



УНИВЕРЗИТЕТ СИНГИДУМУ
ДЕПАРТМАН ЗА ПОСТДИПЛОМСЕ – МАСТЕР СТУДИЈЕ

- Смер : Пословни системи у туризму и хотелијерству -

Мастер рад

**Тема: Анализа пословања и маркетинг активности Гранд хотела & СПА
на Копаонику**

Ментор:

Проф.др Слободан Унковић

Студент:

Марина Неговановић

Број индекса: 405381/2010

Септембар 2013. године

Садржај:

У В О Д	3
Предмет истраживања	3
Полазне хипотезе	4
Методе истраживања	4
1. Карактеристике и туристичко-географски положај Копаоника	4
1.1. Саобраћајни и туристичко-географски положај	7
1.2. Рељеф	8
1.3. Геолошке особености	12
1.4. Клима као туристичка вредност	12
1.5. Хидролошке туристичке вредности	15
1.6. Биогеографске туристичке вредности	21
2. Национални парк “КОПАОНИК”	23
2.1. Основни режим заштите у Националном парку	24
2.2. Спортско-рекреативни садржај	26
3. Материјална база развоја туризма на Копаонику	31
3.1. Врсте туризма на Копаонику	33
3.2. Смештајни капацитети на Копаонику	42
3.3. Угоститељски капацитети	45
3.3.1. Промет туриста	46
4. Будући правци развоја туризма на Копаонику	50
4.1. Организациона структура	53
4.1.1. Кадрови као чинилац радног процеса	53
4.2. Угоститељски објекти- Пансионски ресторан Гранд	56
4.3. СПА и Велнес	56
4.4. Семинари и конгреси	57
4.5. Анализа маркетинг активности Гранд хотела	58
4.6. Туристички промет Гранд хотела & Спа на Копаонику	64
4.7. SWOT анализа туристичке понуде општине Копаоник	68
4.8 Основни концепт и кључни (стратешки) фактори успеха Смернице за концепт производа МК Моунтаин Ресорт Копаоник	73
ЗАКЉУЧАК	78
ЛИТЕРАТУРА	80

У В О Д

Основу развоја туризма у Србији чини богатство и разноврсност туристичких мотива. Посебан значај међу мотивским облицима туристичког промета има бањски туризам. Његов значај је додатно потенциран чињеницом да је у бањским местима највећи обим смештајних капацитета (31,4%), као и да се у њима оствари највећи број ноћења у Србији (30,9%).

У земљи Србији, која се дичи са више од 1000 изворишта топле и хладне минералне воде, богатством природних, минералних гасова и лековитим блатом, природне благодети у око 50 бања доступне су свакоме. По богатству понуде балнеолошких и туристичких садржаја предњаче Врњачка Бања, Сокобања, Нишка, Палић, Кањижа, Буковичка и Бања Ковиљача, Матарушка, Богутовачка, Селтерс, Врањска и Јошаничка, затим Пролом, Куршумлијска, Гамзиградска, Стари Сланкамен. За примат прве модерне бање у Србији боре се Врњачка и Сокобања.

Копаоник представља за Србију богатство непроцењиве вредности. Целином свог простора сместио се у јужном делу Србије. Пружајући се у правцу СЗ-ЈИ на дужини од око 80 км и са ширином од 40-60 км, Копаоник захвата површину од преко 2.750 км². У његовом суседству су нешто ниже планине: жељин 1.785 м, Гоч 1.543 м, и Столови 1.375 м, а клисуром Ибра предвођен је до планина Радосела 1.643 м и Голије 1.833 м. Копаоник припада окрузима Рашке и Крушевца, а планинске масиве дотиче седам општина.

Овај рад конципиран је тако да се после приказа туристичко-географских одлика Копаоничке туристичке регије и општих карактеристика бањског туризма у Србији, пажња посвећује бањском туризму саме регије. У том делу приказане су опште карактеристике копаоничких бања, материјална база и стање туристичког промета, комплементарни развој бањског и планинског туризма, развој бања у функцији равномернијег просторног развоја Копаоника, као и перспективе будућег развоја копаоничких бања.

Предмет истраживања

Теорија и пракса савременог развоја туризма показује да се у свету конципирају и реализују различити инструменти за управљање животном средином у условима развоја туризма у еколошки вредним и осетљивим просторима, посебно планинским. Полазећи од досадашњих искустава, у оквиру овог мастер рада ће се указати на основне правце и могућности развоја хотела Гранд на Копаонику.

Циљеви и задаци истраживања

Основни циљ овог истраживања јесте истраживање тренутног стања хотела Гранд на Копаонику, утврђивање главних фактора који утичу на долазак туриста, као и маркетинг

стратегија која може утицати на масовност, што треба да представи примарне очекиване резултате овог мастер рада.

Задаци би били представљени истраживањем специфичности свих аспеката екстерних који имају утицаја на туристичке активности; Анализом маркетинг активности; Анализом негативних ефеката везаних за изградњу и функционисање туристичког центра; Основним принципима контроле и управљања животном средином, као и предложеним решењима која би довела до побољшања квалитета услуге у хотелу.

Полазне хипотезе

Основна хипотеза од које се полази у овом изучавању јесте постојање директне повезаности маркетинг стратегије и повећања броја туриста. Друга хипотеза би била : како ускладити економски развој овог подручја и неопходност заштите животне средине, која је у све већој мери угрожена управо туристичким развојем. Оба ова питања су прилично комплексна, и одговор на њих је једино могућ комплетним сагледавањем свих резултата на основу методолошки предвиђених поступака.

Методе истраживања

Уз методе анализе и синтезе прикупљеног градивног материјала за потребе израде овог мастер рада, затим метода класификације, регионалне диференцијације геопростора и геосистемске анализе просторно-временских садржаја, прожетих еколошко-историјским, дијалектичко-материјалистичким и дијахроничним поступцима истраживања, покушаће се уобличавање интегралног приступа сагледавања стања и проблема животне средине и управљања процесима на посматраном простору.

Методи моделовања, софтверске подршке, анкете и интервјуа, уз неизбежни тзв. географско-еколошки метод, метод опсервације, теренског рекогносцирања, као и комплексан метод евалуације, свакако ће допринети егзактнијем формулисању теоријско-апликативне конструкције модела предмета истраживања.

1. Карактеристике и туристичко-географски положај Копаоника

Изузетно је важна чињеница да се само четрдесетак километара ваздушном линијом од Сувог рудишта, највишег дела Копаоника, налазе остаци старог Раса, престонице прве српске државе. Такође, на педесетак километара ваздушном линијом јужно од Сувог Рудишта, у косовској равници, одиграла се на Видовдан 1389. године велика Косовска битка.

Скоро на поједнаком одстојању североисточно од Сувог Рудишта лежи Крушевац, једна од престоница средњовековне Србије.¹

И сам Панчић, за кога је сваки корак по Копаонику био велики доживљај, рекао је да је то *“прекрасан крај Србије”*.

У бројним топонимима, расутим по планини, у њеној подгорини, народ је вековима указивао на замашно рударење и рудно благо па је тако давао имена појединим пределима Копаоника (Суво Рудиште, Сува Руда, Рудиште, Рудница, Рудине, Рударе, Сребрнац, Самоковка). Рудно благо је само један од врло разноликих природних ресурса. Има подручја на овој планини у којима су изразито сконцентрисани природни ресурси, односно природни потенцијали. Такав је нарочито Равни Копаоник, који се простира изнад 1.600 м н.в., на коме је дошло до окупљања низа делатности, временом толико испреплетаних да једна другој у многама сметају.

Реч је о рударској, шумарској, сточарској, туристичкој и војностратегијској делатности и о заштити природе.

Копаоник, такође, привлачи пажњу широке јавности неуобичајено честим и разорним земљотресима којих је, од 1980-1986. године, било 36 хиљада што јачих, што слабијих.

Имајући у виду тридесетогодишњи развојни процес као и чињеницу да је од самог почетка Република Србија активно учествовала на планском развоју овог подручја, покренута су три конвергентна смера развоја која нису једновременно започета, али која су директно утицала да стање које сада анализирамо буде њихов заједнички резултат.

Први смер развоја започет је 1964. године покретањем иницијативе за општи привредни развој са водећим развојним функцијама.

Други смер заштите и развоја започет је покретањем иницијативе за проглашење Националног парка Копаоник 1975. године.

Трећи смер - санација и обнова земљотресног подручја - започет је након земљотреса 1980. године.

Стварањем услова за улазак “Генералекспорта” на ово подручје, уз ангажовање његових сопствених средстава и кадрова на изградњи и стављању у функцију туристичког локалитета Суво Рудиште, уз тржишни пласман, створен је “имиџ” Копаоника, привлачан како за домаће, тако и за инострује. У периоду од 1980-1988. године Република, СО Рашка, СО Брус и “Генекс” оформили су заједничку фирму “Генекс-Копаоник” са свим надлежностима које Копаоник има за своје потребе.

Република је за спровођење програма санације и обнове земљотресом угроженог

¹ Илић С. (1984): Копаоник – могућности и перспективе развоја тузризма, Краљево, стр.15.

копаоничког подручја формирала Дирекцију, која је обављала овај посао до краја 1989. године, када је угашена.

Сада је за носиоца заштите и развоја, истина само за територију Националног парка, Република законом одредила предузеће за Национални парк Копаоник. Имајући у виду велики друштвени значај Копаоника, Српска академија наука и уметности је посветила посебну пажњу заштити, уређењу и коришћењу Копаоника. На скупу, који је Одбор Академије за Копаоник организовао маја 1988. године заједно са члановима Владе, представницима копаоничких општина, Завода за заштиту природе, Дирекције за санацију и обнову Копаоника и “Генекса“, разматрани су горе поменути проблеми и донети следећи закључци:²

- Обезбедити равнотежу у развоју високог дела Копаоника и поткопаоничких делова.
- Приоритет у улагању треба да имају:

- а) заштита природе, научних и културних вредности,
- б) туризам,
- в) изградња магистралних путева,
- г) развој сточарства,
- д) производња природне и чисте хране,
- ђ) изградња мини хидроелектрана,
- е) коришћење соларне енергије и биомаса и др.³

Академија се залаже за јединствени целовит републички пројекат који мора бити научно програмиран, организован и ефикасно извршен.

Туризам је релативно нов процес у географском простору у којем се нужно различито прелама појам животне средине. Деградирана животна средина са негативним елементима аерозагађености, буке и замора пресудно се одражава на настанак туристичких потреба. Туристичке потребе се управо и задовољавају изван места сталног боравка, у местима са здравом животном средином. Туристичка потреба је једна од ретких, ако не и једина, човекова потреба која се задовољава изван места сталног боравка. У истом смислу делује и култура као други важан чинилац у настанку туристичких потреба.⁴

Туризам је, међутим, постао масовна миграција коју нужно прате и штетне последице. Управо неконтролисане масовне туристичке миграције могу озбиљно да угрозе животну средину туристичких места и подручја. Та противуречност није ни једина нити је нова у трансформацији географске средине. ×овечанство не памти такве и толике привремене миграције становништва, какве се јављају на релацијама између индустријских градова и туристичких центара и регија и обрнуто. У зависности од врсте туризма, сезоничност кретања је јасно наглашена, што се подудара са временом највећег оптерећења саобраћајница и притиска на природне и антропогене туристичке вредности у чијем окриљу се разрешавају

² Илић С. (1984): Копаоник – могућности и перспективе развоја туизма, Краљево, стр.17.

³ Илић С. (1984): Копаоник – могућности и перспективе развоја туизма, Краљево, стр.18.

⁴ Љешевић М. (2005): Животна средина теорија и методологија истраживања, Институт за животну средину и ГИС,стр.56.

рекреативне и културне туристичке потребе. У циљу задовољења истих, стотине милиона људи учествују у туристичким кретањима, која су данас захватила читаво човечанство, а последица су промена услова и начина живота, односно жеље за упознавањем нових простора и активног одмора у здравој животној средини.

Копаоничка туристичка регија налази се у југозападном делу Србије, између реке Јошанице на северу, Ибра и Ситнице на западу, Лаба на југу и југоистоку и изворишним деловима Расине и Топлице на истоку (5, 2006). Доминантну улогу у регији има Копаоник, који се налази у мотивски веома богатом и хетерогеном окружењу (бање, манастири, средњевековна утврђења, мања градска насеља, реке...), што пружа могућности комбиновања различитих културно-рекреативних садржаја и стварања комплексне туристичке понуде.

1.1. Саобраћајни и туристичко-географски положај

Копаоничка туристичка регија налази се у југозападном делу Србије, између реке Јошанице на северу, Ибра и Ситнице на западу, Лаба на југу и југоистоку и изворишним деловима Расине и Топлице на истоку (5, 2006). Доминантну улогу у регији има Копаоник, који се налази у мотивски веома богатом и хетерогеном окружењу (бање, манастири, средњевековна утврђења, мања градска насеља, реке...), што пружа могућности комбиновања различитих културно-рекреативних садржаја и стварања комплексне туристичке понуде

Слика бр. 1 Пејзаж Копаоника



Извор: Туристичка организација Копаоника

Масив Копаоника захвата површину од 2758 км². Пружа се правцем северозапад-југоисток. Дужина му је 82,7 км, а ширина 63,5 км. Географско-саобраћајни положај Копаоника је веома повољан. Налази се у контакту са Ибарском магистралом, од које се од Биљановца одваја пут и води преко Јошаничке Бање до Сувог Рудишта у дужини од 37 км. Системом интерних и регионалних комуникација спојен је са путевима у долинама Јужне и Западне Мораве. Највећи значај има комуникација Појате-Крушевац-Брус-Брзеће-Копаоник која повезује Копаоник са ауто-путем Београд-Ниш. Копаоник тангира и железничка пруга Београд-Краљево-Скопље. Најближи аеродром налази се у Нишу. Од Београда, Копаоник је удаљен 270 км. Значајни туристички дисперзиви су Краљево, Крушевац, Крагујевац, Ниш, Приштина, Нови Пазар, а најзначајнији Београд, Војводина, Црна Гора (2, 1984).

У геолошкој грађи Копаоника најпространије су седиментне стене, а најстарије метаморфне. У недрима ове планине налазе се разноврсне руде. Иначе, по копању руде, још од давнина, Копаоник је и добио име. Високи делови планине били су током дилувијума изложени глацијацији. Туристима су приступачни цирк Крчмар (1850 м. н. в.) у изворишту Дубоке реке и безимени цирк.

1.2. Релјеф

Релјеф Копаоника је веома сложен, разноврстан и рашчлањен. У његовом геоморфолошком изгледу преовлађују заобљене форме, заравни и површи са којих се дижу планинска била, дубоке али не и кањонске долине. Северозападни део Копаоника испуњава зараван Равни Копаоник (1650-1800 м), једна од најпространијих заравни у Србији. Опкољавају га истакнути врхови: Панчићев врх (2017 м), Суво Рудиште (1976 м), Велики Караман (1936 м), Велика Гобелја (1934 м)... и превоји Јарам и Пајино Пресло. Северно и северозападно од Равног Копаоника, простире се Бањски Копаоник са врхом Вучак.⁵

Међу планинама Србије низом особености истиче се Копаоник, планина коју је од 1980.-1986. године потресло 36 хиљада турских удара, од којих је 4.350 било интензитета три степена Меркалијеве скале, 120 изнад пет степени, 19 преко седам степени и три са катастрофалним последицама. Сеизмичност Копаоника последица је постојања великих дубинских разлома Земљине коре, који су на територији наше земље означени као источни, централни, западни и северни. За Копаоник су значајна два дубинска разлома. Први је централни, који се пружа дуж Ибра, захватајући обе долине стране, првенствено западни стрми део Копаоника. Други је западни лоциран дуж источне подгорине Копаоника, испод сеоских насеља Брзеће и Блажево, која су тешко страдала од земљотреса (1.16-17).

Највиши и туристички најпривлачнији део Копаоника налази се у северном делу планине и познат је под називом Равни Копаоник. Представља високу и пространу флувио-денудациону површ, чији је највиши део Суво Рудиште са Панчићевим врхом (2017 м). Недалеко од овог издижу се врхови Караман (1934 м) и Гобелја (1934 м), који јасно

⁵ Божовић Б., Поповић С. (1986): Инжињерскогеолошке и хидрогеолошке карактеристике територије Националног парка Копаоник, за потребе израде просторног плана, Завод за хидрогеолошка и геотехничка истраживања, Београд, стр.14.

дочаравају пространство Равног Копаоника. Овај део Копаоника многи често поистовећују са овом планином, сужавајући јој границе, што је геолошки, тектонски и морфолошки неоправдано. У правцу југоистока Копаоник се сужава и одликује се знатном рашчлањеношћу рељефа, што је условљено дубоко усеченим долинама притока Ибра, Ситнице и Лаба. Висина главног планинског гребена најпре опада (×ардак 1590 м), а затим се повећава (шаторица 1750 м, Оштро копље 1789 м) да би се поврћем, уклопила у заталасану раван Малог Косова. У правцу северозапада, на главном планинском гребену истичу се врхови Кукавица (1726 м) и Вучак /1718 м). Још северније преко долине Јошанице, Копаоник се везује са жељином. Ка западу се, са највиших врхова и површи, стрмо спушта ка кориту Ибра, дајући долини ове реке клисураст изглед. Према истоку висина рељефа поступно опада, те је границу Копаоника овде најтеже одредити. Планински врхови Неграће (1350 м), Голеш (1152 м), Оштра чука (1262 м) и Модљика (1318 м), најистуренији су према истоку.

За Копаоник је карактеристично да највећи део планине има надморску висину од 500 до 1000 м, као и то да се знатна површина налази у појасу између 1000 и 1500 м. То су висине које омогућавају више врста туристичких кретања, како у летњој тако и у зимској половини године. Лако су приступачне и погодне за изградњу рецептивних објеката. До изохипсе од 1900 м на Копаонику се налази 2.660 ,3 м² или 96,4 % његове територије, што значи да је реч о планинском простору средње висине, изванредно погодном за туристичку валоризацију.

Климатски и морфолошки, Копаоник је предодређен за зимско-спортски туристички центар Србије. У односу на остале високе планине у Републици, Копаоник је у предности са својим повољним положајем према најпознатијим подручјима домаће туристичке тражње (Војводина, Београд) и према најважнијим саобраћајним токовима у долинама Ибра, Западне и Јужне Мораве. Осим Београда и Војводине као главних изворишта тражње у високопланинском туризму, нису од мањег значаја и градови средње величине као што су Ниш, Приштина, Крагујевац, Краљево или Лесковац и Крушевац. Уосталом, због својих предности и могућности у развоју зимско-спортског туризма Копаонику гравитира подручје Републике у целини.⁶

Национална и међународна туристичка вредност Копаоника не проистичу само из његове водеће улоге у зимско-спортском туризму, већ томе доприноси и близина железничке пруге у долини Ибра и аеродрома у Приштини. И нешто удаљенији аутопут у долини Велике и Јужне Мораве, такође, може се оценити као повољна чињеница, а пре свега кад је реч о Грчкој, као све интересантнијем тржишту за туризам у Србији. И на југословенском и на међународном тржишту, Копаоник ће ући у конкуренцију већег броја зимско-туристичких центара у фази промоције. Копаоник ће бити интересантан као нова дестинација, а затим ће одлучивати нагиби његових скијашких стаза, дужина и квалитет снежног покривача, али и комплетна туристичка услуга.

Својим највишим врхом од 2017 м Копаоник се уврстио у високе планине Југославије.

⁶ Божовић Б., Поповић С. (1986): Инжињерскогеолошке и хидрогеолошке карактеристике територије Националног парка Копаоник, за потребе израде просторног плана, Завод за хидрогеолошка и геотехничка истраживања, Београд, стр.16.

У Србији постоје виши врхови (Проклетије и Стара планина), али је Копаоник у предности због:

- а) своје централне позиције,
- б) због своје историјске улоге и
- в) због окружења веома богатог туристичким мотивима.⁷

Поред Ибра, чији слив захвата око 60% површине Копаоника, на овој планини и у њеном подножју, развило се још неколико река. На северу се истиче Јошаница, чија је укупна површина слива 261 м², од чега је у границама Копаоника 173 км², или 66%. Јошаница одводњава у Ибар северне делове Копаоника и југоисточне делове жељина.

Чињеница је да на Копаонику нема већих речних токова, да је планина сиромашна јачим изворима и врелима и да се термоминералне воде јављају само на неколико локалитета, те нису условиле интензивнији развој бањског туризма, који може бити изванредно комплементаран планинском туризму.

Јошаничка, Луковска и Куршумлијска бања, без обзира на дугу традицију и потврђене резултате у лечењу, превенцији и рехабилитацији оболелих, нису посебно уважаване у досадашњим плановима развоја туризма на Копаонику. Чини се да се проблему туристичке валоризације Копаоника пришло једнострано, уз јасно фаворизовање услова за развој зимских спортова. Остали природни ресурси, као изванредна основа за развој више врста туризма, нису довољно изучени ни опремљени за туристичке потребе. Овакво стање је неоправдао и јасно се одражава на сажимање туристичких функција Копаоника и сиромаштво његове туристичке понуде на домаћем и иностраном тржишту.

Богатство и разноврсност термоминералних извора у његовој подгорини, уз дугу традицију бањског лечења и постојећу материјалну и кадровску базу, мора се уважавати као значајан елемент будућег развоја туризма. Наравно, бањски туристички промет и лечилишну функцију балнеолошких центара не треба у потпуности изједначавати са туристичком, јер је туристичка знатно шира и пружа могућност ефикаснијег привређивања током целе године. Термоминералне воде Копаоника могуће је више него до сада користити за лечење одређених болести, повреда и поремећаја, али и за туристику рекреацију, превентиву и психохоспитални опоравак. Уз то, са високим температурама воде, неки извори представљају значајан енергетски потенцијал за загревање просторија, те се и са тог аспекта термоминерални извори на Копаонику морају уважавати.⁸

За разлику од туристичко-угоститељских објеката и спортских терена лоцираних на

⁷ Илић С. (1984): Копаоник – могућности и перспективе развоја туризма, Краљево, стр.18.

⁸ Божовић Б., Поповић С. (1986): Инжињерскогеолошке и хидрогеолошке карактеристике територије Националног парка Копаоник, за потребе израде просторног плана, Завод за хидрогеолошка и геотехничка истраживања, Београд, стр.21.

највишем делу Копаоника, где прети опасност претеране урбанизације и девастирања простора, потребно је формирати поливалентне туристичке центре у Јошаничкој Бањи.

Табела бр. 1: Хипсометрија рељефа Копаоника

Nadmorska visina	Površina		Nadmorska visina u m	Površina	
	km ²	%		km ²	%
300-400	76,7	2,78	400	76,7	2,78
400-500	182,9	6,63	500	259,6	9,41
500-600	375,8	13,63	600	636,4	25,04
600-700	429,7	15,58	700	1.065,1	38,61
700-800	366,9	13,30	800	1.432,0	51,95
800-900	306,9	11,13	900	1.738,9	63,04
900-1.000	257,0	9,32	1.000	1.995,9	72,36
1.000-1.100	222,0	8,05	1.100	2.217,9	80,41
1.100-1.200	178,3	6,46	1.200	2.396,2	86,87
1.200-1.300	121,9	4,42	1.300	2.518,1	91,26
1.300-1.400	77,2	2,80	1.400	2.595,3	94,06
1.400-1.500	65,0	2,35	1.500	2.660,3	96,46
1.500-1.600	51,1	1,85	1.600	2.714,4	98,30
1.600-1.700	26,2	0,95	1.700	2.757,6	99,25
1.700-1.800	11,4	0,42	1.800	2.749,0	99,66
1.800-1.900	6,7	0,24	1.900	2.755,7	99,90
1.900-2.017	2,3	0,09	2.017	2.758,0	100,00

Извор: Туристичка организација Копаоника, 2012 год.

На основу горње табеле уочава се да Копаоник не представља високу планину јер се на основу хипсометрије лако закључује да је чак 91,26% површине Копаоника до висине 1300 м. Највиши делови планине, од 1900 м до највишег Панчићевог врха на 2017 м, заузимају свега 2,3 км² или 0,09 % од укупне површине. На “Равном Копаонику“, где су смештени сви туристички и смештајни капацитети нису изражене значајније хипсометријске рашчлањености, тако да тај део планине заузима површину од неких 1% укупне површине Копаоника.

Хоризонтална и вертикална рашчлањеност рељефа Копаоника није посебно наглашена. Речне терасе, подови и дубоке клисуре и кањони на Копаонику су мање изражени него на Дурмитору и Проклетијама, а слични су онима на Старој планини, али бројнији и разноврснији него на Тари, Златару и Златибору.

Стање ерозије на знатним деловима Копаоника је ограничавајући фактор развоја туризма. Велика равна на централном Копаонику покривена је дебелим слојем гранодиоритског труса, кога је само локални карактер рељефа сачувао од ерозије, јер је његова кохерентност минимална. На другим, стрмијим местима, где је такође дошло до распадања градодиоритета и формирања труса, он је највећим делом потпуно еродира, јер му стрме долине стране, са оскудном вегетацијом нису пружиле потребне услове да се одржи. Кристалисти шкриљци су у највећем делу у интензивном распадању, које је захватило и њихове дубље слојеве.⁹

⁹ Илић С. (1984): Копаоник – могућности и перспективе развоја туризма, Краљево, стр.18.

1.3. Геолошке особености

Природа као туристичка вредност се огледа кроз низ карактеристика: геоморфолошких, климатских, хидролошких и биогеографских.

Геоморфолошке особине су резултат процеса набирања, издизања, вулканских излива, сеизмизма, флувијалне ерозије и глацијације. Оне су утицале да Копаоник представља самосталну туристичку вредност. Копаоничка област је сложене геолошке грађе, представљена у облику велике антиклинале меридијанског правца пружања. Састоји се од различитих стена које су биле под утицајем унутрашњих и спољашњих сила од старијег палеозоику, па до халоцена. За старији палеозоик везано је постојање формације шкриљаца на источним падинама Копаоника, затим у долинама Јошаничке реке, у долини Ибра код Трепче и ушћа Церањске реке. Преко шкриљаца на источним падинама жељина, око Хладних извора и Бзенице су доломити и кречњаци. У зезозоику су битни серпентинисани перидотити и изливи дијабаза. Код Лепосавића, у долини Ибра, налази се један од најпространијих дијабазних излива. Знатне су и формације кречњака и флиша.

Североисточни део Копаоника носи назив Кршеви јер је кршевит и огољен, као и гребен Кукавица, а на јужним падинама Сребрнца и у источном подножју Гобелје су образоване литице и камените стране. Тако су долине Дубоке, Брзећке и Гобелјске реке тешко проходне, а долина Јошанице је клисураста на целој дужини. Зараван је добила назив Равни Копаоник и са површином од 163,5 км² туристички је најатрактивнија и највалоризованија. Овакав рељф Копаоника је битан за развој зимских спортова и планинарење. У западном делу су терени за планинарење, а са Равног Копаоника полазе све стазе за алпско и нордијско скијање. На падинама већих нагиба и знатних дужина упражњавају се алпске дисциплине (спуст, слалом, велеслалом), а терасе, подови и флувио-денудационе површи се користе за нордијске дисциплине (трчање на скијама, штафетно трчање, бијатлон). Блаже падине се користе за школу скијања, почетнике и рекреативце.¹⁰

1.4. Клима као туристичка вредност

Зимска сезона на Копаонику је одређена климом и дебљином снежног покривача, а везује се за температуре ваздуха испод 0С° и снежни покривач изнад 20 цм. Копаоник је сунчава и снеговита планина. Према Кепеновој класификацији климата припада санџачкој варијанти умерено топлог и влажног климата, падавине су равномерно расподељене током целе године.¹¹

¹⁰ Љешевић М. (2005): Животна средина теорија и методологија истраживања, Институт за животну средину и ГИС, стр.51.

¹¹ Смаилагић Ј. (1995): *Клима Копаоника*, РХМЗС, Београд, стр.59.

За климу су битни следећи климатски фактори: географски положај, правац пружања планине, надморска висина, а не смемо занемарити и значај биљног покривача. Капаоник се налази у југозападном делу Србије, па припада континенталном климату који је под јаким утицајем средњоевропске континенталне климе. Преко копаоничких венаца, приближно меридијанског пружања повремено прелазе ваздушне масе из јужног и југозападног правца. При спуштању на сурпотну страну, крајем зиме и почетком пролећа, оне се адијабатски загревају, добијајући фенске особине. Последица тога је нагло топљење снежног покривача и бујање токова и реке са поплавама. Фен смо регистровали као карактеристичан за поднебље Јошаничке Бање и Куршумлијске Бање, мада је присутан и у осталим местима у североисточној подгорини планине. Трећи фактор климе је надморска висина. Најнижа тачка Копаоника је на ушћу Сувог дола у Топлицу на око 290 м н.в. а највиша је Панчићев врх 2017 м. Висинска разлика износи 1727 м. Ако знамо да се по просечном термичком градијенту на сваких 100 м температура мења за 0,60 С°, онда се температура између најниже и највише тачке на Копаонику разликује за 10,40 С°. На планини не може да влада један климатски тип.¹²

Табела 2: Климатски типови на Копаонику

Тип климе	Висински појас у (м)
Низијска клима	до 300
Клима малих висина	300-600
Субалпска клима	600-1200
Алпска клима	од 1200

Велики утицај на климу има биљни покривач. Добра пошумљеност Копаоника повећава влажност ваздуха, ублажује јачину ветрова, смањује температурне амплитуде и непрекидно даје свеж и чист ваздух.

У копаоничкој области температуре ваздуха опадају са порастом надморске висине просечно 0,560 Ц на сваком 100 м н.в. На висини од 1710 м средња јануарска температура је - 5,20 Ц, па можемо говорити да је клим аКопаоника релативно пријатна. Јануар је најхладнији месец. Негативне месечне температуре на Равном Копаонику имају још децембар, фебруар и март, а на Панчићевом врху негативне месечне температуре су пола године, од новембра до априла. јули је најтоплији месец, а на врху август. Према годишњим добима средње температуре су следеће:

- средња зимска се креће око -0,60 С на Панчићевом врху,
- пролећне температуре су од јесењих ниже за 40 С,
- средње летње температуре су око 9,60 С.¹³

¹² Божовић Б., Поповић С. (1986): Инжињерскогеолошке и хидрогеолошке карактеристике територије Националног парка Копаоник, за потребе израде просторног плана, Завод за хидрогеолошка и геотехничка истраживања, Београд, стр.23.

Наравно, идући према подножју ове температуре су знатно веће, па је у Куршумлији, на пример, средња јануарска температура 1,10 С, а средња јулска температура 20,40 С. Температуре између 150 и 200 С се сматрају најпријатнијим за боравак људи у природној средини. На Копаонику су дани са тим температурама веома ретки од маја до октобра, а и период када је средња дневна температура између 100 и 150 С је релативно кратак. Ти су дани од 13. јуна до 8. септембра и најпогоднији су за излетничка кретања. Од 7. маја до 13. октобра средње дневне температуре су између 50 и 100 С. Права спортско-рекреативна функција Копаоника долази до изражаја просечно 139 дана када су на Копаонику негативне средње дневне температуре које погодују појави и одржавању снежног покривача.

Падавине се на Копаонику излучују у виду кише и снега. Просечна количина падавина је 1010 мм. Укупна сума падавина опада од севера ка југу и од истока ка западу. Највише је кишних дана на Равном Копаонику, 109, а најмање у јужној подгорини, у Приштини 74.

Када је снег у питању, он на Копаонику почиње да пада у просеку већ 6. октобра, а задржава се до 26. маја, што значи да период са снегом износи 233 дана. Забележени су и екстремни случајеви када је на Копаонику пао снег у јулу 1955. и августу 1981. године. За туризам и зимско-спортску туристичку функцију Копаоника снег је најбитнији од свих климатских карактеристика. Нарочито је битна дужина трајања снега и висина снежног покривача. Снежни покривач улепшава ову планину просечно око 212 дана, а просечна битна дужина трајања снега и висина снга и висина снежног покривача. Снежни покривач улепшава ову планину просечно око 212 дана, а просечна максимална висина му је 128 цм. Зато зимска сезона на Копаонику може да траје четири и по до пет и по месеци годишње.¹⁴

Табела 3. Основни климатски показатељи Копаоника

Рок.	Ј	Ф	М	А	М	Ј	Ј	А	С	О	Н	Д	Год.
ТВ	-6,5	-5,3	-2,6	1,2	6,7	10,3	12,7	12,7	9,2	4,6	0,2	-4,0	3,3
ПА	45	52	737	52	106	122	76	50	58	68	66	70	802
IV	82	92	118	141	161	170	242	241	195	137	90	73	174
РВ	94	92	85	79	83	79	75	73	79	88	91	95	84
ОВ	7,0	7,0	6,9	6,6	6,8	6,2	4,8	4,2	4,9	5,5	6,7	7,4	6,2
ЦП	31	28	31	21	6				1	6	11	26	160

Извор: Туристичка организација Копаоника, 2012 год.

ТВ= Температура ваздуха у ОЦ,

ПА = Падавине у мм, ИН= Инсолација у сатима,

РВ= Релативна влажност у %

ОБ= Облачност у десетинама покривености неба,

СП= Снежни покривач изнад 1 цм у данима

¹⁴ Илић С. (1984): Копаоник – могућности и перспективе развоја туризма, Краљево, стр.22.

Као модификатори климе јављају се и ветрови, јер они утичу на температуру ваздуха, облачност и падавине. Обзиром на правац пружања планине, на Копаонику дувају ветрови из различитих правца, а одликују се релативно великом јачином од 2,2 до 2,5 бофора.

Релативна влажност са температуром ствара у човеку осећај пријатне топлоте и хладноће, па је веома битна у туристичкој понуди. Међутим, најбољи осећај у организму човека је при релативној влажности од 60-65% и температури ваздуха изнад 180 С. Таква стања су на Копаонику ретка. Могу се очекивати једино у августу око поподневних часова. Месечне вредности релативне влажности су за 5 до 13% веће него у подножју. Разлози за то су ниже температуре, веће количине падавина и обиље биљног покривача.¹⁵

1.5. Хидролошке туристичке вредности

Копаоник има густу речну мрежу, али није извориште великих река. Једина већа река је Ибар, који тече с југа ка северу. Без обзира што извире под Хајлом, већим делом тече дуж западне подгорине Копаоника и прима велики број притока са његових највиших делова. Тако одводњава 60% површине. Долина Ибра је саобраћајно повезана са највишим деловима ове планине. Температура воде у реци у току лета прелази 180 С и са одговарајућом температуром ваздуха омогућује купање. По протицају, слаповима и брзацима и туристички интересантним локалитетима, може бити комплементаран планинском туризму у летњој сезони. Међутим, ограничавајући фактор за планирање у том правцу је велика загађеност реке. Ибар је скоро увек река 3. класе.¹⁶

Северне делове Копаоника и југоисточне делове жељина одводњава Ибар преко притоке Јошанице, дуге 31 км. Одликује се клисурастом долином и водом која припада 1. класи, па се може користити за све потребе становништва и туриста. Има топлу воду због термоминералних извора Јошаничке бање. Долином обе реке води пут од Биљановца преко Јошаничке бање до Равног Копаоника, па је тиме истакнута њена туристичка функција. Код Косовксе Митровице прима Ситницу, која са Лабом одводњава јужни део Копаоника. Због загађености воде у доњем току као и због великих амплитуд водостаја и протицаја ове реке немају значаја за водоснабдевање, а ни за рекреацију и туризам. Источне и североисточне делове Копаоника одводњавају Топлица, Расина и Луковска река, изворишни крај Топлице и Грашевска, Брзећка и Бела река, притоке Расине. На Равном Копаонику највећа је река Самоковка. Карактеристична је Циганска река јер је понорница. Извире на североисточној падини Гобеље, тече до Великог стења, а онда понире. Површинске воде на Копаонику су толико чисте да се могу употребљавати за пиће.¹⁷

Термоминералне воде

¹⁵ Смаилагић Ј. (1995): Клима Копаоника, РХМЗС, Београд, стр.34.

¹⁶ Илић С. (1984): Копаоник – могућности и перспективе развоја туризма, Краљево, стр.32.

¹⁷ Љешевић М. (2005): Животна средина теорија и методологија истраживања, Институт за животну средину и ГИС, стр.58.

Сложен тектонски склоп Копаноника и његова разноврсна геолошка грађа, уз постојање дубинских разлома, условили су појаву термоминералних извора. Они су условили постанак бањских лечилишта и туристичких средишта локалног значаја. То су Јошаничка, Луковска и Пролом бања.

Јошаничка бања се налази у долини Јошаничке реке, 10 км даље од њеног ушћа у Ибар. Термоминерални извори су на надморској висини од 550 м, те се по томе Јошаничка бања убраја унајвише у Србији. Лековиту воду Јошаничке бање први су користили Турци у 14. веку, иако су извори били познати и знатно раније. прво купатило изграђено је у 18. веку, али је касније више пута проширивано “Ново купатило” потиче из 1935. године, када је бањски комплекс проширен и уређен. Број посетилаца 1975. године био је око 3.500 (11,143). Од тада до данас, без обзира на интензиван развој туризма на Копанонику, број бањских гостију се није битније повећао, иако су балнеолошке вредности воде (и климе) Јошаничке бање велике. “Испитивања су показала да вода из бање Јошанице има температуру 800 Ц, тврдоћу 4,17 д, pH 8,0 и минерализацију 0,32 гр/л. У поређењу са осталим бањским водама Србије, које смо до сада испитивали, може се рећи да је вода Јошаничке бање високе температуре, (од ње у Србији већу температуру има само Врњачка бања повећаног је pH и ниске минерализације”. Поред високе температуре, која јој даје посебну вредност, вода Јошаничке бање садржи радиоактивне елементе радона, урана и радијума. Истиче се и присуство волфрама, који се ретко среће у бањским водама Србије.¹⁸

Слично је и са траговима молибдена и ванадијума. Вода је слабо алкална, те се може користити за смањивање киселине у организму. Терапијску вредност воде повећава садржај магнезијума, калијума, литијума, рубидијума, цезијума, баријума, бакра, стронцијума, фосфора и мангана. По хемизму вода Јошаничке бање је слична лековитим водама бања шумадијског типа. По начину постанка вода је јувенилна, на шта јасно указује висока температура. Могуће је да у околини Јошаничке бање постоје колектори високоминерализоване воде, високог степена лековитости, те су неопходна даља истраживања.

Поред главног извора, који се одликује водом ивске температуре и представља једну од најистакнутијих хипертерми у Србији, у Јошаничкој бањи, топла вода се појављује на још четири извора, чија је температура између 36 и 750 Ц. Највећи део воде неискоришћен отиче у Јошаничку реку. Вода каптираног извора се расхлађује и користи за лечење реуматичних обољења, повреда костију, мишића, лумбага, ишијаса и екцема.

¹⁸ Љешевић М. (2005): Животна средина теорија и методологија истраживања, Институт за животну средину и ГИС, стр.61.

Табела 4: Садржај елемената у води Јошаничке бање (мг/литар)

Врста	Количина	Врста	Количина
CO ²	72	CO ₂	0,0
HCO	48	O ₂	2,10
SO ₄	20	H ₂ S	1,60
Cl	17	N ₂	5,20
Ca ²	2	CH ₄	0,00
Mg ²	5	Li	0,058
Na	55,2	Cs	0,027
K	1,2	Rb	0,016
OH	0,0	Sr	0,03
NO ₃	0,0	Ba	0,003
NO ₂	0,0	Al	0,027
HPO ₄	0,2	Fe	0,007
HAsO ₄	0,0	W	0,032
F	4,8	Cr	0,0006
Br	0,0	Mn	0,0003
J	0,0	Zn	0,00
Fe ³	0,1	Sb	0,00
Fe ²	0,0	Sn	0,00
NH ₄	0,1	Cd	0,00
SiO ₂	65	Cu	0,0008
HVO ₂	5,0	Mo	0,0027
Fe ₂ O ₃	0,15	Ag	0,0003
Al ₂ O ₃	0,18	V	0,0009

Извор: Туристичка организација Копаоника, 2012 год.

Луковска бања се налази у долини Луковске реке, чији је слив развијен на јужним падинама Копаоника. Надморска висина Луковске бање је 700 м, те се по томе убраја у ред првих у Југославији. Већу надморску висину има само Дебарска бања у Македонији. То значи, да је реч и о климатском месту, утолико пре што је околина сачувала изворну природу и нема индустријских објеката. Трагови материјалне културе указују да су лековиту воду користили римски легионари који су били стационирани у Горњој бањи. Средњовековно утврђење, као и околна рудишта, потврђују дуг континуитет Луковске бање, која се по лековитости воде прочула после Првог светског рата. Прво савремено купатило изграђено је 1952. године. Годишњи промет гостију премашује 2.500, што је далеко испод стварних терапијских вредности воде и пелоида. Запажени резултати се постижу код лечења реуматичних обољења и неуроза.¹⁹

Посебна одлика Луковске бање је постојање великог броја извора различите температуре и хемијског састава, што омогућује примену код лечења више врста обољења. Извора чија је температура изнад 380 С има 24. Извора са температуром воде између 20 и 380 С има 6. Уз ове, постоји и један извор хладне минералне воде. Због бројних извора Луковска бања представља један од најбогатијих бањских центара у Србији, јер се укупна издашност

¹⁹ Љешевић М. (2005): Животна средина теорија и методологија истраживања, Институт за животну средину и ГИС, стр.56.

извора процењује на 100 литара у секунди. Истраживања која су обављена 1980. године дала су добре резултате. Из четири бушотине појавила се минерална вода температуре 61 до 650 С.

За термоминералне изворе Луковске бање карактеристична је pH вредност од 6,7 до 6,8, тврдоћа од 22 до 37 д и минерализација од 1,55 до 1,74 гр/л. Вода се одликује високим садржајем калцијума, калцијум бикарбоната, магнезијума, натријума, калијума, силицијумоксида, карбоната, азота, стронцијума, хрома и мангана.

Лековита својства воде Луковске бање условљена су присуством калијума, литијума, рубидијума, цезијума, строцијума, кобалта и фосфора. По генези вода Луковске бање припада вулканском типу, али су за јаснију диференцијацију потребна детаљнија истраживања. Она морају обухватити како хемијске особине воде, тако њена терапијска својства, односно индикације и контраиндикације код лечења одговарајућих болести.

Табела 5: Хемијски састав воде три извора Луковске бање ((мг/литар)

Врста	Количина	Врста	Количина
ОН	0,00	Al ₂ O ₃	0,05-0,08
CO ₂	0,00	CO ₂	212-396
HCO ₃	976-1067,5	O ₂	2,70-9,20
SO ₄	70-175,0	H ₂ S	0,27-0,30
Cl	35-71,0	N ₂	5,20-16,20
NO ₃	3,4-4,1	CH ₄	0,0-0,14
NO ₂	0,01	Rb	0,003-0,010
HPO ₄	0,30-1,6	Zn	0,005-0,485
F	0,20-3,8	Cs	0,042-0,080
Br	0,05-0,07	Ba	0,002-0,030
J	0,0-0,06	Sr	0,530-0,890
Ca ²⁺	110-128	Mn	0,041-0,072
Mg ²⁺	30-89	Ti	0,002-0,008
Li	0,095-0,43	Ni	0,001
Rb	0,027-0,043	Co	0,001
Na	140-322	Cu	0,066-0,008
K	7,2-13,6	Mo	0,001-0,003
Fe ³⁺	0,1-1,5	V	0,001
Fe ²⁺	0,3	W	0,001-0,0002
NH ₄	0,1-0,6	Cr	0,010-0,024
SiO ₂	35-60	Sb	0,0002-0,0007
HBO ₂	10-40	Ag	0,0001-0,0500
Fe ₂ O ₃	0,75-2,7	Sn	0,0001-0,0003
HAsO ₄	0,18-0,8	Cd	0,0001-0,0003

Извор: Туристичка организација Копаоника, 2012 год.

Куршумлијска бања се налази у југоисточној подгорини Копаоника, односно, његовог дела познатог под називом Самоков. Надморска висина бање је 440 м, удаљеност од Куршумлија 11 км. Мала котлина Куршумлијске бање тектонски је предиспонирана групом раседа. Један од њих условио је избијање термоминералне воде. Каптираних и некаптираних извора има више. Њихова темпертура је 33 до 620 Ц. Куршумлијска бања припада алкално-сумпоровитим хомеотермама и хипертемама. У води има највише натријум-карбоната, угљен-диоксида и сумпор-водоника. Као лековите компоненте хемијског састава воде Куршумлијске бање истичу се калијум, литијум, рубидијум, цезијум, стронцијум, кобалт и фосфор. Терапија се обавља пијењем воде, купањем и блатним облогама. Примењују се савремене методе бањског лечења: балнео терапија, физикална терапија, хидро терапија, кинези терапија, електро терапија, таласо терапија, масажа, термо терапија и медикаментоза. Најбољи резултати постижу се у лечењу стања после реуматске грознице, хроничног реуматизма, екстра екстрикуларног реуматизма, спондилозе, последица повреда костију и мишића, болести бубрега, гинеколошких поремећаја и стерилитета. Медицинску службу обавља Завод за превенцију, лечење и рехабилитацију психосоматских, геинеколошких и бубрежних болести.

Приликом грађевинских радова у Куршумлијској бањи откривени су трагови купатила, метални новац и надгробни споменици из доба владавине Римљана. То указује на дугу традицију бањског лечења. Термоминерални извори су коришћени и у средњем веку, али су у доба владавине Турака дуго били запуштени. Крајем 19. века у бањи је постојало само неколико дрвених барака. Између два светска рата гради се неколико мањих објеката. Детаљније уређење почиње 1950. године изградњом купатила за блатне облоге. Временом су изграђени и други објекти, међу којима се истичу хотел “жубор“ са 230 лежајева и вила “Милица“ са 50 лежајева.

Табела 6. Хемијски састав воде главног извора Куршумлијске бање (мг/литар)

Врста	Количина	Врста	Количина
ОН	0,0	O2	8,60
CO2	0,0	H2S	0,20
HCO3	2196,0	N2	17,70
SO4	5,0	CH4	0,00
C1	35,0	Li	2,520
NO3	23,5	Rb	0,098
NO2	0,01	Cs	0,112
PHO4	0,10	Ba	0,010
HAsO4	0,01	Sr	1,175
F	4,0	Mn	0,037
Br	0,5	Ti	0,007
J	0,02	Ni	0,001
Ca2	30,0	Co	0,001
Mg2	30,0	Cu	0,024
Na	770,5	Pb	0,024
K	34,0	Zn	0,012
Fe3	0,2	Mo	0,001
Fe2	0,0	V	0,001
NH4	0,1	W	0,0002
SiO2	100,0	Cr	0,012
HBO2	70,0	Sb	0,0002
Fe2O3	0,30	Ag	0,0002
Al2O3	0,10	Sn	0,0002
CO2	330,0	Cd	0,0002

Извор: Туристичка организација Копаоника

Јошаничка, Луковска и Куршумлијска бања, без обзира на дугу традицију и потврђене резултате у лечењу, превенцији и рехабилитацији оболелих, нису посебно уважаване у досадашњим плановима развоја туризма на Копаонику. ×ини се да се проблему туристичке валоризације Копаоника пришло једнострано, уз јасно фаворизовање услова за развој зимских спортова. Остали природни ресурси, као изванредна основа за развој више врста туризма, нису довољно изучени ни опремљени за туристичке потребе. Овакво стање је неоправдано и јасно се одражава на сажимање туристичких функција Копаоника и сиромаштво његове туристичке понуде на домаћем и иностраном тржишту.

Богатство и разноврсност термоминералних извора на Копаонику и у његовој подгорини, уз дугу традицију бањског лечења и постојећу материјалну и кадровску базу, мора се уважавати као значајан елемент будућег развоја туризма. Наравно, бањски туристички промет и лечилишну функцију блнеолошких центара не треба у потпуности изједначавати са туристичком, јер је туристичка знатно шира и пружа могућност ефикаснијег привређивања током целе године. Термоминералне воде Копаоника могуће је више него до сада користити за лечење одређених болести, повреда и поремећаја, али и за туристичку

рекреацију, превентиву и постхоспитални опоравак. Уз то, са високим температурама воде неки извори представљају значајан енергетски потенцијал за загревање просторија, те се и са тог аспекта термоминерални извори на Копаонику морају уважавати.²⁰

За разлику од туристичко-угоститељских објеката и спортских терена лоцираних у највишем делу Копаоника, где прети опасност од претеране урбанизације и девастирања простора, потребно је формирати поливалентне туристичке центре у Јошаничкој, Луковској и Куршумлијског бањи. Све три бање су релативно лако приступачне и уз бољу саобраћајну повезаност са највишим врховима Копаоника могу бити значајни рецептивни центри туристичке клијентеле, како за време лета, тако и за време зимско-спортске туристичке сезоне. Ефекти комплементарног и синхронизованог развоја туризма на Равном Копаонику и у бањама смештеним на његовим падинама, могу бити веома значајни, јер би простицали из комплексније понуде као основе садржајнијег туристичког боравака. Истовремено се постиже већи степен комплексног искоришћавања туристичких вредности Копаоника, при чему не треба заборавити ни постојеће културно-историјске споменике и етнографске мотиве, који су бројни и разноврсти.

1.6. Биогеографске туристичке вредности

Битан утицај на биљни свет има надморска висина. Она условљава појаву висинских појасева вегетације. У основи то су три појаса. У најнижем расту храстове шуме. У појасу од 600-1750 м н.в. су букове шуме, а у горњој зони се јавља и јела. Изнад овог је трећи појас, појас смрчевих шума. Међутим, у највишим деловима планине расте ниско жбуње, а најчешће је присутна полегла клека, јер она може да одоли јаким зимама. Посебну вредност чини високопланинска биљка - рунолист. Постоје и друге поделе вегетације на појасеве. Тако су М.Јанковић и Б.Татић дали потпунији јјприказ вегетације Копаоника. Они су издвојили следеће појасеве од подножја до врха:

1. појас поплавних шума врбе, јохе, тополе и лужњака,
2. појас храстових шума са храстом сладуном и цером који допире до 800 м н.в. и местимично садржи шуме црног бора,
3. до 1000 м н.в. је појас китњакових шума и шума букве,
4. појас букових шума до 1600 м н.в.,
5. до 1750 м је појас четинара, претежно смрче,
6. појас полегле клеке, боровнице, субалпске смрче до 1950 м и
7. појас високопланинских сувати.²¹

²⁰ Љешевић М. (2005): Животна средина теорија и методологија истраживања, Институт за животну средину и ГИС, стр.67.

²¹ Илић С. (1984): Копаоник – могућности и перспективе развоја туризма, Краљево, стр.43.

Копаоник је ботаг реликtnим и ендемичним врстама међу којима треба споменути следеће: српска панчићија, Панчићев вијук, Веленовскова детелина, Пеливановићев јастебљак, панонска дивима, балканска крабљика, бугарска линцура, румелијски звонац, мезијска птичја трава, копаоничка чуваркућа, рвошница, Визијанијев јавор, планински јавор, јермичак или Благојев ликовац, маслиница итд.

Шуме на Равном Копаонику заузимају површину од 4756 ха и имају велики утицај на развој туризма како у зимској, тако и у летњој сезони. Оне стимулативно делују на организам. У том погледу су значајне и четинарске шуме у долинама Брзећке, Дубоке, Гобелске, Барске, Лисинске реке и Самоковке на 1500 м н.в. шуме имају значаја и у климатском погледу. Многи биолози и метеоролози су вршили истраживања у вези са утицајем шума на климу. Биолог М.Маричић и метеоролог П. Спасов су установили да смрчева шума на Копаонику, својом великом густином и покровношћу, утиче на топлотну размену. Наиме, температуре ваздуха у току дана су ниже у шуми него на отвореном простору, а у току ноћи су температуре ваздуха више у шуми. Релативна влажност ваздуха је већа у шуми у току дана него на простору поред шуме и обрнуто у току ноћи. Тако шуме повољно утичу на организам, па се туристи пријатно осећају на Копаонику и у летњој и у зимској сезони.

Потврђујући да је вегетација Копаоника не само врло разноврсна, него и богата типовима фитоценоза, М.Јанковић истиче да она, заједно са својом фауном, чини “разноврсне екосистеме који се уклапају у пределе (ландшафте), веће целине еколошко-географског карактера“. И он разликује две крупне вегетацијске формације - шума и зељастих биљака. У оквиру прве налазе се “различити деградацијски ступњеви развоја односно деривати шуме (шибљаци, жбуњаци, шикаре), а у оквиру друге - различити пашњаци, ливаде, камењаре, мочваре, тресаве, високо-планински облици вегетације као што су: лишајеви и др.“. Јанковић издваја и прелазну зону између шумске и зељасте вегетације, на горњој шумској граници... кој је састављена од клековине, шумског дрвећа и различитих жбунова. Он такође издваја вегетацијске појасеве, али не прецизира надморске висине до којих се простиру.

2. Национални парк “КОПАОНИК”

Национални парк “Копаоник” проглашен је посебним Законом о Националном парку “Копаоник” (“Сл. гласник СРС”, бр. 40/81) на површини од око 12.000 хектара.

У току припреме за израду планских докумената ова површина је у договору са субјектима планирања привремено одређена на 15.100 ха. Она захвата делове територије општина:

	ha	%
- Рашка	9.600	63,60
- Брус	5.500	36,40
-Брзеће	15.100	100,00

Национални парк обухвата горње, највише делове планине Копаоник. У морфолошком погледу, основу подручја представља пространи, релативно заравњени предео средње висине око 1.700 метара. Овај централни плато - Равни Копаоник или Велика раван - окружен је и затворен планинским узвишењима (Панчићев врх - 2.017 м, Караман - 1.934 м, Гобелја - 1.934 м, Кукавица - 1.726 м), међусобно спојеним високим превојима преседлинама. Висока копаоничка површ отворена је једино према северозападу долином Самоковске реке, чија је изворшина челенка у целини на овој површи. Националним парком обухваћене су и падине према долини Ибра, Јошаничкој и Брзећкој реци, као и нешто издвојени масив Бањског Копаоника на северу (Вучак - 1.718 м).²²

Изразита висинска диференцираност рељефа, хетероген геолошких састав и специфични климатски услови, утицали су на формирање веома разноврсних чинилаца, због чега се и флора Копаоника одликује великим бројем врста, међу којима је заступљено доста ендемитских и реликтних биљака, што показује да је ово подручје и значајно прибежиште (рефургијум) флоре. Посебна карактеристика Копаоника је изванредна израженост вегетацијских појасева везаних за промену висине и експозиција, односно смењивање различитих типова биљних заједница од подножја према врху.

Изразита висинска диференцираност рељефа, хетероген геолошки састав и специфични климатски услови, утицали су на формирање веома разноврсних еколошких чинилаца, због чега се и флора Копаоника одликује великим бројем врста, међу којима је заступљено доста ендемитских и реликтних биљака, што показује да је ово подручје и значајно прибежиште (рефургијум) флоре. Посебна карактеристика Копаоника је изванредна израженост вегетацијских појасева везаних за промену висине и експозиција, односно смењивање различитих типова биљних заједница од подножја према врху. Осим богатством и

²² Миљановић Д. (1999): Комплексна оцена природних потенцијала Националног парка Копаоник за потребе дефинисања оптималне намене и заштите, магистарска теза, стр.34.

разноврсношћу екосистема и природним реткостима, подручје Националног парка одликује се у целини и изванредном природном лепотом која проистиче из изузетних вредности његових пејзажа. Травнате површине, смрчеве и мешовите шумске састојине, и необично извајане громаде гранитних стена представљају симбол копаоничког пејзажа.а Њима се придружују узвишења заобљених врхова и стрми клисурасти делови речних долина, пре свега Самоковске реке.

Национални парк Копаоник одликује се мањим степеном очуваности аутохтоне природе - а пре свега шумске вегетације - с једне стране, и значајнијим присуством делатности којима се тешко налази место у функцијама Националног парка, с друге стране. У постојећим верификованим плановима и програмима развоја туризма, односно туристичке јизградње, уложено је доста напора за усклађивање ове делатности са захтевима заштите и осталим основним функцијама Националног парка са циљем да туризам постане врло значајна материјална и организациона снага за његов развој. Веома осетљиво је и питање интензивирања планинске пољопривреде, шумарства и рударства, па и водопривреде и енергетике на овом простору у односу на режим Националног парка.²³

На површини Националног парка, осим села Брзећа, не постоје стална насеља. Међутим, по самом ободу, више руралних целина (Лисина, Црна Глава, Ђорђевићи, Крива река) традиционално се везују за коришћење површина у Парку. Перспектива развоја сеоског туризма, санација последица земљотреса и неопходност убрзаног развоја подручја намећу обавезу да се утврди однос Националног парка према овим насељима, а у складу са заједничким интересима.

Глобално гледајући, намена површина Копаоника је детерминисана геофизичким и физичко-географским факторима. Иако је реч о затвореном подручју, удаљеном од комуникација и токова интензивнијег развоја и ненасељеном, општа је карактеристика и оцена стања да су односи у природној средини и досадашњи начин коришћења под утицајем антропогених фактора довели до поремећаја равнотеже и облика коришћења, који могу репродуковати даље нежељене последице.

2.1. Основни режим заштите у Националном парку

У односу на активности одређена су три основна режима заштите у Националном парку, а то су:

I степен, који одређује строгу заштиту природне средине, посебних природних вредности и непокретних културних добара за строгу заштиту, са активностима научних истраживања, едукације и ограничене презентације за јавност.

II степен одређује непосредну, прелазну заштиту око површина у првом степену,

²³ Миљановић Д. (1999): Комплексна оцена природних потенцијала Националног парка Копаоник за потребе дефинисања оптималне намене и заштите, магистарска теза, стр.34.

заштиту вредних објеката и целина природне средине, као и неких објеката непокретних културних добара, са активностима научних истраживања, едукације, презентације Националног парка јавности, одређених облика рекреације и спорта, водопривреде, неопходног саобраћаја и строго регулисаног шумарства и сточарства.

III степен одређује у пуној мери функције туризма, рекреације и спорта, регулисано шумарство и сточарство, водопривреду, енергетику чисте, обновљиве енергије и саобраћаја.²⁴

Очување, унапређење и заштита природе, посебних природних вредности и непокретних културних добара у 1. степену заштите дефинишу режим првог степена заштите по коме ови објекти, сходно Закону о заштити природе, представљају строго заштићене просторе НП, без активности које би на било који начин реметиле изворну природну средину. У првом степену заштите је и строга заштита угрожених елемената природе (јако стрми и еродирани терени и нестабилна тла). Заштита природних реткости и природних знаменитости односиће се на станишта ретких и угрожених биљних и животињских врста, као и на посебне пејзажно-амбијенталне целине, све претежно у 2. степену заштите и мањим делом у 3. степену заштите.

Научна истраживања биће концентрисана на површинама првог степена заштите и на одређеним површинама другог и трећег степена, а обухватиће више научних области по јединственом програму. Едукација ће се одвијати под истим условима као научна истраживања и биће комбинована са рекреацијом и спортом, претежно на површинама трећег степена и под одређеним условима на површинама другог степена заштите.

Рекреација, спорт и туризам са својим главним садржајима предвиђени су у 3. степену заштите, а мањим делом у 2. степену заштите. У другом степену заштите могу бити лоциране само краће везе система алпских смучарских стаза и жичара као и контролисани коридори стаза за нордијско скијање, летње шетње, јахање и др. Положај Националног парка са већ изграђеним туристичким садржајем и са главним мотивима у зимском спорту и рекреацији као једног од главних носилаца функција НП, опредељују Туристички центар Копаоника као водећи центар планинског туризма у Србији.

Сточарство ће представљати пољопривреду у Националном парку и биће највећим делом лоцирано у 3. степену заштите са бачиштима и прегонском испашом, док се у 2. степену заштите предвиђа само ограничена и строго контролисана прегонска испаша. Тежиште ће бити на квалитетним грлима оваца, говеда и коња за производњу меса, млека и млечних производа. У 3. степену заштите, као и мањим делом у 2. степену заштите, предвиђа се сакупљање лековитог и ароматичног биља и дивљих плодова.

Шумарство ће бити прилагођено режиму Националног парка и то: у 1. степену заштите само програмирана нега, у 2. степену заштите режим заштићене шуме посебне намене са предношћу над пашњацима до горње границе шума и у 3. степену шуме посебне

²⁴ Миљановић Д. (1999): Комплексна оцена природних потенцијала Националног парка Копаоник за потребе дефинисања оптималне намене и заштите, магистарска теза, стр.41.

намене са типолошким газдовањем под условом очувања унапређења и заштите комплетних шумских екосистема за општекорисне намене у Националном парку. Посебна пажња биће посвећена квалитету шуме и мерама одразљења оболелих шума. У оквиру 2. степена заштите организоваће се узгој аутохтоне дивљачи и контролисано сакупљање шумских плодова.

Рударство у Националном парку ограничава се искључиво на постојеће подземно експлоатационо поље “Бело брдо” (рудник “Копаоник” у Лепосавићу) и на јамски излаз и део површинског копа Суво Рудиште (рудник “Сува Руда”, Рашка), до исцрпљивања постојећих рудних резерви. Ови рударски објекти налазе се у зони Националног парка са 3. степеном заштите, и њихов рад ће бити условљен захтевима заштите природе и активностима туризма.

Водопривреда ће обухватити водоснабдевање Туристичког центра, осталих пунктова Националног парка и насеља по његовом ободу из посебно заштићених зона изворишта и појединачних извора лоцираних у зонама сва три степена заштите, затим каналисање садржаја отпадних вода у Националном парку са пречишћавањем и испуштањем искључиво у зони заштите 3. степена, или ван Националног парка, под условима заштите свих резервата чисте воде. Водорегулације ће се радити у 2. и 3. степену заштите као интегрални део заштите природе од деградације и елементарних непогода. У 2. и 3. степену заштите могуће је изградити ограничен број малих вишенаменских хидроакумулација за потребе водоснабдевања, водорегулације, рекреације, рибарства, заштите од шумских пожара и ограниченог коришћења хидроенергије.²⁵

Основно електро-снабдевање садржаја Националног парка предвиђено је из здруженог система електропривреде. Додатна енергетика из локалних извора обухватиће коришћење хидро и термалне енергије у 2. и 3. степену, као и коришћење енергије сунца, ветра и биогаса у 3. степену заштите. Коришћење енергије у 2. степену посебно је условљено режимом заштите екосистема, природних и амбијенталних целина.

Саобраћај у Националном парку ће се највећим делом одвијати у 3. степену заштите у видовима друског саобраћаја, жичара и других средстава на електрични погон, као и у видовима пешачког, смучарског, јахачког и другог кретања, а у функцијама Националног парка, туризма, рекреације, спорта, шумарства и потреба заштите (шумски пожари итд.). У 2. степену заштите интензитет саобраћаја биће редуциран на неопходан транзит, потребе Националног парка, шумарства и војне потребе, а рекреативно-спортска кретања ће бити регулисана одређеним коридорима. У 1. степену заштите саобраћај се ограничава на минимално пешачко кретање.

2.2. Спортско-рекреативни садржај

Програм се у потпуности заснива на опредељењима и просторима дефинисаним Просторним планом Националног парка “Копаоник”, као и одредбама и просторним

²⁵ Миљановић Д. (1999): Комплексна оцена природних потенцијала Националног парка Копаоник за потребе дефинисања оптималне намене и заштите, магистарска теза, стр.34.

решењима Генералног урбанистичког плана туристичког центра “Суво Рудиште-Јарам” са елементима детаљног плана.

Програм се такође ослања и на већ изграђене објекте рекреативне, саобраћајне и комуналне инфраструктуре и објекте супраструктуре Туристичког центра Копаоник.

Овим програмом предвиђају се рекреативно-туристичке активности које у оквиру досадашње понуде у простору Туристичког центра Копаоник нису организоване, односно нису устаљене као перманентна понуда.

Настојало се да се програмом активности на снегу и леду попуни велика празнина у зимскј понуди, која до сада није на одговарајући начин третираола нескијаше као значајан број гостију центра (око 40%) кроз специјализован програм за нескијаше.

Такође ће се предузети све потребно да се истинска предност Копаоника као зимско-туристичког центра у средишту Националног парка оствари кроз реализацију еко-сафари тура на нордијским смучкама, крпљама, или пешке (кад нема снега) у чему могу учествовати и уживати инескијаши.

Нордијска ски-техника (ходање на скијама) представља основза учешће у организованим еко-сафари турама по снегу на територији Националног парка “Копаоник”, у коју се након дводневне основне обуке могу укључити сви који желе изузетан доживљај у контакту са недирнутом природом, ради чега се предвиђа и школа нордијског скијања.

Посебни програми третирају ексклузивне дисциплине на снегу намењене врхунским смучарима као што је акробатско скијање и скијање на снежној дасци.

Програм предвиђа и бројне пратеће забавно-рекреативне активности као и сервисне објекте за одржавање полигона, најам опреме и пружање клупских и других услуга корисницима.

Целокупан програм изводи се на за то унапред уређеним полигонима или трасама и пунктовима, на којима се може у потпуности контролисати активност учесника, обезбеђивати хигијена и заштита простора од евентуалних оштећења и загађивања, као и безбедност корисника.

ПРОГРАМ ЗА ЗИМСКУ СЕЗОНУ ПРЕДВИЂА УСТАНОВЉАВАЊЕ:

Норд-ски полигона
Акро-ски-борд полигона
Еко-ски сафари полигона
као и реализацију “Програма клупског живота”.

ПРОГРАМ ЗА ЛЕТЊУ СЕЗОНУ ПРЕДВИЂА УСТАНОВЉАВАЊЕ:

Аква полигона
Скејт борд полигона (СКАТЕ БОАРД)-плато код “Атласа”
Полигона спортских игара (Крст, Јарам, Сребрнац)

Тенис плацева (Марина вода, Сунчана долина)
Коњичког центра са полигонима - школа јахања
Полигона за планинарске активности

Програм предвиђа обезбеђење локација од надлежних органа општина и Националног парка, које су просторним планом Националног парка и Генералним урбанистичким планом Сувог Рудишта и Јарма односно детаљним урбанистичким плановима конкретних локалитета предвиђене за конкретне намене. На основу решења о локацији израдиће се услови за уређење простора које разматрају и усвајају надлежни републички и општински органи, након чега се издаје решење о локацији на основу кога се приступа изради документације за уређење и опремање тих простора за предвиђене намене.

На основу припремљене инвестиционо-техничке документације и уговора о коришћењу земљишта конкретне локације, општина издаје одобрење за градњу, односно уређење конкретног полигона.

По извршеним радовима на уређењу полигона врши сепријем и издаје употребна дозвола, након чега се добија и дозвола за рад на овом полигону, а на основу регистрације о делатности.

За активности за које није потребно извршити претходно уређење терена, односно уређење полигона одобрење за рад ће се издати на основу пријављеног програма, са детаљним описом активности и просторних захтева, са посебно приказаним односом тих активности јпрема природној средини и елементима превентивне заштите од могућих оштећења и загађења. Подразумева се да ће се уз пријаву приложити извод из Просторног плана Националног парка односно одговарајућег ГУП-а или ДУП-а са текстуалним и графичким делом, на основу кога ће се констатовати да је предвиђена активност у складу са планским решењима или опредељењима.

Предвиђеним програмима врши се и конкретна презентација рекреативно-туристичких вредности Националног парка Копаоник, док је за презентацију природних и културно-историјских вредности потребно припремити посебан програм, који се може у значајној мери интегрисати са овим програмом, што је у складу са циљевима и задацима Националног парка дефинисаним законом.

Основна карактеристика ових програма је унапређење и проширење туристичке понуде, аутентичном и актуелном понудом активности у простору. Стога се оправдано очекује максимална непосредна подршка реализатору овог подухвата од стране свих субјеката туристичке понуде у Туристичком центру Копаоник као и надлежних органа општина и Националног парка "Копаоник".

ПРОГРАМ ЗА ЗИМСКУ СЕЗОНУ

Норд-ски полигон

Ово је полигон за нескијаше свих узраста и нуди основну обуку или упутства за активности на снегу и леду, то је заправо скијашко-санкашко-ходачко-клизачки полигон и састоји се из:

-санкашке падине,

- санкашке писте,
- санкалишта са скоковима,
- клизалишта,
- простора за ходање на крпљама (обука-упутство)
- школе лнордијског скијања,
- школе алпског скијања,
- стазе за нордијско скијање,
- сабирног места за обилазак Караманских видиковаца табачем.

Пратећи објекти и опрема:

- резервоар за воду, пумпа, електро прикључак и црева за воду (прављење леда и тврдог снега на клизалишту и санкалишту),
- расвета, озвучење и ограда клизалишта,
- заштитни бедем санкалишта са заштитном мрежом,
- расвета санкалишта,
- заштитне мреже полигона и на полигону,
- ски-лифтови (монтажно-демонтажни) за санкалиште, алпску и нордијску школу сијања,
- сервисни објекат уз клизалиште и санкалиште за најам опреме и клубске услуге напитака и хране (сендвичи и др.) и склониште машина и опреме за негу леда - сервисирање опреме,
- ски бифе уз школу алпског и нордијског скијања са терасом - припрема вруће воде за негу леда,
- машине за уређење снега и леда на полигону, са прикључцима,
- опрема за изнајмљивање (клизальке, нордијске скије, ципеле и штапови , санке, алпске скије, ципеле и штапови).

У летњем периоду на овом полигону обавиће се следеће активности:

- школа вожње планинских бицикала (Моунтаин бике),
- сабирно место за бицикличке и пешачке туре,
- најам планинских и обичних бицикала,
- алпен ролери уз ски лифтове,
- школа оријентације (планинарство) и коришћење топографских и специјалних карата Копаоника,
- боћање (зими карлинг),
- мини голф терени,
- стони тенис,
- стрелиште (лук и стрела),
- стрелиште (ваздушна пушка),
- полуаутоматска куглана (на отвореном),
- дечији полигон (забавни парк са справама за разоноду деце, простор игралишта лоптом).

Код сервисних објеката и ски-бифеа, рустик столови и клупе са тендама или настрешницама. Могућност разоноде кроз најам шаха, домина, карти за игру, “не љути се човече“, коцкица за јамб, пикадо итд. Сабирно место за бус-сафази туре-полазак са паркинга испод “С“ кућа или

окретнице код “Гранд“ хотела.

Код сервисно-угоститељског објекта на полигону у летњем периоду могуће је организовати све видове разоноде како је наведено и за норд-ски полигон. Наведени садржаји овог полигона у складу су саопредељењима ППНП “Копаоник“ и ГУП-а “Суво Рудиште-Јарам“.

Еко-ски сафари полигон

Овај, условно названи полигон захвата шири простор корз који пролазе трасе стаза, на којима се на одређеним пунктовима налазе објекти за предах и окрепљење. Стазе пролазе кроз најатрактивније делове терена, било са визурама на Туристички центар Копаоник, било на плато Равног Копаоника оивичен његовим врховима па са видиковаца тих врхова сагледавање широких простора преко граница Србије. Намера у трасирању ових стаза је била да се обезбеди поступност у смени амбијената, од амбијента туристичког објекта, амбијента трга који они чине, преко амбијента центра у природном окружењу, до нетакнуте природе, а онда и амбијента “Крова Србије“ са догледањем скоро целокупне њене територије.

Недостатак прихватних објеката - склоништа за излетнике је значајан недостатак који се не може решити за предстојећу зимску сезону, али који се мора отклонити изразом ових објеката за летњу сезону.

3. Материјална база развоја туризма на Копаонику

Туристичка валоризација Копаоника мора се базирати на његовом статусу Националног парка, узимајући зона посебне заштите и намене. У том смислу у плановима изградње објеката и димензионирања туристичког промета, треба уважавати начела концепције активне заштите природе, јер само изворна и добро заштићена природа представља праву туристичку вредност. Степен комплементарности развоја туризма на Копаонику мора бити у највећој могућој мери функционалан са заштитом природних потенцијала. Како је Копаоник поприште великог броја интересената, то је проблем сложенији и захтева детаљна специјалистичка истраживања. Природа, као основ свега на Копаонику, не сме бити ничим угрожена. Постојећу нарушеност простора треба елиминисати, на штету тренутних, за трајне интересе.

Развојни процес на Копаонику траје организовано већ 27 година, као и да је од самог почетка Република активно подржавала оријентације на планском развоју овог подручја. Покренута су три конвергентна смера развоја, који нису једноремено започети, али који су директно утицали да стање које сада анализирамо буде њихов заједнички резултат.

Територијални захват планираног и активiranог развојног процеса на централној планинској зони Копаоник карактеришу, за сада, четири типична нивоа који су илустративни са аспекта припремљености за будући развој, а то су:

Заштитна зона Националног парка Копаоник која захвата делове територије Рашка, Брус и Лепосавић на укупној површини од око 20.000 хектара.

Национални парк Копаоник који се налази на деловима територија општина Рашка и Брус укупне површине 11.810 хектара.

Туристички центар Копаоник који се налази на територији Националног парка Копаоник, а чине га три локалитета повезана у јединствени комунални и рекреационо-скијашки систем: “Суво рудиште”, “Јарам” и “Сребрнац” са “Циганском реком”.

Туристички центар “Суво рудиште” који представља један од три локалитета туристичког центра Копаоник, али који је у оствареној фази развоја, за сада, аутономна просторно-функционална јединица.

Географски положај је важна категорија валоризације Копаоника. Уважава се као позитивна категорија, јер је ова планина смештена у централном делу Србије и лако је приступачна са свих страна. Магистралне саобраћајнице (пут и пруга) воде западном подгорином Копаоника омогућују долазак из удаљенијих градских насеља и регија. Прилаз с југа омогућен је друмским саобраћајем, као и с истока. Како ове саобраћајнице воде поред интересантних туристичких локалитета, убрајају се у туристички привлачне.

Однос привлачне зоне Копаоника и дисперзивних зона градова у окружењу оцењује се позитивно. Копаоник има републичку, југословенску и међународну контрактивну зону. Иста

обухвата више већих градова у Србији и Југославији, и до 1990. године протезала се и до неких градова у иностранству, што се потврђује разноврсном структуром иностраних туриста који су овде боравили, углавном за време зимске скијашке сезоне. Из Краљева, Ниша, Крагујевца, Приштине, ×ачка, Ужица, градова у Великом и Јужном Поморављу, на Копаоник се може стићи за један до три сата вожње аутомобилом. Београд и Војводина, као простори које привлачи туристичка, летња и зимска понуда Копаоника, удаљени су 4 до 6 сати вожње аутомобилом, уз могућност комбиновања више врста саобраћаја на савладавању дужих релација. За градове и државе изван бивше територије СФРЈ, Копаоник је доста удаљен. Идеја, да се дуже дестинације савлађују ваздушним саобраћајем и при томе користе аеродроми у Београду и Нишу, је прихватљива, али је потребна беспрекорна организација прихвата путника на аеродромима и брз превоз до планине.

Геолошки тип планине је од интереса за туристичку валоризацију, утолико пре што се дуго сматрало да је Копаоник стара громадна планина. Новијим изучавањима је утврђено, да без обзира што извесно одступа од основног правца Динарских планина, припада овој великој планинској сфери. Као планина из групе Динарида, али правца пружања север-југ, има извесне специфичности. Оне се огледају у великом броју различитих експозиција. Једне су погодне за изградњу туристичко-угоститељских објеката, а друге за лоцирање терена за зимске спортове што је углавном већ и учињено, посебно у комплексу Равни Копаоник. На овом простору данас постоји најбројнији и најдужи систем успињача и скилифтова на Балканском полуострву.

Индивидуалност планине на примеру Копаоника је веома наглашена. Копаоник је јасно изражена целина у рељефу Србије, познат по одавно развијеном рударству и алпинизму који има дугу традицију. Привлачи пажњу и савременим објектима и маузолејом Јосипа Панчића. У односу на планине у окружењу (жељин, Гоч, Столови) изразито се истиче висином, површином, морфолошком разноврсношћу. По геолошкој грађи разноврснији је и од Проклетија, шаре и Дурмитора, још више од Таре, Златара и Златибора, те је препознатљив по индивидуалности, која се више и боље може и мора користити код туристичке валоризације и туристичке пропаганде.

Поливалентност Копаоника или разноврсност његовог простора јасно је наглашена. Проистиче из разноврсности геолошке грађе, експозиције терена, врсте вегетације, припадности различитим висинским зонама, различитим општинама. Има делова који су у оквиру Националног парка и посебним законима заштићених мањих простора. Копаоник је алпинистички, сточарски, туристички, рударски, има слободне и руралне (сеоске) просторе. ×ини се да недостају значајнији културно-историјски споменици те му је тиме умањена туристичка вредност. Иста се надокнађује организовањем излета до споменика светске вредности какви су Студеница, црква светих апостола Петра и Павла код Новог Пазара, стари град Рас и манастир Сопоћани.

3.1. Врсте туризма на Копаонику

Са становишта туристичких потенцијала у Р Србији, Копаоник се издваја као једна од најзначајнијих атрактивности. Он представља, по природним и туристичким лепотама, привлачност за домаће и стране туристе. Ипак, разлози за веће проширивање туристичке понуде на Копаонику морају се сагледавати комплексно. Наиме, оправданост привредног активирања природних ресурса, па и туристичких, обавезно је последица читавог низа повољних и релативно повољних тржишних елемената и фактора. Због тога рационалност активирања и одређивања оквира развоја туризма на Копаонику намеће анализу тржишним и друштвених предности које треба да обезбеде економски ефикасну туристичку валоризацију. Тако, на пример, када су у питању тржишне упоредне предности, у одређеним случајевима географско-саобраћајни положај према изворима туристичке тражње може да игра пресудну улогу при одлукама за формирање туристичке понуде. Али тржишне повољности у неким другим случајевима могу проистећи и из низа других тржишних и друштвених домена.

Посећивање Копаоника имало је и раније, као и данас, веома различите туристичке циљеве. Најдужу традицију одржавају боравци у бањским местима на Копаонику. Од давнина, са трговима још из римског доба, на извориштима термоминералних вода и њиховој непосредној близини, одржава се промет бањских гостију. Насупрот томе, бројне копаоничке планинске висоравни и врхове веома рано су посећивали планинари и заљубљеници ове велелепне планине. Њене идеалне простране терене са квалитетним снежним покривачем од раних до касних зимских месеци користили су само доказани љубитељи зимских спортова.

Квалитети природе и могућности коришћења више привлачних туристичких циљева за боравак на Копаонику утицали су да се већ другу деценију одржава редован туристички промет на појединим локалитетима. Ипак, мора се подвући да је тај промет туриста био веома ограничен и релативно стагнантан. Деценијама присутне неусклађености између мотивских вредности и долазака гостију почињу да се мењају на просторима копаоничке туристичке регије у последњим годинама.

Промет гостију и бањама копаоничког горја дуго је био најзначајнији облик туристичких кретања. Уз велика одступања податка, може се закључити да број посетилаца у бањама достиже данас близу 12.000 гостију годишње. Карактеристично је, и за све бање уобичајено, релативно дуго задржавање, јер доминирају лечлишни циљеви долазака. Међу посетиоцима бања запажа се, истина, веома мали проценат долазака гостију из иностранства. Све то показује да туристички промет у копаоничким бањама није развијен у складу са постојећом интензивном тражњом за бањама. Ипак постепено споро повећавање долазака је знак да постоји стабилна тражња и редован промет туриста у овим бањским местима. Штавише интерес јепожачан у последњој деценији, када је и забележено скоро подвоstrучење броја ноћивања.

Повећани капацитети смештаја на Копаонику одразили су се на скоковито повећање долазака туриста. Уз то изградња квалитетне зимско-спортске инфраструктуре је допринела интензивнијем коришћењу зимске туристичке сезоне на такозваном високом Копаонику.

Развој и динамичан пораст туристичких кретања на Копаонику најбоље илуструју доласци и остварена ноћивања на локалитетима висинског планинског туристичког центра.

Поред тога, просечан број дана задржавања по једном туристи у планинском центру на Копаонику је знатно повољнији него у другим планинским туристичким центрима. Тако већи број туриста користи једнонедељне и двонедељне аранжмане у летњој а нарочито у зимској сезони, па се то одражава на просечну дужину боравка гостију. Домаћи гости у просеку дуже бораве на Копаонику, па су забележене дужине износиле 5,3 дана у 1978. , 6,5 дана у 1982. и 4,7 дана у 1983. години. Просечна дужина задржавања иностраних гостију креће се између 2 и 2,4 дана.

На Копаонику, претежно је заступљена домаћа клијентела. Стање промета према пореклу гостију показује превагу посетилаца из СР Србије, што центру даје обележје републичког значаја. Међу гостима највише их је из Београда, па они имају доминацију и по броју долазака и по броју остварених ноћивања. Велики проценат долазака и ноћивања имају и гости из Војводине, као и посетиоци из већих градских центара и индустријских градова.

Повољнији услови смештаја и квалитетно промењена и осавремењена функционална супструктура, учинила је да се направи неопходан заокрет и потребан продор у промету, доласцима и просечном задржавању гостију из иностранства, посебо на високом планинском Копаонику. Само у 1982. години у капацитетима туристичког центра боравило је 4.400 странаца, који су остварили 10.500 ноћивања. То значи да је на промет страних гостију отпадало чак 19,3% од укупног броја остварених долазака туриста и 8,1% од укупно остварених ноћивања. Све то карактерише изузетно успешно пословање туризма са становишта ширења познавања и реномеа Копаоника на иностраном туристичком тржишту. Ипак не треба превидети и одређене специфичности у погледу побуда за доласке иностраних туриста на Копаоник. Тако, највећи део овог иностраног промета има карактер туристичког транзитног задржавања. Саобраћајни правци и повећање укупног аранжманског и излетничко-екскурзионог програма за иностране госте, утицали су да се на Копаонику устали промет долазака гостију из иностранства. Како при транзиту ка главном циљу туристичког боравка, тако и као саставни део мотивског садржаја одређених аранжманских уговора, инострани гости користе смештајне капацитете на Копаонику и имају понуду више разноврсних туристичких посета или дужих дневних обилазака значајних природних и културних споменика. Иако се ради о кратким задржавањима страних туриста треба имати у виду релативно нову туристичку афирмацију Копаоника за масовни туризам. Са проширивањем комерцијалне понуде по обиму и квалитету садржаја у зимској и летњој туристичкој сезони постепено ће се и мењати обим и квалитети циљева долазака гостију из иностранства на Копаоник.

Најбројнија стационарна и аранжманска туристичка клијентела на Копаонику сада потиче из источноевропских земаља и суседне Грчке. У последње време јављају сеу већој мери и друге националности као што су туристи из Велике Британије, Италије, Француске и други.

Простор, одакле гравитира реална туристичка тражња на Копаонику одређује структура туриста, који са различитим циљевима долазе у туристичка места на Копаонику. Њихови домицили, место сталног боравка за домаће туристе, односно земља порекла за

иностране туристе, испољавају се као елементи просторне контрактивности. Уколико је бројност туриста са одређених простора већа, утолико је већа и гравитациона повезаност појединих простора за одређену иницијалну територију: место-регију, односно земљу.

Понуда Копаоника није довољно позната и афирмисана на туристичком тржишту. Због тога се не може прецизније дефинисати, према садашњем стању активираних туристичких тражње, функционални контрактивни просторни оквир за туристичку понуду Копаоника. Тек пошто се постигне потребна активност туристичке оперативе и достигне обим промета туриста у складу са мотивским вредностима и материјалном базом туризма на Копаонику, створили бисе услови за одређивање оквира просторних домета, тј. за тржишну територијалну контрактивност туристичке понуде. Према садашњем стању аквитираних мотива и материјалне базе туризма на Копаонику, може се говорити више о теоретски могућим потенцијалним оквирима просторне контрактивности Копаоника у домаћем и иностраном туризму.

Када је у питању просторни контекст туристичке тражње за туристичку понуду Копаоника разликујемо, по карактеру промета, три посебна територијална домета:

- интензивне иницијалне изворе туристичке тражње на локалном и републичком тржишту,
- спорадичне и дисперзивне изворе туристичке тражње на националном тржишту и
- резличити интензитет иницијалне туристичке тражње из појединих регионалних групација земаља на међународном тржишту.

Када се посматра контрактивност Копаоника на садашњем степену развоја туризма, најзначајнији извори туристичке тражње за мотивску, основну планинску понуду представљају иницијална подручја на локалном и републичком тржишту. Чињеница је да је туристичка рекреација основни циљ доласка код туриста који долазе из Р Србије. При томе значајну редовну густину долазака и ноћивања оријентишу према Копаонику иницијалне зоне и градови из појаса ближе и шире локалне територије заједно са средњим појасевима удаљености. Ипак, најзначајнији редован реалан и потенцијалан извор туристичке тражње чине београдска и војвођанска иницијална зона, које се налазе на повољним средњим територијалним удаљеностима од места туристичке дестинације и поседују добре саобраћајне везе са Копаоником. Повољан положај према овим иницијалним центрима је велика предност за Копаоник, пошто је познато да северне индустријске и пољопривредне области Републике имају највећи интензитет склоности ка путовању у земљи. Из тих центара потиче највећи број захтева за годишњо-одморску рекреацију, рекреацију разних доба и остале врсте рекреационих циљева путовања. Знатан део тих захтева усмерење према планинским мотивима, а посебан интензитет имају захтеви за зимовања. Коришћење зимовања претворило се, захваљујући порасту животног стандарда и друштвеним стимулацијама опоравка, превентиве и школског часа у природи, уз зимски школски распуст, у праву "зимску сеобу". Како на територији која непосредно гравитира савремено опремљених зимских а нарочито зимско-спортских туристичких центара, велики део ове тражње остао је незадовољан.

Редован промет туриста за зимско-спортску мотивску понуду има изгледа да се даље брзо повећава на локалним и средњим удаљеностима иницијативе. Јер, треба имати у виду релативно високу платежну способност туристичке клијентеле из гравитирајућих иницијалних градова, посебно из седиште Републике и Војводине. Сигурно је да ће проширење капацитета смештаја, нови садржаји боравка и већа диверзификованост трговинске и услужне мреже у висинском туристичком центру утицати на даље активирање броја долазака страних гостију, продужење просечног задужења по једном туристи и повећање укупне и просечне туристичке потрошње.

Републичко туристичко тржиште представља и важан иницијални извор туристичке тражње за летњу туристичку сезону на Копаонику. У овим крајевима је устаљена навика одласка у бањска места па се сматра да бањска места имају најекспанзивнију туристичку тражњу. Исто тако релативно висока склоност туриста према планинским мотивима и изражене потребе заорганизованим превентивним и опоравилишним боравцима радних људи, нарочито из индустрије, ствара широке перспективе за појачање темпа долазака у бањска и климатска места на Копаонику. У сваком случају туристичка тражња из места локалне и средње територијалне удаљености поседује високи реални и потенцијални интензитет за стационарне туристичке боравке на Копаонику.

Ситуација карактеристичнија у погледу афирмације и реализације туристичке понуде Копаоника на иностраном тржишту. Најбитнији чинилац у том погледу је недовољно познавање ове регије и њених мотивских предности у другим западноевропским земљама и шире. Ипак, треба рачунати са неким значајним позитивним факторима. Међу њима свакако је висока фреквенција иностраних туриста на овој саобраћајној и туристичкој комуникацији. Један број љубитеља планина и зимских спортова из иностранства и инострани транзитни туристи могу да послуже, поред уобичајених средстава туристичке пропаганде, као важан промотиван фактор на иностраном тржишту. У досадашњој пракси искуство је показало да најилустративније делује усмена реч туриста који су посетили одређене туристичке регије и места. Причање о виђеним лепотама од очевидаца њиховим пријатељима и познаницима чешће побуђује интерес за одређене дестинације него класична пропаганда. Како се на просторима Копаоника стичу инострани туристи из изузетно великог броја различитих земаља света, њихова “слика” о Копаонику може да буде импулс за промоцију долазака туриста из тих земаља.

Ако се потенцијалне и развијене врсте туризма посматрају са тога становишта, издвајају се два битна фактора пословања туристичке привреде, који могу да служе као развојни импулси на Копаонику:

-доминантан значај стационарних врста туризма и туристичких кретања и
- коришћење материјалне базе туризма са две пуне сезоне годишње, па, у неким туристичким местима, чак и преко целе године.

Планински туризам

Планинска туристичка понуда Копаоника, поред значаја туристичких мотива које поседује, развијала се споро и није пратила, ни по обиму ни по динамици развој планинских туристичких места. Тек у новије време, са проширењем туристичке тражње за зимовањима отпочиње неслућен замах изградње материјалне базе и у овом делу планинског региона. Хињеница је да новоподигнути објекти за смештај и зимско-спортску рекреацију представљају савремене капацитете. Велики интерес широке туристичке публике и права јага међу заинтересованим туристима за обезбеђење места за зимовање у хотелима високог копаоничког центра су јасан одраз дефиницитарности у овом делу туристичке понуде. Истина, у обиму који данас та тражња региструје има и фактора помодног карактера који се неминовно укључује увек када су у питању нови центри и новитети савремене туристичке понуде. Упркос таквим импулсима релативно преграђене туристичке тражње за Копаоником, нема никакве сумње да пред овим центром стоји експанзиван туристички развој. То утолико пре што се моментална тражња може тумачити као најбољи барометар тржишта и слика потенцијалних и реалних склоности оних који у све већем броју настоје да задовоље туристичке потребе и који се у све већем броју кључују у туристичка кретања. Повећана туристичка тражња за планинским центрима је сигнал да у том делу туристичке понуде недостају одговарајући капацитети у Р Србији и шире. У том смислу може се закључити да висински центар на Копаонику ппуњава једну акутну празнину на тржишту туризма. Јер, на садашњем степену развоја туристике понуде испољава се дефицитарност туристичке понуде планинских места, односно онакве понудена планинама која је обојена конкретним квалитетима планинске средине и садржи савремене видове планинске туристичке рекреације.

Ако ближе испитујемо разлоге туристичке тражње за зимовањима, објашњење за овакво понашање туристичких потрошача може се једино наћи у туристичким садржајима које нуди зимовање на планинама. Привлачност боравка на планинама узимској сезони испољава се у могућностима практиковања санкања, скијања и других активности спорта и забаве на снегу. К томе су новији, али и познати реномирани планински центри, осавременили понуду супраструктурним објектима, који још више обогаћују скалу могућих активности за време боравка на снегу у планинским туристичким центрима. Богатство садржаја туристичке понуде на планинама у зимској сезони показује да туристи при одлучивању за туристичка кретања примат дају местима која могу да пруже разноврсније богатије садржаје боравка. У том смислу и имају већу прођу туристичка места, међу којима су зимско-спортски висински планински центри, који су успели да осавремене туристичку понуду. Посебно високу интензивност туристичке тражње при одлукама бележе они туристички центри на планинама, који су, поред традиционалних зимским садржаја, употпунили понуду активностима и садржајима новог рекреативног и културног типа. Такве садржаје нуде лифтови и успитање, спортске школе, спортско-рекреативни културни и конгресни центри.

Са становишта туристичког развоја планинских места јавља се одређена структурна неусаглашеност у реализацији туристичког промета, која се манифестује и у планинском центру на Копаонику. Наиме, познато је да планинска места послују са две туристичке сезоне: летњом и зимском. У том погледу се и спољава одређена предност ове врсте мста, јер је могуће веће просечно годишње коришћење туристичке базе и повољнија економска ефикасност угоститељско туристичке привреде. Редовно праћење туристичког промета у

планинским местима у најзначајнијим планинским земљама и регијама, указало је на одређену закономерност на овом сектору. Тако је типично да је просечна месечна реализација туристичког промета, долазак а и ноћивања туриста, знатно већа у летњим него у зимским месецима. Традиција уграђивања и спровођења атрактивних летњих планинских рекреационих садржаја обезбеђује масован и, по старосној структури посетилаца, разнолик састав гостију у планинским туристичким центрима. Потпуно је супротна закономерност која се испољава у реализацији туристичког промета у нас. У планинским местима, изузев у алпским пределима, споро се развијао летњи промет, а са експанзијом зимовања евидентно је заостајање планинске летње туристичке сезоне. Тако, ако се посматра период између 1974. и 1982. године, док су се скоро удвостручили доласци на зимовања и чак за два и по пута повећала ноћивања за време шпике зимске сезоне, развој туристичког промета у летњим сезонским месецима показује спору динамику, па чак релативно опадање. У истом периоду, на пример, број долазака у планинска туристичка места (јули/август) смањен је за око 10%, а остварена ноћивања у тим месецима су већа само за 19%. Разлоге за нетипичан темпо реализације туристичког промета у летњој и зимској сезони треба тражити у оскудним и неинвентивним туристичким садржајима у планинским туристичким местима за време лета.

Бањски туризам

Специфичне особине копаоничких бања нису искоришћене у складу са њиховим високим и атипичним мотивским вредностима. Само мањи број извора је каптиран а нису довољно испитана лековита својства изворишта, нити постоје студиознија истраживања лечилишних индикација. У погледу услова за лечење и боравак гостију на овим локалитетима задржала се неразвијена наслеђена и, за данашње прилике, неадекватна лечилишна и боравишна понуда. Мали број када за коришћење термоминералних вода и застарели поступци у лечилишној терапији показују да је лечење још увек базирано на вековним предањима, а не на савременим достигнућима у балнеологији и овој области модерне медицине. Поред тога, гости су упућени највећим делом на смештај у домаћинствима, а скромне су и недовољно квалитетне угоститељске и остале услуге у бањским насељима. Због свега тога копаоничке бање спадају међу мање реномиране бање. Оне имају сасвим уску и малобројну клијентелу, која се састоји од домаћих гостију нижих платежних могућности, па се о њима најчешће говори као о такозваним типичним народним бањама.

Све то указује на неопходност мењања односа према овом мотивском потенцијалу неискоришћеног природног богатства. Сигурно је да је у копаоничким бањама нужна медицинска, на науци заснована, индикација лечења, да је акутна потреба обезбеђење модерне опреме за терапеутске поступке и да су неопходни савремени функционални смештајни капацитети за боравак гостију и туриста. Само на тај начин копаоничке бање могу да превазиђу садашњи статус неразвијености и да се сврстају у бањска места са здравствено лечилишном функцијом за лечење одређених болести према квалитету термоминералних вода које поседују.

Туризам на селу

На Копаонику насељеност 35 до 44 становника по квадратном километру. Ипак, пространост планине која се цени на преко 2400 м² утицала је да је ту формирано чак 268 мањих и већих насеља сеоског типа са око 180.000 стално насељених житеља. Сеоска насеља

на копаоничком горју и подгорју везана су за живот на планини и његове посебности, које су као мало где очуване у њиховом, вековима репродукованом облику. Традиционална привредна основа је сточарство са пашњачким културама на вишим, а воћарство, планинске земљорадничке културе и понегде виноградарство на нижим деловима планине. Поједине насељене области се знатно разликују по традицији и специфичним особинама привредног и друштвеног живота. Тако су поједини крајеви доминантно пашњачко-сточарски; поједини крајеви су карактеристични по појави појединих врста шибља као што су јорговани; или цвећа као што су божури; док су неки крајевинадалеко чувени по виновој лози. За лозу легенда каже да је прве чокоте засадио у овим крајевима цар Лазар. Копаоничко виногорје даје цењено и у свету познато жупско вино. И низ других производа овог подручја, као и производи народне радиности, сачували су квалитет и изворност укуса или обраде.

Активирање туристичког промета на селу захваљујући туристичком отварању Копаоника, неминовно ће активирати и до сада затворена сеоска натурална домаћинства. Туризам ће учинити да се направи нужан корак ка променама и да се отворе нови развојни процеси. Поједина сеоска насеља, зависно од њиховог положаја према туристичким правцима и туристичким центрима, еволуираће у планинска туристичка места, док ће друга задржати друге видове давања производа или услуга туристима или туристичким хотелским и другим организацијама.

Друга врста туристичких садржаја, које могу да пруже села, односе се на организовање сусрета, приредби или свечаности са различитим поводима. Сусрети ради густирања текпомуженог млека, тек справљеног сира, јела, вина, чаја итд. могу да привуку мањи или већи број туриста или да буду организовани наменски за поједине туристичке групе. У сваком случају овакви сусрети, везани за свакодневне послове на селу, могу да припреме сталан облик понуде и прилив одређеног броја гостију из туристичког центра у село.

Излетничко-екскурзиони туризам

Број долазака туриста на излете на Копаоник се стално повећава а не развија се у довољној мери туристичка понуда специјално намењена овом сегменту туристичке тражње. Формирање и опремање туристичких локалитета са садржајима за слободне спортске активности разних врста и забаву излетника, усмерило би бројан излетнички промет, побољшало квалитет излетничке рекреације у природи и повећало туристичку излетничку потрошњу.

Интензитет излетничких кретања и изгледи да се и даље развија, негује и осмишљава овај вид туризма упућује на то да се овим слојевима посетилаца треба да посвети посебна пажња. Туристичка оператива треба да на основу искуства и праксе, потреба и жеља излетника осмисли концепт туристичке понуде за излетнике и изврши најцелисходнију структуру роба и услуга намењених искључиво излетницима. Организацијапривата, усмеравања и задржавања излетничког промета на одређеним природно и амбијентално вредним, а за излетничке потребе пригодним локалитетима, довела би до обезбеђења квалитетнијих услова за спровођење туристичке рекреације излетника на посебним микро

излетничким пунктовима. Тиме би се стварали и повољнији услови за формирање пригодне примерене туристичке комерцијалне понуде за излетнике. Такав концепт допринео би да се подмире основне потребе туриста излетника али и да се знатно повећа туристичка потрошња од излетничког туризма.

Манифестациони туризам

Манифестације су, као врста туристичких кретања и облик формирања туристичке понуде, догађаји који покрећу на путовања одређене слојеве становништва у складу са интересом за догађаје. Манифестације могу да се организују у туристичким али и у осталим местима и у слободним просторима. Догађај окупља публику која, зависно од атрактивности и интереса публике, зависно од разноврсности понуде туристичке оперативе, посећује манифестацију, троши и купује робе и услуге. Доходак туристичких и осталих делатности, има утолико већи економски ефекат уколико је манифестација већа или трајнијег карактера.

Висински туристички центар на Копаонику има све потребне услове за одржавање зимско-спортских такмичења виших категорија али и врхунских спортско-такмичарских скупова. То је посведочено на неколико до сада одржаних манифестација вишенационалног карактера. Пошто постоје природни услови, капацитети простора конкурентни са најреномиранијим планинским спортско-такмичарским центрима и изграђена супраструктура, висински центар на Копаонику спада у планинске висинске просторе који могу да развијају ову уносну туристичку понуду. Уз систематску припрему, савремене организационе форме и школоване кадрове стручног спортског и туристичког профила, Копаоник би могао брзо да уђе у најужи круг центара са овом атрактивном физиономијом манифестационе туристичке понуде, односно за међународна спортска такмичења. Досадашња оријентација искључиво на зимск спортска такмичења која су са несумњивим упоредним предностима, могла би да се прошири и на различите планинске спортске дисциплине у другим, посебно летњим периодим. Јер, и у том домену постоје квалитетни природни услови и велика међународна спортско-такмичарска тражња.

Поводи и садржаји за текуће манифестационе догађаје који чине анимацију туристичке сезоне побуђују туристе да планирају летовање или зимовање у унапред одређеним терминима манифестација. На тај начин може се проширивати понуда и продужавати туристичка сезона, или повећати пуњење туристичких смештајних објеката у кризним периодима или данима.

Туристички промет и доходовни резултати појединих манифестација често нису у међусобној вези са значајем догађаја. Понекад неки мање значајни поводи, па и поводи уско локалног значаја, могу да остваре високу атрактивност долазака, обимну и разноврсну потрошњу и донесу приходе и доходовне ефекте у туризму и локалној привреди. Инвентивност и креативност кадрова у туризму, погодан термин и добра организација манифестације могу да одиграју значајнију улогу у манифестационом туризму, од фактора који произилазе из повода и теме манифестационих догађаја.

Транзитни туризам

Класичан саобраћајни транзитни промет углавном се задржава на локалитетима и у објектима угоститељства уз саму трасу магистрале и осталим друмова. Међутим, на овој деоници све је чешће обичај да се скреће са магистрале и да се у транзиту остварује ноћење или дуже транзитно задржавање у местима на нижим обронцима Копаоника. Када је у питању туристички промет, привлачност новог копаоничког висинског туристичког центра је таквог интензитета, да све већи број туриста у току путовања унапред има у програму преноћиште или вишедневно задржавање у хотелима високог Копаоника.

Иако са осетно мањом густином промета, источни обронци привлаче транзитни туристички промет. На том делу планинског масива, истина, нема великих магистралних путева, ипак неколико живописних планинских варошица представљају често циљ транзитног задржавања. Исто тако, због тога што су путеви нижега реда, слабог квалитета, а и због тога што је приличан део деоница тежак за вожњу, са серпентинама и превојима, овде је транзитно задржавање чак и чешће од уобичајеног.

Досадашња искуства у туристичкој понуди за транзитне туристе показују да је у том домену велика шанса овог подручја. Постојећа констатација транзитног промета показује да се у транзитној понуди могу дефинисати различити транзитни оквири и домети и то:

- туристичка понуда за класичан транзитни промет уз саобраћајнице које уоквирују копаонички масив,
- туристичка понуда за транзитно задржавање у местима копаоничког побрђа које функционално гравитира саобраћајним правцима и
- туристичка понуда за транзитно задржавање у туристичким местима и туристичком центру на високом Копаонику.

Свака од ових врста туристичке понуде за транзитне туристе има специфичне захтеве у погледу понуђених роба и услуга. Исто тако свака од ових врста туристичких понуда претпоставља различиту дужину задржавања па самим тим и различити број и врсту туристичких садржаја. Због тога и сама структура понуђеног комплекса туристичке услуге код сваке од ових врста туристичких понуда за транзитне туристе мора да буде другачија, да инвенитивношћу заинтересује туристе у транзиту па и да их побуди да продуже транзитни боравак. У сваком случају код свих домета понуде, јединствен је захтев за што разноврснијим робама, услугама и садржајима, како код најкраћим тако и код најдужих транзитних задржавања.

Полазећи од оваквог става, у планирању развоја туризма нису третирани туристички објекти у општинским центрима као и на другим локалитетима ван потенцијалних комплекса планинског туризма и бања, обзиром да они у просторном смислу не могу репрезентовати туризам подручја Копаоника на домаћем и иностраном тржишту. Ово никако не треба тумачити да општинским центрима нису потребни хотели или излетишта око већих насеља за потребе локалног становништва, но ова врста корисника не припада оним тржишним

групацијама које су по бројности, фонду слободног времена и по платежним могућностима економски интересантне за подручје.

3.2. Смештајни капацитети на Копаонику

После изградње планинског дома “Олга Дедијер” приступило се изградњи већег броја објеката на Равном Копаонику. Били су то ђачки домови, а први је отворен 1956. године за децу Основне школе “жарко Зрењанин” из Београда. Зимске сезоне 1956/57. одржан је и први смучарски течај. Нови домови се отварају за децу, омладину и раднике из Крагујевца, Панчева и Крушевца. Изградња туристичких објеката је била непланска.

У децембру 1968. године основана је Заједница за унапређење развоја Копаоника, а 1969. године израђен “Просторни план копаоничког подручја”. Почетак планске изградње дао је и прве резултате. На Копаоник пристижу туристи. Већи смештајни капацитети нису постојали, па је промет туриста у односу на познате планинске центре био мали.

Табела 7. Промет туриста на Копаонику у периоду 1960-69. год.

Година	Укупно	Туристи		Укупно	Ноћења	
		Домаћи	Страни		Домаћи	Страни
1960.	2066	2064	2	16988	16986	2
1961	1924	1921	3	12618	12600	18
1962	2015	2015		13369	13369	
1963	1931	1923	8	11163	11243	20
1964	2354	2350	4	13778	13725	53
1965	2421	2411	10	12777	12766	11
1966	2944	2942	2	14008	13998	10
1967	1678	1669	9	7450	7410	40
1968	2257	2203	54	8353	8168	185
1969	2062	2058	4	7920	7888	32

Извор: Статистички годишњак СР Србије, Републички завод за статистику, Београд, издања за 1960-1969.

За праву туристичку понуду треба имати одређен број смештајних капацитета. Нарочито су битни основни капацитети, а Копаоник их све до 80-тих година није имао.

Због све већих могућности за зимске спортове на Копаонику промет туриста се постепено повећава. Од 1970. до 1979. године број посетилаца је повећан 4,7 пута. У том периоду 99,3% промета остварују домаћи, а 0,7% страни туристи.

Табела 8. Промет туриста на Копаонику у периоду 1970-79. год.

Година	Укупно	Туристи		Укупно	Ноћења	
		Домаћи	Страни		Година	Укупно
1970	3628	3606	22	9427	9354	73
1971	4692	4661	31	22016	21937	79
1972	6060	5002	158	31964	31060	904
1973	5099	5053	46	27050	26951	99
1974	7678	7610	68	38724	38522	202
1975	10082	9973	109	43166	42681	485
1976	13593	13513	80	64537	64086	451
1977	12059	12035	24	63047	62972	75
1978	14533	14497	36	77150	77078	72
1979	17077	16960	117	75751	75411	290

Извор: Статистички годишњак СР Србије. Републички завод за статистику, Београд, издања за 1970-1979.

Највећи број посетилаца је био у 1979. години, али су више ноћења остварили туристи годину дана раније. Тада је било мало туриста из других земаља. У 1979. години је на Копаонику било 117 страних туриста који су остварили 290 ноћења. То је три пута мање него 1972. године.

После катастрофалних земљотреса на Копаонику, учињен је нов корак у правцу планског развитка туризма. Већ 20. септембра 1980. године, Самуправним споразумом између Општина Рашка и Брус и београдске радне организације “Генералекспорт“, основана је Радна организација “Копаоник-Генекс“. Она је постала основних носилац развоја и изградње туристичког центра на Копаонику у локалитетима Суво Рудиште, Јарам и Сребренац. Уложивши знатна материјална средства у изградњу смештајних капацитета и објеката инфраструктуре учинила је Копаоник једним од првих центара зимских спортова у Југославији. Преко “Југотурса“, укључивањем у брошуре и каталоге намењене иностраном тржишту, Копаоник је укључен у Међународну туристичку понуду Југославије, а то је резултирало са преко 10000 страних туриста.

Изградња смештајних капацитета вршена је по етапама. Од 1980-1983. године подигнути су објекти комуналне, саобраћајне и рекреативне инфраструктуре, који су омогућили изградњу смештајних и пратећих туристичких објеката. Изграђена су три паркинг простора за 100 аутобуса, односно 5000 туриста, жичаре укупне дужине 11831 м, 20 алпских смучарских стаза укупне дужине 30 км и 20 км нордијских смучарских стаза. Такође су завршени хотелски објекти: “Караван“, Бачиште“ и “Сребрнац“ са укупним смештајним капацитетом од 956 лежајева.

Друга етапа, од 1984 - 1986. године, карактеристична је по усвајању Просторног плана за изградњу нових смештајних угоститељских, трговинских, забавних и пратећих објеката.

У 1985. години, основних смештајних капацитета, тј. хотела, било је 3 са 852 лежаја, а комплементарних објеката 10. Највише је радничких одмаралишта - 5, и 4 дечја и омладинска одмаралишта. Али, укупан број лежајева у планинарском дому и одмаралиштима је за 154

лежаја мањи него у хотелима. Даља изградња објеката на Копаонику базирана је на градњи већег броја хотела и туристичких насеља.

Табела 9. Смештајни капацитети на Копаонику 1989. године

	Број јединица	Бр.соба	Број лежајева		
			Укупно	Стални	Помоћни
Хотели свега	5	538	1574	1456	118
Хотели А категорије	1	108	248	248	-
Хотели Б категорије	4	430	1326	1208	118
Туристичка насеља	2	551	1694	1694	-
Туристичка насеља Б	2	551	1694	1694	-
Радничка одмаралишта	6	184	636	533	103
Дечја одмаралишта	4	94	409	409	-
Укупно	17	1367	4313	4092	221

Извор: Републички завод за статистику, Београд, 1989.

До краја 1994. године Туристички центар Копаоник је имао 19 пословних јединица. Побољшан је квалитет смештајних капацитета, али је смањен број лежајева за 131. 76,6% лежајева је у основним објектима за смештај, а преосталих 23,4% у комплементарним, тј. у одмаралиштима. Од 1994. године у туристичку понуду Копаоника укључене су и собе за приватни смештај.

Табела 10. Смештајни капацитети на Копаонику 1994. Године

Објекат	Број јединица	Бр.соба	Број лежајева		
			Укупно	Стални	Помоћни
Hoteli-svega	5	522	1502	1314	188
Hoteli L kategorije	1	170	412	412	323
Hoteli - A kategorije	180	232	232	511	256
Hoteli- B kategorije	3	272	858	670	188
Moteli-svega	1	15	25	25	85

Извор: Републички завод за статистику, Београд, 1994.

Данас Туристички центар на Равном Копанику има око 6000 лежајева у хотелима Л, А и Б категорије, апартманима и одмаралиштима. Хотел “Гранд” је најкомфорнији и удаљен је 100 м од Конака. Ентеријер хотела изграђен је у привлачном модерном стилу и чини га популарним местом за дружење. Садржи 174 собе са укупно 502 лежаја. Све собе су удобно намештене са купатилом, телефоном и телевизором. Угодан боравак, одмор и рекреацију туриста употпуњују: ресторан “а ла карт”, пицерија, аперитив бар, посластичарница, дискотека, просторија за дневни боравак деце опремљена разним играчкама. Хотел има пространу терасу која гледа на Панчићев врх, а у оквиру њега су још покривени терени за тенис и сквош, базен, јакузи и сауна, теретана и фитнес центар, као и неизбежни ски сервис. Пошто се хотел налази практично у самом центру до најближе жичаре “Караман гребен” треба одшетати свега 100 м.

3.3. Угоститељски капацитети

Задаци угоститељске привреде на Копанику усмерени су у два правца. Један је максимална пословност да би се остварио висок степен коришћења постојећих смештајних и ресторанских капацитета, а други се односи на изградњу планираних смештајних и осталих угоститељских капацитета. Међутим, због различитих потешкоћа, ресторански капацитети, иако прате динамику раста смештајних, одликују се знатно мањом релативном заступљеношћу. Угоститељски објекти су углавном у оквиру смештајних капацитета - хотела, одмаралишта, туристичких насеља итд. Сваки хотел има ресторан и друге објекте као што су пицерије, палачинкарнице, барови и др. Зато је мала изграђеност самосталних угоститељских капацитета. У 1985. години сус радила два бифеа, а две године касније самоједан. Једна пицерија и једна ћевабџиница су 1988. године биле доступне посетиоцима. Касније и њих затварају, а са радом почиње већи број бифеа. Тако у 1993. години је било 16 самосталних угоститељских пословних јединица, а то је осам пута више него 1985. године. Бифеи су, углавном, мањи и лоцирани на местима поред стаза. Омогућују пријатан одмор скијашима.

Међутим, оваква структура угоститељских капацитета није добра, па се у даљој изградњи морају решавати питања о врстама угоститељских објеката у понуди Копаника. Морају се вршити истраживања везана за формирање адекватне понуде угоститељских услуга која треба да задовољи потребе и жеље домаћих и иностраних туриста.

3.3.1.Промет туриста

На основу природних лепота, изграђености објеката и адекватне понуде Туристички центар Копаоник остварује завидан туристички промет.

Табела 11. Промет туриста на Копаонику у периоду 1980.-93. год.

Година	Туристи			Ноћења		
	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни
1980	12394	12348	46	74393	74283	110
1981	11854	11835	19	78922	78899	23
1982	22702	18319	4383	129399	118893	10506
1983	41898	36737	6161	187273	174296	12977
1984	38656	31394	7262	202359	184731	17628
1985	40013	30436	9577	253507	227560	25947
1986	48020	37850	10170	302851	275904	26947
1987	590036	46590	12446	340327	301397	38930
1988	84639	68077	16562	456726	395676	61050
1989	105786	82328	23458	547152	445428	101724
1990	107738	79128	28610	56747	457593	110054
1991	112682	103689	8993	644880	586927	57953
1992	119264	117766	1498	733359	728887	4472
1993	64874	64302	572	429290	426572	2718

Извор: Статистички годишњак СР Србије. Републички завод за статистику, Београд, издања за 1980-1993.

Доста мали број туриста, нарочито страних, у 1980. години смањен је у следећој години још више. Тако је 1981. године било 11854 госта, а само 19 иностраних. Узрок томе су катастрофални земљотреси. Али, велики напори “Генекс Копаоника” на инфраструктурном опремању Копаоника су се исплатили. 1982. године је било 22702 туриста међу којима су једну петину чинили странци. Број туриста и остварен број ноћења иду постепено узлазном линијом све до 1990. године. Те године су туристи остварили 567647 ноћења. Страни туристи су остварили 10,4 пута више ноћења него 1982. године. Овакав раст говори о квалитету туристичке понуде и његовом прихватању на европском туристичком тржишту. Већ следеће године број страних туриста је упола мањи због почетка рата у бившој СФР Југославији.

Табела 12. Промет туриста по сезонама

Година	Зимска сезона			Летња сезона		
	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни
1980	9260	9232	28	3734	3116	18
1981	8118	8112	6	3736	3723	13
1982	14180	13600	580	8522	2767	5755
1983	20314	19406	908	22584	17331	5253
1984	22555	20943	1612	16101	10451	5650
1985	20227	17817	2410	19786	12619	7167
1986	26722	23927	2795	21298	13923	7375
1987	33575	29118	4457	25461	17472	7989
1988	52271	45520	6759	32360	22557	9803
1988	52271	45520	6759	32360	22557	9803
1989	53732	42436	111296	52054	39892	12162
1990	52332	40276	12056	55406	38852	16554
1991	59470	51322	8148	53212	52367	845
1992	68248	67240	608	51016	50126	890
1993	44340	43885	455	25134	20417	117

Извор: Републички завод за статистику, Београд, издања за 1980-1993.

Зимска сезона на Копаонику траје од новембра до краја априла. Везана је за спортско-рекреативну функцију. Зато је у време те сезоне највише љубитеља снега и спортова на снегу. Летња сезона је представљена традиционалним планинарством, али је савремена понуда богата у другим садржајима. Да је Копаоник планина која може да пружи максимално уживање у летњој и у зимској сезони говоре подаци из претходне табеле. Број туриста у зимској сезони је редовно већи. Највише гостију у зимској сезони је било 1992. године, али је тада због политичких околности у нашој земљи било само 0,9% страних гостију. То је око 20 пута мање нег у 1990. години. Тада је однос домаћих и страних туриста на Копаонику био 3:1. Било је 23% страних гостију. Интересантно је да је број страних туриста лети знатно већи него зими. Ради се о туристима који су у својим туристичким турама предвидели и обилазак Туристичког центра Копаоник и упознавање са његовим природним и антропогеним вредностима. У 1990. години је било 30% туриста из страних земаља. Једино је у 1991. години у току зиме било 9,6 пута више страних гостију него у току лета исте године.

Табела 13: Ноћења туриста по сезонама на Копаонику

Година	Зимска сезона			Летња сезона		
	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни
1980	55996	55922	74	18397	18361	36
1981	49216	49206	10	29706	29693	13
1982	88002	85888	2114	43397	33005	8392
1983	113924	110509	3415	73349	63787	9562
1984	139009	133181	5828	6350	51550	11800
1985	142175	131244	10931	111332	96316	15016
1986	189102	177551	11551	113749	98353	15396
1987	117518	206780	20738	112809	94617	18192
1988	345386	305641	39745	111340	90035	21305
1989	360706	289620	71086	186446	155808	30638
1990	366124	291214	74910	201523	166379	35144
1991	393528	338690	54838	251352	248237	3115
1992	447928	444889	3039	285431	283998	1433
1993	309223	307042	2181	120067	119530	537

Извор: Републички завод за статистику, Београд, издања за 1980-1993.

Такође су и ноћења туриста у току зиме знатно дужа, него лети. У периоду од 1980. до 1993. године туристи су у просеку остварили 6,6 ноћења у зимској сезони и 4,5 ноћења у летњој сезони. А у 1990. години у летњој сезони су гости на Копаонику боравили у просеку 3,6 дана, а у зимској сезони исте године 6,9 дана. Када су у питању страни туристи, они су те године у просеку боравили 6,2 дана зими и 2,1 дан лети. Зимом туристи бораве првенствено због скијања, а лети су страни туристи на Копаонику ради ближег упознавања с вредностима ове планине. Уз богату туристичку понуду оваква задржавања страних туриста могу бити добра пропаганда за Копаоник.

МОГУЋНОСТ РАЗВОЈА

На бази анализе која је израђена у склопу пројекције зимског туризма Југославије, а која је дала основне критеријуме за зимски туризам, моћи ће лакше да се дође до основних елемената за постављање ових критеријума. Наиме, за нас је интересантно које зоне брдско-планинског подручја Србије омогућавају целогодишњу туристичку сезону, а то значи адекватне услове за зимску понуду и активности које она у себи носи и адекватне услове за летњу понуду. Са тог аспекта посматрано може се тврдити да зона брда настаје у већини случајева од 750 м надморске висине па до 900 м или до 1.000 м и са максималним

надзорским висинама између 1.300 м и 1.400 м. С друге стране, планинском зоном, односно планинама, могу се сматрати рељефне формације које су изнад цитираних надморских висина и досежу негде до 2.700 м максималне, односно, апсолутне надморске висине.

Обзиром на активности које се развијају у оквиру туристичког промета у планинским местима лети и зими, а у односу на потражњу, тржиште се може поделити на одређене сегменте, према старосним групацијама. Ова подела представља неопходан методски приступ за утврђивање глобалне потражње за туристичким услугама планинских места.

На дефиницију тржишних групација према старосној структури утиче неколико елемената. Ти елементи на неки начин представљају факторе развоја туризма у планинским местима, мада они не представљају све факторе развоја туризма који се иначе у теоретском приступу разматрају, када се говори о развоју и унапређењу туризма. За разматрање тржишних групација за планински туризам битни су следећи фактори:

- Степен интересовања за провођење одређених активности,
- Фонд слободног времена и
- Обим средстава који је на располагању за потрошњу у планинским туристичким местима.

Посебна проблематика везана је за оцењивање степена заинтересованости за упражњавање одређених активности. Ради се о активностима о којима је већ било речи. Степен заинтересованости егзактно би се утврђивао било преко реализованог промета на подручјима на којима су те активности већ формиране, било преко посебног анкетног испитивања. Први начин утврђивања није могуће спровести јер све побројане активности немамо нигде формиране, а други, такође, није било могуће применити због помањкања одговарајућих средстава. Због тога је степен заинтересованости оцењен, односно, свакој активности дат је одговарајући ранг, у односу на старосну групацију. Ово рангирање, или утврђивање склоности упражњавања појединих активности по старосним групацијама, системом бодовања је, иначе, метод који се употребљава у економији, социологији и у другим областима.

Међу опште услове за развој планинског туризма на неком подручју ваља убројити и њихову удаљеност од подручја на којима се формира потражња. ×ињеница је да удаљеност туристичког места или подручја од центара иницијативног туризма нема тако значајну улогу када је у питању стационарни боравак, мада и ту постоје одређена правила о којима ће бити још говора. Међутим, она постаје битан фактор развоја туризма када се ради о излетничком туристичком промету који се реализује било у виду полудневног или једнодневног одмора, а посебно када се ради о одмору (туристичком промету) крајем недеље (тзв. викенд туризам).

4. Будући правци развоја туризма на Копаонику

За управљање највећим туристичким комплексом на Копаонику, у оквиру МК Гроуп пословног система, формирана је и компанија МК Моунтаин Ресорт, која се бави хотелијерством и планинским туризмом.

МК Моунтаин Ресорт чине Гранд Хотел & СПА ****, новоотворени Фамилу Хотел Ангелла ****, Апартаменти Конаци-Сунчани врхови*** и ресторан националне кухиње Зврк. Сви објекти су смештени у средишту туристичког центра и Националног парка Копаоник, на 1770м надморске висине. Капацитет хотелског комплекса је 1.346 лежача, што је половина укупних капацитета на Копаонику.

Слика 2,3: Хотел Гранд Копаоник



Извор: МК Моунтаин Ресорт, 2012 год.

Одмах по преузимању туристичког комплекса, компанија МК Моунтаин Ресорт је почела са реконструкцијом и модернизацијом и раније чувеног хотела Гранд, као и читавог туристичког комплекса. У адаптацију је до сада уложено преко 8,5 милиона еура, а планирана укупна вредност инвестиције до краја 2012. износи 12,5 милиона евра. Хотел Гранд који је одувек био синоним за висок стандард, засијао је потпуно новим изгледом и обогаћен је новим садржајима, попут луксузног СПА & Велнесс центра на 1800м² опремљеног по узору на светске СПА центре, затвореног базена са релакс зоном, отвореног базена, дечије играонице, куглане са 8 стаза, модерним фитнес центром и бусинесс центром са комплетном техничком опремом. Трећина од укупног смештајног капацитета од 165 соба и апартмана, као и сви ресторани и барови у хотелу, потпуно су редизајнирани и прилагођени најзахтевнијим гостима.

Хотел Ангелла настао је спајањем пређашњих конака Рас и Звечан који су и поред потпуног преуређења ентеријера задржали аутентичан спољашњи изглед апартманског комплекса Конаци-Сунчани врхови.

МК Моунтаин Ресорт је отворен за своје госте током целе године, трудећи се да им боравак учини једнако интересантним, како у зимској тако и у летњој сезони обједињујући у својој понуди хотелске садржаје и могућности које природно окружење нуди за активан породични одмор, веллнесс & спа одмор, за организацију разних манифестација, „теамбуилдинг“-а, конгреса и семинара, спортских припрема, школа у природи, школских екскурзија.

Синоним за луксуз и традицију више од две деценије .Гранд Хотел & СПА**** се налази на Копаонику, најпрестижнијем скијалишту Србије. Смештен је у средишту туристичког центра и Националног парка Копаоник, на 1770м надморске висине.

Овај луксузни хотел отворен је за своје госте током целе године, трудећи се да им боравак учини једнако интересантним, како у зимској тако и у летњој сезони, обједињујући у својој понуди хотелске садржаје и могућности које природно окружење нуди за активан породични одмор, велнесс & спа одмор, за организацију разних манифестација, „тимбилдинг“-а, конгреса и семинара.

Слика 4,5: Ентеријер хотела



Извор: МК Маунтин Ресорт, 2012год.

Део укупног смештајног капацитета од 165 соба и апартмана, потпуно је редизајниран и прилагођен гостима са највишим очекивањима у погледу квалитета и комфора. Љубитељима врхунског спа угођаја, на располагању су све благодети новоотвореног луксузног СПА & Веллнесс центра “Гранд Оаза” на 1800м², опремљеног по узору на светске СПА центре. Богата понуда у неколико барова и ресторана, бусинесс центар са најсавременијом техничком опремом, врхунска забава у модерној куглани са 8 трака, фитнес центар са најмодернијим справама за вежбање и кардиопрограмом, билијар сала и дечија играоница, као и мултифункционална спортска сала, само су део услуга које овај хотел пружа својим гостима.

Слика 6,7: Изглед соба



Извор: МК Маунтин Ресорт, 2012год.

Гранд Хотел & СПА **** добитник је ласкаве титуле Шампион зимског туризма и проглашен је као најбољи хотелско-угоститељско-туристички објекат у региону, по оцени стручног жирија, у оквиру 43. Међународног сајма туризма у Новом Саду за 2010.годину.²⁶

Локација

Хотел Гранд је модеран и комфоран објекат, лоциран у срцу туристичког центра и Националног Парка Копаоник, удаљен 290 км од Београда. У непосредној близини ски лифтова, са предивним панорамским погледом на шумовите падине Копаоника и луксузним Веллнесс & СПА центром, хотел Гранд нуди својим гостима врхунску удобност и бројне садржаје који омогућавају активан одмор и рекреацију.

Смештај

Гостима је на располагању 113 стандардних соба, 15 супериор соба, 25 породичних соба, 10 луксузних апартмана и 2 Президент апартмана, са модерном опремом високог стандарда.

Садржаји хотела

- * Ресторан
- * Форест- аперитив бар са камином
- * Хавана бар са кубанском музиком
- * Ресторан & пиззерија & посластичарница Гарден
- * Конференцијске сале
- * Схоппинг центар
- * Беауту салон
- * Фризерски салон
- * Гранд Оаза Спа & Веллнесс центар на 1.800м²: затворени базен димензија 18х9м, релак

²⁶ www.grand-kopaonik.com

зона, Сауна свет –инфраред сауна, финска сауна, руска бања, тропске кише, хамам, амфитеатар сауна, арома- парно купатило, слано-ледена пећина, кнеипп (коришћење садржаја је бесплатно)

- * Фитнесс центар са најмодернијим справама за вежбање
- * Сала за пилатес и аеробик
- * Спортски садржаји у затвореној хали
- * Спаце БОУЛИНГ центар са 8 стаза и цаффе- бар
- * Банка & мењачница
- * Скијашница
- * Отворени паркинг

Техничка опрема

Флипцхарт, опрема за симултано превођење, лаптоп, стони и бежични микрофон, систем контроле звука и светла, пројектор, платно, ДВД, камера, видео беам, ЛЦД ТВ, приступ Интернету, лаптоп, фах, скенер, и сва остала техничка опрема на захтев.

4.1. Организациона структура

Хотелски комплекс МК Моунтаин ресорт обједињује три капацитета у оквиру једног правног лица: Хотел Гранд, Хотел Ангелла и Апартамани Конаци и уз њих је ресторан Зврк и 102 службена стана.

МК Моунтаин ресорт је у 100% власништву компаније МК Гроуп. Фирма МК Моунтаин ресорт је основана у Јуну 2009. године. Разлог да је фирма, по први пут на Копанику, регистрована на територији Општине Рашка, лежи у томе да радници који стварају новчана средства могу њима и располагати, улагати даље и осетити битним у својој фирми.

4.1.1. Кадрови као чинилац радног процеса

Више пута наглашавани фактори као што су тип, капацитет и категорија објекта опредељују обим и структуру запослености у хотелу. Услужни карактер детерминише хотелијерство као делатност интезивну радом. То подразумева велики удео тзв „живог рада“ у реализацији продукта хотела, собзиром да се овај процес остварује непосредним контактом са корисником.

И ако техничко-технолошке иновације, а посебно компјутеризација пословања, налазе све ширу примену у хотелијерству, то не умањује значај кадрова за обликовање коначне форме резултата рада.²⁷

²⁷ Стефановић Видоје,(2004),Економика туризма,Природно-математички факултет, Ниш,стр.45.

Обим и квалификованост запослених

Квалификациона структура представља дистрибуцију запосленог особља према степену стручног образовања и квалификације. Временски дисконтинуитет у раду испољава се годишње, месечне, недељне и дневне неравномерности. Годишња неравномерност означава се као сезоничност и представља један од критеријума диференцирања објекта (са сталним и сезонским пословањем). У хотелима са сезонским пословањем, ангажује се знатан број сезонских радника. Чињеница да у сезонским хотелима не постоји потреба за одржањем истог броја запослених током читаве године, може да доведе до одређених организационо-техничких потешкоћа и застоја у раду. Стручно особље појединих дефицитарних занимања није у довољној мери мотивисаних за сезонски рад. Из тих разлога неретко се прибегава ангажовање недовољно квалификоване радне снаге неодговарајућих стручних профила из редова локалног становништва што се испољава као битан одговарајући фактор квалитета хотелског продукта.

Поред комфорних, лепих и функционалних објеката и опреме, за пружање смештајних и других услуга, у хотелу, потребан је одређени број квалификованих извршиоца, као што су: рецепционер, пријавничар, коресподент, жураналиста, благфајник, мењач, фактуриста, дочекивалац гости, вратар, носач пртљага, ноћни портир, лифт бој, телефониста, талексиста, информатор, контролор и сл.

Пријемно одљење треба бити попуњено адекватним извршиоцима за обављање послова и радних задатака које тражи једна савремена рецепција хотела. Модел, организациона структура и број запослених зависи од величине типа и категорије хотела.

ХОТЕЛСКО ДОМАЋИНСТВО

Често смо у прилици да чујемо од гостију ”хотел други дан” или ”да се у хотелу осећају као код куће”. У њиховом задовољству поред осталих услуга које имају у хотелу, је свакако

задовољство у смештају – собама. Један од кључних фактора хотелског производа који утиче на степен задовољства су услови погодности соба, њихове опреме, удобности, локација са погледом у природу. Из ових и других разлога који утичу или (не) утичу на расположење госта, настала је потреба за формирањем службе у овом раду названа уобичајено хотелско домаћинство.

Број извршилаца, начин организовања рада, амбијент и унутрашњи комфор, зависи од величине, врсте, типа и категорије хотела. Хотелско домаћинство води следећу евиденцију.

Обавеза хотелске собе је да поседује:

- Собну мапу на којој се налази меморандум, разгледнице, проспекти и сл.
- Потрошни материјал за собу према категорији (сапун, шампон и сл.) ,
- Упутство за рад собарице на њеном радном месту,
- Евиденција о радном времену особља на спратовима,

- Извештај собарице о заузетим собама,
- Евиденција о планским потребама и унутрашњим количинама разног материјала,
- Списак ствари у хотелској соби
- Ценовник хотелске собе и кућни ред, на више језика,
- Књига требовањ – испоруке,
- Књига кварова по собама и спратовима у хотелу уопште,
- Распоред рада радника по семинарима,
- Евиденција о примљеној радној одећи и другим задужењима.

Технологија и техника пословања хотелског домаћинства

Под техником пословања у хотелском домаћинству подразумевамо све предузете мере и послове које обезбеђују госту привремени смештај и боравак у хотелу. Делатност хотелског домаћинства досеже до свих простора у којима бораве гости. Основна јединица за смештај јесте хотелска соба, она је уједно основна тржишна категорија, на чијој се продаји огледа комерцијални карактер делатности хотелијерства. Због улоге и важности о пружању хотелских услуга смештаја, прописани су елементи и критеријуми за категоризацију објеката и њихових просторија у које спадају и собе.

Особље хотелског домаћинства

Број особља хотелског домаћинства и структура зависи пре свега од величине хотела, па у том смислу домаћинство обухвата у мањим хотелима бригу око спремања соба и осталих просторија, док је делатност домаћинства у великим хотелима знатно шира, разноврснија јер обухвата смештајни део, јавне просторе, базене, праонице и друге просторе и одељења. Величина хотела утиће у највећој мери на организацију рада хотела-домаћинства, разграниченост његових многобројних делатности, подела рада, броја особља и слично.

ОСОБЉЕ У УСЛУЖНОМ ОДЕЉЕЊУ

За успешно услуживање јела и пића и напитака, услужно особље мора имати одређене склоности, стручне способности и стручно знање из домена услуживања. Услуживање хране и пића ангажује и запослено особље одговарајућих занимања. То су квалификовани и високо квалификовани извршиоци: конобари, точиоци пића, бармени и сл.

- Шеф ресторана
- Шеф ранга
- Конобар
- Виноноша
- Точилац пића
- Бармен

4.2. Угоститељски објекти- Пансионски ресторан Гранд

Гостима хотела је на располагању пансионски ресторан Гранд који нуди велики избор јела интернационалне кухиње и одабране српске специјалитете, са посебним акцентом на традиционалне посластице.

Ресторан & Пицерија Гарден

Гарден нуди широку палету италијанских и националних специјалитета. Гарден је јединствен не само по специфичном ентеријеру у коме доминирају веселе боје, намештај необичних облика и материјала, већ и због изузетног погледа који се пружа на ски стазе и раскошне шуме Националног парка Копаоник.

Форест бар

Налази се у нивоу рецепције хотела Гранд и представља идеално место за кратак предах уз кафу или уз неки од традиционалних колача направљених по рецептури шефа кухиње.

Хавана бар – Ат Јое’с

За љубитеље клупске атмосфере и одличне музике, у хотелу Гранд се налази аутентичан кубански бар са изузетном колекцијом пажљиво одабраних вина и кубанских цигара.

Бар око базена

Употпуните СПА и Велнес ужитак уз природне сокове од свеже цеђеног воћа у бару поред базена који се налази у оквиру Гранд Оаза СПА и Велнес центра.

Ресторан Зврк

Испробајте специјалитете српске кухиње у једном од најпознатијих ресторана на Копаонику. У ресторану “Зврк” имате привилегију да уживате у традиционалним јелима спремљеним са органским намирницама, као и у посебним

4.3. СПА и Велнес

Гранд Оаза СПА и Велнес центар простире се на 1800 м² и представља архитектонску поезију за очи и оазу за душу. Благотворни садржаји СПА и Велнес центра прилагођени су потребама данашњег времена и креирани су за тренутак Вашег индивидуалног и јединственог доживљаја, у циљу постизању виталности, лепоте и хармоније.

На располагању су Вам затворени базен са релакс зоном, као и отворени базен са јацуззијем у предивном планинском амбијенту.

Уживајте у сауна свету Гранд Оазе. На располагању Вам је инфраред сауна, руска бања, хаммам, амфитеатар финска сауна, арома – парно купатило, тропске кише, слано – ледена пећина, кнеипп. За Вас смо креирали ВИП СПА и Велнес салон са посебним садржајима, јаџузи кадом, финском саунон и мини гум сетом.

4.4. Семинари и конгреси

Конференцијеске сале поседују опрему која одговара највишим стандардима: најсавременија аудио-визуелна опрема, преводилачка опрема и бесплатни интернет. У понуди хотела су сале

-Суво Рудиште

-Панчићев врх

-Караман

Све сале представљају спој класичног уређења ентеријера и савремене опреме, тако да све вас који нам буду поверили организацију било ког догађаја, очекује пре свега професионалност, тачност и врхунска услуга.

Изглед									
	U-облик	T-облик	Учионица	Конфер.		Позориште			Ukupno m2
Назив сале									
Спортска хала	700	700	800	700	700	1500	600	1500	1258
Бизнис хала	40	40	50	45	45	60-90	60	100	80
Суво Рудиште									
Памчићев врх	12	-	-	-	-	-	-	-	15
Караман	25	25	27	22	28	50	30	50	70
* капацитети									

4.5. Анализа маркетинг активности Гранд хотела

Производ је први и базични инструмент маркетинга и представља све оно што предузеће може понудити тржишту. Производ је основни предмет размене, за разлику од других инструмената маркетинга, који представљају ослободитеље и стимуле за ефикасно одвијање размене. Потрошачи управо кроз производ добијају сатисфакцију, захваљујући његовој способности носиоца корисности и употребне вредности. Стога је производ база настајања трошкова неопходних за његову производњу, дистрибуцију и маркетинг.²⁸

У зависности од врсте делатности којом се предузеће бави, производ, као плод обављања дате делатности, добија различите димензије.

У маркетингу производних добара улогу производа као базичног инструмента преузимају сви производи који се купују ради даље употребе (производње, прераде, дораде, обраде...) у циљу стварања производа намењених финалној потрошњи. Животни циклус производних добара је дужи од животног циклуса потрошних добара, а посебно нетрајних потрошних добара. Јасно је да производи тзв. високе технологије имају доста краћи животни циклус у односу на животни циклус тзв. традиционалних производних добара.²⁹

Асортиман је базични и динамички инструмент маркетинга трговине. Асортиман представља скуп роба које трговинско предузеће нуди на тржишту. У савременим конкурентским условима, велику улогу у позиционирању трговинских предузећа на тржишту игра политика развоја асортимана на концепту трговинске марке (сопствена марка трговине). Политика развоја асортимана на концепту трговинске марке захтева уважавање уникатног и константног квалитета асортимана, који са имицом сопствене марке гради јединствену тржишну позицију трговинског предузећа. Таква тржишна позиција је потврдјена чињеницом да све трговинске компаније са познатом висококвалитетном трговинском марком имају високо тржишно учешће на међународном нивоу. Дакле, постоји директна веза измједу степена концентрације предузећа, развоја трговинске марке и профитабилности пословања у целини. У трговинском маркетингу паковање добија промотивну функцију, посебно у систему самоуслуживања и самоизбора када стоји „очи у очи“ са потрошачима. Продајне услуге постају неминовност стратегије позиционирања трговинских предузећа, у чијем миксу значајну улогу преузимају примедбе, сугестије, жалбе и рекламације потрошача, као и достава робе у стан потрошача.

Услуга као производ, тј. први инструмент маркетинга услужних предузећа, организација и институција, за разлику од физички опипљивог производа, карактерише се неопипљивошћу, немогућношћу складиштења, неодвојивошћу од извора, нестандардизованошћу...што све заједно утиче на специфичан приступ управљању услугом. Квалитет услуге игра веома важну улогу у формирању пакета понуде услужног предузећа. Услуге тешко подлежу гаранцији и сервису. Паковање као инструмент услужног маркетинга.

у	класичној	функцији	не	постоји.
---	-----------	----------	----	----------

²⁸ Стефановић Видоје, (2004), Економика туризма, Природно-математички факултет, Ниш, стр.68

²⁹ Гашовић М., (2003), Менаџмент продаје, Београд, Институт економских наука, Београд, стр.56.

Производ у међународном маркетинг миксу може се појавити као локални, међународни, мултинационални и глобални. У наступу предузећа на међународно тржиште може се понудити јединствени производ за сва тржишта на које предузеће наступа, модификовани производ (у смислу понуде базичног производа са извесним изменама) и производ који се прилагодјава сваком тржишту понаособ. Сви други подинструменти производа, као што су квалитет, дизајн, марка, продајне услуге и паковање, добијају међународну димензију и одлуке о њима се доносе у складу са изабраном стратегијом производа (јединствен, модификован или прилагодјен).³⁰

ЦЕНА - треба да покријете трошкове и зарадите, а да при томе купац прихвата ту цену. Практично, цена се одређује на основу цена Ваших конкурената, осим ако сте пласирали нов производ и још увек нема конкуренције. Тада истраживањем сазнајте колико су купци спремни да плате за скуп атрибута производа који нудите.³¹

Формирање цене производа представља једну од кључних одлука приликом планирања наступа на тржишту. Стратегија формирања цене имаће велики утицај на стабилност пословања. Као и на домаћем тржишту, цена вашег производа или услуге у иностранству одређује и висину ваше зараде. Цена је фактор којим предузеће утиче на остварење обима продаје и добити у кратком року, али и на раст и развој предузећа. Из тог разлога, потребно је да узмете у обзир све параметре који би могли да утичу на формирање оптималне цене производа. Израчунавање стварних трошкова производње је суштински елемент при утврђивању финансијске исплативости. Свака промена у цени утиче на приход, обим производње и трошкове, а преко њих и на добит. Такође, свака озбиљна промена у осталим елементима (производу, дистрибуцији и промоцији) захтева корекцију цена.

Цена асортимана, као инструмент маркетинг микса трговинских предузећа, формира се не само под утицајем трошкова, већ и под утицајем тражње, конкуренције, државне регулативе, али и набавне политике добављача и политике пласмана трговине. Надоградња набавне цене (набавну цену трговине чини фактурна цена производјача и зависни трошкови набавке) роба за асортиман трговине може се обавити системом маржи и системом рабата. Системом маржи, трговина има слободу да на набавну цену (у складу са факторима који утичу на цену) дода сопствену разлику у цени и тиме одреди малопродајну цену за потрошаче. У систему рабата, крајња малопродајна цена је под контролом производјача, што значи да производјач одредјује ту цену, а у оквиру ње додељује рабат свакој трговини засебно. У концепту трговинске марке, цене асортимана марке се слободно формирају од стране трговине, која диктира услове набавке, производње и испоруке производјачима који производе производе за асортиман под трговинском марком. Када се доноси одлука о цени артикала широког асортимана, мора се водити рачуна о базичној цени и међусобном односу цена артикала који чине асортиман трговинског предузећа.³²

³⁰ Гашовић М.,(2003), Менаџмент продаје, Београд, Институт економских наука, Београд, стр.44

³¹ Стефановић Видоје,(2004), Економика туризма, Природно-математички факултет, Ниш, стр.34.

³² Стефановић Видоје,(2004), Економика туризма, Природно-математички факултет, Ниш, стр.61.

Цена услуге као инструмент маркетинг микса услужних предузећа, организација и институција директно указује на ниво квалитета услуге. Гаранцију квалитета је веома тешко применити у сектору услуга. У услужним предузећима за цену се срећу различити термини, као што су нпр. школарина, чланарина, путарина, хонорар, тарифа, премија, камата, царине... Политика цена у међународном маркетинг миксу може да се трасира сходно политици цена са домаћег тржишта, да цене буду прилагодјене условима појединих тржишта, или између политике фиксирања и слободе одредјивања у филијалама.

Неопходно је диференцирање цена по следећим критеријумима:

а) *Време*

- ✓ Цене боравка су 20% веће у сезони него ван сезоне
- ✓ Коришћење базена, сауне и терена, за грађанство је 25% веће него радним даном
- ✓ Цене измајмљивања сала су јединствене током целе године
- ✓ Попуст за дуже боравке
- ✓ Попуст за викенде за двоје
- ✓ Попуст за сталне организаторе сајмова и конгреса
- ✓ Картице (ВИП или картице Лојалности)
- ✓ Снижење цена летњих месеци
- ✓ За породице са децом, деца плаћају са умањењем³³

Табела 14: Ценовник са попустима

ПОРОДИЧНИ ПАКЕТ - ДВЕ ОДРАСЛЕ ОСОБЕ И МИНИМУМ ЈЕДНО ДЕТЕ

сезоне врста карте	01.11.2011.-09.12.2011.		10.12.2011.- 22.12.2011.		23.12.2011.- 15.03.2012.		16.03.2012.- 10.05.2012.	
	деца	одрасли	деца	одрасли	деца	одрасли	деца	одрасли
5-дневна	2.600	3.950	4.750	7.400	5.150	7.900	2.200	3.300
6-дневна	3.000	4.650	5.600	8.650	6.000	9.300	2.500	3.800
7-дневна	3.400	5.300	6.200	9.600	6.700	10.600	2.800	4.350
8-дневна	3.500	5.550	6.650	10.000	7.000	11.100	3.000	4.750
9-дневна	3.900	6.000	7.100	10.650	7.750	12.000	3.200	4.900
10-дневна	4.100	6.400	7.650	11.500	8.200	12.750	3.400	5.200
11-дневна	4.450	6.950	8.300	12.650	8.900	13.850	3.650	5.800
12-дневна	4.750	7.600	9.000	13.750	9.500	15.150	4.000	6.300
13-дневна	5.250	8.150	9.600	14.950	10.450	16.300	4.350	6.800
14-дневна	5.550	8.600	10.550	16.050	11.100	17.150	4.600	7.200
сезонска	36.600	55.400	36.600	55.400	36.600	55.400	36.600	55.400
5/7 дана	2.650	4.000	4.950	7.650	5.250	7.950	2.150	3.300
10/сезони	10.450	15.750	10.450	15.750	10.450	15.750	10.450	15.750

Цене су изражене у динарима, са укљученим ПДВ-ом (18%) и осигурањем.

Одрасли су особе рођене 1999. године и раније, а деца особе рођене од 2000-2006. године

Деца рођена 2007. године и касније имају право на бесплатно скијање у пратњи једне одрасле особе.

Ноћну стазу Мало језеро могу да користе сви корисници који купе минимум 1-дневну карту.

Цена карте за појединачну возњу жичаром је иста и у летњем делу сезоне 11.05.2012.-01.11.2012. године.

Преподне купљена полудневна карта важи од 09-13 часова а поподне купљена полудневна карта од 12,30 до краја рада скијалишта.

Извор: МК Маунтин Ресорт, 2012год.

³³ Стефановић Видоје,(2004),Економика туризма,Природно-математички факултет, Ниш, стр.62.

б) *Врсте услуге*

Прва категорија соба је приступачна просечном туристи док цене по осталим категоријама расту у зависности од квалитета. У трећој и четвртој категорији се већ формирају ексклузивне цене. Цене услуга сајамског, конгресног и спортског туризма треба формирају се на нивоу конкуренције па чак су више, али полако преузимају део тржишта.

ц) *Начин продаје*

Цена за крајњег купца је иста без обзира на начин продаје тако што се агенцијама одобрава рабат за износ њихове провизије.

Канали продаје

Продаја може бити непосредна или посредна.

- Непосредна (директна) продаја може бити :

-путем телефона

-е-маилом

-Интернетом, оглашавањем на сајту Боокинг

-И у самом хотелу.³⁴

Директна продаја купцима доноси већу зараду од продаје преко посредника. Ова врста продаје помаже предузећу да има приснији контакт са својим купцима. Међутим, у случају директне продаје у иностранству предузеће се не може послужити услугама страног посредника и, самим тим, требаће му више времена да се упозна са страним тржиштем, што захтева и додатне трошкове.

- Посредна (индиректна) продаја

Посредством туристичким оператера (који би у будућности требало да учествују са 80% а осталих 20% остали).

Код индиректне продаје предузеће проналази посредника који преузима одговорност да пронађе купца, транспортује робу и изврши наплату. Најчешћи облици индиректне дистрибуције су: посредници (агенти и дистрибутери), трговински заступници и партнерства. Приликом одлучивања да ли ћете изабрати агента или дистрибутера узмите у обзир величину тржишта, ваш производ и степен контроле који желите да имате на потенцијалном тржишту.

ДИСТРИБУЦИЈА - или канали продаје су Ваши посредници при продаји: великопродаја, малопродаја, трговински ланци, аукцијске куће, Ваша продајна оператива (комерцијалисти), разни агенти и брокери (посредују за провизију). У дистрибуцију спада и транспорт, складиштење, управљање залихама и администрација око преузимања наруџбина.

Према дефинисаним корацима већ припремљеног плана, следи избор начина на који ћете дистрибуирати своје производе. Традиционалан начин уласка на неко тржиште може се груписати у три шире категорије: директно, индиректно и партнерство/савезништво.

³⁴ Стефановић Видоје,(2004),Економика туризма,Природно-математички факултет, Ниш, стр.64.

Међутим, трговина укључује и велики број других механизма за улазак на тржиште, као што су инвестирање, стратешка партнерства и споразуми о лиценцирању.

Канали продаје производних добара су врло кратки и често директни. То значи да је производјач производних добара и продавац тих добара, те да обавља све функције физичке дистрибуције као што су паковање, складиштење, транспорт... Уколико производјач производних добара није и њихов продавац (добра се не продају директно потрошачу), у том случају је број посредника за продају производних добара врло мали, те је канал дистрибуције кратак. У највећем броју случајева се користе услуге два типа посредника, а то су индустријски дистрибутери и представници произвођача.

Маркетинг логистика и политика пласмана представљају инструменте трговинског маркетинга који покривају дистрибуцију и продају роба. Трговина је та која врши продају робе. Трговина доноси одлуку о макро и микро локацији у области дистрибуције робе. Одлуком о макролокацији трговина одредјује тржишно подручје пословања трговинског предузећа. Микролокацијом се одредјује место локације продајних објеката трговине и њихов број. Маркетинг логистиком се дефинишу све активности које трговина треба да спроведе да би њена роба стигла до „потрошачке корпе“ потрошача.³⁵

Канали продаје услуга су често директни, при чему нема потребе за посредником на пословима дотура услуге од предузећа које је пружа до њеног корисника. Када канали продаје услуга нису директни већ индиректни, онда је мали број посредника.

Канали дистрибуције у међународном маркетинг миксу могу бити директни и индиректни, мада се дистрибуција може обављати и преко система канала продаје (интегрисани, независни или усмеравани систем канала продаје). Стратегија директних канала продаје представља директно успостављање контакта са ино тржиштем од стране предузећа, без ангажовања посредника у сопственој земљи. Стратегија индиректних канала продаје подразумева укључење трговинских посредника и дистрибутера из сопствене земље за наступ предузећа на ино тржишту.

ПРОМОЦИЈА - у народу позната као реклама. Преко ње комуницирате са тржиштем (купцима).

Промоција производа почиње од првог контакта са потенцијалним клијентима и посредницима. Од суштинске је важности представити производ на најбољи могући начин и тиме заинтересовати другу страну за наставак сарадње са вама.

Ваше опхођење приликом преговора утицаће на изградњу вашег имица, који ће се у будућности надограђивати новим преговорима и пословном сарадњом, али је врло битно да он почива на доброј основи. Након што сте се одлучили за тржиште, потребно је да размишљате и о промотивном наступу вашег предузећа. Постоје две ствари о којима морате да водите рачуна приликом планирања промоције. Прво, морате одлучити да ли ћете за кампању бити одговорни ви или ваш представник у иностранству. Друго, морате донети одлуку о методу промоције који ћете користити. Присуство на међународним сајмовима је један од најбитнијих начина за представљање вашег предузећа. Сајам је један од

³⁵ Стефановић Видоје,(2004),Економика туризма,Природно-математички факултет, Ниш, стр.67.

најсигурнијих начина за стицање пословних контаката, излагање производа, упознавање са светским трендовима и конкуренцијом и, наравно, склапање послова.

Након излагања на сајмовима или путем контаката добијених преко неких других извора (локални дистрибутер, слање упита електронском поштом, препоруке од постојећег клијента), одржавање контаката и јачање веза се најбоље постиже посетом заинтересованим клијентима.

Основни елементи комерцијалне туристичке пропаганде су:

- o Графичка средства (проспект, плакат, каталог)
- o Огласна средства (штампа, медији)
- o Пројекциона средства(туристички филм, Веб са порталом..)
- o Просторно-пластична средства (сувенири)
- o Лична пропагандна средства (конференције за новинаре, студијска путовања..)³⁶

Односи са јавношћу

-Кроз организовање наградних игара, давања попушта.

Економска пропаганда - односно реклама у ужем смислу. Запамтите је по ЕПП (економско-пропагандни програм). ТВ, Радио, Интернет рекламе, Билборди и сви остали видови рекламирања спадају у ову групу.

Промоцијски микс маркетинга производних добара чине институционална пропаганда (пропагирање предузећа као институције, ради подизања његовог угледа) и лична продаја као најважнији облици промоције (то не значи да је употреба других облика промоције искључена). Улога пропаганде у промоцији производних добара је мања но њена улога у промоцији потрошних добара.

Промоцијски микс трговинског маркетинга састоји се из стандардних инструмената промоције (горе наведених), који у трговинском маркетингу добијају специфично обележје. Реч је о великој улози пропаганде, посебно пропаганде на месту продаје, личне продаје, унапредјења продаје, паковања, излога, унутрашњег и спољњег уредјења продајног објекта, мерчендајзинга, амбијента у којем се купује...

У промоцијском миксу маркетинга услужних предузећа велику улогу игра лична продаја и пропаганда, посебно институционалног карактера.

Промоцију у међународном маркетингу опредељују односи са јавношћу, национална промоција извоза, медијско пропагирање, као и други инструменти промоције са мањим значајем.

³⁶ Стефановић Видоје,(2004),Економика туризма,Природно-математички факултет, Ниш, стр.78.

4.6. Туристички промет Гранд хотела & Спа на Копаонику

Један од најважнијих фактора који утичу на искоришћеност капацитета хотела Гранд, поред сезоналности и економског положаја гостију је и – слободно време посетиоца. Овај фактор посебно добија на значају у марту месецу, када се ближи крај зимске сезоне, јер су истекли зимски распуст, и делови годишњих одмора планираних за зимски период. Зато имамо појачане викенде када су нерадни дани, а мању попуњеност почетком и средином недеље.

На тржиште се махом пласирају собе, услуге, место и садржаји. Приложене табеле 3 и 4 иду у прилог наведеном, где се види да у месецу Марту проценат попуњености пада. За тај месец је карактеристично лепо време са пуно сунчаних дана и квалитетан снег, а стазе врхунски припремљене. Добрим маркетиншким радом и смањењем цена смештаја, празнина би се попунила. То подразумева и коришћење промотивно-пропагандних активности путем ефеката угледања, јер на пример истицањем климатских услова у припреми спортиста може бити један од начина диференцирања хотела Гранд (Новак Ђоковић, на пример, који је потекао и прве кораке у тенису запоцео на Копаонику и то тениским теренима код Конака и хотела Гранд). Такође, неопходно би било стално пропагирање и познатих спортиста из ски и snow такмичења а који су сада репрезентативци а своје припреме обављали су на Копаонику.³⁷

Од укупног пројектованог износа од 9,7 МЕУР за пројекат „МК Моунтаин ресорт 1. фаза“, сопствени извори финансирања чине 3.1.МЕУР, а кредити 6.6 МЕУР.

Табела 15: Новчани ток пројекта

	2010	2011	2012	2013
Новчани ток из оперативних активности	5.5.	6.3.	7.1.	7.7
Новчани ток из финансијских активности	6.3	-0.2	-1.4	-1.4
Новчани ток из инвестиционе активности	-9.7	0.0	0.0	0.0
Укупан новчани ток	2.1	6.1	5.7	6.3.

Извор: МК Група, 2009.

ФИНАНСИЈСКО – ЕКОНОМСКА АНАЛИЗА ПОСЛОВАЊА ХОТЕЛА ГРАНД

Биланс успеха хотела Гранд

Биланс успеха је финансијски извештај у којем су приказани приходи, расходи и добит или губитак из пословања за одређени период. Биланс успеха показује како је остварена добит или губитак, тако што се од прихода одузму расходи, покриће троскова и расподелу остварене добити. Ако су нам приходи већи од расхода, онда имамо остварен позитиван финансијски резултат, а ако је обрнуто онда имамо негативан финансијски резултат.

Табела 16: Биланс стања

³⁷ Стефановић Видоје, (2004), Економика туризма, Природно-математички факултет, Ниш, стр.48.

БИЛАНС УСПЕХА		
	Износ 2008	Износ 2007
А. Приходи и расходи из редовног пословања		
I. Пословни приходи	280000	260000
1. Приходи од продаје	266200	248000
2. Приходи од активирања учинака и робе	0	0
3. Повећање вредности залиха учинака	0	0
4. Смањење вредности залиха и учинака	0	0
5. Остали пословни приходи	13800	12000
II. Пословни расходи	135670	116284
1. Набавне вредности продате робе	10500	9300
2. Трошкови материјала	41250	37400
3. Трошкови зарада, накнада и остали расходи	46920	39984
4. Трошкови амортизације	19000	15600
5. Остали пословни расходи	18000	14000
III. Пословни добитак I+II	144330	143716

Извор: подаци преузети од службе рачуводства хотела Гранд, 2008 год.

У билансу успеха предузеца се исказују приходи и расходи.

Приходе предузећа чине :

- приходи од продаје производа, робе или пружене услуге,
- приходи од финансирања – камате, курсне разлике,
- ванредни приходи – наплаћени приходи из ранијих година, вишкови, смањење обавеза, и др.³⁸

Расходи предузећа су:

- набавна вредност робе и материјала, материјални трошкови и амортизација, нематеријални трошкови, бруто зараде, набавке основних средстава, расходи за нематеријална улагања,
- расходи финансирања – камате, курсне разлике,
- порези и друге јавне дажбине,
- ванредни расходи – губици, мањак, отписи и др.

Већ смо изнели да хотел Гранд располаже са 171 собом.

Просечна искоришћеност капацитета у 2008. години је била 40%, што чини 68,40 соба.

Просечна цена собе на годишњем нивоу је била 5.600,00 динара, тако да следи:

³⁸ Стефановић Видоје, (2004), Економика туризма, Природно-математички факултет, Ниш, стр, 51.

$68,40 \times 5.600 = 383.040,00$ је био могући дневни промет од соба у хотелу.
 $383.040,00 \times 365 = 139.809.600,00$ је могући годишњи промет од соба у хотелу Гранд.

Могући годишњи промет ресторана је 140.190.400,00 Укупно је 280.000.000,00
 Промет ресторана учествује у укупном промету хотела са 50,07%, а собе са 49,93%.
 Просечна искоришћеност соба у 2007 години је била око 42%, што нам даје резултат да је
 дневна попуна соба износила 71,82 са просецном годишњом ценом собе од 5.100,00 динара
 по дану.

Тако да је:

$71.82 \times 5.100,00 = 366.282,00$ је био могући дневни промет од соба.
 $366.282,00 \times 365 = 133.692.930,00$ је био могући годишњи промет од соба у Гранд хотелу.
 Могући годишњи промет ресторана је био 126.307.070,00
 Укупно је 260.000.000.00.

Табела 17: Попуњеност хотела Гранд у 2007 год.

Месец	Година	Бр.ноћења	Гости	Собе %	Бр.рад.дана
Јануар	2007	11152	8.65	86.35	31
Фебруар	2007	9645	82.01	86.21	28
Март	2007	6398	49.13	58.06	31
Април	2007	1438	11.41	11.80	19
Мај	2007	739	5.67	7.74	31
Јун	2007	2938	23.31	28.96	30
Јул	2007	4311	33.11	38.93	31
Август	2007	4208	32.31	39.87	31
Септембар	2007	2743	21.76	31.40	30
Октобар	2007	4238	32.54	44.61	31
Новембар	2007	2396	23.30	24.80	18
Децембар	2007	5054	38.31	44.74	25
Просечно	2007	5054	38.31	44.74	25

Извор: Документација хотела, 2008 год.

Из приложених табела се види да је тражња у Јануару, Фебруару и М арту већа у односу на друге месеце у току године. Тако добар просек знатно квари остали месеци, што указује на недостатак садржаја настанком снега а и лошим маркетингом.³⁹

³⁹ Подаци МК МР, Копоник, прегледано дана 14.09.2012 год.

Табела 18: Попуњеност хотела Гранд у 2007 год.

Месец	Година	Бр.ноћења	Гости	Собе %	Бр.рад.дана
Јануар	2008	11911	91.48	93.16	31
Фебруар	2008	10763	88.36	92.44	29
Март	2008	6513	50.02	63.06	31
Април	2008	693	5.50	7.50	8
Мај	2008	1806	13.87	20.51	13
Јун	2008	2965	23.53	32.93	16
Јул	2008	992	7.60	9.00	28
Август	2008	2797	21.48	28.12	31
Септембар	2008	2583	20.50	29.20	26
Октобар	2008	2866	22.01	30.70	20
Новембар	2008	2002	16.04	23.80	17
Децембар	2008	4739	36.39	44.16	24
Просечно	2008	4219.16	33.06	39.54	22.83

Извор: Документација хотела, 2009 год.

Реализацијом инвестиционог пројекта, гостима МК маутаин Ресорт пружиће се висок квалитет услуга, обогатити понуда додатним садржајима, који доводе до раста прихода по више основа а који се пре свега огледају у расту броја ноћења.

Табела 19: Приход од ноћења

Хотел Гранд	Ј.м.	2010	2011	2012	2013
Број ноћења	Бр.	55.000	60.000	64.000	67.000
Просечна цена смештаја	ЕУР	33.0	34.0	35.0	35.0
Приход од ноћења	000 ЕУР	1.815	2.040	2.240	2.392

Извор: Подаци из МК МР, Копаоник, 2010 год.

4.7. SWOT анализа туристичке понуде општине Копаоник

Потенцијали:

1) очуване посебне природне вредности и биолошка разноврсност међународног и националног значаја на подручју НПК, првенствено по ендемским врстама флоре, асоцијацијама вегетације и врстама птица, уз започет процес афирмације очувања и културолошког коришћења природне баштине;

2) очуване вредности културне баштине (посебно споменици културе и знаменита места) и још више у окружењу (посебно средњовековни споменици културе);

3) природни услови за туризам (посебно морфолошки, климатски и вегетацијски услови за зимску и летњу понуду у простору), као и створени услови физичких структура (супраструктура туристичког смештаја, спортско-рекреативних и пратећих садржаја), са непосредним мотивима тражње у скијању, презентацији вредности Националног парка Копаоник, здравствено безбедној храни и друго;

4) очуване шуме по квалитету и биодиверзитету за опште-корисне намене (истраживање, рекреацију, узгој дивљачи, коришћење шумских плодова, ограничену сечу и друго) заштићене режимима НП Копаоник и са организованим газдовањем од стране ЈП „Србијашуме” у заштитној зони НПК; режимима Националног парка очувана станишта и врсте аутохтоне дивљачи и риба, као основа за развој спортског лова и риболова у заштитној зони НПК;

5) расположиво пољопривредно земљиште (посебно пашњаци и ливаде) за модел еколошке или пејзажне пољопривреде (са доминантним сточарством), уз услов одговарајуће интеграције са туризмом као генератором развоја подручја (производња и пласман биолошки вредних пољопривредних производа на непосредном туристичком тржишту, запослење у туризму, домаћа радиност у туризму подпланинских села, активирање још увек незанемарљиве радне снаге у пољопривреди и друго);

6) традиција села са вредним етно-наслеђем културних добара, амбијената и традиционалне културе, са потенцијалним смештајним капацитетима који се (уз реконструкцију и опремање) могу укључити у сеоски туризам, са недовољном запосленošћу радно способног становништва (посебно уз објективно могуће проширивање старосног контингента радно способних сељака и даље могућности запошљавања у туризму), са условима производње, прераде и директног пласмана здравствено безбедне хране и других производа домаће радиности и друго; оживљавање бачија;

7) установљење интегрисаног управљања заштитом и развојем Националног парка и туризма у ЈП „Национални парк Копаоник” и ТЦ Копаоник, уз подршку републичких управних институција.

Ограничења:

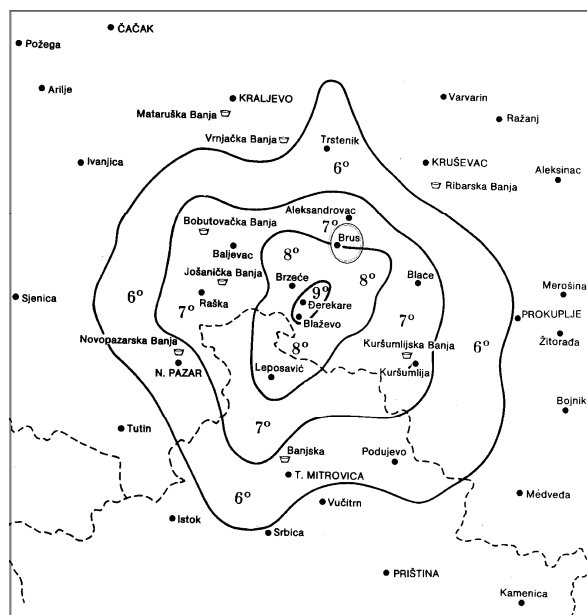
Животна средина и ризик појаве елементарних непогода на подручју Копаоника условљени су природним и антропогеним факторима.

Природни фактори су геолошка грађа, хидрогеолошке, сеизмичке, морфолошке, климатске, хидролошке и биолошке особености копаоничког масива.

1) Геосеизмичност

Геосеизмичност Копаоника, са плитким огњиштем и зато концентрисана на релативно уском простору, представља најзначајнију потенцијалну елементарну непогоду за подручје Копаоника. Највише су угрожени простори око епицентра и раседа, на већим нагибима, потенцијалним клизиштима, испод стенских одсека, на теренима са високим нивоом подземних вода.

Картографски приказ 1: Сеизмичка карта Копаоника и шире околине



Извор: Васовић М., 1988. године (оригинал по М. Вукашиновићу)

Први писани подаци о сеизмичкој активности у овом крају датирају из 16. века а прецизнији од 1893. године. У периоду 1893-1980 забележено је 106 земљотреса јачине 6, 7 и 8 степени Меркалијеве скале. Запажена је већа учесталост земљотреса од 1978-1984. године, када је регистровано преко 7000 потреса, од којих 4350 јачих од 3 степена. Десетог маја 1980.

забележен је потрес јачине 8 степени, а 18 маја исте године од 8,5 степени Меркалијеве скале. Показало се да су жаришта земљотреса, односно неотектонске активности на дубинама од 3,5 – 28 км и везана су за младе, још увек активне, сеизмогене разломе "алпског комплекса". Појачаним интересовањем од 1980-е године откривен је 201 епицентар (жаришних тачки), са израженим груписањем (60%) управо на овом простору Радманово-Брзеће-Блажево. Густина епицентара указује на постојање поља максимума у области Радманова и један субмаксимум на подручју Блажева (М. Милинчић, 2000год.).

2) Радионуклиди

Према досадашњем испитивању радионуклида на Копанику, нису утврђене повећане вредности јонизујућег зрачења из природних извора. Зрачење далековода, ТВ предајника и антенских уређаја мобилне телефоније је у дозвољеним границама. Након употребе муниције са осиромашеним уранијумом у НАТО агресији, постоји сумња у повећану вештачку радиоактивност (досадашња истраживања нису потврдила ове сумње, али она још нису окончана).

3) Рецетни геоморфолошки процеси

Међу савременим геодинамичким процесима и појавама, животну средину угрожавају клизишта, јаружења, одрони, суфозије, спирање, бујице, планарна ерозија, транспорт наноса, површинско разарање тла, замочвареност, грусификација, тресаве и др. Ове појаве и процеси су делом природног порекла (зависно од састава тла, подземних вода, рељефа, климе, хидрографије, вегетације и др.) и још више антропогеног порекла (несанирани рудокопи, неадекватни поступци изградње путева, ски-стаза и објеката супраструктуре, сеча шума, позајмишта материјала, нерегулисано отицање атмосферских вода и др.). Ови процеси и појаве резултирају неповољним и делимично неповољним инжењеријско-геолошким својствима терена, без услова за изградњу и јако ограниченим условима за остале видове коришћења, али често са значајним, изворним природним вредностима.

4) Остале природне непогоде и пожари

Од осталих природних елементарних непогода, најзначајније су биљне штеточине које изазивају сушење шума (без већих објективних изгледа за елиминисање ових штеточина), а затим и животињске шумске штеточине. Присутне су и климатске појаве невремена, преко зиме са јаким ветровима, сметовима, снеголомовима, ветроизвалама и др., а преко лета са електричним пражњењима, олујама, бујицама и др. Њихове се последице отежано уклањају само на одређеним локалитетима у зимском периоду (посебно завејавање регионалног пута од Сребрнца до Јарма), док у летњем периоду углавном нема екстремних проблема.

Антропогени фактори:

1) не-спровођење донетих планских докумената и одступање од планских решења;

2) изразито сезонска концентрација туристичког промета има економске и еколошке импликације. Наглашена концентрација туриста у периоду пуне сезоне доводи до појачаних притисака и коришћења туристичких мотива и изграђених капацитета, што условљава

повећану сатурацију простора и појаву негативних еколошких последица. Посебан је проблем да једносезонски рад подразумева периодичност ангажовања кадрова, чиме се не може постићи одговарајући професионализам. То поред утицаја на квалитет туристичке понуде има одраза и у потенцијалном угрожавању природне средине због неквалификованог и недовољно обученог особља.

3) заостајање уређења и опремања грађевинског земљишта у односу на изградњу супраструктуре (без програма уређења грађевинског земљишта, или без њиховог спровођења);

4) озбиљно заостајање реализације планиране инфраструктуре и комуналне опреме, посебно у погледу фекалне канализације и атмосферске канализације.

5) недовољна заступљеност активне и креативне заштите и презентације вредности Националног парка Копаоник у надлежностима и обавезама релевантних републичких институција и организација, укључујући и ЈП „Национални парк Копаоник”; непостојање програма и значајнијих активности уређења предела и презентације природних и непокретних културних добара на подручју НПК и заштитне зоне НПК;

6) запостављеност културне баштине, без заштите од антропогеног деловања и спонтаног пропадања, без значајнијих резултата ревитализације и презентације;

7) одсуство јединствене туристичке понуде Копаоника, одсуство контроле квалитета, информационог и мониторинг система, специфицираних норматива и стандарда и друго, без адекватног институционално-организационог аранжмана управљања развојем туризма; субстандардност понуде (посебно код смештаја у шпицу сезоне); угроженост природних претпоставки туризма и то: земљишта од ерозије због неодржавања педолошког покривача и травне вегетације алпских ски-стаза, вода и ваздуха због нерегулисаног саобраћаја, непланске и непримерене изградње и доградње туристичких објеката, нерешених питања отпадних вода, комуналне хигијене и грејања; неизграђеност садржаја летње туристичке понуде и друго;

8) угроженост шума штетним абиотичким и биотичким факторима, штеточинама и пожарима; недовољне активности и финансије на заштити, нези и подизању шума; запуштеност шумских путева, недовољно контролисана сеча; одсуство сарадње ЈП „Национални парк Копаоник” и ЈП „Србијашуме” са власницима приватних шума и осталим локалним становништвом и друго;

9) општа економска и аграрна политика запостављања сточарства као основе планинске пољопривреде; уситњен земљишни посед на сиромашнијем планинском земљишту; старење пољопривредног становништва због масовног бежања младих са села; руинираност пољопривредних објеката и низак ниво техничке опремљености газдинстава за планинску пољопривреду (посебно сточарство); лоши санитарни услови држања стоке, чувања стајског ђубрива и друго; неразвијеност саветодавне пољопривредне и стручне ветеринарске службе; губљење мотива за пољопривреду код газдинстава без пољопривредних наследника; неуважавање и дестимулисање локалног становништва као важних фактора заштите природе и природних вредности; неорганизованост локалних

пољопривредника за производњу и пласман производа; непостојање сарадње са субјектима туристичког развоја ради пласмана производа, домаће радиности у туризму и друго, као и сарадње са ЈП „Национални парк Копаоник” око коришћења травњака НПК за прегонску испашу и производњу сена, водних ресурса за наводњавање, дрвног отпада при сечи државних шума за грејање и друго;

10) успостављање новог режима границе према АП Косово и Метохија у надлежности КФОР-а, односно стављање заштитне зоне Националног парка Копаоник на територији Покрајине ван надлежности Републике Србије;

11) депопулација и старење села, са смањењем фертилитета и природног прираштаја; уврежене негативне предрасуде о селу, пољопривреди па и о планини; одумирање традиционалних активности, посебно старих заната; неорганизованост села за производњу и пласман пољопривредних производа; неразвијеност сеоског туризма; амортизованост стамбеног фонда; неопремљеност села јавним услугама и службама, комунална неопремљеност, саобраћајна неприступачност и друго;

12) сукоб интереса и надлежности бројних субјеката; непрецизна и нефункционална подела управних надлежности и недовољна сарадња између надлежних министарстава, њихових институција, као и надлежних државних јавних предузећа (у областима урбанизма и грађевина, заштите животне средине, културе, спорта, туризма, пољопривреде, шумарства и водопривреде, рударства и енергетике, саобраћаја и веза и друго); непостојање јединственог носиоца туристичког развоја; некомплетност у структури запослених у ЈП „Национални парк Копаоник”; запостављеност служби за развој у туризму и друго.

Шансе:

- 1) Повољни трендови на страни туристичке тражње
- 2) Позиционирање Србије као туристичке дестинације на међународном туристичком тржишту
- 3) Усвајање и поштовање регулатива везаних за заштиту и одржавање природних и културних ресурса
- 4) Усвајање и поштовање регулатива везаних за просторно уређење и коришћење локалитета у оквиру дестинације
- 5) Инвестиције у побољшање друмске и инфраструктуре, чиме ће се повећати доступност дестинације
- 6) Инвестиције у подизање нивоа квалитета смештајних објеката и пратећих услуга
- 7) Инвестиције у изградњу пратећих инфраструктурних објеката (скијалишта, визиторски центри, спортски терени и сл.)
- 8) Развој и примена нових информационих технологија
- 9) Комерцијализација туристичког производа регије на домаћем и иностраном тржишту
- 10) Едукација запослених у туризму на свим нивоима⁴⁰

⁴⁰ Гашовић М.,(2003), Менаџмент продаје, Београд, Институт економских наука, Београд, стр.18.

Претње:

- 1) Опасност од девастације простора непланском и градњом и развојем и смањење туристичке тражње
- 2) Изостанак већег интереса инвеститора за улагање у туристичку привреду регије услед смањене тражње
- 3) Опасност од екстензивног и непланираног коришћења природних ресурса
- 4) Несавесно понашање туриста и домицилног становништва
- 5) Још увек присутан низак ниво осећаја према јавном добру и јавним интересима
- 6) Недовољна сарадња између локалних и републичких нивоа власти
- 7) Честе промене на глобалном економском плану и недовољна флексибилност туристичког сектора.

4.8 Основни концепт и кључни (стратешки) фактори успеха Смернице за концепт производа МК Моунтаин Ресорт Копаоник

Макро фактори (дестинација)

- Стабилан растући туризам захтева најбољу и најразвијенију дестинацију за зимске спортове у Србији
- Имиџ дестинације – најпопуларније место за боравак
- Веома атрактивна и примамљива природу са великим потенцијалом за успостављањем дестинације са две високофреквентне сезоне
- Могућност активних и здравих активности не само током зимског периода, већ и лети
- Копаоник је добро познат у Србији и земљама бивше Југославије и располаже том предношћу у односу на друге непознате дестинације

Микро фактори (локација и ресорт)

- Микро локација хотела, близу центра и ски стаза је идеална за госте
- Хотел Гранд и Апартаменти Конаци имају дугу историју у традицији српског туризма
- Опрема и услуге ће се у будућности односити на високе стандарде, што је тренутно веома ретко за ресорт хотеле у Србији
- Простор за састанке и конгресе ће омогућити да хотел припреми интересантне понуде својим гостима за састанке, конвенције, семинаре и конгресе ван зимске сезоне

Главне циљне групе и њихови мотиви боравка у МК Моунтаин Ресорт-у:

- ♣ Породице са децом које траже породични производ високог стандарда – (посебно од четвртка до недеље и током периода годишњих одмора)
- ♣ Љубитељи спорта, нарочито током зимске сезоне, али и током лета и ван сезоне, који

трагају за разноврсном понудом активности у природи – Хотел Гранд и Апартаменти Конаци (посебно од четвртка до недеље и током периода годишњих одмора)

♣ Домаће и стране компаније које траже конгресни центар на идиличној и мирној локацији далеко од узбурканог великог града, за своје састанке, конвенције, банкете, презентације, догађаје, иницијативе, теам буилдинг – Хотел Ангелла (од понедељка до четвртка)

♣ Ранији посетиоци Хотела Гранд који не могу да приуште пораст цена након реконструкције али и даље желе да дођу на Копаоник – Хотел Ангелла (током целе године)

Производ се генерално усмерава на четири носиоца: „Породица и деца“ и „Рекреација & Спорт & Забава“ као главни производ током периода годишњих одмора и од четвртка до недеље и „Велнес & СПА“ и „Састанци & Конгреси“ као додатна понуда викендом и између понедељка и четвртка.

Планирано је да се усмери понуда на породице у Апартаментима Конаци, а да се сви остали гости услужују у Хотелу Гранд и Хотелу Ангела. Овде би требало нагласити, да било који други гости, парови или самци, са или без деце, средње и више класе који траже хотел са многобројним садржајима.

Земље порекла посетилаца

Главна циљна тржишта и емитивни центри за МК Моунтаин Ресорт Копаоник ће бити домаћа, даље, околне земље као што су Црна Гора, Босна и Херцеговина и Македонија, али и Русија и Белорусија. Наравно поново се планира продор на тржиште Енглеске и покушај на тржишту Француске.

По подацима ТОС-а⁴¹, највећи потрошачи су гости из Источних земаља, Русија, Украјина и Белорусија, а потом следе наши гости.

Просечан боравак гостију

Просечно трајање боравака у МК Моунтаин Ресорт Копаоник биће између 4.0 дана (породица и опуштање, самци, веллнесс & СПА, релаксација) и 2.5 дана (групе, састанци, конгреси и битни догађаји).

Компоненте концепта производа „Породица & Деца“

Циљна група породице & деца су једна од најзначајнијих у Хотелима Гранд и Ангелла и Апартаментима Конаци на Копаонику. Поготово концепт прилагођеног производа везан за активности на затвореном и отвореном ће омогућити деци да проведу време са својим родитељима и рођацима, да склапају нова пријатељства и открију прелепу природу Копаоника. Прецизније, овај концепт производа нуди бројне разноврсне атракције:

⁴¹ Туристичка организација Србије

- Играоница (Дечији клуб) под надзором за различите узрасте. Искусни радници брину о деци узраста од 3 до 12 година, са прикладним разноврсним програмом.
- Професионална нега беба за бебе узраста од 3 месеца до 3 године у нашем специјалном игралишту за бебе
- Спортски терени, игралиште на отвореном у току лета
- Током ручка и вечере постоји дечији мени и безалкохолна пица специјално направљена за децу
- Следећа компонента производа концепта породица & деца су неколико екскурзија, прилагођене дечијем узрасту, на пример пикник током лета, јахање, излет до манастира
- Студеница или групни часови скијања или ски-дан

Компоненте концепта производа „Рекреација & Спорт & Разнода“

До сада, људи су долазили на Копаоник углавном зими због скијања, snowбоардинг-а, цросс цоунтру-ја, санкања итд. Али такође постоји огроман потенцијал за Копаоник лети, јер је природа прелепа и као што је већ описано у туристичком профилу Копаоника, постоје разне активности које гости могу да раде лети, од шетње до планинарења, бициклизма, тениса итд. Исто тако, планирани спољни базен и организована путовања на неколико интересантних дестинација у ближој околини могу бити интегрисани у активни и спортски програм. Копаоник је такође познат по свом сјајном ноћном животу и по људима који долазе да се проводе и забављају целу ноћ.

Компоненте концепта производа „СПА“

СПА област је једна од најбитнијих у Хотелу Гранд и заузима око 2000m².

*Рецепција велнеса са лобијем, соларијумом, СПА продавницом ће бити први улаз за госте СПА области и чекаоница пре третмана. Овде атмосфера мора да буде изузетно пријатна, да анимира људе да погледају понуду третмана и СПА продавницу, која ће се налазити поред рецепције. У СПА продавници људи ће имати могућност да купе производ уз који им је пружена масажа, купку или паковање са ароматичним уљима и свеће, мирисне штапиће, бадемантите и остале поклоне који су везани за СПА програм.

*Област базена са унутрашњим базеном, дечијим базеном, спољним базеном и делом за лежање. Област базена ће бити место где ће гости веллнесс & СПА провести неко време дана пливајући, релаксирајући се и уживајући у предивном погледу. Унутар хотела, гости ће пронаћи издашан базен са неколико делова за лежање, отвореног као и затвореног типа.

Слике 6,7: Базен



Извор:МК Маунтин Ресорт, 2012год.

Једна област ће имати отворени камин који ће се налазити на централном делу базена. Одвојени базен за децу ће осигурати да ће деца имати сопствени простор за игру и забаву, без узнемиравања других гостију који желе да се одморе. Приступ овом базену ће бити унутар зграде, како би се избегла ситуација да људи морају да излазе напоље у хладнијим месецима.

*Сауна, са различитим типовима сауна и Јацуззи Сауна игра главну улогу у концепту веллнесс & СПА јер истиче смисао веллнесса кроз детоксикацију тела у комбинацији са добробитима и релаксацијом.

Компоненте концепта производа „Састанци, Конференције & Догађаји“

Врста и број свих садржаја за конференције и пословне састанке ће бити константно усклађени са потребама ове циљне групе. Ово значи да ће бити могуће да се одржи или једна велика конференција за максимално 400 људи или неколико мањих конференција. Хотел би требало да има инфраструктуру и услуге типичне за интернационални хотел, као што су ресторан, бар, интернет приступ, услугу прања веша, бригу о гостима.

Слика 8: Мања конференцијска сала



Извор:МК Маунтин Ресорт, 2012год.

Ово поље пословања је једно од најважнијих, да осигура попуњеност МК Монутаин ресорта и током недеље. Уз маркетинг конгресног центра ресорт ће изградити имиџ

професионалног и атрактивног простора за конвенције ван града Београда, где је понуда усмерена ка великим домаћим и међународним састанцима, али такође и мањим конференцијама и догађајима, посебно:

- Домаће и међународне конференције и састанци до 400 учесника
- Семинари високог профила и састанци одбора са 20 до 40 учесника
- Догађаји, балови, венчања и презентације производа

Кључ за успешно позиционирање у овој области је прави микс јединица и простора, како би се управљало великим догађајима као и са неколико мањих истовремено. Из овог разлога, сала за конференције као и просторије за састанке ће идеално бити организоване мултифункционално, што значи да ће бити дељиве и спојиве на различите начине како би обезбедиле најбоље решење за различите групе.

ЗАКЉУЧАК

Концепт организације и уређења простора, у третираној функцији, заснива се на, у овом раду изложеним, основама интегралног развоја подручја, параметрима избора локација као и извршеним анализама природних и антропогених фактора подручја.

Туризам, рекреација и спорт третирају се као елементи понуде подручја, а то значи са комерцијалног аспекта, тако да се функције рекреације и спорта подразумевају као саставни део комплекса туристичке понуде односно туризма.

Да би се организација простора у функцији туризма, као елемента понуде подручја, могла третирати у функцији укупне организације простора, потребно је претходно утврдити зоне, односно локалитете који имају реалних услова за формирање туристичке понуде, која може бити конкурентна на домаћем иностраном туристичком тржишту, односно оне која може реализовати све оне ефекте који се од комплексно развијеног туризма очекују у даљем развоју подручја.

Полазећи од оваквог става овим радом нису третирани туристички објекти у копаоничким бањама, као и лечилишним центрима нити хотели у општинским центрима обзиром да они у просторном смислу не могу репрезентовати туризам копаоничког подручја на домаћем и иностраном тржишту. Ово никако не треба тумачити тако да општинским центрима не требају хотели. Они су за сада или ће нови бити намењени за пословне и друге потребе посетилаца тих места, као и за потребе локалног становништва. Такође не значи да болесницима не требају бање, но ни једна ни друга врста клијентеле не припада оним тржишним групацијама које су по бројности, фонду слободног времена и по платежним могућностима, економски интересантне за подручје.

Оно што може бити конкурентно на домаћем и иностраном тржишту то су планинске зоне на копаоничком подручју које се могу оспособити за двосезонско коришћење кроз понуду и зимских и летњих садржаја.

Специфичност планинских зона копаоничког подручја чини изузетно повољан конфигурацијски склоп за скоро све могуће зимске и летње активности, повољан географски положај на граници медитеранских и континенталних климатских утицаја што као резултат даје снегом обилне и дуготрајне зиме, са релативно великим бројем сунчаних дана и угодним дневним температурама. Поред овога, ненасељеност ових зона, очувана природа, мешовита шумско-пашњачка вегетација без стеновитих зона, провалија и лавинозних зона, тако честих у Алпима, изузетна хидролошка мрежа висинских потока и речица са обиљем воде, чист прозрачан ваздух са далеким видицима, чине да се ове зоне копаоничког подручја могу ефикасно укључити у токове савременог туризма. Да је ова тврдња тачна сведочи пример који је већ реализован у туристичкој понуди на централној планинској зони Копаоника, у последње две године и то у условима када центар још није ни изграђен у потпуности.

Овако конципирана понуда у зимској сезони може чак и атрактивније да се организује у летњој, када је комуницирање између рејона могуће и пешачким или коњичким турама као посебним видом понуде.

Локалитети у којима је могуће развијати овакву туристичку понуду су или нови туристички локалитети као што су у централној планинској зони “Суво Рудиште“, “Јарам“ и “Сребрнац“ и као што могу бити Бело брдо и Митрово поље, или су то постојећа села која ће се кроз обнову и развој опремити одговарајућим зградама и за пријем туриста, а која се обавезно морају налазити на контакту снежне зоне од најмање три месеца трајања снежног покривача, и која морају бити повезана жичарама са смучарским теренима тога рејона, или су то постојеће бање као што су Јошаничка и Луковска бања које се налазе у функционалној зони планинских рејона.

Целокупни концепт организације туризма на подручју базира се на већ изграђеној саобраћајној мрежи одосно на оној која је у изградњи и која ће већ за годину дана омогућавати комуницирање између свих туристичких вредних делова подручја.

ЛИТЕРАТУРА

- Божовић Б., Поповић С. (1986): *Инжињерскогеолошке и хидрогеолошке карактеристике територије Националног парка Копаоник, за потребе израде просторног плана, Завод за хидрогеолошка и геотехничка истраживања, Београд*
- Бакић О., *Маркетинг у туризму*, Чигоја, Београд, 2005.
- Васовић М. (1988): *Копаоник, Београд*
- Вујић Б., *Менаџмент људског капитала*, Факултет за туристички и хотелски менаџмент Опатија, Опатија, 2004,
- Гашовић М., „Менаџмент продаје“ , Београд, Институт економских наука, Београд, 2003 год.
- Ђуровић П., Менковић Љ., *Пиратерија реке Дубоке*
- Зечевић Б, (1997): *Стратегијске основе развоја одрживог туризма: управљање природним ресурсима као факторима атрактивности, зборник радова Одрживи туризам у заштићеним областима, Агенција „Кода“.*
- Илић С. (1984): *Копаоник – могућности и перспективе развоја туризма, Краљево*
- Институт за туризам ПМФ, (1990): *Природа Копаоника – заштита и коришћење (зборник радова са научно – стручног скупа), Београд*
- Јовичић Ж. (2002): *Туризам Србије, НИП „Туристичка штампа“, Београд*
- Каниц Ф. (1991): *Србија, земља и становништво*
- Љешевић М. (2005): *Животна средина теорија и методологија истраживања, Институт за животну средину и ГИС*
- Максин М., Пуцар М., Кораћ М., Миљић С., *Менаџмент природних и културних ресурса у туризму*, Универзитет у туризму, Београд, 2009.
- Милинчић М. (2000): *Необичности природе у изворишту Топлице; Земља и људи, популарно – научни зборник, свеска 50*
- Милинчић М., Љешевић М. (1994): *Развој крастне морфологије у условима контактног краса на примеру Дубоке (Копаоник), Зборник радова, бр. XLIV , Географски факултет Универзитета у Београду, Београд*
- Милинчић М., Росић М. (2001): *Друштвено – географске одлике простора изворишта Топлице; Земља и људи, популарно – научни зборник, свеска 51*

- Миљановић Д. (1999): *Комплексна оцена природних потенцијала Националног парка Копаоник за потребе дефинисања оптималне намене и заштите*, магистарска теза
- Подаци добијени од ЈП „Расина“ из Бруса
- Подаци добијени од Туристичке организације општине Брус
- Попеску Ј., *Менаџмент туристичке дестинације*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2011.
- Просторни план подручја посебне намене Националног парка Копаоник, *радна верзија*
- Радовић М., Радовић Ј. (2005): *Копаоник – водич, НП Копаоник*
- Републички завод за статистику, књига 9, *Становништво, упоредни преглед броја становника 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991, 2002, подаци по насељима*, Београд, мај 2004.
- Смаилагић Ј. (1995): *Клима Копаоника, РХМЗС, Београд*
- Станковић С. (2000): *Туристичка географија, Београд*
- Стојановић В. (2006): *Одрживи развој туризма и животне средине*, Универзитет у Новом Саду, *Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.*
- Стефановић Видоје, (2004), *Економика туризма, Природно-математички факултет, Ниш.*
- Тошић Г. (2002): *Археолошка истраживања источних падина Копаоника, зборник радова „С планином у нови век“, Копаоник*
- Чомић Ђ. , Пјевач Н. (1997): *Туристичка географија, Београд*
- World Tourism Organization, *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, A Guidebook*, Madrid, 2004.
- World Commission on Environment and Development(WCED), *Our Common Future*, Oxford University Press, Oxford, 1987.
- Zoyd R. Luce, *The integrated management approach to environmental protection, health and safety*, Professional Safety, Jan 1990 Vo.35, ISS.I.

Internet izvori:

www.scindeks.ceon.rs

www.sr.wikipedia.org

www.grand-kopaonik.com