

UNIVERZITET SINGIDUNUM
DEPARTMAN ZA TURISTIČKI I HOTELIJERSKI
MENADŽMENT



DIPLOMSKI RAD

STRATEŠKI PRAVCI RAZVOJA TURIZMA KOSJERIĆA

MENTOR:

prof. dr Jovan Popesku

STUDENT:

Zorka Lukić

Broj indeksa: E-III-2/2007

Beograd

2010.

SADRŽAJ

UVOD.....	3
1. RESURSI ZA RAZVOJ TURIZMA KOSJERIĆA	5
1.1. Prirodni resursi	5
1.2. Kulturno-istorijski resursi.....	6
1.3. Privreda.....	11
1.3.1. Saobraćaj i komunikacije	12
1.3.2. Hotelijerska ponuda opštine Kosjerić – kapaciteti za smeštaj i ishranu	14
1.3.3. Turistička organizacija Kosjerića	17
2. OCENA DOSADAŠNJEG RAZVOJA TURIZMA KOSJERIĆA.....	20
2.1. Turistički promet.....	20
2.2. Struktura turista.....	24
2.3. Karakteristični vidovi turizma sa posebnim osvrtom na seoski turizam	25
3. OSNOVE DEFINISANJA STRATEŠKIH PRAVACA RAZVOJA TURIZMA KOSJERIĆA	35
3.1. Upravljanje turizmom u Kosjeriću.....	35
3.1.1. Situaciona analiza	37
3.1.2. Definisanje misije, ciljeva i smernica.....	40
3.1.3. Formulisanje odgovarajućih marketing strategija.....	42
3.1.4. Dizajniranje organizovanosti i razvoj informacionih sistema.....	43
3.1.5. Kontrola ukupne aktivnosti	45
3.2. Seoski turizam - važnost za razvoj turizma Kosjerića.....	46
3.2.1. Društveno–ekonomski uticaj koji ostvaruje seoski turizam	46
3.2.2. Konkretno aktivnosti i ulaganja u turizmu	47
ZAKLJUČAK	50
LITERATURA.....	51

UVOD

Po svojim ekonomskim, sociološkim, psihološkim, političkim i drugim konotacijama, turizam kao fenomen nema pandana u nekoj pojavi ili fenomenu u svetu.

Može se reći kako nema zemlje u svetu, koja u većoj ili manjoj meri, ne razvija domaći ili međunarodni turizam. Osnovna karakteristika savremenog turizma je masovnost, tj. veliki broj učesnika u turističkim putovanjima.

Turizam predstavlja složen, otvoren sistem koji čini set podсистema i socioekonomskih i prirodnih odnosa i pojava nastalih kao rezultat interakcije podсистema – nosilaca ponude, posrednika, privrednih asocijacija i komora, javnog sektora, turista, rezidenata, pratećih usluga.¹

Republika Srbija je na putu definisanja onih razvojnih klastera i privrednih sektora sa šansama za uspeh gde će samostalno i uz podršku međunarodne zajednice morati da što pre izgradi i realizuje konkurentne strategije rasta. Turizam se u tom kontekstu nameće kao nezaobilazan kompleks gde postoji neiskorišteni potencijal rasta. Srpske turističke atrakcije nisu dosad dovoljno valorizovane iz jednostavnog razloga što turizam nije nikad bio ozbiljna tema razvojne politike Srbije.²

Iako poseduje dosta neophodnih elemenata da bi razvijala turizam, opština Kosjerić treba jasnu strategiju razvoja turizma kako bi u budućnosti postala uspešna turistička destinacija.

U ovom radu biće reči o resursima ove opštine i planovima vezanim za unapređenje turističke ponude. Cilj istog je, da se na bazi ocenjenih nedostataka i istaknutih prednosti, predlože elementi za unapređenje, planiranje i podsticanje razvoja turizma u opštini Kosjerić, kao i sistem menadžmenta.

U radu ćemo nastojati da pokažemo da i opština Kosjerić može postati uspešna turistička destinacija ukoliko se sklopi odgovarajući organizacioni model koji bi zadovoljio, kako turistu, tako i one koji pružaju usluge.

¹ Zečević B., Marketing turističkih destinacija – uloga informacione tehnologije, Jugo knjiga komerc, Beograd, 2007., str. 26.

² Horwath Consulting Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, Strategija turizma Republike Srbije, Beograd, 2006., str. 1.

U radu je korišćena analitičko-sintetička metoda, zasnovana na saznanjima autora iz oblasti teorije turizma i menadžmenta turističke destinacije. Zastupljena je i deskriptivna metoda, a SWOT analizom ukazaćemo na snage i slabosti sa jedne strane i na šanse i opasnosti sa druge strane. Na samoj destinaciji izvršeno je prikupljanje dokumentacije, podataka i informacija zakonodavnog i stručnog karaktera (statistički podaci, investicije i sl.). Izvor informacija i dokumentacije su ustanove – Turistička Organizacija Kosjerić, Skupština opštine Kosjerić, Hotel „Skrapež“, Motel „Izvor“, Planinarsko ekološko društvo „Subjel“, Lovačko udruženje, kao i seoska domaćinstva i internet.

Zbog perspektive koju razvoj turizma ima na području opštine Kosjerić, naročito seoskog, neophodno je usvojiti i implementirati program razvoja turizma.

1. RESURSI ZA RAZVOJ TURIZMA KOSJERIĆA

1.1. Prirodni resursi

Opština Kosjerić nalazi se u Zapadnoj Srbiji, na pola puta između Valjeva i Užica. Obuhvata gornji sliv i izvorišta reka Skrapeža i Kladorobe i širi se, ka severu, po obroncima planina Maljena i Povlena. Ka jugu širi se do planina Crnokose i Jelove Gore.

Na području opštine postoji 26 sela i grad Kosjerić. Najveći broj naselja je u rečnim dolinama, u onim delovima gde prestaju šume i počinju livade. Jedan broj sela nalazi se na nadmorskoj visini od oko 1000 metara, dok se sam grad nalazi na 420 metara nadmorske visine. Kotlina u kojoj se nalazi grad proteže se na jugu ka Požegi.

Grad Kosjerić nalazi se u dolini koja je na tom mestu široka i do 1 km. Dolina je okružena planinama između kojih protiču manje reke od kojih je najpoznatija Skrapež. To je najsevernija opština Zlatiborskog okruga u kojoj živi oko 12500 ljudi, dok u samom gradu živi 5000 stanovnika. Sam grad je na izuzetnom geografskom položaju jer se nalazi na putu koji povezuje Vojvodinu i Beograd sa Jadranskim morem, a u blizini su i poznati turistički centri Divčibare, Tara i Zlatibor.

Pošto je okružen planinama i nalazi se na 420 metara nadmorske visine, grad ima kontinentalnu klimu. Sa oko 2000 sunčanih sati godišnje, područje opštine Kosjerić izuzetno je povoljno za turiste u letnjoj i zimskoj sezoni. Zime su hladne sa puno snega, pravi planinski ambijent, dok su leta umereno topla sa prohladnim noćima. Jesen je toplija od proleća i vizuelno privlačnija, naročito u brdskim predelima sa listopadnom vegetacijom.

Područje opštine Kosjerić primi godišnje oko 750 mm padavina. Preko ovog kraja duvaju različiti vetrovi, iz više pravaca. Najčešći je vetar sa severozapada. Hladni vetrovi duvaju sa Drine i poznati su po tome što donose padavine. U proleće i jesen duvaju vetrovi iz pravca Zlatibora, koji nagoveštavaju promenu vremena.³

³ www.kosjeric.in.rs

Uopšteno govoreći, ovo je područje raznovrsne i prijatne klime, što se vidi po izraženoj vegetaciji, veoma pogodnoj za razvoj pojedinih grana poljoprivrede, mahom voćarstva. Ovo je kraj poznat po gajenju malina i šljiva i po dobroj rakiji.

Slika br.1. Panorama Kosjerića



Izvor: www.panoramio.com

1.2. Kulturno-istorijski resursi

U srednjem veku ovaj kraj je bio u sastavu države Nemanjića sve do pada Srbije pod tursku upravu, 1463. godine. Tokom naredna dva veka ovde su se, jednako kao i pre Turaka, ukrštali putevi koji su vodili od mora ka Zapadnoj Srbiji i ka Podunavlju i Istoku.

Tačno vreme naseljavanja područja današnje opštine Kosjerić teško je utvrditi. Osetniji dolazak stanovništva počeo je u drugoj polovini XVIII veka, uoči narodne pobune poznate pod nazivom „Kočina krajina“. Uglavnom su se doseljavali ljudi iz Crne Gore, istočne Bosne, sa Zlatibora i sa Tare. Smatra se da najstariji doseljenici potiču iz porodice Kosijer.

Kosjerić je počeo ubrzano da se razvija tek 1882. godine iako mu je u tome smetala blizina većih mesta kao što su Valjevo i Požega. Za varoš je proglašen 1893.

godine, a za grad 30. aprila 1966. godine i ubrzano se razvija od prolaska pruge Beograd – Bar.

Na teritoriji opštine Kosjerić ima blizu stotinu kulturno-istorijskih spomenika, koji svedoče o dinamičnoj prošlosti ovog kraja. Svi visovi u okolini „sačuvali su na sebi zidine“. Posebno se ističu Subjelska čuka u Subjelima, Taorska u Taorima, Gradina u Kosjeriću itd. U zoni njihovog prostiranja nađeni su stari novac, oružje, ostaci zidina. Ova mesta su danas jedva dostupna zbog guste šume ili okomitih uspona.⁴

Crkva brvnara u selu Seča Reka primer je plahovitih istorijskih zbivanja koja su carovala u ovim krajevima. Po nekim podacima podignuta je u XV veku. Više puta je paljena i ponovo podizana da bi današnji izgled dobila u vreme Karađorđa 1812. godine. U crkvi se nalazi nekoliko izrazito vrednih eksponata: veći broj ikona, „Zlatne dveri“ donete iz Hercegovine, putir iz 1812. godine – rad nepoznatog kujundžije i relikvija doneta iz Svete Gore (Slika br.2).

Slika br. 2. Crkva brvnara u selu Seča Reka



Izvor: www.kosjeric-online.com

⁴ Pavlović Lj., (priredio Vladan Jovanović), Užička Crna Gora, Grafičar, Užice, 1995., str. 56.

Ispred doma kulture u Kosjeriću postavljen je spomenik vođi Prvog srpskog ustanka Karađorđu Petroviću (Slika br.3). Urađen je u prirodnoj veličini, od belog mermera. Delo je vajara prof. Karavelića.

Slika br. 3. Spomenik Karađorđu Petroviću



Izvor: www.kosjeric.in.rs

Drugi svetski rat u ovim krajevima protekao je u neprekidnim borbama protiv okupatora. U slavu poginulima u gradu je uređen spomen-park. Poseban značaj ima spomenik streljanim rodoljubima na prevoju Bukovi, oko 20 km severno od Kosjerića na putu ka Valjevu. Na tom mestu je, 28. jula 1941. godine streljan 81 stanovnik ovog kraja u znak odmazde za jednog ubijenog nemačkog vojnika.

Turski han u gradu Kosjeriću izgrađen je 1854. godine za vreme turske okupacije i nalazi se pod zaštitom države kao važan istorijski spomenik. Ispred hana nalazi se spomenik prvom doseljeniku u ove krajeve – Antoniju Kosjeru, osnivaču grada Kosjerića (Slika br.4).

Slika br. 4. Spomenik Antoniju Kosjeru ispred turskog hana



Izvor: www.kosjeric.in.rs

U okviru narodne biblioteke u Kosjeriću nalazi se legat poznate slikarke Lize Marić Križanić, sestre književnika i profesora Sretena Marića, kao i dela poznatih književnika iz ovog kraja.

„**Čobanski dani**“ je manifestacija koja svake godine u julu mesecu privlači mnogobrojne turiste iz zemlje i inostranstva i koja predstavlja negovanje stare tradicije kosjerićkih čobana.

Sadržaj manifestacije su raznolika nadmetanja mladih čobana i čobanica: „Staro pevanje u Srba“, „Čobanske igre“, izbor za najlepšu čobanicu, itd. (Slika br.5).

Posetioци ove manifestacije, pored predivnih utisaka i mnoštva fotografija, neretko kućama ponesu i raznovrsne suvenire iz ovog kraja (Slika br.6).

Koreni manifestacije su u tradicionalnom narodnom vašaru koji se održavao na Pavlovdan, na mestu okupljanja čobana iz užičkog, bajnobaštanskog i kosjerićkog kraja. Prvi „Čobanski dani“ održani su 1980. godine na brdu Grad, 7 km od Kosjerića, na nadmorskoj visini od 1.022 m. Ostali su upamćeni po neočekivanoj poseti od oko 20.000 ljudi i učešću oko 400 izvođača programa.

Slika br. 5. Manifestacija „Čobanski dani“



Izvor: www.kosjeric-online.com

Pored kulturnih programa zastupljeni su i drugi sadržaji, kao što su izložba poljoprivredne mehanizacije i meda, zabavni program koji obuhvata rok koncerte i sadržaje za najmlađe itd.

Slika br. 6. Manifestacija „Čobanski dani“- izložba domaće radinosti



Izvor: www.kosjeric.in.rs

Još jedna atrakcija na teritoriji opštine svakako je **Međunarodna manifestacija savremene umetnosti**, koja okuplja mlade iz velikog broja zemalja. Održava se svake godine u avgustu u organizaciji udruženja građana „K-Town group“.

Uz raznovrsnost sadržaja i slobodu umetničkog izražavanja u autentičnom i osobenom okruženju, mladi iz Srbije i inostranstva svoj doživljaj Kosjerića i okoline pretaču u umetnička dela: slike, murale, muziku, poeziju, filmove, itd., koja ostaju Kosjeriću i njegovim gostima na dar i podsticaj za dalja druženja na narednim umetničkim kampovima (Slika br.7).

Kamp sadrži četiri radionice sa 30 stranih učesnika, mladih volontera iz čitavog sveta i jednu dečiju radionicu u kojoj učestvuju mališani iz Kosjerića.

Kampom rukovode strani i domaći profesionalci u datim oblastima i otvoren je za sve zainteresovane domaće učesnike kojih je iz godine u godinu sve više. Do sada je preko 150 mladih iz 29 zemalja učestvovalo na umetničkom kampu. Programi kampa koji se prikazuju u Kosjeriću i Beogradu svake godine su intenzivno praćeni mnogim lokalnim i državnim medijima.

Slika br. 7. Manifestacija Međunarodni umetnički kamp



Izvor: www.kosjeric-online.com

1.3. Privreda

Kosjerić se svrstava u nekoliko prvih gradova u državi po bruto nacionalnom dohotku i prosečnim zaradama, što se javlja kao posledica profitabilnog poslovanja Cementare Titan sa jedne, i niske stope zaposlenosti, odnosno visoke stope nezaposlenosti sa druge strane.

Privatizacija je u Kosjeriću završena sa polovičnim uspehom.

Neuspešna privatizacija u nekoliko većih preduzeća („Povlen“, „Grad“, „Kofeniks crep“, „Javor“ i „Moda“) izazvala je otpuštanje velikog broja radnika. Nad pojedinim preduzećima pokrenut je i stečajni postupak („Univerzal“ doo). Posledice neuspešnih privatizacija i propalih poslovnih angažmana su i prazne fabričke hale, kojih na teritoriji opštine ima nekoliko. U poslednje vreme, a naročito u 2009. godini, izraženi su problemi nelikvidnosti i nedostatka obrtnog kapitala, karakteristični i za Srbiju u celini.⁵

⁵ Opština Kosjerić, Strategija ekonomskog razvoja opštine Kosjerić za period 2010-2014. godine, Kosjerić, 2010., str. 16.

Pored proizvodnje cementa, u industrijskoj proizvodnji najveće učešće ima proizvodnja ostalog građevinskog materijala (betonske cevi, crep, montažni objekti), elektroindustrija, proizvodnja metalnih proizvoda i prehrambena industrija.

U selima Kosjerićke opštine razvijeno je stočarstvo i voćarstvo, u okviru koga malina ima poseban značaj. Ovaj kraj je poznat i po prirodnoj rakiji sa zaštićenim geografskim poreklom. U selima ove opštine godinama se razvija seoski turizam.

U Kosjeriću je, prema poslednjim podacima, registrovano 589 privrednih subjekata sa pretežno privatnim i akcionarskim kapitalom, koji su uglavnom koncentrisani u sektoru usluga (restorani, prodavnice, kafići i delatnost prevoza).⁶

1.3.1. Saobraćaj i komunikacije

Značaj razvoja saobraćaja sa stanovišta uticaja na razvoj ekonomije i turizma jedne regije/opštine (Slika br.8) nije potrebno posebno naglašavati.

Slika br. 8. Saobraćajni aspekti uticaja na razvoj turizma svake destinacije



Izvor: Strategija razvoja turizma grada Beograda, IEN, Beograd, 2008, str.26.

⁶ isto, str. 16.

Kosjerić je od Valjeva udaljen 46 km, od Užica 47 km, od Beograda 136 km, a 140 km od crnogorskog primorja (Slika br.9).

Kroz grad prolazi magistralni put koji na severu čini vezu sa Podrinjem, Vojvodinom i dalje sa srednjom i istočnom Evropom. Na jugu, ovaj put se neposredno posle Užica račva u dva pravca: jedan vodi ka južnom, a drugi ka srednjem Jadranu.

Ipak, jedno je geografski položaj Kosjerića, a drugo kvalitet saobraćajne mreže i ponude prevoznih sredstava koji nisu na zadovoljavajućem nivou. Treba napomenuti da kroz Kosjerić već godinama saobraća samo jedna autobuska linija koja povezuje sever Srbije sa Kosjerićem. Putna infrastruktura na relaciji Kosjerić – Valjevo problematična je već nekoliko godina, usled odrona na pojedinim deonicama. Takođe treba istaći da je jako loša saobraćajna veza sa Beogradom – od javnog prevoza postoji samo železnička linija.

Pruga Beograd – Bar, puštena u promet 1972. godine doprinela je da opština Kosjerić postane bliža i dostupnija svima koji žele da je posete. Pruga prolazi kroz živopisne i turistički privlačne predele. Za sada, postoje dve vozne linije na dnevnom nivou, koje Kosjerić povezuju sa Beogradom sa jedne strane, a Crnom Gorom sa druge.

Slika br. 9. Saobraćajni položaj Kosjerića



Izvor: www.baneprevoz.com

1.3.2. Hotelijerska ponuda opštine Kosjerić – kapaciteti za smeštaj i ishranu

Najznačajniji uticaj na obim turističkog poslovanja u određenom turističkom mestu imaju kapaciteti za smeštaj i ishranu.

Pod hotelijerstvom se podrazumeva onaj deo ugostiteljstva kao privredne delatnosti, koji pruža set osnovnih usluga vezanih za svako putovanje. Taj set usluga obezbeđuju odgovarajuća preduzeća, bez obzira da li, po nomenklaturi, pripadaju delatnosti ugostiteljstva, ili su delovi preduzeća koja matično pripadaju drugim privrednim oblastima i delatnostima.⁷

Ugostiteljski objekti za pružanje usluga smeštaja na teritoriji opštine jesu:

- **Motel „Izvor“** (Slika br.10), sa dve zvezdice i kapacitetom od 12 soba (30 ležajeva). Motel je vlasništvo višestrukog šampiona kulinarstva Milijana Stojanića. Nalazi se pored magistralnog puta Beograd – Valjevo – Užice, na 1 km od centra grada. Smeštajni blok motela ima prizemlje i jedan sprat. Restoran raspolaže sa 200 sedišta. U okviru motela posluje i aperitiv bar, koji raspolaže sa 20 konzumnih mesta. Bašta restorana ima oko 60 mesta i veoma je lepo uređena i predstavlja vrlo atraktivan ambijent za posetioce. Osim prostora za pružanje osnovnih usluga, u okviru motela nalaze se i bodibilding klub, diskoteka i sala za rekreativne aktivnosti. U ovom objektu se neretko organizuju stručni seminari, promocije, prijemi, balovi, svadbena veselja, itd. Česti gosti motela su sportska društva, klubovi, ekskurzije učenika.

Nažalost, poslednjih godina, ekonomska situacija u sektoru usluga nije na zavidnom nivou, na šta ukazuju i rezultati poslovanja pomenutog objekta. Motel opstaje, ali je bez obzira na tu činjenicu neophodno preduzeti određene korake u cilju uspešnijeg poslovanja.

Neophodno je poraditi na unutrašnjem uređenju samog objekta – reorganizaciji pojedinih delova, kao i na poboljšanju tehničkog održavanja. Nadasve, neophodne su i promene u menadžmentu, kao i

⁷ Čačić K., Poslovanje preduzeća u turizmu, Ekonomski fakultet, Beograd, 1998.,str.3.

stručno usavršavanje i obrazovanje kadrova, jer je trenutna kadrovska struktura daleko od poželjne.

Slika br. 10. Motel „Izvor“



Izvor: www.kosjeric-online.com

- **Hotel „Skrapež“** (Slika br.11), sa dve zvezdice i kapacitetom od 40 soba, lociran je u samom centru grada, na obali istoimene reke. Okružen je različitim institucijama, organizacijama i sl. U sklopu hotela nalazi se restoran sa 260 sedišta, kafana sa 120 mesta, aperitiv bar sa 24 mesta, banket sala sa 40 mesta, otvorena terasa, poslovna sala za sastanke, savetovanja i seminare sa 80 sedišta, banka i menjačnica. Hotel ima prizemlje i tri sprata. Objekat je prilično razućen, sa više denivelisanih krovnih površina, po mnogima vrlo lep i atraktivan, i kao takav privlači pažnju posetioca i daje efekat u procesu promocije i prodaje.

U vlasništvu hotela je i moderan otvoreni olimpijski bazen sa pratećim sadržajima. Smešten je u najlepšem delu grada, okružen asfaltiranim terenima za različite sportove. U njegovoj blizini izgrađen je moderan fudbalski stadion sa tribinama.

U hotelu se organizuju stručni seminari, savetovanja, promocije, balovi, svadbena veselja i sl. Česti gosti hotela su sportska društva, klubovi, ekskurzije učenika.

Pitanje vlasničkog statusa hotela dugo je rešavano. Odnedavno, objekat je u vlasništvu firme „N.S.T.“ doo Kosjerić, koji će tokom 2010. godine investirati u rekonstrukciju istog. Početak radova planira se za 01.04.2010. godine, tako da objekat trenutno nije u funkciji.⁸

S obzirom da kadrovska struktura ni u ovom objektu nije na zadovoljavajućem nivou, neophodna su dodatna ulaganja u ovom pravcu.

Slika br. 11. Hotel „Skrapež“



Izvor: www.kosjeric-online.com

Ljudi kao instrument uslužnog marketing miksa podrazumevaju sve osobe uključene u uslužni proces, gde su sa jedne strane zaposleni, a sa druge korisnici usluga, i ostali potrošači, kao osobe koje mogu uticati na ukupnu percepciju usluge... kvalitet

⁸ Opština Kosjerić, Strategija ekonomskog razvoja opštine Kosjerić za period 2010-2014. godine, Kosjerić, 2010., str. 19.

uslužnog procesa i satisfakcije potrošača zavise od uslužne korporativne kulture, liderskog menadžmenta, upravljanja ljudskim resursima i uticaja potrošača.⁹

Od ostalih objekata za pružanje ugostiteljskih usluga ističu se dva restorana domaće kuhinje, picerija, kao i nekolicina kafića.

Ponuda privatnog smeštaja na teritoriji opštine bogatija je iz godine u godinu, s obzirom da se sve veći broj domaćinstava uključuje u promociju seoskog turizma, jer kraj oko Kosjerića ima idealne pogodnosti za razvoj istog. Ukupan broj ležaja u privatnom smeštaju iznosi 150, sa napomenom da se broj istih iz godine u godinu povećava. U daljem tekstu ovog rada biće više reči o ponudi privatnog smeštaja u selima opštine Kosjerić. Neophodno je napomenuti da se kao posrednik u plasmanu turističkih usluga koje pružaju domaćinstva na teritoriji opštine, izdvaja Turistička organizacija Kosjerića koja na taj način preuzima ulogu turističkih agencija. Pored pomenute organizacije, o kojoj će biti više reči u sledećem delu ovog rada, na teritoriji opštine Kosjerić ne postoje preduzeća koja se bave delatnošću turističkih agencija.

1.3.3. Turistička organizacija Kosjerića

Za teritoriju jedinice lokalne samouprave nadležni organ može osnovati turističku organizaciju opštine, odnosno grada, ili obavljanje tih poslova poveriti drugom pravnom licu. Turistička organizacija jedinice lokalne samouprave obavlja poslove:¹⁰

1. Unapređenja i promocije turizma jedinice lokalne samouprave;
2. Podsticanja programa izgradnje turističke infrastrukture i uređenja prostora;
3. Koordiniranja aktivnosti i saradnje između privrednih i drugih subjekata u turizmu koji neposredno i posredno deluju na unapređenju i promociji turizma;
4. Donošenja godišnjeg programa i plana promotivnih aktivnosti u skladu sa Strategijom promocije turizma, planovima i programima TOS-a;
5. Obezbeđivanja informativno-propagandnog materijala, kojim se promovišu turističke vrednosti jedinice lokalne samouprave (štampane publikacije, audio i

⁹ Veljković S., Marketing usluga, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006., str. 366.

¹⁰ Popesku J., redaktor, Menadžment turističke destinacije, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008., str. 27. (preuzeto iz Zakona o turizmu iz 2009., član 39, str.14.)

- video promotivni materijal, internet prezentacija, suveniri i sl.), a u saradnji sa nadležnim organima i turističke signalizacije za turistička mesta;
6. Prikupljanja i objavljivanja informacija o celokupnoj turističkoj ponudi na svojoj teritoriji, kao i druge aktivnosti značajne za turizam;
 7. Organizovanja i učešća u organizaciji turističkih, naučnih, stručnih, sportskih, kulturnih i drugih skupova i manifestacija;
 8. Formiranja turističko-informativnih centara (za prihvata turista, pružanje besplatnih informacija turistima, prikupljanje podataka za potrebe informisanja turista, upoznavanje turista sa kvalitetom turističke ponude, upoznavanje nadležnih organa sa pritužbama turista i dr.);
 9. Druge aktivnosti u skladu sa osnivačkim aktom i statutom.

Turistički savez opštine Kosjerić osnovan je 1981. godine. Već naredne godine videli su se rezultati njegovog delovanja. Broj gostiju seoskih domaćinstava se udvostručio.

Glavni zadaci Turističke organizacije Kosjerića (Slika br.12) su promocija i prezentacija turističkih vrednosti i potencijala ovoga kraja, kao i donošenje planova i programa promotivnih aktivnosti sa ciljem unapređenja turizma na teritoriji opštine Kosjerić. Turistička organizacija podstiče popularizaciju sportsko-rekreativnih i drugih pratećih sadržaja javnog karaktera značajnih za unapređenje kvaliteta turističke ponude.

Slika br. 12. Logotip Turističke organizacije Kosjerić



Izvor: www.kosjeric-online.com

Turistička organizacija Kosjerića aktivno učestvuje u organizaciji najpoznatijih turističkih manifestacija ovoga kraja „Čobanski dani“ i „Dani seoskog turizma“.

Turistička organizacija Kosjerića nastupa svake godine na sajmovima turizma u Beogradu i Novom Sadu u okviru Turističke organizacije regije Zapadna Srbija.¹¹

¹¹ www.zapadnasrbija.org.rs, www.cobanskidani.rs

Dosadašnji stihijski razvoj turizma na teritoriji opštine posledica je nepostojanja strategije razvoja, a takođe ni snažne odluke organa lokalne samouprave da se ovoj delatnosti posveti pažnja kakvu zaslužuje.

Zbog perspektive koju razvoj seoskog turizma ima na području opštine, ali i značaja za unapređenje kvaliteta života svih učesnika u ovom razvoju, neophodno je usvojiti i implementirati program razvoja turizma. Uloga Turističke organizacije Kosjerića od presudnog je značaja u ovim aktivnostima.

2. OCENA DOSADAŠNJEG RAZVOJA TURIZMA KOSJERIĆA

2.1. Turistički promet

Podaci o turističkom prometu prikazani su na nivou opštine Kosjerić i datiraju od 1982. do 2008. godine (Tabela br.1). Kao što se iz tabele može videti, pozitivna dinamika prisutna je u periodu od 1982. do 1992., nakon čega dolazi do pada svih parametara (broj gostiju, noćenja i prosečna dužina boravka). Negativna dinamika posle 1992. godine javlja se kao rezultat teškog sveopšteg stanja u zemlji. Poslednje dve godine karakteriše blag porast pomenutih parametara.

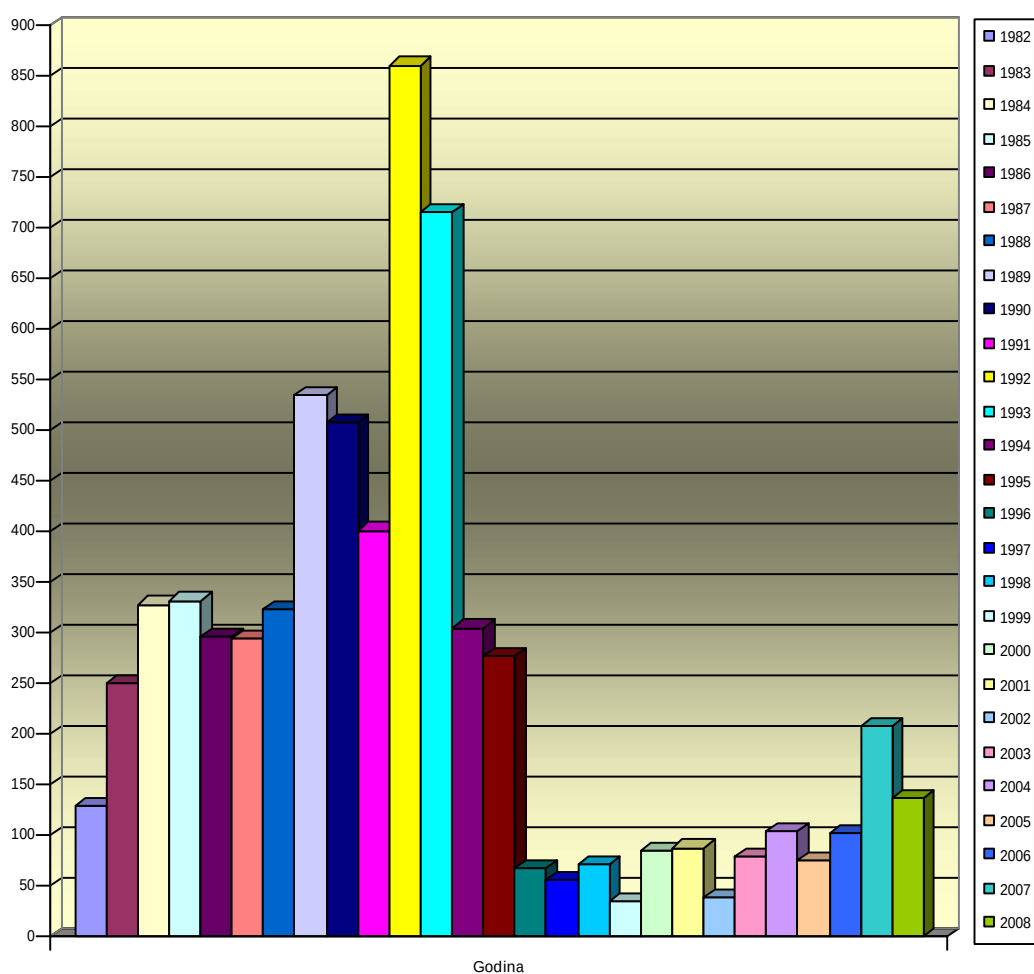
Tabela br. 1. Kretanje broja gostiju, noćenja i prosečna dužina boravka od 1982. do 2008. godine

<i>Godina</i>	<i>Broj turista</i>	<i>Broj noćenja</i>	<i>Prosečna dužina boravka</i>
1982	130	1111	8,5
1983	251	2513	10
1984	328	3036	9,5
1985	332	3036	9,5
1986	297	2825	9,5
1987	295	2599	8,8
1988	323	2620	8,1
1989	534	3718	7
1990	507	4034	8
1991	401	3538	8,8
1992	860	6979	8,1
1993	715	4580	6,4
1994	305	2243	7,3
1995	278	1970	7
1996	68	394	5,8
1997	57	383	6,7
1998	72	551	7,6
1999	35	241	6,4
2000	85	450	5,2
2001	88	579	6,5
2002	39	273	7
2003	79	568	7,2
2004	104	468	4,50
2005	76	487	6,41
2006	103	551	5,35
2007	208	749	3,49
2008	137	790	5,77

Izvor: Turistička organizacija Kosjerić, Statistički podaci, 2010.

Na Grafikonu br.1 možemo videti da je broj turista pre 1992. godine bio u konstantnom porastu, a zatim, posle 1992. godine, usled gore navedenog stanja u državi, vidi se nagli pad broja turista tokom naredne četiri godine, koji prelazi u stagnaciju na vrlo niskom nivou u narednih 7-8 godina. Poslednjih par godina ipak pokazuju vrlo blagi porast broja gostiju.

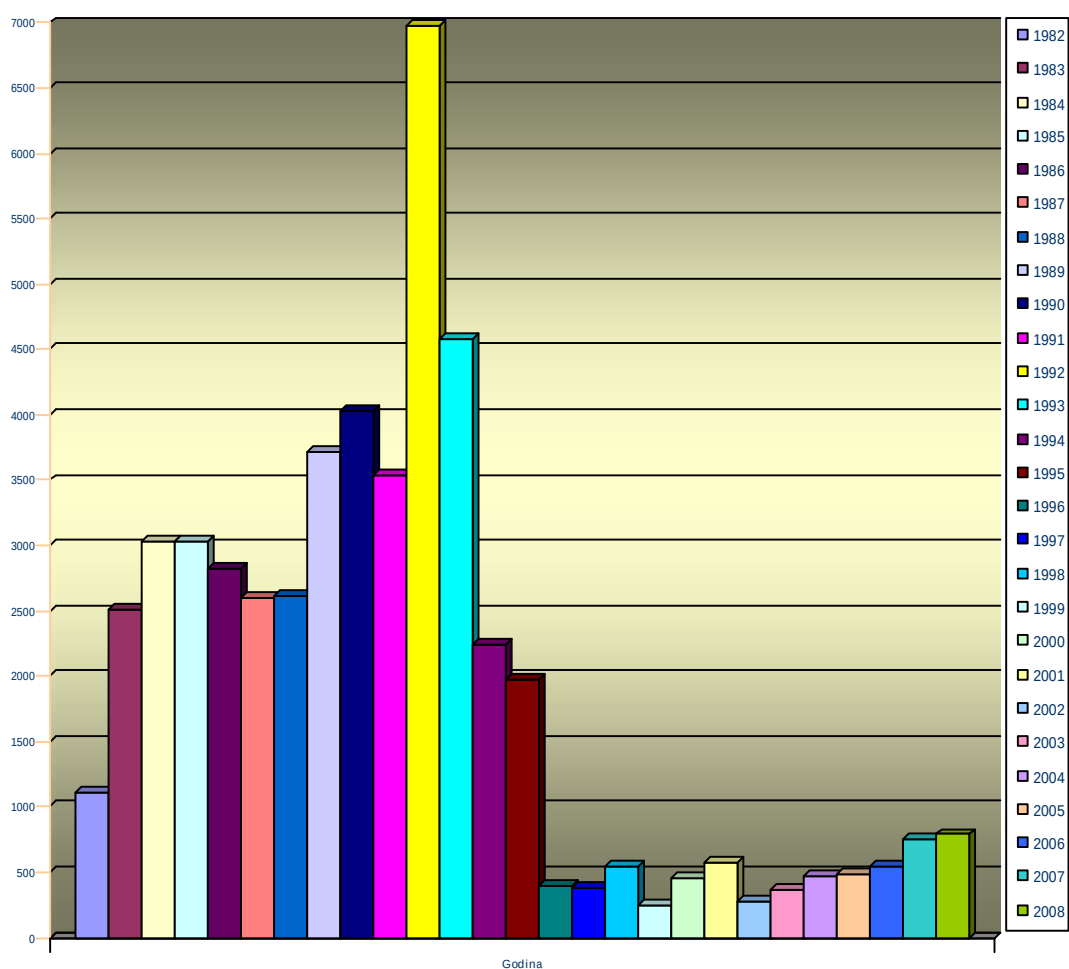
Grafikon br. 1. Grafički prikaz kretanja broja turista od 1982. do 2008. godine ¹²



¹² Turistička organizacija Kosjerić, Statistički podaci, 2010.

Na Grafikonu br.2 možemo uočiti istu situaciju kao i u prethodnom primeru, dakle konstantan porast broja noćenja od 1982. pa sve do 1992. kada dolazi do pada ovog parametra. Posle nekoliko godina staganacije, javlja se pozitivna dinamika u kretanju broja noćenja na teritoriji opštine.

Grafikon br. 2. Grafički prikaz kretanja broja noćenja od 1982. do 2008. godine ¹³



¹³ Turistička organizacija Kosjerić, Statistički podaci, 2010.

Analiza turističkog prometa u 2009. godini u selima opštine Kosjerić, što se vidi iz Tabele br.2, pokazuje sezonske oscilacije. Naime, najveći promet turista zabeležen je u letnjim mesecima, posebno u julu. Ovakva statistika je sasvim opravdana, ako se u obzir uzme činjenica da se najveći broj kulturnih dešavanja ovoga kraja upravo događa u letnjim mesecima. Činjenicu da i zima u ovim krajevima može biti atraktivna, zbog neobične lepote prirode u to doba godine, kao i blizine Divčibara kao zimskog turističkog centra, potkrepljuju podaci o turističkom prometu u januaru mesecu.

*Tabela br. 2. Turistički promet po mesecima u selima opštine Kosjerić za 2009. godinu
(br. turista i br. noćenja)*

	Mionica	Skakavci	Stojići	Mušići	Seča Reka	Donji Taor	UKUPNO
JANUAR	30/131	17/34					47/165
FEBRUAR	2/4						2/4
MART							
APRIL							
MAJ	6/22				2/4		8/26
JUN	3/15	5/19					8/34
JUL	26/148	79/395	2/8			3/24	110/575
AVGUST	30/173	11/93	2/12	3/21	7/48		53/347
SEPTEMBAR	8/46						8/46
OKTOBAR	1/4						1/4
NOVEMBAR	10/38						10/38
DECEMBAR							

Ukupno: **247** gostiju i **1239** noćenja

Izvor: Turistička organizacija Kosjerić, Statistički podaci, 2010.

2.2. Struktura turista

Prema anketi autora sprovedenoj u seoskim domaćinstvima na teritoriji opštine, kao i na osnovu informacija dobijenih od zaposlenih u Turističkoj organizaciji, neke od bitnih karakteristika profila prosečnog turista u Kosjeriću su sledeće:

- srednje dobi (45 do 50 godina)
- svi nivoi obrazovanja (službenici, inženjeri i sl.)
- dolazi iz grada
- dolazi zbog odmora i razonode
- dolazak u samostalnoj organizaciji, najčešće automobilom
- ostvaruje do 7 noćenja i koristi privatni smeštaj
- obilazi sela i učestvuje u organizovanim dešavanjima od strane domaćina
- izuzetno je zadovoljan lepotom prirode, ambijentom i gostoljubivošću lokalnog stanovništva

Posetioci Kosjerića i okoline su mahom domaći turisti, najčešće stanovnici Beograda i Vojvodine.

Dolasci stranih turista vezani su za manifestaciju „Međunarodni umetnički kamp“, o kojoj je bilo reči u ranijem tekstu ovog rada, sa napomenom da su statistički podaci o broju stranih turista na teritoriji opštine nepotpuni. Podaci dobijeni od Turističke organizacije Kosjerić prikazani su u Tabeli br. 3.

Tabela br. 3. Pregled broja noćenja stranih turista na teritoriji opštine Kosjerić za 2009. godinu

Zemlja	Broj gostiju	Broj noćenja
FRANCUSKA	4	44
BELGIJA	6	33
FINSKA	2	6
RUSIJA	1	14
ITALIJA	1	14

Izvor: Turistička organizacija Kosjerić, Statistički podaci, 2010.

2.3. Karakteristični vidovi turizma sa posebnim osvrtom na seoski turizam

Kraj oko Kosjerića ima idealne pogodnosti za razvoj **seoskog, tranzitnog, izletničkog i sportsko-rekreativnog turizma**.

Povoljan geografski položaj regije od velikog je značaja za razvoj tranzitnog turizma. Problem saobraćajne infrastrukture jedan je od gorućih koji u budućnosti treba rešiti, a sa ciljem unapređenja turizma. Neophodno je ulaganje i u smeštajne kapacitete u samom gradu kako bi ponuda turistima bila na zadovoljavajućem nivou.

Već smo ranije pomenuli da se Kosjerić nalazi na pola puta između Valjeva i Užica, turističkih centara Divčibara i Zlatibora, tako da na tom putu može biti veoma turistički atraktivna tranzitna stanica.

Izletnički turizam odvija se spontano i neorganizovano, a naročito se intezivira u vreme prvomajskih praznika, letnjih meseci, u vreme trajanja manifestacija „Čobanski dani“ i „Dani seoskog turizma“ i sl.

Treba napomenuti da u Kosjeriću od 2007. godine deluje planinarsko-ekološko društvo „Subjel“ koje u velikoj meri svojim aktivnostima doprinosi razvoju izletničkog turizma ovog kraja. Veoma važan zadatak ovog udruženja je unapređenje znanja o značaju ekologije i zaštite životne sredine, kao i delovanja u tom pravcu.

Priroda turističke privrede znači i to da je ona idealno mesto za podizanje društvene svesti o pitanjima životne sredine, korišćenjem povoljnih mogućnosti za razmenu mišljenja sa lokalnim zajednicama koje primaju turiste i turistima, kao i sa zaposlenima. Organi vlade, Turistička organizacija i poslovna udruženja mogu mnogo učiniti u olakšanju i unapređenju ove uloge.¹⁴

Obuka, obrazovanje i društvena svest su prioritetne oblasti programa razvoja održivog turizma.

Kosjerić poseduje izvanredne mogućnosti za razvoj sportsko-rekreativnog turizma, dobre uslove za boravak i pripreme sportskih ekipa. Sportska hala raspolaže sa oko 500 mesta. Na prostoru iza Hotela „Skrapež“ nalazi se sportski centar sa olimpijskim

¹⁴ Maksin-Mićić M., Menadžment prirodnih i kulturnih resursa u turizmu – ispitni materijal, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2005., str. 14.

bazenom, dva fudbalska igrališta i drugim sportskim terenima. Dodatnim ulaganjima u smeštajne kapacitete Kosjerić bi mogao postati izuzetno atraktivna destinacija u sportsko-rekreativnom pogledu. U planu su i aktivnosti vezane za obeležavanje nekoliko planinarskih staza i izrada njihove kartografije.

Lovni turizam je na ovim prostorima jos uvek u povelju, ali se planira njegovo unapređenje. Lovačko udruženje „Kosjerić“ koje deluje na ovim prostorima gazduje lovištem „Skrapež“ ukupne površine 30.945 ha, od čega lovne površine obuhvataju 29.408 ha. Stalno gajene vrste divljači u lovištu su: srna, divlja svinja, zec, fazan i poljska jarebica. Udruženje poseduje lovački dom korisne površine 75 m².¹⁵

Iz napred navedenog možemo zaključiti da Kosjerić ima potencijal za razvoj ovog vida turizma. Udruženje kao i Turistička organizacija Kosjerića rade na izradi plana i programa za razvoj lovnog turizma na teritoriji opštine.

Jedna od veoma zanimljivih akcija Turističke organizacije Kosjerića jeste i rad na razvoju „vodeničkog“ turizma (Slika br.13). Cilj akcije jeste adaptiranje vodenica (kojih na ovom prostoru ima dovoljno) kao i njihovo pretvaranje u apartmane za smeštaj gostiju.

Slika br. 13. Vodenica u okolini Kosjerića



Izvor: www.kosjeric.in.rs

¹⁵ www.lovacki-savez-srbije.org

Turisti, ljubitelji prirode, moći će da provedu ugodne trenutke u divljoj i nedimutoj prirodi uz cvrkut ptica i vodeničko čeketalu. Naravno, potrebne su velike investicije da se ova akcija realizuje.

Opština Kosjerić bila je „pionir“ seoskog turizma. Manifestacija „Čobanski dani“, koja ove godine puni tri decenije, glavni je promoter opštine i seoskog turizma, ali je vrlo važno napomenuti da su poslednjih godina i seoski turizam i ova manifestacija na nižem nivou od željenog. Mogućnosti za razvoj turizma evidentno postoje, tradicija takođe postoji, pa je na osnovu toga potrebno stvoriti okvir za razvoj kvalitetne, savremene i inovativne turističke ponude koja će povećati konkurentnost opštine Kosjerić na turističkom tržištu o čemu će više biti reči u daljem tekstu.

Seoski turizam, jedan od najrazvijenijih oblika selektivnog turizma u svetu, posebno je značajan na područjima koja se odlikuju bogatom prirodnim resursnom osnovom i autohtonim tradicionalnim vrednostima. Seoski turizam najčešće valorizuje sela, termalne izvore, reke, jezera, a u kombinaciji sa tradicionalnom gostoljubivošću i životnim vrednostima lokalnog stanovništva nudi jedinstven doživljaj turistima koji traže odmor i opuštanje u mirnom okruženju. S druge strane, seoski turizam predstavlja polugu ekonomskog rasta i razvoja u području, odnosno temelj podizanja životnog standarda lokalnog stanovništva, na način da osigurava dodatne izvore prihoda stanovništvu ruralnih zajednica.¹⁶

Razvoj seoskog turizma na teritoriji opštine počeo je 1982. godine. Od tada se svake godine povećava broj domaćinstava koja se uključuju u turističku privredu. Smeštaj je udoban, a kuće komforne sa svim potrebnim sanitarijama. Sva domaćinstva pružaju kompletnu uslugu – od raznovrsne bogate ishrane do brojnih ugodnosti tokom boravka. Turisti se uključuju u razne aktivnosti u okviru gazdinstava svojih domaćina (kupljenje sena, branje pečuraka...), kao i u izlete organizovane od strane domaćina.

Što se ishrane tiče, nudi se ekološki zdrava hrana koju sa svojih polja spremaju sami domaćini. Ekološki proizvedena hrana je još jedna ekološka komponenta u vezi sa turizmom i ekologijom i kao takva postaje bitan faktor u definisanju turističkog proizvoda i njegovom diferenciranju na tržištu. Pretpostavke za proizvodnju ekološke hrane i njen plasman kroz ugostiteljske objekte koji pružaju usluge turistima potrebno je

¹⁶ Živković R., Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008., str. 76.

sistemske razvijati jer se radi o segmentu turističke ponude koji će sve više dobijati na važnosti.¹⁷

Selo **Seča Reka** smatra se začetnikom seoskog turizma u Srbiji. Godine 1995. selo je dobilo „Turistički cvet“ – prestižno priznanje Turističke organizacije Srbije. Seča Reka je 7 km udaljena od Kosjerića i broji oko 1100 stanovnika u 332 domaćinstva. To je brdsko seosko naselje, locirano ispod brda Grad, na nadmorskoj visini od 480 do 550 m. Kroz selo protiče reka Sečica, bogata ribom. Okružena je planinskim predelima sa brojnim izletištim i lovnim terenima. Značajan kulturno-istorijski spomenik je crkva brvnara iz vremena Karadorda.

Dva domaćinstva ovog sela bave se seoskim turizmom (Slika br.14). Smeštajni kapacitet sadrži pet dvokrevetnih i jednu trokrevetnu sobu (trinaest ležajeva).¹⁸

Slika br. 14. Domaćinstvo u selu Seča Reka



Izvor: www.kosjeric-online.com

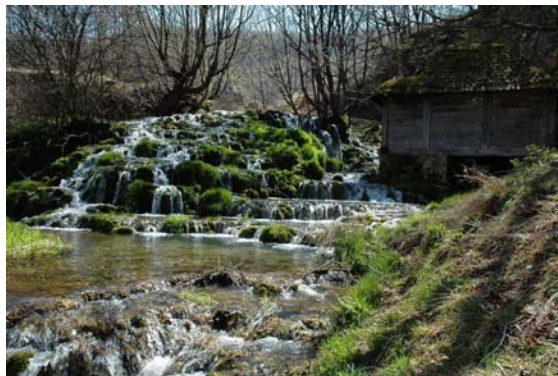
Selo **Donji Taor** smešteno je na obroncima planine Povlen, na 1000 m nadmorske visine. Od Kosjerića je udaljeno 20 km, pravo mesto za one koji beže od gradske vreve i nepodnošljivog tempa života. U selu se nalazi izvoriste reke Skrapež – Taorska vrela (Slika br.15), jedinstvena po svojoj lepoti. Za ljubitelje prirode postoji mogućnost planinarenja i prikupljanja šumskih plodova. Jedno domaćinstvo ovog sela

¹⁷ Živković R., Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008., str. 65.

¹⁸ Turistička organizacija Kosjerić, Statistički podaci, 2010.

bavi se seoskim turizmom. Smeštajni kapacitet sadrži dve dvokrevetne i jednu trokrevetnu sobu (sedam ležajeva).¹⁹

Slika br. 15. Taorska vrela u blizini sela Donji Taor



Izvor: www.images.google.com

Skakavci (Slika br.16), selo neobičnog imena, nalazi se na 11 km od Kosjerića, ispod Divčibara, na nadmorskoj visini od 600 m. Brdovit predeo sa voćnjacima, pašnjacima, mirisom sena i borovine je idealno mesto za odmor i šetnju, a brza planinska reka idealno je mesto za ljubitelje ribolova.

U Skakavcima se nalazi Skakavačka kotlina gde se tradicionalno održavaju dani seoskog turizma, na kom kosjerski domaćini prezentuju svoju turističku ponudu i razmenjuju iskustva sa domaćinima iz drugih krajeva Srbije.

Osam domaćinstava ovog sela bavi se seoskim turizmom. Smeštajni kapacitet sadrži dvanaest dvokrevetnih, pet trokrevetnih soba i jedan četvorokrevetni apartman (četrdeset tri ležaja).²⁰

Slika br. 16. Vajat u selu Skakavci



Izvor: www.images.google.com

¹⁹ Isto

²⁰ Isto

Selo **Mionica** (Slika br.17) nalazi se u neposrednoj blizini turističkog centra Divčibare, na 9 km od Kosjerića i nadmorskoj visini od 620 m. Teren je brdovitog tipa, obrastao cvetnim livadama, pašnjacima, borovom i brezovom šumom. Ispod Subjela izvire reka Mionica, bogata ribom. Ovo je idealan teren za planinarenje i šetnju jer postoje obeležene pešačke staze kojima se za nepun sat laganog hoda kroz nedimutu prirodu može stići do Divčibara, odakle se pruža veličanstven pogled na okolinu.

Četiri domaćinstva ovog sela bave se seoskim turizmom. Smeštajni kapacitet sadrži četiri dvokrevetne, trinaest trokrevetnih soba i dva četvorokrevetna apartmana (pedeset pet ležajeva).²¹

Slika br. 17. Selo Mionica



Izvor: www.kosjeric-online.com

Selo **Stojići** (Slika br.18) je udaljeno 5 km od Kosjerića i nalazi se na nadmorskoj visini od 500 m. Ovaj brdski predeo obrastao četinarskom i listopadnom šumom, prošaran velikim pašnjacima, pogodan je za šetnju i odmor uopšte.

Dva domaćinstva ovog sela bave se seoskim turizmom i raspolažu sledećim smeštajnim kapacitetom-jedna dvokrevetna, tri trokrevetne i jedna četvorokrevetna soba (petnaest ležajeva).²²

²¹ Isto

²² Isto

Slika br. 18. Selo Stojići



Izvor: www.images.google.com

Planinsko selo **Rosići** (Slika br.19) sa zakosima, suvatima i četinarskim šumama, nalazi se na oko 600 m nadmorske visine, a od Kosjerića je udaljeno 10 km. Odlikuje ga veoma plodna zemlja, usled obilja potočića. Branje pečuraka, lekovitog bilja, divljeg cveća-samo su neke od aktivnosti u kojima se može uživati tokom boravka u ovom kraju.

Jedno domaćinstvo ovog sela bavi se seoskim turizmom. Smeštajni kapacitet sadrži jedan petokrevetni apartman.²³

Slika br. 19. Selo Rosići



Izvor: www.images.google.com

Selo **Varda** (Slika br.20) se nalazi na obroncima planine Povlen, na nadmorskoj visini od 800 m. Od Kosjerića je udaljena 18 km. Varda je okružena šumama, pašnjacima i

²³ Isto

plantažama voća. Postoji mogućnost planinarenja i lova na krupnu i sitnu divljač, kao i organizovanja izleta do reke Drine, koja je udaljena svega 15 km od ovog sela, što uz izrazito povoljnu klimu predstavlja odlične mogućnosti za razvoj turizma.

Jedno domaćinstvo ovog sela bavi se seoskim turizmom i za sada raspolaze smeštajnim kapacitetom od dve dvokrevetne sobe (četiri ležaja).²⁴

Slika br. 20. Selo Varda



Izvor: www.travel.rs

Od ušća rečice Gradnje u Skrapež pa sve do Maljena i Subjela, smešteno je selo **Mušići** (Slika br.21), na nadmorskoj visini od 700 m i udaljenosti od Kosjerića 14 km. Teren je veoma raznolik i pogodan za šetnje, kao i za bavljenje različitim vrstama aktivnog odmora.

Jedno domaćinstvo ovog sela bavi se seoskim turizmom i raspolaže smeštajnim kapacitetom od tri sobe, od čega su dve dvokrevetne i jedna jednokrevetna soba (pet ležajeva).

Slika br. 21. Selo Mušići



Izvor: www.kosjeric-online.com

²⁴Isto

Tabela br.4 prikazuje domaćinstva koja se bave seoskim turizmom na teritoriji opštine Kosjerić.

Tabela br. 4. Informacije o smeštaju u selima opštine Kosjerić

Br.	Domaćinstvo	Selo	Kapacitet i kategorija	Vrsta usl.	www
1.	Rada i Radomir Ignjatović	Seča Reka	3/2 II	PA	
2.	Rada Dimitrijević	Seča Reka	1/3, 2/2 II	PA	
3.	Danka Vukosavljević	Varda	2/2 I	PA	
4.	Dana i Radiša Milovanović	Donji Taor	2/2, 1/3 II	PA	
5.	Jagoda i Mlado Marinković	Skakavci	1/2, 1/3 II	PA	
6.	Milesa i Mike Milivojević	Skakavci	1/2, 1/3 III	PA	
7.	Dragica i Mišo Lazović	Skakavci	2/2, 1/3 II	PA	
8.	Milina i Radivoje Trnavac	Skakavci	1/2, 1/3 II	PA	
9.	Svetlana i Mihailo Joksimović	Skakavci	1/2, 1/3 II	PA	
10.	Ljiljana Joksimović	Skakavci	1/4 app I; 1/1, 1/2 II	PA	
11.	Milija Nikolić	Skakavci	2/1, 3/2 IV	PA	
12.	Milja i Radomir Nikolić	Skakavci	1/1, 2/2 II	PA	
13.	Milesa i Milutin Jovanović	Mionica	1/3 I; 1/2, 1/4 II	PA	
14.	Rada i Milovan Pantović	Mionica	1/4 II	PA	
15.	Marija i Željko Sređić	Mionica	6/3 I; 1/2, 3/3 II	PA	*
16.	Ivana i Mile Pantović	Mionica	2/2 II; 3/3 I	PA	*
17.	Cica i Zorko Stojanić	Stojići	2/2, 1/4 II	PA	
18.	Rosa i Vidosav Stojanić	Stojići	3/3 II	PA	
19.	Jelisaveta Milaković	Rosići	1/5 app II	NA	
20.	Dana i Radojle Janković	Mušići	1/1, 2/2 II	PA	

Izvor: Turistička organizacija Kosjerić, Statistički podaci, 2010.

Današnji pojam i koncept seoskog turizma se razlikuje od prvobitnog jer se broj turista uključenih u ovaj oblik turizma značajno povećava iz godine u godinu. Iako predstavlja tržišnu nišu, istovremeno seoski turizam danas, prema procenama, učestvuje sa oko 10-20 % u ukupnim turističkim aktivnostima u Evropi.²⁵

Generalni je stav da u turističkoj tražnji sve više do izražaja dolazi orijentacija zahteva na posebna interesovanja, pri čemu naročitu šansu dobija turizam na selu. Tu je prilika opštine Kosjerić da prezentuje svoju turističku ponudu, s obzirom da poseduje neophodne resurse za razvoj i unapređenje seoskog turizma. Bitno je napomenuti da su turizam i poljoprivreda usko povezani i da im je zajednički osnov upravo selo. U svetu je sve traženija kvalitetna hrana, a naročito ona proizvedena na zdrav način.

²⁵ Živković R., Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008., str. 76.

Ukoliko opština Kosjerić adekvatno prepozna i iskoristi svoje potencijale, mogla bi postati jedna od vodećih turističkih destinacija Srbije u oblasti seoskog turizma.

3. OSNOVE DEFINISANJA STRATEŠKIH PRAVACA RAZVOJA TURIZMA KOSJERIĆA

3.1. Upravljanje turizmom u Kosjeriću

Strategija razvoja turizma treba da bude deo integralnog razvoja opštine Kosjerić i ne može se posmatrati odvojeno.

U dosadašnjem razvoju turizma u Kosjeriću možemo uočiti da prave planske i smišljene organizacije nije bilo. U turizmu, kao i u drugim privrednim delatnostima, u proteklom periodu previše su se vodile „političke bitke“, a kadrovi koji su bili zaduženi za ovu problematiku nisu bili prilagođeni ovoj delatnosti.

Pod strategijskim upravljanjem turističkom destinacijom podrazumevamo izbor odgovarajućeg puta kojim turistička destinacija treba dugoročno da osigura konkurentsku poziciju na turističkom tržištu, kao i plan akcija na osnovu anticipiranih uslova u okruženju, a sve sa ciljem da se prilagodi tržišnim uslovima i da bi se ostvarili definisani ciljevi poslovanja.

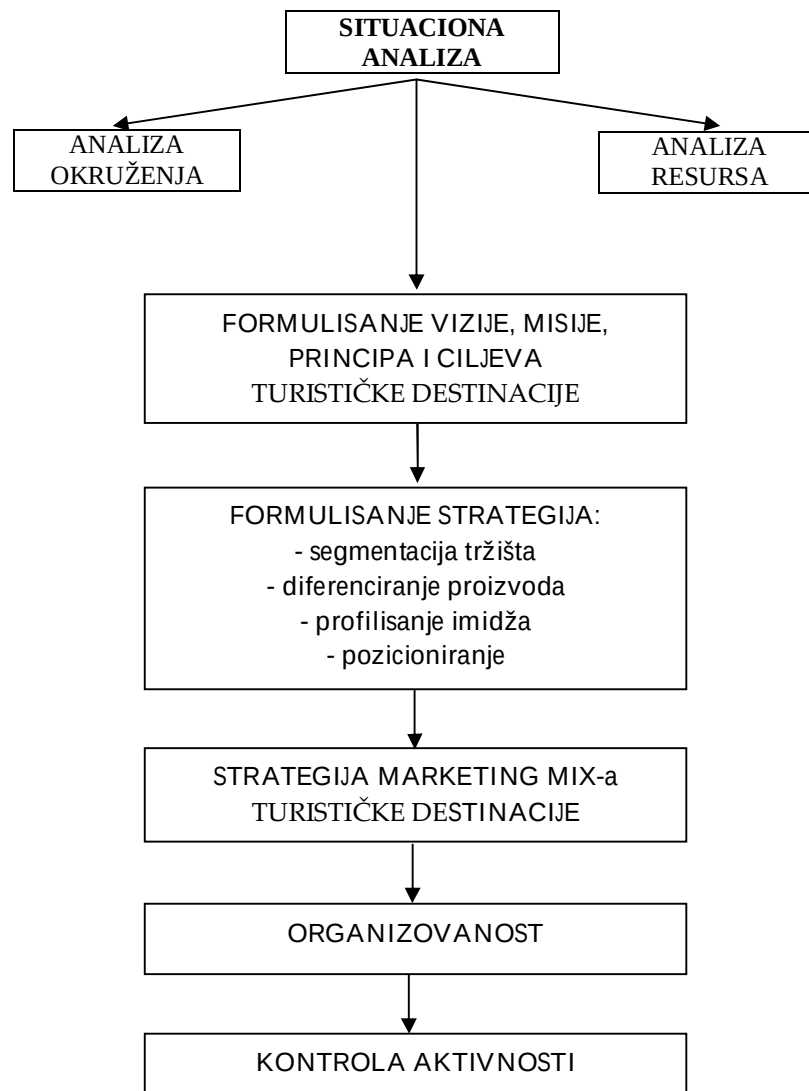
Upravljanje turizmom na nivou mesta ili opštine podrazumeva fokusiranje na veći broj faktora, određenu sistematičnost u redosledu poteza, a sve sa ciljem utvrđivanja odgovarajuće marketing strategije i taktike, odnosno strukture koja će doprineti ostvarenju postavljenih ciljeva turističke destinacije.

Konceptualni okvir za marketing menadžment turističke destinacije (Slika br.22) obuhvata sledeće elemente:

1. Situacionu analizu (analizu eksternog okruženja i analizu internih resursa);
2. Formulisanje misije, ciljeva i smernica;
3. Formulisanje odgovarajućih strategija (diferenciranje turističkog proizvoda, segmentacija tržišta, profilisanje imidža i pozicioniranje);
4. Definisanje strategijskih i taktičkih poteza vezano za svaki od marketing instrumenata (turistički proizvod, cena, promocija i kanali prodaje);

5. Dizajniranje odgovarajuće organizovanosti i razvoj informacionih sistema;
6. Kontrolu aktivnosti²⁶

Slika br. 22. Konceptualni okvir za marketing menadžment turističke destinacije



Izvor: Bakić O., Marketing menadžment turističke destinacije, Čigoja, Beograd, 2005, str. 34.

²⁶ Bakić O., Marketing menadžment turističke destinacije, Čigoja, Beograd, 2005., str. 33.

3.1.1. Situaciona analiza

Situaciona analiza je prvi korak u marketing menadžmentu turističke destinacije. Bez analize makro-okruženja, tržišta i konkurencije i saznanja o internim prednostima i nedostacima nema uspešnog menadžmenta.²⁷

Faktori relevantni za upravljanje marketingom turističke destinacije su:²⁸

1. **Analiza okruženja** – faktori koje planeri na turističkoj destinaciji ne mogu da kontrolišu, promene u ekonomskom, društvenom, tehnološkom, demografskom i drugom okruženju. Ponašanje konkurenata, a isto tako i ukupne promene na tržištu.
2. **Analiza internih resursa** – pregled internih slabih i jakih tačaka, gde prve treba anulirati, a druge pojačati do maksimuma. To su ustvari komparativne prednosti i nedostaci i to u domenu:
 - Atraktivnosti – podrazumeva miks različitih elemenata prirodne atraktivnosti (klima, flora, fauna, geografski položaj i sl.), i društvene atraktivnosti (kulturno-istorijsko nasleđe, antropogeni faktori kao što su folklor, melos, gastronomija i sl.).
 - Pristupačnosti – podrazumeva i geografsku i ekonomsku distancu.
 - Uslova za boravak – podrazumevaju sve elemente koji čine turističku ponudu. Radi se o lepezi usluga iz domena smeštaja, ishrane, zabave, razonode, rekreacije i sl.

Ovde je korisna upotreba „SWOT“ analize koja u korespodenciju dovodi izražene šanse (O-Opportunities) iz okruženja sa prednostima (S-Strenghts) internih resursa, uz istovremeno zaobilaženje eksternih pretnji (T-Threats) i smanjivanje ili anuliranje internih nedostataka (W-Weaknesses).

Menadžment turističke destinacije pomoću SWOT analize treba da utvrdi sledeće:

- Postojeće trendove u makro okruženju i to u svim njegovim domenima;

²⁷ Bakić O., Marketing menadžment turističke destinacije, Čigoja, Beograd, 2005., str. 39.

²⁸ Isto, str.130.

- Relevantnost svakog od trendova, jer neće sve promene u okruženju imati reperkusije na konkretnu turističku destinaciju, tj. ukupnu turističku industriju koja postoji u njenim okvirima;
- U detalje prouči uticaj pojedinih trendova na ponudu turističke destinacije;
- Izvrši kratkoročna i dugoročna predviđanja trenda, i ako je isti od uticaja na destinaciju da se odredi pravac i tempo promena;
- Odredi nove mogućnosti koje analiza trenda pruža za razvoj turističke destinacije, kao i da izvrši detaljnu analizu internih resursa saobrazno promenama, tendencijama i trendovima u okruženju.

Opština Kosjerić još uvek nije na odgovarajući način pozicionirana na tržištu i nije dovoljno diferencirana u odnosu na konkurente. Da bi se takvo stanje promenilo neophodno je utvrditi jake i slabe tačke turističke destinacije i analizirati njihov odnos sa utvrđenim tendencijama na tržištu i u okruženju. U tom cilju, u Tabeli. br.5, biće prikazana detaljna lista postojećih snaga i slabosti, šansi i pretnji koje predstavljaju osnovu od koje treba krenuti, i nastojati da se dovedu u ravnotežu zahtevi, želje i potrebe potrošača i mogućnosti ponude.

Tabela br. 5. Situaciona analiza (SWOT)

Snage (Strengths)	Slabosti (Weaknesses)
• Prirodni resursi (konfiguracija terena, pogodna klima, nenarušena okolina, izvori pijaće vode) • Kulturni resursi (tradicija, kulturna baština, bogata istorija) • Ljudski resurs (prijemчивost, gostoprимljivost) • Tradicija i iskustvo u bavljenju seoskim turizmom, prepoznatljivost destinacije • Gastronomija • Bogatstvo šumskih plodova i lekovitog bilja • Manifestacija „Čobanski dani” • Blizina Beograda kao emitivnog tržišta • Sportski tereni u Kosjeriću, pre svega olimpijski bazen • Postojeći smeštajni kapacitet u seoskim domaćinstvima (oko 150 ležaja) • Turistička organizacija kao nosilac aktivnosti	• Depopulacija stanovništva, loša populaciona starosna struktura • Nedostatak stručnih kadrova • Nedostatak smeštajnih i ugostiteljskih kapaciteta (kvalitetnih) • Nedovoljna iskorišćenost kapaciteta u seoskom turizmu • Nedostatak saradnje • Nedostatak promotivnih aktivnosti i odgovarajućeg marketinga • Nezadovoljavajuća saobraćajna infrastruktura i signalizacija • Nedostatak IT infrastrukture • Nedostatak suvenira • Neiskorišćenost kulturnih resursa, odnosno znamenitih istorijskih ličnosti u promociji • Nedovoljno diversifikovana turistička ponuda • Česte političke promene

Mogućnosti (Opportunities)	Pretnje (Threats)
• Razvoj seoskog turizma – šansa Srbije • Razvoj poljoprivrede, mogućnosti plasmana zdrave hrane • Segmentacija ponude, novi turistički proizvodi • Povezivanje sa ostalim subjektima u cilju stvaranja integrisane turističke ponude • Povezivanje javnog i privatnog sektora • Regionalno udruživanje • Nastavak privatizacije • Usklađenost prioriteta opštine sa prioritetima na drugim nivoima • Veliko interesovanje za seoski turizam i druge vidove aktivnog odmora • Porast interesovanja za upoznavanje istorije i načina života na selu • Mešavina hrane, kulturnih događaja i muzike – sve više atrakcija za moderne konzumente • Pozitivno mišljenje o Kosjeriću u Srbiji i u inostranstvu • Suvenir, domaća radinost, stari zanati • Modeli i iskustva u organizaciji i upravljanju turističkim resursima	• Migracija seoskog stanovništva • Razvoj konkurencije • Blizina ekoloških zagađivača • Nedostatak finansijskih sredstava • Nepostojanje interesa lokalnih i stranih investitora da ulažu u turističke objekte • Nedovoljno obučeno osoblje za rad u turističkom – ugostiteljskom sektoru • Nedovoljno ulaganje u promociju destinacije i izgradnju imidža

Izvor: Opština Kosjerić, Strategija ekonomskog razvoja opštine Kosjerić za period 2010-2014. godine, Kosjerić, 2010, str.22.

Na osnovu izvršene analize može se dati nekoliko ocena o usklađenosti resursa sa promenama u okruženju i na tržištu:

1. Potencijali turističke destinacije nisu dovoljno iskorišćeni, pre svega zbog nedostataka finansijskih sredstava.
2. Nedovoljna primena marketinga i savremene koncepcije upravljanja-ova turistička destinacija nije dovoljno prepoznatljiva, pa treba ulagati u promociju opštine i izgradnju imidža.
3. Nije sprovedena vlasnička transformacija turističkih objekata, što je verovatno i razlog što se nije krenulo u ukupnu poslovnu transformaciju. Turistički objekti ne zadovoljavaju moderne standarde.
4. Smeštajne kapacitete treba unaprediti.
5. Neprofesionalni kadrovi u turističkom sektoru-neophodne su dodatne edukacije, treninzi za sve aktere ove grane kako bi se na najbolji mogući način

iskoristili potencijali kojima raspolaže opština Kosjerić. To je dobar put ka postizanju kvaliteta usluga i izgradnje imidža opštine.

6. Neuvažavanje razvoja konkurencije-potencijalne konkurente bi trebalo doživljavati kao stimulativan faktor u sopstvenom tržišnom ponašanju.
7. Na osnovu ocenjenih potencijala i tržišnih tendencija, menadžment turističkih preduzeća treba da odredi najvažnije perspektivne vidove turizma i u njima one segmente potrošača prema kojima će ubuduće u potpunosti usmeravati svoj uslužni program.
8. Nedovoljna saradnja između subjekata turističkog razvoja-tri osnovna elementa na kojima treba bazirati izgradnju nove turističke ponude su: kvalitet, inovativnost i partnerstvo.

3.1.2. Definisanje misije, ciljeva i smernica

Misija kao svrha i uloga datog geografsko-turističkog područja može biti određena kao potreba za snažnijim izlaskom na međunarodno turističko tržište uz unapređenje turističkog proizvoda.²⁹

Vrhunskom uslugom, gostoljubivošću i razumevanjem potreba gostiju, Kosjerić može podizati konkurentnost svoje turističke ponude na turističkom tržištu, povećavati stepen zadovoljstva turista boravkom i aktivno podsticati ponovni dolazak.

Razumevanje i dobro predviđanje potreba potencijalnih gostiju, visok stepen zaštite prostora, kao i podsticanje novih preduzetničkih poduhvata na principima održivog razvoja, omogućava stvaranje sistema vrednosti kojima se može osigurati prosperitet svih građana opštine Kosjerić.

Smernica se može definisati kao merljivi cilj jer se ona i daje u formi određene veličine, vremena ili odgovornosti.³⁰

Osnovne smernice za realizaciju postavljenih ciljeva:

1. **Zaštita životne sredine**

- Dugoročno štititi prostran, nezagađen i relativno retko naseljen prostor

²⁹ Popesku J., redaktor, Menadžment turističke destinacije, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008., str. 41.

³⁰ Bakić O., Marketing menadžment turističke destinacije, Čigoja, Beograd, 2005., str. 72.

2. Isticanje komparativnih prednosti
 - Razvoj turizma specijalnih interesa – kombinacija doživljaja i aktivnosti u prirodi
3. Zalaganje za turistički razvoj prilagođen savremenim trendovima
 - Zdravlje, uživanje, psihofizička rekreacija, kraći boravci
 - Umrežavanje javnog i privatnog sektora
 - Stvaranje turističkog lanca vrednosti
4. Zalaganje za stvaranje klime koja podržava razvoj turizma
 - Inovativnost
 - Učenje i obrazovanje
 - Timski rad i partnerstvo
 - Uzajamno poverenje

Misiju, ciljeve i smernice treba postaviti na realne osnove, a za njihovu realizaciju potrebno je pridobiti čitav niz subjekata turističke i ostale, za razvoj turizma, zainteresovane privrede. Istovremeno, potrebno je uvažiti i kvantitativne, ali posebno kvalitativne elemente razvoja.³¹

Osnovni strateški cilj je svakako **ekonomski prosperitet i postizanje blagostanja za stanovništvo putem turizma.**

Ostali ciljevi za ostvarivanje dugoročne misije razvoja turizma Kosjerića bi se mogli formulisati kao:

1. Stvaranje podsticajnog socijalnog okruženja
 - Sprovođenje edukacije lokalnog stanovništva o pozitivnim uticajima turizma na razvoj opštine
 - Konstantna briga o zaštiti životne sredine i kulturnih dobara na teritoriji opštine Kosjerić
 - Povećanje nivoa osposobljenosti preduzetnika u turizmu
 - Proširivanje menadžerskih znanja i veština
 - Definisanje turistički orijentisane politike sa posebnim naglaskom na tradiciju i lokalni stil života

³¹ Popesku J., redaktor, Menadžment turističke destinacije, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008, str. 41-42.

2. Uspostavljanje turističke infra i suprastrukture
 - Povećanje kvaliteta postojećih smeštajnih kapaciteta
 - Stavljanje u funkciju novih smeštajnih kapaciteta
 - Razvijanje određenog broja izletničko-odmorišnih lokaliteta namenjenih ljubiteljima prirode
 - Unapređenje raznovrsnosti i raznolikosti ponude u objektima koji pružaju usluge ishrane i pića
3. Diversifikacija turističkih proizvoda/atrakcija
 - Kreiranje novih turističkih doživljaja koji se javljaju kao rezultat efikasnije valorizacije resursne osnove
 - Međusobna partnerstva, povezivanja i kombinovanja različitih proizvoda individualnih ponuđača (smeštaj i ishrana, aktivnosti, izleti, kulturni programi)
 - Unapređenje tzv. Integralnog turističkog lanca vrednosti na teritoriji opštine Kosjerić
4. Uspostavljanje tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti
 - Tržišna komercijalizacija ključnih turističkih doživljaja i proizvoda
 - Uspostavljanje efikasnog pristupa marketingu u cilju privlačenja većeg broja potrošača na prostor destinacije

3.1.3. Formulisanje odgovarajućih marketing strategija

Izbor marketing strategije zavisi prevashodno od definisanih ciljeva marketinga. Bitan činilac uspešnosti izbora marketing strategije je postojanje razvijenog marketing informacionog sistema u cilju obezbeđenja adekvatnosti i pravovremenosti potrebnih informacija. Važnost izbora marketing strategije proističe posebno iz činjenice da predstavlja osnovu za određene kombinacije instrumenata marketing miksa.³²

Tri su ključne strategije koje ovde treba primeniti:

1. Strategija segmentacije tržišta

³² Popesku J., Marketing u turizmu, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, 2009., str. 70.

2. Strategija diferenciranja proizvoda
3. Strategija stvaranja imidža i pozicioniranja

Za prvu strategiju jasno je da se, prema određenim kriterijumima moraju napraviti manje, homogenije grupe potrošača i prema njima usmeriti instrumenti marketing miksa.

Kod druge strategije neophodno je vršiti stalno kompletiranje i diferenciranje turističkog proizvoda tako da on, u svim svojim elementima, odgovara zahtevima unapred definisanih segmenata.

Za treću strategiju je bitno da nastoji da izgradi odgovarajući imidž u svesti potrošača da se radi o atraktivnoj destinaciji kako u prirodnom, kulturno-istorijskom tako i u drugom pogledu.

U daljoj razradi ovih strategija u fokusu su proizvod, cena, promocija i kanali prodaje. Radi se o potrebi jasnog definisanja integrisanog turističkog proizvoda – proizvodni miks, zatim o definisanju cenovnog miksa, promocijskog miksa, kao i miksa kanala prodaje.

3.1.4. Dizajniranje organizovanosti i razvoj informacionih sistema

Na koji način će strategije biti implementirane u mnogome zavisi i od strukture, tj. forme koja će na najbolji način da omogući usklađivanje različitih delova ponude, i uz uvažavanje potrebe za očuvanjem prirode i kulturno-istorijske sredine, doprineti skladnom i harmoničnom razvoju turističke destinacije.³³

Ovde glavnu ulogu ima lokalna turistička organizacija. Nekoliko osnovnih funkcija turističke organizacije dominiraće u ovim okvirima:

1. Informativno-propagandna aktivnost (neophodno je razviti i primeniti savremenu informacionu tehnologiju koja će tražnji omogućiti dobijanje informacija sa mogućnošću rezervacije i kupovine većeg broja parcijalnih proizvoda, a pružiti mogućnost dobijanja i ostalih različitih informacija zainteresovanim licima – ulagači, investitori i sl.)

³³ Popesku J., Menadžment turističke destinacije, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008., str 43.

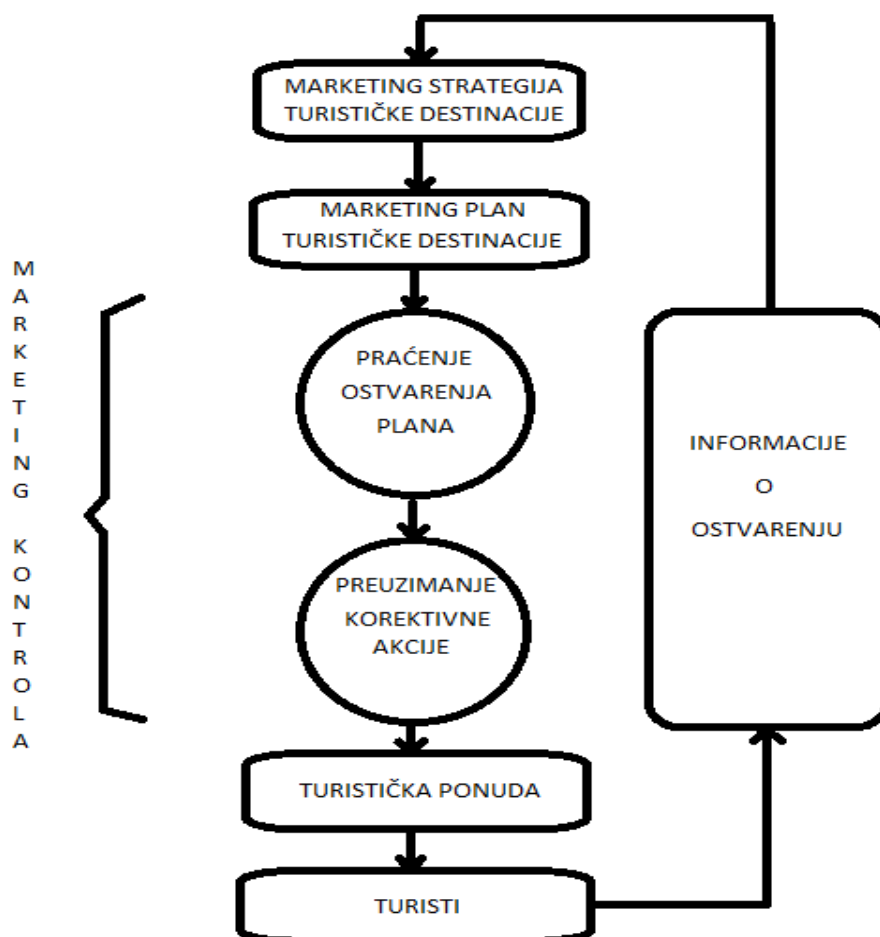
2. Istraživanje turističkog tržišta (istraživanje turističke tražnje primenom anketa, praćenja tržišta; istraživanje turističke ponude putem evidentiranja podataka, formiranja informacionih sistema koji bi sve te podatke ažurirali i povezali, analiza i praćenje podataka turističke sezone – ponude i tražnje – u čitavoj zemlji)
3. Koordinacija učesnika na strani turističke ponude
4. Zaštita potrošača
5. Zaštita prostora

3.1.5. Kontrola ukupne aktivnosti

Ova aktivnost, prikazana na Slici br.23, je u menadžmentu turističke destinacije često zanemarivana. Bitno je razumeti je, ne kao „post festum“ reakciju, već kao permanentnu kontrolu svih marketinških i drugih aktivnosti. Svakako, tu veoma mnogo može da pomogne primena i razvoj informacione tehnologije.³⁴

Za turističku destinaciju posebno je značajno da vrši stalnu procenu ostvarivanja rezultata.

Slika br. 23. Kontrola turističke destinacije



Izvor: Bakić O., *Marketing menadžment turističke destinacije*, Čigoja, Beograd, 2005, str. 220

³⁴ Popesku J., *Menadžment turističke destinacije*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008., str. 44.

3.2. Seoski turizam - važnost za razvoj turizma Kosjerića

3.2.1. Društveno–ekonomski uticaj koji ostvaruje seoski turizam

Kada govorimo o seoskom turizmu moramo uzeti u obzir neke društveno-ekonomske posledice koje ovaj sektor turizma ostvaruje, a koje su istovremeno od interesa kako za privatni sektor tako i za lokalne vlasti. Ukoliko se seoski turizam u okviru lokalne zajednice struktuirati i organizuje na pravi način moguće je ostvariti značajne efekte. Svi neophodni proizvodi i usluge mogu se nabaviti u lokalnoj zajednici, sve što se ostvari od turizma ostaje kao prihod lokalnoj zajednici. Održavanje postojeće infrastrukture, unapređenje iste opet će koristiti ljudima koji žive u toj zajednici. Svaka akcija koja se preduzima u cilju unapređenja kvaliteta turističke ponude istovremeno utiče na poboljšanje uslova za život i razonodu lokalnog stanovništva.

Uz poljoprivredu, ljudi mogu, baveći se seoskim turizmom, ostvariti dodatni prihod, što je sa aspekta lokalnog razvoja najvažniji efekat.

Jedna od prednosti bavljenja seoskim turizmom je i prilika za žensku populaciju. Uobičajeno je da ovaj biznis vode žene jer su one te koje uglavnom brinu o domaćinstvu.

Dalje, koristi od turizma nemaju samo oni koji se direktno njime bave. Evidentan je efekat multiplikovanja potrošenog novca u lokalnoj zajednici od turista. Taj odnos input-output je izuzetno visok.³⁵

Osim ekonomskih efekata, seoski turizam znači i osveženje života na selu, pozitivan uticaj na polju kulture, obrazovanja, zdravlja, navika. Mladi nalaze razloge i mogućnost ostajanja na selu. Mogućnost plasmana proizvoda direktno gostima, racionalnije korišćenje viška stambenog prostora, bolje korišćenje radnog vremena žena, starih ukućana i dece, naročito u zimskim mesecima (izrada raznih predmeta domaće radinosti) znatno utiču na ostvarivanje dopunske zarade u domaćinstvu što se odražava na način života.

Turizam utiče na prenošenje pozitivnih navika i običaja iz jednih krajeva u druge, na mešanje kulturnih uticaja. Veliki broj ljudi uključuje se u turistička putovanja upravo

³⁵ Opština Kosjerić, Strategija ekonomskog razvoja opštine Kosjerić za period 2010-2014. godine, Kosjerić, 2010., str. 44.

iz želje da upozna kulturno-istorijsko i etnografsko nasleđe drugih krajeva. To se ostvaruje neposrednim kontaktom, druženjem, stvaranjem prijateljstva. Takvu domaću atmosferu treba negovati i tako doprinositi razvoju turizma na selu.

3.2.2. Konkretni aktivnosti i ulaganja u turizmu

Po trenutnoj razvijenosti seoskog turizma, dominiraju lokaliteti Skakavci – Mionica – Rosići, koji se geografski nastavljaju na Divčibare, te je neophodno izvršiti objedinjavanje turističke ponude i dopunu sadržaja seoskom turizmu na ovom potezu kroz:

- Izgradnju putne infrastrukture i povezivanje sa Divčibarama – turistički put Nedići – Rastovac, dužine oko 5 km, investitor JP „Srbija šume“. Geodetska merenja i radovi počinju na proleće 2010. godine.³⁶
- Izgradnju akumulacionog jezera za zaštitu od požara i poplava i mini HE centrale, sa dopunskim turističkim sadržajima u selu Rosići ispod Divčibara. Investitori JP „Srbija vode“, JP „Srbija šume“ i JP „EPS“. Početak radova očekuje se u proleće 2010. godine.³⁷
- Izgradnju Skakavačke banje na nalazištu lekovite vode u Skakavcima. Investitori „Autotrade“ Čačak i Specijalistička ordinacija „Aleksić“ iz Gornje Trepče. Izgradnja se planira u 2010.³⁸
- Urbanističko uređenje kompleksa od 42 ha na Divčibarama koje pripada opštini Kosjerić.³⁹

Jos jedna aktivnost vezana za turizam odnosi se na implementaciju zajedničkog programa Vlade Republike Srbije i agencije UN „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“ koji za ciljeve ima razvoj strategije na nacionalnom nivou i razvoj destinacija na lokalnom i regionalnom nivou. U okviru ovog projekta opština Kosjerić će, zajedno sa

³⁶ Isto, str. 44.

³⁷ Isto, str. 44.

³⁸ Isto, str. 44.

³⁹ Isto, str. 44.

opštinama Valjevo, Mionica, Ljig i Gornji Milanovac, biti uključena u realizaciju master plana za širi region Divčibara.⁴⁰

U oblasti seoskog turizma ističe se i mesna zajednica Seča Reka. Na ovom lokalitetu planira se uređenje platoa „Grad“, što podrazumeva izgradnju puta, objekata vodosnabdevanja i etno naselja, kao i uređenje crkvenog placa u naselju Seča Reka kod već pomenute crkve brvnare.⁴¹

Napred navedene aktivnosti vezane su za kulturno-turističku manifestaciju „Čobanski dani“ koja ove godine slavi trideseti rođendan. Cilj je da se ova manifestacija opet „vrati“ na brdo Grad.

Kao podrška ovoj manifestaciji, do juna 2010. godine, očekuje se početak implementacije projekta „Razvoj regionalno održivog ruralnog turizma“ kojim je opština Kosjerić, zajedno sa opštinom Ilijaš iz kantona Sarajevo, aplicirala u okviru poziva IPA – prekogranična saradnja. Ciljevi ovog projekta su: identifikovanje nosioca razvoja ruralnog turizma u Zlatiborskom okrugu; unapređenje znanja profesionalaca iz oblasti ruralnog turizma; organizovanje sajma ruralnog turizma u okviru manifestacije „Čobanski dani“, na kome će posetioci i učesnici moći da upoznaju nacionalnu hranu, autentične predmete, tradiciju i kulturu, kao i turističku ponudu izlagača iz Zlatiborskog okruga, opštine Kosjerić, Federacije BiH i izlagača iz drugih delova Srbije.

U ranijem tekstu ovog rada obradili smo vidove turizma koji nalaze primenu na teritoriji opštine Kosjerić. Izvanredni uslovi za sportsko-rekreativni turizam će u narednom periodu, uz planirana ulaganja, omogućiti ubrzani razvoj ovog vida turizma. U planu su ulaganja u izgradnju zatvorenog bazena u okviru Hotela „Skrapež“ i akva parka u blizini olimpijskog bazena u Kosjeriću.

Od ostalih sadržaja koji bi mogli da upotpune turističku ponudu opštine Kosjerić treba izdvojiti uređenje keja reke Skrapež, koji bi trebalo da postane novo mesto okupljanja mladih, kao i pogodan teren za održavanje različitih zabavnih sadržaja od značaja za razvoj turizma.

⁴⁰ Isto, str. 44.

⁴¹ Isto, str. 44.

Konačno, pokušati omogućiti Kosjeriću da postane edukativno-promotivni centar seoskog turizma Srbije i turistička destinacija tradicionalnih zanata i seoskih domaćinstava.

ZAKLJUČAK

Turistički potencijal opštine Kosjerić treba sagledati kroz niz relevantnih kriterijuma, a to su: **prirodno-geografski faktori, kulturno i istorijsko nasleđe, tradicionalna gostoljubivost meštana** i sl.

Na Turističkoj organizaciji opštine Kosjerić je da bude koordinator svih subjekata koji treba da se uključe u razvoj turizma Kosjerića i da pokrene sve raspoložive kapacitete u cilju razvoja i promocije Kosjerića na turističkom tržištu.

Neophodna su partnerstva između privatnog i javnog sektora jer samo zajedničkim naporima u jednom veoma složenom sistemu poput turizma može se opstati i razviti na turističkom tržištu.

Treba staviti veliki akcenat na ljudske resurse jer gotovo u svim segmentima nedostaju kvalitetni i obrazovani kadrovi. Edukacija će imati presudnu ulogu kako kod lokalnog stanovništva, tako i kod privrednih subjekata udruženih oko zajedničkog cilja. Ravnomerno se moraju razvijati svi segmenti na jednoj turističkoj destinaciji, od putne infrastrukture, pa do smeštaja.

Neophodna su ulaganja u promociju opštine Kosjerić i izgradnju imidža, kako bi ova turistička destinacija postala prepoznatljiva na turističkom tržištu - iskoristiti prednosti kao što su tradicija i iskustvo u bavljenju seoskim turizmom. Tri osnovna elementa na kojima treba graditi turističku ponudu su: **kvalitet, inovativnost i partnerstvo**.

Trebalo bi na pravi način iskoristiti vezu poljoprivrede i turizma, naročito kada je reč o proizvodnji zdrave hrane.

Postojeću konkurenciju bi trebalo doživljavati kao stimulativan faktor u sopstvenom tržišnom ponašanju.

Razumevanje i dobro predviđanje potreba potencijalnih gostiju, visok stepen zaštite prostora i celokupne resursne osnove, kao i podsticanje novih preduzetničkih poduhvata na principima održivog razvoja, mogu omogućiti prosperitet svim građanima ove opštine kao i razvoj i unapređenje turizma.

LITERATURA

1. Bakić O., Marketing menadžment turističke destinacije, Čigoja, Beograd, 2005.
2. Čačić K., Poslovanje preduzeća u turizmu, Ekonomski fakultet, Beograd 1998.
3. Čerović S., Strategijski menadžment u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2009.
4. Horwath Consulting Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, Strategija turizma Republike Srbije, Beograd, 2006.
5. Institut ekonomskih nauka – Beograd, Strategija razvoja turizma grada Beograda, Beograd, 2008.
6. Maksin–Mičić M., Menadžment prirodnih i kulturnih resursa u turizmu – ispitni materijal, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2005.
7. Opština Kosjerić, Strategija ekonomskog razvoja opštine Kosjerić za period 2010-2014. godine, Kosjerić, 2010.
8. Page S., Tourism Management, Butterworth/Heinemann, London, 2003.
9. Pavlović Lj.,(priredio Vladan Jovanović), Užica Crna gora, Grafičar, Užice, 1995.
10. Popesku J., Marketing u turizmu, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, 2009.
11. Popesku J., redaktor, Menadžment turističke destinacije, Singidunum, Beograd, 2008.
12. Službeni glasnik RS 36-09, Zakon o turizmu Republike Srbije, 2009.
13. Turistička organizacija Kosjerić, Statistički podaci, 2010.
14. Veljković S., Marketing usluga, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006.
15. Zečević B., Marketing turističkih destinacija – uloga informacione tehnologije, Jugo knjiga komerc, Beograd, 2007.
16. Živković R., Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu, Singidunum, Beograd, 2008.
17. www.baneprevoz.com – *pristup sajtu 25.03.2010.*
18. www.cobanskidani.rs – *pristup sajtu 26.03.2010.*
19. www.images.google.com – *pristup sajtu 25.03.2010.*
20. www.kosjeric.in.rs – *pristup sajtu 25.03.2010.*

21. www.kosjeric-online.com – *pristup sajtu 26.03.2010.*
22. www.ktowntgroup.org.rs – *pristup sajtu 27.03.2010.*
23. www.lovacki-savez-srbije.org – *pristup sajtu 28.03.2010.*
24. www.panoramio.com – *pristup sajtu 25.03.2010.*
25. www.travel.rs – *pristup sajtu 28.03.2010.*
26. www.zapadnasrbija.org.rs – *pristup sajtu 27.03.2010.*