

UNIVERZITET SINGIDUNUM
FAKULTET ZA TURISTIČKI I HOTELIJERSKI MENADŽMENT
Departman za postdiplomske studije
Poslovni sistemi u turizmu i hotelijerstvu

MASTER RAD

TEMA:

PROBLEMI I PERSPEKTIVE ODRŽIVOG RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE BANJA VRUJCI

MENTOR:
Prof. dr Marija Maksin-Mićić

STUDENT:
Ana Radojičić, 405094/2009

BEOGRAD, JUL 2011.

SADRŽAJ

UVOD	4
I OSNOVNE KARAKTERISTIKE BANJSKOG TURIZMA SRBIJE	8
1. ZDRAVSTVENI I WELLNESS TURIZAM U BANJAMA	8
1.1. Pojam banja, zdravstvenog turizma i karakteristike klijenata zdravstvenog turizma -	8
1.2. Wellness turizam i wellness korisnici	11
1.3. Specifičnosti razvoja banjskog turizma Evrope	15
2. ANALIZA BANJSKOG TURIZMA SRBIJE	19
2.1. Turistički promet u banjama Srbije.....	19
2.2. Prostorna distribucija turističkog prometa u banjama Srbije	22
2.3. Sezonski karakter banjskog turizma Srbije	24
2.4. SWOT analiza	25
3. BANJE SRBIJE	29
3.1. Teritorijalna raspodela i klasifikacija banja Srbije	29
3.2. Karakteristike pojedinih banja Srbije	33
3.2.1. Vrnjačka Banja	33
3.2.2. Sokobanja	36
3.2.3. Niška Banja	38
3.2.4. Mataruška Banja	39
3.2.5. Banja Koviljača	41
3.2.6. Prolom Banja	42
3.2.7. Banja Vrujci	43
II PROBLEMI I PERSPEKTIVE ODRŽIVOG RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE BANJA VRUJCI	46
1. KLJUČNI PROBLEMI RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE BANJA VRUJCI ----	46
1.1. OCENA DOSTUPNOSTI	46
1.2. RAZVIJENOST BANJSKOG I WELLNESS TURIZMA BANJE VRUJCI	48
1.2.1. Raspoloživi smeštajni i ugostiteljski kapaciteti	48
1.2.2. Ostvarena dinamika turističkog prometa	52
1.3. UTICAJ DOSADAŠNJEG RAZVOJA TURIZMA NA ZAŠTITU I KORIŠĆENJE TURISTIČKIH RESURSA	53
1.3.1. Uslovi za razvoj turizma turističke destinacije Bana Vrujci	53
1.3.1.1. Prirodni resursi turističke destinacije	53
1.3.1.2. Društvene pogodnosti za razvoj turizma	54
1.4. OCENA STANJA I PROBLEMI ZAŠTITE ŽIVOTNE SREDINE	55

1.5. OCENA STANJE I PROBLEMI UREĐENJA PROSTORA -----	57
1.6. KLJUČNI AKTERI I PROBLEMI UPRAVLJANJA RAZVOJEM DEST.-----	60
2. PERSPEKTIVE ODRŽIVOG RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE B. VRUJCI ---	62
2.1. PLANIRANI RAZVOJ TURIZMA BANJE VRUJCI -----	62
2.1.1. Planirani razvoja turizma sa preporukama -----	62
2.1.2. Prioriteti za razvoj turističke destinacije Banja Vrujci -----	65
2.2. PRIORITETI ZAŠTITE TURISTIČKIH RESURSA I ŽIVOTNE SREDINE -----	66
2.3. MOGUĆNOSTI I PRIORITETI ORGANIZACIJE I UREĐENJA PROSTORA -	67
2.4. PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE UPRAVLJANJA RAZVOJEM TURISTIČKE DESTINACIJE -----	71
ZAKLJUČAK -----	73
LITERATURA -----	75

UVOD

Postavljanje problema i ideja za njegovo rešenje

Svi relevantni pokazatelji o dosadašnjem razvoju turizma ukazuju da turizam u Srbiji predstavlja propuštenu šansu. Pored mnogobrojnih turističkih potencijala, srpski turistički proizvodi nisu adekvatno razvijeni, niti komercijalizovani na svetskom turističkom tržištu. Srbija još uvek nije prilagodila svoju turističku ponudu svetskim trendovima. Stoga je neophodno da Srbija razvije pozitivan imidž na svetskom tržištu, da poboljša konkurentnosti turističke ponude, da obezbedi dugoročnu zaštitu prirodnih i kulturnih resursa u funkciji turizma, da poboljša kvalitet života uz pomoć turizma i da obezbedi zaštitu potrošača skladno evropskoj praksi.

Srbija je bogata prirodnim i antropogenim resursima koji omogućavaju turističku satisfakciju. Posebno inzvarodne su banje koje imaju dugu turističku tradiciju. Ova mesta raspolažu brojnim i raznovrsnim prirodnim elementima sa naglašenim zdravstveno-rekreativnim funkcijama (termomineralni izvori, plemeniti gasovi, peloid, povoljni klimatski elementi, raznovrsna vegetacija i sl.), koja obavno pobuđuju veliko interesovanje turističke tražnje. Srbiju popularno zovu „državom banja“, a takav epitet je dobila zbog brojnosti termomineralnih izvora, duge tradicije i značaja u turističkom prometu.

Banje Srbije davno su privukle pažnju ljubitelja prirode i turista, te su neke od njih vremenom postale centri višefunkcionalnog turizma, koji prostoru daje posebna obeležja. U izrazito kontinentalnoj Srbiji, izvori lekovite vode (u nekim slučajevima praćeni specifičnom klimom i mikroklimom), uz Beograd i naglašene tranzitne položaje, predstavljaju značajnu turističku vrednost. Banje Srbije su lokalna, regionalna i nacionalna turistička vrednost.

Dosadašnji nivo turističke valorizacije naših banja nije zadovoljavajući. To se posebno odnosi na stanje posle devedesetih godina prošlog veka, kada su ratni, politički i ekonomski događaji negativno uticali na turizam uopšte i samim tim i na banjski turizam Srbije. Analiza prometa turista, ostvarenih noćenja i prihoda ukazuje da su banjski centri već nekoliko godina na nivou od pre tri do četiri decenije.

Ovakvo stanje se u izvesnoj meri može popraviti razvojem banjskog turizma. To podrazumeva ulaganja u banjski turizam Srbije, izgradnju objekata, obogaćenje ponude, umnožavanje elemenata sadržaja boravka, celogodišnje poslovanje, odgovarajući nastup na domaćem i stranom tržištu, trajnu i dobro osmišljenu propagandu.

Prodor Republike Srbije na inostrano tržište sem turističkih proizvoda gradskog odmora, kružnih putovanja i poslovnog turizma može obezbediti i pomoću proizvoda banjskog turizma (zdravstvenog turizma, „spa/wellness“), što bi se u velikoj meri pozitivno odrazilo na broj i strukturu dolazaka i noćenja, kao i na inostranu turističku potražnju u zemlji.

Turistička destinacija Banja Vrujci raspolaže sa velikim brojem prirodnih i turističkih resursa, kao što su povoljan geografski položaj, izvori termomineralne lekovite vode, lekovito blato, očuvana mikroklima, bogatstvo bilnog i životnjiskog sveta, veliki broj turističkih atraktivnosti na destinaciji i u njenoj okolini, koji nisu dovoljno iskorišćeni u cilju njenog razvoja.

Detaljnim sagledavanjem i analiziranjem postojećeg stanja turističke destinacije Banja Vrujci uočavaju se ograničenja koja su prepreka za brži napredak koji bi omogućio da se u narednom periodu postepeno poboljšaju uslovi života na ovom području, naravno koristeći pre svega sve prirodne i turističke resurse, ljudske potencijale i sve moguće izvore sredstava za investiranje kao osnovne pokretače i nosioce razvoja. Na osnovu sagledavanja svih prirodnih, ekonomskih, društvenih i ekoloških komponenti područja Banje Vrujci neophodno je donošenje zaključaka o vrednovanju postojećeg društvenog kapitala i prirodnih resursa koji moraju poslužiti kao osnov za utvrđivanje konkurentnosti teritorije Banje Vrujci sa aspekta privlačenja kapitala, znanja, investicija, kao i ključnih faktora za uspostavljanje pozitivne tendencije održivog razvoja i dugoročnog obezbeđivanja povećanja ukupnog kavaliteta života na ovom području.

Neophodno je da se utvrdi Strategija održivog razvoja turističke destinacije Banja Vrujci da bi se Banja sa okruženjem razvila kao održiva i kompetitivna turistička dastinacija na našem i inostranom tržištu. Privreda Banje Vrujci se mora bazirati na razvoju turističkih potencijala, valorizaciji termomineralne vode, proizvodnih zdrave hrane i drugim potencijalima neophodnim za formiranje najkvalitetnijih banjskih, rekreativnih i drugih sadržaja turističke ponude u skladu sa kvalitetnom ponudom evropskih banjskih destinacija.

Neophodno je da svi potencijali budu usmereni ka razvoju turizma, kvalitetu i kvantitetu smeštajnih kapaciteta i ugostiteljskih usluga. Banja Vrujci bez sumnje poseduje kvalitetnu bazu za razvoj turizma. Prirodni i turistički resursi pokazuju da se ovde mogu razvijatu različite vrste turizma, posebno ako se uzme u obzir raznolikost pejzaža kao i prirodni potencijal regiona. U tom smislu cilj je da se predoči potreba za stimulisanjem turizma, koji treba da ima dinamičnu ulogu u privrednom razvoju Banje Vrujci i da se daju preporuke koje se tiču budućeg razvoja turističke privrede.

Stepen istraženosti problema

Veliki broj autora u svetu i kod nas bavi se analiziranjem pojma banjskog turizma, zdravstvenog turizma (wellness i spa). Prateći savremene trendove u zdravstvenom turizmu, bitno je spomenuti sve češću upotrebu pojma „wellness“. U počecima preventivno-medicinskog pokreta pedesetih godina XX veka u USA ovom pojmu je stalno rasla popularnost, na početku u stručnim krugovima, a zatim i u javnosti. Koncept wellness-a i wellness filozofije razvija američki doktor Halbert Dunn 1959. godine, razvijajući u USA wellness pokret.

Problem plasiranja turističkog proizvoda banjskog turizma Srbije na inostrano tržište, kao i analize postojećeg stanja i perspektive razvoja banjskog turizma Srbije, analizirani su u velikom

broju knjiga, monografija i naučnih radova. Između ostalih, „Strategija turizma Republike Srbije“ se bavi mogućnostima razvoja ovog vida turizma i plasiranja proizvoda banjskog turizma na inostrano tržište.

Kada je reč o turističkoj destinaciji Banja Vrujci javlja se problem nedovoljne istraženosti svih prirodnih resursa, njihovog trenutnog stanja i kvaliteta, mogućnosti njihovog korišćenja i zaštite. Pre svega ovo se odnosi resurse termomineralne vode, mikroklimu, biljni i životinjski svet. Kada je reč o turizmu glavni problem se odnosi na nedostatak strategije održivog turizma Banje Vrujci, nedefinisanosti turističkog proizvoda i strategije njegovog plasiranja na domaće i inostrana tržišta.

Cilj rada

Cilj ovog rada je sagledavanje perspektiva za razvoj banjskog turizma u Srbiji koji bi po potencijalima trebalo da bude jedan od vodećih vidova turizma na primeru Banje Vrujci. Posebna pažnja je posvećena analizi osnove za razvoj banjskog turizma, zatim razmatranje najvažnijih činilaca turističke valorizacije banja Srbije, utvrđivanju strukturnih svojstava banjskog turizma, poređenje iskustava i rezultata turističke valorizacije banja Srbije sa savremenim trendovima razvoja banjskih centara u Evropi, kao i definisanju najvažnijih zadataka unapređenja banjskog turizma u Srbiji i načina njegovog uspešnog plasiranja na domaćem i inostranom tržištu. Cilj rada je i da se utvrdi pozicija Banje Vrujci u odnosu na druge banje Srbije i da se na osnovu detaljne ocene dosadašnjeg razvoja turističke destinacije Banja Vrujci daju preporuke i sagledaju prioriteti njenog daljeg razvoja.

Predmet rada

Predmet rada jesu problemi i perspektive održivog razvoja turizma Banje Vrujci. Prvo će se definisati svi problemi održivog razvoja Banje Vrujci kroz detaljnu analizu prirodnih i antropogenih resursa, turističke i ostale infrastrukture, turističke ponude i tražnje, ocenu stanja i problema zaštite životne sredine i uređenja prostora, kako bi se mogli sagledati pravci održivog razvoja ove turističke destinacije i drugih turističkih destinacija u Srbiji.

Postavljanje hipoteze

Polazi se od opšte hipoteze da banje Srbije i proizvod banjskog turizma Srbije poseduju širok spektar turističkih atraktivnosti koji uz komercijalizaciju i korišćenje na adekvatan način mogu doprineti budućem razvoju turizma Srbije.

Glavna hipoteza podrazumeva da kvalitativnim poboljšanjem ukupne turističke ponude, očuvanjem turističkih resursa i životne sredine i njihovim vrednovanjem kroz planski i održivi razvoj turizma, turistička destinacija Banja Vrujci može dostići nivo savremene banje, a zajedno

sa Banjom Koviljačom afirmisati banjski turizam i doprineti ukupnom razvoju opštine i turističke destinacije Valjevsko -Podrinjske planine.

Metodološki postupci i tehnike

U ovom redu primenjivane su metode analize i sinteze, metode apstrancije i konkretizacije, metode indukcije i dedukcije, metode komparacije, metode klasifikacije, metode generalizacije i specijalizacije. Vršena je kvalitativna i kvantitativna analiza, sinteza, dedukcija, deskripcija i komparacija, statistička i SWOT analiza.

Kompozicija rada

Rad se sastoji iz dva poglavlja sa više potpoglavlja koja detaljnije obrađuju sporedno istraživanje. U uvodnom delu se postavlja osnovni problem kao polazna osnova iz koga se definiše cilj i svrha rada. Zatim se postavlja hipoteza i predstavljaju se metode pomoću kojih se iznose zaključci i mišljenja.

U prvom poglavlju definisani su pojmovi zdravstvenog i wellness turizma, karakteristike klijenata i specifičnosti razvoja ovih vrsta turizma u Evropi. Sagledano je trenutno stanje banjskog turizma Srbije preko analize turističkog prometa i prostorne distribucije turističkog prometa u banjama Srbije, sezonskog karaktera banjskog turizma i SWOT analize. Izvršena je komparativna analiza smeštajnih kapaciteta, turističkog prometa i ponude pojedinih banja Srbije i Banje Vrujci.

U drugom poglavlju se istražuju ključni problemi razvoja turističke destinacije Banja Vrujci. Analizira se i ocenjuje dostupnost turističke destinacije, uticaj dosadašnjeg razvoja turizma na zaštitu i korišćenje turističkih resursa. Posebna pažnja posvećena je oceni stanja i problema zaštite životne sredine i uređenja prostora. Data je ocena planiranog razvoja turizma Banje Vrujci i na osnovu koje su date preporuke i prioriteti za dalji razvoj Banje Vrujci. U ovom poglavlju izdvojeni su prioriteti zaštite turističkih resursa i životne sredine, organizacije i uređenja prostora, kao i preporuke za unapređenje upravljanja razvojem turističke destinacije Banja Vrujci.

Rad se završava zaključkom koji predstavlja pregled osnovnih smernica i upozorenja koja idu u prilog potvrđivanju hipoteze iz uvodnog dela.

I OSNOVNE KARAKTERISTIKE BANJSKOG TURIZMA SRBIJE

1. ZDRAVSTVENI I WELLNESS TURIZAM U BANJAMA

1.1. Pojam banja, zdravstvenog turizma i karakteristike klijenata zdravstvenog turizma

Prateći definiciju ESPA-e (The European Spas Association – Evropsko udruženje banja) reč SPA – znači „**mineralni izvor ili lekovito mesto gde postoji mineralni izvor**“. SPA je ujedno i akronim **sanus per aqua** (lat. vodom do zdravlja), ali i Belgijski gradić Spa, mesto sa brojnim termalnim izvorima i lečilištima, koji privlači posetioce od 17. veka do danas. U engleskom jeziku reč „spa“ znači „oaza zdravlja“ ili „mesto termalnih izvora“, a manje je poznato da dolazi od imena ovog grada koje ima latinski koren (espa = fontana).¹

Mesto sa prirodnim lekovitim faktorima je prirodno lečilište i u Srbiji se takvo mesto naziva **banja**.²

Banje mogu biti i naselja koja poseduju niz specifičnosti proisteklih iz lokacije uz termalne i mineralne izvore, i nastojanja da se vrednosti izvora iskoriste za potrebe lečenja i rekreacije. Komercijalizovanjem svoje pozicije takva naselja se funkcionalno usmeravaju, u prvom redu, ka zdravstvenom turizmu.³

Banjska mesta imaju poseban značaj kod očuvanja i ponovnog uspostavljanja stanja ravnoteže između tela i duha. Ovo su zapravo mesta „za reorganizovanje bioloških i psiholoških procesa“. U poslednjim godinama vidljivi su razvojni procesi koji su za banjska mesta od odgovarajućeg značaja: u jednom slučaju se radi o sve većem povećanju psihičkog opterećenja

¹Hrabovski Tomić E., Destinacije zdravstvenog turizma (Sa osvrtom na banje Vojvodine), Prometej, Novi Sad, 2009. str. 18.

² Isto.

³ Romelić J., Turističke regije Srbije, Univerzitet u Novom Sadu: Prirodno-matematički fakultet, Department za geografiju, Novi Sad, 2008. str. 303.

zaposlenih zbog kontinuiranog programiranja, mehanizovanja i automatizovanja radnih procesa, a u drugom slučaju su to smanjenje kvaliteta stanovanja u gradovima, kao i slobodnog vremena, te kontinuirano smanjenje radnog vremena i rastuća mobilnost stanovništva.

Sa stanovišta turizma, suština pojma turističkih banja je u mogućnosti tih lokaliteta da osiguraju odgovarajuću, ne samo zdravstvenu, već i turističku infrastrukturu i sadržaje za boravak i raznovrsne aktivnosti i doživljaje gostiju.

Industrija banjskog turizma je nedavno dostigla globalne parametre kombinacijom komercijalne, tradicionalne i terapijske prakse. Terapije u banjama su prisutne od davnih vremena kroz različite forme i oblike zavisno od kulturnog, socijalnog i političkog miljea u kom su postojale. Ove terapije su sada ponovo otkrivene, integrisane i brendirane kako bi stvorile novu globalnu industriju koja koristi širok spektar elementa iz drugih industrijskih grana. Ovo uključuje lepotu, masaže, ljubaznost, turizam, arhitekturu, održivi razvoj, uređenje prostora, modu, industriju hrane i pića, fitness kao i komplementarnu, konvencionalnu i tradicionalnu medicinu.⁴

U novom milenijumu, banjski turizam je izašao iz svojih granica i posegao za stručnjacima iz oblasti **medicine** kako bi se obezbedile odgovarajuće usluge koje su obuhvatale kombinaciju profesionalnog medicinskog iskustva i brižne, opuštajuće atmosfere.

Trend povezivanja medicine i banjskog turizma se može interpretirati na više načina. Sa jedne strane, banjski turizam se odnosi na poboljšanje opšteg zdravstvenog stanja, prevenciju i wellness. Sa druge strane, smatra se da je banjski turizam fokusiran na kosmetičke tretmane i lepotu, gde je klijentima na raspolaganju veliki broj nutritivnih, kozmetičkih i drugih proizvoda.

U određivanju **zdravstvenog turizma** potrebno je poći od potrebe i tražnje pojedinaca za oporavkom, zdravljem i poboljšanjem psihičkih i fizičkih sposobnosti, koje im se javljaju i postaju turistička potreba, odnosno ciljevi koje se može ostvariti uživanjem u lekovitoj vodi, u specifičnim aktivnostima i tretmanima koje ostvaruju turističkom potražnjom.

Preteča današnje Svetske turističke organizacije (WTO – OMT), organizacija IUTO, još je početkom sedamdesetih godina u studiji „Health Turizam“ definisala pojam zdravstvenog turizma ističući korišćenje mineralne vode i klime u zdravstvene svrhe.⁵ Isti stav je kasnije preuzela i WTO, kao i ostale međunarodne organizacije koje se bave zdravstvenim turizmom sa medicinskog, balneološkog te turističkog stanovišta.

Zdravstveni turizam je takav oblik turizma koji se preduzima u cilju promovisanja, stabilizovanja i, po mogućnosti, vraćanja fizičkog i mentalnog „blagostanja“ uz pomoć (korišćenje) prirodnih lekovitih faktora, zdravstvenih usluga, sportsko-rekreativnih i wellness sadržaja, podrazumevajući pri tome, da ljudi koji to čine nemaju permanentan boravak na toj lokaciji.⁶

⁴ Cohen M., Bodeher G., Understanding the global spa industry: Spa management, Oxford, 2008. godine, 4. str.

⁵ Smith M., Puczko L., Health and wellness tourism, Oxford, UK: Butterworth - Heinemann/Elsevier, 2009. godine, str.3.

⁶ Hrabovski Tomić E., Destinacije zdravstvenog turizma (Sa osvrtom na banje Vojvodine), Prometej, Novi Sad, 2009. str.17.

Analizirajući teorijska znanja o zdravstvenom turizmu uočava se da je reč o specijalizovanoj turističkoj-zdravstvenoj ponudi razvijenoj na osnovu lečilišta, banja i klimatskih mesta. Resursnu osnovu **zdravstvenog turizma u užem smislu** čine prirodni lekoviti faktori (lekovite termomineralne vode, lekovita blata – peloidi, lekovita nafta, lekovita klima, medicinska infrastruktura i stručni kadrovi), dok **zdravstveni turizam u širem smislu** podrazumeva korišćenje svih turističkih atraktivnosti, koje prilikom boravka, na nedeljnom ili godišnjem odmoru, mogu zadovoljiti individualne potrebe za lečenjem i oporavkom, ali uz unapređenje zdravlja, upražnjavanje rekreacije, upoznavanje kulture i učešće u događajima.

Produženje života zahteva obezbeđivanje dobrog kvaliteta života, ulaganja u održavanje zdravlja u prevenciju i lečenje. Na taj način turistička delatnost se suočava sa novim izazovima, tj. sa razvojem zdravstvenog turizma, koji će obezbediti pomenuti kvalitet života. Zdravstveni turizam predstavlja jedan od značajnih trendova današnjeg turizma. Zdravlje dobija danas sve više na važnosti, ne samo kao genetski činilac, već i kroz saznanje da je zdravlje moguće unaprediti i sačuvati. Zdravlje nije samo bitan činilac za proizvodnju i održavanje života, zdravlje postaje i činilac novih društvenih vrednosti: što dužeg aktivnog života, fizičke i mentalne kondicije, mladosti pa i lepote. Naravno, život čoveka današnjice prvenstveno je koncentrisan na urbane sredine, na mesta gde su činioci životne sredine sve nepovoljniji. Može se reći da ti problemi rastu eksponencijalno s veličinom urbane sredine. S druge strane, u modernoj civilizaciji skraćuje se radni dan onih koji rade. Stvara se vreme dokolice, koje ljudi mogu provesti pasivno, sedeći uz televizore, ili razvijati potrebu za aktivnim pristupom: rekreacijom, sportskim aktivnostima, kretanjem.⁷

Današnjica je sastavljena od stalnih odlazaka miliona turista celog sveta na različita turistička odredišta, sa najčešćim ciljem: održavanjem i podizanjem psihofizičkog zdravlja. Kreirano je lečenje odmorom. Zdravstveni turizam ima zadatak da pomogne očuvanju i unapređenju zdravlja korišćenjem prirodnih faktora okoline.

Pod zajedničkim imenom „**zdravstveni turizam**“, vremenom se stvaraju, uslovno rečeno, **dve grupe turističkih potrošača** koje imaju sličan ili isti način zadovoljavanja svojih zdravstvenih potreba. Za jednu grupu se može reći da su **potrošači zdravstvenog turizma u užem smislu** (tradicionalni termalizam ili lečilišni turizam), dok druga grupa obuhvata **potrošače u širem smislu**, koji osim korišćenja prirodnog lekovitog faktora žele i druge vrste aktivnosti, ponude, propagande i dr. za koje je poboljšanje, očuvanje i unapređenje zdravlja samo jedna od više turističkih potreba.⁸

Tržište ove vrste proizvoda postaje životni stil koji će se bazirati na dugoročnom pristupu lečenju i raznim terapijama. Glavni motiv korišćenja usluga zdravstvenog turizma je zdravstvena nega koja može uključivati medicinska ispitivanja koja sprovode kvalifikovani doktori i medicinsko osoblje u hotelima, specijalnim bolnicama i rehabilitacionim centrima, specijalne dijetete, akupunkturu, uzimanje vitaminskih kompleksa, specijalne medicinske tretmane za pojedine bolesti, rehabilitaciju i postoperativne tokove, plastičnu hirurgiju i dr.

⁷ Živković R., Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008. str. 83.

⁸ Isto.

Korisnici zdravstvenog turizma su uglavnom ženske osobe, iako je poslednjih godina primećen stalni rastući interes muškaraca. Imaju između 35 i 55 godina i imaju više ili visoko obrazovanje. Uglavnom žive u urbanim sredinama ili predgrađima, a spa destinacije posećuju najčešće bez dece. Glavni motiv dolaska je oporavak i rehabilitacija, rekreacija, pravilna ishrana i redukcija težine, programi obrazovanja i sl. Ovi gosti vole da se bave i aktivnostima na otvorenom poput golfa, biciklizma i pešačenja, ali vole da upoznaju i kulturno i istorijsko nasleđe sredine u kojoj se nalaze. Nemaju sezonsku preferenciju. U izboru destinacije najviše se oslanjau na preporuke prijatelja i poznanika, ali će uzeti u obzir i preporuke putničkih agencija, odnosno knjige ili vodiča, takođe koriste internet radi boljeg informisanja.⁹

1.2. Wellness turizam i wellness korisnici

Wellness turizam neki autori tretiraju kao podkategoriju zdravstvenog turizma. Zečević smatra da postoje tri forme zdravstvenog turizma: lečilišni, kurativni, wellness. Lečilišni znači samo lečenje i jedan vid oporavka, kurativni predstavlja rehabilitaciju, a wellness je usmeren na ono što znači u zdravom telu zdrav duh, tj. dobro stanje duha i tela.¹⁰ Ono što je značajno za wellness turizam je što nije sezonskog karaktera i što se wellness ponuda ne odnosi samo na turizam već i na potrebe lokalnog stanovništva.

Često se postavlja pitanje da li je zdravstveni turizam deo wellness turizma ili obrnuto. Polazi se od činjenice da se ne može govoriti o zdravstvenom turizmu bez prirodnog lekovitog faktora kao ni medicinske infrastrukture. Moglo bi se zaključiti da je wellness turizam širi pojam, ali wellness ne uključuje kurativu i rehabilitaciju, za razliku od zdravstvenog turizma. Zato se ovde zastupa mišljenje da su to dva različita, ali komplementarna oblika turizma. Sadržaji ponude se međusobno prepliću, tako da zdravstveni turizam može i treba sve više da uvodi elemente wellness sadržaja u svoju ponudu na nivou destinacije, kao odraz koncepcije novog pristupa održavanja čovekovog zdravlja. Time bi se omogućilo stvaranje široke konkurentske ponude zdravstvenog turizma.

Autori obajašnjavaju da je wellness turizam prvenstveno namenjen zdravim osobama koje žele prevenciju, a da zdravstveni turizam podrazumeva podrazumeva potrebu rehabilitaciju i oporavak od bolesti. Najčešće sredstvo za postizanje ovih ciljeva jesu mineralne vode i klima, ali zdravstveni turizam ne uključuje samo fizičke već i mentalne i psihičke probleme.

U Nemačkoj se pojavio novi termin „**medicinski wellness**“ koji kombinuje ideje zdravstvenog turizma i wellness-a.

Tabela 1. prikazuje širok spektar proizvoda zdravstvenog i wellness turizma, kao i novog proizvoda „medicinskog wellnessa“.

⁹ Strategija razvoja turizma Republike Srbije, Horwath Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, 2006. str. 78.

¹⁰ Hrabovski Tomić E., Destinacije zdravstvenog turizma (Sa osvrtom na banje Vojvodine), Prometej, Novi Sad, 2009. str. 23.

Tabela 1. Zdravstveni turizam, wellness turizam i medicinski wellness

Tipovi zdravstvenog turizma				
Wellness		Zdravstveni (medicinski)		
Holistički	Odmor i rekreacija	Medicinski wellness	Medicinski (terapeutski)	Medicinski (operacije)
Duhovni	Kozmetički tretmani	Trapeutska rekreacija	Rahabilatacija (od bolesti)	Plastične operacije
Joga i meditacija	Sport i fitness	Rahabilatacija (životni stil)	Oporavak	Zubar
New age	Pampering	Occupational wellness		Operacije
		Talasoterapija		
		Detoks i nutritivni programi		

Izvor: Smith M., Laszlo P., Helth and wellness turizam, Oxford, UK: Butterworth - Heinemann/Elsevier, 2009. godine, str .7.

Prateći savremene tendencije u zdravstvenom turizmu, bitno je spomenuti i sve češće upotrebljavanje pojma **wellness**. Koncept wellness-a i wellness filozofije rezvija američki doktor Halbert Dunn 1959. godine, koji je prvi put pisao o posebnim stanjima zdravlja koja podrazumevaju osećaj dobro stanja gde se čovek posmatra kao jedinstvo tela, duše i uma, zavisno od svoje okoline. Razvijajući u USA wellness pokret (Wellness movement), Dunn je nazvao ovo stanje ličnog zadovoljstva „high-level wellness“. Wellness je engleska reč koja je došla iz Amerike sastavljena iz **well-being** (dobro se osećati) i **fit-ness** (biti u formi).

Postoje četiri osnovna principa wellnessa:¹¹

1. Wellness je multi-dimenzionalan;

¹¹ Hrabovski Tomić E., Destinacije zdravstvenog turizma (Sa osvrtom na banje Vojvodine), Prometej, Novi Sad, 2009. str. 21.

2. Istraživanje i praktikovanje wellnesa treba biti orjentisano ka identifikovanju uzroka wellnesa pre nego uzroka bolesti;
3. Wellness se tiče balansa;
4. Wellness je relativan, subjektivan ili perceptivan.

Wellnes možemo posmatrati kao stanje zdravlja koje odrazumeva harmoniju tela, uma i duha, sa samoodgovornošću, fizičkom aktivnošću, kozmetičkom negom, zdravom ishranom, relaksacijom, meditacijom, mentalnom aktivnošću, edukacijom i socijalnim kontaktom kao fundamentalnim elementima. Ovo shvatanje uključuje ono što Amerikanci zovu zdravlje uma i tela što znači da um pomaže u kontroli zdravlja pojedinca.

Međunarodno spa udruženje (International Spa Association) je definisao sedam vrsta spa/ wellness proizvoda:¹²

* **Club spa** – prvenstvena namena je fitness, ali ima u ponudi i širok spektar profesionalno vođenih spa usluga na dnevnoj bazi.

* **Cruise ship Spa** – Spa centar na brodu za kružna putovanja koji ima ponudu profesionalno vođene spa usluge, fitness i wellness komponente, kao i spa jelovnik sa pažljivo biranim jelima.

* **Day Spa – Spa centar** koji ima u ponudi profesionalne spa usluge na dnevnoj bazi. Ova vrsta je najrazvijenija u zapadnoj Evropi.

* **Destinacion Spa** – Spa čija je glavna uloga da pruži klijentima mogućnost odabira, a povezano sa poboljšanjem životnog stila, kao i poboljšanja zdravstvenog stanja kroz profesionalne spa usluge, fitness, obrazovne programe, odnosno smeštaj u sklopu centra. Spa jelovnik je na posebnoj ponudi usluga.

* **Medical Spa** – Primarna mu je uloga pružanja kompletne zdravstvene i wellness usluge u ambijentu koji integrira spa usluge sa konvencionalnim i posebnim tretmanima i terapijama. U ovoj kategoriji se predviđa najveći rast u sledećih desetak godina jer je sve veća potražnja za holističkim medicinskim tretmanima i terapijama.

* **Mineral Springs Spa** – Spa koji u svojoj ponudi ima prirodne mineralne, termalne ili druge izvore koji se koriste u svrhu terapijskih tretmana. Ova vrsta spa tretmana je najtipičnija za evropski spa/wellness sektor.

* **Resort/hotel Spa** – Spa u sklopu hotela ili resorta koji pruža profesionalne spa usluge, fitness i wellness komponente sa spa jelovnikom. Druga po veličini od svih sedam kategorija, usled činjenice da ju je hotelska industrija prihvatila kao standard u cilju povećanja profitabilnosti, ali i zbog sve veće preferencije gostiju sa ovom vrstom ponude.

Wellness u banjama se može objasniti na različite načine, a za ovu priliku wellness znači izdvojiti za sebe vreme izvan svakodnevice opterećene stresom i ravnomerno zadovoljiti svakolike potrebe tela, duha i duše. Pored telesnih i duhovnih aktivnosti, uravnotežena ishrana i opuštanje je potrebno da budu, takođe, u punoj meri zastupljeni.

Objašnjenje wellness trenda može se, mada ne i neosporno, svesti na Malslowljev sociološki model „hijerarhije potreba“ iz 1954. godine. Ljudi čije su primarne potrebe

¹² Strategija razvoja turizma Republike Srbije, Horwath Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, 2006. str. 77.

psihološkog, materijalnog i socijalnog karaktera kao hrana, piće, stanovanje, socijalni kontakti itd. pokriveni, okreću se drugim vrednostima i motivima tzv. „potrebama povećanja“ društvenog priznanja i samoostvarenja. Danas je u prvom redu reč o individualnim vrednostima i motivima, koje i žene i muškarci smatraju izuzetno važnim, a koji se kratko mogu svesti pod sledeće vrednosti:¹³

- izgledati dobro
- biti dobro
- biti fit
- živeti zdravo

Iz ovih vrednosti proizilaze aktivnosti i načini ponašanja kao i konzumentske navike. Iz svega navedenog se može zaključiti da wellness nije statički koncept već je subjektivan i relativan te se stoga stalno kreće i menja, pa će i potrebe wellness turista veoma varirati u različitim njihovim dobima i stadijumima života.¹⁴

Mnogi autori u svom istraživanju navode da su većina wellness turista već aktivni kod kuće u nekom od oblika aktivnosti wellness-a (joga, meditacija, masaža...). Oni koji nisu često, žele da se više upuste u wellness aktivnosti nago što su to iskusili na odmoru, što ukazuje da čak i kratak put može imati dugotrajniji pozitivan efekat na svakodnevni život neke osobe.

U tabeli 2. dati su generali indikatori tipova posetioca koji koriste određeni obim wellness proizvoda i usluga, kao i trendovi vezani za ovaj vid turizma u pojedinim regionima:

Tabela 2. Profil wellness turista

Tip wellness-a (Proizvod i lokacija)	Tipične aktivnost	Wellness	Tip turista
Tradicionalne banje (Centralna i istočna Evropa, Japan, Italija)	Sedenje u mineralnoj vodi, masaža, saune	Fizički, lečilišni, medicinski	Stariji ljudi sa specifičnim bolestima ili komplikacijama
Hoteli i dnevni spa centri (UK, USA, Caribi, Jugoistočna Azija)	Tretmani za ulepšavanje, relaksaciona masaža, aromaterapija jacuzzi	Kozmetički, relaksacioni	Osobe sa visokim prihodima, poslovni ljudi, češće žene
Rekreativni spa centri (Austrija, Nemačka)	Bazeni sa termalnom vodom, saune, jacuzzi, fitnes aktivnosti	Fizički, relaksacioni, zabavni	Skijaši, sportisti, ponekad porodice sa decom

¹³ Strategija razvoja turizma Republike Srbije, Horwath Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, 2006. str. 22.

¹⁴ Hrabovski Tomić E., Destinacije zdravstvenog turizma (Sa osvrtom na banje Vojvodine), Prometej, Novi Sad, 2009. str. 22.

Risort hoteli na obalama mora i centri za talasoterapiju (Francuska, Izrael i Grčka)	Hidroterapija, Inhalacija pomoću soli, slane kupke	Fizički, lečilišni, kozmetički	Hotelski gosti sa visokim prihodima, stariji posetioči
Kompletni rekreativni centri (Grčka, Španija, USA i Australija)	Yoga, masaže, spiritualne i psihološke radionice	Fizički, mentalni, psihološki, socijalni, kreativni, duhovni	Osobe između 35-55 godina, najčešće žene
Joga centri (Indija, USA, Kanada, Evropa)	Yoga, meditacija	Fizički, mentalni, spiritualni	Poslovne žene preko 40 godina
Meditaciona „utočišta“ (Tajland, Indija)	Meditacija,	Mentalni, spiritualni	Svi uzrasti, ali povećanje osoba ispod 30 godina
Medicinski centri (Mađarska, Južna Afrika, Indija)	Hirurgija, kozmetički tretmani, stomatologija, specijalni tretmani	Fizički, kozmetički	Turisti iz Zapadne Evrope i Amerike kojima su tretmani jeftiniji u inostranstvu, uglavnom preko 30 godina starosti

Izvor: Smith M., Lazlo P., Helth and wellness turizam, Oxford, UK: Butterworth - Heinemann/Elsevier, 2009. godine, str.133.

Iz prikazane tabele se može videti da veliki broj žena i ljudi preko 30 godina starosti korisnici wellness usluga i proizvoda, ali je rlatvono malo muškaraca i mladih ljudi. Razlozi ovakvog trenda nisu u potpunosti istraženi, ali naravno žene su uvek bile više zainteresovane za fizički izgled, kozmetičke tretmane, pitanje telesne težine i ishranu od muškaraca. Muškarci preferiraju drugačije vidove relaksacije, od kojih neki imaju wellness dimenziju kao što je sport ili fitness aktivnosti. Popularne aktivnosti za muškarce uključuju saune, parne sobe i teretane. Sa druge strane, mladi ljudi (18 - 25 godina) nemaju velikih potreba za wellness proizvodima i uslugama jer trpe manje stresa u odnosu da populaciju preko 30 godina starosti. U svrhu privlačenja ove populacije neophodno je u propragandnim porukama koristiti reči kao što su: futnes, bekstvo (beg), zabava i sl.

1.3. Specifičnosti razvoja banjskog turizma Evrope

Krajem 19. i početkom 20. veka, u svojoj inicijalnoj fazi, banjski turizam u Evropi je prevashodno bio vezan za korišćenje lekovitih svojstava termalnih i mineralnih voda. Na toj osnovi su se razvijale mnoge poznate banje, kao što su: **Viši, Montekatini, Salsomadore, Eks**

Le Ben, Brid le Ben, Sen Žerve i dr. U dužen periodu ova vrsta turizma bila je luksuz predodređen za privilegovane klase. **Razvoj banjskog turizma u Alpima**, npr., počine u vreme pojave železnice (19. vek) i prvo je imao samo letnju sezonu, oslonjen na banjske centre na ivicama ove planinske makro regije. Pored dominantne lečilišne funkcije, imao je mondomski karakter, zbog aristokratskog sloja kao isključive turističke klijente. Termalna kupatila u centru naselja ili izvan njega, predstavljala su jedini pol atrakcije za posetioce. Kasnije se grade kazina, sale za koncerte, hipodromi i u novije vreme sportsko-rekreativni sadržaji.

Viši u Francuskoj je primer banje koja je uspešno integrisala svoje tradicionalne vrednosti sa zahtevima savremene turističke tražnje. U početku je to bila unipolna banja, pri čemu je turizam skoro u celini bio fokusiran na smeštajno termalne objekte. Međutim, evolucijom banje, sve se više afirmiše multipolarni tip organizacije prostora: turisti se razmeštaju u više kvartova koji nisu vezani samo za banjsko lečenje, već i sportsko-rekreativne, kulturne i zabavne sadržaje, čiji je unipolarni turizam postao multipolarni.

Ovakva praksa karakteriše i većinu drugih banjskih centara u Evropi. Transformaciju unipolarnog u multipolarni turizam, ilustruje podatak da je broj turista koji ne dolaze radi lečenja u 10-ak najrazvijenijih **italijanskih banja (Montecatini, Salsomadore, Banja di Kašijana, San Đulijano, Albano terme i dr.)** dvostruko veći od onih koji dolaze isključivo radi lečenja. U turističkoj ponudi italijanskih banja sve su zastupljeniji kongresni sadržaji, sa jedne strane, dok su u banjam koje leže na obali mora (posebno u regiji Ligurijska rivijera i Rivijera Ramanjola), zdravstveno-lečilišni sadržaj kombinuju sa kupatilišno-rekreativnim turizmom. Prosečan boravak u italijanskim banjama iznosi nešto više od 5 dana, što je manje od planinskih a naročito primorskih centara ove zemlje, što pokazuje pad brojnosti klijentele koja posećuje banjske centre radi dugih lečilišnih tretmana.¹⁵

U Italiji postoji 20 administrativnih regija, sa 173 banjska centra koji su članovi Svetske asocijacije termalnih banjskih centara (Association Mondiale Attivita Termal). Najveća koncentracija ovih centara je u regiji Romanjna (24), Toskana (21) i Lombardija (19). Centar se definiše kao grad ili selo sa klasterom individualnih hotela i drugih banjskih ustanova koji čine mini-destinaciju.¹⁶

Francuska kao jedna od turistički najrazvijenijih država u svetu, raspolaže sa oko preko stotinu uređenih banjskih mesta, pretežno lociranih u podnožjima i nižim delovima atraktivnih planinskih sistema (Vogezi, Alpi, Pirineji i Centralni Masiv), kao što su: Divon le Ben, Eks le Ben, Viši, Evijan, Vitel i drugi centri. Ključne novine u pomenutim centrima vezane za tržišni nastup i animiranje turističke klijentele tokom poslednjih godina odnose se na animiranje mladih osoba putem ponude **wellness programa**. Ovi programi uključuju kraće boravke (6-7 dana ili „vikend paketi“) sačinjene od sledećih elemenata: upražnjavanje fizičkih aktivnosti, konzumiranje zdrave hrane, duhovne aktivnosti, lična relaksacija, različiti vidovi masaže, odvikavanje od pušenja, estetski tretmani, smanjivanje telesne težine i sl. Wellness programi su

¹⁵ Jovičić D., Stanje i perspektive razvoja banjskog turizma u Srbiji, Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Glasnik srpskog geografskog društva, br. 4, Beograd, 2008.

¹⁶ Hrabovski Tomić E., Destinacije zdravstvenog turizma (Sa osvrtom na banje Vojvodine), Prometej, Novi Sad, 2009. str. 152.

usmereni na uspostavljanje i jačanje harmonije između zdravstvenog stanja tela i duha u ljudskom organizmu, što podrazumeva samoodgovornost čoveka i njegov odgovoran i svestan odnos prema prirodi i okruženju. Prema podacima Francuske turističke organizacije, wellness programi namenjeni zdravim ljudima sve više potiskuju klasične lečilišne tretmane namenjene bolesnim licima. Ovakva iskustva i trendovi potvrđuju komplementarnost turističko-rekreativne i zdravstvene funkcije banjskih mesta, sve više usmerene na animiranje klijenata relativno mlađe starosne dobi, kojoj se mahom nude atraktivni sadržaji radi poboljšavanja opšteg zdravstvenog stanja i prevencije različitih oboljenja.¹⁷

Pojedine **alpske banje** su se tokom poslednjih decenija 20.veka u velikoj meri orijentisale na zimske sportove. Reč je o banjama koje se nalaze na nešto većoj nadmorskoj visini i u okruženju visokih planina (Sent Moric u švajcarskoj regiji Graubinden, Badgaštajn u austrijskom delu Tirola i Sen Žerve u regiji Mon Blana u Francuskoj) u ovim centrima klasični banjski sadržaji i usluge imaju pretežno komplementaran karakter u turističkoj ponudi.

Austrijske inicijative u wellness turizmu predstavljaju se tako da ispune rastuću međunarodnu tražnju za ovim holističkim pristupom. Javio se neverovatno veliki broj upravnika hotela spremnih da brzo investiraju u banjske, rekreativne i planinske destinacije. Osnova inicijative wellness turizma u Austriji je značaj tradicionalnih termalnih banja, naročito u Burgenlandu, Gornjoj Austriji i Volalbergu i termalnih resursa Stirije. Austrijski nacionalni turistički odbor izdao je izvrsni vodič za „Wellbeing“ koji definiše well-being teme za svaku od svojih devet provincija:¹⁸

1. Burgenland, „Banjski svet“,
2. Corinthia, „Provincija Well-being-a“,
3. Gornja Austrija, „Wellness i lečenje“,
4. Donja Austrija, „Banjski i wellness hoteli“,
5. Salcburgenland, „Povratite energiju“,
6. Stirija, „Zdrava Stirija“,
7. Tirol, „Planinski Wellness“,
8. Voralberg, „Osećajte se dobro“,
9. Beč, „Odmorite se u glavnom gradu“.

Integrisanje tradicionalnog banjskog turizma sa drugim oblicima turizma, koristi i susedna **Mađarska**, gde se pod programom „Land of Spas“ („zemlja banja“) lečilišna svojstva termomineralnih izvora ove države kombinuju sa posetama Budimpešti i drugim većim gradovima.

U **Mađarskoj** ima ukupno 7 spa destinacija koje mogu da prime ukupno 300 000 turista. **Bukufurdu** je jedno od najpoznatijih mađarskih letovališta. Nalazi se na ravničarskom delu severozapadnom delu Mađarske uz reku Repce i u podnožju Alpa. Odmaralište se proteže na 14 ha, ima 26 bazena, 8 hotela, 5 kampova, ponudu u privatnom smeštaju i postalo je wellness

¹⁷ Jovičić D., Stanje i perspektive razvoja banjskog turizma u Srbiji, Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Glasnik srpskog geografskog društva, br. 4, Beograd, 2008.str.11.

¹⁸ Hrabovski Tomić E., Destinacije zdravstvenog turizma (Sa osvrtom na banje Vojvodine), Prometej, Novi Sad, 2009.str.156.

kompleks za one koji žele kako opuštanje tako i lečenje. Godišnje ga poseti oko 890 000 turista.¹⁹

Tradicija banjskog i zdravstvenog turizma u **Sloveniji** je velika. Razvoj i prihvatanje slovenačkih zdravstvenih centara potstaknuto je bogatstvom netaknutih prirodnih resursa ove zemlje. Mada je petnaest slovenačkih banja i turističkih centara sertifikovano kao prirodni zdravstveni centri, wellness programi mogu da se nađu, ne samo u ovim centrima već i u mnogim novim modernim hotelima i privatnim wellness centrima u gradovima, naročito u turističkim centrima. **Wellness** je kao proizvod prisutan u Sloveniji tek od 2000. godine, ali cela filozofija **well-being**-a nije nova. Ono što je bitno je: dok dodaju well-being svojim proizvodima, slovenačka zdravstvena odmarališta ne zanemaruju svoje zdravstvene usluge. Uspeli su da zaokruže svoju ponudu na veoma kompetentan način sa veoma dobrim odnosom cene i kvaliteta.

U slovenačkom turizmu su samo banje u 2004. godini u izgradnji novih i rekonstrukciji postojećih kapaciteta investirale 40 miliona evra. U 2005. godini su nacrti za novih 50 miliona evra. Tome su znatno pomogla evropska strukturna sredstva. Tri najveća ekonomska pokazatelja koja pokazuju uspešnost slovenačkog pristupa zdravstvenom i wellness turizmu:²⁰

1. popunjenost kapaciteta od preko 80% na godišnjoj ravni;
2. nezavisnost od državnih potpora, donacija i zdravstvenog osiguranja;
3. dnevni prihod po gostu od 50,00 evra.

Zdravstveni i well-being turizam su među najuspešnijim sektorima turističkog proizvoda Slovenije. Postoji 15 osnovnih i sertifikovanih zdravstvenih odmarališta od kojih 11 ima preko 100 000 noćenja godišnje.

Terme Čatež u Sloveniji se svrstavaju među najprivlačnije turističke destinacije Evrope. Ovo je najveće slovensko prirodno lečilište i drugi najveći turistički centar. Na ovoj destinaciji su locirana 4 hotela (492 sobe), apartmansko naselje (400 smeštajnih objekata) i kamp (450 mesta). Najveći deo smeštajnih objekata ima kvalitet nivoa *** i **** , a određeni deo predstavljaju objekti koji nisu kategorisani, i to pre svega privatne sobe i apartmani.²¹

Koncept strogo specijalizovanih i unipolarnih banjskih centara najvećim delom je prevaziđen, što je jedan od zaključaka kongresa o međunarodnom banjskom turizmu u Galiciji 1999. godine. Zdravstveno-rekreativni sadržaji i usluge namenjeni ljudima različite starosne dobi, bazirani na kraćim boravcima radi poboljšanja ukupnog zdravstvenog stanja, potiskuju tradicionalne i druge lečilišne tretmane. Drugo bitno obeležje razvoja savremenog banjskog turizma u Evropi odnosi se na multipolarnost ovih centara koji razvijaju više polova turističkih atrakcija (zdravstvene usluge, rekreativne aktivnosti, spomenički, manifestacioni, kongresni turizam, zabavno-umetnički sadržaji i sl.) čime privlače heterogeniju strukturu gostiju.²²

¹⁹ Sokobanja – Master plan turističke destinacije, Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Republike Srbije, Beograd, 2007. godine, str. 121.

²⁰ Hrabovski Tomić E., Destinacije zdravstvenog turizma (Sa osvrtom na banje Vojvodine), Prometej, Novi Sad, 2009. str. 151.

²¹ Sokobanja – Master plan turističke destinacije, Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Republike Srbije, Beograd, 2007. godine, str. 134.

²² Jovičić D., Stanje i perspektive razvoja banjskog turizma u Srbiji, Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Glasnik srpskog geografskog društva, br. 4, Beograd, 2008. str. 12.

Spektar banjskih mesta u Evropi je danas izuzetno bogat, ali se, ipak, mogu definisati nekoliko osnovnih formi banjskih mesta, pri čemu treba istaći da one egzistiraju, u najvećem broju slučajeva, kao njihova kombinacija.²³

Osnovne forme banja su:²⁴

- Banja kao mesto za lečenje određenih bolesti sa određenim sredstvima i metodama,
- Banja kao centar zdravlja za slobodno vreme, odmor i oporavak,
- Banja kao najznačajniji centar jednog regiona, namenjeni godišnjem odmoru,
- Banja kao sportski centar sa posebnim mogućnostima za određene vrste sportova,
- Banja kao kulturni centar,
- Banja kao kongresni centar.

U okviru ovakvog spektra formi, u banjama Evrope se uočavaju sledeći trendovi:²⁵

- Banje u Evropi se sve više razvijaju u regionalne i globalne centre zdravlja;
- Banje u Evropi se sve više priključuju regionalnim i internacionalnim tržištima putem zdravstvenog turizma;
- Banje u Evropi nastoje da prevaziđu postojeću krizu aktiviranjem zdravstvenog turizma;
- Banje u Evropi obezbeđuju svoj razvoj kvalitetom i raznovrsnošću ponude u zdravstvenom turizmu.

Međunarodna iskustva i savremene tendencije u razvoju banjskih mesta i oblikovanju njihove integralne turističke ponude, moraju biti uvažavani u trasiranju budućih puteva razvoja banjskog turizma u Srbiji koji već više decenija beleži stagnaciju i pad. To je posledica zastarelosti ponude, inertnosti, niza organizacionih manjkavosti, ne uvažavanja principa „banchmarking-a“ i drugih slabosti subjektivne prirode, a ne samo objektivnih teškoća vezanih za političko-bezbednosnu i socio-ekonomsku nestabilnost u Srbiji i njenom neposrednom okruženju tokom proteklih 15-ak godina.

2. ANALIZA BANJSKOG TURIZMA SRBIJE

2.1. Turistički promet u banjama Srbije

Raspoloživost solidnim prirodnim potencijalom kao preduslov za formiranje bogate turističke ponude u banjskom turizmu je neosporan. Međutim, ova činjenica nije bila dovoljna za odgovarajuću afirmaciju banjskog turizma. Na to je, pored ostalog uticala i receptivna, odnosno

²³ Hrabovski Tomić E., Destinacije zdravstvenog turizma (Sa osvrtom na banje Vojvodine), Prometej, Novi Sad, 2009. str. 40.

²⁴ Isto.

²⁵ Isto.

hotelijerska i restoraterska osnova, koje, kvalitativno i kvantitativno ne odgovara u potpunosti potražnji turističke klijentele koja pokazuje afinitet prema ovoj vrsti turističkih mesta.

Prema podacima za 2010. godinu dominantnu ulogu imaju privatne sobe (domaćinstva) sa 43.355 ležaja ili 60,54% u odnosu na ukupne banjske kapacitete. Na drugom mestu se nalaze hoteli sa 5.967 ležaja (13,76%). Kao tipičan sastavni deo banjskih receptivnih objekata koriste se tzv. banjska lečilišta koja raspolažu sa 4.663 ležaja, što čini 10,76% smeštajnih kapaciteta u banjama. Potom slede radnička odmarališta sa 2.655 ležaja (6,12%). Znatno je manji obim kapaciteta u kampovima (1.371 ležaja, odnosno 3,16%); lečilišta klimatskog karaktera (1.026 ležaja ili 2,37%). Ostale vrste smeštajnih objekata imaju znatno manje učešće s obzirom na karakter banjskog turizma.

U najvažnije pokazatelje razvijenosti turizma u banjama Srbije spadaju broj turista i broj ostvarenih noćenja. Uvod u statističke podatke po godinama i periodima, omogućuje praćenje uspešnosti poslovanja, određuje način i obim turističke propagande, definiše koncept ponude i smisao bogatstva i raznovrsnosti sadržaja turističkog boravka. Metodom konparacije moguće je utvrditi pravo mesto svake banje među banjama Srbije, kao i udeo banjskog turizma u turizmu Srbije.

Posmatrano u periodu od 2005-2010. godine postavlja se pitanje kakvo je stanje sa banjskim turizmom i kakva je njegova uloga u ukupnom turističkom prometu. To se može analizirati pomoću sledeće tabele:

Tabela 3. Broj turista u Srbiji i banjskim mestima u periodu 2005 - 2010. godine

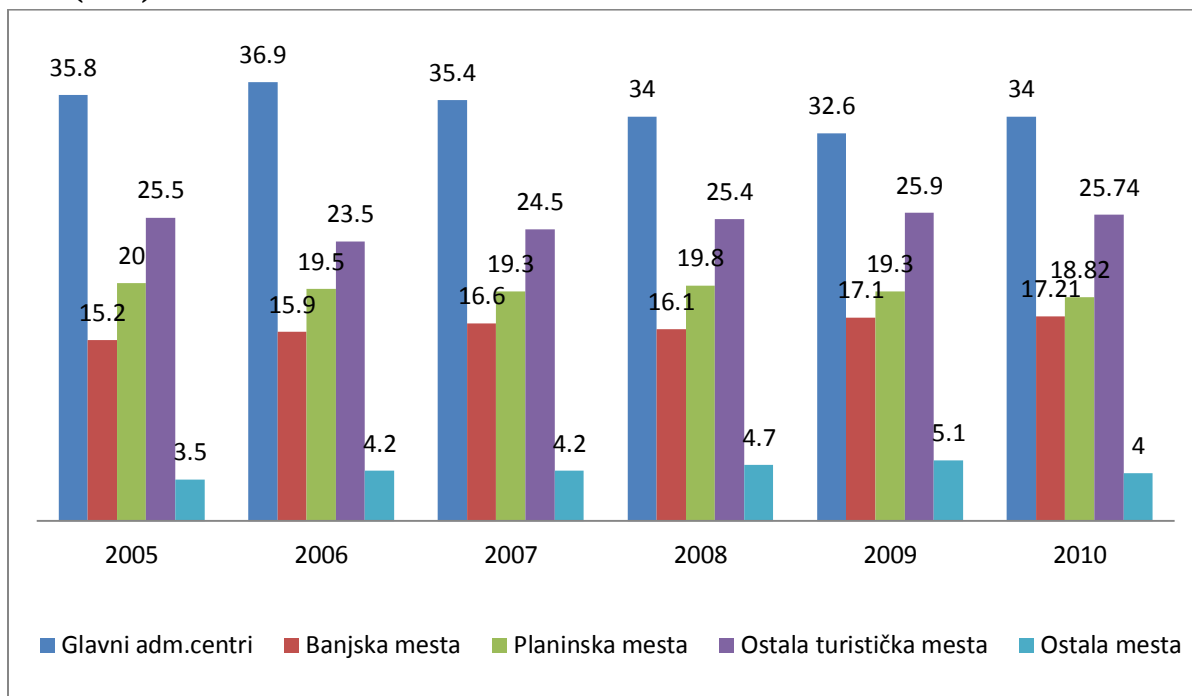
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
R. Srbija	1988469	2006488	2306558	2266167	2021166	2000597
Glavni adm. centri	713279	741853	817507	772251	660521	682076
Banjska mesta	302689	319420	383642	366098	358481	344967
	15.2 %	15.9 %	16.6 %	16.1 %	17.1 %	17.2 %
Planinska mesta	400670	392409	445587	448855	391316	376648
Ostala tur. mesta	508229	472992	565583	577208	525263	514967
Ostala mesta	63602	79814	93969	101755	85585	81939

Izvor: Statistički godišnjak Srbije za odgovarajuće godine, Statistički zavod Srbije, Beograd

Na osnovu tabele može se zaključiti je do 2008. godine zabeležen rasta broja turista koji posećuju područje Srbije, dok je u 2009. i 2010. godini zabeleženo opadanje broja turista u odnosu na prethodne godine. Najviše turista posećuje glavne administrativne centre, dok banjski

vid turizma u ukupnom turističkom prometu beleži stalan rast, sa 15,2 % u 2005. godini na 17,21% u 2010. godini.

Grafikon 1. Struktura broja turista po vrstama turističkog mesta u periodu 2005-2010. godine(u %)



Izvor: Statistički godišnjak Srbije za odgovarajuće godine, Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd

Prema strukturi gostiju koji dolaze u banje možemo ih kategorisati na domaće i strane. Za period 2005-2010. godine njihovi dolasci su prikazani pomoću naredne trabele:

Trabela 4. Struktura banjskih gostiju u periodu od 2005-2010. godine

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Domaći turisti	285654	302239	359150	343063	334155	319953
	94.3 %	94.6 %	93.6 %	93.7 %	93.2 %	92.7 %
Strani turisti	17035	17181	24492	23035	24326	25014
	5.7 %	5.4 %	6.4 %	6.3 %	6.8 %	7.3 %
Ukupno	302689	319420	383642	366098	358481	344967

Izvor: Statistički godišnjak Srbije za odgovarajuće godine, Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd

Evidentno je za svih pet godina daleko veće učešće domaćih u odnosu na strane turiste, pri čemu je pozitivno to što raste broj i jednih i drugih iz godine u godinu. Najviše stranih turista dolazi iz bivših jugoslovenskih republika.

2.2. Prostorna distribucija turističkog prometa u banjama Srbije

Prostorna distribucija je jedan od najkompleksnijih pokazatelja turističkog prometa, koji istovremeno ukazuje na prirodna svojstva pojedinih regiona, kao i uticaj turističke izgradnje. Prirodna svojstva termomineralnih voda i veličina smeštajnih kapaciteta nisu do sada imali presudan uticaj na veličinu turističkog prometa koji su ostvarivale pojedine banje Srbije. Ali su zato geografski položaj i udaljenost od gradskih naselja kao osnovni element turističke valorizacije, presudno uticali i na veličinu prometa u banjama naše zemlje.

U Srbiji prema veličini prometa može se izdvojiti nekoliko grupa banja. **I grupu** čine naše najposećenije banje: **Vrnjačka Banja i Sokobanja**. Vrnjačka Banja je naša najrazvijenija banja, koja je sa učešćem od oko 25,31% u ukupnim banjanskim noćenjima u 2010. godini daleko ispred svih ostalih banja Srbije. Najbolje rezultate Vrnjačka Banja je, poput drugih turističkih centara u Srbiji, ostvarila tokom 1980-ih godina. Kasniji turistički rezultati, u „kriznim 1990-im godinama“ bili su neuporedivo skromniji, međutim sve vreme je prisutna ubedljiva dominacija Vrnjačke Banje u odnosu na ostale banje u našoj zemlji. U pitanju je naša najizgrađenija banja, sa najdužom tradicijom, koja leži u podnožju atraktivne planine Goč i ima najujednačeniju distribuciju prometa po mesecima u godini, što ukazuje na veoma povoljne perspektive njenog budućeg razvoja i zbog čega ona zaslužuje posebno mesto u razvoju turizma u Srbiji.

Odmah posle Vrnjačke Banje, po veličini prometa nalazi se Sokobanja (13,34% u banjanskim noćenjima Srbije u 2010. godini)²⁶, sa solidnom smeštajnom bazom i medicinskim kapacitetima, dugom tradicijom i koja zajedno sa Ozrenom, u čijem podnožju se nalazi, čini jedinstvenu turističku i funkcionalnu celinu.

II grupu čine banje koje pojedinačno gledano, ostvaruju preko 100.000 noćenja godišnje, gde spadaju **Niška Banja, Koviljača, Bukovička Banja i Mataruška Banja**, koje pripadaju grupi naših najrazvijenijih banja, ove banje se odlikuju relativno razvijenom lečilišnom funkcijom, raspolazu solidnom materijalnom bazom i imaju povoljan položaj (blizina komunikativnih pravaca, gradskih naselja i drugih motiva).

U III grupu spadaju banje koje ostvaruju preko 50.000 noćenja godišnje, kao što su: **Gornja Trepča, Gamzigradska, Sijerinska i Prolom Banja**.

Među ostalim banjama treba izdvojiti još i Vranjsku (odličan položaj, najpoznatija hipertermia u našoj zemlji, sa temperaturom vode višom od 90°C), Bogutovačku, Lukovsku (blizu Kopaonika), kao i Ribarsku Banju koja beleži značajan uspon tokom proteklih nekoliko godina, koristeći pogodnost svog položaja jer se nalazi na padinama Jastrepca, u blizini kruševca, a takođe je razvila lečilišnu funkciju i unapredila materijalnu bazu. Sve ostale banje

²⁶ Statistički godišnjak Srbije za 2010.godinu, Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd

daleko zaostaju iza pomenutih i u njima se ne mogu očekivati veći rezultati u kraćem i srednjem periodu.

Generalno gledano, banjski turizam, slično ostalim oblicima turizma u Srbiji, u prvoj polovini 21. veka karakteriše trend stagnacije, sa oko 1/3 učešća u ukupnim turističkim noćenjima. Može se reći da najveći broj banja Srbije ima mali turistički promet, iako neke od njih imaju povoljan turistički položaj (Ovčar Banja) ili su li su blizu planinskih turističkih centara (Jošanička Banja u podnožju turističkog centra Kopaonik). Uzroci ovakvog stanja su različiti: neplanski pristup razvoju, neizgrađene saobraćajnice, odsustvo propagande, udaljenost od gradskih naselja, itd.

Među banjama Srbije prema ostvarenom turističkom prometu ističu se banje navedene u sledećoj tabeli:

Tabela 5. Broj turista najposećenijih banja Srbije u periodu 2005-2010. godine

Banje	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Vrnjačka	90973	113790	179719	122289	147611	146246
Sokobanja	60541	55196	72396	66119	55313	48837
Niška Banja	26176	22678	26906	26299	22112	21049
Koviljača	20302	19352	21439	22433	18434	20512
Prolom	12074	11715	10598	15625	14294	14915
Mataruška	11966	13200	11842	11934	8839	8567
Gornja Trepča	6939	7289	7407	8097	10489	10841
Vranjska	6577	5400	7188	8049	6542	6262

Izvor: Statistički godišnjak Srbije za odgovarajuće godine, Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd

Kao što se vidi, na prvom mestu posećenosti nalazi se Vrnjačka Banja posmatrano u ovom periodu, ali i decenijama unazad. Ostale banje Srbije beleže rast gostiju iz godine u godinu, jedino je karakteristično da je 2006. godine došlo do opadanja broja gostiju u svim banjama osim u Vrnjačkoj, Mataruškoj i Gornjoj Trepči, a 2009. godine doslo je do opadanja broja gostiju u svim banjama osim u Vrnjačkoj i Gornjoj Trepči. Godine 2007. dolazi do smanjenja broja posetilaca u odnosu na 2006. godinu u Prolom i Mataruškoj Banji. 2010. godina je karakteristična po opadanju broja gostiju u svima banjama osim u Banji Kovaljači, Prolom Banji i Gornjoj Trepči.

Tabela 6. Noćenja u najposećenijim banjama Srbije

Banja	1080	1990	2000	2010
Vrnjačka	1212794	900649	390000	559549
Soko	588823	484776	340000	295098
Niška	458183	271695	421000	212034
Mataruška	259278	190176	109000	78317
Koviljača	118289	153325	198000	185881
Vranjska	84491	67694	43300	48386
Gornja Trepča	287810	130391	102000	117016
Prolom	105630	145636	78190	66226

Izvor: Statistički godišnjaci Jugoslavije i Srbije za odgovarajuće godine, Savez i Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd.

Velike oscilacije broja turista i njihovih noćenja u prikazanim banjama Srbije posledica su niza poznatih i nepoznatih pojava, procesa i događaja. Ukazuju na otežano poslovanje, jer se u nekima samo u dve ili tri susedne godine obim poseta smanjuje za nekoliko hiljada, a broj noćenja za nekoliko desetina hiljada. Za prikazani vremenski period broj turista u većini banja se sveo na jednu polovinu ili jednu trećinu nekadašnjeg. To važi i za broj ostvarenih noćenja. Vrnjačka Banja, kao tradicionalno najprometnija u Srbiji, godine 2010. imala je 653245 noćenja manje nego 1980. godine, odnosno, 855 619 manje nego rekordne 1985. godine. Navedeni pokazatelji uslovljavaju velike i brojne probleme u poslovanju, te ih je potrebno do detalja izučavati i na svrsishodan način rešavati.

2.3. Sezonski karakter banjskog turizma Srbije

U banjama Srbije sezoničnost turističkog prometa je veoma izražena. Naime, glavna sezona u banjama Srbije vezuje se za period od juna do septembra, jer se tada ostvari oko 55% noćenja i 45% dolazaka turista. Naglašen sezonski karakter banjskog turizma Srbije posledica je njegove jednostavnosti, neorganizovanosti nastupa na tržištu i zaostalosti ponude, jer se dominantna lečilišna funkcija zbog neopremljenosti banja uglavnom vezuje za letnju polovinu godine.

Nekompletiranost turističke ponude, nepovezanost sa turističkom ponudom okruženja, kao i dosta izražene razlike u komunikativnosti geografskog položaja, različito su se odrazila na sezonska kolebanja turističkog prometa u pojedinim banjama. U tom pogledu mogu se izdvojiti tri grupe banja:

I grupu čine banje koje najveći deo prometa ostvaruju u letnjoj polovini godine, a tu spadaju: Bogutovačka, Brestovička, Lukovska, Zvonačka i Rajčinovička banja. U pitanju su

banje sa najmanjim kapacitetima, nekomplementarnom ponudom i najmanjim turističkim prometom, koje odlikuje i veća udaljenost od značajnih turističkih disperziva naše zemlje. Ova grupa banja učestvuje sa samo 5-6% u ukupnom broju banjskih noćenja u Srbiji.

II grupu čine banje koje imaju jače izraženu i zimsku sezonu, s obzirom da se u periodu septembar – april ostvari preko 20% njihovog godišnjeg prometa. Ovde spada pet naših najposećenijih i najrazvijenijih banja, koje apsorbiraju preko 2/3 celokupnog turističkog prometa u banjama Srbije: Vrnjačka Banja, Sokobanja, Niška Banja, Bukovička Banja i Koviljača. Ova grupa banja ima uslove za razvoj više vrsta turističkog prometa, zbog čega će i ubuduće imati ulogu u turizmu Srbije.

III grupa banja apsorbiruje oko 30% banjskog turističkog prometa i njih odlikuje promenljiva i neujednačena raspodela turističkog prometa po mesecima. Među ovim banjama, znatno veći značaj imaju Mataruška Banja i Gornja Trepča, zbog solidne izgrađenosti i dobrog položaja u odnosu na komunikativne pravce.

2.4. SWOT analiza

SWOT analiza, tačnije njen metodološki okvir, u savremenim uslovima najčešće se upotrebljava kao tehnika u strategijskom planiranju i strategijskog menadžmentu.

U Tabeli 7. pomoću 4 činioca (snaga, slabosti, prilike i pretnje) prikazana je svoj analiza banjskog turizma Srbije.

Tabela 7. SWOT analiza banjskog turizma Srbije

S

Tradicija banja
Lekoviti i zdravstveni faktori
Visoko obrazovani stručnjaci
Bogato kulturno-istorijsko nasleđe
Povoljan geografski položaj
Okolina i hrana
Niska cena terapijskih programa

W

Slaba dostupnost
Loša infrastrukturna opremljenost
Izražena sezonalnost
Zastarela medicinska oprema
Nedostatak strategije banjskog turizma
Nerazvijenost i monopolnost ponude
Nedostatak edukacije za nove programe
Nedostatak stručnih kadrova
Slaba marketinška istraživanja
Nedostatak finansija za razvoj
Nedovoljno uspešno sproveden proces privatizacije
Nerešeno pitanje upravljanja razvojem banjske destinacije

O	T
Banje su visokokvalitetan proizvod Kombinacija banje i drugih vidova turizma Otvaranje wellness hotela Dobra organizacija i podrška od strane Udruženja banjskih i klimatskih mesta i Turističke organizacije Srbije Podrška od strane resornih ministarstava Partnerstvo sa stranim kompanijama	Nekonkurentna ponuda Nedovoljno kvalitetna ponuda zdravstvenog i wellness programa Nedovoljna povezanost sa turističkom ponudom okolnih destinacija Nedovoljna efikasnost upravljanja održivim razvojem banjskih destinacija Mala usmerenost na ino-tržišni segment

Modifikovano na osnovu: Udruženje banjskih i klimatskih mesta Srbije, www.udruzenjebanja.co.rs

Šanse razvoja banjskog turizma u Srbiji:

- Niske cene u odnosu na Evropu predstavljaju još jednu od prednosti koje imaju banje Srbije.
- Tradicionalni način tretmana u banjama u smislu prevencije, lečenja i rehabilitacije je na relativno zadovoljavajućem nivou i zajedno sa uvođenjem savremenih wellbeing programima mogu naći svoje tržište.
- Srbija ima velike šanse za razvoj tržišta jer osim manjih banjskih centara u ponudu može uključiti i prirodne i antropogene vrednosti turističkih regija (zdravu hranu koja se proizvodi u nezagađenom banjskom okruženju, manastiri i drugi spomenici kulture, prirodne vrednosti poput šuma, vodopada, jezera, planina, reka itd.)
- U Srbiji postoji oko 300 izvora mineralnih, termalnih, termomineralnih voda, kao i pojava lekovitih gasova, lekovitog blata (peloida). Vazduh i posebni ekološki, klimatski, morfološki, bilološki i predeoni resursi predstavljaju još jedan od značajnih potencijala i prednosti koje naše banje i klimatska mesta poseduju. U Srbiji postoji preko 100 banja i klimatskih lokaliteta dok 39 banjskih i klimatskih mesta imaju razvijene zdravstvene usluge.
- U nekim banjama se krenulo sa sprovođenjem wellness i drugih savremenih programa. Otvaraju se novi wellness hoteli.
- Formiranje ponude zdravstvenih i wellness programa koji bi zadovoljili različita tržišta.

Analiza i ocena postojećeg stanja:

Zdravstveni turizam predstavlja značajnu kategoriju u turizmu Srbije, najviše usled kvaliteta i velikog broja izvora lekovitih voda, različitih terapijskih svojstava. Pri tome je ovaj proizvod, uprkos značajnog broja savremeno uređenih lečilišnih kompleksa, još uvek orijentisan gotovo isključivo na domaću tražnju. Razlog ovakvom stanju verovatno treba tražiti u činjenici da je celi sistem banja bio u funkciji sistema socijalnog osiguranja radnika usled čega se naglasak stavljao na kvalitet zdravstvene usluge, a znatno manje na kvalitet smeštajne,

ugostiteljske i zabavne ponude, koja trenutno ne može udovoljiti kriterijumima ni domaće ni internacionalne tražnje.

Tabela 8. Ključni faktori uspeha i ocena postojećeg stanja

	1	2	3	4	5
Dostupnost za potrebe razvoja proizvoda zdravstvenog turizma (vazduh, putevi, reke)	2				
Kvantitet i kvalitet smeštajnih kapaciteta i ugostiteljskih sadržaja adekvatnog standarda usluživanja	1				
Specijalizovani kapaciteti i usluge za zdravstvene tretmane	1				
Nivoi sigurnosti i higijene objekata i opreme	2				
Sadržaji ponude i oprema koji su renovirani, obnovljeni i/ili kupljeni tokom poslednjih 5 godina	1				
Specijalizovani, međunarodno priznati zdravstveni stručnjaci (lekari, nutricionisti i sl.) kao i ponuda usluga za posebne tretmane	2				
Raznolikost ponude/paketa povezanih sa zdravstvenim turizmom (prevoz+smeštaj+ugostiteljski sadržaji+tretmani)	1				
Kvantitet i kvalitet sadržaja, opreme i usluga proizvoda zdravstvenog turizma	2				
Sistem rezervacija (biking) i komercijalizovanja za proizvod zdravstvenog turizma	1				
Ponuda i nivo komplementarnih zdravstvenih usluga (kursevi joge, relaksacija, rekuperacija i sl.)	1				
Ponuda komplementarnih turističkih usluga – večernji izlasci, noćni život, zabavne aktivnosti, događaji i sl.	3				
Kvalitet i kvantitet turističkih informacija za proizvod zdravstvenog turizma (prospekti, katalozi, vodiči i sl.)	1				
Nivo trežnje za proizvodom zdravstvenog turizma	3				
Nivo znanja i informisanosti potencijalnih klijenata o proizvodu zdravstvenog turizma Srbije	2				
Ljudski potencijal sa odgovarajućim znanjima, veštinama i profesionalnim pristupom	1				
Imidž Srbije povezan sa proizvodom zdravstvenog turizma	2				

Izvor: Strategija razvoja turizma Republike Srbije, Horwath Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, 2006. godine, str. 123.

Na osnovu izvršene evaluacije svih ključnih faktora uspeha, može da se konstatuje da trenutno dostignuti nivo konkurentnosti Srbije u sferi zdravstvenog turizma nije posebno dobar (prosečna ocena 1,6 od 5).

Broj termomineralnih izvora i banjskih mesta nesumnjivo predstavlja veliki razvojni potencijal Srbije za budućnost. Ovo je po pravilu povezano sa značajnim ulaganjima u proizvod u cilju internacionalizacije celokupnog biznisa, a do kojeg ne može da se dođe u kratkom roku usled nepostojanja kvalitetnog destinacijskog menadžmenta. To podrazumeva međusobnu podelu odgovornosti i koordinaciju aktivnosti u sledećim sferama:

- upravljanje i korišćenje termalnog izvora,
- pružanje zdravstvenih tretmana,
- hotelska i ugostiteljska ponuda,
- upravljanje uređenjem i gradnjom prostora (problematika „dilje gradnje“ i uništavanje prostora),
- urbana estetika i otvoreni zeleni prostorni (čistoća, fasade kuća, novokomponovana gradnja, parkovi, šetališta i sl.).

U skladu sa navedenim, a u cilju privlačenja interesa međunarodne tražnje za proizvodom zdravstvenog turizma Srbije, potrebno je tržišno repozicionirati današnji proizvod banja/lečilišta. To će biti moguće samo kroz značajna ulaganja u proizvodnu infra i suprastrukturu. Jasno je, dakle, da ovaj proizvod još nije spreman za internacionalno komercijalizovanje, već ga u sledećem periodu treba razvijati na način koji će postepeno eliminisati dosadašnja „uska grla“.

U narednoj tabeli je prikazana potrebna infrastruktura i suprastruktura za uspešnu međunarodnu komercijalizaciju navedenog turističkog proizvoda, kao i kanali njegove prodaje i distribucije:

Tabela 9. Zdravstveni turizam

Zdravstveni turizam	Club spa Cruise ship spa Day spa Destination spa Medical spa Mineral spring spa Resort/hotel spa	Banje Mineralne/lekovite vode Medicinski instituti/bolnice Hoteli Privatni smeštaj Shopping Restorani, barovi	Specializovane agencije Turoperator Internet
---------------------	--	---	--

Izvor: Strategija razvoja turizma Republike Srbije, Horwath Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, 2006.str.91.

Banje Srbije treba da predstavljaju svojevrsnu banjsku industriju, a da bi se taj proces realizovao potrebno je realizovati sledeće aktivnosti:

- Edukacija u smislu razumevanja tržišta – sagledati gde su slabosti, a gde šanse proizvoda.
- Potreba za novim programima i očuvanjima danšnjih gostiju – kombinacija tradicionalne terapije i wellbeinga.

- Potreba da se postane atraktivan i konkurentan kroz primene novih savremenih programa i uvođenje novih – jedinstvenih, prepoznatljivih.
- Banje Srbije moraju da identifikuju svoje ciljeve, prepoznaju svoja tržišta kroz potencijal koji imaju i da razviju klastere.
- Potrebno je izvršiti dva tipa istraživanja:
 - dokaz medicinskog kvaliteta (Srbija je u prednosti u ovome) i
 - odrediti na koja tržišta treba plasirati proizvod.
- Neophodno je nastaviti sa isticanjem prirodnog i autentičnog resursa.
- Staromodan imidž zameniti novim i tretirati banjske posetioce više kao goste a manje kao pacijente.
- Banje treba da predstavljaju novu vrstu banjskog biznisa. Da svojom atraktivnošću mogu da privuku investicije, pre svega u izgradnji novih smeštajnih i renoviranih kapaciteta visokog standarda, npr. manji hoteli sa luksuznom opremom koji će zadovoljiti prohteve i najzahtevnijih gostiju.
- Prioritet bi bi trebalo da ima povećanje dostupnosti onih banja koje se nalaze na 60-120 minuta od međunarodnog aerodroma.
- Odrediti proizvod kroz širok okvir – način života i aktivnost gosta, zabava, kulturni sadržaji.
- Banjsku ponudu spojiti sa ponudom neposrednog i regionalnog okruženja i na taj način stvoriti banjske pakete – Short-Break (kratak odmor). Lak pristup prirodnim lepotama kroz šetnje i biciklističke vožnje, uključiti kulturni segment, ostvarivanje mira i tišine.
- Sačivati atraktivne lokalitete (prirodne i antropogene) u okolini i očuvati parkove, bašte i stvarati nove cvetne površine, fontane i banjske arhitekture.
- Proizvodnja kvalitetne i pre svega ekološki zdrave hrane.
- Potreba za jedinstvenim marketinškim nastupom i uključivanje na tržište (npr. sajmovi).
- Potreba za razvojem jakog brenda – formirati banjsku priču.

3. BANJE SRBIJE

3.1. Teritorijalna raspodela i klasifikacija banja Srbije

Danas se na teritoriji Srbije u okviru turističke i zdravstvene statistike prati opremljenost i posećenost oko 30 banja. Međutim, na teritoriji Srbije nije urađen potpun katastar termomineralnih izvora, mada neki autori navode da postoji preko 300 lokacija. Procena broja evidentiranih banja, zavisno od autora kreće se od 45 do 60 uzimajući u obzir i tzv. „narodne“ ili „divlje“ banje.

Tabela 10. Evidentirane banje na teritoriji Srbije

1. Vrnjačka Banja	24. Rajčinovića Banja
2. Soko Banja	25. Banja Badanja
3. Niška Banja	26. Radaljska Banja
4. Mataruška Banja	27. Zvonička Banja
5. Bukovička Banja	28. Banja Jošanica
6. Banja Koviljača	29. Banja Palanački kiseljak
7. Vranjska Banja	30. Obrenovačka Banja
8. Jošanička Banja	31. Šarbanovačka Banja
9. Kuršumlijska Banja	32. Rgoška Banja (kod Knjaževca)
10. Lukovska Banja	33. Roška Banja (kod Požege)
11. Sijerinska Banja	34. Visočka Banja (Veliki Rzav)
12. Gamzigradska Banja	35. Banja Kanjiža
13. Gornja Trepča	36. Junakovića Banja
14. Bogutovačka Banja	37. Banja Rusanda
15. Brestovička Banja	38. Stari Slankamen
16. Bujanovačka Banja	39. Vrdnik
17. Mladenovačka Banja	40. Novosadska banja
18. Novopazarska Banja	41. Pećka banja Ilidža
19. Ovčar Banja	42. Banjska
20. Pribojska Banja	43. Bečejska banja
21. Prolom Banja	44. Banja Tulare
22. Ribarska Banja	45. Laomnička Banja
23. Banja Vrujci	

Izvor: Romelić J., Turističke regije Srbije, Univerzitet u Novom Sadu: Prirodno-matematički fakultet, Department za geografiju, Novi Sad, 2008. godine, str. 307.

Od fizičko-hemijskih osobina termo-mineralnih voda, temperatura je najvažnija, prevashodno zbog primene banjskih voda u medicinske, ali i druge svrhe. Prema temperaturi vode termomineralni izvori u banjama Srbije se svrstavaju u 4 grupe:²⁷

1. **Hladne mineralne vode** (ispod 20°C): u Bukovičkoj Banji, Palanačkom Kiseljaku, Mladenovačkom seltersu, Vrnjačkoj Banji, Klokot Banji;

²⁷ Dr Dobrica Jovičić, Stanje i perspektive razvoja banjskog turizma u Srbiji, Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Glasnik srpskog geografskog društva, Beograd, 2008.

2. **Hipotermalne vode** (20-34⁰C): u Soko Banji, Bukovičkoj Banji, Banji Koviljači, Zvonačkoj Banji, Klokot Banji i Obrenovačkoj Banji;
3. **Homeotermalne vode** (34-38⁰C): u Niškoj Banji, Ovčar Banji, Brestovačkoj Banji, Lukovskoj banji, Pribojskoj Banji i Banji Koviljači;
4. **Hipertermalne vode** (preko 38⁰C): u Gamzigradskoj, Brestovačkoj, Kuršumlijskoj, Novopazarskoj, Sijerinskoj, Jošaničkoj i Vranjskoj Banji.

Mineralni, termalni i termominerali izvori se javljaju u različitim delovima Srbije, ali ih je moguće grupisati u odgovarajuće banjske zone. Prema jednoj od podela **osnovne banjske zone** na teritoriji Srbije su: **Šumadijska, Zapadnomoravska, Kopaoničko-jastrebačka, Novopazarsko-pribojska, Južnomoravska, Karpatsko-balkanska, Kolubarsko-podrinjska, Vojvodanska i Kosovska.**²⁸

U **Šumadijskoj banjskoj zoni** se ističu Bukovička Banja u Aranđelovcu, Mladenovački Selters i Planački kiseljak. **Zapadnomoravskoj zoni** pripadaju Vrnjačka Banja, Mataruška Banja, Ovčar Banja, Bogutovačka Banja, Gornja Trepča i Vitanovačka Banja. U **Kopaoničko-jastrebačkoj banjskoj zoni** ističu se Jošanička Banja, Lukovska Banja, Ribarska Banja, Prolom Banja i Lopatnički kiseljak. U **Novopazarsko-pribojskoj banjskoj zoni** postoje Novopazarska Banja, Pribojska i Visočka Banja. **Južnomoravskoj banjskoj zoni** pripadaju Niška banja, Vranjska Banja, Sijerinska Banja, Tularska Banja i Bujanovačka Banja. U **Karpatsko-balkanskoj banjskoj zoni** Zvornička Banja, Jošanica, Sokobanja, Gamzigradska Banja i Brestovička Banja. **Kolubarsko-podrinjskoj banjskoj zoni** pripadaju Koviljača, Badanja, Obrenovačko kupatilo, Radalj i Radovašnica. U **Vojvodini** se ističu Kanjiža, Junaković, Slankamen, Rusanda, Torda, Vrdnik, Novosadsko jedno kupatilo, a na **Kosovu i Metohiji** Iliđa kod Peći i Klokot Banja kod Uroševca.²⁹

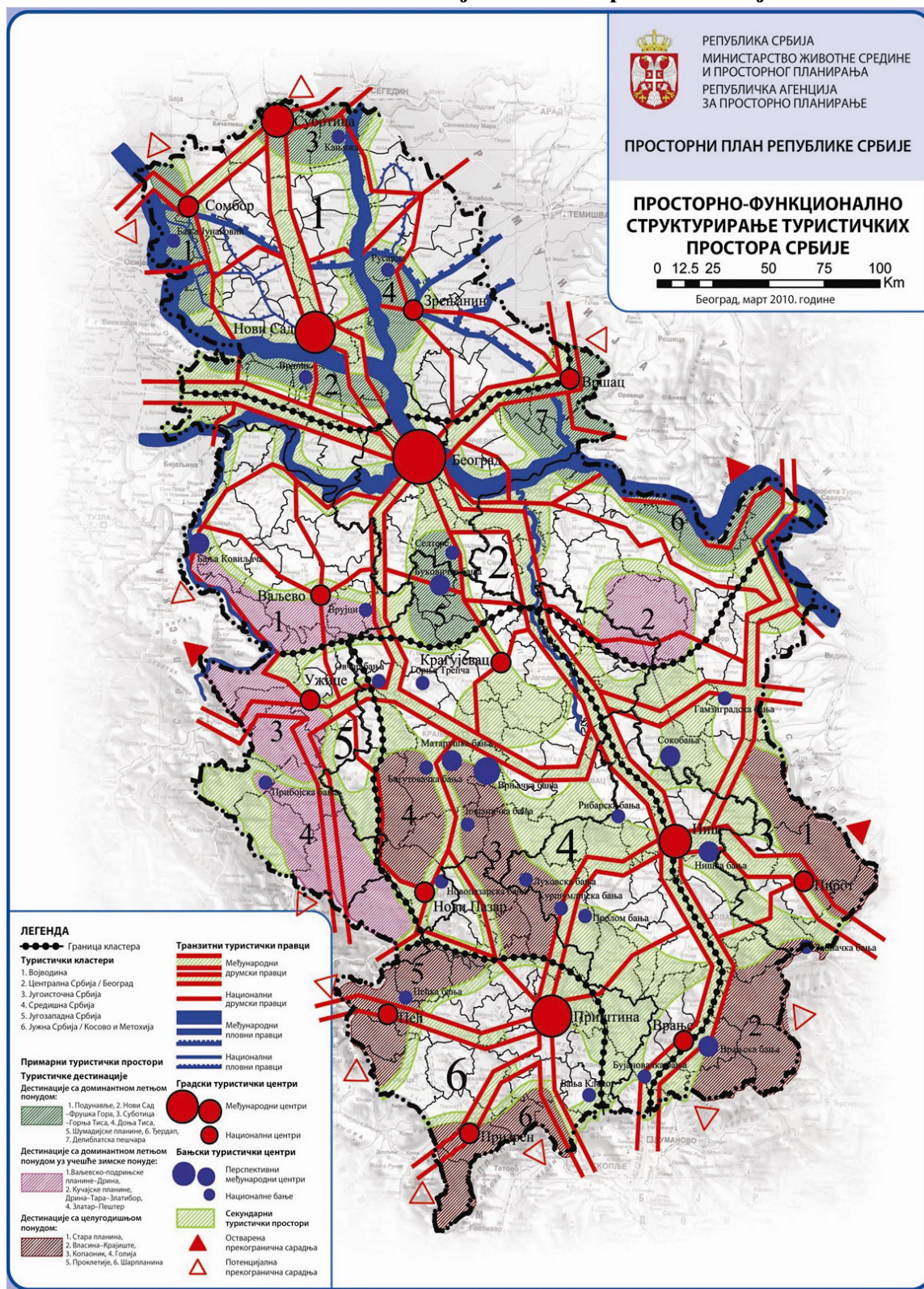
Prema Prostornom planu Republike Srbije od 2010. do 2020. godine izdvojene su najznačajnije banje po primarnim turističkim destinacijama Srbije. Najznačajnija banjska turistička mesta **nacionalnog, a perspektivno međunarodnog značaja** su Vrnjačka Banja, Niška Banja, Sokobanja, Mataruška Banja, Bukovička Banja, Banja Koviljača i Vranjska Banja. Među Banjskim mestima **nacionalnog značaja, po perspektivi razvoja** se ističu Prolom Banja, Gornja Trepča, Ribarska Banja, Kanjiža i Junaković. **Ostala nacionalna banjska turistička mesta** su Jošanička, Bogutovačka, Novopazarska, Lukovska, Kuršumlijska, Zvonačka, Pećka, Selters, Rusanda, Vrdnik, Vrujci, Pribojska, Gamzigradska, Bujanovačka, Klokot i Ovčar Banja. Ostala banjska mesta su od regionalnog značaja.³⁰

²⁸ Stanković S, Lukić B, Planiranje, uređenje i zaštita banjskih i klimatskih mesta, Asocijacija prostornih planera Srbije, Geografski fakultet univerziteta u Beogradu, Beograd, 2006. godine, str. 17.

²⁹ Isto, str. 18.

³⁰ Prostorni plan Republike Srbije od 2010 do 2020. godine, Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja, Agencija za prostorno planiranje, Beograd, 2010. godine, str. 249.

Слика 1. Просторно-функционално структурирање туристичких простора Србије



Izvor: Prostorni plan Republike Srbije od 2010 do 2020. godine, Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja, Agencija za prostorno planiranje, Beograd, 2010. godine

3.2. Karakteristike pojedinih banja Srbije

3.2.1. Vrnjačka Banja

Vrnjačka Banja se nalazi u centralnoj Srbiji. Leži na severnim padinama Goča, i dolinama Vrnjačka i Lipovačke reke, na nadmorskoj visini od 220 do 300 m. Od glavnog emitivnog, beogradskog područja udaljena je 200 km. U Vrnjačku Banju se može doći magistralnim putem Beograd – Kraljevo i auto-putem Beograd – Niš – Skoplje, preko Pojata.

Vrnjačku Banju karakteriše umereno-kontinentalna klima. Leta su umereno topla (prosečna temperatura 20⁰C), a zime umereno hladne (prosečna temperatura +0,8⁰C). Zaklonjena je planinom Goč (sa juga, istoka i zapada) i vencima Gledićkih planina (sa severa), tako da je veliki broj dana u godini (oko 170 dana) bez vetra.

Lekovite vode su izražene u vidu termalnih i hladnih izvora, prva grupa se nalazi u okviru kupatila, a druga je grupisana u okviru dve celine: „Snežnik“, uz rečni tok i „Slatina“ na lokalitetu „Terapija“. Kapacitet toplih mineralnih izvora iznosi 8,1 l/s, a temperatura 36,5⁰C; „Snežnika 0,49 l/s odnosno 17⁰C i „Slatine – 1,14 l/s, odnosno 14⁰C. Lekovito dejstvo svih voda ostvaruje se na osnovu prisustva mikroelemenata kalcijuma i gvožđa i mikroelemenata kalijuma, litijuma, rudidijuma, cezijuma, stroncijuma, barijuma, bakra, fosfora i mangana.

Banja raspolaže sa dobro opremljenim kupatilom koje se sastoji iz dva bazena i 44 kada. U njegov sastav ulaze i specijalizovana odeljenja za masažu, ispiranje, hidroterapiju i dr. Lečilišni tretmani se odvijaju pijenjem vode, kupanjem u toploj vodi, inhaliranjem i ispiranjem toplom vodom. Najbolji efekat se ostvaruje pri lečenju bolesti – gastrointestinalnog trakta, hepatobiljnog trakta i pankreasa, metabolizma, bubrega i mokraćnih puteva i kardiovaskularnog sistema.

Najzačajniju ulogu u obavljanju delatnost zdravstveno – lečilišnog karaktera ima Zavod za prevenciju, lečenje i rehabilitaciju organa za varenje i šećerne bolesti „Vrnjačka Banja“. Kapacitet smeštaja u zavodu iznosi 920 ležaja. Raspolaže sa 14 odeljenja namenjenih raznim etapama lečenja pojedinih bolesti.

Pored smeštajnih objekata u nadležnosti zdravstvenih ustanova, Vrnjačka Banja raspolaže sa smeštajnim i ugostiteljskim objektima namenjenih gostima koji ovde dolaze iz rekreativnih potreba. U Vrnjačkoj Banji preovlađuju komplementarni objekti, a naročito u okviru domaćinstava. Većina smeštajnih kapaciteta je srednje i niže kategorije – 3 zvezdice i manje, među osnovnim kapacitetima nema hotela sa 5 i 4 zvezdice, što je saobrazno strukturi, odnosno platežnim mogućnostima klijenata.

Tabela 11. Smeštajni kapaciteti u Vrnjačkoj Banji

Vrsta objekta	Naziv	Kategorija	Broj ležaja
Hotel	„Fontana“	***	470
Hotel	„Breza“	***	380
Hotel	„Zvezda“	***	290
Hotel	„Slavija“	***	190
Hotel	„Slatina“	***	110

Hotel	„Partizanka“	***	97
Hotel	„Beli izvor“	***	70
Hotel	„Sloboda“	**	200
Hotel	„Park“	**	140
Stacionar	„Novi Merkur“		414
Stacionar	„Stari Merkur“		170
Stacionari	„Romanija“, „Mirko Tomić“, „Šumadija“		340
Odmaralište	„Bornjak“		550
Odmaralište	„Železničar“, Beograd		220
Odmaralište	„Servo Mihalj“, Zrenjanin		107
Odmaralište	SDK Jugoslavije, Beograd		100
Odmaralište	Fabrika „14.oktobar“, Kruševac		
Pansion	„Beograd“, „Tara“, „Sutjeska“, „Triglav“, „Koruška“, „Srbija“, „Ohrid“, „Zelengora“, „Sarajevo“		30
Sobe u domaćinstvima			15.000

Izvor: Romelić J., Turističke regije Srbije, Univerzitet u Novom Sadu: Prirodno-matematički fakultet, Department za geografiju, Novi Sad, 2008.str.313.

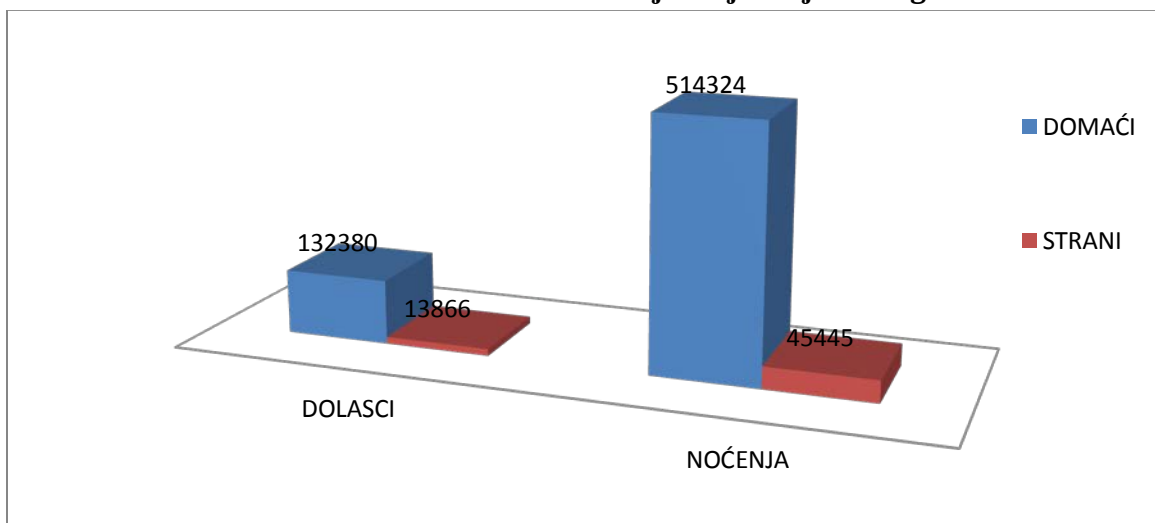
Ponuda proizvoda na turističkom području Vrnjačke Banje uključuje:

- Wellness centar, termalno kupatilo sa mineralnim izvorima, ambulantno-polikliničko odeljenje sa specijalnim službama, kabinet za dijagnostiku, kozmetički saloni, masaže, alternativna medicina i sl.
- Specijalni programi „Linea“ – lečenje gojaznosti, „Brza dijagnostika“ – provera zdravstvenog stanja za 5 dana, „Škola za dijabetes“ – upoznavanje sa prirodom bolesti, načinom adekvatnog lečenja, ishranom, samokontrolom bolesti i uslovima za odlaganje nastanka komplikacije bolesti;
- Saune, kuglanje, otvoreni i zatvoreni bazen, fitnes centri, kongresne dvorane od kojih najveća ima kapacitet 1.200 mesta;
- Tri travnata fudbalska terena sa atletskom stazom, tereni za male sportove i bazeni, ski staza na Goču, sportski ribolov, lov u uređenom lovištu;
- Manifestacije – „Vrnjačke kulturne svečanosti“, „Festival filmskog scenarija“, „Elegantove svečanosti“, „Festival knjige“, „Berza banja“ i druge;
- Manastir Ljubostinja (13 km), manastir Žiča (25 km), manasti Kalenić (25 km), Naopa (30 km) Veluće (20 km), manastir Lazarica (38 km) sa ostacima kneza Lazara, planina Goč (17 km) i Mitrovo polje (17 km).

Najbolji pokazatelj pozicioniranja Vrnjačke Banje kao glavne banjske destinacije na turističkoj mapi Srbije je njeno učešće u ukupnom broju turista koji su posetili banjske centre.

Prosečna distribucija turističkog prometa ukazuje da banjsko-klimatska lečilišta Srbije svoje učešće u turističkim tokovima Srbije svode na prosečnih 14%, a da u toj strukturi Vrnjačka Banja ima i dalje primat sa prosečnih 42,39%. 2010. godine Vrnjačku Banju je posetilo 146.246 turista, od čega je 132.380 domaćih i 13.866 stranih turista.

Grafikon 2. Odnos domaćih i stranih turista u Vrnjačkoj Banji 2010. godine



Izvor: Statistički godišnjak Srbije za 2010. godinu, Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd

Na efekte poslovanja najviše je uticao obim i struktura gostiju. Naime, smanjen broj turista uticao je da njihovo prosečno zadržavanje bude prepolovljeno – domaći gost je svoj boravak u Banji sveo na skromnih 4 dana, a ino-turista na 3,2 dana.

Na osnovu kretanja parametara tražnje zaključak je da prioritetni cilj opštine Vrnjačka Banja treba da bude dopuna turističke ponude programima koji prate trendove u Evropi i obezbeđuju joj status elitnog banjskog mesta. Za realizaciju ovog strateškog cilja akcenat treba staviti na modernizaciju postojećih smeštajnih objekata i promenu njene strukture. Rešenje za veće investicije treba tražiti u pružanju povoljnih kreditnih linija stanodavcima, kao i u korišćenju sredstava drugih nadležnih institucija. Planska izgradnja ili prenamena postojećih objekata (vila, pansiona i sl.) treba da ide u prilog očuvanju ambijentalne celine i specifičnosti Banje, što podrazumeva da Vrnjačka Banja u naradnom periodu ponudi manje pansione (objekte sa 50-60 kreveta) kao glavne smeštajne kapacitete, što bi bio prvi korak u prilagođavanju ponude turističkim trendovima u Evropi.

Prema Prostornom planu Republike Srbije od 2010. do 2020. godine, Vrnjačka Banja pripada primarnoj turističkoj destinaciji Kopaonik, u sklopu koje bi trebalo da integriše svoju ponudu sa ponudom banjskog i drugih vidova turizma.

3.2.2. Sokobanja

Sokobanja se nalazi na južnom obodu istoimene kotline, odnosno donjeg dala severnih padina Ozrena. Istočno od kotline je Sokogradska klisura Sokobanjske Moravice, a zapadno Dugopoljska kotlina. Locirana je u blizini Aleksinca (30 km), pri čemu je spojena sa južnomoravskom magistralom, a potom se direktno ili indirektno sa naseljima u istočnoj Srbiji. Pomenute veze se ostvaruju isključivo drumskim saobraćajnicama.

Sokobanja predstavlja jedno od najvećih balneoloških naselja u Srbiji. Lečilišnu specifičnost Banje daje izrazita radioaktivnost izvorske vode (do 13 Mahovih jedinica) i gasova (do 50 Mahovih jedinica). Termomineralni izvori se nalaze duž sokobanjskog raseda i izbijaju u koritu Sokobanjske Moravice. Lečilišno je aktivirano više izvora, kao što su „Preobraženje“ sa vodom temperature 42⁰C i izraženim prisustvom kalcijuma, natrijuma, magnezijuma i kalijuma; „Sveti Arandjel“, „Banjica“ i „Leptarija“. Na osnovu toga izgrađena su dva kupatila – „Banjica“ i „Park“, sa izdvojenim ženskim i muškim bazenima.

Primenom terapijskog dejstva vode postižu se dobri rezultati u lečenju reumatskih oboljenja, hroničnog bronhitisa, bronhijalne asme, dijabetisa, ginekoloških oboljenja, psihoneuroze, bolesti mokraćnih organa, kožnih bolesti i dr.

Mikroklimatske karakteristike Sokobanjske kotline doprinose tretiranju banje kao klimatskog lečilišta.

Celokupnu turističku ponudu smeštajnih kapaciteta Sokobanje predstavljaju kapaciteti, koji po veličini i tipu spadaju u: hotel, motel, pansion, turistički apartman, turističko naselje, kamp, kuća i stan za odmor, sobe za iznajmljivanje, odmaralište i drugi objekti namenjeni odmoru i rekreaciji. U Sokobanji se nalaze **hoteli**: „Zdravljak“ (502 ležaja), „Sunce“ (184 ležaja), „Moravica“ (200 ležaja), „Turist“ (105 ležaja), „Park“ (26 ležaja); **konak pansioni**: „Splendid“ (19 ležaja), „Lav“ (33 ležaja); Prirodno lečilište „Banjica“ (270) ležaja i Specijalna bolnica „Sokobanja“ (560) koja raspolaže sa zdravstvenim i komercijalnim delom. Privatni smeštaj (sobe za iznajmljivanje, stanovi, kuće za odmor) raspolaže sa ukupno 1000 ležaja, od čega je 3770 kategorisanih, a ostalih 7230 je nekategorisano.³¹

Smeštajni kapaciteti zadovoljavaju trenutne potrebe i letnje posete gostiju, koja ima sezonski karakter. Ponuda smeštaja je usmerena pre svega na sobe za iznajmljivanje (ukupno 1783) i hotele (6) koje treba renovirati i obnoviti.

Osim revitalizacije postojećih smeštajnih kapaciteta koja podrazumeva i ubrzani proces privatizacije i završetka procesa transformacije, ono što Sokobanji nedostaje jesu smeštajni kapaciteti sa četiri i pet zvezdica. Ovakvi kapaciteti su nepohodni, pogotovu ako se ima u vidu interes Sokobanje da izađe na međunarodno tržište. Na području Sokobanje planira se izgradnja turističkog objekta – hotela kategorizacije četiri premijum zvezdice. Smisao izgradnje ovog visokokvalitetnog objekta je pokretanje smera razvoja i kvaliteta turističke ponude u Sokobanje sa davanjem pozitivnog primera. U hotelu su planirane ukupno 54 sobe i 108 ležajeva.

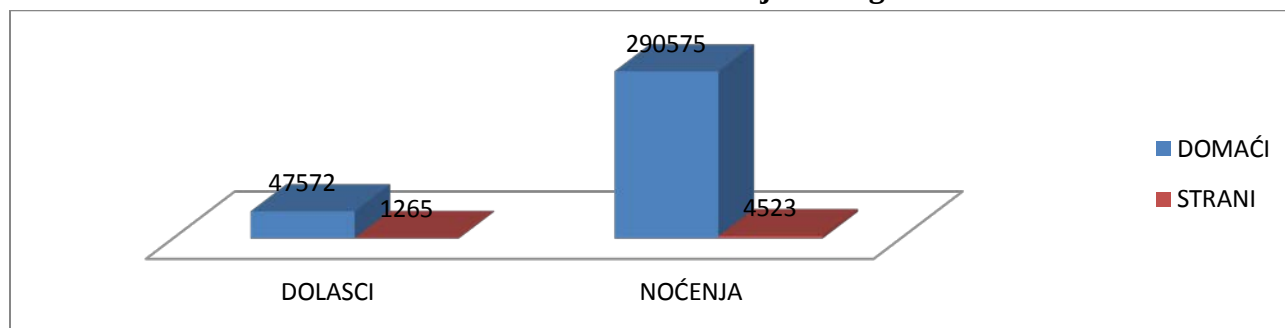
Ponuda proizvoda na turističkom području Sokobanje uključuje:

³¹ Sokobanja – Master plan turističke destinacije, Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Republike Srbije, Beograd, 2007. godine, str. 70.

- Programe u zdravstvenim objektima (Specijalna bolnica za lečenje, prevenciju i rehabilitaciju specifičnih i nespecifičnih oboljenja pluća, kao i Specijalna bolnica za lečenje plućnih, očnih bolesti i tuberkuloze na Ozrenu) gde je turistima omogućeno efikasno postavljenje dijagnoze, stručno lečenje, rehabilitacioni programi, kvalitetne medicinske usluge i dr.;
- Specijalizovanu individualnu wellness ponudu sa različitim vrstama masaža, beauty programa, vodenih površina, sauna, programa opuštanja, jačanja duha i tela i sl.
- Turistička destinacija Sokobanja i njena prirodna bogatstva nude vrlo raznovrsnu ponudu sportsko-rekreativnih aktivnosti i doživljaja. Neposredni kontakt sa prirodom, jačanje tela i duha, relaksacija, aktivno provođenje slobodnog vremena omogućavaju različite vrste aktivnosti od biciklizma, planinarenja, trčanja, lova, ribolova, adrenalinskih sportova i dr.
- Manifestacije koje su od velikog značaja za razvoj turizma u Sokobanji, jer svake godine privlače veliki broj posetilaca. Manifestacije su već poznate, tako da je na samom razvoju potrebna dopuna, nadgradnja, više direktnog marketinga i promocija kod ciljnih grupa za pojedine događaje. Od mnogobrojnih manifestacija izdvajaju se: „Prvi glas Sokobanje“, „Sveti Jovan Biljober“, takmičenje „Zlatne ruke“, turnir „Avgust u Avgustu“, turniri u odbojci, tenisu i fudbalu, šahu rukometu i dr.
- U okolini Sokobanje se nalaze brojne kulturno istorijske atrakcije: Oštra čuka (najviši vrh Ozrena 1075 m), manastir Jeremenčić, Tatomirov grad, Ozrenska i Sesalačka pećina, vodopad Ripaljka, planina Rtanj, izletišta Kalinovica i Lepterijska, Soko grad
- Organizovane radionice koje kroz prijatno prirodno okruženje, neograničene mogućnosti istraživanja i upoznavanja, bogate programe animacije nude mogućnost zabave, druženja i opuštanja. Ovi programi podrazumevaju: sakupljanje lekovitog bilja, upoznavanje sa starim zanatima, upoznavanje sela i etno izložbe i priredbe i sl.

Sokobanju je 2010. godine posetilo 48837 turista, što čini 14,15% ukupnih poseta banjskim mestima Srbije. I pored relativno dobre posećenosti, Sokobanja se, kao i većina ostalih naših banja karakteriše vrlo skromnom posetom stranaca (2,6% od ukupnih dolazaka turista), čak znatno manje nego neke banje koje znatno zaostaju za Sokobanjom po opštem prometu turista.

Grafikon 3. Odnos domaćih i stranih turista u Sokobanji 2010. godine



Izvor: Statistički godišnjak Srbije za 2010. godinu, Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd

Prema Prostornom planu Republike Srbije Sokobanja je obuhvaćena turističkim klasterom jugoistočna Srbija. Ona bi trebalo da povezuje svoju ponudu sa ponudom primarne turističke destinacije (u razvoju) Stara planina.

3.2.3. Niška Banja

Niška Banja se nalazi 10 km jugoistočno od Niša, nedaleko od ušća Nišave u Južnu Moravu. Na razvoj banje posebno je uticala blizina Niša. Zbog širenja Niša periferni deo ovog grada je gotovo u kontaktu sa Banjom. Uz to ona ima i dobar tranzitni položaj s obzirom da se nalazi u blizini Koridora 10 i njegovog kraka prema Bugarskoj, tako da je od graničkog prelaza Gradina udaljena 93 km.

Lečilišna funkcija se ostvaruje preko radonske termalne i hladne hidrokarbonatne kalcijeve vode izvora – Glavno vrelo (39⁰C), Suva banja (37⁰C) i Školska česma (17,5⁰C). Za lečenje se koristi radioaktivno bkato, a za inhalaciju radon.

Smeštajna osnova turističkih kretanja u banji stalno se povećava, prvenstveno zahvaljujući intenzivnoj izgranji objekata u privatnom vlasništvu. U red najkrupnijih smeštajnih objekata spadaju hoteli: „Ozren“, „Partizan“ i „Srbija“ i više uređenih vila. Hotel „Ozren“ pripada B kategoriji i zajedno sa objektom „Partizan“ čini smeštajno-ugostiteljski kompleks „Ozon“. Raspolaze sa 171 ležaja u apartmanima, jednokrevetnim i dvokrevetnim sobama. Smeštajni deo je hodnikom povezan sa terapijskim odeljenjem banjškog kupatila. Hotel „Partizan“ je, takođe, B kategorije. Ima 129 ležaja u apartmanima, jednokrevetnim i dvokrevetnim sobama i više drugih ugostiteljsko-rekreativnih objekata. Hotel „Srbija“ pripada D kategoriji i raspolaze smeštajnim kapacitetom od 120 ležaja u jednokrevetnim, dvokrevetnim i trokrevetnim sobama i drugim objektima.

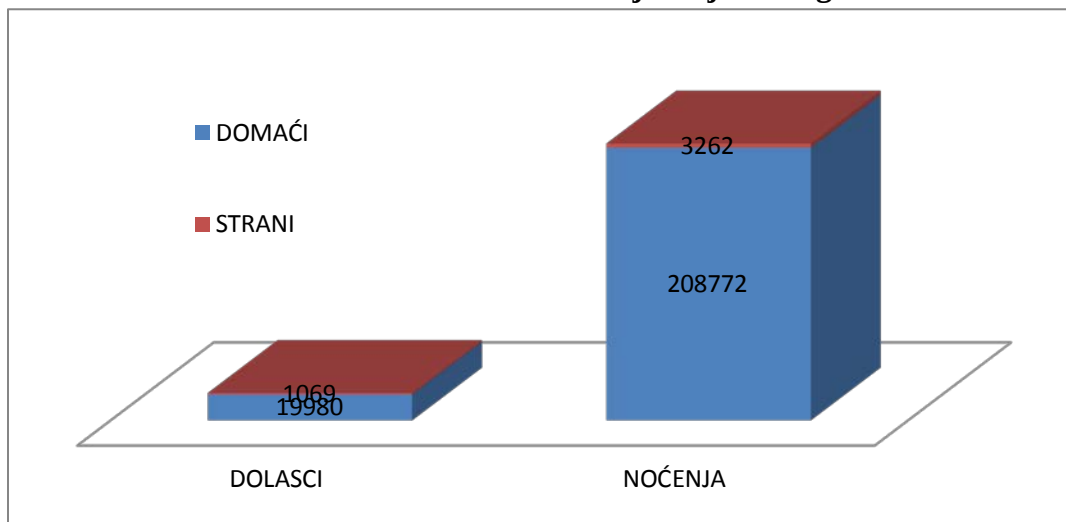
Ponuda proizvoda na turističkom području Niške Banje obuhvata:

- Banjski institut – dva bazena, 11 klasičnih kada, specijalne galvanske kade, CO₂, sa ozon terapijom, za podvodnu masažu, Haberova kada, 20 jedinca za primenu peloida, inhalatorijum, sale za filzikalnu i kinezoterapiju, sarkov i cirkularni tuš i četvoročelijske kupke;
- Lekoviti tretmani – reumatske bolesti i zapaljeni reumatizam, Morgus Becharternj, degenerativni reumatizam, sistemske bolesti vezivnog tkiva i sl,;
- Sportske aktivnosti – tereni za mali i veliki fudbal, rukomet i tenis, hipodrom i streljana, trim staze, paraglajding, kuglanje jahanje i dr.;
- Kulturno-istorijske atrakcije: grad Niš sa svim svojim kulturno-istorijskim vrednostima, Sićevačka klisura sa manastirima Sićevo, Sv. Petka i Sv. Pantelejmon, Jelašnička klisura, Cerjanska pećina, Suva planina sa Kameničkim visom, Bojaninim vodama, Oblačinsko i Krajkovačko jezero i dr.;
- Biblioteka, umetnička galerija i letnja pozornica gde se odvijaju brojni događaji objedinjeni u manifestaciju „Kulturno leto u Niškoj Banji“.

Niška Banja se po broju broju i noćenjima turista nalazi na trećem mestu među banjskim mestima Srbije sa 21049 dolazaka i 212034 noćenja turista, što čini 6,10% turističkog prometa u

banjskim mestima 2010. godine. U ukupnom turističkom prometu domaći turisti učestvuju sa 94,9%, a strani sa 5,10%.

Grafikon 4. Odnos domaćih i stranih turista u Niškoj Banji 2010. godine



Izvor: Statistički godišnjak Srbije za 2010. godinu, Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd

Prema Prostornom planu Republike Srbije, razvoj Niške Banje treba integrisati sa ponudom turističkog gradskog centra Niš.

3.2.4. Mataruška Banja

Mataruška Banja nalazi se u jugozapadnom delu Kraljevačke kotline, uz desnu dolinsku stranu Ibra. Oivičena je planinama Stolovi (1.375 m), Trolglav (1.177 m) i Čemerno (1.579 m). Turističko-geografski položaj je relativno povoljan, budući da se nalazi na putu i pruži koja povezuje Beograd sa Raškom, Kačanikom i Skopljem; a povezana je preko Kraljeva, putem koji ide dolinom Morave sa Čačkom, na zapadu i Kruševcom na istoku. Blizu Kruševca se sučeljava sa autoputem Beograd-Niš, što je značajno s obzirom na važnost pomoravskog emitivnog područja.

Termomineralni izvori Banje poseduju sumporovitu vodu visoke koncentracije (25 mg sumporvodonika / 1l vode). Mineralne vode su pretežno juvenilnog porekla, nalaze se na dubinama 2-3 m, ali ne izbijaju na površinu. Imaju homeotermalni i hipertermalni karakter sa temperaturama od 32°C do 48,5°C i izdašnost 26,5 l/s. Lečenje se odvija zahvaljujući povišenom prisustvu kalcijuma, litijuma, rubidijuma, cezijuma, stroncijuma, barijuma, fosfora, fluora i sumpora. Vode se koriste za lečenje ginekoloških, reumatskih, kožnih, neuroloških, posttraumatskih oboljenja, bolesti stomaka i creva i poremećaja u razmeni materija.

Osnovu negovanja zdravstveno-lečilišnog turizma čini delovanje Zavoda za rehabilitaciju reumatskih, ginekoloških i posttraumatskih stanja „Braća Maričić“. Zavod raspolaže smeštajnim kapacitetima kategorije označene sa tri zvezdice i kapaciteta 400 ležaja, od čega se 200 nalazi u

pansionu „Agens“. Tokom jedne godine Zavod primi u proseku oko 6.500 pacijenata. Ambulantno se ovde leči 1.200 pacijenata.

Tabela 12. Smeštajni kapaciteti u Mataruškoj Banji

Vrsta objekta	Naziv	Kategorija	Broj ležaja
Stacionar	„Agens“	***	370
Hotel	„Termal“	***	200
Hotel	„Žiča“	*	96
Vila	„Morava“		78
Vila	„Kozara“		62
Vila	„Triglav“		39
Vila	„Krajović“		37
Vila	„Vilotijević“		24
Vila	„Luković“		16
Vila	„Stolovi“		16
Privatni smeštaj			2.006

Izvor: Romelić J., Turističke regije Srbije, Univerzitet u Novom Sadu: Prirodno-matematički fakultet, Department za geografiju, Novi Sad, 2008. str. 321.

Pored pomenutog zavoda prijemom i smeštajem turista bavi se niz drugih objekata koji raspolazu sa ukupno 3.600 ležaja. Najveći broj je zastupljen u privatnim kućama, s obzirom na to da više od polovine stanovnika banje izdaje prostor za smeštaj i ishranu posetioca.

Ponuda proizvoda na turističkom području Mataruške Banje obuhvata:

- Tretmane u specijalnoj bolnici „Agens“ koji podrazumevaju lečenje: reumatskih oboljenja (zapaljenski reumatizam, sistemske bolesti vezivnog tkiva, degenerativna oboljenja kičmenog stuba i vezivnog tkiva, vanzglobni reumatizam), ginekoloških oboljenja (primarni i sekundarni sterilitet), postraumatskih stanja i svih njihovih posledica (povrede i prelomi kostiju i zglobova, hipertrofija mišića), neuroloških oboljenja, oboljenja perifernih krvnih sudova i dr.
- Wellnes – antistres programe čiji je osnovni cilj relaksacija pomoću prirodnih resursa (voda), koji objedinjuju opuštanje, regeneraciju, osveženje, rekreaciju i prevenciju težih oboljenja.
- Kulturno-istorijske atrakcije: planine Stolovi, Triglav, Čemerno, manastir Žiča, Studenica, Ljubostina, srednjovekovni grad Maglič, ambijentalni kvaliteti Kraljeva.
- Sportsko-rekreativne sadržaje: tereni za veliki i mali fudbal, rukomet, odbojku, košarku, planinarenje, izleti, plivanje, veslanje, ribolov, lov i dr.
- Kongresni turizam – organizacija seminara, savetovanja, simpozijuma i sl.

Matarušku Banju je 2010. godine posetilo 8567 turista što čini 4,2% poseta banjskim mestima Srbije. U njoj je boravilo 7793 domaćih i 774 stranih turista. Ostvareno je 78317 noćenja, iz čega se može zaključiti da je prosečna dužina boravaka turista u Mataruškoj Banji 9,14 dana.

Prema Prostornom planu Republike Srbije ova banja je obuhvaćena turističkim klasterom jugozapadna Srbija. Trebalo bi da objedinjuje svoju ponudu sa gradskim turističkim centrom Kraljevo i primarnim turističkim destinacijama Golija i Kopaonik.

3.2.5. Banja Koviljača

Banja Koviljača se nalazi u zapadnoj Srbiji na nadmorskoj visini od 128m, u regionu koji se naziva Podrinje po reci Drini koja kroz njega protiče. Nedaleko od reke, u podnožju šumovitog Gučeva (779m), uz magistralni put Zvornik-Loznica, nalazi se Banja Koviljača. Do Banje Koviljače se drumski stiže autoputem Beograd-Ruma a zatim regionalnim putem Ruma-Šabac-Loznica-Banja Koviljača (143km). U Banji postoji železnička stanica na pruzi Beograd-Mali Zvornik, ali njom saobraćaju samo lokalni vozovi. Najbliži aerodrom je u Beogradu (oko 135 km).

U okolini Banje Koviljače se nalazi planina Kučevo, Tršić, manastir Tronoša, manastir Sveti Nikola i manastir Čokešina.

U Banji Koviljača se leče: sve vrste reumatskih bolesti, posttraumatska stanja, stanja posle operacije kičme i ugrađivanja endoproteze kuka i kolena, oštećenja motornog neurona i ginekološka oboljenja (sterilitet).

Od smeštajnih kapaciteta izdvajaju se: Specijalna bolnica za rehabilitaciju "Banja Koviljača", HTP "Banja Koviljača", Hotel "Podrinje" (**), Hotel "Gučevo". U Specijalnoj bolnici otvoreno je posebno Odeljenje za dečiju rehabilitaciju, prvo takve vrste u našoj zemlji.

Hotel Podrinje je najveći hotel u Banji u neposrednoj blizini parka. Hotel raspolaže sa 150 ležaja u sobama i savremeno uređenim apartmanima. Hotel ima zatvoreni bazen, letnju baštu za sunčanje, zimsku baštu sa TV salom, seminar salu, salu za ručavanje, restoran, kafanu i aperitiv bar. Usluga ishrane - klasično posluživanje.

Zdravstveni centar je isto okružen prelepim parkovima koji su najbitnije karakteristike Banje Koviljače. Zdravstveni centar nudi razne mogućnosti lečenja i terapije. Specijalna bolnica za rehabilitaciju - Banja Koviljača raspolaže sa 416 postelja u luksuznim apartmanima, jednokrevetnim i dvokrevetnim sobama koje su opremljene na nivou hotela B kategorije.

Od wellness proizvoda posetiocima su na raspolaganju: kraljevski užitak (sauna i fitnes, masaža „smilje“, paloidoterapija, bazen, dijeta za redukciju težine), kraljevski tretman (sauna, relaksaciona terapija, aroma-eterična kupka), kraljevski san (relaksaciona masaža, aroma-eterična kupka), anticelulit program (peloid, manuelna anticelulit masaža, bazen i fitnes, anticelulit dijeta), program životne energije (fitnes, šiacu masaža, đakuži kada), lebdenje na oblacima (peloid, kupka za stopala sa eteričnim uljima, refleksna masaža stopala, đakuži kada).

Okolina Banje Koviljače je bogata kulturno-istorijskim spomenicima. Na planini Cer se nalaze ostaci starih gradova i utvrđenja (Kosanin i Trojanov grad), kao i spomen kosturnica, a u samoj banji su Koviljkin grad i Gradac.

U blizini Banje Koviljače je Tršić, rodno mesto Vuka Stefanovića Karadžića, sa etnoselom pod zaštitom države. Tu je manastir Tronoša, u kome je smešten „Muzej ranog Vukovog školovanja“, gde se Vuk učio pismenosti.

Na Drini postoje uređena mesta za sportski ribolov, a na Gučevu je veliki broj izletišta.

Banja Koviljača se nalazi na četvrtom mestu po posećenosti među banjama Srbije sa 20512 dolazaka turista u 2010. godini, što čini 5,94 % poseta banjskim mestima Srbije.

Tabela 13. Dolasci i noćenja turista u Banji Koviljača 2010. godine

	Dolasci	Noćenja
Domaći	18300	167208
Strani	2212	18673

Izvor: Statistički godišnjak Srbije za 2010. godinu, Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd

Prema Prostornom planu Republike Srbije Banja Koviljača je obuhvaćena turističkom regiom Podrinje sa kojom bi trebalo da objedinjuje turističku ponudu.

3.2.6. Prolom Banja

Prolom Banja se nalazi na jugu Srbije, na putu Niš – Priština, 85 km od Niša i 23 km jugoistočno od Kuršumlje. Udaljenost Prolom Banje od većih gradova iznosi: Kuršumlja – 23 km, Niš - 85 km, Kruševac - 98 km, Beograd – 284 km, Novi Sad – 368 km.

Prolom Banja se nalazi na nadmorskoj visini od 550 m do 668 m. Klima je umereno kontinentalna sa osobinama subalpske. Leta su umereno topla sa manje padavina i svežim noćima. Zime su duge i hladne sa dosta snega.

Ova banja je poznata po „Prolom vodi“ koja se od 1989. godine pakuje i flašira za potrebe tržišta u zemlji i inostranstvu. „Prolom voda“ pripada vodama visokih balneoloških vrednosti. Prema zvaničnim podacima „Prolom voda“ se koristi za lečenje: bolesti bubrega i mokraćnih puteva, organa za varenje, kože, krvnih sudova i venzglobnog reumatizma. Lekovito blato se dobija mešanjem lekovite vode sa zemljom iz okoline termalnog (lekovitog) izvora „Pupavci“, i koristi se u blatnim kadama za lečenje: kožnih bolesti, bolesti krvnih sudova, reumatskih oboljenja i nekih bolesti prostate.

Kompleks hotela „Radan je najznačajniji smeštajni kapacitet u Prolom Banji, on raspolaže sa modernim terapijskim blokom kapaciteta 1500 pacijenata dnevno. U privatnom smeštaju nalazi se 1 700 ležajeva.

U hotelu „Radan“ pacijentima su na raspolaganju:

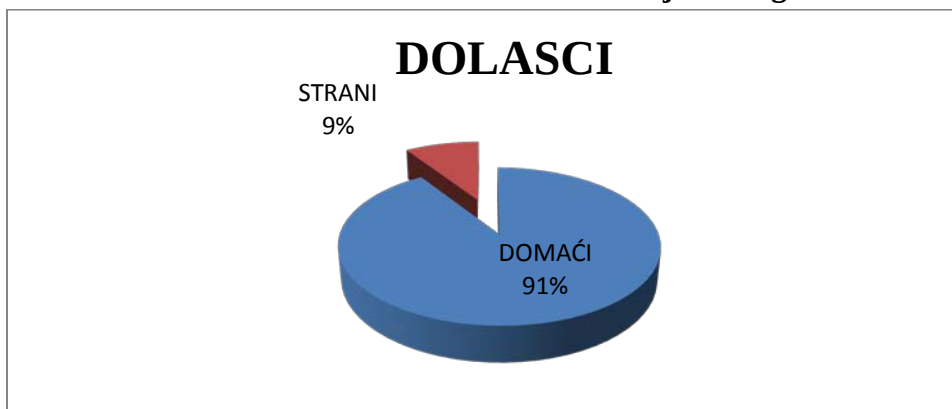
- **Hidroterapija:** pijenje lekovite mineralne Prolom vode, opšte kupke u mineralnoj Prolom vodi, biserna kada, podvodna masaža, lekovito blato
- **Elektroterapija:** Elektroterapija protiv bolova, ultrazvuk, laser i magnetoterapija.
- **Ručna masaža:** Klasična ručna masaža (segmentalna ili masaža celog tela) i Ručna limfna drenaža.

U Prolom Banji se sprovodi i poseban program „Briga o lepoti“, koji obuhvata bioelektrično toniranje lica, kompleksnu terapiju celulita, ručnu masažu tela i terapiju „bioptronom“. Gostima su na raspolaganju teretane, kinezi sala, bazen i „staza zdravlja“.

U okolini Prolom Banje nalaze se interesantni objekti za posetioce: Crkva brvnara Lazarica (2,5 km), fabrika „Prolom vode“, crkva Svete Petke (1,5 km) i Đavolja Varoš (27 km).

Prolom Banju je 2010. godine posetilo 14915 turista, koji su ostvarili 66336 noćenja. Učešće stranih turista u ukupnom prometu iznosi 9,2 % što je znatno više u poređenju sa drugima posećenijim banjama.

Grafikon 5. Odnos domaćih i stranih turista u Prolom Banji 2010. godine



Izvor: Statistički godišnjak Srbije za 2010. godinu, Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd

3.2.7. Banja Vrujci

Banja Vrujci se nalazi u severozapadnom delu uže Srbije, u severnom podnožju planine Suvobor (864 m) i Maljen (1104 m), u dolini reke Toplice, desne pritoke Kolubare, na prelazu iz oblasati Kolubare u Podgorinu. Veći deo naselja nalazi se na nadmorskoj visini do 252 m.

Banja ima relativno povoljan turističko geografski položaj usled blizine Ibarske magistrale (9 km) i pruge Beograd – Bar (15 km). Veća naseljena mesta koja su za Banju Vrujci veoma značajna su Beograd (92 km), Lajkovac (33 km), Lazarevac (36 km), Valjevo (29 km) i dr.

Osnovne klimatske osobine Banje Vrujci određene su njenim položajem i mikro-reljefom. Specifične osobine podneblja daju odlike mikro-reljefa, obilje toplih lekovitih voda, prirodna i stvorena vegetacija, kao i posledice raznih ljudskih aktivnosti.

Temperatura vode ima veliki značaj u organizaciji njenog iskorišćenja, naročito u lečilišne svrhe. Temperatura vode vrujačkih izvora najčešće se kreće od 26 do 27 C°. Po balneološkoj klasifikaciji termalne vode Banje Vrujci pripadaju hipotermalnim vodama, a prema drugim klasifikacijama one se ubrajaju još u slabotermalne i subtermalne vode. Na glavnoj bušotini do sada su izmerene temperature od 25 do 27 C°, a do jedan stepen se temperatura koleba i na bušotini koja snabdeva česmu za piće. Lekovito radioaktivno blato pomaže u lečenju raznih reumatskih oboljenja, išijasa, proširenih vena, kožnih bolesti i dr.

Posmatrajući geografski položaj, veze sa okruženjem, položaj u odnosu na veće gradove, klimatske karakteristike, odlike lekovite vode i blata, može se zaključiti da u to smislu Banja Vrucji ne zaostaje za drugim banjama Srbije i da ima povoljne uslove za razvoj banjskog turizma.

U banjskim mestima veoma je učestala pojava komunalnih problema koji se manifestuju u vidu saobraćajnih opterećenja, funkcionisanja ograničenih i zastarelih komunalnih sistema, odvođenja i prečišćavanja komunalnih voda i neefikasnog održavanja komunalne higijene uopšte. U Banji Vrujci urbanistički uslovi razvoja i dalje su loši, saobraćajne veze slabe, a turistička ponuda nedovoljno razvijena.

Osnovni nedostaci Banje Vrujci u poređenju sa drugim banjama mogu se videti iz analize smeštajnih kapaciteta, ponude proizvoda namenjenih turistima i prometa turista.

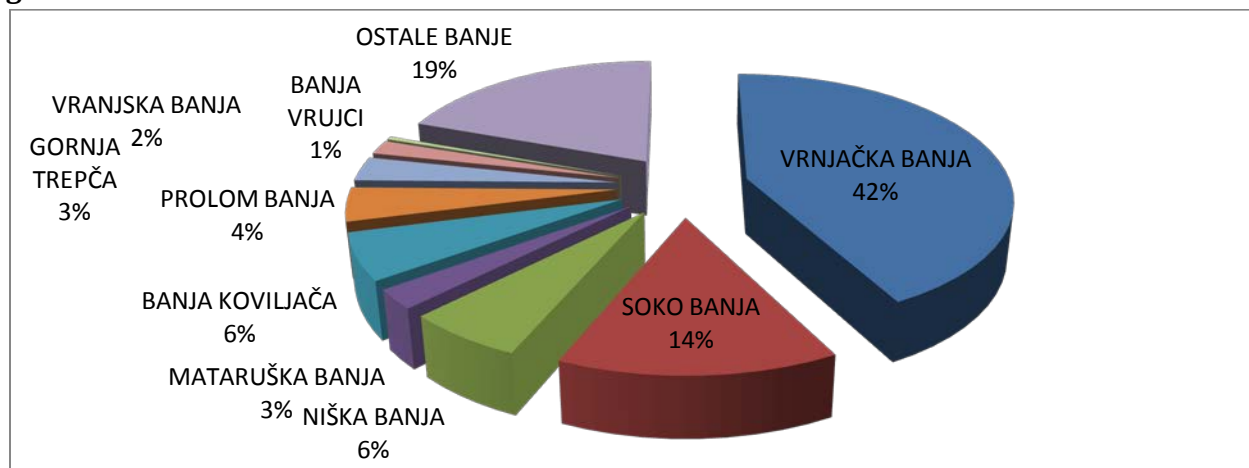
Banja Vrujci poseduje relativno mali broj **smeštajnih kapaciteta** ukupno 899 ležaja u hotelima i privatnom smeštaju. U Banji Vrujci se nalazi samo jedan hotel B kategorije koji svojim kapacitetima i uslugama ne odgovara zahtevima tražnje. Većina smeštajnih kapaciteta je srednje i niže kategorije – 3 zvezdice i manje, među osnovnim kapacitetima nema hotela sa 5 i 4 zvezdice. Kao i u većini banja Srbije i u ovoj banji je neophodna izgradnja novih i renoviranje, ulaganje i modernizacija postojećih kapaciteta, kao i izgradnja kapaciteta veće kategorije.

Banja Vrujci ne poseduje smeštajne objekte u nadležnosti zdravstvene ustanove u kojima bi se obavljale zdravstveno-lečilišne funkcije i bili smešteni pacijenti radi lečenja ili prevencije određenih bolesti, kao što je to slučaj sa Vrnjačkom Banjom (Zavod za prevenciju, lečenje i rehabilitaciju organa za varenje i šećerne bolesti „Vrnjačka Banja“), Mataruškom Banjom (Stacionar „Agens“), Banjom Koviljačom (Specijalna bolnica za rehabilitaciju "Banja Koviljača", HTP "Banja Koviljača") i drugim banjama.

Ponuda proizvoda na turističkoj destinaciji Banja Vrujci je nedovoljno razvijena i u većoj meri svodi se na paloidoterapiju, ručnu masažu i aromaterapiju, ograničeni broj sportski aktivnosti (tereni za fudbal, odbojku, košarku, zatvoreni i otvoreni bazen) i sl. Uočljiv je nedostatak većeg broja wellness i spa proizvoda, sportsko-rekreativnih aktivnosti, manifestacija i sl. U ovom slučaju Banja Vrujci se mora ugledati na druge banje Srbije koje su formirale širok spektar zdravstvenih, wellness i spa proizvoda i na taj način obezbedile veći broj posetilaca i celogodišnje poslovanje: Vrnjačka Banja (Specijalni programi „Linea“, „Brza dijagnostika“, „Škola za dijabetes“ i sl.), Banja Koviljača (kraljevski užitak, kraljevski tretman, kraljevski san i sl.), Prolom Banja i dr. Kada je reč o manifestacijama Banje Vrujci, one ne privlače dovoljno posetilaca. Potrebna je dopuna, nadgradnja, više direktnog marketinga i promocija kod ciljnih grupa za pojedine događaje kako bi se dostigli uspesi manifestacija: Vrnjačke kulturne svečanosti, Prvi gals Sokobanje, Kulturno leto u Niškoj Banji i druge.

Najbolji pokazatelj pozicioniranja Banje Vrujci kao banjske destinacije na turističkoj mapi Srbije je njeno učešće u ukupnom broju turista koji su posetili banjske centre. Prosečna distribucija **turističkog prometa** ukazuje da banjsko-klimatska lečilišta Srbije svoje učešće u turističkim tokovima Srbije svode na prosečnih 14%, a da u toj strukturi Banja Vrujci ima samo 0,42 %. 2010. godine Banju Vrujci je posetilo 1460 turista. Na osnovu ovih parametara može se zaključiti da Banja Vrujci znatno zaostaje za drugim banjskim mestima Srbije.

Grafikon 6. Učešće pojedinih banja u ukupnom turističkom prometu banjskih mesta 2010. godine



Izvor: Statistički godišnjak Srbije za 2010. godinu, Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd

II PROBLEMI I PERSPEKTIVE ODRŽIVOG RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE BANJA VRUJCI

1. KLJUČNI PROBLEMI RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE BANJA VRUJCI

1.1. OCENA DOSTUPNOSTI

Položaj

Na osnovu prostorno položajne valorizacije, područje Banje Vrujci, pripada predeonoj celini male kotline reke Toplice. Geografski, naselje se nalazi u severnom podnožju planine Suvobor, a određena je koordinatama od 20°09'28" severne geografske širine i 44°13'15" istočne geografske dužine.

Analizirano područje se prostire u zoni između 168,0 mnv i 251,0 mnv sa najvišom kotom u neposrednom okruženju, na Krstovom brdu od 316,0 mnv.

Kotlinu uokviruju obronci planine Suvobor, berkovačka brda na istoku (Krstovo brdo 283 mnv) i popadički bregovi na zapadu, dok se ka severoistoku sve više širi. Banja Vrujci je u opštini Mionici, koja je u sastavu Kolubarskog okruga. Prostornu celinu karakteriše otvorenost prema Kolubari i Posavini na severu i zatvorenost prema jugu vencima Maljena i Suvobora.

Postojeći banjski kompleks (hotel, bazen, kupatila, rehabilitacioni centar, sportski tereni) formiran je na početku rečne terase između Toplice i Lekovite reke. Centar naselja naslonjen je na raskrsnicu u kojoj se susreću put pored reke i regionalni put P₂₀₂, na prilazu iz pravca Ljiga. Ostali delovi naselja izgrađeni su po obodu kotline i na terasama reka i potoka. Izgrađeni delovi opasani su poljoprivrednim površinama i kompleksima postojećih šuma.

Veze sa okruženjem

Razvijena saobraćajna struktura je jedan od važnih predoslova za razvoj uopšte, a posebno za razvoj turizma. Ovo naselje ima i te prednosti uz njihovo kontinualno unapređenje.

Banja Vrujci se nalazi u blizini jedne od najznačajnijih magistralnih saobraćajnica u Srbiji, „**Ibarske magistrale**“. Ova saobraćajnica predstavlja glavni komunikacijski pravac od Beograda do administrativnih centara zapadne Srbije – Čačka i Užica. Sa ovog vrlo efektivnog pravca, iz Vojvodine i Beograda prema crnogorskom primorju i Kosovu i Metohiji odvajaju se putevi za teritoriju opštine Mionica na kojoj se nalazi Banja Vrujci. Sa Ibarskom magistralom Banja Vrujci povezana je preko dva priključka: kod Ljiga (11 km) i kod Županjca (27 km).

Na drugi magistralni put Loznica-Valjevo-Lajkovac-Lazarevac, priključak je dug 17 km. Ovaj putni pravac za Banju Vrujci ima više alternativni značaj.

Za vezu sa regionalnim putem Valjevo-Divci-Mionica-Ljig, naselje je povezano priključkom od 1,2 km. Od drugog regionalnog puta Beograd-Županjac-Bogovađa-Mionica-Divčibare, Banja Vrujci je udaljena samo 9 km.

Uloga pruge Beograd-Bar ogleda se u povezivanju Banje sa naseljima od mora, kao i prevozu putnika od Beograda do Valjeva „Beovozom“ koji ima stanicu u Valjevu i Divcima. Sa železničkom prugom Beograd-Bar, Banja Vrujci najbližu vezu ima u stanici Divci (17 km) i u Valjevu (29 km). Transfer posetilaca od železničke stanice Valjevo do Banje Vrujci nije organizovan na odgovarajući način, iako postoje mogućnosti za organizovani prevoz putnika autobusima, minibusom i sl.

Iako Banja Vrujci nije direktno na glavnim tranzitnim turističkim tokovima u Srbiji, što joj omogućava da očuva zdravu prirodnu sredinu, saobraćajna povezanost sa glavnim emitivnim centrima je zadovoljavajuća. Saobraćajna dostupnost javnim prevozom je još uvek nerazvijena. Sa autobuske stanice u Gornjoj Topici (Banja Vrujci) dnevno ostvaruju polaske i dolaske autobusi sledećih prevoznika: SP Lasta Beograd, Evropa-bus iz Valjeva, Strela Ub, Autoprevoz Čačak i dr. Oni povezuju Banju sa Beogradom, Valjevom, Lazarevcom, Lajkovcom, Loznicom, Ljigom, Požgom i Ubom.

Položaj prema većim gradovima

Strateški položaj Banje Vrujci u odnosu na demografske, ekonomske i administrativno-političke kriterijume je veoma povoljan. Veći urbani centri – naseljena mesta koja su za Banju Vrujci veoma značajna su Beograd, Novi Sad, Valjevo i dr.

Za Banju Vrujci, **Beograd** predstavlja izvor turističkih potrošača i veliko tržište za poljoprivredne proizvode. Mala udaljenost od Beograda predstavlja značajnu mogućnost za turističku ponudu Banje Vrujci. Sa druge strane, upravo na tržištu Beograda poljoprivredni proizvođači ovog mesta mogu da plasiraju svoje voćarske i stočarske proizvode.

Blizina **Valjeva**, koji predstavlja razvojni centar Regiona, nije u potpunosti iskorišćena. Delatnosti kao što su trgovina i turizam mogu predstavljati delatnosti koje će u znatnoj meri uticati na uspostavljanje jačih veza.

Blizina **Ljiga** otvara mogućnosti za kooperacije različitih vrsta. Ljig ima povoljniji saobraćajno-geografski položaj, što može doprineti uspostavljanju bliže saradnje po pitanju turizma i poljoprivrede.

Od značaja za turističku valorizaciju Banje Vrujci u izletničko-rekreativnom, a ne toliko u lečilišnom smislu, su njene poludnevne, dnevne i vikend **kontakativne zone**.

U **poludnevnoj kontakativnoj zoni**, što obuhvata mesta iz kojih bi se moglo stići u toku slobodnog popodneva po završetku radnog vremena, nalaze se Mionica, Ljig, Valjevo, Lajkovac, Lazarevac i Ub.

Dnevna kontakativna zona bi obuhvatala mesta na udaljenju od dva od sata putovanja u jednom pravcu, što bi omogućilo do 12 sati boravka u Banji Vrujci. U zavisnosti od kvaliteta saobraćajnica i prosečne brzine vožnje u ovoj zoni se nalaze gradovi na udaljenju od oko 120 km. Daleko najveći značaj ima Beograd udaljen 92 km. Od većih gradova u ovoj zoni su Lazarevac, Gornji Milanovac, Obrenovac, Čačak, Mladenovac, Smederevska Palanka, Šabac, Kraljevo, Velika Plana, Pančevo, Smederevo. Veličina ove zone zavisnosti od godišnjeg doba, odnosno od dužine obdanice (pa je u junu i julu najšira), kao i od kvaliteta javnog prevoza i kvaliteta saobraćajne infrastrukture.

Za boravišni turizam Banje Vrujci, pogotovo lečilišni, važnost može da ima čitava teritorija Srbije. Dosadašnja praksa je pokazala da u tome najveći značaj ima Beograd, zatim Lazarevac, Pančevo, Novi Sad, Kragujevac i ostali.

1.2. RAZVIJENOST BANJSKOG I WELLNESS TURIZMA BANJE VRUJCI

1.2.1. Raspoloživi smeštajni i ugostiteljski kapaciteti

Na čitavom prostoru postoji određeni broj **smeštajnih kapaciteta**, kako hotela i odmarališta, tako i objekata u privatnom smeštaju. Struktura smeštajnih kapaciteta na području Banje Vrujci data je u sledećoj tabeli.

Tabela 13. Smeštajni kapaciteti u Banji Vrujci

Naziv	Broj objekata	Broj soba	Broj ležaja
Hotel Vrujci	1	92	212
Odmaralište Termoelektro	3	26	90
Konak Kondir	1	15	51
Pruvatan smeštaj ³²	60	228	546

Izvor: Turistička organizacija „Ribnica“, Mionica, Statistika za 2010. godinu

³² Kada je reč o privatnom smeštaju u tabeli su navedeni poslovni objekti koji imaju ugovor sa Turističkom organizacijom „Ribnica“, Mionica.

Evidentirani kapaciteti u privatnom smještaju u najvećoj mjeri pripadaju 2. i 3. kategoriji. Međutim, promet u njima se odvija stihijski, po poznanstvu ili preporuci i plasman ovog vida smještaja nije organizovan na potreban način. U odnosu na potencijalnu tražnju, struktura i kvalitet smještajnih kapaciteta sve manje odgovaraju njenim potrebama. Ovo naročito u slučaju povećanja tražnje koja bi marketing akcijom brojne turiste privukla kako u Banju Vrujci, tako i u brojna sela u njenom okruženju. Smještajni objekti i kvalitet usluga su polazna osnova i pretpostavka svakog turističkog razvoja i ujedno najvažniji element turističke ponude koji ima presudan uticaj na utisak gostiju o destinaciji. Zbog ovoga se sa pravom može reći da je ovo osnova bez koje je svaka priča o budućem razvoju turizma izlišna. Kao primer može poslužiti nekada adekvatno odmaralište „Termoelektro“ koje se sada nalazi u veoma lošem stanju, dok je postojeći hotel „Vrujci“ već nešto uložio od investicionih sredstava, ali bi mogao da bude u boljem stanju. U Banji postoji i jedna kamp jedinica koja nužno mora biti adaptirana pratećom infrastrukturom koja bi poboljšala kvalitet usluge.

Slika 2. Hotel „Vrujci“



Hotel „Vrujci“ 3*** raspolaže sa 212 ležaja, restoran sa 400 mesta, poslastičarnicu, zatvoren bazen, đakuzi kade, saunu, trim kabinet, bilijar salu, prodavnicu suvenira, frizerski salon. Pored samog hotela su tri otvorena bazena sa termalnom vodom, četiri teniska terena, tereni za male sportove: odbojku, košarku, rukomet i dva fudbalska terena.

(Autor: A. Radojičić, Banja Vrujci, 2006. godine)

Obzirom da je ovo jedini hotel u banji on ne zadovoljava potrebe trenutne turističke tražnje jer ne poseduje dovoljno smještajnih kapaciteta, adekvatne smještajne kapaciteta i vanpansionske sadržaje za posetioce većih platežnih mogućnosti, kao ni odgovarajuće proizvode. Od wellness proizvoda posetiocima su na raspolaganju: aromaterapije, terapija blatom, đakuzi kada, biserna kada, sauna, zatvoreni bazen i sl. što ne zadovoljava u potpunosti potrebe savremenog turista.

Slika 3. Konak „Kondir“



Konak „Kondir“ je novoizgrađeni smještajni objekat koji poseduje 3 dvosobna apartmana i 11 dvokrevetnih soba. U njegovom sastavu se nalaze: etno-kafe, restoran, konferencijska sala, otvoreni bazen sa kafićem. Ovaj objekat ne poseduje prateće sadržaje koji bi upotpunili boravak turista na destinaciji i obezbedili celogodišnje poslovanje, pre svega neophodna je izgradnja zatvorenog bazena, saune, teretane, wellness centra i sl.

(Autor: A. Radojičić, Banja Vrujci, 2009. godine)

Odmaralište „Termoelektro“ se nalazi odmah pored hotela „Vrujci“ i obrazuju ga tri montažna objekta, sa ukupno 12 ulaza i 90 ležajeva. Svaka soba poseduje kupatilo, mini kuhinju, terasu i dr. Objekat je otvorenog tipa te se prvenstveno koristi za rekreativne nastave i škole u prirodi. Trenutno stanje ovog kompleksa je nezadovoljavajuće, neophodno je obezbediti investicije kako bi se obezbedilo njegovo renoviranje, proširenje smeštajnih kapaciteta i modernizacija.

U Banji Vrujci se nalazi **turistički kompleks „VODAVODA“** u privatnom vlasništvu koji trenutno ne radi zbog nerešenog pitanja vlasništva. Ovaj kompleks raspolaže sa je 120 ležaja, u apartmanima i standardnom hotelskom smeštaju.

Turistički kompleks „VODAVODA“ u svom sastavu ima otvoreni bazen površine 20x17 m, koji se puni mineralnom vodom od 31°C i brzinom od 1300 l/min. što obezbeđuje konstantno menjanje vode. U sklopun bazena nalazi se: šank za osveženje, salon zabave, teretana, čakuzi kada, sauna i dr.

U Banji Vrujci se grade značajni smeštajni kapaciteti koji će biti u funkciji novog koncepta **spa centra**, koji će osim lečilišne funkcije imati i bogat vanpansionski smeštaj. Izgradnja kompleksa **Prva nova banja (The First New Spa)** obezbediće bolje pozicioniranje Banje Vrujci na mapi turističkih destinacija Srbije, kroz kvalitetne smeštajne kapacitete, celogodišnje poslovanje, bogatu ponudu spa i wellness i drugih usluga, širok spektar vanpansionskih aktivnosti i sl.

Slika 4. 3D prikaz hotela „Prva nova banja“ (The First New Spa)



Izvor: Čutović M., PRVA NOVA BANJA: Novi, savremeni koncept korišćenja prirodnih lekovitih činilaca, Power Point prezentacija

Kompleks Prva nova banja podrazumeva izgradnju objekata i organizaciju sadržaja po danas veoma popularnom SPA (salus per aquam) modelu, koji se zasniva na savremenom

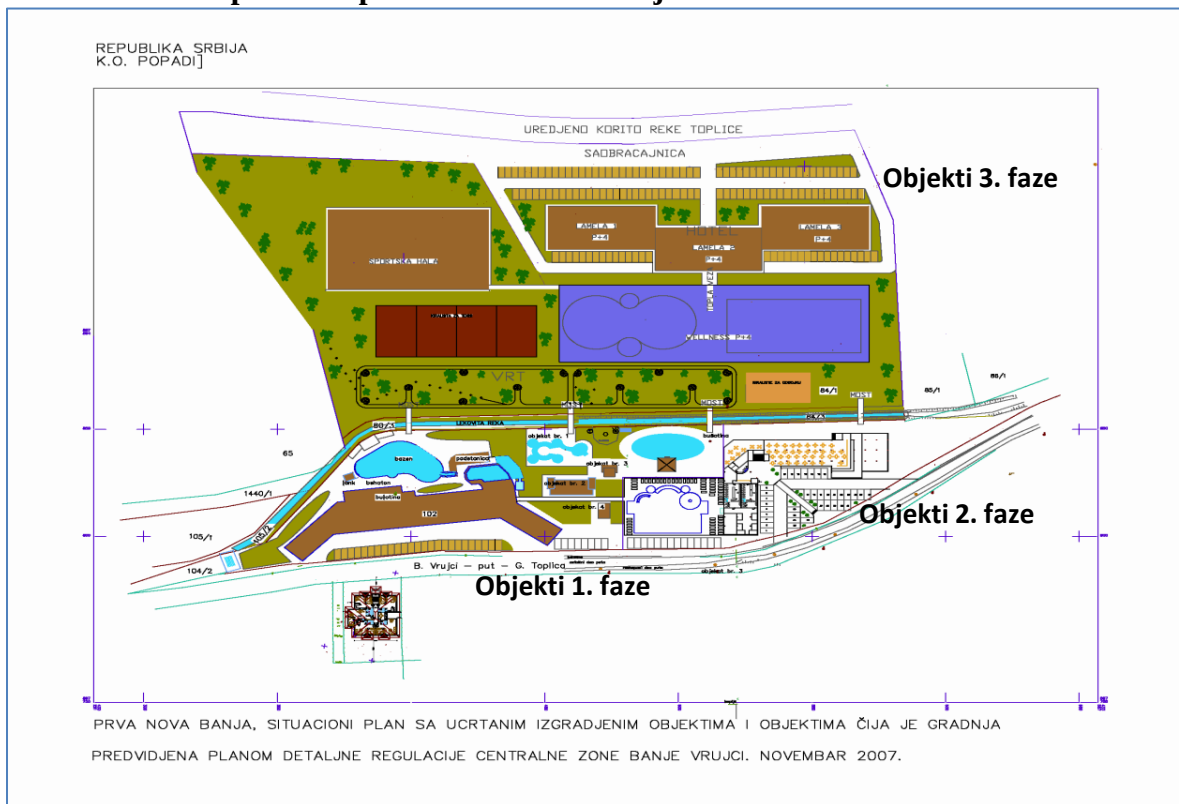
konceptu korišćenja prirodnih lekovitih činilaca (pre svega lekovite vode). Spa model počiva na veoma raznovrsnoj primeni prirodnih lekovitih činilaca, uključujući i primenu raznih drugih znanja i veština, koje se koriste u cilju dostizanja maksimuma u negovanju tela i duše savremenog čoveka (holistički pristup).

Prva nova banja miri u sebi vrednosti iskonski starih prirodnih lekovitih činilaca, moderna naučna dostignuća ne samo medicinskih, već i drugih nauka, veoma stara znanja i veštine tradicionalne medicine (poreklom sa istoka) i proizvode najmodernijih zapadnih tehnologija.

Izgradnja celog kompleksa predviđena je fazno, sa idejom da svaka faza bude funkcionalna celina, koja sama za sebe pruža određene usluge i ostvaruje zaradu, a zajedno sa ostalim delovima predstavlja jedinstven sistem.

Prva faza je delimično završena i puštena u rad početkom 2006. godine, a u okviru nje je izvedena sva potrebna infrastruktura, uključujući i izradu istražno-eksploatacione bušotine dubine 232 m kojom je dobijena količina od 50 l/sek izuzetno kvalitetne termomineralne vode temperature 34° C u vidu samoizliva. Uređeno je korito Lekovite reke u dužini od 300 m. Izgrađeni su i sledeći objekti: otvoreni bazen površine 400 m², 4 veća međusobno povezana hidromasažna bazena sa dečijim bazenom površine 130 m² (ovi objekti su projektovani i izvedeni po najmodernijoj tehnologiji), objekat sa lekarskom ordinacijom, 4 masernice, saunom i salonom lepote, objekat za aplikaciju lekovitog blata, atraktivni objekti za služenje hrane i pića izgrađeni u ambijentanom stilu, veliko sunčalište i toaleti. Započeta je i izgradnja hotela.

Slika 5. Situacioni plan kompleksa Prva nova banja



Izvor: Čutović M., PRVA NOVA BANJA: Novi, savremeni koncept korišćenja prirodnih lekovitih činilaca, Power Point prezentacija, Banja Vrujci, 2007. godine

Početkom 2007. godine urađeni su i pušteni u rad i sledeći objekti: tri bazena (dva u sklopu hotela, a jedan otvoreni), novih 2500 m² sunčališta i još jedan ugostiteljski objekat. Atraktivnim drvenim mostovima preko Lekovite reke svi objekti su povezani sa prostranim parkom (1 ha), koga uz 200 različitih sadnica sačinjavaju staze za šetnju, letnjikovci i tereni za male sportove.

Glavni objekat (hotel od 140 kreveta, sa četiri zvezdice) neto površine 7200 m² isprojektovan je u ambijentalnoj arhitekturi, je u procesu izgradnje. U svom sastavu će, osim luksuznog smeštaja i vrhunskih ugostiteljskih usluga, imati i veoma raznovrsne programe koji se odnose na negu tela i duše (od lečilišnih – medical wellness, pa do priprema vrhunskih sportista – fizikal wellness), zatim mnogobrojne kulturno-zabavne, obrazovno-edukativne i druge sadržaje, koji će omogućiti atraktivnost Prve nove banje u toku cele godine. Time će prva faza Prve nove banje profunkcionisati kao zaokružena sadržajno-ekonomska jedinica, i omogućiti bržu i kvalitetniju izgradnju druge i treće faze celokupnog kompleksa Prve nove banje.

Osim smeštajnih kapaciteta bitna su ulaganja i u ugostiteljske kapacitete i u promotivne aktivnosti potenciranja tradicije bogate domaće kuhinje i njenih specijaliteta. Ugostiteljski objekti daju poseban „pečat“ svakoj destinaciji i predstavljaju jedan od osnovnih specifičnih turističkih obeležja. Kvalitet i kvantitet ugostiteljskih usluga u Banji Vrujci se nalazi na niskom nivou, što se sa razvojem turizma nužno mora menjati. Osim domaće kuhinje i tradicionalnih srpskih specijaliteta potrebno je da postoje i poslastičarnice i čevabdžinice, kao i lokali sa sve popularnijom zdravom hranom. Izgradnja etno-restorana i kafića u srpskom seoskom stilu bi svakako upotpunila ugostiteljsku ponudu destinacije.

Ugostiteljski kapaciteti u Banji Vrujci su: *restoran u sklopu hotela „Vrujci“, kafe-bar u sklopu konaka Kondir, ugostiteljski objekat u sklopu kompleksa Prva nova banja, etno-restoran „Vodenica“, restorani „Gunjički vis“, „Zvečevo“, „Plavi cvet“ i „Dunav“.*

1.2.2. Ostvarena dinamika turističkog prometa

Banju Vrujci je 2010. godine posetilo 1460 turista, što predstavlja 0,42 % ukupnog prometa turista u banjskim mestima Srbije. Iz ovoga se može zaključiti da ne postoji dovoljno interesovanje turista za ovu banju.

Tabela 14. Dinamika turističkog prometa u toku letnje sezone (period: jun-septembar)

	2007	2008	2009	2010
Broj gostiju	1329	1941	1559	1460
Broj noćenja	7457	10760	8586	7 442
Prosečno zadržavanje (%)	5,61	5,54	5,51	5,10

Izvor: Turistička organizacija „Ribnica“, Mionica, Statistika za godine: 2007,2008,2009. i 2010.

Kada se posmatraja statistika sezonskog turističkog prometa u periodu od 2007-2010. godine zapaža se smanjenje broja turista u Banji Vrujci. Broj turista u 2010. godini je manji za 481 u odnosu na 2008. godinu, a u 2009. godini je manji za 99 turista. Isti negativan trend

ispoljen je na nivou cele Srbije, zbog nerazvijene i nekontrolisane turističke ponude svih destinacija u Republici u odnosu na evropsku turističke ponude.

Pri razmatranju dinamike turističkog prometa u Banji Vrujci treba imati u vidu da na ovom području postoji **veliki broj vikendica i njihovih vlasnika koji borave na destinaciji u toku letnje sezone**. Još jedan **problem kod praćenja dinamike turističkog prometa** je veliki broj objekata u privatnom smeštaju koji ne prijavljuje tačan broj gostiju.

1.3. UTICAJ DOSADAŠNJEG RAZVOJA TURIZMA NA ZAŠTITU I KORIŠĆENJE TURISTIČKIH RESURSA

1.3.1. Uslovi za razvoj turizma Banje Vrujci

1.3.1.1. Prirodni resursi turističke destinacije Banja Vrujci i okruženja

Prirodni resursi Banje Vrujci značajni za razvoj turizma odlikuju se visokim stepenom atraktivnosti. Od prirodnih atraktivnosti tu su i reka Toplica i veliki broj živopisnih **brdsko-planinskih predela** u neposrednom okruženju (Suvobor, Maljen, Divčibare, Ravna Gora). Od prirodnih lepota i turističkih potencijala izdvaja se nekoliko **prirodnih pećina**. Teritoriju Banje Vrujci i okruženja karakteriše i prijatna umereno kontinentalna **klima** i raznovrsnost **flore i faune** u neposrednom okruženju.

Divčibare se nalaze na planini Maljen, 37 km jugoistočno od Valjeva, na nadmorskoj visini od 980 m. Divčibare imaju blagu klimu, prosečno 239 dana bez vetra, 280 dana bez padavina. Zime obiluju snegom, a prosečna temperatura vazduha leti ne prelazi 22° C. Zbog toga su Divčibare proglašene klimatskim turističkim mestom. Blaga klima, povoljan geografski položaj, bogat biljni i životinjski svet, obilje izvora i tekućih voda svrstavaju Divčibare u najatraktivnija turistička mesta u Srbiji, podjednako privlačnim i leti i zimi.

Klisura reke Gradac, sa njegovim izvornim pritokama, po izuzetnim odlikama i po stepenu očuvanosti, je zaštićeno prirodno dobro kojim gazduje Ekološko društvo Gradac i pod zaštitom je države. Nalazi se južno od Valjeva i čini desnu pritoku Kolubare. Bogatstvo klisure, u podzemnim oblicima kraške erozije, je izuzetno. Ni u mnogo većim i poznatijim klisurama Srbije nije zabeležen toliki broj pećina. Ima ih gotovo sedamnaest, a još uvek se otkrivaju nove. Neke od tih pećina su impresivnih dimenzija po veličini podzemnih sala i dužini prostorija (Dugačka pećina). U pogredu kvaliteta vode, Gradac spada u one reke koje su u najvećoj meri očuvane (jedna od najčistijih reka u Evropi). Sliv ove reke predstavlja takođe stanište većeg broja retkih biljnih i životinjskih vrsta.

Ravna Gora je udaljena 29 km od Banje Vrujci i predstavlja veliki potencijal koji nije iskorišćen. Osim šumske kuće i hrama Sv. Velikomučenika Georgija ne postoje drugi građevinski objekti. **Mokra pećina** predstavlja najvredniji i najinteresantniji turistički potencijal Ravne Gore. Nalazi se na nadmorskoj visini od 645 m. Smeštena je na levoj dolinskoj strani reke Graba koja izvire iz ove pećine. Ukupna dužina pećine je 395 m, visinska amplituda iznosi

približno 16m. Od sedamdesetog do osamdesetog metra u pećini se razvio bogat pećinski nakit, gde se posebno ističe stalaktitska draperija dugačka 4,5 m.

Kanjon reke Ribnice, smešten na obroncima Maljena i Divčibara uz susedni kanjon Gradca predstavlja najživopisniji predeo Valjevske Podgorine i zaštićenu prirodnu retkost. Ova čista potplaninska reka je vijugava i ponegde sasvim sužena stenovitim kanjonom, obale ove reke su uglavnom izdignute, a leva strana je većim delom strma i obrasla gustom šumom. Ime je dobila po mnoštvu ribe gde preovlađuju pastrmke i krkuše. Kanjon Ribnice pruža oazu lepote i prirodnosti nadomak velikih gradskih centara i pogodan je za izlete, lov, ribolov i planinarenje.

Ribnička pećina se nalazi sa druge strane reke Ribice. Ulaz joj je u obliku trougla, visine 12 m, širine 25 m, i u nivou rečne vode. U njoj živi 15 vrsta slepih miševa, veoma retkih u Evropi. Zvog lepote i vrednosti zaštićena je kao prirodni spomenik.³³

Pećina „Vrelo“ u vidu kraškog vrela, iz nje izvire reka pod istim imenom. Vrelo je bogatom vodom (67l/s) i kapitrano je sa sistem vodosnabdevanja.

1.3.1.2. Društvene pogodnosti za razvoj turizma

U društvene faktore koji mogu poslužiti kao dobra polazna osnova za budući razvoj turizma Banje Vrujci mogu se ubrojati svi antropogeni, odnosno ambijentalni i etnografski resursi područja Banje i njenog okruženja.

S obzirom da je Banja Vrujci relativno mlado naselje, u njemu se ne mogu naći vredniji promerci građanske kulture. Interesantna je skupina na staroj raskrsnici puteva u centru Gornje Toplice, koja je zadržala šemu palanke smeštene duž glavnog puta. Na obroncima brda Jarevac, Krstovog i Rosulje nalaze se autentična seoska domaćinstva, sa objektima građenim u tradicionalnom stilu, sa velikom okućnicom, originalnim bunarima, ogradama, najčešće u dva tri nivoa uređenim baštama koje su posebna atrakcija za budući razvoj seoskog turizma u Banji Vrujci.

Banja Vrujci je 1938. godine dobila prvo zidano pokriveno kupatilo, sa dva bazena – tzv. **„Opštinsko narodno kupatilo Vojvoda Mišić“**. Kupatilo „Vojvoda Mišić“ podignuto je sa dva bazena veličine 5X4 m, dubine 0,9 m na samim izvorima tople vode. Zidovi bazena pod vodom dubine do 90 cm i iznad vode 100 cm, obloženi su keramičkim pločicama. Krov je zastakljen. Kupatilo je podeljeno na muške i ženske bazene. Sem ovog kupatila u neposrednoj blizini nalaze se još **„Kameno kupatilo“ i „Boračko kupatilo“**.

Zgrada Zdravstvene zadruge. Između dva svetska rata, beogradski trgovac Sveta Milutinović i njegova supruga Žana donirali su Banji zemljište i zgradu koja je uređena da obavlja funkciju Zdravstvene zadruge. Zdravstvena zadruga otvorena je sa ciljem da se poboljša higijena mesta, okoline i način lečenja: najpovoljnija i najjeftinija lekarska pomoć i lekovi, podizanje zdravstvenog obrazovanja naroda preko raznih predavalja, tečaja, škola izložbi, i sl.

Prva česma sa lekovitom vodom za piće postavljena je međuratnom periodu u vidu široke cevi iz koje se voda mogla zahvatiti za piće ili nošenje kući. Posle rata ova česma je ozidana kamenom, a voda ističe na dve lule, oko 50 cm ispod nivoa terena. **Druga česma** sa lekovitom vodom snabdeva se iz bušotine dubine 16 m. Oko 1990. godine sagrađena je od

³³ Strategija razvoja opštine Mionica, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd, 2008. godine, str.95.

kamena i opeke velika česma sa 4 lule iz kojih neprekidno ističe voda. Ukopana je 1 m i ima prilaz stepenicama sa četiri strane.

U okolini Banje Vrujci nalazi se **veliki broj kulturno-istorijskih spomenika, manastira, crkava**. Ovom prilikom će biti nabrojani najznačajniji:

Manastir Bogovađa sa crkvom Svetog Đorđa, osnovan je 1545. godine, spaljen 1789. godine za vreme Kočine kraine, a narodni prvaci Hadi-Ruvín i Hadi-Đeram su 1791-1794. godine podigli novu crku i konak. Ponovo je spaljen 1813. godine i obnovljen 1816. godine uz pomoć Kneza Miloša. Na temeljima te crkve podignuta je 1852. godine nova. U starom konaku smešten je Muzej I i II srpskog ustanka.

Mionička crkva, hram Vaznesenja gospodnjeg, sagrađena 1856. godine i predstavlja najstariju građevinu u Mionici.

Crkva Svetog Petra i Pavla podignuta 1907. godine na ruševinama manastira, najverovatnije sagrađenog za vreme Nemanjića. Manastir su Turci palili tri puta. Kameni konak sa tremom je iz 18. veka. Preko puta crkve je škola građena u vreme Kneza Miloša.

Crkva Svetog Vavedenja, kao ostatak manastira iz 14. veka, stavljen je pod zaštitu države. Predstavlja veliku srpsku svetinju, jer su u njoj sačuvana dva sakrofaga u kojima su bili sahranjeni članovi loze Brankovića: despot Đurađ, Jerina i Stefan Branković.

Rodna kuća Vojvode Živojina Mišića u Struganiku je memorijalni kompleks čija se postavka sastoji iz dva dela, istorijskog i etnološkog. U okviru muzeja je tematska postavka koja prikazuje Živojina Mišića u kontekstu istorijskih zbivanja krajem XIX i početkom XX veka, sa akcentom na one događaje u kojima je vojvoda odigrao značajnu ulogu i zbog čega se njegovo delo proučava na vojnim akademijama u svetu.

Ostali kulturno-istorijski spomenici takođe imaju svoje turističke vrednosti i to su: **Kameni most Živojina Mišića, Velimirovi dvori, Dobre vode, Kulina, Grbovića beleg** i dr.

Značajne **manifestacije** su: „**Vrujački izvori**“, „**Mišićevi dani**“, „**Prela i posela**“, **Sabor violinista „Ćemane**“.

1.4. OCENA STANJA I PROBLEMI ZAŠTITE ŽIVOTNE SREDINE

Dosadašnji razvoj, značaj i način korišćenja analiziranog prostora u velikoj meri je bio uslovljen prostornim položajem, načinom eksploatacije slabomineralizovane vode, razmeštanjem i tipom zona stanovanja kao posledica prethodnih odluka za korišćenje analizirane prostorne celine.

Karakteristika ovog prostora je nepostojanje procene ekološkog kapaciteta prostora, nepostojanje monitoringa i programa praćenja i upravljanja životnom sredinom u banji i na opštinskom nivou.³⁴

³⁴ Strateška procena uticaja Plana generalne regulacije naselja Gornja Toplica na životnu sredinu, ECOlogica Urbo, Kragujevac, 2006. godine, str.44.

Glavni ekološki problemi u analiziranom području, u najvećoj meri proistekli zbog nedostataka usvojene strategije razvoja i načina korišćenja osnovnog prirodnog resursa – slabomineralne vode (i ostalih lekovitih voda), razvoja Banje i njenog proglašenja za banjisko mesto, neadekvatnog korišćenja i uređenja prostora u zonama stanovanja (vikend stanovanje) i nedovoljnih kapaciteta komunalne infrastrukture.

Postojeće stanje se može predstaviti kao ***neracionalno i neadekvatno korišćenje prirodnog resursa*** – slabomineralne vode i neopremljenost potrebnim inostruktturnim kapacitetima, što predstavlja opasnost sa mogućim značajnim posledicama po životnu sredinu.

Na kvaliteta vazduha negativno mogu da utiču: nerazvijeni javni saobraćaj i nerešeno pitanje parkiranja i kretanja vozila u Banji.

Kvalitet vazduha i stanje aerozagađenosti na području Banje Vrujci i neposrednom okruženju

Na osnovu analize prirodnih karakteristika i ruže vetrova, može se pretpostavljati i očekivati da nema opasnosti od pojave koncentracija iznad GVE niti vezanih dana za GVE. Procenjuje se da je, u slučaju korišćenja neprihvatljivih energenata moguće očekivati pojavu kratkotrajnih, epizodnih zagađenja pri izrazito nepovoljnim meteorološkim i mikroklimatskim uslovima. ***Prema prostornoj diferencijaciji područje pripada četvrtoj kategoriji zagađenosti – lokalitet malih zagađivača.*** Udaljeno je od značajnih izvora zagađivanja što predstavlja dobar preduslov za očuvanje kvaliteta vazduha.³⁵

Stanje i kvalitet voda na području Banje Vrujci

Prirodne repere ekoloških celina „Banja Vrujci“ i „Gornja Toplica“ predstavljaju izvori slabomineralne vode, forlandi reke Toplice, Lekovite Reke, reke Kopljanice, Berkovačke reke, potoci Gerić, Jarevac i Gluvač. Hidrografska podloga predstavlja izrazitu ekološku vrednost prostora, ali i zonu izrazite osetljivosti i vulnerabilnosti, komparativnih prednosti, ali i ograničenja. Kao važni ekološki reperi predstavljaju istovremeno izrazite vulnerabilne medijume, ali i faktore pozitivnog uticaja na životnu sredinu.

U slučaju nepoštovanja propisanih uslova i mera moguće je očekivati pojavu zagađivanja i ugrožavanje izvorišta slabomineralne vode, vodnog zemljišta, vodotokova na analiziranom području sa mogućim posledicama i na šire okruženje, nizbrdo pre svega.

Posebne zone vulnerabilnosti su izvorišta slabomineralne vode i drugih lekovitih voda sa aspekta kapacitiranja i moguće eksploatacije i potencijalnih ugrožavanja i zagađivanja.

Uticaj na kvalitet voda vodotokova su moguće pojave kontinuelnog izlivanja neprečišćenih otpadnih voda u vodotokove ili u zemljište i podzemne vode. Tehnološke otpadne vode, zauljene vode sa saobraćajnih i tehnoloških površina predstavljaju potencijalne negativne efekte na životnu sredinu.

³⁵ Strateška procena uticaja Plana generalne regulacije naselja Gornja Toplica na životnu sredinu, ECOlogica Urbo, Kragujevac, 2006. godine, str.53.

Klimatske i mikroklimatske karakteristike

Prirodne karakteristike celine i šireg okruženja, morfološke, orografske, hidrografske, vegetacijske, ruža vetrova, kao i stvorene vrednosti, uslovi nastali u prethodnom periodu, predstavljaju matricu za analizu potencijalnog nastojanja i prostornog rasprostiranja zagađujućih materija.

Analizirano područje ima karakteristike zonskih mikroklimatskih uslova bez javljanja značajnih ekstrema, bitnih sa aspekta sprečavanja negativnih uticaja na zdravlje stanovništva i životne sredine.

1.5. OCENA STANJA I PROBLEMI UREĐENJA PROSTORA

Problemi organizacije i uređenja prostora su:

- Glavne **karakteristike urbanog tkiva** Banje su nepovezanost i haotičnost u razvoju. Postoji više podcelina koje su međusobno distancirane, ne toliko prostorno koliko funkcionalno i vizuelno. U tom smislu potrebno je odrediti odnos centralne zone prema okolnim sadržajima, kao i njihovu međusobnu vezu.

- **Nekontrolisana izgradnja** dovela je do niza negativnih efekata čime se ugrožava celokupan ambijent banjskog mesta (degradacija najatraktivnijih delova banje usled neplanske izgradnje i **nekontrolisano podizanje vikend kuća**). Takođe, nisu određena urbanistička **pravila za uređenje naselja** koja bi obuhvatila poštovanje konteksta izvornog arhitektonskog stila, izvorne fasade, sprečavanje kiča, ulepšavanje dvorišta, fasada i javnih prostora.

- Ispoljava se **nedovoljan broj dodatnih sadržaja** koji bi obezbedili širok spektar aktivnosti turistima na destinaciji kao što su sportski tereni, akva parkovi, muzeji, galerije i drugi objekti kulture, zatim komercijalnih, poslovnih i tržišno-poslovnih objekata.

- Nedovoljan broj uređenih **zelenih površina**, skverova, naseljskih parkova, zelenila duž šetališta i sl. U okviru hotelskog kompleksa „Vrujci“ nalazi se **banjski park „Izvori“** površine 1.73 ha. Ovaj banjski park predstavlja specifičnost i tradicionalno obeležje prostora Banje u kom je smešteno izвориšte slabomineralne vode. Trenutno stanje ovog parka je nezadovoljavajuće, nedovoljno je razvijena mreža šetnih staza i pešačkih komunikacija, nije omogućena pešačka veza sa kompleksom hotela i bazena, nedovoljno su uređeni travnjaci i cvećnjaci, potrebna je revitalizacija česme-izvor. Prilikom uređenja **zelenila u okviru hotelskog kompleksa i bazena** korišćena je voda u pejzažnom uređenju prostora, uređene su mreže setnih staza i komunikacija sa okruženjem, prilikom izbora sadnog materijala korišćene su visoko dekorativne autohtone i alohtone vrste visokog zelenila, ukrasne žbunaste forme i izvršeno je parterno uređenje travnjaka i cvećnjaka.

- **Prijaćni prostor** je neuređen, nije obezbeđena potrebna komunalna infrastruktura, prostor zelene pijace je trenutno u okviru kompleksa banjskog parka „Izvori“, čime se remeti njegov izgled i funkcija.

Vodosnabdevanje

Prema odredbama Vodoprivredne osnove Republike Srbije za područje Banje Vrujci, dugoročna perspektiva vodosnabdevanja visokokvalitetnim vodama bi se obezbedila iz podzemnih voda akumulacije na reci Jablanica i akumulacije na reci Ribnica.

Sadašnja izvorišta vodosnabdevanja su u aluvionu reke Ribnice iz sistema „Razbojište“, a preko dva glavna dovodna cevovoda. ***Kapacitet izvorišta u sadašnjoj fazi zadovoljava potrebe, ali je neophodno proširiti kapacitete dovoda i rezervoarskog prostora, kako bi mogle zadovoljiti buduće potrebe za vodom. Pre svega ovaj problem se odnosi na vodosnabdevanje u toku sezone, kada dolazi do nestašice vode.***

Pokrivenost područja vodovodnom mrežom je zadovoljavajuće. Međutim, postoje i mnogi problemi. Mreža je zastarela, a njeno održavanje je otežano.

U seoskim područjima evidentni su problemi regularnog i kvalitetnog snabdevanja vodom. Mnoga seoska domaćinstva se snabdevaju sa sopstvenih bunara vodom čiji je kvalitet (hemijski i fizički) diskutabilan.

Kanalizaciona mreža i upravljanje otpadom

Na području Banje Vrujci ***postoji samo izgrađena mreže fekalne kanalizacije.*** Nadležno je JKP „Mionica“, a deo kanalizacione mreže je u kompleksu hotela „Vrujci“ kojim ne upravlja ovo preduzeće. ***Kišna kanalizacija nije urađena na ovom području. Otpadne vode*** se ne prečišćavaju pre upuštanja u vodotok.

Banja Vrujci ***nema rešeno pitanje deponije čvrstog otpada*** (komunalnog, ambalažnog, građevinskog, poljoprivdnog, šumskog otpada). Ograničeno sakupljanje otpada vrši se u centralnom delu Banje Vrujci, dok seoska naselja nisu obuhvaćena ciklusom sakupljanja otpada, niti je za njih organizovano privremeno odlaganje na uređenim lokacijama. Posledica toga je postojanje lokalnih smetlišta, često na neodgovarajućim lokacijama. Sakupljanje i odvoženje smeća je tip kanti za smeće kod fizičkih lica, odnosno kontejnerskog tipa za pravna lica. Trenutno je za poslove odnošenja smeća i otpada angažovano privatno preduzeće, koje odvozi smeće jednom nedeljno što u toku turističke sezone nije dovoljno.

Saobraćaj i saobraćajna infrastruktura

Prirodne predispozicije posmatrane sa prostornog i fizičko-geografskog stanovišta i postojeća konfiguracija zemljišta, ukazuju da Banja Vrujci ima relativni povoljan saobraćajno-komunikativni (tranzitni) i strateški (međuregionalni položaj), odnosno ***daleko veći potencijal u odnosu na dosada iskorišćen.***

Stanje kolovoznog zastora na primarnoj putnoj mreži je uglavnom ***nezadovoljavajuće.*** Primetne su lošije tehnološko-eksploatacione karakteristike ovog puta, u odnosu na standarde koje bi prema rangu puteva trebalo da zadovoljava. Ove karakteristike se ogledaju u sledećem:

- loše stanje postojećeg asfaltnog zastora sa dosta udarnih rupa,
- širina kolovoza je često uža od standardne propisane širine,

- loše stanje i regulacije, ili pak totalno nepostojanje horizontalne i vertikalne signalizacija, bankinama i zona za kretanje pešaka – trotoara,
- loše regulisano, ili neregulisano pitanja infrastrukturnih elemenata za odvodnjavanje atmosferskog vodenog taloga za putne mreže (rigola i propusta) i sprečavanje mogućih odrona (bočne zaštitne mreže),
- nepovoljna struktura puteva po kategorizaciji njihovog značaja, mala zastupljenost regionalnih putnih pravaca, uz odsustvo puteva najvišeg ranga – magistralnih putnih pravaca.

Stanje kolovoznog zasora na lokalnoj putnoj mreži je nezadovoljavajuće, s obzirom da oni predstavljaju osnovnu kapilarnu mrežu unutar Banje. Uglavnom su ovi putevi presvučeni asfaltom lošijeg kvaliteta, tucanikom, šljunkom ili su sa zemljanom podlogom. Deonice sa asfaltom su često zapuštene. Kod njih postoji evidentna potreba za modernizacijom i rekonstrukcijom, kako po pitanju obezbeđenja kvalitetnijeg kolovoznog zastora, tako i po pitanju rešavanja njihove saobraćajne funkcionalnosti, s obzirom sa su putevi često uski, nepregledni, puni rupa, a pojedini putni pravci su skoro neupotrebljivi za motorizovan saobraćaj.

Osnovna karakteristika postojeće saobraćajne matrice naselja Gornja Toplica je da se **razvijala više stihijski, a manje planski**.

Parcelacija zemljišta i izgradnja vikend kuća nije pratila izgradnja savremenih saobraćajnica, ni izuzimanje zemljišta za javne, saobraćajne površine, tako da **najveći broj postojećih objekata nema obezbeđen saobraćajni pristup** na javnu saobraćajnicu, ni direktno ni posredno. *Spontani razvoj ulične mreže, koja je, uglavnom nepovoljno prilagođavana terenskim uslovima i bez poštovanja geoloških karakteristika, uslovio je veliki broj kompromisa u izgradni planiranog koncepta saobraćajnica.* U centralnoj zoni naselja, posebno u letnjoj sezoni, **nema dovoljno kapaciteta za parkiranje**, pa je karakterističko zauzimanje saobraćajnih površina automobilima i ugrožavanje osnovnih funkcija ulične mreže, odnosno nesmetano i bezbedno kretanje vozila i pešaka. Uslovi za odvijanje **pešačkog saobraćaja** su nepovoljni jer na znatnom delu ulučne mreže nema uređenih **trotoara i šetnih staza**.

Naselje Gornja Toplica **nema autobusku stanicu**, a javni gradski prevoz obavlja više registrovanih prevoznika i uglavnom se radi o linijama koje prolaze kroz naselje Gornja Toplica, odnosno Banja Vrujci. Naselje Gornja Toplica je dobro povezano međumjesnim autobuskim linijama, čiji je broj uvećan u toku letnje sezone.

Kada je reč o **vazdušnom saobraćaju** u budućnosti je predviđen razvoj manjeg aerodroma na mestu sadašnjeg sportskog aerodroma u naselju Divci.

Železnička mreža ne postoji na teritoriji Banje Vrujci. Najbliža železnička postaja je u Divcima, na železničkom pravcu Beograd-Valjevo, koja bi mogla da se koristi za javni prevoz i transfer putnika.

Upotreba obnovljivih izvora energije

Za grejanje prostora u Banji Vrujci koristi se električna energija i klasični izvori energije (ugalj, nafta) i drva. Veliki broj kotlarnica na relativno malom prostoru emituje štetne gasove u

centralnom delu naselja. Podaci o procentu učešća pojedinih energetske izvora za grejanje i (delimično) hlađenje za sada nisu pronađeni.

U Banji Vrujci postoji 6 izvora mineralne vode. Izdašnost ovih mineralnih izvora je od 60 – 820 l/s (prosečno 200 l/s), pa je prema izdašnosti ova Banja prva u Srbiji. Po količini raspoložive vode nadmašuje izvore u Lukovskoj Banji, Niškoj Banji, Pribojskoj Banji, Vranjskoj Banji, Sokobanji i dr.³⁶ ***Temperature vode*** termalnih izvora u Banji Vrujci su u dijapazonu od 21⁰C (najniža zabeležena vrednost) do 31⁰C (najviša zabeležena vrednost), ali najčešće se kreće od 26⁰C do 27⁰C. Temperatura i izdašnost izvora termomineralne vode otvaraju mogućnost iskorišćavanja geotermalne energije za dobijanje električne energije, grejanje naselja, hotelskog kompleksa i industrijskih postrojenja.

Programi koji se odnose na štednju energije, energetske efikasnost objekata i korišćenje obnovljivih izvora energije ne postoje.

1.6. KLJUČNI AKTERI I PROBLEMI UPRAVLJANJA RAZVOJEM DESTINACIJE

U poslednjih 20 godina u Banji Vrujci broj stanovina se uvećava sa 304 **stanovnika** 1991. godine na 316 u 2002. godine, a prosečna veličina domaćinstva svodi se na 3 člana. Do 2020. godine na području Banje Vrujci očekuje se oko 340 stanovnika, a u skladu sa opremljenošću banje i do 500.

U gravitacionoj zoni Banje 2002. godine živelo je 1600 stanovika iz naselja Popadić, Rakari i Berkovac.

Stanovništvo kao jedan od osnovnih pokretačkih resursa, predstavljaće i u narednom periodu važan činilac razvoja ovog prostora. Ne postoji evidencija o kvalifikacionoj strukturi radnosposobnog stanovništva, kao ni koliki je procenat stanovništva zaposlen u turizmu i ugostiteljstvu. Uočljiva je tendencija zapošljavanja visokostručnog kadra iz Valjeva i drugih centara.

Na osnovu sledećih parametara mogu se uočiti nepovoljni soci-ekonomska kretanja: broj zaposlenih u odnosu na broj stanovnika je u stalnom variranju, s tim da ima tendenciju opadanja; u stalnom je porastu broj nezaposlenih u odnosu na ukupan broj stanovnika; upoređivanjem prosečnih zarada na nivou opštine Mionica i Republike Srbije uočava se da su zarade u Opštini na znatno nižem nivou.

Pitanja lokalnog razvoja Banje Vrujci i definisanja ukupnog društveno-ekonomskog razvoja za naredni višegodišnji period nisu ozbiljno tretirana od strane **opštinske uprave Mionica**, niti postoji neophodna koordinacija između relevantnih institucija, u ovom slučaju između Opštine i mesne zajednice područja Banje Vrujci.

Opštinska javna (komunalna) preduzeća takođe imaju svoju ulogu u ekonomskom razvoju opštine. U osnovi predsednik opštine i odgovarajuće službe imaju ključnu ulogu u planiranju i implementaciji zadataka vezanih za uređenje i ekonomski razvoj banje. **Javno**

³⁶ Strategija razvoja opštine Mionica, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd, 2008. godine, str. 25.

komunalno preduzeće „Mionica“ je zaduženo za vodosnabdevanje, održavanje kanalizacione mreže, upravljanje otpadom i sl.

Rad **turističke organizacije „Ribnica“ Mionica** je oprećen mnogim **problemima**, kao što su:

- **nepostojanje terenskog vozila**, što je bitan nedostatak obzirom na veličinu opštine Mionica i broja naselja;
- **prostorije** Turističke organizacije su smeštene u objekat čije trenutno **stanje nije zadovoljavajuće**;
- **nedovoljna koordinacija svih aktivnosti** između Turističke organizacije i lokalne samouprave;
- turistička, komunalna, sanitarna i generalno sve inspekcije u sezoni nisu locirane u Banji Vrujci kao najposećenijem mestu u Opštini, što vidno otežava rad;

Turistička organizacija nije dovoljno angažovana u usmeravanju i koordinaciji privrednih subjekata, i drugih organizacija u formiranju i plasmanu turističkog proizvoda, kao ni na promotivnim aktivnostima i marketingu i menadžmentu turističke destinacije.

Zavičajno društvo „Vrujci“ je dobrovoljno nevladino, neprofitabilno udruženje osnovano radi ostvarivanja ciljeva u oblasti očuvanja etnoloških vrednosti, zaštite životne sredine, unapređenja razvoja sela i izdavačke delatnosti, čije su aktivnosti prvenstveno usmerene na razvoj Banje Vrujci.

Zavičajno društvo „Vrujci“ predstavlja značajnog aktera privrednog razvoja Banje Vrujci koji kroz svoje aktivnosti vrši edukaciju lokalnog stanovništva iz oblasti poljoprivrede, turizma, ekologije i sl. i podstiče ga da učestvuje u njenom razvoju.

Ovo udruženje se supčava sa brojnim **problemima koji otežavaju njegov rad**:

- prostorije Zavičajnog društva su smeštene u objektu koji je u veoma lošem stanju;
- nedostaje prostor u kome bi bio lociran Zavičajni muzej;
- nedostatak koordinacije aktivnosti između opštine Mionica i Zavičajnog društva;
- nedostatak finansijskih sredstava.

Ključnu ulogu u razvoju ovog područja mogu odigrati **investitori veće ekonomske snage** (kako iz zemlje, tako iz inostranstva) koje je neophodno indentifikovati i zainteresovati za izgradnju kapaciteta u nekoj od privrednih delatnosti: turizmu, zdravstvu i poljoprivredi (sa određenim prerađivačkim kapacitetima).

U ovom momentu svakako jedan od najvećih stejkholdera turizma u Banji Vrujci je „**Mb Konsalting**“, koji je **preduzeo značajne investicione zahvate na obogaćenju smeštajnih kapaciteta, banjskih i ostalih usluga i stvaranju jednog novog koncepta Spa centra, sa bogatim vanpansionskim sadržajem**. Pored već tri otvorena bazena, u planu je gradnja pet luksuznih hotela sa 4 i 5 zvezdica i 1.000 ležaja. Taj wellness centar biće namenjen lečenju obolenja degenerativnog reumatizma, postraumatskog stanja, vaskulopatijskim obolenjima, hipertenzijarima, problemima digestivnog trakta, dijabetičarima i ginekologiji, kao i prevenciji. Investitori očekuju da će velika i raznovrsna ulaganja u sadržaj boravka i ponudu ovog centra

brzo opravdati. Politika turističke tražnje mora biti osnov na kome se mora bazirati i planirati izgradnja i adaptacija ovih objekata i generalno celokupne turističke destinacije.

U Banji Vrujci 2003. godine je otvorena **fabrika za punjenje vode „VODAVODA“**, Si&Si Group, a 2004. godine je počela sa osnovnom delatnošću. U njoj je zaposleno 56 radnika. Ima tri proizvodne linije, kapacitet je 20.000 boca na sat što predstavlja 40 miliona litara vode na godišnjem nivou. Pakovanje je u staklenoj i plastičnoj ambalaži. Voda se izvozi u zemlje Evrope i Azije.

2. PERSPEKTIVE ODRŽIVOG RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE BANJA VRUJCI

2.1. PLANIRANI RAZVOJ TURIZMA BANJE VRUJCI

2.1.1. Planirani razvoj turizma sa preporukama

Banja Vrujci ima perspektivne resurse za razvoj turizma koji se mogu staviti u funkciju razvoja ovog područja. Utoliko pre što se od turizma i očekuje da postane faktog njenog daljeg ukupnog razvoja, naročito ako se ima u vidu njegovo multiplikativno dejstvo na privredu. Neophodno je ulogu i značaj turizma i banjske destinacije uključiti u dalje planove i programe razvoja opštine Mionica, a zatim i u sve savremene turističke i privredne tokove u zemlji. Sa uključivanjem brojnih privrednih delatnosti ovo područje može u dužem vremenskom periodu postati faktor stabilizacije i rasta ukupnih ekonomskih aktivnosti. U tome važnu ulogu treba da ima selektivan, tržišno orjentisan, pravilno koordiniran, stratejski razvoj destinacije. Na taj način pozitivni rezultati koji bi morali da budu, i jesu imperativ turističkog i ukupnog privrednog razvoja, su realno i ostvarljivi.

Prema Strategiji razvoja opštine Mionica, namera je da se u godinama koje slede ozbiljno pristupi **pozicioniranju Banje Vrujci kao turističke destinacije na turističkom tržištu** i to sa dva ključna aspekta, **banjskog i seoskog turizma**. U tom pogledu jedan od prioritetnih zadataka koji stoje kao pred Opštinom i njenom Turističkom organizacijom sa jedne strane, tako i pred svim faktorima turističke ponude, sa druge strane, bi bio da se radi na izgradnji imidža, koji bi sa jedne strane lakše pozicionirao turističku ponudu, a sa druge strane zainteresovane potencijalne turiste.

Strateško pozicioniranje turističke ponude Banje Vrujci se ne može u kratkom roku uraditi. Ali ono što svakako može je da se brending Banje Vrujci kao turističke destinacije sa onim što ima vrlo brzo pripremi za komercijalizaciju kako na domaćem, tako i na međunarodnom tržištu. Selekcija mora da bude u rukama menadžmenta turističke destinacije i njihove valjane procene o proizvodima i koracima za njihovu tržišnu eksploataciju. Osnovni pravci daljeg razvoja su pre svega **banjski turizam** jer su potencijalni Banje Vrujci veliki resurs koji se

nužno mora valorizovati i **seoski turizma** za šta objektivno postoje dobre osnove i gde se sa minimalnim ulaganjem i vremenom adaptacije, može krenuti u komercijalizaciju kapaciteta.

Razvoj banjškog, odnosno zdravstvenog turizma predstavlja značajan faktor za dalji razvoj ovog područja, imajući u vidu činjenicu da svetski trendovi na turističkom tržištu nagoveštavaju dalji razvoj zdravstvenog turizma uglavnom zbog promena u načinu života.

Banja Vrujci se mora fokusirati na razvoj proizvoda zdravstvenog turizma, obezbeđivanje potrebne medicinske infrastrukture, adekvatnih smeštajnih kapaciteta i stručnih kadrova uz adekvatne promotivne i marketinške aktivnosti kako bi mogla plasirati ovaj proizvod na domaće i međunarodno tržište.

Zdravstveni turizam Banje Vrujci trenutno nije u stanju da udovolji standardima kvaliteta i zahtevima izbirljivog međunarodnog tržišta. Najveći potencijal zdravstvenog turizma je u njegovoj dominantnoj usmerenosti prema lečenju i rehabilitaciji, budući da je međunarodno tražnja za specijalizovanim zdravstvenim tretmanima u porastu. Ali, uporedo sa rastom ovog vida tražnje raste i element kvaliteta vanpansionske turističke ponude i luksuza, a to prestavlja za banjšku ponudu ograničavajući faktor, obzirom na stanje receptivnih, komunikativnih i atraktivnih faktora ove destinacije. Zato bi bilo potreno napraviti selekciju tržišta kojima se može plasirati postojeća ponuda. Na kratak rok Banja Vrujci može da se okrene ubrzanom razvoju i komercijalizaciji proizvoda **Medical Spa** (Primarna mu je uloga pružanja kompletne zdravstvene i wellness usluge u ambijentu koji integrira spa usluge sa konvencionalnim i posebnim tretmanima i terapijama. U ovoj kategoriji se predviđa najveći rast u sledećih desetak godina jer je sve veća potražnja za holističkim medicinskim tretmanima i terapijama.³⁷) i **Mineral Sprig Spa** (Spa koji u svojoj ponudi ima prirodne mineralne, termalne ili druge izvore koji se koriste u svrhu terapijskih tretmana. Ova vrsta spa tretmana je najtipičnija za evropski spa/wellness sektor.³⁸), polazeći od umerenih cena i visokog kvaliteta usluga. Potred tradicionalnih programa neophodno je uvesti **wellness ponudu i antistres programe, masaže, jogu, meditaciju, aromaterapije, fitnes treninge, programe zdrave ishrane i redukcije telesne težine i sl.**

Seoski turizam znači uređenje, adaptaciju i prilagođavanje brojnih seoskih ambijentalnih celina potrebama turizma. I pored tendencija smanjenja broja poljoprivrednih domaćinstava i odlazak seoskog stanovništva u gradove, postoji veliki broj domaćinstava koja su spremna da se bave seoskim turizmom. Adekvatno rekonstruisanje stare ili namenski izgrađen smeštaj u prirodni, koje odlikuje mir i tišina, prave su „oaze“ za ljude iz visoko urbanizovanih, industrijskih centara. Osnovni preduslovi koje bi trebalo obezbediti za uspešan razvoj ovog specifičnog vida turizma je da se napravi stručan odabir određenog broja domaćinstava koja bi se bavila seoskim turizmom, uz jasno preciziranje svih uslova (standarda) koje bi domaćinstvo moralo da ispuni da bi moglo da se bavi turizam i naravno neophodnost kategorisanja seoskih domaćinstava koja će se baviti turističkom delatnošću.

Da bi se lokalno stanovništvo bavilo seoskim turizmom potrebno je da bude **edukovano** za pružanje odgovarajućeg nivoa i kvaliteta turističkih usluga. Ovo spada u domen rada

³⁷ Strategija razvoja turizma Republike Srbije, Horwath Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, 2006. godine, str. 77.

³⁸ Isto, str. 77.

Turističke organizacije koja u tome mora da odigra glavnu ulogu. Razvoj seoskog turizma mora biti planski i programski jasno razrađen, realizovan i kontrolisan.

Razvoj seoskog turizma omogućava plasman **poljoprivrednih proizvoda** turistima. Deo ponude može da se zasniva na organski proizvedenim proizvodima jer turisti danas teže konzumiranju „zdrave hrane“.

U budućnosti poljoprivreda može da postane dodoatni izvor prihoda za domaćinstva koja se bave seoskim turizmom.

Da bi se obezbedili adekvatni uslovi za razvoj ovog vida turizma neophodno je uređenje **etno-kuća** i **etno-naselja**, sa punim konforom za odmor posetilaca, formiranje radionica domaćih radova, škola starih zanata i narodne radinosti kao i tematskih kampova različitih sadržaja.

Osim ova dva vida turizma (banjskog i seoskog), *potreban je razvoj različitih turističkih aktivnosti, pratećih sadržajan i turističkih proizvoda na destinaciji*, koji bi privukli potencijalne turiste i obezbedili celogodišnje poslovanje. Postoje uslovi za razvoj **turizma posebnih interesa**, koji za podlogu ima bogatstvo prirodnih i antropogenih resursa na čitavoj destinaciji, što pruža velike mogućnosti turističke komercijalizacije (lovni, ribolovni, izletnički i rekreativni turizam i dr.) i tzv. događaji (events) u koje su dobro smeštene manifestacije „Mišićevi dani“ , „Vrujacki izvori“ i „Prela i posela“.

Samo područje Banje Vrujci nije poznato kao sportsko-rekreativna destinacija, iako postoji cela paleta mogućnosti i prilika za razvoj **sportsko-rekreativnog turizma** u banji i okruženju. Potrebno je razviti programe koji nude više od mirnih šetnji i vožnje biciklom po okolini. Razvoj treba da se temelji na različitim mogućnostima za aktivan odmor i opuštenu aktivnost tokom cele godine. Stoga je potrebno stvoriti uslove da bi se turisti mogli baviti običnim i brdskim biciklizmom, planinarstvom, padobranstvom, paraglajding, (tandem paraglajding), i sl.

Manifestacije su od velikog značaja za razvoj turizma Banje Vrujci, jer one svake godine privlače veliki broj posetilaca. Neophodna je njihova nadgradnja, više direktnog marketinga i promocija kod ciljnih grupa za pojedine događaje.

Lovni (rubolovni) turizma se može razvijati u okruženju Banje Vrujci. On traži mala ulaganja u prateću infrastrukturu i može brzo da se razvija.

Za razvoj turističke privrede Banje Vrujci primarni cilj predstavlja prilagođavanje turističke ponude stranoj i lokalnoj tražnji. Neophodno je stvoriti uslove za intenzivni razvoj pod kojim se podrazumeva kvalitetan integralni turistički proizvod (sa adekvatnim razvojem svih komponenata „celog“ proizvoda).

U plasmanu turističkog proizvoda, odnosno njegovoj prodaji važnu ulogu bi trebalo da imaju subjekti privrede, a pre svega važnu ulogu će odigrati turističke agencije i turoperator. Nužno je napraviti specijalizovane programe po segmentima tražnje u zavisnosti od ciljnih tržišnih grupa. Programi moraju biti detaljno razrađeni od procesa promocije, propagande, rezervacija, prodaje, prevoza (saobraćaja), svih aktivnosti vezanih za smeštaj i boravak na destinaciji, do ponovnog povratka. Politika cena i kvalitetni odnosi su garancija uspeha.

U kratkom roku treba se fokusirati na segmente domaće tražnje koja objektivno već ima interes za ovim resursima, kao i potencijalnim turističkim vidovima. Na ovaj način bi mogao da se obezbedi početni priliv prihoda od turizma. Akcenat je na Beogradu, Novom Sadu ali i svim velikim urbanim centrima uže Srbije.

Srednjoročno i drugoročno posmatrano duže pozicioniranje bi zahtevalo fokusiranje na tržišne segmente Zapadnoevropskih zemalja. Potencijalno najzainteresovanija bi bila tržišta Nemačke, Holandije, Francuske i Italije za turizam posebnih interesovanja. To se pre svega odnosi na lovni i ribolovni, izletnički turizam, zatim foto-safari, itd.

2.1.2. Prioriteti za razvoj Banje Vrujci

Prioriteti razvoja banje su:

1. **Izgradnja zdravstvenog centra u kome bi se nakon izvršenog lekarskog pregleda od strane banjskog lekara izdao zdravstveni list sa terapijom koja bi se izdala posetiocu banje.** Ovo trenutno nije slučaj, jer u banji postoji samo ambulanta za meštane ali ne i za turiste. Ovo je značajan prioritet koji je potrebno ostvariti kako bi Banja Vrujci dobila status banjskog lečilišta.

2. **Moraju se razgraničiti objekti koje bi koristili bolesnici za lečenje, od objekata koji bi turisti koristili u rehabilitacione svrhe.** Ovo bi vidno doprinelo organizacionom poboljšanju svih usluga u banji i ujedno odgovaralo savremenom konceptu banje koji promovise „wellness centre“ i „spa banje“ gde su sadržaju okrenuti turistima bez obzira na starosnu dob i gde je akcenat na prevenciji.

3. **Formiranje širokog spektra wellness i spa proizvoda** kao što su aromaterapije, različite vrste kupki, šijacu, ručne i anticelulit masaže, anticelulit programi, programi mršavljenja, antistres programi, fitnes programi i sl.

4. **Medicinski tretmani zahtevaju odgovarajuću opremu.** Obzirom na brojne investitore koji žele da pružaju privatne medicinske usluge, mora se propisati minimum ili bolje rečeno standardizacija medicinskih usluga i opreme u ovakvom banjskom centru.

5. Postojeći objekti, pre svega hotel „Vrujci“ i odmaralište „Termoelektro“ ne odgovaraju potrebama savremenog banjskog lečilišta. Objekti koji se grade od strane privatnih investitora **moraju biti podvrgnuti kontroli kako bi mogli pružati usluge koje zahteva banjsko lečenje.**

6. **Kategorizacija smeštajnih objekata i ispunjavanje svih standarda o smeštaju** turista koje su predviđene zakonom je zadatak svih nosilaca turističke aktivnosti na ovoj destinaciji.

7. Da bi se omogućio razvoj banjskog turizma i veća iskorišćenost potencijala Banje Vrujci, neophodna je **kompletno infrastrukturno opremanje banje.**

8. **Povećanje smeštajnih kapaciteta i izgradnja neophodne prateće infrastrukture koja bi upotpunila boravak u banji.** Za celogodišnju ponudu banje značajan je razvoj van pansionskog sadržaja i infrastrukture turističke destinacije. Jedan od sadržaja bi mogao da bude **akva parka.**

9. **Izgradnja sportskih terena** koji bi omogućili turistima da upražnjavaju različite sportstke aktivnosti kao što su na primer košarka, odbojak, mali fudbal, golf i sl. Sem izgradnje ovih terena, neophodna je izgradnja i uređenje **šetnih staza, planinarskih staza, biciklističkih staza,**

trim staza i itinerera za obilazak kulturnog i prirodnog nasleđa, formiranje tzv. „staze zdravlja“ koja je planirana od Banje do Struganika i rodne kuće Vojvode Živojna Mišića.

10. Otvaranje paraglajdinig, planinarskog i konjičnog kluba koji bi privukli veći broj posetilaca i upotpunili boravak u Banji.

2.2. PRIORITETI ZAŠTITE TURISTIČKIH RESURSA I ŽIVOTNE SREDINE

Prioriteti zaštite turističkih resursa i životne sredine Banje Vrujci i njenog neposrednog okruženja su:

1. Racionalno korišćenje i zaštita turističkih resursa;
2. Adekvatna prezentacija i povećanje dostupnosti prirodnih i turističkih resursa;
3. Ulaganje dela prihoda od turizma u zaštitu nasleđa;
4. Uspostavljanje adekvatnog mehanizma finansiranja u cilju rešavanja problema zaštite životne sredine;
5. Vršenje procene ekološkog kapaciteta prostora, formiranje sistema monitoringa i upravljanja uticajima turizma na životnu sredinu;
6. Utvrđivanje Strategije razvoja Banje Vrujci zasnovana na korišćenju slabomineralnih voda;
7. Sprovođenje urbanističkog plana i plansko uređenje i kontrola korišćenja i izgradnje prostora;
8. Zaštita izvorišta termomineralnih voda i kvaliteta voda u vodotocima;
9. Obezbeđivanje dovoljne količine zdravstveno ispravne vode za piće, rekreaciju i proizvodnju;
10. Unapređenje nivoa javne svesti i uvođenje programa ekološkog obrazovanja;
11. Povećanje kapaciteta komunalne infrastrukture;
12. Smanjenje otpada i povećanje stepena reciklaže;
13. Organizovano prikupljanje i bezbedno deponovanje komunalnog, industrijskog i opasnog otpada.

U cilju zaštite životne sredine Banje Vrujci, Strateškom procenom uticaja Plana generalne regulacije za naselje Gornja Toplica na životnu sredinu, izvršeno je ekološko zoniranje naselja.

Ekološke celine su vrednovane prema usvojenim kriterijumima i izdvojene su ekološke zone. Na osnovu predložene valorizacije prostora utvrđene su:

I Ekološka celina „Gornja Toplica“ sa uslovima i merama za korišćenje i uređenje naselja i neposrednog zaleđa, sa ekološkim zonama: „*Krstovo Brdo*“, „*Gerić-Kopljanića-Rosulje*“, „*Popadić*“, „*Piskavice*“, „*Gaj*“.

II Ekološka celina „Banja Vrujci“ predstavlja jedinstven prostor nove moderne Banje, uređene saglasno zahtevima za korišćenjem, uređenjem i organizovanjem priobalja i

neposrednog zaleđa reke Toplice i Lekovite reke kao uzajamno uslovljenog i indirektno povezanog prostora. Ekološke zone su: „*Toplica*“, „*Nova Banja*“, „*Izvori*“.

Ekološke celine su zonirane prostorno i funkcionalno, prema kriterijumima održivog razvoja. Ekološkim zoniranjem prostorno-ekoloških celina, izdvojene su ekološke zone:

I zone sa režimima zaštite: „Izvori“ – zona zaštite izvora slabomineralne vode;

II zone posebnih uslova korišćenja i uređenja: „Nova Banja“ i „Toplica“;

III zone i lokacije sa merama zaštite životne sredine: „Gaj“, „Gerić-Kopljanica-Rosulje“, „Popadic“ i „Piskavica“;

IV zone i lokacije sa ekološkim rizikom, merama sanacije i revitalizacije: kompleks „SI&SI Company“ u zoni „Popadić“, kompleks za planirane delatnosti u zoni „Gaj“, klizišta i nestabilni tereni u zoni „Krstovo Brdo“ i lokacije „divljih deponija“.

Ekološke zone: „Izvori“, „Nova Banja“ i „Popadic“ su *značajne sa aspekta razvoja turizma* jer se u njima nalaze i planirani su turistički, banjski i rekreativni sadržaji. Ekološka zona „Nova Banja“ sa zonom „Izvori“ treba da bude pokretač i okosnica razvoja naselja. U ove tri zone se nalaze: izvorišta slabomineralne vode, banjski parkovi, hotelski kompleks, apartmanski smeštaj, rekreativno kupališni objekti, a planirani su: banjsko-hotelsko lečilišni centri, wellness centri, rekreativno sportska akvatorna staza i dr.

U ekološkim zonama „Gaj“, „Gerić-Kopljanica-Rosulje“ i „Krstovo Brdo“ postoje ograničenja nove izgradnje, jer ovi tereni nisu povoljni za izgradnju zbog pojave aktivnih i umerenih klizištima na kojima je neophodno pošumljavanje. Stoga, u ovim zonama *se neće realizovati turizam*, kao i u zoni „SI&SI Company“ gde se vrši flaširanje slabomineralne vode.

2.3. MOGUĆNOSTI I PRIORITETI ORGANIZACIJE I UREĐENJA PROSTORA

Prioriteti organizacije i uređenja prostora su:

1. Izgradnja, rekonstrukcija i proširenje smeštajnih *smeštajnih kapaciteta* i izgradnja većeg broja *ugostiteljskih objekata*, restorana, kafe-barova i sl.;

2. Izgradnja *tradicionalnih objekata* za potrebe seoskog turizma, uređenje *etno kuća* i *etno naselja*;

3. Izgradnja *akva parka* koji bi bio dobar primer izgradnje imidža destinacije i privlačenja velikog broja turista u banju;

4. Izgradnja *sportskih terena* (otvorenih i zatvorenih) koji bi omogućili turistima različite sportske aktivnosti poput odbojke, košarke, malog fudbala i sl.;

5. Izgradnja *dodatnih sadržaja* za različite aktivnosti, zabavu i edukaciju turista;

6. Razvoj *kulturnog aspekta života*, muzeji, izložbeni paviljoni i galerije, organizovanje brojnih kulturnih manifestacija, izgradnja letnje pozornice, izgradnja zatvorene višenamenske sale;

7. Izgradnja većeg broja *komercijalnih, poslovnih i tržišno-poslovnih objekata*, veća komercija ovih sadržaja, trgovina, poslovnih objekata, banaka;

8. Izmeštanje, uređenje i komunalno opremanje *pijačnog prostora*, izgradnja *šetališne zone – korzoa* i uređenje i *adaptacija parka*;
9. Poboljšanje *vodosnabdevanja*, kompletiranje *mreže za odvođenje atmosferskih otpadnih voda*, rekonstrukcija i dogradnja *kanalizacione mreže*;
10. Uređenje parking površina, izgradnja trotoara i pešačkih staza.

Mogućnosti organizacije i uređenja

Prema Planu deneralne regulacije za urbanističku zonu Banja Vrujci osnovni koncept organizacije funkcije u prostoru planiran je kao dalja kontinualna nadgradnja i transformacija postojeće matrice banjskog naselja u unapređenu strukturu savremene banje, zasnovanim na realnim mogućnostima. Da bi takav koncept mogao kontinualno da se realizuje, zahvat je prema urbanističkim, morfološkim i funkcionalnim karakteristikama, organizovan u dve (2) urbanističke zone i devet (9) urbanističkih celina (Slika 5).

U *urbanističkoj zoni Banja Vrujci*, koja je funkcionalno razgraničena tokovima Toplice i Lekovite reke, između njih, od potoka Gerić do nove crkve, planirano je uređivanje i banjskog kompleksa sa hotelskim, apartmanskim, lečilišnim, sportsko-rekreativnim i komercijalnim sadržajima. Dva nova mosta za kolski saobraćaj i više pešačkih mostova, povezivaće je sa ostalim delovima naselja i okolinom. U ovoj zoni planirane su najveće gustine stanovanja u hotelskom smeštaju, rekonstrukcija postojećih i izgradnja novih smeštajnih kapaciteta u postojećem kompleksu, Nova Banja sa novim hotelskim i lečilišnim objektima, banjskim parkom, komercijalno uslužni kapaciteti, objekti za poslovanje i manifestacije kulture, otvoreni i zatvoreni sportski tereni.

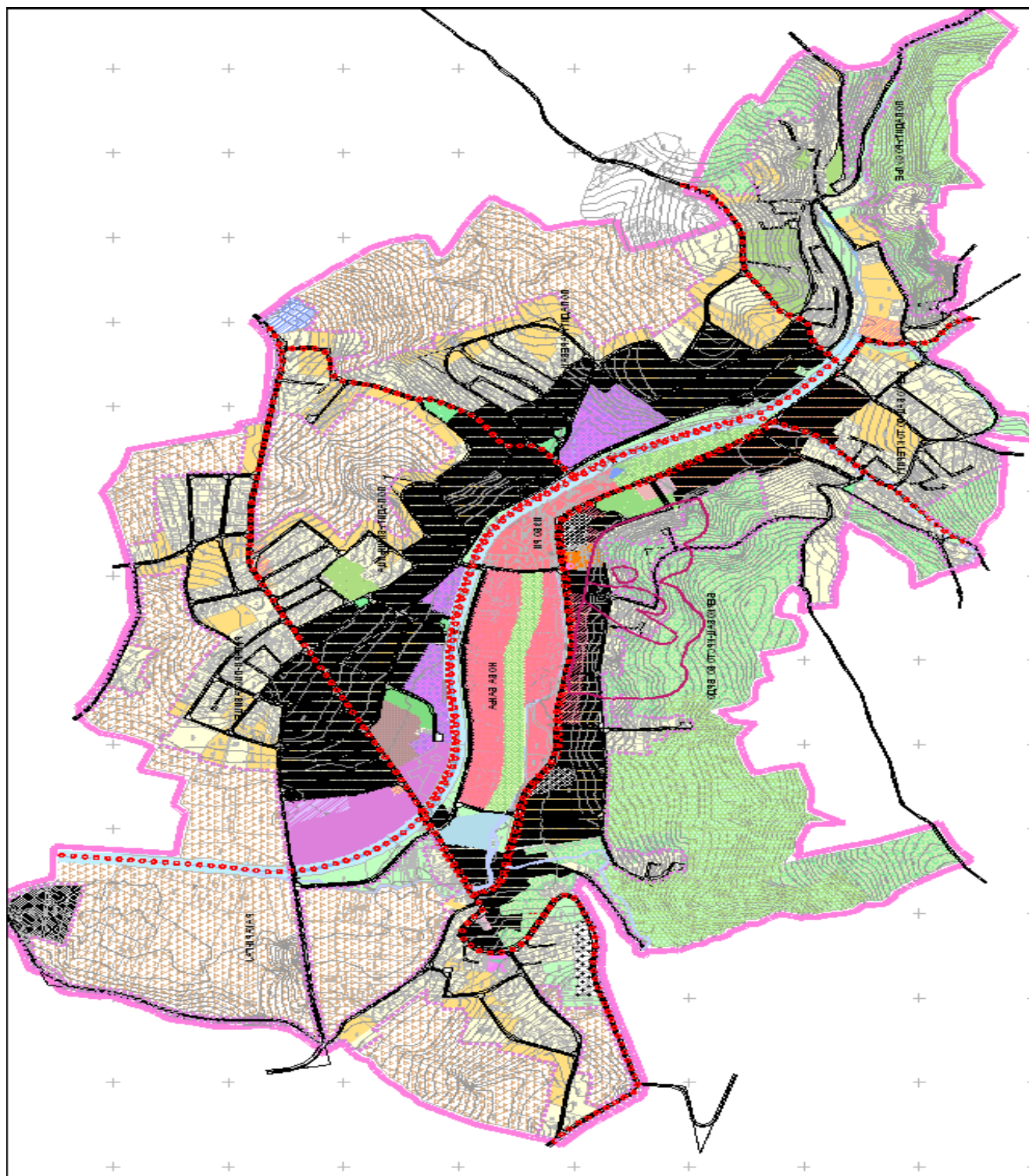
Osnovna urbanistička koncepcija ove zone zasnovana je na formiranju novog banjskog parka duž centralne osovine zone (od postojećeg hotels do crkve), oko koga su formirani blokovi za novu izgradnju, uz izmeštanje postojeće zelene pijace van ove zone i rekonstrukcije postojećeg parka i hotelskog kompleksa sa bazenima.

U *urbanističkoj zoni Gornja Toplica*, koja čini ostali deo prostora u zahvatu Plana, severno i južno od prve zone, za postojeće objekte centralnog sadržaja od opšteg interesa planirana je revitalizacija i dopuna novim programima. Definisane su lokacije za novu autobusku stanicu, parking prostore, nove parkove i vodene površine, planirana regulacija postojećih i novih saobraćajnica, opremanje celokupnom infrastrukturuom, više šuma i zšštitnog zelenila, omogućenje izgradnje novih malih pogona u kućnoj radinosti, a ograničena površina za postojeći pogon Si&Si Company.

Zelenilo

Zelenilo, kao jedan od osnovnih preuslova i predznaka svake banje i banjskog naselja, ima izuzetan značaj za razvoj ovog naselja. Zato su organizacija, klasifikacija i način uređenja zelenih površina, planirani sa izuzenom odgovornošću i pažnjom, u skladu sa prirodnim uslovima, potrebama banje i naselja i pravilima zaštite životne sredine. **Osnovni koncept zelenila mora biti** zasnovan na maksimalnom vrednovanju postojećih zelenih površina,

Slika 6 Podela na urbanističke zone i celine



Izvor: Plan generalne regulacije naselja Gornja Toplica, Skupština opština Mionica, Mionica, 2006. godine

njihovom preoblikovanju, povezivanju, kategorizaciji, pejzažnom i funkcionalno-rekreativnom uređenju i povećanju šumovitosti.

Neophodna je:

- rekonstrukcija i revitalizacija postojećeg parka „Izvori, koji predstavlja specifično i tradicionalno obeležje Banje,
- izgradnja novog banjskog parka „Promenada“, koji će predstavljati centralni, vezni i ekološki motiv novog banjskog prostora,
- formiranje većeg broja naseljskih parkova,
- izgradnja i uređenje malih parkovskih površina – skerova, specifičnog zelenila različitih funkcija, blokovskog, potežno-zonskog i lokacijskog zelenila i sl.

Vodosnabdevanje

Zbog zastatlosti vodovodne mreže i problema sa vodosnabdevanjem tokom letnje sezone potrebna je rekonstrukcija i osavremenjavanje sistema za vodosnabdevanje. Izgradnja sistema za vodosnabdevanje podrazumeva poboljšanje iskorišćenosti vodnih resursa, rekonstrukciju prenosne mreže vodostistema i dogradnju vodovodne mreže, čime bi se obezbedilo pokrivanje celokupne teritorije Banje Vrujci centralnim vodovodom.

Kanalizaciona mreža i upravljanje otpadom

Nužne su investicije u izgradnju postrojenja za prečišćavanje otpadnih voda, dogradnju, odnosno izgradnju fekalne i kišne kanalizacione mreže, regionalne deponije otpada i sl.

Potrebno je rešiti probleme u sakupljanju čvrstog otpada; rešiti pitanja izgradnje deponija i prerade čvrstog otpada; izvršiti; rešiti probleme uklanjanja divljih deponija; obezbediti dovoljan broj specijalnih vozila i intenzivirati odnošenje otpada iz naselja, naročito u toku turističke sezone.

Saobraćaj

Obzirom na nezadovoljavajuće stanje zastora na primarnoj i lokalnoj putnoj mreži neophodna je hitna **rekonstrukcija i osavremenjavanje saobraćajne infrastrukture**, kako po pitanju obezbeđivanja kvalitetnog kolovoznog zastora, tako i po pitanju rešavanja nove saobraćajne funkcionalnosti.

Prioritetne investicije su **asfaltiranje svih ulica u neposrednom okruženju banjskog centra i izgradnja još jedne ulice paralelne sa glavnom**, koja bi je rasteretila i doprinela stabilizaciji saobraćaja u banji i omogućila ravnomernu alokaciju neophodnih sadržaja vezanih za banju kao turističku destinaciju; **izgradnja većeg broja mostova preko reke Toplice** da bi se okolna naselja povezala sa banjskim centrom; **uređenje i osavremenjavanje javne rasvete na celom prostoru banje; postavljanje turističke signalizacije.**

Neophodno je **obezbediti potrebne kapacitete za parkiranje u centru naselja**, urediti postojeće parkiralište, sa uvođenjem sistema naplate i definisati režim parkiranja na javnim saobraćajnim površinama. Do realizacije planiranih namena, neizgrađene površine u centralnom delu naselja se mogu koristiti kao parking površine.

Neophodna je izgradnja autobuskog stajališta ili stanice, koja bi obavljala primarnu funkciju, a imala i mogućnost organizovanja turističkih tura do obližnjih planina i brojnih znamenitosti. Obzirom na potrebe i karakter naselja moguće je **organizovati lokalni javni saobraćaj** specifičnog karaktera i ograničenog obima (turistička razgledna vozila, kombi-taksi, turistički vozići, tradicionalne konjske kočije i slično).

Biciklističkom saobraćaju, koji je u ekspanziji potrebno je obezbediti uslove za bezbedno kretanje putem uspostavljanja odgovarajućih saobraćajno-regulativnih mera i **formiranjem biciklističkih staza**. Biciklistička staza kao jedan od vidova rekreacije u kompleksu Nove Banje, planirana je u regulacionom profilu korita reke Toplica, na vrhu makor korita. Ova staza će služiti za službena vozila vodoprivrede, koja kontrolišu stanje korita i vodostaj.

Upotreba obnovljivih izvora energije

Na području Banje Vrujci **postoje potencijali za korišćenje obnovljivih izvora energije**, i to pre svega **energije sunca, vetra, geotermalne energije, toplotnih pumpi, malih hidro-sistema, otpadne toplote itd.** svaki od ovih izvora ima svoje specifičnosti i uslove pod kojima **je njihovo korišćenje ekonomski opravdano**.

Energija proizvedena na ovaj način je blizu potrošača, što predstavlja veliku prednost. Osim toga energija koja koristi lokalne izvore je pogodna za privatni kapital, ukoliko postoje preduslovi za efikasno funkcionisanje u energetsom sistemu. Ceo ovaj koncept, ukoliko se dobro osmisli i vodi, može obezbediti uravnoteženi razvoj Banje Vrujci i njenog šireg područja.

Rešavanje enrgetskih problema istovremeno je značajno i sa ekološke tačke gledišta. Neophodno je da se smanji svako prekomerno trošenje fosilne energije sagorevanjem i tako spreči preterana kontaminacija prostora, što je posebno značajno za banjaska mesta. Pored ekoloških, time se ostvaruju i značajne ekonomske uštede i koristi.

2.4. PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE UPRAVLJANJA RAZVOJEM TURISTIČKE DESTINACIJE

Uspešan i kvalitetan razvoj turizma u Banji Vrujci u velikoj meri zavisi od organizovanosti turizma na nivou čitave turističke destinacije i od sposobnosti međusobne (konstruktivne) komunikacije između različitih subjekata koji zajedno razvijaju turističku destinaciju Banja Vrujci (javni sektor: Opština i javne službe, privatni sektor: privatni preduzetnici i civilni sektor: domaće stanovništvo i različita društva). Neophodno je postizanje međusektorske saradnje 3 sektora: države (vlade, lokalne samouprave,...), biznisa i

neprofitabilnih organizacija. Partnerstvo donosi brojne prednosti, a glavne koristi od partnerstava su: izbegavanje dupliranja aktivnosti, bolja koordinacija pružanja usluga i korišćenja raspoloživih resursa, pomoć svim sektorima da ostvare svoje ciljeve, povećana obuhvaćenost ciljeva, bolje međusobno razumevanje, povezivanje različitih ciljnih grupa.

Opštinska uprava mora imati ulogu ključnog idejnog partnera u povezivanju različitih institucija, organizacija i preduzeća, čime može uticati na unapređenje privrednog razvoja. Na lokalnom nivou, u saradnji svih lokalnih stejkholdera ostaje da se utvrdi šta je konkretno značajno za razvoj povoljnog okruženja. Od uspešnosti Opštine da prepozna i definiše svoju ulogu u mnogome će zavisiti i njen privredni razvoj.

Projekti koji su prioritetni i koji bi najbolje doprineli ostvarivanju strateških ciljeva:

1. Uspešan razvoj destinacije u razvojnom, programskom i marketinškom smislu može se dešavati samo u okviru principa **destinacijskog menadžmenta** koji se temelji na interesnom udruživanju privrednih subekata, javnog sektora i civilnog sektora. Osnovna preokupacija destinacijskog menadžmenta mora biti pronalaženje sklada između ekonomskih, ekoloških i društvenih ciljeva razvoja. Neophodno je formiranje **menadžmenta turističke destinacije** Banje Vrujci koji mora polaziti od analize okruženja (mikrookruženje, tržište, konkurencija itd.) i pronalaženja šansi, a zaobilaznja pretnji iz okruženja, te saznanja o internim prednostima i nedostacima i na osnovu toga definisanja misije, ciljeva, smernica, strategija i ukupne organizacije turističke destinacije.

2. Formiranje **Informacionog i logističkog centra za razvoj turizma** čije bi osnovne aktivnosti bile da:

obezbeđuje propagandno-informativna sredstva kojima se popularišu i afirmišu mogućnosti na turističkom tržištu; usmerava i koordinira aktivnosti privrednih subjekata i drugih organizacija na formiranju i plasmanu turističkih proizvoda; organizacija aktivnosti u cilju poboljšanja kvaliteta usluga u turizmu, razvijanja turističke svesti, turističke kulture i zaštite i unapređenja životne sredine; realizuje raznovrsne aktivnosti vaspitno-obrazovne aktivnosti; priprema i organizuje razne kulturne i sportske manifestacije u zemlji i inostranstvu; prati i analizira kretanja na domaćem i inostranom tržištu.

3. Formiranje **Fonda za razvoj preduzetništva** sa ciljem podsticanja razvoja preduzetništva, lakšeg pristupa finansijskim sredstvima, unapređenjem saradnje finansijskih institucija i preduzetništva, kao i kvalitetnog življeg okruženja, kako bi se preduzetnicima omogućilo dobijanje povoljnih kredita kao poslovnih banaka.

4. **Edukacija preduzenika** gde bi najpre bio organizovan kurs za preduzetnike: od faze istraživanja uslova za pokretanje preduzetničkih projekata, preko registracije preuzeća ili radnje, izrade biznis planova i strategija izvodljivosti, istraživanja tržišta, pronalaženja prostora, opreme, upravljanje kadrovima, finansijskim sredstvima i sl.

5. Formiranje projekta kojim bi **turistička organizacija „Ribnica“ Mionica** prikupljala i objavljivala informacije o turističkoj ponudi, kategorizaciji privatnog smeštaja i uključivala privatni smeštaj u ukupnu ponudu, kao i posredovanje u pružanju turističkih usluga.

ZAKLJUČAK

Turizam u banjama Srbije ima dugu tradiciju i ova mesta, uz Beograd i veće gradove, mogu se smatrati prioritetnim turističkim područjima i turističkim centrima u Srbiji. Nesumnjivo je da će u narednim decenijama banjski turizam, uz planinski i gradski turizam, spadati u najvažnije turističke proizvode u našoj zemlji, čiji će rezultati najvećim delom zavisiti od uspešnosti primene sledećih mera: očuvanja ekološko-turističkih potencijala, jačanje materijalne osnove turističkog privredništva, tržišna specijalizacija i bolja organizacija turističke ponude.

Banjski proizvod Srbije se zasniva u najvećoj meri na očuvanju prirodnih termomineralnog resursa, razvoju konkurentnih banjskih kapaciteta i sadržaja visokog kvaliteta i to joj daje šansu da međunarodnom tržištu ponudi atraktivan turistički proizvod. U prvom redu treba udovoljiti potrebama za novim programima i očekivanjima gostiju, npr. kombinovati tradicionalne tretmane sa wellnessom, obogatiti ponudu kulturnih sadržaja i sl.

Banja Vrujci je turističko mesto sa šansom da postane poznata evropska banjska i wellness destinacija, privlačna u svim godišnjim dobima, ukoliko bi svoju ponudu zasnovala na: kvalitetnom poboljšanju ukupne turističke ponude, očuvanju mikroklimatskih uslova, pejzažne autohtonosti i tradicionalnih vrednosti, unapređenju i racionalnom korišćenju postojećih potencijala, razvoju savremenim spa & wellness i zdravstvenim programa, sportsko-rekreativnim i relaksacionim sadržajima, kulturno-zabavnim i poslovnim manifestacijama. Da bi se to realizovalo prioriteni cilj Banje Vrujci treba da bude dopuna turističke ponude programima i sadržajima koji prate savremene turističke trendove i obezbeđuju joj status elitnog banjskog mesta u sklopu primarne turističke destinacije Valjevsko-Podrinjske planine.

Razvojem kvalitetnih i raznovrskih dopunskih sadržaja u destinaciji, u mnogome bi se obogatila turistička ponuda Banje Vrujci. Razvoj dopunske ponude (unutar i van smeštajnih objekata) u turističkim destinacijama nužan je preduslov za povećanje iskorišćenja smeštajnih kapaciteta (produženje sezone) i povećanje prosečne potrošnje turista. Neophodno je inicirati i podržati razvoj dopunske turističke ponude Banje Vrujci, koja se bazira na iskorišćenju postojećih potencijala i stvaranju nove turističke ponude, tj. dodatnih atraktivnih sadržaja (zabavni vođeni parkovi, sportsko-rekreativni tereni, spa & wellness centri...).

Najveći deo prirodnih i turističkih resursa tek treba da bude uključen u dalje planove i programe razvoja Banje Vrujci. U svemu tome važnu ulogu treba da ima selektivan, tržišno orijentisan, pravilno koordiniran, strateški razvoj destinacije. Sa uključivanjem komplementarnih privrednih delatnosti, gledano na duži vremenski period, Banja Vrujci može postati faktor, razvoja banjske zajednice, stabilizacije i rasta ukupne ekonomske aktivnosti u ovom regionu.

Obzirom da je turizam jedna od okosnica privrednog razvoja Banje Vrujci, nužno je napraviti prioritete u njenom razvoju koji se mogu i moraju sprovesti u akciju. Jedno od bazičnih načela je o „održivom razvoju“, tim pre što na ovom području postoji relativno dobro očuvan prirodni ambijent, koji je, na žalost, u poslednje vreme počeo da se narušava izgradnjom određenih industrijskih kapaciteta.

Održivi razvoj Banje Vrujci mora biti zasnovana je na bitnim, opredeljujućim komponentama, značajnim potencijalima, stvorenim vrednostima, postojećim uslovima i ograničenjima kao što su: izvori slabomineralnih voda, reke Toplice i Lekovite reke, terenima pogodni za gradnju, obradivom zemljište za proizvodnju bezbedne, biološki vredne hrane, očuvani ekosistemi klamitogene zajednice, udaljenost od velikih izvora zagađivanja, zaleđe Valjevskih planina, prostorni razmeštaj zona stanovanja.

Ukoliko se budu poštovali neki od prioritetnih zahteva turističkog razvoja o kojima je bilo reči u ovom radu, mogu se očekivati i pozitivni efekti.

U godinama koje slede potrebno je ozbiljno pristupiti pozicioniranju Banje Vrujci kao turističke destinacije na turističkom tržištu i to sa dva aspekta banjskog i seoskog turizma. U tom pogledu jedan od prioritetnih zadataka koji stoji pred Opštinom i njenom turističkom organizacijom sa jedne strane, i svim faktorima turističke ponude sa druge strane, bi bilo da radi na izgradnji imidža, koji bi sa jedne strane lakše pozicionirao turističku ponudu ovog kraja prema potencijalnim tržištima, a sa druge strane zainteresovao potencijalne turiste.

Racionalno korišćenje prirodnih i turističkih resursa, očuvanje turističkih resursa i životne sredine i njihovo vrednovanje kroz planski i održivi razvoj turizma, izgradnja i renoviranje turističkih kapaciteta, uvođenje savremenih atraktivnih turističkih sadržaja i programa, investiranje u znanje i stručnost zaposlenih, jačanje marketing aktivnosti, spadaju u ključne generatore, odnosno nosioce daljeg razvoja i garancije uspešnosti turističke destinacije Banja Vrujci. Sve to dalje vodi ka dostizanju nivoa savremenje banje, većem broju domaćih i stranih turista, njihovom dužem boravku u Banji Vrujci, povećanju njihove potrošnje, a samim tim i ukupnom razvoju opštine i turističke destinacije Valjevsko-Podrinjske planine.

Obavljenim istraživanjem potvrđena je generalna hipoteza da kvalitativnim poboljšanjem ukupne turističke ponude, očuvanjem turističkih resursa i životne sredine i njihovim vrednovanjem kroz planski i održivi razvoj turizma, turistička destinacija Banja Vrujci može dostići nivo savremene banje, a zajedno sa Banjom Koviljačom afirmisati banjski turizam i doprineti ukupnom razvoju opštine i turističke destinacije Valjevsko - Podrinjske planine.

LITERATURA

1. Jovičić D., Stanje i perspektive banjskog turizma u Srbiji - Orginalan naučni rad, Glasnik Srpskog geografskog društva br.4, Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Beograd 2008. godine
2. Hrabovski Tomić E., Destinacije zdravstvenog turizma (sa osvrtom na banje Vojvodine), Prometej, Novi Sad, 2006. godine
3. Cohen M, Bodeher G, Understanding the global spa industry: Spa management, Oxford, 2008. godine
4. Plan generalne regulacije naselja Gornja Toplica, Skupština opština Mionica, Mionica, 2006. godine;
5. Plan detaljne regulacije za urbanističku zonu Banja Vrujci, Skupština opština Mionica, Mionica, 2008. godine;
6. Prostorni plan Republike Srbije od 2010. do 2020. godine, Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja, Agencija za prostorno planiranje, Beograd, 2010. godine
7. Romelić J., Turističke regije Srbije, Univerzitet u Novom Sadu: Prirodno-matematički fakultet, Department za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad, 2008. godine
8. Strategija razvoja turizma Republike Srbije, Horwath Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, 2006. godine
9. Strategija razvoja opštine Mionica, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd, 2008. godine;
10. Strategija razvoja turizma Republike Srbije, Horwath Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, 2006. godine
11. Strateška procena uticaja Plana generalne regulacije naselja Gornja Toplica na životnu sredinu, ECOlogica Urbo, Kragujevac, 2006. godine;
12. Sokobanja – Master plan turističke destinacije, Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Republike Srbije, Beograd, 2007. godine
13. Smith M., Puczko L., Health and wellness turizam, Oxford, UK: Butterworth - Heinemann/Elsevier, 2009. godine
14. Stanković S, Lukić B, Planiranje, uređenje i zaštita banjskih i klimatskih mesta, Asocijacija prostornih planera Srbije, Geografski fakultet univerziteta u Beogradu, Beograd, 2006. godine
15. Statistički godišnjak Srbije za 2010. godinu, Republički zavod za statistiku Srbije, Beograd
16. Statistika za 2010. godinu, Turistička organizacija „Ribnica“, Mionica,
17. Živković R., Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd 2008. godine

Power Point Prezentacija:

Čutović M., PRVA NOVA BANJA: Novi, savremeni koncept korišćenja prirodnih lekovitih činilaca

Internet adrese:

<http://www.enit.it>

<http://franceturism.com>

<http://www.antlanticocongresos.com/turismotermal>

<http://www.statserb.sr.gov.yu>

www.udruzenjebanja.co.rs