Mesić, to su sve mesta na koje se turisti ponovo vraćaju.

Sledeća tabela najbolje opisuje posećenost grada, kao i svake institucije ponaosob.

Broj poseta po objektima i mesecima za 2012.godinu

	Градски музеј Вршац	Регионални центар за културну баштину- Конкордија	Апотека на степеницама	Римокатоличка црква Светог Герхарда	Спортски центар Миленијум	Владичански двор	Стеријина кућа	Укупно
Јануар	144	/	157	104	/	/	/	405
Фебруар	/	/	28	16	/	/	/	44
Март	231	/	300	130	/	50	/	711
Април	1496	/	617	391	800	100	/	3404
Мај	3614	/	3018	1411	1700	450	400	10593
Јун	706	/	1300	572	300	100	50	3028
Јул	247	/	236	80	/	20	20	603
Август	141	/	133	114	/	200	60	648
Септембар	604	/	1393	437	/	300	70	2804
Октобар	851	/	1862	861	250	300	98	4222
Новембар	/	1204	199	226	80	30	60	1799
Децембар	/	698	141	20	/	40	30	929
УКУПНО	8034	1902	9384	4362	3130	1590	788	29190

3. SAOBRAĆAJNA POVEZANOST

Naglašenu ulogu u preobražaju prostora pod uticajem turizma imaju saobraćajni, smeštajni i drugi kapaciteti turističke ponude, kao i dinamična komponenta turističke fizionomije prostora. Poslednjih godina se sve više naglašavaju negativne posledice razvoja turizma u nekom prostoru, odnosno raznovrsno uništavanje (devastacija) i zagađivanje. Do takvih negativnih promena dolazi kako kao posledica ponašanja samih turista, tako i u velikoj meri "profiteriskog" ponašanja nosilaca turističke ponude (turistička izgradnja, uništavanje flore i faune, socio-kulturno zagađivanje itd.). Svakako da je odnos emitivnih i receptivnih zemalja različit prema zagađivanju i očuvanju prostora. U tom odnosu, nosioci turističke ponude treba da nađu ravnotežu između sopstvenih mogućnosti i želja da kreiraju svoju ponudu na datom prostoru i mere u kojoj će dati prostor sačuvati svoju atraktivnost. Problem zaštite resursa u pojedinim zemljama se rešava čak i na način zaustavljanja daljeg razvoja turizma, što je sasvim razumljivo, posebno u onim destinacijama (kao, što je to npr. Azurna obala, Bahami i Barbados), gde su turistički resursi fizički ograničeni.

Pristupačnost kao faktor je značajna kako pri opredeljivanju turista da posete određenu destinaciju, tako i sa stanovišta nosilaca turističke ponude koji pri kreiranju svog turističkog proizvoda moraju itekako voditi računa o svim implikacijama ovog faktora. Mislimo na vremensku, ali i ekonomsku distancu datog područja. Uslovljenost ponude ovim faktorom turističke destinacije proizlazi pre svega, iz uvažavanja cenovne elastičnosti tražnje. Ovde imamo u vidu da troškovi transporta spadaju u grupu osnovnih turističkih izdataka i da je turistička tražnja izuzetno osetljiva na njihovu promenu. Troškovi transporta sa stanovišta turističkog proizvoda ulaze u fiksne troškove. Zbog inače visokih cena transporta, ovaj uticaj je još naglašeniji. Veća udaljenost između receptivnih i emitivnih turističkih područja uslovljava i veću zavisnost cene turističkog proizvoda od cene transporta, odnosno od vrste transporta kojom se savladava udaljenost (tzv. konkurentska elastičnost cena između pojedinih vidova prevoza ovde dolazi do punog izražaja). Geografska, odnosno fizička i vremenska distanca, pretvara se u finansijski aspekt odluke turista za jedan ili drugi vid prevoza i čine sadržinu tzv. "ekonomske distance". Kod opredeljivanja za preduzimanje turističkih putovanja odluka turista je sa stanovišta pristupačnosti datoj destinaciji uplivisana brojnim činiocima. Radi se o informacijama koje turista stiže kroz formalno obrazovanje, kontakte sa prijateljima i rođacima, ili putem masovnih medija komunikacija ili svog neposrednog iskustva na putovanjima. Uvažavanje ovih, kao i drugih faktora koji utiču na odnose u vezi izbora neke turističke destinacije (političke barijere, jezičke, etičke razlike, "kulturalna distanca" i sl), trebalo bi da bude jedna od osnova pri formiranju turističke ponude, kako na mikro tako i na makro nivou."³

³ Dr S. Unković, *Ekonomika turizma, Savremena administracija*, Beograd, 1992

3.1. DRUMSKI SAOBRAĆAJ

Stanje na celokupnoj putnoj mreži se može oceniti kao zadovoljavajuće. Slika putne mreže se naročito poboljšala poslednjih nekoliko godina kada su obnovljene brojne saobraćajnice u gradu, putevi i ulice u naseljenim mestima, kao i magistralni i regionalni putevi. Obnovljen je put Vršac – Beograd i time u mnogome ubrzan i olakšan put do glavnog grada.

Dužina puteva

	(km)
Dužina puteva – ukupno	173
Savremeni kolovoz	169
Magistralni	61
Regionalni	18
Lokalni	94

Izvor: RZS

3.2. ŽELEZNIČKI SAOBRAĆAJ

Na teritoriji opštine Vršac postoje četiri železnička pravac: prema Beogradu, Zrenjaninu, Beloj Crkvi i prema susednoj Rumuniji što predstavlja značajan potencijal opštine kako za prevoz putnika i robe, tako i za tranzit istih. Teretni saobraćaj obavlja se na svim putnim pravcima, a najintenzivniji je na putnom pravcu Beograd – Rumunija, a železnička granična stanica Vršac smatra se jednom od značajnijih graničnih stanica u zemlji.



3.3. VAZDUŠNI SAOBRAĆAJ

Značajan deo infrastrukture Vršca čini vazdušni saobraćaj u kome aerodrom ima tradiciju dužu od 70 godina. Smatsa Aviation Academy ima svoj sopstveni program



baziran na dugogodišnjem iskustvu u obuci pilota za vazdušni saobraćaj. Osnovu razvoja vazdušnog saobraćaja predstavlja poletno sletna staza 980m i širine 25m odgovarajuće rulne staze i stajanke sa hangarima za školsku i poljoprivrednu avijaciju. Akademija je zvanično u skladu sa standardima JAA (Zajedničkih evropskih vazduhoplovnih vlasti).

3.4. VODNI SAOBRAĆAJ

Na području opštine postoji plovni put Kanal DTD. Dozvoljena je plovidba za brodove čiji je gaz najviše 2 metra, nosivosti od 700 do 1000 tona. Na plovnom putu postoje dve istovarne luke Vlajkovac i Straža. Ovim putem najčešće se prevozi građevinski materijal, a postoji i potreba za prevozom drugih roba, pre svega žitarica iz regiona.

4. TURISTIČKE PONUDE

4.1. KAPACITETI ZA SMEŠTAJ I ISHRANU

Hotel „Vila breg“



Hotel „Srbija“



Motel „Vetrenjača“



4.2. KOMUNALNA INFRASTRUKTURA

Polazeći od obeležja turističkog proizvoda J.Kripendorf navodi niz faktora koji su značajni za njegovo formiranje:

- Proizvodni faktori (geografski položaj, vegetacija, klima);
- Opšti faktori ljudskog postojanja i ponašanja (jezik, mentalitet, gostoljubivost, folklor, kultura, politika);
- Opšta infrastruktura (saobraćajni položaj i povezanost, struktura naselja, komunalna opremljenost);
- Turistička opremljenost (posebna infrastruktura vezana za turistička putovanja, organizaciju prihvata, informisanje, snabdevanje, zabavu, sportske aktivnosti i sl.).

Prva tri faktora Kripendorf označava kao **faktore izvorne**, a poslednje kao **faktore izvedene ponude**. Ova podela je značajna za razmatranje osobine neelastičnosti turističke ponude i njenog odraza na tržišno funkcionisanje i na odnose na tržištu. Bitno je u tom smislu istaći da se **izvorni faktori ne mogu menjati u kratkom roku**, a neki od njih kao što je to klima ni u vrlo dugačkom roku. Kada govorimo o neelastičnosti ponude, što je detaljnije analizirano u prethodnom delu rada mislim, pre svega, na relativnu neelastičnost atraktivnih faktora i relativno visoke fiksne troškove kako komunikativnih, tako i receptivnih faktora ponude. Posmatrajući navedenu podelu, možemo naglasiti da su **izvedeni faktori ponude fleksibilniji**, tj. na njih se može u većoj meri uticati (u odnosu na izvedene faktore), promene se mogu ostvariti u relativno kraćem roku i to kako u procesu njihove izgradnje, tako i u njihovom kasnijem "doterivanju".⁴

Vodovod

Na teritoriji opštine sva naseljena mesta imaju rešeno pitanje vodosnabdevanja u smislu javnog sistema za distribiciju vode. Do 2006 godine to su bili individualni sistemi, a potom većina njih prelazi pod ingerenciju DP Drugi Oktobar, komunalnog preduzeća. Početak izgradnje vodovodne mreže u Vršcu vezan je za otvaranje izvorišta Pavliš 1961 godine. Prosečna starost mreže je od 35-40 godina. Ukupna dužina mreže sa priključcima na teritoriji grada iznosi 250 km.

Kanalizacija

U opštini kanalizacionu mrežu i prečišćavanje otpadnih voda ima grad dok ostala naseljena mesta još uvek nemaju ova komunalna rešenja. Izgradnja kanalizacione mreže započeta je 80-tih godina po izgradnji sistema za preradu otpadnih voda. Dužina kanalizacione mreže bez priključaka iznosi oko 120 km.

⁴ J.Kripendorf, Marketing et Tourisme, H.L.Berne, 1971

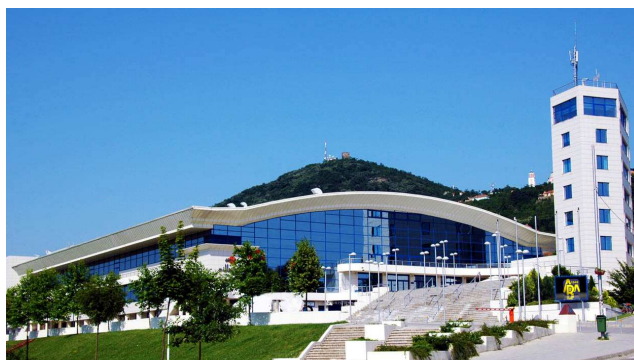
Vodosnabdevanje i ispuštanje otpadnih voda, 2011.⁵

Ukupne zahvaćene vode (hilj.m3)	6.465
Isporučene vode za piće (hilj.m3)	3.967
Ukupne ispuštene otpadne vode (hilj.m3)	2.765
Ispuštene otpadne vode iz opština sa sistemom odvođenja otpadnih voda (hilj.m3)	2.597

4.3.RESURSI ZA SPORT I RAKREACIJU

Prva sportska grana o kojoj postoje pisani podaci je streljaštvo. Kasnije dolazi do razvoja i ostalih sportova, a Vršac je danas poznat kao grad košarke i jedan od najznačajnijih sportstkih centara u Srbiji.

Vršački sportsko poslovni Centar Millennium, poseduje moderan sportski objekat napravljen po svim evropskim i svetskim standardima, o čemu svedoči i organizacija EP u košarci 2005. i EP u rukometu za muškarce i za žene 2012.



Centar Millennium se prostire na 11800m², kapacitet sportske dvorane je 3600 osoba, u sklopu dvorane je VIP loža, svlačionice, pres sala, fitness sala sa teretanom. Kongresno muzička dvorana u okviru Centra se prostire na dva nivoa, na 3080m². Kapaciteta 533 sedišta omogućava organizovanje seminara, predavanja, kongresa, kao i kulturnih dešavanja: pozorišnih, baletskih predstava, opere i bioskopskih projekcija.

Dvorana Hemijsko-tehničke škole

Kapaciteta 1500 mesta, ima 4 svlačionice, ambulantu, prostoriju za tehničko osoblje, pres salu. Pogodna je za treninge.

Gradski stadion

Vršački gradski stadion je po svom geografskom položaju jedan od najlepših objekata te vrste u zemlji. U narednih nekoliko godina, očekuje se kompletna rekonstrukcija stadiona.



⁵ Republički zavod za statistiku

Gradsko jezero

Gradsko jezero u Vršcu je omiljeno stecište Vrščana u vrelim letnjim danima. Prema analizama Instituta za zaštitu zdravlja, morska voda sa dubine od 200m se uliva u jezero. Voda je bogata jodom, sulfatima, magnezijumom i kalcijumom i ima konstantu temperaturu od 25 C. Voda je sterilna, odličnog kvaliteta, bez bakterija. Datira nekoliko miliona godina.

5. ULOGA TOO U OPŠTINI VRŠAC

Turistička organizacija opštine Vršac – osnovana je aprila 2005.godine sa ciljem unapređenja i promovisanja turizma i turističkih potencijala celokupne vršačke opštine. Osim promocija na domaćim i međunarodnim sajmovima turizma Turistička organizacija se bavi, prvenstveno, receptivnim turizmom odnosno organizuje turističke ture po vršačkom regionu.

Kotler navodi da preduzeće može da razmatra sledećih pet strategija pokrivanja tržišta:

1. Koncentracija na jedan proizvod i jedno tržište;
2. Tržišna specijalizacija na proizvodnju jednog proizvoda i njegova prodaja svim grupama kupaca;
3. Tržišna specijalizacija u smislu da preduzeće obuhvati proizvodnju varijeteta određenog proizvoda koja služi za zadovoljenje različitih potreba određene grupe kupaca;
4. Selektivna specijalizacija koja podrazumeva da preduzeće ulazi na nekoliko različitih proizvoda i tržišta a koji su kao takvi atraktivni;

Alternativne strategije mogu se svesti na sledeće tri osnovne strategije:

1. Strategija novih glavnih usluga koje se žele plasirati na postojeće segmente tržišta;
2. Strategija prodaje postojeće usluge tržišnim segmentima izvan zemlje;
3. Strategija koncentrične diversifikacije.

Turističko preduzeće se može opredeliti za tri generalne strategije:

- a) strategiju nediferenciranog marketinga (ne priznaje se postojanje razlika među kupcima, proizvod se ne menja, tj. isti je za sve potrošače);
- b) strategiju diferenciranog marketinga (priznaju se razlike u osobinama potrošača, proizvod se prilagođava);
- c) strategiju fokusa (izbiranje manje, homogenije grupe potrošača kao tržišne mete; koncentracija na određeni tržišni segment; kreiranje proizvoda za konkretno tržište).

U ovim okvirima postoji čitav niz strategija koje turističko preduzeće može koristiti za efikasno i efektivno ispunjenje misije, ciljeva i smernica, kao što su npr.

1. Strategija diferenciranja cena;
2. Strategija diferenciranja imidža;
3. Strategija segmentacije tržišta;
4. Strategija za svakog potrošača;
5. Strategija penetracije tržišta.⁶

Vršac je grad bogate prošlosti. Generacije ljudi, u proteklih nekoliko vekova, davale su svoj pečat gradu pod vršačkom kulom. Ulice, trgovci, zgrade, parkovi, ali i priče, predanja i legende – svedoče o tome sa koliko su ljubavi i pažnje naši preci gradili ovaj grad. Istorija Vršca nas svakako čini ponosnim, ali, istovremeno, i obavezuje da sa odgovornošću nastavimo i budućim generacijama ostavimo još lepši grad.

Novo vreme donosi nove izazove. Danas u 21. veku, neophodno je da u skladu sa okolnostima definišemo našu viziju razvoja.

Naša vizija je: Vršac lider Južnog Banata.

TOO ne može delovati samostalno u cilju rešavanja svih problema ona treba da prepozna važnost među-opštinske saradnje i saradnje sa nacionalnim nivoom.

Tokom rada na razvoju prve Razvojne strategije opštine Vršac, bili smo svesni da treba da promovishemo unapređenje uslova života u Vršcu, kao i da doprinesemo postizanju održivog razvoja u Srbiji. Verujemo da dobar Opštinski razvojni plan (ORP) treba da:

- Omogući lokalnim zajednicama da izraze svoje potrebe i želje.
- Koordinira aktivnosti Skupštine i društvenih, privatnih i organizacija civilnog društva kako bi se te potrebe zadovoljile, i
- Obezbedi monitoring i reviziju napretka.

U cilju razvijanja regiona u Vojvodini potrebno je održavati što veći broj manifestacija i uloga TOO je da dobro organizuje i da pokaže značaj i važnost svakog dešavanja u gradu kako bi privukli veliki broj turista kojima bi pokazali potencijal grada i okoline.

5.1. POLOŽAJ VRŠCA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Opština Vršac ima velike turističke potencijale, bogat biljni i životinjski svet.

⁶ P.Kotler, Principles of Marketing, Prentice Hall, New York, 1980, str. 88.

Smeštena je u podnožju Vršackih planina. Najviša tačka je Gudurički vrh (641m) ujedno i najviša tačka u Vojvodini. Zbog vazdušnih struja po kojima je Vršac poznat, pogodan je za paraglajding i jedriličarstvo.

Na udaljenosti od oko 30km, nalazi se Bela Crkva sa svojim jezerima, idelano mesto za kupaće i ribolovce. Na oko pola sata vožnje od Vršca, nalazi se Deliblatska peščara zaštićen prirodni rezervat, koja po svom biljnom i životinjskom svetu i po specifičnoj konfiguraciji terena jedinstveno mesto u ovom delu Evrope.

Opština Vršac ima veliki potencijal u razvoju, kongresnog, vinskog i kao i ciklo-turizma.

Broj i struktura turista i ostvarenih turističkih noćenja 2011.

Broj turista	Ukupno	16564
	Domaći	11233
	Strani	5331
Noćenja turista	Ukupno	3393
	Domaći	18992
	Strani	11401
Prosečan broj noćenja	Domaći	1,7
	Strani	2,1

5.2. TURISTIČKI PROMET

Broj prenoćišta i turista koji su posetili Vršac u 2012.

	Vetrenjača	Vila Breg	Hotel Srbija	Crveni Krst	Dom učenika	Ukupno
Januar	199	406	894	162	-	1 661
Februar	170	456	798	-	-	1 424
Mart	235	605	995	191	-	2 026
April	274	484	710	167	-	1 635
Maj	308	383	2.217	417	251	3 576
Jun	456	1 035	1.385	385	500	3 761
Jul	823	865	1.613	873	300	4 474
Avgust	545	1.086	1.017	166	400	3 214
Septembar	437	777	1.152	184	134	2 684
Oktobar	574	754	1168	152	5	2 653
Novembar	574	646	996	66	-	2.282
Decembar	806	615	827	124	-	2.372
Ukupno	5.401	8.112	13.772	2.887	1.590	31.762

Broj poseta u 2012. godini

	Muzej	Apoteka	Katedrala	Milenium	Vladičanski dvor	Ukupno
Januar	127	59	50	-	10	246
Februar	125	142	70	-	100	437
Mart	236	429	120	-	200	985
April	206	406	339	90	400	1 441
Maj	4.098	3.556	1640	2.400	700	12.394
Jun	2. 072	1.082	1.024	350	3.000	7 528
Jul	1.200	980	421	/	200	2.801
Avgust	60	316	204	/	10	590
Septembar	421	1081	1082	350	400	3.334
Oktobar	976	1.393	619	600	520	4108
Novembar	248	302	155	-	40	745
Decembar	195	270	44	-	-	509
Ukupno	9.964	10016	5.768	3.790	5.580	35.118

Iznos uplaćene boravišne takse od 1. 01. do 31.12. 2012. je 2,6.725,010 dinara.

5.3. PROMOCIONE AKTIVNOSTI

Izgled štanda na Beogradskom sajmu turizma, 2013.

Turistička ponuda Vršca, u organizaciji Turističke organizacije opštine Vršac, predstavljena je na mnogobrojnim sajmovima.

«Sajam i njegov značaj je veoma bitan kada je reč o predstavljanju, vodi se računa kako o dizajnu štanda, tako i o sadržaju. Štand naše opštine je uvek atraktivan i moderan dobar nastup na sajmu obećava dobru turističku sezonu, a mi u promociju ove turističke sezone krećemo agresivnije, pa očekujemo i dobre rezultate, odnosno dobru posećenost našem gradu».

Predstavljanje Vršca na sajmu je tematski organizovano po danima, ali je primat na vinu i vinskom turizmu.

Naročito interesovanje i pažnju posetilaca sajma, očekivano uvek privlači statua Vinka Lozića, lika iz Sterijinih dela, čuvenog vršačkog vinopije. «Veliki broj posetilaca iskoristi priliku da se fotografiše sa statuom koja je ofarbana u zlatnu boju. Ovakvo interesovanje podstaklo nas je na to da Vinka izradimo i u različitim veličinama kao suvenir, privezak, nagradu za pobednike na Vinofestu, i na taj način ga zaista učinimo simbolom Vršca».

5.3.1 DANI MLADIH VINA - GUDURICA

Vršačka regija ubraja se u najstariji vinogradarski kraj, koji je prepoznatljiv i po proizvodnji vina, ali i kao destinacija koja ima predispozicije da postane lider i razvije vinski turizam kao specifičan oblik turizma.

Gudurica, kao vinsko selo koje ima tradiciju proizvodnje vina, organizuje niz manifestacija radi boljeg pozicioniranja na tržištu vina. Jedna u nizu je i FESTIVAL “DANI MLADIH VINA” u organizaciji Udruženje vinara “VINSKO SELO”, a pod pokriviteljstvom Opštine Vršac i Vlade Vojvodine. To je najbolja prilika da se promoviše put vina, a direktnim upoznavanjem javnosti sa proizvođačima vina stiče se mogućnost boljeg pozicioniranja na tržištu.

Miroslav Vasin, Pokrajinski sekretar za privredu, zapošljavanje i ravnopravnost polova, svečano je otvorio prvi festival "Mladih vina" u Gudurici i time zaokupio pažnju svim ljudima koji nose turističku ponudu Srbije, svima onima koji promovišu lepote Srbije i Vojvodine u turističkom smislu. Otvaranje su upriličili, ambasador Indonezije sa svojim saradnicima, predsednik opštine Vršac sa svojim saradnicima i mnogobrojni gostima.



5.3.2 REKREATIVNI RIBOLOV

Turistička organizacija opštine Vršac pomogla je organizaciju manifestacije na izletištu u Straži koja je održana juna 2013. kako bi novoizgrađeni platoi - ABC ribolovna pista na što bolji način bili u funkciji ljubiteljima prirode pored vode. Održano je i takmičenje revijalnog karaktera u rekreativnom ribolovu.



5.3.3. BRANJE LEKOVITOG BILJA

Turističko informativni centar - Vršačke planine, bio je domaćin svim zainteresovanim vršćanima za upoznavanje lekovitog bilja Vršačkih planina. Jednostavna predavanja o biljkama koja se mogu naći na ovom području i načinu njihove primene, kao pomoćna lekovita sredstva, održao je poznati vršački biolog g-din Predrag Sučević. Prisutni su mogli da vide kako da prepoznaju izgled hajdučke trave, kamilice, leđinjaka, lipe, majčine dušice, mente i drugih.

Posle predavanja, grupa je prošetala šumskim stazama Vršačkih planina, kako bi sve pomenute biljke, kao i one interesantne, a o kojima nije bilo reči na samom predavanju, mogla da vidi u njihovom prirodnom okruženju. Ovo je takođe bila idealna prilika i za razmenu iskustava vezano za gajene vrste, koje se kod nas mogu naći poslednjih godina, a koje su predstavljene kao višestruko korisne.

Šetnja ove vrste kroz prirodu Vršačkih planina redovne su aktivnosti u cilju daljeg upoznavanja što većeg broja sugrađana i gostiju sa ovim prirodnim blagom u neposrednoj blizini Vršca.



6. VRŠAC INTERKULTURALNA OPŠTINA

Vršac predstavlja multietničku zajednicu. Najbrojnija nacionalna manjina su Rumuni (10,94 %), Mađari (4,80 %) Romi (2,17%).

Pojam i suština interkulturalnosti biće promovisana kao velika snaga koju Vršac ima. Posebna pažnja biće posvećena podršci uspostavljanju interkulturalnog dijaloga, jačanju ljudskih resursa, podizanju kapaciteta institucija, negovanju i očuvanju kulturne baštine manjinskih zajednica i očuvanju verskih zajednica.

S.W.O.T.

Snaga	Slabosti
- Veliki broj manjinskih zajednica - Osnovan međunacionalni savet SO - Postojanje kancelarija nacionalnih saveta Rumuna i Makedonaca - Veliki broj verskih zajednica - NVO - pripadnika nacionalnih zajednica - Tradicionalna multikulturalizacija - Mediji na jezicima manjina - Sedište Banatske eparhije - Mogućnost obrazovanja na jezicima nacionalnih manjina - Rumunska profesionalna scena – pozorište - Sedište Zajednice Rumunu u Srbiji - Postojanje konzulata u Vršcu - Postojanje Kulturno-umetničkih društava	- Neznanje, neprepoznavanje potrebe za dijalogom - Konflikti unutar Zajednica - Nedovoljna saradnja između pripadnika nacionalnih zajednica - Nepostojanje projekata za promovisanje interkulturalnosti - Nedovoljna organizacija - Ljudski resursi - Politička manipulacija sa manjinskim zajednicama
Šanse	Opasnosti
- prepoznavanje Vršaca – kao istočne kapije Srbije - Učešće u prekograničnim projektima - Mreža interkulturalnih gradova Evrope - Fondovi Evropske Unije - Fondovi AP Vojvodine - Postojanje projekta – Dekada Roma - Interkulturalni institut u Temišvaru	- Ekonomska situacija - Nestabilno političko okruženje - Politička manipulacija viših nivoa vlasti

1.1. Uspostavljanje interkulturalnog dijaloga

- Okrugli sto na temu «Interkulturalni dijalog»
- Naučni skup na temu «Interkulturalnost u Evropskoj Uniji»
- Kup Tolerancije
- Promocija interkulturalnih vrednosti
- Raspisivanje konkursa za NVO na temu interkulturalnosti
- Medijska promocija interkulturalnosti

- 1.2 Cilj – Jačanje ljudskih resursa
 - Edukacija donosioca odluka
 - Edukacija lidera manjinskih zajednica
 - Edukacija omladine i školske dece
 - Razmena đaka

- 1.3 Cilj – Podizanje kapaciteta institucija
 - Osnivanje i opremanje interkulturalnog centra
 - Otvaranje Romske kancelarije
 - Podrška obrazovno-edukativnom centru u Straži
 - Jačanje Saveta za međunacionalne odnose
 - Stvaranje uslova za simultano prevođenje sednica SO Vršac
 - Podrška rumunskoj sceni – pozorište

- 1.4 Cilj – Negovanje i očuvanje kulturne baštine manjinskih zajednica
 - Podizanje kapaciteta kulturno-umetničkih društava manjinskih zajednica
 - Povezivanje i podsticanje saradnje između kulturnih manifestacija koja se održavaju u različitim naseljenim mestima
 - Podrška kulturnim i duhovnim manifestacijama manjinskih zajednicama

- 1.5 Cilj – Očuvanje verskih zajednica
 - Podrška rekonstrukciji verskih objekata
 - Izdavanje publikacije o verskim zajednicama

7. GRAD ISTINSKIH ZADOVOLJSTAVA - POSEBNOSTI

Prvi deo rada, "Strategija razvoja turizma u Opštini Vršac", ima za cilj da ukaže na ulogu i značaj u savremenim tokovima poslovanja i karakteristikama od značaja za opštinu. U tim okvirima posebno se ukazuje na poziciju turizma, ujedno, definišu se brojni elementi okruženja i apostrofira specifičnost marketinga u uslužnom sektoru i posebno složenost upravljanja marketing aktivnostima.

Drugi deo rada "Održivi razvoj turističke destinacije", ima za cilj da ukaže na tržišne osnove poslovanja u turizmu. U prvom redu na već poznate karakteristike turističke tražnje (elastičnost, sezonalnost i si.), a onda i turističke ponude (krutost, složenost i si.). Istovremeno, detaljno se obrađuje pitanje upravljanja marketing aktivnostima u turizmu, na različitim nivoima i potencira sva složenost i specifičnost zbog neophodnosti koordinacije aktivnosti preduzeća u turizmu i turističkih destinacija na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou.

Novo vreme donosi nove izazove. Danas u 21. veku, neophodno je da u skladu sa okolnostima definišemo našu viziju razvoja. Naša vizija je: Vršac lider Južnog banata. Strategija razvoja o kojoj sam pisala, predstavlja plan kako da ostvarimo ovu viziju. Želimo da Vršac gradimo kao ekonomski razvijenu, demokratsku i socijalno odgovornu opštinu. Industrijska zona, razvijena infrastruktura, auto put Vršac Beograd, elektrificirana pruga, nova radna mesta, tolerantna atmosfera, dobri međunacionalni odnosi, atraktivna kultura, kvalitetno obrazovanje i univerzitet, stručna zdravstvena zaštita, vrhunski sport, usklađeni urbanistički razvoj, javna bezbednost, briga o socijalno ugroženim grupama - to su ciljevi koje moramo da realizujemo ukoliko želimo da naša vizija zaživi. Vršac ima veliku šansu u budućnosti za promovisanje i otkrivanje vrednosti i dobara koje poseduje.

Opštinu Vršac ne čini samo grad – već i 22 sela. Obaveza svih nas je da život u selima, što je više moguće, učinimo sličnim životu u gradu.

Vršac spada u gradove bogate prošlosti, ali može biti i grad još bolje budućnosti. Ništa nije nastalo, a da pre toga nije bilo deo nečije vizije. Ipak, nije dovoljno samo imati viziju. Neophodno je uložiti ogromnu energiju i trud kako bi svi planovi postali realnost. I viziju i energiju imamo.

Srbiji treba više optimizma, a turizam je sam po sebi optimizam.⁷

⁷ Slobodan Unković, Turistički svet broj 66

Turizam

Vršac verovatno ima najveći potencijal za razvoj turizma od svih opština u Banatu. Na oko sat vremena vožnje od Beograda i 145km udaljen od Novog Sada, grad Vršac podignut je u podnožju brega na južnom obodu prostrane Panonske nizije. Na vrhu Vršackog brega nalazi se srednjevekovna kula – simbol ove opštine. Prostrana oblast oko Vršackog brega može se pohvaliti sa 120 registrovanih vrsta ptica i jedan je od najbogatijih ornitoloških staništa u Srbiji. Ovo područje obiluje i drugim oblicima biljnog i životinjskog sveta. Zbog raznovrsnosti flore i faune, kvaliteta šumskih ekosistema i prelepih predela, ova oblast je 1982. godine proglašena Parkom prirode.

Grad Vršac je veoma lep, sagrađen u Austro-Ugarskom stilu. Može se pohvaliti očuvanim fasadama i brojnim muzičkim i kulturnim, javnim događajima.

Mnogi Vršac posećuju zbog vina. Vinogradi su u ovoj oblasti stari preko pet vekova. Na brežuljkastim vinogradima uzgaja se oko 300 sorti grožđa, a proizvodi se oko 120 vrsta vina. Grad obiluje vinskim podrumima, a svake godine trećeg vikenda u septembru održava se Grožđebal. Poznavaoici kažu da su bela vina iz ovih vinograda među najboljima u svetu, što se pripisuje činjenici da se grožđe uzgaja na 45. stepenu severne geografske širine, gde sunčevi zraci i toplota obezbeđuju idealne uslove. Uprkos znatnom potencijalu, turizam čini manje od 1% bruto domaćeg proizvoda Vršca – što je tri puta manje od proseka u Srbiji i manje od sličnih mesta u državi. U sličnim mestima u zemljama EU, ove cifre se kreću od otprilike 10 - 20% bruto domaćeg proizvoda. Od ukupnog broja turista koji su 2005. godine posetili banatski region, 38% obišlo je Zrenjanin, 21% Pančevo, 18% Kikindu, a (s obzirom na postojeću ponudu) samo 23% posetilo je Vršac. Prosečan broj noćenja u Vršcu viši je od proseka Južnobanatskog okruga, ali nedovoljno s obzirom na kvalitet ponude i hotelskog smeštaja u poređenju sa drugim navedenim mestima.

Nije preterano reći da u pogledu turizma Vršac značajno napreduje i da turizam predstavlja najočitiji način za razvoj, u isto vreme obezbeđujući nova radna mesta i jačajući ponos svojih građana. Kako bi se to postiglo, neophodno je jasno razmišljati i postaviti brojne ciljeve kojima će se javnost dalje voditi: privatne investicije u razvoj opštine. Ovi ciljevi mogli bi uključivati sledeće elemente:

- Uraditi marketing za Vršac kao prvoklasnu destinaciju za kratak odmor i poslovni turizam za područja Beograda, Novog Sada i jugo-zapadne Rumunije – marketing koji slavi kombinaciju urbane i ruralne kulture sa vinima i kvalitetnim rekreativnim mogućnostima;
- Iskoristiti visoko kvalitetna odredišta vršackog poslovnog turizma i u potpunosti iskoristiti lokacije;
- Postaviti savremenu kulturu i kulturno nasleđe Vršca u središte turističke ponude i upotrebiti ih za privlačenje posetilaca u opštinu

- Dati posetiocima priliku da okuse visoko kvalitetnu hranu i piće, predstaviti ono najbolje što banatski region može da ponudi, a stanovnicima gradova i sela omogućiti da svojim posetiocima upriliče toplu dobrodošlicu i nezaboravno iskustvo;
- Vršac treba da postane mesto u kojem će se tokom cele godine održavati visoko kvalitetne kulturne manifestacije i festivali, kako bi se privukli posetioци iz svih krajeva Vojvodine, iz Beograda i jugo-zapadne Rumunije.

U odnosu na druge ravničarske gradove, posebnost Vršca je u „njegovoj dvostrukosti”. On je na rubu. Ima u sebi i pitomu ravnici i obronke ozbiljne planine, i neiskvarenu prirodu i delikatni duh zanosnog evropskog grada.⁸

⁸ Srbija, Nacionalna revija, specijalno izdanje, 2013, god.

8. PLANSKI OSNOV ZA ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA VRŠCA

Po turističkoj podeli koja je definisana Strategijom razvoja turizma Republike Srbije (Službeni glasnik RS broj 45/05) Opština Vršac se nalazi u Regionalnom turističkom klasteru Vojvodine u jednoj od 5 njenih ključnih destinacija pod nazivom Vršac-Deliblatska peščara.

Po odredbama Prostornog plana Republike Srbije (PPRS), Opština Vršac pripada centralnoj turističkoj zoni, sa turističkom regijom Deliblatska peščara i Vršačkim planinama i deo je izletničke zone Beograda što znači da opština Vršac pripada i turističkom klasteru Beograd.

Beograd se trenutno strateški pozicionira kao zavodljiva, uzbudljiva, kreativna i inovativna metropola, kao grad dobrih vibracija.

Pored bazične transformacije hotelskog sektora Beograda, u kontekstu opsluživanja tržišta City Break i MICE, kao kritični faktor uspeha beogradske destinacije identifikovana je i moguća buduća konverzija prostora spoja Beograda sa ruralnim delom Banata kao i sa Vršačkim vinogorjem i Vršačkim planinama.

Po Prostornom planu opštine Vršac, u funkcionalnom smislu opština predstavlja i turistički i privredni regionalni centar opština Bela Crkva, Plandište, Alibunar, i Kovin.

Iako opštine Vršac, Bela Crkva, Plandište, Alibunar i Kovin pripadaju Južnobanatskom regionu, ne može se reći da su prostorne, turističke i privredne, kulturne i druge interakcije između susednih opština do sada bile na nivou koji može da motiviše dalji razvoj šireg regiona i turizma u njima.

Smatram da, s obzirom na ekonomsku i prostornu strukturu, turistička razvojna vizija opštine Vršac mora se zasnivati na ekonomskoj, prostornoj i funkcionalnoj integraciji sa susednim opštinama i gradom Beogradom.

9. OCENA KONKURENTNOSTI I ODRŽIVOSTI VRŠAČKE TURISTIČKE DESTINACIJA

9.1. OSTVARENI RAZVOJ TURISTIČKE PONUDE

Za neku destinaciju možemo reći da je konkurentna na tržištu ukoliko investicije povezane sa turizmom imaju višu stopu profitabilnosti nego investicije u drugim turističkim destinacijama. Što je veća profitabilnost destinacije, utoliko će ona postati privlačnija za investitore. Konkurentnost turističke destinacije je tesno povezana s različitim elementima turističke ponude kao što su npr. brojnost i kvalitet smeštajnih kapaciteta, raznovrsnost i kvalitet ugostiteljske ponude, prirodna i kulturna baština, stanje komunalne infrastrukture, gostoljubivost, turistička zakonska regulativa, dostupnost, turistička signalizacija itd.

Gradski odmori zasnovani su na poseti gradovima specifičnim po svojim turističkim proizvodima i uslugama. Poseta gradova spada u kratke odmore i obično traje od jednog do četiri dana. Glavni motivi putovanja su najčešće posao, kulturno-istorijske vrednosti, kupovina, događaji i noćni život. Prednost ovog turističkog proizvoda je celogodišnji karakter i velika fleksibilnost kada je cena u pitanju. Trend više kraćih odmora u toku godine u odnosu na tradicionalni duži odmor, stalna potražnja za novim urbanim destinacijama, porast broja niskobudžetnih aviokompanija koje povezuju manje gradove Evrope i veliki porast gradskog turizma (108% od 2001 - 2004. god.) pogodio je opštinu Vršac.

Krajem devedesetih godina dvadesetog veka pa sve do izbijanja Svetske ekonomske krize 2008. godine opština Vršac je pokušala da se turističko i marketinški pozicionira kao regionalna poslovno-sportska turistička destinacija sa gradskim odmorom i poslovnim (MICE) turizmom kao glavnim turističkim proizvodom.

To je bilo moguće jer je u tom periodu izgrađen Sportsko poslovni centar Milenijum koji u svom sastavu pored sportske hale koja je standardizovana i opremljena za održavanje svetskih i evropskih sportskih događaja, ima i kongresnu dvoranu sa najmodernijom opremom za održavanje poslovnih skupova i Hotel Vila breg luks kategorije sa manjom isto tako modernom kongresnom dvoranom.

Pored učestvovanja na turističkim sajmovima, glavna promocija opštine Vršca kao regionalne sportsko-poslovne turističke destinacije vršena je preko Košarkaškog kluba HEMOFARM koji je igrao u Jadranskoj ligi, koja se igrala na području jugoistočne Evrope i bila je jedna od najkvalitetnijih liga na području Evrope.

Promena imena košarkaškog kluba Hemofarm i gubljenje glavnog regionalnog

promotera, kao i definisanje novih turističkih strategija Beograda i Temišvara za razvoj sportsko-poslovnog turizma drastično je smanjio konkurentnost turističke destinacije Vršac a ceo marketinški koncept koji je zadnjih 10 godina građen doveden je u pitanje.

Analizirajući stanje smeštajnih kapaciteta u opštini Vršac i njihovu popunjenost došlo se do zaključka da je iskoristivost smeštajnih kapaciteta u opštini Vršac na veoma niskom nivou u odnosu na rangirana turistička mesta. U odnosu na turistički promet ostvarenih nocenja cele Srbije, ostala mesta (mesta koja nisu turistički rangirana) ucestvuju sa samo 3% a u odnosu na tih 3% opština Vršac ucestuje sa 14 % što je veoma nizak turistički promet.

U proseku godišnje u vršačkoj turističkoj destinaciji boravi 16.564 turista od kojih je 11.233 domaćih i 5.331 stranih turista. Takođe na godišnjem nivou pokazatelji su došli do cifre od 3.393 noćenja od kojih su 1,7 dana boravili domaći a 2,1 dana boravili strani turisti.

Smeštajni kapaciteti u vršačkoj turističkoj destinaciji su: Hotel „Vila breg“ sa 4 apartmana i 44 sobe, Hotel „Srbija“, sa 6 apartmana i 79 soba i Motel „Vetrenjača“ sa 25 soba što ukupno čini 10 apartmana i 169 soba.

SMATSA⁹ vazduhoplovna akademija, poseduje pansion, restoran, sportska sala i mini farma. Pansion JAT ima tri zvezdice, smešten je u krugu vazduhoplovne akademije, okružen zelenilom i prijatnim vazdušnim strujama sa Vršačkih planina. Kapacitet pansiona je 120 ležaja u jednokrevetnim, dvokrevetnim i trokrevetnim sobama sa kupatilom, opremljenih sa TV-om, satelitskim programom i telefonom.

U okviru drugih turističkih kapaciteta Vršačka turistička destinacija ima:

- Sportsko poslovni Centar Millennium, poseduje moderan sportski objekat napravljen po svim evropskim i svetskim standardima, o čemu svedoči i organizacija EP u košarci 2005. i EP u rukometu za muškarce i za žene 2012. Centar Millennium se prostire na 11800m², kapacitet sportske dvorane je 3600 osoba u sklopu dvorane je VIP loža, svlačionice, pres sala, fitnes sala sa teretanom. Kongresno muzička dvorana u okviru Centra se prostire na dva nivoa, na 3080m² kapaciteta 533 sedišta omogućava organizovanje seminara, predavanja, kongresa, kao i kulturnih dešavanja: pozorišnih, baletskih predstava, opere i bioskopskih projekcija.
- Dvorana Hemijsko-tehničke škole Kapaciteta 1500 mesta, ima 4 svlačionice, ambulantu, prostoriju za tehničko osoblje, pres salu. Pogodna je za treninge.

⁹ www.smatssaaviationacademy.rs

- Gradski stadion koji je po svom geografskom položaju jedan od najlepših objekata te vrste u zemlji. U narednih nekoliko godina, očekuje se kompletna rekonstrukcija stadiona.
- Gradsko jezero koje je omiljeno stecište Vrščana u vrelih letnjim danima, prema analizama Instituta za zaštitu zdravlja, morska voda sa dubine od 200m se uliva u jezero. Voda je bogata jodom, sulfatima, magnezijumom i kalcijumom i ima konstantu temperaturu od 25 C. Voda je sterilna, odličnog kvaliteta, bez bakterija. Datira nekoliko miliona godina.

Manifestacije u ruralnim područjima kojima se promoviše vinarstvo i vinogradarstvo, kao što su Dani mladih vina, Rezanje vinograda, i međunarodni etno festival folkloru Zlatna jesen Gudurica, najbolja su prilika da se promoviše etno i vinske destinacije.

Treba razvijati brend, odnosno vino kontrolisanog geografskog porekla. U saradnji sa Vrščkim vinogradima započeta je proizvodnja vina pod nazivom Kutreš (staro ime za Guduricu). Dalje, treba iskoristiti činjenicu da autohtona vrsta grožđa - Kreacer rađa samo u Gudurici.

9.2. OCENA POGODNOSTI ZA RAZVOJ TURIZMA NA RURALNOM PODRUČJU OPŠTINE

U selu Gudurica sa centralnim masivom i padinama Vrščkih planina, koje velikim delom pripadaju ataru ovog sela, ima dosta pogodnosti za razvoj eko-ruralnog turizma, pa se budući razvoj sela, u značajnoj meri, oslanja upravo na ovakav turizam.

Eko-ruralni turizam ne zahteva najsavremenije i frekventne saobraćajnice. Dovoljno je da do eko-ruralnih destinacija postoji solidan asfaltni put. Sve preko toga bi bila preterana urbanizacija koja bi mogla odvratiti potencijalne turiste iz gradskih sredina.

Budući da stanovništvo u Gudurici nije vezano isključivo za zemlju, pretpostavka je da se ono može lakše i jednostavnije opredeliti za turističke usluge.

Evidentiranjem temeljnih turističkih resursa koji su dovoljno atraktivni može se formirati specifična eko-ruralna turistička ponuda. Gudurica, svakako po nizu svojih karakteristika ima značajne uslove za pretvaranje u eko-ruralnu turističku atrakciju. U prvom redu, turisti traže netaknutu, izvornu prirodu, seosku arhitekturu, zdravu klimu, kao i čist vazduh.

Uprkos željama turista da pobegnu od urbane sredine, treba im takođe osigurati osnovne pogodnosti za udoban smeštaj, kao što su tekuća voda, struja, telefon, dobra

saobraćajna povezanost.

U Gudurici je, svakako, potrebno da se uredi nekoliko javnih objekata, koji će biti jezgro budućih zbivanja i stvaranja specifičnog vizuelnog identiteta sela. U tu svrhu su se pogodnim pokazale zgrade starih podruma, mesna kancelarija, lovački dom, dom kulture. Svi ti objekti bili bi u funkciji javnih prezentacija, izložbi, predavanja.

Takođe, u centralnom delu sela postoji mogućnost konzervacije, rekonstrukcije i stvaranja mreže komfornih i turističkih objekata koji mogu da posluže za smeštaj, ishranu i piće. Takođe, turizam na porodičnom gazdinstvu, može biti dopunska delatnost vlasnika i njegove porodice koji mogu organizovati smeštaj gostiju na svom gazdinstvu, ponuditi jela iz vlastite kuhinje i pića iz vlastitog podruma.

Svaki domaćin, u skladu sa vlastitim mogućnostima, može upotpuniti sadržaj na porodičnom gazdinstvu i svakom gostu obezbediti sadržajan boravak. Njihov zadatak je da sami procene vlastite mogućnosti i uslove svog porodičnog gazdinstva.

Gudurica bi, na primer, mogla da proizvodi poljoprivredne i ekološki čiste proizvode, da organizuje sportske aktivnosti, planinarenje, učestvovanje u poljoprivrednom radu, snimanje ptica i drugih divljih životinja. Selo ima potencijal da razvije organizovane obilaske do Guduričkog vrha, a u planu je izgradnja obilaznog puta, vidikovca i objekata za noćenje.

Krajem septembra i početkom oktobra u selu su dani berbe grožđa koje prati živost, dobro raspoloženje i druge aktivnosti, što čini izuzetan ugođaj u vinogradima, na ulicama i u podrumima. Zlatna jesen Gudurice je manifestacija čije su održavanje 2008. i 2009. godine pomogli Opština i Pokrajina.

Vlasnici vinograda su svesni potencijala ove poljoprivredne grane i imaju dobre planove, a među njima sa druge strane vlada i takmičarski duh. U centru sela postoje veliki podrumi poznati po proizvodnji guduričkih vina. Zgrada podruma, urađena u baroknom stilu, u poslednje vreme je uključena u Puteve vina. Arheološki podaci govore da proizvodnja vina datira još od rimske uprave u ovom regionu, a prvi pisani dokument potiče iz XV veka, kada je vino sa ovih prostora prodato dvoru ugarskog kralja Vladislava (Lasla).

Selo Markovac smešteno je na padinama Vršackih planina, u brežuljkastom kraju, na samo 3 km od državne granice sa Rumunijom. Zbog svog pograničnog položaja, Markovac spada u jedno od najperifernijih naselja ovog kraja.

Selo se nalazi na nadmorskoj visini od 147 m (Stamenković, 2001). Omeđeno je potocima, od kojih je najveći Markovački potok. Takav položaj selu daje trouglasti oblik. Položaj Markovca ima takozvane „ivične“ karakteristike. I pored znatnih

nagiba terena, razmeštaj ulica u selu je najbližnji rešetkastom tipu (Ćurčić, 2004).

S obzirom na grupisanost, Markovac je gusto naseljen i pripada zbijenom (ušorenom) tipu naselja. Prema klimatskim karakteristikama, Markovac se nalazi u sušnom kraju.

Selo Markovac ima potencijal u lovnom turizmu. Od 2009. godine započet je intenzivniji razvoj lovnog turizma. Tokom godine, organizuju se dva lova, na koje dolaze lovci iz Evrope.

Lovište „Lupus Markovac“ se nalazi u vlasništvu lovačkog udruženja Fazan iz Vršca i nalazi se na teritoriji sela Markovac, na samoj granici sa Rumunijom. Lovište je bogato: divljom svinjom, srnećom divljači, vukom, fazanom i šumskom šljukom.

Urbanova dolina - vršačko vinogorje jug

Turistička lokacija - Urbanova dolina je deo vršačkog vinogorja koje se nalazi na južnom delu vršačkih planina i čine ga pored dela vinogradarskih parcela koji se nalaze oko podruma HELVECIIJA koji se nalazi u opštini Vršac i katastarske opštine seoskih naseljenih mesta Mesić, Jablanka i Sočica i ima sve resurse za razvoj vinskog, eko, ruralnog i lovnog turizma.

Podrum pod imenom »Helvecija« kapaciteta 100 vagona podigao ga je 1880. godine Švajcarski trgovac vina Štaub, rodom iz Ciriha, koji je i danas u upotrebi. Posle drugog svetskog rata u Podrumu »Helvecija« smeštena Specijalna vinarsko-vinogradarska škola.

Turistička lokacija – etno i vinske destinacije, kao deo vršačkog vinogorja koje se nalazi na severnom delu vršačkih planina i čine ga katastarske opštine seoskih naseljenih mesta Malo Središte, Veliko Središte, Gudurica i Markovac i ima sve resurse za razvoj vinskog, eko, ruralnog i lovnog turizma.

Br.	Naseljeno mesto	Broj stanovnika
1	Malo Središte	78
2	Veliko Središte	1269
3	Gudurica	1092
4	Markovac	249

Na teritoriji opštine i naseljenih mesta uglavnom je dobro opremljena infrastruktura i prilaz samim destinacijama. Sva naseljena mesta na teritoriji opštine planski su se razvijala i opremljena su relativno kvalitetnom komunalnom infrastrukturuom i javnom službom. Pitanje upravljanja komunalnim otpadom je dobro regulisano.

Komunalni otpad se redovno prikuplja sa teritorije naseljenog mesta Vršac. JKP "Usluga" vrši sakupljanje i kabastog otpada od privrednih subjekata i građana.

Kabasti otpad se odvozi konstantno bez obzira na sezonu, traktorskom prikolicom, jer stanovništvo konstantno u zavisnosti od čišćenja svojih domaćinstava iznosi kabasti otpad i isti ostavlja pored kontejnera.

Uklanjanje divljih deponija vrši se u poslednje tri godine, i to u toku trajanja akcije "Očistimo Srbiju". Plan upravljanja komunalnim otpadom za svoju teritoriju opština Vršac jedna je od dobrih primera.

Na osnovu analize postojećeg stanja upravljanja komunalnim otpadom u opštini Vršac i preporuka sadržanih u Regionalnom planu upravljanja otpadom za opštinu predložen je plan upravljanja komunalnim otpadom za period od 2011.-2021.godine. Plan uređuje upravljanje komunalnim otpadom na teritoriji opštine Vršac od njegovog nastanka do konačnog zbrinjavanja, sa osnovnim ciljem uspostavljanja integralnog sistema upravljanja u skladu sa Nacionalnom strategijom i uspostavljenim Regionom za upravljanje otpadom.

9.3. OCENA KVALITETA DOSTUPNOSTI OPŠTINE

Po izgradnji autoputa od Beograda preko Pančeva i Vršca do Temišvara koji je deo ambicioznih planova izgradnje novih saobraćajnica u Srbiji opština Vršac će se naći u srcu turističkog područja sliva reke Dunav koje čine reka Mesić i međunarodne reke Karaš i Nera. Izgradnja te deonice predviđena je Strategijom razvoja železničkog, drumskog, vodnog, vazdušnog i intermodalnog saobraćaja od 2008. do 2015, a nalazi se i na listi projekata koji su ušli u usvojeni Generalni master-plan razvoja saobraćaja u Srbiji.

Mreža postojećih državnih i opštinskih puteva omogućava dobru pristupačnost opštine, naselja i turističkih resursa.

Putnički železnički saobraćaj je nedovoljno razvijen i pored relativno razvijenih pruga.

Značajan deo infrastrukture Vršca čini vazdušni saobraćaj u kome aerodrom ima tradiciju dužu od 70 godina. Smatsa Aviation Academy ima svoj sopstveni program baziran na dugogodišnjem iskustvu u obuci pilota za vazdušni saobraćaj. Osnovu razvoja vazdušnog saobraćaja predstavlja poletno sletna staza 980m i širine 25m odgovarajuće rulne staze i stajanke sa hangarima za školsku i poljoprivrednu avijaciju. Akademija je zvanično u skladu sa standardima JAA (Zajedničkih evropskih vazduhoplovnih vlasti). Na Aerodromu Vršac smeštene su, pored baze SMATSA vazduhoplovne akademije, baze avio-taksi kompanije Er Pink i Princ Avijacije. Pri aerodromu se nalaze pet hangara za smeštaj aviona i to 15 aviona Cessna-172S, 2 aviona Cessna 152 Aerobat, 2 aviona Cessna-310T i 2 aviona Piper Cheyenne PA-31T. Uz hangare se nalaze zgrada akademije sa učionicama kao i kontrolni toranj.

10. KULTURNI TURIZAM U VRŠAČKOJ TURISTIČKOJ DESTINACIJI

10.1. O KULTURNOM TURIZMU

Danas se pod pojmom **kulture** podrazumeva ukupno ljudsko stvaralaštvo, materijalno i duhovno, ali se odnosi i na duhovni aspekt što obuhvata društvenu svest i sve društvene tvorevine.

U najširem smislu kultura uključuje ono što ljudi misle (stavovi, uverenja, ideje i vrednosti), rade (kulturom normirani načini ponašanja ili način života) i stvaraju (umetnička dela i predmeti, kulturni proizvodi).

Kultura se na početku svog razvoja pojavljuje kao narodna kultura, koju stvaraju svi članovi društva, a kao posledica kasnije podele na fizički i umni rad nastaje kultura koju stvaraju viši slojevi društva.

Kultura se odnosi na prošlost i tradiciju (istorija i baština), na izraze, tj. produkte kreativnosti (umetnička dela, predstave), ali i na način života ljudi, njihove navike i običaje.

Svaka društvena zajednica stvara svoju kulturu, koja je u većoj ili manjoj meri povezana sa drugim kulturama. Temelj kulture je jezik kojim se, inače, izražavaju ostali elementi kulture (umetnost, običaji i sl.).

Kultura je preduslov razvoja turizma, a turizam efikasan način valorizacije kulture. Svako turističko putovanje ima neki element kulture, samim tim što učesnika premešta iz jednog kulturnog ambijenta u drugi. Lokalna kultura je važno obeležje destinacije, a zahvaljujući turizmu postaje pokretač njenog društvenog i privrednog razvoja.

Kulturini turizam se može analizirati sa ekonomskog stanovišta, turizmološkog, kulturološkog, edukativnog, organizacionog, i ostalih stanovišta, ali suština je da ako smo opredeljeni za tu razvojnu koncepciju, treba da razmišljamo "kako da kulturne i umetničke resurse kojima upravljamo aktiviramo i stavimo u funkciju razvoja."¹⁰

Kulturni turizam je fokusiran na kulturne atrakcije i aktivnosti kao glavnim razlozima za putovanje. On uključuje korišćenje kulturnih dobara i konzumiranje doživljaja i proizvoda

¹⁰ Đukić, V., Kulturni turizam, CLIO, Beograd, 2005, str.15

Cilj kulturnog turizma je saznanje o istoriji, načinu života i duhovnoj kulturi određene sredine.

Kulturni turizam ne uključuje samo „konzumiranje“ kulturnih proizvoda prošlosti, već i savremene kulture ili načina života nekog naroda ili područja. Kulturni turizam, stoga, pokriva kako „turizam nasleđa, tj.baštine“ (heritage tourism), koji se odnosi na proizvode prošlosti, tako i „umetnički turizam“ (arts tourism), koji se odnosi na savremenu umetnost. Mnogi turisti se sve više zanimaju i za tzv. „kreativni turizam“, koji podrazumeva neposrednu participaciju u kulturnim aktivnostima (slikarstvo, fotografija, folklor, zanati i sl.).

Jedan od projekata kulturnog turizma Saveta Evrope je „**Kulturna prestonica Evrope**“. Svake godine jedan od evropskih gradova postaje „kulturni centar“ cele Evrope sa veoma bogatim programom velikih izložbi, gostovanja poznatih umetnika, pozorišnih i muzičkih ansambala iz mnogih zemalja.

Poslednjih godina došlo je do promena, pa se status grada - prestonice evropske kulture sve više koristi kao način oživljavanja kulturnog i svekolikog života u gradu. Upravo poslednjih godina izbor grada za počasno zvanje sve više se povezuje sa povoljnim privrednim i društvenim ishodima koji nastaju sa oživljavanjem kulturnog života i svih delatnosti koje su sa tim povezane (turizam, ugostiteljstvo, usluge, saobraćaj).

Još jedan projekat Saveta Evrope, pokrenut 1987.godine, ima izuzetan značaj za kulturni turizam. U pitanju je „revitalizacija“ evropskih puteva kulture, ili kulturnih itinerera (plan puta maršruta). Putevi kulture su tematskog karaktera, a odnose se na razne aspekte kulture (istorija, umetnost, filozofija, način života, tradicija i sl.). Neke od tema su: Vikinzi, Kelti, parkovi i vrtovi, barok, seoski život, hodočašća, vojna arhitektura (utvrđenja i tvrđave) i sl.

Svaka tema treba da ukaže na (zajedničke) evropske vrednosti i da u realizaciji umreži više evropskih zemalja. Osim zajedničkih ruta koje pokrivaju više zemalja, pojedine zemlje ostvaruju i svoje, lokalne kulturne rute (npr. dvorci Loare u Francuskoj).

Evropski program puteva kulture uključio je u tokove turističkih kretanja, i tri staze kulture Srbije. Put rimskih imperatora, Transromanika i Tvrđave Dunava, tri su puta kroz više od tri civilizacije.

Prihodi od prodaje ulaznica turistima mogu biti vrlo značajni. Osim toga, kako se većina umetničkih događaja održava u večernjim satima ostvaruju se i dodatna noćenja turista (produženje boravka). Bogata ponuda raznovrsnih umetničkih događaja doprinosi jačanju imidža destinacije i nudi bolje uslove života

lokalnom stanovništvu.

Kreativni turizam je novi vid turizma, a može se definisati kao „učenje, za vreme godišnjeg odmora, neke posebne veštine koja pripada kulturi receptivne zemlje, tj. zajednice“. Kreativni turisti razvijaju svoj kreativni potencijal tako što, stupajući u bliski kontakt sa lokalnim stanovništvom, aktivno učestvuju u radionicama i obrazovnim iskustvima inspirisanim kulturom turističke destinacije.¹¹

Primeru radi, interaktivne radionice na Novom Zelandu nude raznovrsna kreativna iskustva: kreiranje rezbarija od kosti ili suvenira od gline ili drveta; učenje o pravljenju srebrnih predmeta, ručno kovanih noževa, umetničkih predmeta od papira, upoznavanje sa proizvođačem vina; pravljenje sira i drugih namirnica. Svaka zemlja može nuditi različite vrste kreativnih doživljaja. Na primer, proizvodnja parfema u Francuskoj, rezbarenje i fotografija u Kanadi, narodna muzike u Meksiku i sl.

10.2. RESURSI ZA RAZVOJ KULTURNOG TURIZMA U OPŠTINI VRŠAC

Turistička destinacija Vršac raspolaže značajnim turističkim resursima kulturnog nasleđa, industrijskog nasleđa, istorijskog nasleđa i prirodnog nasleđa u sklopu kulturnog predela Vršca. Smatramo da turistički resursi omogućavaju razvoj kulturnog turizma, i njemu komplementarnih vidova turizma (vinskog, ruralnog i dr.).

Vršac je prvenstveno grad značajnih kulturnih ustanova, koje po svojim fondovima, obimu delatosti i značaju prelaze njegove okvire i spadaju u značajnije kulturne ustanove Srbije.

Među najznačajnije **turističke resurse kulturnog nasleđa i objekata kulture** ubrajamo sledeće:

- Gradski muzej u kome je prva izložba za javnost otvorena je 1896. godine u zgradi Konkordije. Muzej danas ima bogate riznice arheološkog, umetničkog i prirodnjačkog odeljenja. Zgrada Konkordije je kompletno renovirana, što omogućava da bude izloženo oko 300.000 eksponata iz vrlo retkih i vrednih zbirki. U rekonstrukciju je uloženo oko milijardu dinara, a projekat je finansiran u sklopu IPA programa prekogranične saradnje. U okviru Gradskog muzeja nalazi se i objekat Vršackog utvrđenja koje je simbol grada i okoline. Najverovatnije ju je saziđao Đurađ Branković 1439. godine. Nalazi se na brdu visine 399 m na Vršackom bregu, iznad grada. Najočuvanija je Donžon kula. U toku je

¹¹ Unković S., Čačić K., Bakić O., Popesku J., Savremeni tokovi u turizmu, Ekonomski fakultet, Beograd, 1991.

kompletna rekonstrukcija zdanja, čiji je cilj da se utvrđenju vrati prvobitan izgled i daju novi sadržaji.

- Narodno pozorište „Sterija“ u kome su đaci vršačke narodne škole pod upravom magistra Krekića izveli septembra 1792. godine tri komedije. Ovaj datum se smatra za zvaničan početak pozorišnog života kod Srba. Tokom XIX veka u Vršcu gostuju nemačka pozorišta iz Temišvara, Beča, Budimpešte, Arada. Prava pozorišna dvorana podignuta je sredstvima braće Aleksandrović 1896.godine i u njoj i danas radi NP „Sterija“
- Biblioteku koju je kao gradsku javnu i školsku biblioteku osnovao je Feliks Mileker 1887.godine. Vršачka gradska biblioteka je jedna od najstarijih u zemlji. Fond knjiga je oko 200.000.
- KOV izdavačku kuću i organizaciju stvaralaca knjiga, pisaca i grafičkih umetnika s jedne strane i korisnika knjiga, građana, školske i studentske omladine, s druge strane. KOV je osnovao poznati vršački pesnik Vasko Popa, za evropsku i svetsku reputaciju književne opštine najzaslužniji je dugogodišnji urednik književnik Petru Krdu (1952 – 2011)
- Kulturni centar koji je osnovan u cilju ispitivanja kulturnog tržišta južnobanatske regije na kome počiva i formira se kulturna ponuda. Kulturni centar se bavi bazičnim kulturnim potrebama konzumenata kulture na teritoriji opštine Vršac i značajna je institucija kulture koja razvija široku lepezu umetničkog stvaralaštva pojedinaca/grupa, kao i prezentaciju njihovog rada javnosti.
- Dvor Eparhije banatske koji je sagrađen je u XVIII veku, u vreme vladavine vladike Jovana Georgijevića. Projekat je rađen u stilu baroka. U okviru zgrade nalazi se kapela Sv. Arhandela Mihajla i Gavrila čiji je ikonostas radio Nikola Nešković. U kapeli se nalazi i čudotvorna ikona Velikopresvete Bogorodice zvana vinčanska bezdinska.
- Saborna crkva koja je najstariji pravoslavni hram u Vršcu, sazidan 1728.godine u vreme vladavine vladike Nikole Dimitrijevića. Hram su ukasili naši poznati slikari i umetnici. Ikonostas je slikao Pavel Đurković, Aksentije Marković je obavio drvorezbarske radove oko Bogorodičinog prestola predikaonicu i pevnicu. Zidne slike i svod slikali su Simeon Jakšić i Mihajlo Popović. Nikola Nešković je tvorac celivajućih ikona.
- Rimokatolička crkva koja je velelepni rimokatolički hram, posvećen Sv. Gerhardu, sagrađen je 1863, na temeljima manje rimokatoličke crkve,

koja je opet bila preuređena pravoslavna bogomolja. Istorijska kazivanja idu dalje, navodno na tom mestu je bila i džamija sazidana na temeljima srpske crkve. Crkva je sagrađena u stilu neogotičke arhitekture i jedna je od najljepših i najvećih katoličkih katedrala na ovim prostorima.

- Rumunska pravoslavna crkva koja je zalaganjem prote Trajana Opree i direktora rumunske banke dr. Petra Cepenjaga, kao i finansiranjem radova od strane osamdeset ktitora, 1913, podignut je hram Rumunske pravoslavne crkve, posvećene Uspenju Gospodnjem.
- Manastir Mesić koji je najverovatnije ga je sagradio neko iz porodice Branković u XV veku. Na ktitorskom mestu u manastriskoj crkvi je freska sa portretom despota Jovana Brankovića. Srkva je sagrađena u tradicionalnom raškom stilu kao jednobrodna građevina sa kupolom i pravougaonim pevnicama uz uticaje moravskog stila gradnje. U XVIII veku manastir dobija reprezentativan izgled kakav ima i danas.

Istorijsko nasleđe opštine Vršac

Izvesno je da je Vršac u 15. veku već postojao, i da se stanovništvo osim ratarstva i zanatstva bavilo i vinogradarstvom. Po samom nazivu mesta, kao i niza drugih toponima, možemo zaključiti se da je ono mahom bilo srpskog porekla.

Nešto malo ranije, u 14. veku ili početkom 15. veka, nastalo je utvrđenje Vršacki grad, kao neposredna posledica pretnji od turskog osvajanja. Strateški cilj je bio da se osigura komunikacija između utvrđenih tačaka na Dunavu, pa do onih na severu Banata i Transilvanije. Ostatak tog utvrđenja, njegova branič-kula, i danas postoji na vrhu brda. Ispod grada na brdu nalazilo se naselje podgrađe, poznato pod imenom Podvršac.

Početak 18. veka zatekao je Vršac kao kasabu-naselje orijentalnog tipa, nesolidne gradnje i izdijeljeno na «rnale» (mahale). Međutim, velikim zamahom graditeljstva grad je počeo polako da gubi svoje 164 godine sticane orijentalne, turske crte, a sve više dobija fizionomiju savremenog urbanizovanog evropskog naselja.

Nove ulice su bile prave i sekle se pod pravim uglom, a stare su polako ispravljanje. Formirani su trgovi i podizala reprezentativna zdanja. Gradski plan je polako sticao osnovne konture današnjeg.

Na bregu Rimokatolici podižu 1720. godine Kapelu, a već 1728. i svoju prvu crkvu. Zavetnu kapelu sv. Roka zidaju 1740. godine u znak zahvalnosti zbog nestanka kuge koja je danas je to jedna od najstarijih sačuvanih građevina u Vršcu.

Godine 1744. Vladika Jovan Đorđević vraća sedište pravoslavne eparhije iz Karansebeša u Vršac i 1759-60. godine zida dvor. Ubrzo nakon toga, 1761. godine, Srbi podižu Hram Uspenja Bogorodičinog, zvanog još «Mala» ili «Aleksina» crkva, a na mestu stare crkve, 1783-85. godine grade i Saborni hram sv. Nikole. Isto tako, u drugoj polovini 18. veka, grad dobija poštu, prvu apoteku, škole a zaslugom vladike Josifa Jovanovića Šakabente, 1790. godine osnovana je Gramatikalna škola (latinska niža gimnazija) sa internatom.

Vršac je 1804. godine dobio prvo tržišne privilegije, a zatim, 1817. godine i titulu „Slobodnog kraljevskog grada”.

Pored zanatstva i trgovine, dobro se razvijalo i vinogradarstvo. Vršac je sa bližom okolinom 1830. godine davao već oko 320.000 akova vina. Svilarstvo je tih godina doživelo svoj najveći uspon. Uporedo sa fabrikom svile, uspešno je radila pivara i manufaktura šalitre, a od 1846. godine u gradu ima već 18 suvača i jedan mlin za ulje.

Napredovanjem privrede varoš je postajala sve bogatija, pa se to odražavalo i na njeno uređenje. Kaldrmisanje, ulica i trgova počelo je 1820. godine, i bila je otvorena već i druga apoteka.

Prvo akcionarsko društvo iz redova zanatlija, formirano 1833. godine, izgradilo je Hotel „Konkordiju” 1847. godine.

Kako je rasla privredna i ekonomska moć Vršca, tako su rasle želje i naponi Vrščana da svoj grad unaprede i urede po uzoru na savremene evropske varoši. U takvom nastojanju, sve više pažnje se poklanjalo arhitektonskom uobličavanju grada. Grade se velelepna zdanja privatnog i javnog karaktera, a uz hotele se dograđuju sale pogodne za davanje pozorišnih predstava i koncerata.

Najveće promene događaju se u centru grada. Umesto kuća ratara i vinogradara, još „foršpicom“ (zabatom) okrenutih ulici, sedamdesetih i osamdesetih godina niču spratna i dvospratna zdanja. Svojim izgledom, veličinom i arhitektonskim ukrasima, te građevine svedoče o društvenom usponu i moći vršačkog građanstva kao i ukusu i afinitetima novog vremena.

Uređenjem promenade na današnjem Svetosavskom trgu 1873. godine i izgradnjom, do kraja veka je u svom najvećem delu oformljeno gradsko jezgro, dobivši izgled kakav je uglavnom sačuvan do danas.

Vredne domete u kulturi Vršac je obogatio sa još dva važna datuma, osnivanjem Gradske biblioteke (1888) i Gradskog muzeja (1894). Ove dve

ustanove su 1898. spojene u jednu, odlukom Varošskog magistrata. Tako spojene radile su do 1947, kada su svoju delatnost nastavile osamostaljene.

Tokom poslednjih decenija 19. veka, dosta se činilo i na uređenju vršačke okoline. Na brdima oko grada, od sedamdesetih godina, izgrađen je priličan broj letnjikovaca, a radilo se i na uređenju izletišta.

U Vršcu žive i rade mnogi intelektualci, pisci, slikari, muzičari, glumci i druge uvažene ličnosti svog vremena. Železnica, telegraf i štampa povezuju ga sa svetom, a telefon, struja i asfalt, pored ostalog, naznačuju prve korake u 20. vek.

Na osnovu navedenog veoma bogatog i značajnog istorijskog nasleđa i dan danas se razvija i unapređuju institucije kulture koje spadaju u turističke znamenitosti. Prodajom ulaznica ostvaruje se turistički promet značajan za grad.

Podrška zaštiti nasleđa je prema Svetskoj turističkoj organizaciji (UN WTO 2005) jedan od izazova za ostvarivanje održivog turizma, uz upravljanje dinamičnim rastom, klimatske promene i smanjenje siromaštva. Očuvanje i uvažavanje kulturne raznolikosti jeste jedan od ključnih principa održivog razvoja. Turizam treba da doprinese zaštiti, upoznavanju i poštovanju kulturnog nasleđa, autentične lokalne kulture, tradicije i specifičnosti lokalne zajednice.¹²

U okviru vršačke turističke destinacije nalaze se nekoliko zaštićenih **prirodnih dobara**, među kojima je su najznačajnije :

- 1) **Gradski park** koji je jedan od najstarijih parkova u Srbiji. Proglašen je za spomenik prirode 2000. godine, jer pripada kategoriji prirodnih dobara od velikog značaja. Zauzima prostor od skoro šest hektara i projektovan je u mešovitom stilu u kojem se mešaju uticaji francuskog načina projektovanja rondela i cvećnjaka sa engleskim slobodnim rasporedom drveća, travnjaka i žbunja; i
- 2) **Vršačke planine.**

Potencijalno najatraktivniji prirodni turistički resursi nalaze se u okruženju turističke destinacije: Deliblatska peščara, Dunav, Nera i Belocrkvanska jezera. To ukazuje na potrebu integrisanja turističke ponude opštine Vršac sa susednim opštinama, kako bi se formirala raznovrsna i atraktivna turističke ponuda.

Društveno odgovoran marketing ogleda se kod brendiranja grada direktno u promovisanju njegove istorije, kulture, prirodnih lepota i resursa, a indirektno u mogućnosti zaštite istorijskog nasleđa i čovekove okoline.¹³

¹² Maksin - Mičić, M. menadžment prirodnih i kulturnih resursa u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2009.str.30

¹³ Popesku J., Gajić J." Nove tendencije u marketingu - brendiranje gradova " Singidunum Revija 2009. vol6/no1, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.176

10.3. MOGUĆNOSTI ZA RAZVOJ TURIZMA

Vršac je jedan od najstarijih gradova u Vojvodini. Duga i bogata tradicija i burna prošlost oplemenili su ovaj grad i okolinu vrednom i po mnogo čemu jedinstvenom kulturnom baštinom.

Stvaranjem gradskog naselja, počinju da se razvijaju raznovrsni oblici kulturnog i umetničkog života. U Vršcu su, tokom protekla dva veka, živele mnoge značajne ličnosti iz kulture, umetnosti, politike i nauke, a svoju delatnost obavljale brojne ustanove i udruženja. Oni su svojim delima obeležili periode u kojima su stvarali i na najlepši način proslavili ime grada iz koga potiču.

Prošlost grada odlikuje kontinuiran, intezivan kulturni razvoj, koji beleži čitave duhovne krugove umetnika, veliku pozorišnu tradiciju i permanentni književni život. Ovo bogato nasleđe u domenu kulture i obrazovanja, grad i danas uspešno obnavlja i nastavlja preko udruženja umetnika, slikarskih kolonija, muzejskih ekspozicija, pozorišnih predstava, aktivnosti biblioteke vezane za čitalačku publiku, multimedijalnih prezentacija, brojnih savremenih pesnika i prozaista...

Vršac je grad koji i danas zadivljuje svojom vekovnom arhitekturom, i sakralnom i profanom. Grad "pod kulom" se i dalje urbanizuje u skladu sa savremenim zahtevima čoveka ovog vremena, sa težnjom da se zadrži staro jezgro i arhitektonski duh grada.

U turističkoj destinaciji Vršac moguć je razvoj sledećih vidova turizma: kulturnog turizma, poslovnog turizma, manifestacionog turizma, ruralnog turizma, ekoturizma, vinskog turizma, sportsko-rekreativnog turizma, omladinskog turizma, lovnog turizma i turizma treće doba.

Pokretačka snaga za razvoj brenda Turističke destinacije Vršac treba da budu sledeći turistički proizvodi:

- kulturni turizam,
- gradski odmor;
- kružna putovanja ("Touring");
- poslovni turizam + MICE;
- događaji ("Events");(razni festivali , kulturne i zabavne manifestacije)
- ruralni turizam; (vinski turizam i ekoturizam)
- specijalni interesi (biciklizam, pešačenje, lov i ribolov)

Srž održivog razvoja turizma čini čovek sa svojim potrebama i odnosom sa okruženjem kao i humanim odnosima između svih učesnika.¹⁴

¹⁴ Unković, S., Zečević, B., " Ekonomika turizma " Beograd 2009, str.426

Manifestacije koje se zasnivaju na resursima kulturnog turizma i promovišu lokalnu kulturu su:

- Dani berbe grožđa
- Vinofest
- Praznične đakonije
- Vršački venac
- Vršačka Pozorišna jesen
- Jazztronic
- Likovna Kolonija

Korist od razvoja turizma na području opštine treba da osete svi: stanovnici, posetioci, turistička poslovna zajednica, povezane delatnosti i javni sektor. Opština Vršac pokazuje da turizam vidi kao jednu od važnih poluga kako sopstvenog razvoja, tako i kreiranja, regionalne prepoznatljivosti. Opština Vršac nastoji da se pokaže kao turistički inovativni i autentični regionalni lider.

11. ULOGA SAVREMENOG MENADŽMENTA U RAZVOJU VRŠAČKE TURISTIČKE DESTINACIJE

U razvijenim turističkim destinacijama ulogu upravljanja odnosno menadžerisanja destinacije preuzimaju posebne turističke organizacije, koje definišu ključni akteri turizma u destinaciji.

Cilj takve destinacijske menadžment organizacije (DMO) je osiguravanje aktivnog učestvovanja i povezivanja turističkih ponuđača u razvoju, oblikovanju i marketingu novih i inovativnih turističkih proizvoda.

Razlozi za uspostavljanje destinacijske menadžment organizacije (DMO) su:

- zajednički marketing destinacije sa krovnim brendom u cilju povećanja turističken posete
- garantovanje kvaliteta usluga i nadmašivanje očekivanja turista
- garantovanje fizičke, društvene i ekonomske sredine, koja je uslov za uspešan održivi razvoj destinacije

Destinacije danas su konkurentne samo ako su sposobne da nadmaše očekivanja turiste na njihovom putu od informisanja o destinaciji, odlučivanja, putovanja u destinaciju, boravka u njoj i povratka kući. Na taj način se obezbeđuje dugoročni održivi razvoj destinacije kroz zapošljavanje i generisanje prihoda svih aktera.

Efikasan destinacijski menadžment je preduslov za konkurentne prednosti. Važno je aktivno upravljati sa prirodnom i kulturnom baštinom, smeštajnim kapacitetima,

transportom, poslovnom sredinom i atrakcijama, kao i globalnim distributivnim kanalima i marketingom.

Upravljanje destinacijom čine:

- Planiranje (strategije razvoja i marketinga, izvođački planovi)
- Organizovanje (obezbeđivanje finansija, organizacija procesa)
- Vođenje (realizacija planiranog)
- Kontrolisanje (merenje efekata delovanja)

Efikasna organizacija destinacije generiše mnogobrojne prednosti, kao što su:

- Prednosti u odnosu na konkurenciju, jasno pozicioniranje i garantovanje kvaliteta
- Osiguravanje održivog razvoja turizma i integriteta okoline
- Garantovanje koristi od turizma nosiocima primarne turističke delatnosti

kao i ponuđačima dodatnih turističkih proizvoda

- Produženje turističke sezone i prihoda od turista
- Oblikovanje i realizacija brenda, koji garantuje lojalnost turista

Destinacijsko menadžment organizacija treba da obezbedi adekvatne fizičke, društvene i ekonomske uslove, koji su potrebni za usepšan razvoj destinacije. Tu se podrazumeva planiranje infrastrukture, razvoj ljudskih resursa, razvoj proizvoda i atrakcija i tehnološki razvoj.

Važno je razumeti, da su atrakcije glavni motivatori posete destinaciji, dok je smeštajna infrastruktura i transport preduslov za to. Zato je potrebno neprestana inovacija u oblasti atrakcija u skladu sa globalnim trendovima.

Destinacijsko menadžment organizacija treba da preuzme marketing destinacije u cilju povećanja posećenosti i da radi:

- Promocije destinacije – planiranje i realizacija promocije, usklađenost sa regionalnim i državnim programima, razvoj i upravljanje brendom
- Informisanje turista – turistički informacioni centar, distribucija promotivnih materijala
- Razvoj i održavanje internet stranice i sistema rezervacije
- Upravljanje odnosima sa klijentima

Takođe, destinacijsko menadžment organizacija treba da preuzme obezbeđivanje kvaliteta usluga radi zadovoljavanja očekivanja turista i to:

- razvoj proizvoda u destinaciji, promovisanje usavršavanja kadrova
- statističke analize i tržišna istraživanja
- obrazovanje i usavršavanje kadrova u turizmu
- nuđenje stručne podrške manjim ponuđačima u pogledu finansiranja
- povezivanje sa različitim pogledima turiste
- briga za usklađeno delovanje svih aktera i koordinaciju među njima

Turistička organizacija Opštine Vršac trenutno obavlja samo nekoliko zadataka, što je premalo i u budućnosti je potrebno proširiti i ojačati njeno delovanje u smislu kompletiranja funkcija destinacijskog menadžmenta.

Pre svega Turistička organizacija Opštine Vršac treba da usavrši:

- informativno-promotivnu funkciju,
- razvojnu funkciju kreiranjem turističkih proizvoda i programa,
- organizovanje i prodaja sastavljenih turističkih paketa,
- organizaciju obrazovanja i specijalističkog školovanja za različite turističke subjekte u destinaciji,
- koordinaciju i organizovanje integralnih marketinških aktivnosti turističke destinacije Opštine Vršac.

Ovakav pristup moguć je u zreom okruženju koje se odlučilo za održivi turizam i uz konstantno unapređivanje znanja, obrazovanja i praćenje najsavremenijih trendova u turizmu, kako kadrova vršačke turističke organizacije tako i kadrova svih turističkih subjekata u okviru pojedinih oblasti delatnosti u opštini Vršac.

12. STRATEŠKI PRAVCI BUDUĆEG RAZVOJA TURIZMA

12.1. VRŠAC NAJBOLJA VIKEND DESTINACIJA

U mnogim mestima postoji mišljenje da je turizam velika razvojna šansa ali u većini slučajeva to je samozavaravanje. Vršac zaista jeste skriveni dragulj. Udeo koji turizam trenutno ima u opštinskom bruto domaćem proizvodu iznosi 1%. U sličnim mestima u okviru EU to može dostići i 20%. Ulaganja za poboljšanje turizma mogu biti direktna, (npr. turističke radnje, označene staze za turiste, razne manifestacije), ili indirektna, (npr. poboljšane sportsko-rekreativne ustanove, pristup i infrastruktura, jačanje kulturnih institucija itd...) Postoje zaista brojne mogućnosti za poboljšanje stanja i razvoj u ovoj oblasti.

- Uraditi marketing za Vršac kao prvoklasnu destinaciju za kratak odmor i poslovni turizam za područja Beograda, Novog Sada i jugo-zapadne Rumunije – marketing koji slavi kombinaciju urbane i ruralne kulture sa vinima i kvalitetnim rekreativnim mogućnostima;
- Iskoristiti visoko kvalitetna odredišta vršačkog poslovnog turizma i u potpunosti iskoristiti lokacije;
- Postaviti savremenu kulturu i kulturno nasleđe Vršca u središte turističke ponude i upotrebiti ih za privlačenje posetilaca u opštinu

Ispitivanjem nalazišta geotermalnih voda na teritoriji opštine Vršac stvaraju se uslovi za razvoj banjskog turizma što može doneti mnogo veće prihode i podići procenat učešća turizma u opštinskom bruto domaćem proizvodu.

snaga	slabosti
-postojanje jedinstvenih istorijskih objekata, kao i geografskih specifičnosti (očuvana arhitektura, vršačka kula, vršački breg)	-nedostatak hotelskog smeštaja
-postojanje sadržinski raznolikih manifestacija (pozorišna jesen, grožđebal, Džez festival)	-malo tržište
-postojanje bogate kulturne ponude	-nedovoljan broj stručnjaka
-postojanje bogate istorije i kao i nekoliko istaknutih stvaralaca čije ime i rad se veže za Vršac (Jovan Sterija, Paja Jovanović, Vasko Popa)	-nepostojanje objedinjene turističke ponude
-negovanje tradicije vinarstva (Gudurica)	-slabe analitičke i statističke baze
-objekti namenjeni kulturnim i drugim manifestacijam (Kongresno-muzička dvorana, Vila Breg, muzej)	-prevaziđeni koncepti osmišljavanja pojedinih manifestacija (VŠ venca, groždebala)
-verski objekti	-loš turistički marketing
-dobra putna struktura i položaj	-nepostojanje WEB portala o turizmu
	-nedovoljna turistička signalizacija
	-loša železnička veza sa VŠ
	-nepostojanje bazena
	-nedovoljna iskorišćenost brega kao resursa
	-nedostatak kamping prostora

šanse		opasnosti
-pokrajinski fondovi	fondovi	-malo tržište
-republički fondovi	fondovi	-jaka konkurencija
-IPA	fondovi	-loša ekonomska situacija;
-blizina BG		-trenutna svetska finansijska kriza
-blizina Temišvara		-zapostavljanje turizma od strane donosioca odluka
-sajmovi i portali turističke ponude		
-dobar imidž		



Plan grada

12.2. STRATEGIJE I CILJEVI

1. Modernizovan menadžment turističkih potencijala

Među brojnim faktorima koji doprinose da destinacije sa izgrađenom atraktivnošću postaju privlačne za turiste, mogu se istaći sledeći: svetski sajmovi i izložbe; jedinstveni karnevali i festivali; važni sportski događaji; istorijske proslave; značajni kulturni i religiozni događaji; klasični komercijalni skupovi; značajni politički događaji i sl. Sve ove atraktivnosti imaju za osnovni cilj da: produže turističku sezonu, animiraju veći broj turista, utiču na disperziju turista u destinaciji, kreiraju

odgovarajući imidž i sl.¹⁵

2. Cilj - Infrastrukturno opremanje i jačanje infrastrukture i objekata turističke ponude

- Izrada projektne dokumentacije za revitalizaciju infrastrukture Vršačke kule
- Izrada projektne dokumentacije za izgradnju trim staze na Vršačkom bregu
- Implementacija i realizacija projekta: revitalizacije Vršačke kule
- Implementacija i realizacija projekta: stalna postavka muzeja u zgradi Konkordije
- Implementacija i realizacija projekta: Spomenici
- Implementacija i realizacija projekta: Postavljanje turističke signalizacije
- Izrada projektne dokumentacije bazen
- Izgradnja bazena

3. Popularizacija turističke ponude Vršca

- Postavljanje web adrese turističke ponude Vršca i naseljenih mesta
- Pravljenje videomonografije grada
- Pravljenje replika poznatih vršački arheoloških nalaza (židovarsko blago, idol, egiptološka zbirka, replike slika Paje)
- Osnivanje Saveta za turizam pri Skupštini opštine
- Pravljenje promotivnog materijala
- Projekat prezentacije vršačkog kulturnog i turističkog sadržaja u drugim gradovima
- Uspostavljanje saradnje sa turističkim organizacijama Vojvodine, Srbije
- Jačanje vinskog turizma u Gudurici

4. Jačanje turističkih manifestacija

- Berba groždja - moderna i vesela turistička manifestacija
- Vršac grad festivala – pozorišni, folklorni i džez festival
- Popularizacija i jačanje ponude grada i okoline (ekskurzije, tematske posete, kongresni turizam)
- Organizovanje međunarodnog sajma lova i ribolova

5. Objedinjena turistička ponuda

5.1. Podcilj - Promocija turističkih potencijala

- Izrada itinerera za Vršac i okolinu
- Zajednički nastup na sajmovima svih aktera u turizmu
- Izrada kataloga turističke ponude – smeštaj i cene
- Izrada Strategije razvoja turizma Vršac sa investicionom studijom
- Turistička signalizacija Vršca i okoline
- Promocija Vršca kao grada Sterije i Paje Jovanovića
- Prezentacija vršačkog turističkog sadržaja u drugim gradovima
- Kongresni turizam- Klaster TOS-a za gradove sa potencijalom razvoja

¹⁵ Dr S.Unković, Ekonomika turizma, Savremena administracija, Beograd, 1992

kongresnog turizma

- Formiranje karnevalske grupe koja će predstavljati Vršac u državi i inostranstvu
- Promocija Vršca ko Grada Vina

5.2. Podcilj - Stvaranje turističkog sadržaja

- Razvoj Vinskog turizma u Gudurici
- Domovi kulture u selima – stavljanje u funkciju razvoja sela, turizma, kulture
- Stalna postavka u Staroj apoteci na stepeništu
- Arheološka istraživanja i uređenja lokaliteta u službi turizma (Židovar i Dupljaja).
- Afirmacija reke Karaš kroz sajmove, izdavanje stručnih publikacija, brošura, internet prezentacija
- Organizovanje Međunarodnog sajma lova i ribolova

5.3. Podcilj - Edukacija iz oblasti turizma

- Organizovanje kurseva za unapredjenje ruralnog turizma i izadu suvenira
- Obuka menadžmenta u muzeju i kulturnih manifestacija

6. Razvijena infrastruktura u turizmu

6.1. Podcilj - Obnavljanje objekata turističke ponude verskih i kulturnih sadržaja

- Šušara- Info centar, muzej tehničke kulture; obnova lugarskih kuća Flamunda i Rošijana
- Razvoj Gudurice kao etno sela
- Uredjenje dvorca dvorca Lazarević
- Utvrđenje Kula, stari grad. - i rasveta spoljnih zidina kule
- Rasveta fasade Saborne crkve i Crkve Svetog Gerharda
- Uredjenje parka- preategorizacija Gradskog parka

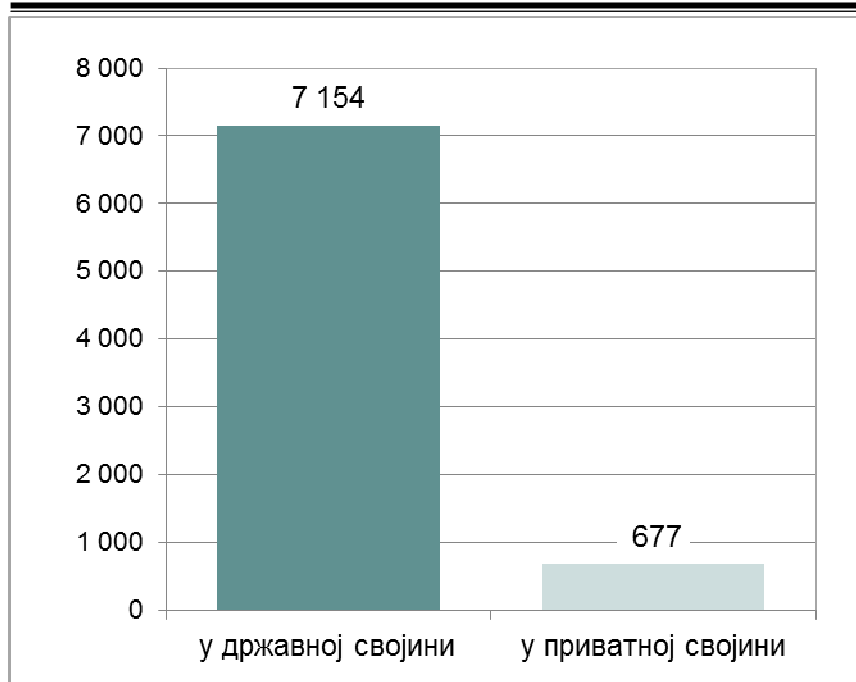
7. Gradski muzej

S.W.O.T.

snaga	slabosti
-postojanje jedinstvenih istorijskih objekata, kao i geografskih specifičnosti (očuvana arhitektura, vršačka kula, vršački breg) -postojanje sadržinski raznolikih manifestacija (pozorišna jesen, grožđebal, Džez festival) -postojanje bogate kulturne ponude -postojanje bogate istorije i kao i nekoliko istaknutih stvaralaca čije ime i rad se veže za Vršac (Jovan Sterija, Paja Jovanović, Vasko Popa) -negovanje tradicije vinarstva (Gudurica) -objekti namenjeni kulturnim i drugim manifestacijam (Kongresno-muzička dvorana, Vila Breg, muzej) -verski objekti -dobra putna struktura i položaj	-nedovršena revitalizacija kule -malo tržište -nepostojanje stalne postavke u muzeju -loš menadžment ustanova kulture -zgrada biblioteke -zgrada doma omladine -nepostojanje marketinga -nekoordinisan rad ustanova kulture -nepostojanje WEB adresa ustanova kulture -loš rad zavoda za zaštitu spomenika -nedostaje kadrova (nepostojanje istoričara)
šanse	opasnosti
-pokrajinski fondovi -republički fondovi -IPA fondovi -blizina BG -pokrajinski sekretarijat za kulturu -bizina Temišvara -postojanje mreže utvrđenih gradova -dobar imidž	-malo tržište -jaka konkurencija -loša ekonomska situacija; -trenutna svetska finansijska kriza -zapostavljanje kulture od strane donosioca odluka

8. Ekologija - Zdrava sredina i za generacije koje dolaze**S.W.O.T. ekologija**

snaga	slabosti
-park -vršački breg -vetar -postojanje deponije i uredjeno upravljanje -zdrava voda -mogućnost geotermalnih izvora -vodotokovi -postojanje LEAP-a -postojanje prečistača za vodu -postojanje kanala za zaštitu grada od erozivnih voda -zadovoljavajući kvalitet vode -razvijen biodiverzitet -povoljna ruža vetrova -postojanje sistema za upravljanje animalnim otpadom	-neuređen park, sa dosta bolesnog drveća -nedostatak azila za napuštene životinje -veliki broj pasa i mačaka luralica -nefunkcionisanje objekta za prikupljanje animalnog otpada -neznanje o stepenu alergomaterija u vazduhu -nepostojanje reciklaže otpada -nepostojanje vetrozaštitnih pojaseva -loša protivpožarna zaštita -zagađen Mesić -neinformisani građani -nedovoljno zelenila u gradu -problem skladištenja medicinskog otpada -nemaju svi industrijski objekti prečistač -ne postoji odvajanje AT i fekalne kanalizacije -nedovoljni kapaciteti prečistača -nepostojanje GIS-a -otpadne vode u selima ugrožavaju rečne slivove -visko stepen zagađenosti zemljišta
šanse	opasnosti
-pokrajinski fondovi -republički fondovi -IPA Fondovi -ekološki sajmovi -prekogranična saradnja -globalni trend zaštite životne sredine	-loša ekonomska situacija; -trenutna svetska finansijska kriza -društveno neodgovorna preduzeća u okruženju -klimatske promene -ne kontrolisani vodotokovi iz Rumnije

**Teritorija pod šumom 2011. (ha)****8.1. Cilj – Pošumljavanje**

- Zasaditi 400 stabala u gradskom jezgri
- Pošumljavanje van šumskog i šumskog prostora.
- Revitalizacija vetrozaštitnih pojaseva

8.2 Cilj - Rešavanje problema pasa i mačaka lutalica

- Azil za napuštene pse
- Sterilizacije pasa i mačaka lutalica.
- Centar za prikupljanje animalnog otpada

8.3. Cilj - Očuvanje prirodnih resursa – biodiveerzitet

- Vraćanje staništa životinjskom svetu (revitalizovati populaciju ribe klen, koja je specifična vrsta za reku Karaš)
- Formiranje jedinice za nadgledanje prirodnih resursa - ostavljanje objekata
- Organizacija i održavanje seminara, podizanje kampova za edukaciju studenata i stručnih kadrova iz inostranstva
- Postavljanje merne jedinice za detekciju alergogenog polena
- Mali vršački put (zaštićeno vlažno područje)¹⁶

¹⁶ Lokalna strategija razvoja Opštine Vršac, profil zajednice 2013.

ZAKLJUČAK

Pozicioniranje turističke destinacije opštine Vršac temelji se na spoznajama o trenutnom stanju i kvalitetu turističke ponude, te o mogućnostima budućeg razvoja. Iako je Vršac prostor sa izuzetnim turističkim potencijalima on nije dovoljno izgradio svoju tržišnu prepoznatljivost na turističkom tržištu.

Turizam bi morao biti u budućnosti ključno opredeljenje opštine Vršac sa naseljenim mestima (ruralnim područjima) koja ima sve predispozicije da postane prepoznatljiva destinacija dobrog i zdravog života.

Sagledavanjem trenutnog stanja turizam u Vršcu uočava se srednji nivo razvijenosti turističkog sektora usled slabe organizacije i razvijenosti turističke ponude što za posledicu ima neadekvatan odgovor turističke tražnje. S jedne strane Vršac ima prirodne lepote, planinu, jezero, kulturne resurse i sve uslove za bavljenje mnogim sportovima kao i kongresnim turizmom, a sa druge strane grad opterećuje mali broj smeštajnih kapaciteta (samo dva hotela u gradu jedan je sa tri zvezdice, a drugi sa četiri) neadekvatan kadar za pružanje usluga u turizmu i nizak nivo turističkog razmišljanja lokalnog stanovništva.

Turistički proizvod Vršca se treba izgraditi na čvrstim osnovama iza kojih će stati opština i pokrajina u smislu:

- Privlačenje stranih investicija,
- Investiranje u obrazovanje i edukaciju zaposlenih u turizmu na svim nivoima,
- Insistiranje na zaštiti i obnovi prirodnog bogatstva,
- Zaštiti kulturnih vrednosti i tradicije,
- Unapređenje imidža grada

Turizam u Vršcu do sada se odvijao bez dugoročne strategije razvoja, a sredstva namenjena za razvoj turizma ulagala su se ad hoc ili na osnovu kratkoročnih planova.

Sredinom 2011. godine Vršac je dobio svoj prvi dugogodišnji strateški dokument vezan za razvoj turizma „Strategiju razvoja turizma opštine Vršac za period 2011-2014. godine“ na osnovu kojeg će AP Vlade Vojvodine preko nadležnih ministarstava sprovoditi definisane aktivnosti, u cilju ostvarenja strateških ciljeva razvoja turizma.

Možemo da konstatujemo da je povećanje konkurentnosti i performansi turističke industrije opštine Vršac uslovljeno uspostavljanjem novog brenda, savremenog marketinga povezivanjem turističkih proizvoda i promovisanjem i afirmacijom opštine Vršac kao nove, poželjene, održive i privlačne turističke izletničke zone Beograda i Temišvara.

U opštini Vršac osnovan je Banatski Turistički Klaster kao Udruženje turističke poslovne zajednice Banata i svojim delovanjem želi da unapredi poslovanje turističkih preduzetničkih radnji, malih i srednjih preduzeća, turističkih organizacija, javnih ustanova i udruženja građana. Banatski Turistički Klaster svojim radom želi da razvija turističku industriju Banata, kroz održivi razvoj i poslovni rast članica klastera, poveća zaposlenost lokalnog stanovništva, jača imidž turističke destinacije Banata, kao i poveća investicije u turističku industriju Banata. Banatski turistički klaster želi da doprinese pozicioniranju Banata, pa i opštine Vršac, kao prepoznatljive turističke destinacije i da kreira inovativne turističke proizvode i usluge koji bi se mogli plasirati na nacionalno, regionalno i svetsko turističko tržište.

Faktori okruženja na koje vršačka turistička poslovna zajednica ne može uticati, odnose se na nepredvidljiv razvoj tržišta (ekonomska situacija, nivo cena, trendovi u načinu korišćenja odmora, promene u preferencijama potrošača), tehnološki razvoj, promene konkurentske situacije u turističkim destinacijama, razvoj privrede, razvoj grana koje su povezane sa turizmom (saobraćaj, poljoprivreda, trgovina i dr.), rast zahteva klijenata, neophodnost poslovnog usklađivanja i td.

Na osnovu procene stanja i ankete o stavovima turističke poslovne zajednice opštine Vršac, ustanovljeno je da lokalna turistička mala i srednja preduzeća, preduzetničke radnje, porodična poljoprivredna gazdinstva, zadruge i udruženja koja se bave turizmom, posluju sa vrlo ograničenim resursima. Ovde se prevashodno misli na finansijske resurse, ali i sve druge resurse - znanje, radnu snagu, oprema i sl.

Anketom se utvrdilo i da su problemi koji su u vršačkim mikro i malim preduzećima, agencijama, preduzetničkim radnjama i porodičnim poljoprivrednim gazdinstvima odnose se na neefikasan menadžment, nedovoljna usklađenost sa zahtevima tražnje, neadekvatno upravljanje kvalitetom, neadekvatno definisane konkurentske strategije, promašene investicije, nedostatke u razvoju proizvoda i sl.

Iz svega navedenog može se zaključiti da su glavni problemi održivog razvoja turističke industrije opštine Vršac koje treba rešiti pored poboljšanja konkurentosti je i nedefinisanost koncepta kulturnog i vinskog turizma kao okosnice budućeg održivog razvoja turističke industrije opštine Vršac, nedefinisanost vršačke turističke teritorije i njena podela na turističke zone, nepostojanje brenda turističke destinacije, nemanje savremenog marketinga i inovativnih turističkih proizvoda za privlačenje turista, kao i nemanje uslova za ubrzani razvoj vršačke poslovne turističke zajednice.

Možemo da zaključimo da ključ uspeha vršačke turističke poslovne zajednice u

budućnosti treba da bude u razvoju ponuda sa originalnim inovativnim sadržajima, kroz primenu inovacija u poslovanju, što će poslovnoj zajednici povećati konkurentsku prednost, a takođe i povećati konkurentnu prednost vršačke turističke destinacije.

Turizam u Vršcu

<u><i>danas</i></u>	<u><i>sutra</i></u>
Nedovoljno poznata destinacija	Destinacija dobrog i zdravog života
U fazi razvijanja imidža grada	Kvalitetna promocija turističkog proizvoda
Nedostatak svesti o razvoju turizma	Rast prihoda od turizma
Neprepoznatljiv turistički proizvod	Održivost razvoja
Nizak nivo kvaliteta usluga	Izgrađen imidž grada
Nepotpuna institucionalna organizovanost	Kvalitetniji život lokalnog stanovništva
U fazi razvijanja biznis to biznis	Ekonomski i socijalni razvoj sela

Gore navedeno „sutra“ može se očekivati samo uz doslednu implementaciju Strategije razvoja turizma opštine Vršac te implementaciju strategija razvoja pojedinih lokaliteta, master planova, akcionih planova i drugih akata donesenih u skladu sa Strategijom razvoja turizma usvojenom na nivou AP Vojvodine.

Vršac može postati atraktivna turistička destinacija uz aktivan i kontinuiran rad svih subjekata na njegovom prostoru od državnih institucija do građanina kao pojedinca.

Strategija razvoja turizma treba da bude deo ukupnog i društvenog razvoja Vršca, budući da i druge privredne i društvene delatnosti i aktivnosti (obrazovanje, trgovina, saobraćaj i veze, zdravstvo, infrastruktura, preduzetništvo, zaštita okoline nevladini sektor idr.) imaju veliki uticaj na razvoj turizma. Mnoge međunarodne organizacije su u fazi implamentacije svojih projekata u razvoju turizma. Mnoge aktivnosti Evropske unije su usmerene na poboljšanje sektora iz oblasti turizma. Posebno se to odnosi na sektor Međunarodne zajednice za razvoj koja se trudi da uspostavi princip sprovođenja zajedničkih politika i aktivnosti koje podrazumevaju na visokom nivou i održivi rast i razvoj kao i poštovanje životne okoline koje mora biti ugrađeno u sve druge politike zajednice.

Stoga Ministarstvo trgovine i turizma koje ima ključnu ulogu u sprovođenju Strategije i koje je uglavnom nosilac aktivnosti u sprovođenju mera, treba da uskladi svoje aktivnosti sa aktivnostima svih Vladinih i nevladinih institucija i organa, međunarodnih organizacija, EU, te sa institucijama na lokalnom nivou koje se bave poslovima razvoja (kancelarija za lokalno-ekonomski razvoj).

Praćenje (monitoring) Strategije razvoja turizma predstavlja kontinuirano prikupljanje podataka o realizaciji pojedinih mera i projekata u okviru Strategije razvoja na osnovu unapred poznatog plana aktivnosti, koji uključuje njegovu vremensku i prostornu dimenziju i rezultate. Praćenje obezbeđuje Vladi, Ministarstvu trgovine i turizma ili drugim nadležnim institucijama da kontinuirano primaju povratne informacije o implementaciji programa i projekata, odnosno o rezultatima njihove implementacije. Omogućava da se na vreme identifikuju stvari ili potencijalni uspesi, odnosno problemi kako bi se sprovele neophodne izmene i prilagođavanja u toku njihove realizacije.

Ocena (evaluacija) Strategije razvoja predstavlja ocenjivanje njene efikasnosti u pogledu unapred definisanih strateških ciljeva i pojedinih mera. Preispituje se sadržaj pojedinih programa i aktivnosti putem kojih se realizuje celokupan plan i donose zaključci o uspešnosti njihove realizacije. Evaluacija analizira relevantnost (odnose li se ciljevi na stvarne potrebe), korist (kompatibilnost efekata sa stvarnim potrebama) i održivost (očekivanja vezana za dugoročne efekte).

Očekivani rezultati:

Stanje turizma u opštini Vršac u opštini nakon 2014.godine ,skladno strateškim opredeljenjima programima i merama, pored rasta prihoda i zaposlenosti definiše:

- Unapređen turistički položaj u odnosu na regionalno okruženje,
- Prihvaćen imidž grada kao sigurne destinacije,
- Vinski turizam i vino kao unapređen kvalitet, obim i struktura turističke ponude,
- Rastuću domaću tražnju,
- Rastuću inostranu tražnju,
- Turističku prepoznatljivost i organizovanost turizma na regionalnom nivou,
- Naglašeno učešće privatno-javnog sektora u turizmu,
- Unapređenu kadrovsku strukturu,
- Prepoznatljivu ponudu seoskog turizma,
- Prepoznatljivost institucija od važnosti kao centra gradskog turizma,
- Veći broj specijalizovanih turističkih proizvoda,
- Dovršen proces privatizacije turističkih i hotelskih preduzeća.

Iskustva razvijenih zemalja pokazala su da u institucionalnom smislu organizacija turizma na regionalnom nivou čini bitnu pretpostavku razvoja turizma, kako na nivou regije tako i pojedinih turističkih destinacija u regiji.

Organizovanje turističke regije je korisno u smislu: bolje strategije i taktike donošenja odluka, bolje raspodele resursa, sveobuhvatnijeg i racionalnijeg donošenja planova, racionalnijeg uvođenja mera podsticaja, bolje koordinacije rada turističkih organizacija opština, bolje promocije, uvođenje turističkog proizvoda regije i dr.

Ciljevi i zadaci turističke regije moraju biti kompitabilni sa ciljevima lokalne zajednice kao i Vršca grada u celini lider u Banatu Vršačka regija - Evropska regija.

Turizam zauzima važno mesto u velikom delu regije. Turizam i poljoprivreda su ujedno i dva strateška razvojna opredeljenja. Resursi od neprocenjivog značaja su vršačke planine koje su bogate turističkim potencijalima, ali nažalost malo iskorišćeni.

Potrebno je raditi na povećanju raznovrsnosti smeštajnih kapaciteta u skladu sa prirodnim ambijentom i ciljnim grupama (planinari, avanturisti, rekreativci).

- Urediti i markirati turističke staze na bregu.
- Restaurirati postojeće i podstaći izgradnju smeštajnih kapaciteta tipa bungalova, planinskih kućica i slično.
- Definirati programe avanturističkog turizma
- Uređenje i zaštita lovnih i ribolovnih područja
- Edukacija u pružanju usluga u seoskom turizmu

Puna valorizacija prirodnih vrednosti pretpostavka je razvoju turizma u rgiji, sa akcentom na vinski, kulturni, tranzitni, manifestacioni i seoski turizam.

Moderan ambijent kakav je u Vršcu omogućava stranom i domaćem gostu atraktivan odmor što je danas trend u modernom svetu. Razvoj seoskog turizma u mnogome se zasniva na bogatstvu i raznovrsnosti duhovnog i materijalnog stvaralaštva, gde do izražaja dolaze regionalne karakteristike.

Možemo da konstatujemo da je povećanje konkurentnosti i performansi turističke industrije opštine Vršac uslovljeno uspostavljanjem novog brenda, savremenog marketinga povezivanjem turističkih proizvoda i promovisanjem i afirmacijom opštine Vršac kao nove, poželjene, održive i privlačne turističke izletničke zone Beograda i Temišvara.

Ovim istraživanjima potvrđena je polazna hipoteza da turizam predstavlja razvojnu šansu destinacije (opštine Vršac), uključujući ga kao jednu od vodećih privrednih grana koja može znatno da doprinese povećanju prihoda opštine i njenom pozicioniranju na turističkom tržištu.

LITERATURA

DOMAĆA LITERATURA

1. Bakić O., Marketing u turizmu, Ekonomski fakultet, Beograd, 1993.
2. Bakić O., Marketing menadžment turističke destinacije, Čigoja štampa, Beograd, 1995.
3. Bakić O., Božić V., Gavrilović S., Lovreta S., Ristić Ž., Vračar D., Marketing uslužnih delatnosti, Ekonomski fakultet, Beograd, 1991.
4. Čačić K., Izbor kanala prodaje sa posebnim osvrtom na jugoslovenski turizam, NIŠRO Jugoštampa, Beograd, 1980.
5. Čačić K., Ekonomika turizma, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, 1992.
6. Čačić K., Poslovanje preduzeća u turizmu, ČIP štampa, Beograd, 1995.
7. Grupa autora, Upravljanje marketingom, Ekonomski fakultet, Beograd, 1982.
8. Milisavljević M., Marketing, Savremena administracija, Beograd, 1994.
9. Milisavljević M., Todorović, J., Strategijsko upravljanje, Ekonomski fakultet, Beograd, 1991.
10. Milisavljević M., Todorović, J., Marketingstrategija, Ekonomski fakultet, Beograd, 1991.
11. Milisavljević M., Senić R., Janošević S., Inovacije i tehnološka strategija preduzeća, Ekonomski fakultet, Beograd, 1993.
12. Zečević B., Kompjuterizovani rezervacioni sistemi u distribuciji turističkog proizvoda, magistarski rad, Ekonomski fakultet, Beograd, 1994.
13. Unković S., Ekonomika turizma, Savremena administracija, Beograd, 1992.
14. Unković S., Marketing organizatora putovanja, Savremena administracija, Beograd, 1980.
15. Unković S., Čačić K., Bakić O., Popesku J., Savremeni tokovi u turizmu, Ekonomski fakultet, Beograd, 1991.
16. Popesku J., Gajić J." Nove tendencije u marketingu - brendiranje gradova " Singidunum Revija 2009. vol6/no1, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.176
17. Đukić, V., Kulturni turizam, CLIO, Beograd, 2005, str.15
18. Unković, S., Zečević, B., " Ekonomika turizma " Beograd 2009, str.426
19. Maksin - Mičić, M. menadžment prirodnih i kulturnih resursa u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2009.str.30
20. Kališki M., Reprezentativna Kulturno Istorijska Baština Vršca, 2008.
21. Srbija, Nacionalna revija, specijalno izdanje, 2013.god.
22. Lokalna strategija razvoja Opštine Vršac, profil zajednice 2013.

STRANA LITERATURA

1. Hannagan T.J., Marketing for the non profit sector, MacMillan, London, 1992.
2. Heath E., Wal, G, Marketing Tourism Destination -A Strategic Planning Aproach, John Wiley and Sons, New York, 1992.

3. Hodgson A., The Travel and Tourism Industry - Strategies for the Future, Pergamon Press, London, 1987.
4. Holloway C., The Business of Tourism, Pitman, London, 1989.
5. Berry L.L., Shostack G.L. Upah D.G., Emerging Perspectives on services Marketing, AMA, New York, 1983.
6. Burkart A. J., Medlik S., Tourism: Past, present and future, Heinemann, London, 1981.
7. Cowell D., The Marketing of Services, Heinemann, London, 1987.
8. Davidson R., Tourism, Pitman, London, 1994.
9. Drucker P., Management in Turbulent times, Harper and Row Publisher, New York, 1980.
10. Foster D., Travel and Tourism Management, MacMillan, London, 1985.
11. Philip Kotler, Principles of Marketing, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1980
12. Kotler Ph., Upravljanje marketingom, I i II, Informator, Zagreb, 1988.
13. Kotler Ph., Principles of Marketing, Prentice-Hall, Inc, Englewood Cliffs, New Jersey, 1980.
14. Ries A., Trout, J., Marketing Warfare, McGraw-Hill, New York, 1986.
15. Teare R., Boer, A, Strategic Hospitality Management, CASSEL, London, 1991.
16. Wahab S., Crompen L., Rothfield L., Tourism Management, TIP. London, 1976.
17. Witt S.W.T., Brooke M.Z., Buckley, P.J., The Management of International Tourism, Unwin, London, 1991.
18. Witt S., Moutinho L, Tourism Marketing and Management Handbook, Prentice-Hall, London, 1989.

INTERNET IZVORI

23. www.muzejvrsac.org.rs
24. www.npsterija.rs
25. www.bibliotekavrsac.org.rs
26. www.kov.rs
27. www.kulcentar.com
28. www.to.vrsac.com
29. www.smatsaaviationacademy.rs
30. www.millennium.rs
31. ww.to.vrsac.com
32. www.vrsac.com