

УДК:
338.48:338(497.11 Zlatibor)

Оригинални
научни рад

ПОЛИТИЧКА РЕВИЈА
POLITICAL REVIEW
Година (XXII) IX, vol=23
Бр. 1 / 2010.
стр. 249-272.

*Сања Шуљагић**

Институт за политичке студије, Београд

ДОПРИНОС ТУРИЗМА РАЗВОЈУ РЕГИОНА ЗЛАТИБОР**

Сажетак

Због недовољне искориштености изузетних природних, културних и привредних потенцијала Златибора, и у сврху постицања његовог одрживог развоја, једна од смерница овог текста је и да се укаже могућа паралела између регионалног развоја Златибора и неких других региона у Европи са сличним геоклиматским карактеристикама и потенцијалима за одрживи културни и економски развој, и да се пронађу одговарајуће смернице и предлози за имплементацију могућих предуслова за стабилан и одрживи развој региона Златибор у будућности. Аутор је у првом делу текста кроз историјски пресек успешних примера развоја планинског туризма понудио конкретне смернице на који начин су кроз историју спроведени оптимални развојни модел у области туристичке понуде планинског одмора, спорта и рекреације. У другом делу текста аутор је анализирао еколошке, политичке и економске сегменте на данашњем тржишту туристичке индустрије и у области услужних делатности, и понудио конкретне правне, организационе и институционалне смернице за развој туризма, поготово здравственог туризма, на Златибору и суседном Златару, а тиме и за развој целокупне привреде у овом подручју.

* Истраживач-сарадник у ИПС, Београд

** Рад је настао у оквиру научног пројекта „Друштвене и политичке претпоставке изградње демократских институција у Србији“ (149057 Д), који се реализује у оквиру Института за политичке студије у Београду, а финансира Министарство за науку и технолошки развој Републике Србије.

Кључне речи: планински туризам, здравствени туризам, туристички маркетинг, локалне самоуправе, просторни план, природни и културни ресурси, регионални развој

Стратегијом туризма Владе Републике Србије дефинисане су основе развоја туризма у Србији до 2015. године. У делу те Стратегије под називом „План конкурентности“, региони Златибора и Златара се као јединствена туристичка дестинација наводе као „планински зимско-летњи ресорт у кластеру навођења корака оптималног развојног модела за сегмент планинског одмора.“⁽¹⁾

ПРИМЕРИ УСПЕШНОГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА У ЕВРОПИ

Златибор је пространа, комплексна, отворена или платоска висораван специфично валовитог висинског рељефа која се налази у југозападном делу Републике Србије, на транзитном путу између Београда, односно континента Европе, према обали Јадрана, односно средоземној обали. Златибор, и суседни му Златар, познати су у локалним, регионалним и државним оквирима због квалитета воде и ваздуха, нетакнуте природе са питомим и романтичним пејзажима, попутне оригиналне културно-историјске и спортско-рекреационе понуде, као и специфичног хумора и гостољубивости локалног становништва. Због недовољне искориштености изузетних природних, културних и привредних потенцијала Златибора и Златара, и у сврху подстицања његовог одрживог развоја, једна од смерница овог текста је и да се укаже могућа паралела између регионалног развоја Златибора и неких других региона у Европи са сличним геоклиматским карактеристикама и потенцијалима за одрживи културни и економски развој, и да се пронађу одговарајуће смернице и предлози за имплементацију могућих предуслова за стабилан и одрживи развој региона Златибор у будућности.

За разлику од Балканског полуострва, чији су рурални предели били деценијама запостављени у плановима развоја државе, раз-

1) Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, *Пословни (master) план туристичке дестинације Златибор – Златар*, www.fthm.singidunum.ac.rs, стр. 1-2: Аутори текста предлажу да би било сврсисходније уколико би подручје Златибора и Златара, односно општине Чајетина и Нова Варош биле третиране шире, односно заједнички са општинама са којима формирају релевантан дестинацијски туристички производ, посебно у односу на карактеристике текуће и потенцијалне иностране туристичке тражње. Интерес за такво третирање дестинацијског производа исказан је и формирањем Туристичке организације за тзв. кластер Југозападна Србија са седиштем у Ужицу, која укључује и општине Ужице и Бајина Башта, са којима проучавано подручје најнепосредније формира специфичан и комплементаран производ.

вијене државе као Француска, Италија или Велика Британија су помоћним средствима маркетинга условљавале или побољшавале развој културе и економије у својим пограничним или од центра удаљеним регионима. У Француској је тренд масовних миграција људи из села у градове у јужном делу Француске у шездесетим годинама XX. века заустављен од почетка осамдесетих година давањем олакшица младим брачним паровима при куповини некретнина и изградњом квалитетних путева, инфраструктуре и телекомуникационих веза у тим регионима. Упоредо са маркетиншки промовисаним предностима живљења и стварања и рада у области дизајна, грађевинарства, козметичке индустрије, индустрије природних лекова и здраве хране, пољопривреде, туризма или угоститељства, текао је процес враћања и остајања локалног становништва у тим руралним просторима, и тако су временом и познати уметници, предузимачи и припадници високо рангираног друштвеног слоја почињали да бирају таква подручја за посете или пак за привремени или трајни боравак у њима, што је уједно дало и додатну маркетиншку вредност природним потенцијалима сеоских предела Француске. Овакви и слични маркетиншки потези влада развијених држава доприносили су развоју пољопривреде, што је по правилу потпомагало развој осталих привредних грана и делатности у локалним заједницама и регионима. Сликвити су примери маркетиншког концепта развоја Провансе или Азурне обале у Француској, где су природне лепоте тог подручја, изградња добре саобраћајне и телекомуникационе инфраструктуре и понуда локалних гастрономских специјалитета обједињени у једну туристички препознатљиву и економски профитабилну целину. Конкретан пример за то је успешно маркетиншки и економски извршено повезивање светски познатих провансалских центара за парфумерију и ароматерапију Grasse или Monasque, широм света познатог по својим плантажама различитих врста цвећа и биљака и локалним произвођачима и достављачима парфема и ароматичних уља. За привредни успех ових градића заслужне су генерације локалних предузетничких породица које су уз име својих послова припојиле атрибуте традиције, економске профитабилности и поверења потрошача, мешавину руралног и софистицираног, гастрономију и специфичну *joie de vivre* филозофију уживања у животу. Ове градиће раздваја свега пар десетина километара од француских обалских градова Cannes, Nice или Saint Tropez, или са градовима Monte Carlo и San Remo у суседним државама. Читаво ово

наведено подручје, уз понуду природних ресурса у свом туристичком маркетиншком концепту, већ деценијама пружа и висококвалитетну специјалистичко-медицинску и културно-историјску пропратну понуду. Од велике важности је чињеница да је ово подручје повезано добрим телекомуникационим и саобраћајним везама (квалитетне пруге, ауто-путеви, ваздушни саобраћај), како између себе, тако и са главним урбаним средиштима у окружењу, или пак са оближњим светски познатим скијалиштима у европским Алпима. У суседним европским Алпима, нека бивша француска, швајцарска, немачка, аустријска и италијанска рурална планинска места, која су у прошлости била насељена пољопривредницима, сточарима, рударима и занатлијама, временом су прерасла у најпознатије светске планинске туристичке центре. За такве планинске центре је карактеристично да се нису територијално и топографски много ширили, да су на аутохтоности унутрашњих и спољних архитектонских карактеристика изградили почетни *image* и да су у циљу привлачења туриста континуирано усвајали најсавременија технолошка достигнућа и вршили побољшање инфраструктуре. Истовремено са тим процесом, пажљивим планирањем и истанчаном понудом локалних аутохтоних производа и глобално познатих луксузних производа, као и највишим нивоом разних врста услужних делатности у својој понуди, привукли су не само уско оријентисан профил туриста скијаша и рекреативаца, него и имућну и софистицирану клијентелу различитих годишта као своје госте. За успешан развој тих познатих планинских центара биле су пресудне добро направљене студије изводљивости о њиховом одрживом развоју, које су, у зависности од географских, биоклиматских и инфраструктурних карактеристика и привредних и културних потенцијала тог региона, као и његовог степена економског развоја и туристичке понуде, помогле да се одреди пожељни профил и степен масовности посетилаца, а затим деценијама ради на изградњи и очувању жељеног утиска у јавности и побољшању економског и културног развоја ових планинских центара. Исто толико важно за успешан развој тих планинских центара била је, уз понуду квалитетних производа из других региона и држава, и властита производња одређених намирница и услуга, као и развијање осећања поноса и задовољства локалног становништва својом животном средином и развијањем свести о потреби за њеним очувањем и усавршавањем.

Као по правилу, природна квалитетна особеност и добра организација скијалишта, богати природни и културни потенцијали у одређеном месту, као и специфичности које посетиоцу може да понуди само једно одређено место, и ниједно друго у његовом окружењу, временом су издвајали у региону одређене планинске центре као привлачна и стална одредишта за туристе. У другој половини XIX. века урбана европска елита почела је да открива природу и културу ових алпских региона и да је идеализује као алтернативу свом начину живота у градовима. Захваљујући изградњи аутопута шездесетих година XIX. века, затим изградњи железничке пруге 1901. године, изградњи система жичара 1936-1937. године, те пробијању Mont-Blanc тунела (1959-1965) и конструкцији аутопута Route Blanche (1985-1990),²⁾ на почетку XXI века, некадашње мало француско планинско место ChamoniX временом је доживело да га у једном дану посећује и до 100.000 туриста.³⁾ Захваљујући развоју скијашког туризма од 1864. године, и некадашње мало швајцарско планинско насеље St. Moritz временом је постало један од најпознатијих туристичких центара на свету. У сличном контексту је карактеристичан и пример историјског развоја зимовалишта Grindelwald у бернској регији у Швајцарској. До XIX. века становници те регије били су обични сељаци и сточари, принуђени да због сиромаштва емигрирају у веће урбане центре или у иностранство. Захваљујући пробуђеном интересовању туриста за зимски туризам, односно приливу страних и домаћих гостију који су захтевали пригодне комфорне смештајне капацитете и помогли изградњу саобраћајне инфраструктуре, уследио је период развоја образовања и специјализације међу локалним становништвом. То је допринело да Grindelwald временом постане средиште зимског одмора виших друштвених слојева у Европи.⁴⁾ Европско туристичко тржиште пуно је примера успешних планинских центара сличних наведеним швајцарским и француским планинским одмаралиштима, који су успешно комбиновали очување и употребу природних ресурса у економске сврхе. У европска зимовалишта туристи скијаша су зими долазили превасходно због добро уређених скијашких стаза, али временом су многа ова планинска туристичка места омогућа-

2) Les Houches-Servoz, Site Officiel des Offices de Tourisme, *The village resort in the ChamoniX valley (LES HOUCHES)*, <http://www.leshouches.com/uk/leshouches.htm>

3) http://www.hzinternational.com/Ski_resorts/Chamonix_Mont-Blanc/chamonix_mont-blanc.html

4) Urs Wiesmann, *Mountains of the World: Tourism and Sustainable Mountain Development Part I*, <http://www.mtnforum.org/resources/library/magen99a.htm>

вала својим посетиоцима да уживају у оригиналној туристичкој понуди тих места, било да се радило о могућностима за бављење неким специфичним врстама зимских спортова, оригиналним гастрономским специјалитетима, природним знаменитостима, или једноставном чињеницом да су скијалишта и туристичке атракције саграђени у близини неког малог планинског универзитета и студентског центра, те су тако природно привлачила одређени тип посетиоца и клијентеле. У проналажењу решења за недоумице око проналажења и успостављања одговарајућег концепта уређења и туристичке понуде Златибора и Златара, као примери донекле могу да послуже европски планински регион Тирол-Јужни Тирол-Трентино између Аустрије, Немачке, Швајцарске и Италије,⁵⁾ пространа регион-мрежа скијалишта *Portes du Soleil*, која повезује француске и швајцарске *ski* и *snowboarding* центре, регион *Valais* у југозападном делу Швајцарске са чувеним скијалиштима *Zermatt* и *Verbier* или долина *Tarentaise (Vallée de la Tarentaise)* у француским савојским Алпима са скијалиштима *L'Espace Killy* и *Les Trois Vallées*.⁶⁾

ПОТЕНЦИЈАЛИ И ПРОБЛЕМИ У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА НА ЗЛАТИБОРУ

Златибор и Златар, као и суседни им планински центри, у упоредби са наведеним европским планинским центрима са дугогодишњом богатом туристичком традицијом, не могу да се промовишу као уско специјализовани скијалишни зимски центри, због свог релативног ниског планинског масива и кратких скијашких стаза

- 5) На тај регион надовезује се скијашки регион *Ischgl* у Тиролу у Аустрији, уз саму границу са Швајцарском – *Ischgl* је у Аустрији, један део скијалишта се налази у Швајцарској, а место *Samnau* (бесцаринска зона) је у Швајцарској. *Samnau* је познат по бесцаринској зони куповине, квалитетном систему жичара и по тунелу са покретном траком, са које се директно са скијашке стазе долази у центар насеља.
- 6) http://www.powdertravel.com/ski_courchevel.htm: Планинско место *Courchevel* у тој долини пример је економски изузетно профитабилног планинског центра са више десетина хотела, ресторана и луксузних радњи, са скијашким пистама укупне дужине од 600 километара и са ски-школама са преко 500 ски инструктора и планинских водича. Овај познати планински центар подељен је на четири, условно речено, села, која су добила име по надморској висини на којој су смештена, и која су повезана бесплатни аутобусима и гондолама: *Courchevel 1850*, *Courchevel 1650* *Courchevel 1550* и *Courchevel 1300*. Свако од тих места је специфично по врсти услуга које нуди, као и по профилу посетиоца који их посећују. Тако је највеће и најпопуларније међу селима, село *Courchevel 1850*, познато по својој сеоској пијаци и по највећој концентрацији луксузних бутика, сувенирница, радњи са најквалитетнијом спортском опремом, продавница за децу, парфумерија, апотека, козметичких салона, ликовних галерија, драгуљарница, винарија, ресторана и ноћних клубова, а село *Courchevel 1300* је најстарије насеље, и у односу на остала насеља нуди тишину и мир својим посетиоцима.

у успоредби са многим познатим европским скијалиштима, као и због још увек недовољног неискуства локалног становништва и институција у промоцији, вршењу и очувању евентуалних поменутих туристичких понуда и услуга. Ту су и још увек неразрешени на одговарајући начин проблеми недостатка снега на скијашким стазама, као и проблеми неизграђеног система панорамских и спортских жичара. Још увек су нерешени и проблеми у вези са организацијом и управљањем скијалиштима, пропратном инфраструктуром или изнајмљивањем и сервисирањем опреме за скијаше,⁷⁾ а има и многобројних других проблема сличне природе. Према резултатима извештаја о „Индексу еколошких перформанси“, заснованом углавном на међународним споразумима и представљеном на Светском економском форуму у Давосу, у којем се по државама упоређује стање животне средине са постављеним циљевима у тој области, Србија се нашла међу првих тридесет држава у свету.⁸⁾ То представља важну чињеницу у контексту развоја летњег и зимског туризма уопште. Ако би студије изводивости показале да би развој планинског туризма могао да помогне укупном привредном развоју Златибора и државе, надлежне институције и појединци задужени за промоцију и развој планинског туризма морали би да воде рачуна о томе да се, у случају промоције планинског и здравственог туризма, ради о једном комплексном процесу мењања животних стилова, обичаја и манира посетилаца из урбаних крајева и домаћина из руралних предела. Државне институције, локалне самоуправе, правници, економисти и стручњаци за маркетинг морали би да објасне и приближе локалном становништву идеју о потреби развоја планинског, у случају Златибора посебно и здравственог туризма, и да се укључе у процес информисања и образовања локалног становништва у правцу остваривања одрживог развоја у тој области.

У делу Европе у којем се Златибор налази, у односу на суседне планине Тару и Златар, и остале планине у окружењу, које се

7) Нека скандинавска и алпска скијалишта су решила проблем ниског планинског масива уводећи у своју понуду додатне атракције као што су *half-pipe* (велика полуцев у снегу направљена за *snowboarding*), или превод и панорамско разгледање околине системом кабинских или отворених жичара. Превоз жичарама, осим што је економичан вид саобраћаја, препоручљив је за Златибор и због проблема непроходности цеста и путева услед високих намета снега у зимском периоду.

8) *Блиц*, Тањуг, „Србија међу еколошки здравијим земљама“, 28. 01. 2010.г.: Стручњаци из области геонаука и еколошких закона индекс државе рангирани су према десет категорија, као што су загађење ваздуха, Биолошка разноврсност и климатске промене, као и према 25 показатеља перформанси стања животне средине у држави.

као и Златибор, могу похвалити изузетно привлачним и очуваним природним лепотама, Златибор не може да потенцира само своје природне лепоте као предност у односу на суседна и остала слична планинска туристичка места. Али, постоји једна предност Златибора у односу на њих - то су научно и традиционално доказани лековити природни ресурси – ваздух, биљке и воде Златибора, као и његов благодетан топографски положај на којем се укрштавају континентална и медитеранска клима, као и лепота пејзажа која прави романтичан и живописан оквир за туристичку понуду и промоцију лековитости природних ресурса тог подручја. Златибор, уз своју понуду објеката за спорт, забаву, одмор и угоститељство, може да потенцира као основну предност у односу на друге планинске центре пре свега своје традиционалне признате и познате здравствене и рехабилитационе потенцијале. Захваљујући свом научно доказано лековитом ваздуху, биљкама и водама са калцијум-карбонатом, као и здравствено-рехабилитационом центру „Чигота“, кога је, као висококвалитетну установу признала и Светска здравствена организација, као и осталим сличним објектима за здравље, одмор, рехабилитацију или спортске припреме, Златибор може да постане својеврсна „матица здравља“ у туристичкој понуди Србије, Европе и света.

Са проблемима које су имали познати европски планински туристички центри у свом развоју од друге половине XIX. века, сусрећу се на крају прве деценије XXI. века и стручњаци који учествују у стварању стратегије одрживог развоја, вероватно изгледне регионализације Србије, и доприноса туризма развоју региона Златибор. Међутим, ти слични постојећи проблеми остају у сенци највећег данашњег проблема у вези са развојем планинског туризма и одрживог развоја у Србији, а то је да су та сеоска планинска подручја у плановима развоја државе била деценијама занемаривана и сходно томе демографски опустела, тако да она данас наликују на „мрежу пензионера“ чији становници су немоћни да производе и омогућавају живот будућим генерацијама на тим подручјима. Један од карактеристичних примера за то је недостатак објеката за производњу здравствено-безбедне хране у планинским подручјима Србије, а за које већ вековима постоје велики природни потенцијали и уједно и све веће интересовање страних и домаћих потрошача.

У планинским пределима Србије основни проблем за развој пољопривредних објеката за узгој оваца, коза и других домаћих

животиња представља миграција локалног становништва у веће урбане центре због потраге за послом и образовањем, а последично томе проблем представља и опадање значајног броја преживара, тако да је само 10 % већих травнатих области планинских предела у употреби, иако рељеф, физичке, хемијске и биолошке карактеристике земљишта, ботанички састав пашњака, наводњавање, климатски услови и епидемиолошка ситуација задовољавају основне услове за узгој оваца, коза и других врста преживара. У овим крајевима покретање процеса производње здраве хране и културе унапређења прехранбених и других животних навика локалног становништва уједно би дало основу за решавање проблема незапослености и постало покретач развоја мултифункционалне пољопривреде.⁹⁾ Куповина домаћих прехранбених производа и обилазак атрактивних локалних објеката у којима се производе здрава храна, пиће, домаћи лекови или козметички производи, што приказују бројни примери у развијеним државама као што су Велика Британија, Аустралија, Нови Зеланд или Француска, омогућавају безбедност хране и животне средине и подизање нивоа еколошке свести становништва у природним и културним ресурсима врло богатим, а у пракси занемареним и запуштеним руралним крајевима. Изградњом и одржавањем оваквих домаћинстава и поседа брига за заштиту природне средине превазишла би форму обичних текстова у школским и струковним уџбеницима из области пољопривреде, туризма или заштите природне средине, постала би потпорни стуб одрживости економског и културног развоја и уједно покретач развоја друштвене свести као оквира процеса институционализације у руралним крајевима.

Уз општину Чајетина, на Златибору се временом кроз историју, као транзитни и туристички центар, установило насеље Воде Златибор (са називима Краљеве воде и Партизанске воде у прошлости). Због чињенице да је оближњи град Ужице већ урбано и административно средиште региона, насеље Воде Златибор није било предвиђено за формирање и развој као градско насеље. Како се временом ово место у протеклих неколико деценија привредно

9) Ковачевић Душан, Ољача Снежана, Долијановић Жељка, Јовановић Живота, Милић Весна, *Трактори и погонске машине* 2005, Vol. 10, бр. 2, „Управљање природним ресурсима и производња здравствено-безбедне хране у брдско-планинским регионима Србије“, стр. 245-250: Због такве ситуације, ова травната подручја показују поремећај диманичке равнотеже и наглу ботаничку деградацију, често у правцу преовлађивања некорисних и токсичних врста, грмља и ниског дрвећа. Ово је узроковано не само глобалним климатским променама и ерозијом, већ и људском и животињском депопулацијом, нарочито малих домаћих преживара, оваца и коза.“

развијало и топографски ширило, у многим случајевима импровизирано и не узимајући у обзир параметре за дугорочно оријентисану изградњу једног туристичког насеља, тако је до изражаја дошла потреба да се његов нагли и прилично неплански урбанистички развој регулише и усмери у правцу задовољавања еколошких, економских и естетских стандарда његових становника, као и све већег броја туриста. То је указало на општу потребу да се правилно уреде и сачувају његов простор и природни ресурси и на неки начин ублажи штета настала од новонасталих естетских, урбанистичких и инфраструктурних проблема. Не само у случају овог насеља, него и у случају целокупног развоја Златибора, од изнимне важности је да се развију и очувају приоритетни природни, културни и привредни капацитети, да се одреде и придржавају принципи управљања туристичком дестинацијом, донесу и регулишу мере за План опште регулације и одреде смернице урбанистичког планирања, те одреди и објави решење одговарајуће форме јавног и приватног власништва, као и јавно-приватног партнерства. Уз то, у склопу туристичке понуде Златибора и Златара, локалне самоуправе ће морати да реше важна додатна питања као што су: естетско решење и уједначавање параметара градње и инфраструктуре стамбених објеката, изградња и побољшање квалитета путева, правно и урбанистичко регулисање питања саобраћаја и паркинга у региону, одговарајућа контрола пречишћавања отпадних вода, решавање проблема рециклаже, побољшање ситуације у области здравствене заштите становника и посетилаца, и слично. Такође, локалне заједнице морају да узму учешћа у процесу успешног оспособљавања и образовања локалног становништва о мерама заштите физичких лица и природних, стамбених и привредних добара од све учесталијих природних непогода и последица климатских промена. Будући да су подизање еколошке свести и предузимање превентивних и заштитних мера против природних непогода и последица климатских промена реалност живљења у XXI. веку, у дефинисању мера заштите природне околине нужно је мењати устаљене животне навике и свест локалног становништва и образовати становништво у правцу предузимања превентивних мера у случају све учесталијих природних непогода и последица глобалних климатских промена. Пожељно је да се, како на државном, тако и на локалном нивоу, читав комплекс који обухвата туристичке потенцијале на одговарајући начин стави под посебан правни систем заштите. Потребно је и подстицати развој стручних пројеката и истраживања о уна-

пређењу квалитета живота на свим нивоима у том региону, али и ослонити се на интуитивност и иновативност локалног становништва, и тако им омогућити да се реализују у оквиру правних мера, мера образовања, заштите од елементарних непогода, јавних расправа о урбанистичком, просторном и регулационом плану, у подстицању предузетништва, учешћа у раду локалних самоуправа, и слично. Као битан предуслов развоја познатих светских и европских туристичких центара кроз историју било је доношење правних мера којима је била заштићена њихова природна околина и тако обезбеђена основа за њихов даљи развој. Тако је, на пример, у Аустрији долина Defereggental, која је из некадашњег рударског региона претворена прво у трговачки центар, а касније у туристички центар за летњи и зимски туризам, проглашена Националним парком са строгим правилима у вези са очувањем природе. У Швајцарској се такође много полаже на очување природне околине. За улице пуне цвећа познатог швајцарског зимовалишта Zermatt карактеристично је брига за очување околине – непостојање отпадака на улицама. Швајцарско зимовалиште Saas Fee, којег Швајцарци називају „Бисер Алпа“, члан је удружења туристичких насеља у којима је забрањен промет возилима на унутрашње сагоревање (GAST), што је резултирало одсуством буке и очувањем нетакнуте природе. Успешна комбинација економске профитабилности и очувања локалног и државног културног идентитета види се и на примеру популарног скијалишта Chamonix у француском делу алпског масива, које је своју предност топографске близине зимским туристичким атракцијама суседних држава Швајцарске и Италије додатно ојачало понудом својих очуваних аутохтоних локалних музеја-кућа из XVIII. века и десетине километара дугих скијашких стаза и савременим жичара.

У случају почетка развоја туризма на Златибору, сачуван је податак да је богати сарајевски трговац Хаџи Никола Селак 1750. године био подигао летњиковач од борових брвана у Водицама, на Златибору, као и да су његов пример следиле породице богатих ужичких марвених трговаца и осталих становника југозападне Србије. У *Трговинском гласнику* из 1892. године забележено је о Златибору и то да се „човек чисто препороди и осећа много лакши и веселији када неко време ту проведе.”¹⁰⁾ Као почетак организованог златиборског туризма сматра се посета краља Александра

10) Снежана Џенић, *Златибор – културна и историјска баштина од праисторије до данас*, Библиотека „Љубиша Р. Џенић“, Чајетина, 2009

Обреновића Ужицу 20. августа 1893. године. Забележено је да је краљ био дирнут топлим горштаким гостопримством за време пољског ручка крај извора Кулашевац на Златибору и да је следеће године у част краљевог доласка председник општине Чајетина подигао на том месту чесму, која је била први зидани објекат на том делу Златибора.¹¹⁾ Истог лета је оболели син бившег председника Народне скупштине Краљевине Србије Алексе Поповића оздравио захваљујући боравку у усамљеној чобанској колиби у Рибници на Златибору, те је Алекса Поповић следеће године у Рибници саградио викендицу од борових брвана. Од тада на Златибору ничу туристичка насеља Рибница, Палисад, Краљеве Воде и Око. Између два светска рата туризам је поготово био развијан на Палисаду, где су подизани зидани и дрвени летњиковци у стилу алпске и тиролске архитектуре. Окружни ужички одбор је 1914. године саградио и луксузан хотел „Краљева вода“ са депандансом „Чигота“. Првих послератних година ту је саграђено летње здање са базеном и свом пропратном опремом за децу и одрасле, те зграда Дечјег одмаралишта која је завршена 1934. године. Касније је локални прота ту саградио пекару, ресторан и дрвене зграде, а тадашњи обичај градње стамбених објеката у специфичном дрвеном алпском и динарском стилу задржао се на Златибору све до данашњих дана.

У смислу позитивног примера у новијој туристичкој понуди и медијској промоцији планинских подручја Таре, Златибора и Златара, може се поменути изградња Музеја под отвореном небом „Старо село“ у Сирогојну на Златибору, изградња етно-села Дрвенград режисера Емира Кустурице на Међавнику у близини оригиналне локалне железничке пруге „Шарганска осмица“ на Шаргану, као и изградња етно-насеља, локалног музеја и галерије грнчарских производа у селу Злакуса на путу од Ужица према Пожеги. Ту су и галерија скулптура од камена Владимира Митровића у селу Трнава, галерија скулптура од дрвета Миладина Лекића у селу Шљивовица, ликовна колонија-галерија академског сликара Божидара Ковачевића у селу Драглица на Боровој Глави, те село Трипкова које је познато по манастиру Рујно у којем се налази прва штампана књига у Срба „Рујанско четворојевањђе“, као и локална галерија-радионица предмета од стакла. Природни и културни потенцијали у понуди тог краја су и брана Врутци са језером, излетиште Јокино врело и обновљена црква Светог Ђорђа. Пажњу ту-

11) Ibid

риста све више привлаче и водопад крај села Гостиље, „колонија“ белоглавих супова, орлова и соколова у кањону реке Увац на Златару, као и манастир Увац, затим природно чудо Потпећка пећина на највишим пећинским улазом од педесет метара у Србији, који изгледа као циновски портал у облику потковице, и Стопића пећина крај села Рожанство, позната по највећим и најдубљим бигреним кадама у Србији. Ови локалитети из године у годину привлаче све већи број страних и домаћих туриста, а посебно радује чињеница да се, поред њих, у региону Златибора налази велики број стваралаца и поборника изворне наивне уметности, локалних занатлија, уметника, научника, кулинара и привредника који су у стању да на микро-плану обогате постојећу туристичку понуду, и који ће тек бити откривени и представљени домаћих и страним посетиоцима на одговарајући начин како време буде пролазило. У том процесу, упоредо са откривањем и наступом локалних уметника, занатлија или разних туристичких атракција, биће потребна адекватна координација туристичких заједница задужених за промоцију туризма са одговарајућим привредним и политичким субјектима у том региону. Уз адекватно осмишљен и координисан концепт повезивања локалних златиборских туристичких знаменитости и догађаја, са околним туристичким знаменитостима и догађајима, као што су, на пример, фестивали трубе на Златибору и у оближњој Гучи и Ариљу, биће могуће да читав регион, од локалних становника и локалних самоуправа и туристичких, просветних и медицинских радника, до, наравно, задовољних туриста, током целе календарске године, профитира од пажљиво осмишљеног и реализованог повезивања оригиналних природних и културних ресурса, знаменитости и догађаја које нуди регион Златибора.

МОГУЋНОСТИ ЗА РАЗВОЈ ЗДРАВСТВЕНОГ ТУРИЗМА НА ЗЛАТИБОРУ

Боравак на Златибору, који су многи посетиоци кроз историју описивали као „Храна за душу и тело“, представља освежење за организам посетиоца, без обзира да ли га интересују потрага за здрављем, миром, одмором и рекреацијом или неуобичајено адреналинско-спортско и авантуристичко путничко искуство. Кроз историју сачувана, нетакнута и надалеко позната природна лепота, омогућила је здрав ваздух, храну и воду становницима и посетиоцима Златибора, и уједно овом планинском лечилишту-ваздушној

бањи омогућила званично признат статус подручја са лековитим ваздухом и водом. У том смислу, у сврху изражавања оригиналности у својој туристичкој понуди на врло конкурентном домаћем и светском тржишту планинског летњег и зимског туризма, шанса Златибора може да се пронађе у контексту експанзије здравственог туризма у свету. За здравствени туризам, односно за туризам специјализован за превентиву, оперативне захвате, рехабилитацију, одмор, рекреацију, разоноду и побољшање стања духа и тела, стручњаци предвиђају да ће у XXI. веку обухватати највеће тржиште у глобалној понуди услужних делатности. Процењује се да ће до почетка друге деценије XXI. века светско тржиште медицинског туризма вредети око 100 милијарди долара.¹²⁾ Због умерене климе, чистог и сувог ваздуха, ниског ваздушног притиска и богатог ултравиолетног зрачења, Златибор је од давнина познат као планинска висораван погодна за одмор, опоравак или лечење. Од почетка XX. века Златибор је био посебно препоручиван деци као место за одмор и јачање организма, а са развојем туризма његови природни потенцијали су временом даље научно разматрани. Сматра се да је посебно благотворан за децу, спортисте и особе са респираторним проблемима, кардиоваскуларним, метаболичким поремећајима и поремећајима дигестивног тракта, као и за особе са исцрпљеношћу и нервном пренапрегнутошћу, малокрвношћу, астмом или болести штитне жлезде.

Званично потврђено чисти и лековити природни ресурси Златибора могли би да постану основа за развој општег и специјализованог вида здравствене понуде у склопу туристичке понуде на њему. Међутим, без одговарајуће институционализације и планског размишљања и доношења одговарајућих правних, културолошких, еколошких и економских мера планирања одрживог развоја овог региона, стање очуваних природних потенцијала и понуда предности и погодности у овом региону би се у случају непланског и наглог развоја могли претворити у своју супротност. Зато је врло важна координираност свих фактора понуђених и ангажованих у процесу будућег развоја овог региона – локалних становника и локалних самоуправа, образовних и културно-организационих установа, туриста и туристичких радника, туристичких и еколо-

12) 2nd Biennial Conference: Changing Patterns and Use of Leisure Time, St Gallen (Institute for Public Services and Tourism), Innsbruck (Center for Tourism and Service Economics), Bolzano/Bozen (EURAC – European Academy), *Recovery and Health / The Largest Market in 21st century*, http://homes.tiscover.com/project/leisure_futures/papers.pdf

шких заједница и друштава и волонтера, локалних и ван-локалних стручњака за поједине области друштвеног развоја, доносиоца мера за одржавање и планирање развоја, привредника, медицинских радника, културних посленика, сељака, занатлија, предузетника, локалних служби задужених за контролисање квалитете производа или заштите природне околине, и тако даље. То је неопходно не само ради задовољења захтева модерних и захтевних туриста, него и ради унапређења квалитете живота локалног становништва које ту вековима живи и опстаје, као и због будућих генерација којима оно у наследство оставља образовање, знање и радне навике везане за њено функционисање и унапређење животне средине.

Златибор, са својим природним и културним ресурсима, сигурно нуди здравствени третман и опоравак који, уз изузетно стручне лекаре и остало медицинско особље, могу да се понуде страним и домаћим туристима за изванредан постотак јефтине него у високо развијеним државама. У том смислу, једна од шанси Златибора да се устоличи као светски и европски препознатљива летња и зимска туристичка дестинација могла би да буде могућност да се на Златибору, уз редовну туристичку летњу и зимску понуду, понуде и бонус туристички аранжмани са јефтинијим здравственим услугама у области стоматологије, хирургије, те разних врста терапија превентиве и рехабилитације, у односу на здравствене услуге које туристи могу добивати код куће. Тако би, осим одмора, рекреације, скијања и других различитих спортова у различитим годишњим периодима или обиласка локалних природних и културних знаменитости, гост уједно добио могућност да о истом трошку добије и одговарајућу здравствену услугу. Тако би се, уз могућност давања пореских олакшица медицинским радницима различитих усмерења, стоматолозима и специјализованим здравственим установама са дијагностичко-корективно-рехабилитационим-рекреационим програмима, и сходно томе уз могућност отварања здравствених и здравствено-образовних установа, ординација и медицинских и естетских клиника на једном посебном месту у оквиру целокупне туристичке понуде Златибора, отворио читав низ различитих могућности за развој додатне угоститељске, трговачке, гастрономске, спортско-рекреационе, културно-историјске, образовне и осталих врста туристичке понуде на Златибору. Уз то, на Златибору, као и у планинским центрима у суседним регионима, постоји одређен број извора термалне воде који треба да се научно испитају, јер је

валоризација геотермалне енергије у сврху развоја туризма и активирања економских потенцијала локалних места још увек слаба. Златибор такође већ деценијама омогућава припреме врхунским спортистима, уз могућности за бављење различитим спортовима рекреативцима. На жалост, још увек велики проблем представља недовољна упућеност и усмереност локалног становништва на чињеницу да ће се бањски, здравствени и спортски туризам развијати великом брзином у XXI. веку.¹³⁾ Такође, у случају заживљавања овакве јединствене здравствено-туристичке понуде у оквиру редовне туристичке понуде, створио би се временом специфичан повољан утисак о Златибору у јавности, а део евентуалног профита требало би да се мудро уложи у даљње инвестиције и образовање здравственог и туристичког будућег кадра, у образовање локалног подмлатка уопште, као и у очување и развој природних ресурса који управо и представљају погодност и атрактивност за стране и домаће посетиоце.

КОНКРЕТНИ ПОЗИТИВНИ ПОТЕЗИ ЛОКАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ РАДНИКА

Извесно је да ће, на почетку XXI. века, два специфична потеза локалне јавне управе из Ужица бити врло ефективна за привлачење туриста на подручје златиборског региона. Први потез је везан за заједнички подухват Туристичке организације „Ужице“ и Планинарског клуба „Рујно“ – повезивање Златибора и етно села-музеја грнчарије Злакуса, Мокре Горе, Кадињаче, Јелове горе и кањона реке Дервенте комплексом маркираних планинарских стаза дугачких 200 километара, које воде кроз крајолике нетакнуте природе, намењене за излетнике, пешаке, рекреативце, бициклисте, јахаче и спортисте. Ова такозвана ужичка „еко-туристичка трансверзала“ дати ће подстицај развоју сеоског туризма и пратећих делатности, јер је сваки од кракова овог оригиналног комплекса стаза трасиран тако да ће туристи моћи на путу, у селима кроз која пролазе, да обеђу локалне специјалитете, да преноће, купе локалне прехранбене

13) Travel Daily News, “What trends will emerge over the next 30 years of travel?”, Friday, November 06, 2009, www.traveldailynews.com/: “Поводом 30-годишњице оснивања *World Travel Market*, неки од највиших светских туристичких званичника су објавили своје прогнозе о низу трендова који ће бити доминантни кроз тридесет година, као што су: подводни туризам, портабл хотели, смештај у приватним кућама локалаца, спортски туризам, аутентичан луксуз, као и осамостаљивање мањих сегмената тржишта, што ће проузроковати суптилна прилагођавања потребама туриста и развој нових, различитих видова туризма.”

производе, изнајме коње за јахање, опрему за планинарење или да купе локалне сувенире од природних материјала. Посебно се у понуди таквих локалних сувенира истичу ручно рађени џемпери и надалеко познато „злакуско“ грнчарско посуђе, ручно направљено од специфичне мешавине камена калцита и глине, за коју се тврди да локалним јелима даје посебан окус. Осим што се овај туристички концепт уклапа у промоцију тренда здравог живота и даје туристима могућност да се опробају у шетњи, планинарењу, рекреативном јахању расних грла и пони коњића за децу, скијашким спортовима, падобранском једрењу (*paragliding*), адреналинском планинском или обичном бициклизму за рекреацију, он туристима из урбаних подручја пружа нов и непоновљив доживљај упознавања богатог биљног и животињског света и природних и културних локалних знаменитости и обичаја златиборско-ужичког краја.¹⁴⁾

Други важан потез локалне јавне управе из Ужица се односи на оспособљавање војног аеродрома Поникве за потребе туризма, привреде и пољопривреде. Овај аеродром има 3, 2 километра дугачку писту и због одсуства магле може да има око 250 летних дана у години. У студији објављеној у оквиру европског пројекта RAIRD, аеродром Поникве би цивилним саобраћајем на петогодишњем нивоу бележио у почетку око 3, 7 милиона евра мањка, али би региону доносио и до пет, шест пута већи приход. Потребно је добро проценити којом динамиком и на какав начин ће се аеродром оспособљавати за цивилни саобраћај, јер је ваздушни саобраћај најскупљи вид саобраћаја, тако да евентуални приход од отварања овог аеродрома зависи од раста БДП, споразума о отвореном небу, о процени локалних самоуправа и студија изводивости о броју путника, као и од одговарајућих правних мера за његову регулацију.¹⁵⁾ У прављењу овакве студије изведивости, као и у другим елементима планирања и извођења процеса доприноса туризма и осталих привредних активности развоју Златибора, морају се ангажовати локални и други стручњаци из одговарајућих припадних области који ће моћи коректно да придонесу стварању дугорочне добити за локално становништво и остале субјекте изведбе развојног преображаја туризма и целокупне привреде Златибора

14) Владимир Лојаница, „Пешачким стазама спајају Златибор и Мокру Гору“, *Блиц*, 02.09.2009.г.

15) Бранко Пејовић, „Аеродром Поникве поново на узлептишту“, *Политика*, 24.09.2009.г., такође видети Тања Спалевић, „Ливада није писта“, *Вечерње новости*, 28.11.2009.г.

Осим одговарајуће утилитаризације природних и привредних ресурса региона у златиборској локалној туристичкој понуди, у времену све присутније сегментације тржишта, захтевности туриста-потрошача и конкурентности у сврху повећане дневне потрошње у туристичкој понуди, туристима је у свету доступна и разноврсна и богата ванпансионска понуда. У зимовалиштима у Шведској, Швајцарској, Италији, Француској, Немачкој и Аустрији смештајни објекти са сауном и камином за туристе обично су инспирисани традиционалним планинским стилем грађевинарства. Туристи уз скијање често имају могућност да се баве разним врстама спортова и да уживају у специфичним врстама локалних *fitness* и *wellness* програма и да уживају у разноврсној ванпансионској понуди.¹⁶⁾

У склопу туристичке понуде Златибора за читаву годину потребно је развијати и додатне специфичности туристичке понуде у летњем и зимском периоду. У склопу зимске туристичке понуде

16) Становници светски познатог зимовалишта Kitzbühel у аустријском делу Тирола, носе се чињеницом да неки локални хотели датирају још од XV. и XVI. века. Ово место је из некадашњег планинског рударског центра временом претварало своје локалне дворце и куће у *spa* одмаралишта и хотеле. Неки хотели су сачували шарм *art nouveau* декорације или декорације традиционалних ловачких планинских кућа, али су ти традиционални стамбени објекти опремљени најсавременијим технолошким помагалима и прилагођени савременим туристима различитих профила. Посетиоци који одседају у традиционално беспрекорно чистим и очуваним локалним традиционалним и модерним хотела могу да попију пиће у леденом *igloo* ("iglu") селу, да се купају и забављају у локалним базенима и воденим тобоганима, или да у слободно време уживају у третманима од лековитог биљног блата са оближњег брда Lutzenberg. У Шведској се туристима уз скијање на локалним стазама нуди купање у великим дрвеним бурадима, обиласци места на саоницама које вуку собови, коњи или пси, као и возња моторним скијама. Уз остале погодности француска и швајцарска алпска скијалишта нуде вечере у глечерским ресторанима на врху планинског масива, након чега следи спуштање скијама до оближњих насеља уз светлост бакљи, возња коњским саоницама или кочијама од скијалишта до преноћишта уз чашу куваног вина или ноћни пароглајдинг и скијање. На другом крају света, у Јапану, туристичка места у планинским комплексима Nagano и Hokkaido пружају незаборавну могућност посетиоцима да се након дана проведеног на снегу купају у хотелским отвореним топлим термалним изворима у снегу (*onsen*) или у савршено чистим локалним затвореним јавним термалним купалима (*o sento*), а у летњим месецима у редовну туристичку понуду укључени су јахање, возња балонном, обиласци локалних храмова, и многе друге туристичке атракције. Многи Јапанци у потрази за одмором одлазе у традиционалне јапанске *ryokan* и *onsen* хотеле, а међу њима у таквим хотелима обично и познати јапански уметници проналазе инспирацију и потребан мир и тишину за стварање својих дела. Јапански писац Kawabata Yasunari, добитник Нобелове награде за књижевност, био је сместио радњу свог романа *Снежна земља* (*Yuki no kuni*) у један планински *onsen* хотел у месту Yuzawa у покрајини Niigata. Након филмске екранизације тог романа, те изградње железничке пруге за брзи воз *shinkansen* од почетка седамдесетих година XX. Века, читаво то планинско подручје доживело је економски просперитет. У Европи су у прошлости и неки немачки писци, као Gottfried Keller или Rudolf Binding, доприносили промоцији утиска у јавности (*image*) швајцарских и немачких регија у својим делима (Hildegard Binder Johnson, "Geography in German Literature", *The German Quarterly*, Vol. 24, No. 4 (Nov., 1951), p. 230)

то подразумева не само понуду чисте и сређене локалне планинске архитектуре и инфраструктуре и аутохтоних локалних гастрономских специјалитета, него и брижљиво организован рад скијалишта и клизалишта, лак приступ њима, као и брз приступ скијаша врховима скијалишта. Потребно је обезбедити и добар избор школа скијања, различитих ски-сервиса, као и трговина за продају и издавање спортске опреме. Пожељно је да се пропратна културна, угоститељска, спортска и рекреациона понуда обогати и посетиоцима лако доступним приступом савременим информационим и телекомуникационим технологијама. У скијалишној сезони за то добар пример представља постављање *Internet* страница, као и интерактивних карти у скијалиштима, са свим потребним информацијама за посетиоце написаним на важним светским језицима.

Од изнимне важности су добро решена организација и инфраструктура скијалишта, добра организација саобраћајних веза и обезбеђивање лаког приступа дежурним медицинским амбулантама и осталим врстама здравствено-рекреационих и *wellness* установа у близини скијалишта. Нека европска скијалишта нуде својим гостима бесплатан превоз електричним аутобусима или еколошки исплатљивим возовима за превоз скијаша са једне одреднице на другу. У Швајцарској возови се користе не само унутар скијалишта, него се, у сврху очувања природе или самог туристичког обиласка, надземним и подземним возовима лако стиже од једног до другог скијалишта у тој држави, као и у суседним државама. Посебно је позната возна линија *The Glacier Express*, која спаја скијалиште St. Moritz са скијалиштем Zermatt вожњом по мостовима, вијадуктима и тунелима кроз прелепе планинске пределе. У Србији, уз истицање потребе осавремењивања железнице и остале саобраћајне инфраструктуре, добро је истакнути и примере већ постојећих успешних туристичких потпројеката као што су руте возова „Романтика“ и „Шарганска осмица“ које показују да се и на примеру утилизације традиције може исказати оригиналност локалне туристичке понуде. Међутим, осавремењена, естетски осмишљена, чиста и удобна превозна средства и модерни, еколошки и економски испланирани и осмишљени ауто-путеви и друге врсте саобраћајница један су од најважнијих предуслова успешног остваривања иоле озбиљног туристичког концепта у региону Златибор.

Пожељно је, по угледу на многе светске туристичке центре, у будућности за многобројне туристе и у самом насељу Воде Зла-

тибор направити неку врсту музеја или сличне образовно-забавне атрактивне установе. Та установа би, поред куповине хране, пића и сувенира и забавних садржаја које туристи обављају у насељу Воде Златибор, омогућила туристима да се посетом таквој једној институцији упознају и са културно-историјским садржајима златиборског подручја. Таква установа, или комплекс установа, могла би да обогати локалну туристичку понуду у све посећенијем туристичком насељу Воде Златибор и да допринесе промоцији туризма, и уједно развоју читавог региона, уз услов да буде представљена тако да својим тематским приступом не представља конкуренцију већ постојећем етно-селу и музеју „Старо село“ у Сирогојну, етно-селу на Мећавнику у Мокрој Гори, етно-селу у Злакуси или сликарској колонији Ковачевић на Боровој Глави. У таквој врсти музеја до изражаја би могла да дође традиционална креативност локалних дрводељаца и каменорезаца, грнчара, плетилца, сликара или кулинера, и уопште разних локалних уметника, занатлија, научника и познавалаца локалне културе, историје, етнологије и антропологије.

ПРОМОЦИЈА „ЗДРАВОГ НАЧИНА ЖИВОТА“ У ТУРИСТИЧКОЈ ПОНУДИ

На данашњем врло конкурентном туристичком тржишту у склопу богате разноврсне ванпансионске понуде, пожељно је радити на промоцији здравог начина живота на Златибору. Пожељно је и на бољи начин промовисати кулинарске специјалитете и обичаје овог краја, као што су златиборско-ужичка „комплет лепиња“, обичај нуђења госта слатким од боровница и шумских јагода, сјеничким сиром, хелъдопитом, паприком у павлаци и говеђом пршутом са висоравни Златара, чувеном пршутом из Мачката, чајевима, ликерима и ракијама од разних врста воћа и биља са Златибора и Златара, посланицама од малина из Ариља и околине, као и промоцију обичаја послуживања јела и пића у оригиналним домаћим дрвеним или грнчаријским посудама из Злакусе и осталих ужичких, златиборских и златарских села.¹⁷⁾ Потребно је да се ови оригинални специјалитети што пре дефинишу и озваниче као храна са заштићеним географским пореклом. Уз давање више па-

17) У неким европским алпским хотелима и *chalet* смештајима госте у собима дочека боца са шамшањцем, домаћи чај, ликер или вино, и упаковани традиционални слаткиш који је типичан за одређено локално подручје. У ресторанима крај скијалишта нуде се локални специјалитети уз кувано вино, као на пример, у Словенији локална “jota” (кисело зеље и пасуљ).

жње промовисању бициклизма, уз промоцију и безбедносних мера које прате овај и остале спортове, затим параглајдинга, јахања и осталих атрактивних спортова, пожељно би било организовати и на одговарајући начин медијски промовисати обиласке златиборских занимљивости кроз познате и непознате златиборске пределе различитим врстама аутомобила и бициклима или зими сањкама, кочијама, запрегама или моторним скијама. Туристи би могли и да открију бисере црквене архитектуре и једне од најзначајнијих центара просветитељског рада и писмености на овим просторима, манастире Увац и Дубрава, као и манастир Рујно на путу између Златибора и Таре, у којем је у XVI. веку била и једна од првих штампарија у Србији. Специфичним и међу собом разноврсним стилем архитектуре одликују се и цркве Светог Петра и Павла, црква Светих Апостола, те цркве у Белој Реци, Јабланици, Добро-селици, Трипкову, Чајетини и Мачкату.¹⁸⁾ Од изнимне је важности за развој туризма на Златибору да се све локалне знаменитости и обичаји, културно-историјски објекти и природне, спортске и рекреационе атракције приближе и предоче страним и домаћим туристима одговарајућим натписима на самом месту на разним језицима, као и штампањем и практичним достављањем брошура, мапа и проспеката посетиоцима Златибора, на којима су на разним језицима описани и објашњени пропатним историјат локалних знаменитости, догађаји, манири и обичаји тог краја.

Пожељно би било да се врло извесна финансијска добит у будућности, остварена успешним претакањем оваквог мултидисциплинарног туристичког концепта у стварност, употреби не само за краткорочну добит појединаца који учествују у његовом планирању и извршавању, него и са свешћу о дугорочној добробити и наслеђу будућим генерацијама у читавом региону и широј друштвеној заједници. У том смислу кориштењем креативног и радног потенцијала локалног становништва смањили би се незапосленост и иселјавање становништва у урбане центре, развила даље култура предузетништва и подстакнула властита производња којом би се обогатио садржај услужних делатности са овог подручја. Уз то, пажљивим планирањем и низом правних, економских и образовних мера и иницијатива било би омогућено да се део остварене финансијске добити од развоја туризма и осталих грана привреде појединачно и организовано улаже у образовање младих људи у области туризма, маркетинга, спорта, пољопривреде, медицине, фармаци-

18) Снежана Ценић, *Златибор – културна и историјска баштина од праисторије до данас*, Чајетина, 2009

је, шумарства, разних врста занатства и осталих области које помажу даљи развој привреде. Све то би омогућило боље услове за живот и рад будућим генерацијама које живе и раде на Златибору, а тиме уједно и већи степен задовољства њихових страних и домаћих гостију боравком на Златибору.

ЛИТЕРАТУРА

- Економски институт, *Анализа социо-економског развоја општине Чајетина*, Београд, 2007
- Hildegard Binder Johnson, "Geography in German Literature", *The German Quarterly*, Vol. 24, No. 4 (Nov., 1951), ATTG, U.S.A, 1951
- Институт за архитектуру и урбанизам Србије, *Одрживи развој планинских подручја Србије*, Београд, 2003
- Ковачевић Душан и др., "Управљање природним ресурсима и производња здравствено-безбедне хране у брдско-планинским регионима Србије", *Трактори и погонске машине 2005*, Vol. 10, бр. 2, Нови Сад, 2005
- http://www.powdertravel.com/ski_courchevel.htm
- Les Houches-Servoz, Site Officiel des Offices de Tourisme, *The village resort in the Chamonix valley (LES HOUCHES)*, <http://www.leshouches.com/uk/leshouches.htm>
- http://www.hzinternational.com/Ski_resorts/Chamonix_Mont-Blanc/chamonix_mont-blanc.html
- Министарство трговине и туризма, *Стратегија развоја туризма Србије*, Београд, 2006
- Саобраћајни ЦИП, *Програм за израду просторног плана општине Чајетине*, Београд, 2006
- Second Biennial Conference: Changing Patterns and Use of Leisure Time, St Gallen (Institute for Public Services and Tourism), Innsbruck (Center for Tourism and Service Economics), Bolzano/Bozen (EURAC – European Academy), *Recovery and Health / The Largest Market in 21st century*, http://homes.tiscover.com/project/leisure_futures/papers.pdf
- Снежана Џенић, *Златибор – културна и историјска баштина од праисторије до данас*, Чајетина, Библиотека „Љубиша Р. Џенић“, 2009
- Travel Daily News, "What trends will emerge over the next 30 years of travel?", Friday, November 06, 2009, www.traveldailynews.com/
- Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, *Пословни (master) план туристичке дестинације Златибор – Златар*, Београд, 2007, www.fthm.singidunum.ac.rs

- Urs Wiesmann, *Mountains of the World: Tourism and Sustainable Mountain Development Part I*, <http://www.mtnforum.org/resources/library/magen99a.htm>
- Blic
- Политика
- Вечерње новости

Sanja Suljagic

CONTRIBUTION OF TOURISM TO DEVELOPMENT OF THE REGION OF ZLATIBOR

Summary

Objective of this text is finding the answer to the question as to how to properly use and implement great natural, cultural and economic capacities of the mountainous plateau Zlatibor for purpose of providing its substantial development. Another objective of the text is to make a comparison between regional development of Zlatibor and some other regions in Europe with similar geoclimatic characteristics and capacities for substantial cultural and economic development and in line with that to find appropriate pointers and proposals for providing a stable and sustainable development of the region of Zlatibor in future. In the first part of the text, author gave a historical preview of successful development of certain Alpine mountain tourist centers, citing concrete tourist marketing moves that had provided it. In the latter part of the text author analyzed ecological, political and economic segments of contemporary tourist trade and service industry market and cited concrete legal, organization and institutional pointers for development of tourism, in particular health tourism in Zlatibor and neighbouring tourist destination Zlatar, and in line with it, for development of whole economy in this region.

Key Words: mountain tourism, health tourism, regional development, marketing in tourism, local self-governments, spatial plan, natural and cultural resources, regional development

