

STUDIJA OPRAVDANOSTI PROGLAŠENJA TURISTIČKOG PROSTORA “DIVČIBARE”

**REZULTAT 1 PROJEKTA “IZRADA STUDIJE
OPRAVDANOSTI ZA NOVI TURISTIČKI PROIZVOD
DIVČIBARA”**

NACIONALNA TURISTIČKA RAZVOJNA KORPORACIJA

BEOGRAD, DECEMBAR 2011.

SADRŽAJ

I UVOD	5
UVODNE NAPOMENE.....	5
POTREBA ZA ODRŽIVIM RAZVOJEM TURIZMA	6
PLANIRANJE I RAZVOJ TURIZMA.....	8
CILJEVI PROGLAŠENJA TURISTIČKOG PROSTORA.....	9
II PRAVNI I PLANSKI OSNOV ZA PROGLAŠENJE TURISTIČKOG PROSTORA	12
ZAKONSKI OSNOV ZA PROGLAŠENJE TURISTIČKOG PROSTORA – ZAKON O TURIZMU	12
POSTOJEĆA PLANSKA DOKUMENTACIJA OD ZNAČAJA ZA RAZVOJ TURIZMA U OKVIRU TURISTIČKOG PROSTORA “DIVČIBARE”	14
ZAKON O PROSTORNOM PLANU REPUBLIKE SRBIJE OD 2010. DO 2020. (PROSTORNI PLAN REPUBLIKE SRBIJE OD 2010. DO 2020. GODINE).....	14
STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA REPUBLIKE SRBIJE	18
REGIONALNI PROSTORNI PLAN KOLUBARSKOG OKRUGA POGOĐENOG ZEMLJOTRESOM	23
PROSTORNI PLAN OVI OPŠTINA.....	25
<i>Prostorni plan Opštine Valjevo</i>	<i>25</i>
<i>Prostorni plan Opštine Mionica.....</i>	<i>28</i>
<i>Prostorni plan Opštine Požega.....</i>	<i>29</i>
<i>Prostorni plan jedinice lokalne samouprave Kosjerić.....</i>	<i>31</i>
<i>Strategija razvoja turizma Opštine Kosjerić.....</i>	<i>35</i>
PLAN GENERALNE REGULACIJE ZA TURISTIČKI CENTAR DIVČIBARE 2008.	37
PLAN DETALJNE REGULACIJE VIDIK	40
PLAN GENERALNE REGULACIJE TOMETINO POLJE.....	44
III OPIS TURISTIČKOG PROSTORA (RAFAEL)	48
NAZIV I OPIS TURISTIČKOG PROSTORA	48
POVRŠINA, OPIS I GRAFIČKI PRIKAZ GRANICA	48
IV KLJUČNI PREDUSLOVI ZA RAZVOJ TURIZMA NA TURISTIČKOM PROSTORU DIVČIBARE	49
ISTORIJAT RAZVOJA DIVČIBARA KAO TURISTIČKE DESTINACIJE	49
KLJUČNE TURISTIČKE ATRAKCIJE.....	50
<i>Evaluacija prirodnih atrakcija:</i>	<i>52</i>
<i>Evaluacija stvorenih atrakcija:.....</i>	<i>53</i>
RESURSI BITNI ZA FORMIRANJE TURISTIČKOG PROIZVODA	54
<i>Prirodni resursi</i>	<i>54</i>
<i>Stvoreni resursi.....</i>	<i>59</i>
TURISTIČKA INFRASTRUKTURA	61
INFRASTRUKTURA.....	64
<i>Saobraćajna povezanost.....</i>	<i>64</i>
<i>Elektroenergetska infrastruktura.....</i>	<i>66</i>
<i>Komunalna infrastruktura</i>	<i>67</i>

DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE	69
PRIVREDA	74
V STANJE TURIZMA NA PODRUČJU TURISTIČKOG PROSTORA DIVČIBARE	78
INSTITUCIONALNO – PRAVNI OKVIR	78
TURISTIČKA SUPRASTRUKTURA	81
<i>Hoteli i odmarališta</i>	<i>81</i>
<i>Domaća radinost:</i>	<i>83</i>
KARAKTERISTIKE TURISTIČKE TRAZNJE	85
<i>Planinska mesta u Srbiji</i>	<i>85</i>
<i>Lista posećenosti planinskih mesta, januar – septembar 2011.</i>	<i>85</i>
TRENDOVI NA TRŽIŠTU TRAZNJE	87
PROMOCIJA I NAČIN PRODAJE	90
BENČMARKING ANALIZA	91
KLJUČNE PREDNOSTI I NEDOSTACI TURIZMA NA DIVČIBARMA	93
<i>KLJUČNE INTERNE SNAGE I SLABOSTI DIVČIBARA</i>	<i>94</i>
<i>KLJUČNE EKSTERNE MOGUĆNOSTI I PRETNJE DIVČIBARAMA</i>	<i>99</i>
<i>UKUPNI REZULTAT I ANALIZA</i>	<i>104</i>
<i>POLIGON STRATEGIJA SWOT ANALIZE DIVČIBARA</i>	<i>105</i>
<i>Zaključci SWOT analize:</i>	<i>107</i>
VI STANJE I POTREBE ŽIVOTNE SREDINE TURISTIČKOG PROSTORA DIVČIBARE	108
EKOLOŠKI PROFIL TURISTIČKOG PODRUČJA	108
PROGRAM ZAŠTITE I RAZVOJA TURISTIČKOG PROSTORA	111
PRIKAZ MOGUĆIH ŠTETNIH UTICAJA NA ŽIVOTNU SREDINU	112
STRATEŠKE SMERNICE I EKOLOŠKI AKCIONI PLAN	115
VII IDENTIFIKACIJA I POTENCIJAL KLJUČNIH TURISTIČKIH PROIZVODA	
TURISTIČKOG PROSTORA DIVČIBARE	117
PLANINSKI AKTIVNI ODMOR	119
<i>Specifikacija proizvoda:</i>	<i>119</i>
<i>Marketinška strategija proizvoda Planinski aktivni odmor:</i>	<i>120</i>
ZDRAVSTVENI TURIZAM – ZDRAVLJE I WELLNESS	121
<i>Specifikacija proizvoda:</i>	<i>121</i>
<i>Marketinška strategija turističkog proizvoda Zdravstveni turizam:</i>	<i>122</i>
POSLOVNI TURIZAM - MICE	123
<i>Specifikacija proizvoda:</i>	<i>123</i>
<i>Marketinška strategija turističkog proizvoda Poslovni turizam – MICE:</i>	<i>124</i>
RURALNI TURIZAM	125
<i>Specifikacija proizvoda:</i>	<i>125</i>
<i>Marketinška strategija turističkog proizvoda Ruralni turizam:</i>	<i>126</i>
KRATKI ODMORI	127
<i>Specifikacija proizvoda:</i>	<i>127</i>
<i>Marketinška strategija turističkog proizvoda Kratki odmori:</i>	<i>128</i>
SPECIJALNI INTERESI	129
<i>Specifikacija proizvoda:</i>	<i>129</i>
<i>Marketinška strategija turističkog proizvoda Specijalni interesi:</i>	<i>130</i>
TOURING	131
<i>Specifikacija proizvoda:</i>	<i>131</i>

<i>Marketinška strategija turističkog proizvoda Touring:</i>	132
DOGADAJI I MANIFESTACIJE	133
<i>Specifikacija proizvoda:</i>	134
<i>Marketinška strategija turističkog proizvoda Događaji i manifestacije:</i>	134
VIII PREDLOŽENI MODEL UPRAVLJANJA TURISTIČKIM PROSTOROM	136
IX EKONOMSKO – FINANSIJSKA OPRAVDANOST PROGLAŠENJA TURISTIČKOG PROSTORA	140
POLAZNE PRETPOSTAVKE, ULAZNI PODACI I OPREDELJENJA	140
PROCENA SADAŠNJE VREDNOSTI DOSADAŠNJIH KAPITALNIH ULAGANJA	140
KAPACITETI I STEPEN POPUNJENOSTI KAPACITETA	143
PROJEKCIJE BROJA GOSTIJU	144
PRODAJNE CENE TURISTIČKIH USLUGA SMEŠTAJA I PANSIONA.....	146
PRIHOD OD PRODAJE.....	147
TROŠKOVI POSLOVANJA.....	148
<i>Troškovi sirovina i materijala</i>	148
<i>Troškovi energije</i>	148
<i>Troškovi amortizacije</i>	149
<i>Troškovi održavanja građevinskih objekata i opreme</i>	150
<i>Troškovi bruto zarada zaposlenih</i>	151
<i>Ostali matertijalni troškovi</i>	151
<i>Troškovi poreza na imovinu</i>	151
<i>Nematerijalni troškovi</i>	152
BILANS USPEHA	152
OBRAČUN POTREBNIH OBRJNIH SREDSTAVA I OBAVEZA IZ TEKUĆEG POSLOVANJA	155
<i>Obračun obrtnih sredstava i obaveza iz tekućeg poslovanja</i>	155
<i>Obračun potrebnih obrtnih sredstava</i>	156
<i>Obračun obaveza iz tekućeg poslovanja</i>	157
<i>Obračun potrebnih ulaganja u trajna obrtna sredstva u I godini finansijskih projekcija</i>	157
<i>Obračun dinamike potrebnih ulaganja u trajna obrtna sredstva</i>	158
CASH FLOW ANALIZA	159
<i>Varijanta 1</i>	159
<i>Varijanta 2</i>	160
FINANSIJSKI TOK.....	161
EKONOMSKI TOK	162
<i>Stopa interne ekonomske efektivnosti - IRR</i>	162
<i>Neto sadašnja vrednost (NPV)</i>	163
PERIOD POVRAĆAJA ULOŽENOG KAPITALA.....	164
BILANS STANJA	165
ZAKLJUČAK	167
REZIMEPODATAKA EKONOMSKE ANALIZE	168
X PODACI O VLASNIŠTVU I POPIS KATASTARSKIH PARCELA.....	170

I UVOD

UVODNE NAPOMENE

Izrada Studije opravdanosti proglašenja turističkog prostora se realizuje u okviru projekta “Izrada studije opravdanosti za novi turistički proizvod Divčibara”.

Misija projekta je jačanje konkurentnosti regiona Divčibara, sa svrhom povezivanja atrakcija i turističkog proizvoda ovog regiona. Takođe, ideja je da se Divčibare prezentuju tržištu ne samo kao turistička destinacija sa postojećim resursima, već i kao nova, atraktivna i uređena lokacija koja može da apsorbuje nove investicije domaćih i stranih investitora u oblasti turizma.

Očekivani rezultati projekta podrazumevaju definisanje predloga Studije opravdanosti proglašenja turističkog prostora Divčibare, u skladu sa Zakonom o turizmu (“Službeni glasnik RS” br. 36/2009 i 88/2010) i Pravilnikom o načinu izrade planskih dokumenata, kao i studije opravdanosti za proglašenje turističkog prostora (“Službeni glasnik RS”, br. 58/2011); zatim, definisanje strateških preporuka za buduće aktivnosti i investicije u cilju razvoja turističke delatnosti i jačanja konkurentnosti područja Divčibara; i, na kraju, prepoznavanje investicionog potencijala, posebno postojećih inicijativa i njihova prezentacija potencijalnim investitorima i profesionalnoj javnosti (organizacija investicione konferencije o Divčibarama).

Studija opravdanosti proglašenja turističkog prostora Divčibare ima za cilj da odredi prostor u regionu Divčibara koji bi trebalo da stekne odgovarajuću konkurentsku poziciju, koja podrazumeva jasno određenje autentičnosti prostora kao turističke destinacije i njeno pozicioniranje na tržištu sa stanovišta atraktivnosti prostora. Autentičnost destinacije podrazumeva različitost od drugih destinacija, a određena je resursno – atrakcijskom osnovom kojom prostor raspolaže, ali i njegovom uređenošću i jedinstvenim setom iskustava (doživljaja) koji su specifični za turističku destinaciju.

Jedan od glavnih izazova jeste obezbeđivanje održivog razvoja turističkog prostora. Održivi razvoj je zasnovan na integralnom pristupu u strateškom planiranju i usmeravanju razvoja turizma, a podrazumeva plansko dimenzioniranje i određenje dinamike u razvoju prostora. Prostor je ograničen resurs i njegov razvoj je najčešće ograničen konfliktima u idejama i aktivnostima raspolaganja između svih postojećih i potencijalnih korisnika. Upravo zbog toga je neophodno obezbediti jedinstvenu viziju u vezi sa konceptom najboljeg

korišćenja turističkog prostora, kao i predlog za održivo upravljanje odgovarajućim prostorom. Planski pristup je od presudne važnosti, jer odsustvo promišljenog koncepta razvoja dovodi do degradacije resursno – atrakcijske osnove i neracionalnog korišćenja prostora (koji je ograničen), neplanske (“divlje”) gradnje, visokih troškova naknadne konverzije i rehabilitacije prostora i njihovog uređenja i infrastrukturnog opremanja, i, na kraju, gubitka konkurentnosti destinacije i njenu degradaciju i nestajanje.

Ključni pokazatelji na nivou svetske ekonomije govore da je direktan doprinos turizma u svetskom bruto društvenom proizvodu u 2011. na nivou od oko 2,8% i da se procenjuje da će u narednih deset godina rasti po godišnjoj stopi od oko 4,2%. Ukupan procenjen doprinos turizma svetskom BDP-u u 2011. je oko 9,1%, što će povećati stopu učešća na 9,6% u 2021. godini, pod pretpostavkom da će godišnje rasti po stopi od 4,2%. Učešće direktno zaposlenih u turizmu u ukupnoj svetskoj zaposlenosti je na nivou od 3,4%, sa procenjenim rastom od 2% godišnje do 2021. godine. Učešće zaposlenih u turizmu i povezanim delatnostima će rasti u proseku 2,3% godišnje i sa sadašnjih 8,8% učešća u ukupnoj zaposlenosti porasti na 9,7% u 2021. Učešće investicija u sektor turizma u ukupnim svetskim investicijama je oko 4,5%.¹

Sve ovo jasno ukazuje na značaj koji ima turistička industrija u ukupnoj svetskoj industriji, kao i na trend porasta učešća i značaja turizma po svim relevantnim indikatorima. Sa druge strane, neophodno je obezbediti održivi razvoj destinacija, što podrazumeva zaštitu, unapređenje i održivo korišćenje postojećih prirodnih i stvorenih resursa, kao i valorizaciju turističkih potencijala u turističkom prostoru. U tom smislu, kao *conditio sine qua non* se nameće plansko korišćenje, organizacija i izgradnja, odnosno uređenje turističkog prostora, što pretpostavlja jasan koncept upravljanja turističkim prostorom i usmeravanje ka održivom razvoju turističkih prostora.

POTREBA ZA ODRŽIVIM RAZVOJEM TURIZMA

Turizam je jedna od najvećih svetskih industrija i jedan od najbrže rastućih sektora u svetskoj ekonomiji. Razvoj turizma višestruko utiče i pozitivno i negativno na živote ljudi i životnu sredinu.

Koncept održivog razvoja turizma se može primeniti na sve tipove destinacija, uključujući razvoj masovnog turizma, ali i razvoj različitih turističkih niša. Principi održivosti se odnose na sve aspekte valorizacije potencijala razvoja turizma: zaštite životne sredine, ekonomski i socio-kulturni. Umeće je pronaći

¹ Izvor: WTTC Travel & Tourism Economic Impact 2011, World Travel & Tourism Council, www.wttc.org

odgovarajući balans između dimenzija razvoja, koji će garantovati dugoročnu održivost predloženih rešenja.

Stihijski razvoj destinacija, bez jasnog koncepta upravljanja donosi nesagledive posledice po životnu sredinu i ugrožava održivost destinacija na srednji i dugi rok. Održivi razvoj turizma se zasniva na tri stuba – ekonomskoj, društvenoj i održivosti po pitanju životne sredine. U tom kontekstu, koncept razvoja mora da bude usklađen sa životnim okruženjem destinacije, društvenom zajednicom i kulturom, kako bi se raspoloživi resursi koristili na odgovarajući način i kako lokalne zajednice ne bi postale žrtve stihijskog razvoja. Principi održivog razvoja turizma podrazumevaju:

- Zadovoljstvo posetilaca (turista)
- Isplativost (u smislu ekonomske održivosti na dugi rok) za investitore
- Prosperitet na nivou lokalnih zajednica – lokalni ekonomski razvoj
- Povećanu mogućnost zapošljavanja i jačanje kvaliteta u ponudi radnih mesta
- Društvenu jednakost
- Kontrolu razvoja na nivou lokalnih zajednica
- Doprinos blagostanju svih zainteresovanih aktera i zajednica
- Očuvanje i unapređenje kulturnog bogatstva
- Fizički integritet
- Očuvanje biodiverziteta
- Efikasnost u korišćenju resursa
- Neutralnost po pitanju uticaja na životnu sredinu.

Održivi razvoj turizma bi trebalo da uvaži sledeće ključne elemente:

1. Obezbeđivanje optimalne upotrebe prirodnih resursa koji predstavljaju ključni element u razvoju turizma, sa očuvanjem imanentnih ekoloških procesa, uz očuvanje prirodnog nasleđa i biodiverziteta.
2. Puno poštovanje autentičnosti društveno – kulturnog nasleđa lokalnih zajednica, uz pružanje pomoći i podrške u očuvanju njihovih stvorenih kulturnih vrednosti i tradicije, uz doprinos međukulturalnom razumevanju i toleranciji.
3. Stvaranje preduslova za uspešnu realizaciju ekonomsko – komercijalnih projekata, koji će obezbediti socio – ekonomske koristi i ravnomernu distribuciju svim interesnim subjektima, uključujući stabilno okruženje za mogućnosti zapošljavanja i zarade, te obezbeđivanje socijalnih usluga domaćem stanovništvu, čime se doprinosi smanjenju siromaštva.

Održivi razvoj turizma zahteva uključivanje i ravnopravno učešće svih zainteresovanih strana, kao i snažno političko liderstvo, kako bi se obezbedila najšira podrška i konsenzus u razvoju turističkih potencijala. Postizanje ciljeva održivog razvoja turizma je kontinuirani proces i zahteva stalno praćenje uticaja razvoja, uz upotrebu preventivnih i korektivnih mera kadgod se za tim ukaže potreba.

Održivi turizam počiva na visokom nivou zadovoljstva turista i turistima obezbeđuje nivo iskustava i doživljaja koji prevazilazi njihova očekivanja, uz podizanje njihove svesti o važnosti održivog funkcionisanja i razvoja destinacija i uticajima samih turista na ključne determinante destinacija.

PLANIRANJE I RAZVOJ TURIZMA

Planiranje i razvoj turizma, u smislu Zakona o turizmu, obuhvataju: integralno planiranje razvoja turizma i pratećih delatnosti, proglašenje i održivo korišćenje turističkog prostora, poslove od posebnog značaja za razvoj turizma, kategorizaciju turističkog mesta i sprovođenje podsticajnih mera za razvoj turizma.

Zakon o turizmu je prepoznao potrebu interalnog planiranja razvoja turizma i usmeravanja razvoja turizma, što se realizuje kroz različite aspekte fizičkog (master) planiranja i poslovnog planiranja. Na taj način se obezbeđuje održivost u uređenju prostora, zaštiti životne sredine, resursa i kulturno – istorijskog nasleđa.

Strategijski planovi predstavljaju najviši nivo planiranja kojima se određuju dugoročni ciljevi planiranja i razvoja turizma u skladu sa ukupnim ekonomskim, socijalnim, ekološkim i kulturno – istorijskim razvojem. U tom smislu, krovni dokument u integralnom planiranju turizma je Strategija razvoja turizma Republike Srbije. Pored Strategije razvoja turizma Republike Srbije, planska dokumenta od značaja su: strategijski master plan, strategijski marketing plan, program razvoja turističkih proizvoda, program razvoja turizma i program promotivnih aktivnosti.

Konkretizacija Strategije razvoja turizma se vrši putem Strategijskog master plana, Strategijskom marketing plana, programa razvoja turističkih proizvoda, kao i prostornih i urbanističkih planova izrađenih i donetih u skladu sa važećom regulativom.

Strategijski planovi imaju za cilj formulisanje okvira planskog razvoja i određenje osnovnih preduslova za održivi razvoj turizma. Imaju usmeravajući karakter i dalje se razrađuju kroz prostorna i urbanistička akta i odgovarajuće

politike na nacionalnom, regionalnom i nivou lokalnih samouprava. Rešenja predložena strategijskim planovima su obavezujuća za sve planove nižeg reda.

Planiranje održivog razvoja, načina organizacije i funkcionisanja turističkih područja i destinacija počiva na definisanju ravnoteže između sledećih ključnih elemenata razvoja:

- razvoj javne i opšte infrastrukture (prostorno i urbanističko planiranje, elektroosnabdevanje, vodosnabdevanje i tretman otpadnih voda, saobraćajna infrastruktura, telekomunikaciona infrastruktura);
- razvoj turističke infrastrukture – objekata informisanje, predah, snabdevanje, rekreaciju, edukaciju i zabavu turista, i to: skijališta, kupališta i plaže, tematski i zabavni parkovi, turistički informativni centri, centri za prihvatanje turista i posetilaca, odmorišta pored puteva, objekti nautičkog turizma, tereni za golf, tenis tereni, otvoreni i zatvoreni objekti sportske rekreacije, male veštačke akumulacije sa kupalištem, bazeni za kupanje, velnes objekti, zabavno rekreativne staze i putevi (trim staze, staze zdravlja, vidikovci, panoramski putevi, biciklističke staze, pešačke staze, staze za motorne sanke i slično), uređene obale reka i jezera, objekti za posmatranje prirodnih retkosti, objekti za predah i kraće zadržavanje turista, objekti za avanturističke aktivnosti i drugo;
- razvoj turističke suprastrukture - ugostiteljski objekti, kao i galerije, izložbeni, kongresni i zabavni objekti koji su u neposrednoj vezi sa ugostiteljskim objektima i objektima sportsko rekreativnog sadržaja, ili sa njima čine jedinstvenu celinu;
- razvoj i valorizacija resursno – atrakcijske osnove: prirodnih i stvorenih vrednosti;
- zaštita i unapređenje životne sredine i predela;
- zaštita, održivo korišćenje i unapređenje prirodnog i kulturnog nasleđa;
- socijalni i ekonomski razvoj lokalnih zajednica, uz očuvanje tradicije i njihovih osobenosti i vrednosti;
- razvoj kanala marketinga i promocije turističkog područja.

Konzistentan pristup u planiranju mora da uvaži sve navedene determinante izgradnje konkurentne pozicije turističkog područja, uz izgradnju adekvatnog sistema upravljanja i marketinga turističke destinacije.

CILJEVI PROGLAŠENJA TURISTIČKOG PROSTORA

Turistički prostor predstavlja jedinstvenu i nedeljivu geografsku i funkcionalnu celinu prirodnih i stvorenih resursa i vrednosti od značaja za turizam.

Komponente turističkog prostora su:

- resursi i atrakcije;
- objekti i infrastruktura;
- usluge i aktivnosti;
- konkurentna pozicija i imidž.

Imajući u vidu napred definisanu međuzavisnost turizma i okruženja i potrebu za održivim razvojem turizma, tj. planskim razvojem, osnovni cilj proglašenja turističkog prostora Divčibare je sprečavanje degradacije prirodnih i socio-kulturnih vrednosti ovog visokovrednog prostora, kao i njegovo unapređenje kroz adekvatnu valorizaciju resursa i implementaciju mehanizama održivog razvoja turističke delatnosti.

Savremena kretanja u turističkoj tražnji definišu potrebu turista za boravkom i aktivnostima u prirodnom okruženju. Definisanje inteligentnog pristupa u razvoju turizma, zasnovanog na efikasnom upravljačkom mehanizmu, bi trebalo da razreši potencijalni konflikt između prirode i turizma i obezbedi instrumente kojima će se turizam razvijati kao neodvojivi deo prirodnog okruženja, sa neutralnim efektima po životnu sredinu, kroz zadovoljavanje potreba i očekivanja turista, što je još jedan cilj proglašenja turističkog prostora.

Cilj Studije proglašenja turističkog prostora Divčibare je identifikacija turističkog prostora kao mera rezervacije i zaštite prostora za potrebe razvoja turizma, sa obezbeđivanjem osnove za pripremu Akta o proglašenju turističkog prostora Vlade Republike Srbije. Turistički prostor se proglašava kao prostor koji zbog svojih karakteristika, vrednosti i prioritetne turističke namene zahteva poseban režim organizacije, uređenja, korišćenja i zaštite, ili se na njemu predviđa izgradnja objekata od nacionalnog interesa. Opravdanost za proglašenje turističkog prostora počiva na prezentovanju i evaluaciji raznovrsnosti i kvaliteta turističke ponude, trenutnoj tržišnoj i konkurentskoj poziciji i mogućnostima grupisanja interesa na širem području klastera Jugozapadna Srbija, u skladu sa prioritetima definisanim Strategijom razvoja turizma Republike Srbije do 2015. godine.

Zadaci Studije opravdanosti proglašenja turističkog prostora su:

- prezentovanje i evaluacija resursno – atrakcijske osnove istraživanog prostora, sa predlogom granica tog prostora;
- procena opravdanosti proglašenja turističkog prostora kao osnov za pripremu Akta o proglašenju turističkog prostora od strane ministarstva nadležnog za poslove turizma;
- davanje predloga mera koje bi trebalo sprovesti u cilju pokretanja razvoja (vizija razvoja, planska regulativa, poslovni i upravljački model);

- davanje predloga privremenog staraoca nad ovim prostorom u cilju zaštite nacionalnih i interesa lokalnih samouprava.

II PRAVNI I PLANSKI OSNOV ZA PROGLAŠENJE TURISTIČKOG PROSTORA

ZAKONSKI OSNOV ZA PROGLAŠENJE TURISTIČKOG PROSTORA – ZAKON O TURIZMU

Zakonski osnov za proglašenje turističkog prostora dat je odredbama Zakona o turizmu ("Službeni glasnik RS" br. 36/2009 i 88/2010).

Prema Zakonu o turizmu, turistički prostor je jedinstvena i nedeljiva geografska i funkcionalna celina prirodnih i stvorenih resursa i vrednosti od značaja za turizam.

Prostor koji zbog svojih karakteristika, vrednosti i prioritetne turističke namene zahteva poseban režim organizacije, uređenja, korišćenja i zaštite, ili se na njemu predviđa izgradnja objekata od nacionalnog interesa, Vlada Republike Srbije, na predlog ministarstva, proglašava turističkim prostorom.

Akt o proglašenju turističkog prostora naročito sadrži: naziv i opis turističkog prostora, površinu, opis i grafički prikaz granica, ciljeve proglašenja, ključne turističke atrakcije, podatke o vlasništvu i popis katastarskih parcela, obaveze u pogledu razvoja turizma, drugih oblika korišćenja prostora, kao i naziv i sedište subjekta kome se poverava upravljanje turističkim prostorom (upravljajući turističkog prostora).

Upravljajući turističkog prostora može biti postojeća javna služba ili privredno društvo koje je osnovano za obavljanje delatnosti u oblasti turizma, i to od strane javnog preduzeća, odnosno Republike Srbije, autonomne pokrajine, opštine, grada ili grada Beograda i u kome je kapital tog osnivača većinski.

Upravljanje turističkim prostorom može se Aktom o proglašenju turističkog prostora poveriti i drugom pravnom licu, koje se određuje po sprovedenom postupku javnog oglašavanja, ili prikupljanjem ponuda.

Na delu područja koje istovremeno predstavlja područje zaštićenog prirodnog ili nepokretnog kulturnog dobra primenjuju se režimi zaštite i unutrašnji red u skladu sa propisima kojima se uređuje očuvanje i korišćenje tih dobara.

Postupak za proglašenje turističkog prostora pokreće se predlogom za proglašenje turističkog prostora, koji priprema ministarstvo, u skladu sa Strategijskim master planom i studijom opravdanosti za proglašenje turističkog prostora.

Studija opravdanosti za proglašenje turističkog prostora je sastavni deo predloga za proglašenje turističkog prostora.

U prostornim i urbanističkim planovima koji se odnose na područja koja su proglašena za turistički prostor utvrdiće se uslovi za izgradnju objekata turističke infrastrukture, a u mestu za odmor u okviru turističkog prostora i uslovi za izgradnju objekata turističke suprastrukture.

Pravilnikom o načinu izrade planskih dokumenata, kao i studije opravdanosti za proglašenje turističkog prostora ("Službeni glasnik RS", br. 58/2011), propisana je sadržina i način izrade planskih dokumenata u turizmu. Pravilnikom je definisano da Studija opravdanosti za proglašenje turističkog prostora naročito sadrži:

- naziv i opis turističkog prostora,
- površinu, opis i grafički prikaz granica turističkog prostora,
- analizu postojećeg stanja razvoja turizma,
- ciljeve proglašenja,
- podatke o vlasništvu i popis katastarskih parcela,
- podatke o socio-ekonomskim karakteristikama,
- stanju zaštite životne sredine i kulturnih dobara
- pregled postojeće planske i razvojne dokumentacije od značaja za razvoj turizma,
- analizu resursne osnove,
- identifikaciju i procenu vrednosti turističkih atrakcija,
- identifikaciju i procenu ključnih turističkih proizvoda,
- obaveze u pogledu razvoja turizma i drugih oblika korišćenja prostora,
- podatke o infrastrukturnom potencijalu turističkog područja i
- ekonomsku ocenu opravdanosti za proglašenje turističkog prostora.

Studija opravdanosti za proglašenje turističkog prostora sadrži tekstualni i grafički prikaz koji se izrađuje u analognom i digitalnom obliku.

Ostali zakoni i podzakonska akta od značaja za Turistički prostor "Divčibare"

- Zakon o planiranju i izgradnji,
- Zakon o zaštiti životne sredine,
- Zakon o kulturnim dobrima,
- Zakon o strateškoj proceni uticaja na životnu sredinu,

- Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uslovima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata,
- Pravilnik o sadržini i načinu isticanja turističke signalizacije.

POSTOJEĆA PLANSKA DOKUMENTACIJA OD ZNAČAJA ZA RAZVOJ TURIZMA U OKVIRU TURISTIČKOG PROSTORA "DIVČIBARE"

- Zakon o prostornom planu Republike Srbije od 2010. do 2020. Godine ("Sl. Glasnik RS", br.88/2010) i Strategija prostornog razvoja Republike Srbije
- Zakon o turizmu
- Strategija razvoja turizma Republike Srbije
- Prostorni plan Kolubarskog okruga
- Prostorni planovi i strategije razvoja turizma opština Valjevo, Mionica, Požega i Kosjerić

ZAKON O PROSTORNOM PLANU REPUBLIKE SRBIJE OD 2010. DO 2020. (PROSTORNI PLAN REPUBLIKE SRBIJE OD 2010. DO 2020. GODINE)

Prostornim planom Republike Srbije od 2010. do 2020. godine utvrđuju se dugoročne osnove organizacije, uređenja, zaštite i korišćenja prostora Republike Srbije u cilju usaglašavanja ekonomskog i socijalnog razvoja sa prirodnim, ekološkim i kulturnim potencijalima i ograničenjima na njenoj teritoriji.

Prostorni plan predstavlja osnov za definisanje strategija na državnom, regionalnom i lokalnom nivou u meri u kojoj imaju uticaj na prostorni razvoj Republike Srbije, njenih regiona i jedinica lokalne samouprave.

U pogledu prostornog razvoja, dugoročna vizija Republike Srbije je da bude: teritorijalno utvrđena i regionalno uravnotežena, održivog ekonomskog rasta i konkurentna, socijalno koherentna i stabilna, infrastrukturno opremljena i saobraćajno pristupačna, očuvanog i zaštićenog prirodnog i kulturnog nasleđa, kvalitetne životne sredine, i funkcionalno integrisana u okruženje.

Osnovni ciljevi uspešnog prostornog razvoja Republike Srbije su:

- 1) Uravnoteženiji regionalni razvoj i unapređena socijalna kohezija
- 2) Regionalna konkurentnost i pristupačnost

- 3) Održivo korišćenje prirodnih resursa i zaštićena i unapređena životna sredina
- 4) Zaštićeno i održivo korišćeno prirodno i kulturno nasleđe i predeo
- 5) Prostorno – funkcionalna integrisanost u okruženje.

Operativni ciljevi definišu međuzavisne prioritete u oblasti prostornog razvoja i to su:

- zaštita, kontrolisano i održivo korišćenje prirode, prirodnih resursa, prirodnog i kulturnog nasleđa,
- sistematsko čišćenje prostora Republike Srbije od otpada, sanacija, rekultivacija i rehabilitacija područja sa najugroženijom životnom sredinom (borsko – majadnpečki, kolubarski i kostolački rudarski kompleks, pančevački privredni kompleks, prostor između Kosovske Mitrovice i Obilića, konaminirana područja, zagađene reke i jezera, kanali u Vojvodini i dr.);
- zaustavljanje i stroga kontrola neracionalnog širenja građevinskih područja i veće angažovanje braunfilda odnosno pažljiv i racionalniji pristup gradnji investicijama; naporedo sa strogom i doslednom prevencijom, sprečavanjem i sankcionisanjem bespravne izgradnje uz maksimalnu zaštitu javnih dobara (zaštićena područja i koridori, uređeni predeli, prirodno i kulturno nasleđe, javni prostori u naseljima, javni objekti i dr.);
- ublažavanje negativnih demografskih procesa i njihovo preusmeravanje posebnim merama ekonomskog i socijalnog razvoja, naročito za zaustavljanje emigracije mladog stručnog i naučnog kadra i njihovo angažovanje na “spašavanju” i revitalizaciji nerazvijenih područja;
- podrška policentričnom razvoju, jačanjem uloge srednjih i malih urbanih centara i sprovođenjem dosleden politike policentrizma i decentralizacije;
- jačanje pozicije beogradskog i novosadskog metropolitenskog područja njihovim intenzivnijim povezivanjem i afirmisanjem kao jedne od regionalnih kapija Jugoistočne Evrope, afirmacija niškog metropolitenskog područja kao buduće kapije na jugu Srbije uz ubrzaniji razvoj funkcionalnog urbanog područja Kragujevca, Užica i Zaječara;
- planski osmišljen razvoj ruralnog područja zasnovan na povezivanju sa funkcionalnim urbanim područjima i/ili na programima rehabilitacije;
- ravnomernija mreža objekata i usluga javnih službi usklađena sa razmeštajem i potrebama stanovništva, a naročito službe socijalne zaštite;
- prevencija i najstroža kontrola pojave bespravne izgradnje uz istovremeni razvoj sistema socijalnog i dostupnog stanovanja;
- konstantno i institucionalno podržano smanjivanje razlika između razvijenih i nerazvijenih područja na svim nivoima od državnog do lokalnog;

- razvoj privrednih aktivnosti u skladu sa karakteristikama prostornih celina i njihovim realnim kapacitetima;
- povećana saobraćajna pristupačnost i opremljenost prostora tehničkom infrastrukturom;
- kapitalno investiranje u strateški značajnu infrastrukturu (saobraćajnu, energetska, elektronska komunikaciona mreža i opremu) na pravcima prema jugu i jugozapadu, kao i na pravcima koji povezuju Zapadnu i Istočnu Srbiju;
- poboljšanje energetske efikasnosti i korišćenje obnovljivih izvora energije;
- prioritetna i selektivna podrška izabranom broju propulzivnih područja, uz istovremenu podršku pojedinim nerazvijenim područjima sa značajnim teritorijalnim potencijalom, u prvom redu u Južnoj i Istočnoj Srbiji i na području severnog Kosova (u okviru integracijskih procesa unutar teritorije Republike Srbije);
- funkcionalno povezivanje sa zemljama u okruženju uz podršku lokalnim i regionalnim jedinicama za prekograničnu i interregionalnu kooperaciju;
- jačanje stručne i institucionalne osposobljenosti i odgovornosti za upravljanje prostornim razvojem, sistematskom edukacijom administracije i jačanjem svesti građana o prioritetima prostornog razvoja, unapređenjem informacionog sistema o prostoru, eliminacijom korupcije i drugih negativnih pojava koje deluju na prostorni razvoj Republike Srbije.

Tačka 2.3. Ekonomsko – regionalna interaktivnost, u kojoj se razrađuje prostorna strukturiranost Republike Srbije u kontekstu ekonomskog razvoja i rasta konkurentnosti, socijalne kohezije i ekološke održivosti, razrađuje mobilizaciju teritorijalnog kapitala i potencijala na održiv način, u skladu sa regionalnim specifičnostima i realnim kapacitetima. Ovde je od izuzetne važnosti činjenica da je prepoznata potreba za klasterizacijom, tj. umrežavanjem na nivou razvojnih regiona koji će imati kapacitet, obavezu i odgovornost unapređenja regionalnog razvoja. Jedna od prepoznatih krupnih prostornih celina sa svojom specifičnošću u pogledu geografskih, istorijskih, funkcionalnih i kulturnih karakteristika je Zapadna Srbija, granični prostori mahom brdsko – planinskog karaktera na zapadu Srbije, oslonjen na reku Drinu i na severu reku Savu, i upućen na aktivnu funkcionalnu saradnju sa opštinama i regionima Republike Srpske, odnosno Bosne i Hercegovine. Ona sadrži vredne prirodne celine poput Tare sa Mokrom Gorom, Zlatibora, Zlatara i **Valjevskih planina**, izrazito bogatog biodiverziteta, **ali nedovoljno i neadekvatno iskorišćene za razvoj turizma ili stočarstva (Valjevske planine).**

U okviru definisanih prioriteta područja, za koja je obavezna izrada posebnih pilot projekata “Karakterizacija predela”, kao osnova za zaštitu, planiranje i

upravljanje njihovim razvojem, posebno je naglašena potreba za izradom projekta za **turistička područja (Kopaonik, Divčibare, Zlatibor, Stara planina).**

STRATEGIJA PROSTORNOG RAZVOJA REPUBLIKE SRBIJE 2009 – 2013 – 2020 –
Republička agencija za prostorno planiranje, Beograd, jun 2009. godine

Strateški prioriteti realizacije turističkih destinacija, tranzitnih turističkih pravaca, gradskih turističkih centara i banja Srbije utvrđeni su na osnovu sledećih kriterijuma:

- 1) Prioritet podrazumeva mesto u redosledu prednosti turističkih prostora pri raspodeli podstacajnih sredstava Republike (iz budžeta, sektorskih fondova i/ili drugih izvora) za plansku regulativu, izgradnju krupne infrastrukture, izgradnju nekomercijalnih sadržaja javnih službi i usluga od interesa za turizam, kao i za zaštitu prirodnih i kulturne baštine;
- 2) Generalnu prednost imaju već formirane ili započete celine ili centri kompleksne turističke ponude;
- 3) Zbog strateških nacionalnih interesa (posebno u oživljavanju depopulacionih lokalnih sredina) i zbog otvaranja širih polaznih osnova za uključivanje tržišnih nosilaca, u prioritete se uključuju i novi, potencijalno najvredniji turistički prostori;
- 4) Redosledom strateških prioriteta zastupljeni su interesi razvoja Republike, lokalnih sredina i tržišta.

Na osnovu navedenih kriterijuma, prioriteti su svrstani u dve grupe:

A. Prioriteti među formiranim ili započetim celinama turističke ponude:

- a. Beograd na rekama (urbana rehabilitacija);
- b. Subdestinacija Turistički centar/ NP Kopaonik – Željin – Vrnjačka Banja (saobraćajno povezivanje i integrisanje ponude);
- c. Drumski koridor X od mađarske do makedonske granice (opremanje i tranzitna turistička kretanja i kružna putovanja, uz korišćenje deonica bočnih magistralnih puteva);
- d. Destinacija Novi Sad – Fruška Gora (rehabilitacija i integracija ponude);
- e. Subdestinacija Zlatibor (restrukturiranje i rehabilitacija)
- f. **Subdestinacija Valjevske planine sa Divčibarama (restrukturiranje i rehabilitacija)**
- g. Niška Banja (rehabilitacija i funkcionalna integracija sa gradom)
- h. Jošanička Banja (razvoj i funkcionalna integracija sa Turističkim centrom Kopaonik);

- i. Destinacija Subotica – Gornja Tisa (rehabilitacija i integracija ponude).

B. Prioriteti među novim turističkim prostorima:

- a. Plovni koridor Dunava (opremanje za plovidbu i nautički turizam);
- b. Destinacija Stara Planina (razvoj destinacije i turističkog centra);
- c. Destinacija Vlasina – Krajište (razvoj destinacije i turističkog centra);
- d. Destinacija Golija (razvoj destinacije i turističkog centra);
- e. Destinacija Đerdap (rehabilitacija Nacionalnog parka i razvoj turističkog centra);
- f. Destinacija Gornje Podunavlje (razvoj destinacije i turističkog centra).

Prostorni razvoj turizma u ovoj fazi prostornog razvoja Srbije će zahtevati posebnu pažnju prema zaštiti prirodnog dobra i kulturnom nasleđu, odnosno usaglašen rad na pripremu projekata sa službama zaštite. Kao što se vidi, područje Divčibara je prepoznato kao prioritarno među formiranim ili započetim celinama turističke ponude.

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA REPUBLIKE SRBIJE

Strategija razvoja turizma Srbije postavila je ciljeve i utvrdila interese Republike Srbije u turizmu i to:

- podsticanje privrednog rasta, zapošljavanja i kvaliteta života stanovnika putem razvoja inostranog turizma;
- obezbeđenje razvoja sopstvene pozitivne međunarodne slike;
- obezbeđenje dugoročne zaštite i integrisanog upravljanja prirodnim i kulturnim resursima, što je u interesu održivog razvoja turizma;
- obezbeđenje međunarodnih standarda kvaliteta zaštite turističkih potrošača saglasno savremenoj evropskoj praksi;

Strateško turističko pozicioniranje Srbije izvršiti interpretacijom skupa vrednosti koji su karakteristični samo za Srbiju.

Brend koji treba da integriše sve delove Srbije odigraće ne samo ulogu turističkog, nego i opšte državnog brenda.

Ključni elementi definisanja brenda Srbije koje bi trebalo uzeti u obzir su:

- srpska kultura,
- ljudi skloni zabavi,
- srpska umetnost i literatura,
- gostoprimstvo ljudi otvorenog srca,
- strastvenost i ponos,
- spoj tradicionalnog i modernog.

Valorizacija potencijala postojećih i potencijalnih turističkih proizvoda predstavlja prvi i osnovni korak u formiranju željenog skupa turističkih proizvoda konkurentnih na turističkom tržištu.

Definisanje međusobnih prioriteta u razvoju pojedinih proizvoda – odmah – kratki – srednji i dugi rok, predstavljaju presudna razvojna strateška pitanja pri uključivanju u međunarodno turističko tržište.

Proizvodi za kojima postoji veliki i konstantan obim tražnje u svetskim razmerama i koje karakteriše velika prosečna potrošnja po danu boravka, a koji se mogu razviti u Srbiji su:

- gradski odmori;
- kružna putovanja;
- poslovni turizma;
- zdravstveni turizam;
- planine i jezera;
- nautika;
- događaji;
- ruralni turizam;
- specijalni interesi.

Ovi proizvodi treba da imaju funkciju svojevrsnih pokretača razvoja u funkciji dinamike razvoja onih proizvoda za koje postoje optimalni uslovi u zavisnosti od resursa. Najbrže će se razvijati regija sa najvećim potencijalima za razvoj i komercijalizaciju onih proizvoda, koji uz najmanji napor mogu dati najbolje efekte u što kraćem roku. Ove regije će imati ulogu pokretača turističkog razvoja Srbije.

Strategija je na osnovu koncentracije različitih tipova resursa u pojedinim delovima zemlje ponudila pozicioniranje sledećih klastera:

- Vojvodina;
- Beograd;
- Zapadna Srbija sa Kosovom i Metohijom;
- Istočna Srbija.

U modelu rasta, između ostalog Strategija preporučuje nekoliko atraktivnih centara ruralnog turizma baziranog na eko iskustvu u Zapadnoj i Istočnoj Srbiji.

U delu Strategije – Uspostavljanje institucionalne infrastrukture za razvoj turizma konstatuje se da su nestale tradicionalne državne politike u turizmu. Vlade Zemalja sličnih Srbiji, kao što su Grčka, Turska, Egipat, aktivno i preduzetnički se uključuju u izgradnju konkurentskog okruženja za turizam. Akcenat je na više ili manje konkurentnim klasterima, a ne konkurenciji među državama.

Individualni klasteri/destinacije/proizvodi treba da sami uređuju sopstveno pozicioniranje, tako da ostvare konkurentnost na osnovu svojih prednosti, čime će se najuspešnije razlikovati i suprotstavljati konkurenciji.

Konkurentske aktivnosti klastera mogu se uspešno razvijati samo uz međusobnu saradnju i partnerstvo privatnog i javnog sektora i niko ne može ojačati konkurentnost klastera umesto aktera koji u njemu deluju.

U slučaju kada na području ne postoje snage koje su spremne i sposobne da pokrenu razvoj turizma, vlada zemlje, posredstvom specijalizovanih agencija direktno započinje pripremu investicionih projekata za tržište ili, privremeno i sama deluje kao preduzetnik u interesu što bržeg razvoja turizma. Strategija predlaže formiranje državne agencije za razvoj turizma, što je i realizovano osnivanjem Nacionalne turističke razvojne korporacije.

U delu Upravljanje konkurentnošću ili konkurentsko upravljanje, tretirani su instrumenti kao što su atraktivnost, marketing, produktivnost u funkciji konkurentskog upravljanja .

Upravljanje i administracija preporučuju da je potrebno uspostaviti efikasan sistem upravljanja destinacijama, koji treba ne samo inteligentno da upravlja potencijalom rasta, već i da unapređuje privlačenje investitora, ostvaruje održivost rasta i obezbeđuje osećaj dobrog života ljudi u destinacijama.

U turizmu se sve više ispoljava jasan stav da je sa nacionalnog/regionalnog nivoa moguće delovati mnogo efikasnije u interesu konkurentnosti klastera/subklastera, nego što je to slučaj na lokalnom nivou. (Lakši pristup

finansiranju, stvaranje novih kompanija i projekata, postojanje jakih obrazovnih centara, razvoj sistema kvaliteta i dr.).

Neophodno je obezbediti sve potrebne uslove za efikasno i pravilno sprovođenje ove strategije, što u najvećoj meri zavisi od državnih organa, zajedno sa drugim subjektima u oblasti turizma (javno-privatno partnerstvo).

Strategija je u domenu Sistema podsticaja ukazala na tri osnovne grupe mogućih podsticaja, i to:

- finansijski podsticaji i olakšice,
- kvazifinansijski podsticaji i olakšice,
- fiskalni podsticaji i olakšice, koji su detaljno izloženi u devet mogućih vidova.

Usklađen i dobro podešen sistem fiskalnih podsticaja treba da se koncentriše na:

- prenošenje gubitaka u naredne godine;
- mogućnost ubrzane amortizacije novih investicija;
- plaćanje nižeg komunalnog doprinosa u prvih nekoliko godina efektuisanja investicije;
- odobravanje nižih carinskih stopa (oslobađanje od carine za određenu vrstu opreme, mašina i dr.).

Strateški marketing plan ima za cilj da profesionalno struktuiše resurse i atrakcije zemlje i da ih postavi u zaokruženi, funkcionalni i održiv sistem za integralnu promociju i komercijalizaciju na kratki rok kao i za kreiranje međunarodno konkurentskih turističkih proizvoda i rast ukupne ekonomije turizma Srbije na duži rok.

Marketinški ciljevi Srbije definisani su na sledeći način:

1. pozicioniranje Srbije kao turističke destinacije na svetskom turističkom tržištu;
2. maksimalnim prodajnim naporima višestruko povećati broj inostranih gostiju i uvećati domaći turistički promet u skladu sa kapacitetom životnog standarda stanovništva Srbije;
3. uspostaviti i operacionalizovati sistem marketinga Srbije na nacionalnom/državnom nivou, kao i na nivou regija, gradova i opština.

Marketing plan klastera Srbije

1. Svaki klaster ima sopstvenu strategiju strukture turističkih proizvoda.
2. Svaki klaster ima sopstvenu strategiju nastupa na tržištu.
3. Svaki klaster ima svoje specifične marketing programe.
4. Svaki klaster ima svoju politiku distribucije i podelu marketinških zadataka sa TOS-om, kako bi se minimiziralo gubljenje energije i finansijskih resursa.

Klaster Zapadna Srbija – istorija i tradicija sa doživljajima u prirodi tretira:

- resursnu i atrakcionu osnovu turističkih oblasti.
- turizma turističkih oblasti sa podacima o dolascima, noćenjima, objektima, ležajima, prihodima, zaposlenima i broju turističkih preduzeća.
- ključne proizvode turističkih oblasti:
 - događaji,
 - specijalni interesi,
 - planine i jezera,
 - zdravstveni turizam,
 - ruralni turizam;
- ključne investicione projekte, među kojima na prvom mestu dovršenje i poboljšanje postojećih destinacija (Kopaonik, Zlatibor, **Divčibare**); kreiranje **bar dve oblasti ruralnog turizma**; proširenje infrastrukture i kapaciteta za događaje; projekti turističke infrastrukture i sadržaja slobodnog vremena.

REGIONALNI PROSTORNI PLAN KOLUBARSKOG OKRUGA POGOĐENOG ZEMLJOTRESOM

Regionalni prostorni plan Kolubarskog okruga pogođenog zemljotresom je postavio koncept razvoja turizma u funkciji prirodnih resursa i tržišne tražnje, koji se zasniva na:

- planinskom turizmu i rekreaciji na Valjevskim planinama u letnjoj i zimskoj sezoni;
- turizam, sport, rekreacija i zabava na vodama višenamenskih akumulacija;
- seoski turizam sa celogodišnjom ponudom u bližoj gravitaciji turističkih i rekreativnih kompleksa, centara i mesta komercijalne ponude omladinskog, dečijeg i drugih oblika socijalnog turizma.

Ovim prostornim planom turistička regija Valjevske planine (C-1) podeljena je na tri subregije, od kojih istočnu čine Suvobor i Maljen sa Divčibarama. Plan je obuhvatio teritorije opština Ljig, Mionica, Valjevo, Ub, Mionica, Osečina na području Kolubarskog okruga, a van područja ovog plana su Opština Gornji Milanovac na području Moravičkog okruga i opštine Požega i Kosjerić na području Zlatiborskog okruga.

Plan se zalaže da se sve prirodne i atropogene vrednosti integrišu u jedinstvenu ponudu regiona. Naglašena je leaderska funkcija Divčibara u turističkoj ponudi regiona, s tim što je naglašen značaj za pristup centru i regiji, otvaranje železničke stanice Podbukovi, na pruži Beograd-Bar sa izgradnjom duplog koloseka na relaciji Beograd-Valjevo-Požega i uključivanje u beogradski progradski sistem „Beovoz“-a. Aktiviranje aerodroma Divici i izgradnja autoputa Beograd-Južni Jadran i grebenskog puta od Rajca do Sokolskih planina.

Takođe, navedena su sela u gravitacionoj zoni pogodna za razvoj turizma. U smernicama za razvoj sela Plan predviđa razvoj nepoljoprivrednih aktivnosti, odnosno razvoj seoskog područja kao višefunkcionalnog proizvodnog prostora sa predviđanjem daljeg rasta uloge alternativnih u odnosu na poljoprivredne izvore prihoda, u zavisnosti od tržišnih uslova.

Regionalni Kolubarski sistem za snabdevanje stanovništva vodom, predviđen je da se turistički centar Divčibare, zajedno sa većim brojem naselja na pravcu Bujačić-Degurić-Dračić-Zarube-Prijezdici-Mratišić-Bukovac-Krčmar sa vršnom potrošnjom od 60 l/s fazno poveže sa regionalnim sistemom. U prvoj fazi (oko 40 l/s) zahvat vode iz rezervoara „Gajine“ u selu Bujačiću sa višestepenim prepumpavanjem do rezervoara na Divčibarama. U drugoj fazi (oko 20 l/s)

zahvata se voda iz izvorišta „Orlovača“ i neposredno se povezuje u regionalni sistem.

Lovna područja Rajac i Ribnica namenjeni su uzgoju i zaštiti plemenite krupne i sitne divljači (srna, divlja svinja, zec, faza, jarebica).

Koncept razvoja turizma, organizacije i uređenja turističkih prostora

Maljensko-Suvoborski region

Predstavlja deo istočne subregije turističke regije Valjevskih planina i obuhvata na planskom području deo teritorije opština Ljig, Mionica i Valjevo, a van planskog područja Opštine gornji Milanovac na području Moravičkog okruga i opština Požega i Kosjerić na području Zlatiborskog okruga. Ovim regionom obuhvaćeni su severni delovi Maljena sa Divčibarama, Suvobora sa Rajcem i podgorine ovih planina sa Belanovicom, Banjom Vrujci, Ljigom i Mionicom, opštinskim centrima i banjskim mestima uz seoska naselja, prirodne i kulturne vrednosti koje će se integrisati u jedinstvenu ponudu regiona sa dominantnim aktivnostima planinskog i banjskog turizma.

Turistički kompleks i centar Divčibare – glavni sadržaj turističke ponude regiona, sa gravitirajućim selima Krčmar, Planinica, Brežđe, Gornji Lajkovac i Struganik na području Opštine Mionica i Bukovi i Baćevci na području Opštine Valjevo. Težište u razvoju ovog centra ima komplemetiranje letnje i zimske ponude u centru Divčibare i njegovom okruženju, sistem raznovrsnih sportskih i sportsko-rekreativnih aktivnosti u odgovarajućim klubovima kao profesionalnim nosiocima ovih aktivnosti. Najznačajnije elemente ponude imaju gravitirajuća sela Struganik (Memorijalni kompleks vojvode Ž. Mišića) i Paštrić/Ribnica (buduće etno-selo). Ukupan kapacitet letnje ponude u prostoru iznosiće do 8.000, a zimske do 5.000 jednovremenih korisnika, što će predstavljati oko 70% ukupnog kapaciteta korisnika kompleksa Divčibare (stacionarnih i dnevnih izletnika).

Program turističkog centra sadržaće:

- turističkesmeštajne kapacitete sa ukupno 7.000 ležaja (2.000 osnovnih i 5.000 komplementarnih), od čega 5.000 ležaja u centru i 2.000 u gravitirajućim selima i postojećim vikend naseljima; 3.000 dnevnih izletnika;
- turističke manifestacije i potrebne sadržaje društvenog standarda.

Za pristup centru veliki značaj imaće otvaranje železničke stanice Podbukovi na pruzi Beograd-Bar, a za pristup i aktivnosti turističkog tranzita izgradnja autoputa Beograd-Južni Jadran i grebenskog puta od Rajca do Sokolskih planina.

PROSTORNI PLANOVI OPŠTINA

Pored gorenavedenih strateških uporišta u dokumentaciji od nacionalnog i regionalnog značaja, prostorni planovi i strateška dokumenta opština: Valjevo, Mionica, Požega i Kosjerić takođe moraju da budu predstavljeni u kontekstu razmatranja planske dokumentacije od značaja za šire područje Divčibara.

Prostorni plan Opštine Valjevo

Naručilac: Opština Valjevo

Obrađivač: Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije

Godina izrade: april 2007.godine

Ovim prostornim planom detaljno su istraženi svi relevantni faktori od značaja za zaštitu, korišćenje i socio ekonomski razvoj na području opštine Valjevo i u celosti predstavljaju validan akt prostorne regulative teritorije opštine.

Planom su detaljno tretirani i definisani sledeći elementi:

- Polazne pretpostavke
 - Obuhvat i granica prostornog plana.
 - Obaveze, uslovi i smernice iz planskih dokumenata višeg reda (P.P. republike Srbije) i susednih područja.
 - Prikaz postojećeg stanja i potencijali i ograničenja područja plana.
- Ciljevi i osnovne postavke razvoja, korišćenja i uređenja prostora
 - opšti ciljevi i osnovne postavke razvoja, korišćenja i uređenja prostora;
 - ciljevi razvoja, korišćenja i uređenja prostora po granama.
- Planska rešenja sa pravilima korišćenja, uređenja i zaštite planskog područja
 - prirodnih resursa;
 - društvenog kompleksa;

- infrastrukturnih sistema i objekata zajedničke potrošnje;
 - razvoj turizma, zaštita životne sredine, prirodnih i nepokretnih kulturnih dobara i zaštita od elementarnih nepogoda;
 - pravila izgradnje i uređenja prostora;
 - osnovna namena prostora s bilansom površina.
- Implementacija prostornog plana
 - prioritetne aktivnosti i prva etapa ostvarivanja prostornog plana;
 - učesnici u implementaciji;
 - mere i instrumenti za implementaciju;
 - razrada i sprovođenje prostornog plana u drugim planovima i programima;
 - podrške implementaciji.

Prostornim planom opštine Valjevo potvrđena je turistička reonizacija teritorije postavljena regionalnim prostornim planom Kolubarskog okruga tako da reon koji zahvata tretirani prostor ovim Elaboratom nosi naziv Maljensko-Suvoborski reon sa turističkim centrom Divčibare.

Ovim planom je tretiran i "Turistički put na jugu grebenom Valjevskim planina sa vezom za železničko stajalište Samar gde se može ostvariti najpovoljnija veza grebenskog puta sa prugom Beograd-Bar".

"Stavljanje železničke pruge Beograd-Bar (Valjevo-Kosjerić-Požega) u funkciju razvoja turizma ostvariće se produžetkom trase "Beovoza" od stanice u Valjevu do stajališta (službena mesta) Gradac, Lastra i Samar odakle će se specijalizovanim turističkim vozilima (autobusima ili manjim vozilima), omogućiti brži i jeftiniji prevoz izletnika i turista do najatraktivnijih predeonih celina središne, istočne, južne i zapadne zone u opštini".

Kako se može zaključiti u prvoj fazi razvoja Valjevskih planina, potez Maljen-Suvobor, značajni su sledeći faktori:

- Grebenski put omogućava ulaze sa auto puta Beograd-Požega kod Lalinaca i sa pruge Beograd-Bar kod Samara uz povezivanje pravcem istok-zapad celokupne mreže postojećih regionalnih, lokalnih, šumskih i seoskih puteva.;
- za prostor turističkog centra Divčibare u toku je izrada Generalnog urbanističkog plana;
- vodosnabdevanje cele ove zone oslonjeno na sistem vodosnabdevanja sa izvorišta Stubo-Rovni.

Kako se iz samog plana vidi, izvršena su detaljna istraživanja prirodnih i antropogenih resursa, stanovništva i drugih relevantnih činilaca od značaja za razvoj tretiranog prostora.

Ustanovljena su ograničenja za razvoj, izgradnju i uređenje prostora, u funkciji seizmičkih rizika i ekoloških zahteva i utvrđeni su opšti principi za urbanističko planiranje i izradu tehničke dokumentacije - Pravila izgradnje i uređenja prostora.

Prostorni plan Opštine Mionica

Naručilac: Opština Mionica

Obrađivač: Saobraćajni institut CIP d.o.o.

Godina izrade: 2007. g.

Ovim prostornim planom detaljno su istraženi svi relevantni faktori od značaja za zaštitu, korišćenje i socio ekonomski razvoj na području opštine Mionica i u celosti predstavljaju validan akt prostorne regulative teritorije opštine.

Planom su detaljno istraženi i obrađeni sledeći elementi:

- Polazne pretpostavke:
 - obuhvat i granica prostornog plana;
 - obaveze, uslovi i smernice iz planskih dokumenata višeg reda (P.P. Republike Srbije, regionalni prostorni plan područja Kolubarskog okruga pogođenog zemljotresom);
 - prikaz postojećeg stanja i potencijali i ograničenja područja plana.
- Ciljevi prostornog razvoja:
 - Osnovni cilj i principi prostornog razvoja i posebni ciljevi.
- Korišćenje, uređenje i zaštita planskog područja:
 - Prostorni razvoj Opštine Mionica;
 - priroda i prirodni resursi – osnov prostornog razvoja;
 - društvena struktura.
 - komunalna i putna infrastruktura;
 - korišćenje zemljišta;
 - pravila izgradnje i uređenja prostora i pravila izgradnje objekata;
 - zaštita životne sredine.
- Mere i instrumenti za ostvarivanje prve etape plana:
 - teritorijalna organizacija opštine;

- smernice za dalju plansku razradu plana;
- prioritete u ostvarivanju plana do 2011. g;
- implementacija prostornog plana;

U odnosu na tretiranu planinsku zonu na jugu opštine, plan je ispravno predložio orijentaciju na razvoj turizma u selima te zone, izbegavajući predlaganje izgradnje većih komercijalnih turističkih kapaciteta. Značajno je napomenuti da obrađivač plana nije uočio predlog izgradnje dela grebenskog puta vencem Valjevskih planina koji je predviđen planom višeg reda (regionalni prostorni plan područja Kolubarskog okruga pogođenog zemljotresom) gde se u poglavlju Saobraćaj ovog plana predviđa: "U prioritete se, u funkciji planiranog razvoja turizma, svrstava i izgradnja tzv. Grebenskog puta, koji će povezati planinske masive Suvobora, Maljena, Povlena i Sokolskih planina, u prvom redu deonica od Rajca do Sokolskih planina. Ovaj putni pravac bi trebalo da dobije karakter regionalnog puta koji će povezivati magistralne puteve M-19.1, M-21 i M-22".

Značaj ovog putnog pravca povećava se utvrđivanjem definitivne trase auto puta Beograd-Južni Jadran, deonica Beograd-Požega, s tim što će se na planiranim petljama Ljig i Takovo ili kod Lalinaca direktno vezati za ovaj auto put. Grebenki put vencem Valjevskih planina je od izuzetnog značaja za razvoj turizma i povećanje komunikativnosti južnog planinskog dela opštine Mionica sa turističkim prostorom Suvobor-Maljen, odnosno opštinama Gornji Milanovac, Požega i Kosjerić.

Prostorni plan Opštine Požega

Naručilac: J.P. Direkcija za izgradnju

Obrađivač: AD za planiranje, projektovanje, AOP i inženjereng „Infoplan“ Arandjelovac.

Godina izrade: maj 2007.

Planom su detaljno obrađeni i definisani sledeći elementi:

- Polazne pretpostavke:
 - obuhvat i granica prostornog plana;
 - obaveze, uslovi i smernice iz planskih dokumenata višeg reda (P.P. republike Srbije, P.P. područja posebne namene izvorišta vodosnabdevanja regionalnog podsistema „Rzav“, P.P. područja posebne namene infrastrukturnog koridora Beograd-Južni Jadran.)
 - Postojeće stanje:

- analiza stanja: prirodnih uslova i resursa, društvenog kompleksa, zaštite životne sredine i prirodnih i nepokretnih kulturnih dobara i tendencije u izgradnji i uređenju prostora;
 - potencijali i ograničenja za razvoj.
- Ciljevi razvoja sa planom korišćenja, zaštite, uređenja i izgradnje prostora:
 - osnovni ciljevi i pretpostavke razvoja, korišćenja, zaštite i uređenja prostora;
 - privreda, stanovništvo i mreža naselja;
 - infrastrukturni sistemi;
 - razvoj turizma, zaštita životne sredine, prirodnih i nepokretnih kulturnih dobara i zaštita od elementarnih nepogoda;
- Pravila izgradnje i uređenja prostora:
 - u rezervisanim zaštićenim prostorima;
 - građevinskog zemljišta;
 - principi i pravila korišćenja, uređenja i izgradnje ostalog zemljišta;
 - osnovna namena prostora sa bilansom površina.
- Implementacija Prostornog plana:
 - prioriteti i prva faza implementacije;
 - učesnici u implementaciji;
 - mere i instrumenti za implementaciju;
 - podrške implementaciji.

Ovaj plan je izuzetno uspešno postavio osnove za ostvarenje ciljeva prostornog razvoja, koji su uskazani kroz poboljšanje socio ekonomskog-aspekta lokalnog stanovništva na principima održivog razvoja, mrežnom povezivanju poljoprivrede i turizma, uz zaštitu i unapređenje kvaliteta životne sredine. Područje opštine je pogodno za razvoj ruralnog, rekreativnog i agro-turizma, sa kulturnim običajima, manifestacijama, sajmovima i dr. kao sekundarnim turističkim motivom, koji bi se oslanjali na ambijentalne prirodne vrednosti

prostora, postojeće objekte koje je potrebno sa dodatnim ulaganjima opremiti, kao i podrška izgradnji neophodne komunalne i putne infrastrukture. Ovo predstavlja osnov za politike budućeg intenziviranja razvoja turizma.

Za potrebe ovoga elaborata od značaja su istraživanja usmerena na planinski predeo Divčibara, kao predeone celine i ruralne zone Tometino polje.

Prostorni plan jedinice lokalne samouprave Kosjerić

Naručilac: Opština Kosjerić

Obrađivač: Arhitektonski fakultet Univerziteta u Beogradu, Istraživačko – poslovni centar

Godina izrade: 2011.

Opšti ciljevi Plana:

- Stvaranje uslova za optimalno, usklađeno, racionalno korišćenje prirodnih resursa na osnovama održivog razvoja uz minimiziranje konflikata u prostoru;
- Povećanje funkcionalne i razvojne efikasnosti ograničenjem, odnosno podsticajem razvoja poljoprivrede, turizma i proizvodnje kao osnovnih oslonaca razvoja;
- Zaštita i unapređenje stanja životne sredine, sa naglaskom na područjima od posebnog interesa; i
- Operacionalizacija planskih procesa - izbora pravaca razvoja, usmeravanja, podsticanja i kontrola razvoja.

Turizam - Osnovni cilj

Održivi razvoj i jačanje turističke privrede na području opštine Kosjerić podrazumeva uvećanje turističke privlačnosti, usklađeno sa očuvanjem, zaštitom i unapređenjem posebnih prirodnih, predeonih i ambijentalnih vrednosti i nepokretnih kulturnih dobara, što se ostvaruje kroz: podsticanje i obezbeđivanje uslova za razvoj različitih oblika turizma, unapređenje kvaliteta turističke ponude i razvoj celogodišnje turističke ponude.

Operativni ciljevi u oblasti turizma su: određivanje svih vidova turizma koji se mogu razvijati na području opštine Kosjerić, intenzivan razvoj pojedinih turističkih zona, poteza i tačaka, koji su od ključnog značaja za razvoj turizma na opštinskom nivou, utvrđivanje načina institucionalne podrške turističkoj privredi, razvoj rekreativnih i zelenih prostora unutar i do turističkih zona u cilju bogaćenja turističke ponude i stvaranje identiteta kroz turističku ponudu.

Planska rešenja - Turizam: pristup razvoju turizma na području opštine Kosjerić zasniva se na stvaranju uslova za obrazovanje i odgovarajuću prezentaciju celovitog turističkog proizvoda aktiviranjem svih prirodnih, stvorenih i ljudskih potencijala, a uz poštovanje principa održivog turizma.

Prostorno funkcionalna struktura razvoja turizma - zasniva se na određivanju turističkih regija, turističkih zona, mesta i prostora (prema Zakonu o turizmu), poziciji smeštajnih kapaciteta i vikend-naselja, kao i punktova i zona od značaja za turizam.

Turistička regija - na području opštine Kosjerić nalaze se delovi Turističke regije Valjevske Planine. Za njen najznačajniji deo u okviru MZ Ražana, postoji Turistički projekat Divčibare- Donja Ražana.

Turističke zone - kao manje celine u okviru područja Opštine i turističke regije izdvajaju se turističke zone kao podceline nižeg reda u okviru turističke regije ili kao samostalne celine.

Primarna turistička zona T2 - Južno podnožje Valjevskih planina - objedinjuje prostorne celine Opštine, planirane za intenzivni turistički razvoj na Valjevskim planinama, ovi prostori zauzimaju severoistočni deo Opštine. U ovoj zoni nalazi se nekoliko sela opštine Kosjerić: Mionica, Skakavci, Rosići, Mrčići, Stojići. Značaj ove zone je u njenoj bliskoj povezanosti sa lokalitetom Divčibare na Maljenu, koji se nalazi neposredno do severoistočne granice Opštine. Turistička organizacija veliki deo svojih aktivnosti usmerava na ovo područje, pa je sa tim u vezi podstaknuta izrada projekata poput "Turistički projekat Divčibare - Donja Ražana" i "Kosjerić/Tara - ruralni razvoj i Divčibare".

Turistička mesta - se razvijaju prema rangu određenom stepenom turističke privlačnosti i nivoom turističke opremljenosti. Planiraju se i razvijaju u pravcu afirmisanja njihove posebnosti i prepoznatljivosti. Na području opštine Kosjerić izdvajaju se turistička mesta - centri (detaljnije određeni u okviru turističkih zona) i punktovi.

Na području opštine Kosjerić moguć je budući razvoj novih turističkih mesta (tercijarni i kvartarni rang) u naseljima koja poseduju određeni stepen turističke privlačnosti.

Pravila građenja i uređenja prostora

Izgrađeni prostori za turizam obuhvataju zatvorene građevine i otvorene, građevinski uređene i opremljene prostore u građevinskom području. Oni su često povezani sa prostorima za rekreaciju i sport i celokupno gledano čine povezan i zaokružen sklop - turističke centre.

Sadržaji turističkih centara su: hoteli, moteli, pansioni, odmarališta (dečja i radnička), apartmani, prostori za smeštaj uz seoska domaćinstva (seoski turizam), mesta za kampovanje, smeštaj na vodi (splavovi-kućice, sojenice), ...

Kulturno-zabavni sadržaji turističkih centara su: bioskop, višenamenska sala, pozornica na otvorenom, omladinski centar, kulturni centar, noćni klubovi, botaničke bašte, festivali, izložbe, zoo vrt-park divljači, zabavni park, privremeni tematski mini-kamp, pozornica na otvorenom za edukativne i kulturno-zabavne programe, obrazovni centar itd.

Sportsko-rekreativni sadržaji turističkih centara su: igrališta - livade (badminton, frizbi, fudbal na travi), izgrađeni sportski tereni (košarka, odbojka, mali fudbal, tenis, otvoreni i zatvoreni prostor), bazeni (zatvoreni i mali otvoreni za planine), fitnes, sauna, višenamenske sportske sale itd.

Ugostiteljski sadržaji turističkih centara su: restorani, kafei, „drive-in“ restorani, ekspres restorani, kafane, bifei, poslastičarnice, brza hrana (roštiljnice, pekare) itd.

Programski elementi za planiranje turističkih centara i njihovih namena

Indeks iskorišćenosti zemljišta: bungalovi - 20, etno-eko zone - 25, zone kuća za odmor – vikend zone - 20, apartmani - 25, seoske zone - 30, zone porodične gradnje i stacionari - 30, centralne poslovno-komercijalne zone - 40, turističke zone – hoteli - 50.

Pregled kapaciteta osnovnih i pratećih turističkih sadržaja: rekreacija i kultura - 0,2-0,3 m²/ležaju, sportsko-rekreativni sadržaji u zatvorenom prostoru - 0,4-0,5 m²/ležaju, trgovina - 0,6-0,7 m²/ležaju, centralne funkcije i usluge - 0,3 m²/ležaju, uprava i tehnika - 0,3 m²/ležaju i sportsko-rekreativni sadržaji u otvorenom prostoru unutar naselja - 5-8 m²/ležaju.

Gustine korišćenja prostora po aktivnostima: izletišta - 60-300 korisnika / ha dnevno, igrališta-livade - 100-200 korisnika / ha dnevno, sportske, timske igre - 100-200 korisnika / ha dnevno, šetnja - 10 osoba / km putanje, dnevno 20 osoba / km putanje, vožnja bicikla 10-20 osoba / km putanje, dnevno 20-50 osoba / km putanje i jahanje 6 -20 osoba / km putanje, dnevno 25-80 osoba / km putanje.

Uslovi za uređenje turističkih i rekreativno-sportskih zona

Najveći dozvoljeni urbanistički parametri po zonama izgradnje su u pojedinim turističkim centrima:

- Turističke zone – bungalovi: preporučene površine građevinskih parcela su više od 200 m², najveći dozvoljeni stepen zauzetosti je 40%, a najveći dozvoljeni indeks izgrađenosti je 1,5, obavezno obezbeđenja potrebnih parking mesta na parceli je po normativu 1 parking mesto/100 m² neto

površine, najveće dozvoljene visine zgrada su P+Pk, minimalna udaljenost između susednih objekata je 4,0 m.

- Etno-eko zone: najveći dozvoljeni indeks zauzetosti je 35%, najveći dozvoljeni indeks izgrađenosti je 1,0, obavezno obezbeđenje potrebnih parking mesta na parceli je po normativu 1 parking mesto/100 m² neto površine, najveće dozvoljene visine zgrada su P+1+Pk, pejzažnim uređenjem predvideti interne komunikacije i parterne površine sa ostalim pratećim sadržajima.
- Zone kuća za odmor – vikend zone: najmanje dozvoljene površine građevinskih parcela su 600 m², najveći dozvoljeni indeks zauzetosti je 20%, a najveći dozvoljeni indeks izgrađenosti je 0,6, najveće dozvoljene visine zgrada su P+1+Pk, obavezno obezbeđenja potrebnih parking mesta na parceli.
- Turističke zone - apartmani: najveći dozvoljeni indeks zauzetosti je 40%, najveći dozvoljeni indeks izgrađenosti je 1,0, obavezno obezbeđenje potrebnih parking mesta na parceli je po normativu 1 parking mesto/100 m² neto površine, najveće dozvoljene visine zgrada su P+Pk, pejzažnim uređenjem predvideti interne komunikacije i parterne površine sa ostalim pratećim sadržajima.
- Seoske zone: najmanje dozvoljene površine građevinskih parcela su 600 m², najveći dozvoljeni indeks zauzetosti je 35%, najveći dozvoljeni indeks izgrađenosti je 1,0 uz obavezno obezbeđenje potrebnih parking mesta na parceli.
- Turističke zone - hoteli: najveći dozvoljeni indeks zauzetosti je 50%, a najveći dozvoljeni indeks izgrađenosti je 1,8, a obavezno obezbeđenje potrebnih parking mesta na parceli je po normativu 1 parking mesto/ 100 m² neto površine, najveće dozvoljene visine zgrada su P+2+Pk, minimalna udaljenost objekta od granice parcele je 2,5 m sa severne i 1,5 m sa južne strane, najveći dozvoljeni indeks zauzetosti za prateće sadržaje je 50%, a najveći dozvoljeni indeks izgrađenosti je 1,0, najveće dozvoljene visine zgrada su P+2+Pk, obavezno očuvanje i maksimalna iskorišćenost prirodnih potencijala terena uz neophodne mere oplemenjivanja.

Smernice za izradu urbanističkih planova - budući model razvoja mora uvažavati prioritet regionalnog razvoja i integracije, uz jasno definisanje osnovnog identiteta. Delovanjem osnovnih aktera - upravljanja, poslovanja i zajednice, moguće je podići osnovnu konkurentnost opštine, ali i regiona čiji je ona sastavni deo. Zone i naselja za koja je predviđena obavezna izrada urbanističkog plana obuhvataju i Plan detaljne regulacije turističkog lokaliteta "Vidik", koji će se izrađivati na osnovu Predloga za izradu programa Plana detaljne regulacije.

Prioritetna planska rešenja i projekti - Turizma: **izrada planova turističkih područja, poboljšanje smeštajnih kapaciteta, razvoj područja Južnih Divčibara.**

Sport i rekreacija: obnova i tehničko opremanje objekata i prostora za rekreaciju u naseljima, **i razvoj rekreativno sportskih sadržaja u području Južnih Divčibara.**

Strategija razvoja turizma Opštine Kosjerić

Naručilac: Opština Kosjerić

Obradivač: Geografski fakultet Beogradskog univerziteta, Institut za prostorno planiranje

Godina izrade: mart 2003.

Prostornim planom Opštine Kosjerić detaljno su istraženi svi relevantni faktori od značaja za zaštitu, korišćenje i socio-ekonomski razvoj na području Opštine Kosjerić i u celosti predstavlja validan akt prostorne regulative teritorije opštine.

Planom su detaljno obrađeni i definisani sledeći elementi:

- Položaj opštine i odnos prema okruženju
 - granica i veličina opštine
 - fizičko, kulturno, saobraćajno geografski položaj.

- Ocena stanja i strategija korišćenja prirodnih resursa
 - analiza morfometrijskih, klimatskih i hidroloških osobnosti područja
 - strategija korišćenja mineralnih sirovina;
 - strategija korišćenja poljoprivrednog zemljišta;
 - strategija korišćenja poljoprivredne infrastrukture
 - strategija unapređenja i korišćenja šuma i šumskog zemljišta;
 - strategija korišćenja prirodnih resursa.

- Razvoj i razmeštaj industrije opštine Kosjerić.
- Prostorno demografski razvoj opštine Kosjerić.
- Mreža naselja opštine Kosjerić.
- Demografske determinante mreže naselja.
- Strateška opredeljenja razvoja infrastrukture.

- Strategija razvoja turizma.
- Projekcija i plan zaštite životne sredine.
- Strategija korišćenja zemljišta u cilju boljeg funkcionisanja grada Kosjerića.

Ovom strategijom istraženi su svi relevantni prirodni i antropogeni faktori od značaja za razvoj turizma na teritoriji opštine Kosjerić, odnosno delu Suvoborsko-Maljenskog turističkog prostora.

Iskustva u sferi seoskog turizma na teritoriji opštine Kosjerić koji je među najrazvijenijim u Srbiji, značajna su i za ostale ruralne zone u kontaktnoj zoni. U tom smislu ohrabruje akcija turističke organizacije Kosjerić o potpisivanju ugovora o poslovnoj i tehničkoj saradnji sa domaćinima spremnim da organizuju i razvijaju turizam u svojim selima. Ovim ugovorom utvrđene su obaveze turističke organizacije prema domaćinu i obaveze domaćina prema turističkoj organizaciji u obradi turističkog tržišta, agencijskom posredovanju, edukaciji domaćina i sl. Ugovor se zasniva na zakonu o turizmu i zakonu o obligacionim odnosima i predstavlja novinu u konkretizaciji prava i obaveza potpisnika jer se samo tako mogu ostvariti pravi ekonomski i društveni efekti na duži rok. Za svaku godinu potpisuje se poseban aneks ugovora kojim se preciziraju kategorije soba, cene usluga, raspodela prihoda, način plaćanja i iznos boravišne takse.

Značajna je komunikacija, odnosno magistralni put M-21 koji sa severa spaja vojvođansko tržište preko Šapca i Valjeva, preko Bukova i dalje ka Užicu, odnosno Požegi.

Takođe je značajan prolaz pruge Beograd-Bar kroz Kosjerić koji predstavlja brzu vezu sa Beogradskim tržištem. Na delu opštine Kosjerić nalazi se i deo grebenskog puta vencem Valjevskih planina koji ima vezu sa Kosjerićem, postojećim putem od Valjeva preko Bukova kroz Kaonu do Kosjerića.

PLAN GENERALNE REGULACIJE ZA TURISTIČKI CENTAR DIVČIBARE 2008.

Programom za izradu urbanističkog plana Turističkog centra Divčibare, a, na osnovu "Strategije razvoja turizma Republike Srbije", namena predmetne prostorne celine koja pripada Jugozapadnom klasteru (od ukupno četiri klastera Vojvodina, Beograd, Jugozapadna Srbija i Jugoistočna Srbija), definisana je kroz:

Opšte ciljeve i instrumente razvoja turizma Divčibara

U skladu sa Strategijom razvoja turizma Srbije, Prostornim planom Opštine Valjevo, cilj organizacije i uređenja prostora jeste revitalizacija i sanacija turističkog centra Divčibare na turističkoj mapi Srbije, prema potencijalima prirodnih i stvorenih vrednosti i dugoročnim potrebama ekonomskog i socijalnog razvoja.

Ostvarenje tog cilja postići će se:

- sanacijom i aktiviranjem postojećih stvorenih potencijala u smislu podizanja kvaliteta i raznovrsnosti turističke ponude;
- stimulacijom povoljnosti investiranja u turističke objekte;
- afirmacijom Divčibara kao turističkog centra u funkciji i pogodnostima za sve kategorije turista;
- afirmacijom Divčibara kao tradicionalne vazdušne banje bez ekoloških eksidenata;
- snažnom afirmacijom tradicionalnog koncepta vikend turizma, velikom raznovrsnom ponudom u svim godišnjim dobima;
- znatno bolju valorizaciju geografsko-saobraćajnog položaja;
- marketinškom prezentacijom turističke ponude;

Plan generalne regulacije za turistički centar Divčibara iz 2008. odgovara na pitanja daljeg unapređenja i izgradnje centra, definišući infrastrukturne i suprastrukturne kapacitete i opredeljujući ponudu, na principima urbanističke organizacije turističkog centra.

Definisani **strateški ciljevi** su:

- 1. Kapacitet turističkog centra** – sa oko 15.000 jednovremenih korisnika;
- 2. Obezbeđenje planskih dokumenata** koji usmeravaju izgradnju i uređenje prostora po principima osnovne namene turističkog centra;

3. **Kontrola sprovođenja definisanih ciljeva;**
4. **Zaustavljanje daljeg širenja vikend zona (adekvatnim urbanističkim instrumentima) – kroz obezbeđivanje uslova razvoja do 1/3 ukupnog smeštajnog kapaciteta u već formiranim enklavama;**
5. **Zabrana spajanja enklava vikend gradnje;**
6. **Formiranje zona zabranjene gradnje**, u skladu sa dobijenim uslovima od Zavoda za zaštitu prirode na šumskom zemljištu, delovima kvalitetnih utrina i livada;
7. **Formiranje zona restriktivne izgradnje** sa uslovljavanjem definisanih turističkih usluga (klubskog tipa), koje će imati restriktivne urbanističke parametre u smislu veličine parcele za planiranu delatnost;
8. **Stimulisanje formiranja izgradnje na atraktivnim lokacijama.**

Planom generalne regulacije utvrđeno je 13 prostornih celina, kojima se definiše pretežna namena zemljišta, što predstavlja konkretizaciju opštih i strateških ciljeva.

Celine

1. **CELINA I - CENTAR DIVČIBARA NA JEZERU** (po konkursnom rešenju) sa ponudom letnjeg i zimskog turizma – Rivijera Divčibara. Planirani su značajni objekti turističke ponude:
 - **veštačko jezero** - (po konkursnom rešenju) u dolini ispod Marinkovića kose na delu vodotoka reke Bela kamenica.
 - **obala** jezera, sa sverne strane, namenjena je za izgradnju budućeg centra sa objektima u nizu, ivične izgradnje, sa lokalima u prizemlju i baštama u pešačkoj zoni. Neposredno uz obalu planirano je sunčalište sa sezonskim natkrivenim restoranima. Druga, južna strana obale, planirana je za manji broj restorana sa specifičnom ponudom, sa sunčalištem na obali.
 - **tržni centar** – specifičnog oblika i namene.
 - **kongresno-poslovni centar** - sa najreferentnijom ponudom na širem prostoru Srbije sa uslugom i sadržajem najviše kategorije;
 - **velnes centar** - hotel najviše kategorije (pet zvezdica) sa mini-akvaparkom, terenima za tenis, terenima za odbojku, mini žičarom;
 - **zonama restriktivne izgradnje (polja i utrine) sa objektima klubskog tipa** - objekti u funkciji raznovrsnih turističkih usluga, niske spratnost, sa specifičnim ponudama tipa tenis klub, gastronomski klub, etno klub, golf klub, fitness klub i sl. Objekti se

mogu postavljati na velikim kompleksima na najvišoj koti uz šumsko zemljište sa obe strane utrina i poljana;

- **skijaški centar** sa skijaškim hotelima, stazama za rekreativce, decu, borderskom stazom za ekstrim sportove, langlauf stazom, naznačenim skijaškim putevima, kao i obeleženom stazom za motorne sanke (prvom u Srbiji);
- **duhovni centar** na lokaciji u blizini Pravoslavne crkve. U neposrednoj blizini hrama treba formirati zonu sa anfiteatrom, pozornicom, etno restoranom i komplementarnim sadržajima. Prostor pozornice bi u zimskom periodu bio mesto za postavljanje montažnog klizališta;
- **multifunkcionalni centar** za visinske pripreme i organizaciju takmičenja sportista; sa više mogućih sadržaja: zoo klub, sport i rekreacija, kulturni sadržaji i sl.

2. **CELINA II** – SEKUNDARNI CENTAR (sa pretežno administrativnim – javnim sadržajima) i to:

- **Obrazovnom namenom** – osnovnom školom, novom zonom za sport (fiskulturna sala);
- **Zdravstvenom namenom** – dom zdravlja;
- **Komunalnom namenom:** pošta, autobuska stanica, vatrogasna stanica, šumarska služba, mesna zajednica, TS35kNJ, taksi stanica, turist biro, policija, javna garaža, benzinska pumpa, komunalna putna služba i dr.;
- **Turističkom apartmanskim, hotelskom i kamping namenom;**
- **Uslužnom namenom;** samoposluga;

3. **CELINA III**- **CELINA ZDRAVLJA** (sa pretežnim namenama u oblasti rekovalescentnih zdravstvenih i odmarališnih usluga dece i odraslih; kompleks sa hotelima sa razvijenom službom medicinskih usluga za rekovalescente, penzionere i to:

- turističkom apartmanskim namenom, odmarališta, klubska namena, vikend namena.

4. **CELINA IV** –PRETEŽNO VIKEND NAMENE (Golubac, Ljuti krš, Stražara);
5. **CELINA V** –PRETEŽNO VIKEND NAMENE (Beogradsko naselje);
6. **CELINA VI** – PRETEŽNO VIKEND NAMENE (Golubac, Ljuti krš, Stražara);
7. **CELINA VII** – PRETEŽNO VIKEND NAMENE (Golubac, Ljuti krš, Stražara);
8. **CELINA VIII** – PRETEŽNO VIKEND NAMENE (Golubac, Ljuti krš, Stražara);
9. **CELINA IX** – PRETEŽNO VIKEND NAMENE (Golubac, Ljuti krš, Stražara);
10. **CELINA X** – PRETEŽNO VIKEND NAMENE (Golubac, Ljuti krš, Stražara);
11. **CELINA XI** –ETNO NAMENE (Pitomine)

12. **CELINAXII** –
CELINAZABRANJENEIRESTRIKTIVNEGRADNJE(utrineipoljaneBelinarcis)

objekti u funkciji raznovrsnih turističkih usluga, niske spratnosti, sa specifičnim ponudama tipa: tenis klub, gastronomski klub, etno klub, golf klub, fitnes klub i sl. Objekti se mogu postavjati na velikim kompleksima na najvišoj koti uz šumsko zemljište sa obe strane utrina i poljana;

13. **CELINA XIII-** CENTAR PRETEŽNO SPORTSKE-SKIJAŠKE NAMENE (Borova strana, Crni vrh)

skijaški centar sa skijaškim hotelima, stazama za rekreativce, decu, borderskom stazom za ekstrim sportove, langlauf stazom, naznačenim skijaškim putevima kao i obeleženom stazom za motorne sanke;

PLAN DETALJNE REGULACIJE VIDIK

Opšti ciljevi Plana su:

- Omogućavanje ostvarivanja strateških postavki iz niza planskih i studijskih dokumenata, koji su utvrdili potrebu stvaranja uslova za realizaciju turističko- komercijalnih i sportsko-rekreativnih namena i sadržaja na širem području Divčibara;
- Stvaranje uslova za privlačenje investicija i omogućavanje lokalnoj samoupravi da uredi i infrastrukturno opremi građevinsko zemljište na atraktivnoj lokaciji, koja je u postojećem stanju neuređena i neopremljena;

- Planskim usmeravanjem realizacije pojedinih infrastrukturnih mreža i objekata stvoriće se uslovi da se okolni prostori nadovežu na planiranu infrastrukturu i da se "pokrene" realizacija projekata od šireg značaja (u domenu infrastrukturnog opremanja), koji su strateški definisani, ali nisu realizovani;
- Obezbeđivanje uslova za odgovarajuće korišćenje prirodnih potencijala, uz pravovremeno plansko usmeravanje razvoja, čime se sprečava pojava neformalnih naselja (neplanske gradnje);
- Stvaranje osnova za privlačenje i usmeravanje investicija, čime će se direktno uticati na razvoj turizma i usluga, a posredno na podsticanje poslovnog i privrednog razvoja šireg područja u opštini Kosjerić; i
- Usmeravanje i stimulisanje uređenja, korišćenja i razvoja slabije razvijenih delova Opštine čime se pozitivno utiče na trend ostvarivanja ravnomernog razvoja na području opštine Kosjerić.

Osnovna podela na urbanističke celine:

- celinu koja obuhvata javne namene, sadržaje i objekte; i
- celinu koja obuhvata zemljište koje je namenjeno sadržajima i objektima turističko - komercijalnog i sportsko-rekreativnog tipa (uz mogućnost mešovitih sadržaja u okviru turističko-komercijalnih kompleksa) i kućama za odmor ("vikendice").

CELINA 1- javne namene (orijentaciono oko 13,51 ha)

Površina javne namene jeste prostor određen planskim dokumentom za uređenje ili izgradnju objekata javne namene ili javnih površina (ulice, trgovi, javno zelenilo, park-šume, itd). Pod javnim objektima se podrazumevaju i svi infrastrukturni objekti i mreže koji se lociraju, grade i koriste prema zakonski definisanim pravilima i standardima. Javne površine u ovom Planu su u najvećoj meri namenjene infrastrukturnim objektima. Celina koja obuhvata javne namene podeljena je na zone sa karakterističnim sadržajima, a ukupni obuhvat ove celine je orijentaciono oko 13,51 ha.

Ovu celinu čine sledeće zone:

Zona namenjena izgradnji saobraćajnica

Ova zona obuhvata površine rezervisane za izgradnju osnovne servisne saobraćajnice i drugih pomoćnih (zbirnih) saobraćajnica. Ulice su u grafičkim priložima prikazane sa svim planersko - inženjerskim karakteristikama i sa svim saobraćajno - tehničkim parametrima i elementima, u skladu sa planiranom dispozicijom i poštovanjem dozvoljenih zakonski definisanih parametara, kao što su nagibi terena, širina saobraćajnice, ulazno - izlazne krivine, itd. Planirana dispozicija omogućava ostvarivanje pristupa saobraćajnoj mreži svim delovima zemljišta koji su predviđeni za izgradnju objekata i korišćenje za namene za koje

je potrebno ili neophodno obezbediti saobraćajni pristup. Zonom su obuhvaćene i postojeće saobraćajnice, odnosno njihovi delovi koji se nalaze u Planu. Postojeće saobraćajnice u obuhvatu Plana zauzimaju oko 1,72 ha, a planirane oko 5,98 ha, tako da cela zona zauzima oko 7,70 ha. Pod obuhvatom saobraćajnica tretiran je celokupni prostor koji je potrebno obezbediti za izgradnju i korišćenje planiranih saobraćajnica, uzevši u obzir sve karakteristike terena i tehničke normative za saobraćajna rešenja.

Zona namenjena izgradnji komunalnih infrastrukturnih objekata

Ova zona obuhvata pozicije infrastrukturnih objekata koje je neophodno locirati u cilju omogućavanja kvalitetnog funkcionisanja namena na planskom području, a koji se ne mogu locirati u pojasu regulacije saobraćajnica. Zona obuhvata više različitih delova zemljišta, odnosno nije jedinstvena fizička celina. Pod ovom kategorijom je prostor namenjen lociranju rezervoara za vodosnabdevanje, postrojenja za prečišćavanje otpadnih voda, trafo - stanica i uređaja za elektronske komunikacije, itd. Karakteristika ove zone je maksimalno zadržavanje postojećih delova pod šumama, odnosno planiranje pozicije objekata javne komunalne infrastrukture tako da budu okruženi zelenilom. Ova zona zauzima oko 1,16 ha od čega lokacija planirana za smeštaj rezervoara za vodosnabdevanje oko 0,73 ha i prostor za lociranje postrojenja za prečišćavanje otpadnih voda oko 0,33 ha, dok će se za razmeštaj objekata elektroenergetske i telekomunikacione infrastrukture rezervirati oko 0,1 ha.

Zona namenjena šumama i uređenom zelenilu

Zona obuhvata sav prostor u okviru javnih namena, na kojem se zadržavaju postojeće šume ili delovi šuma, kao i prostor koji se dodatno uređuje. Planskim rešenjima će se favorizovati formiranje park-šuma, odnosno šumskih površina koje će nastati zadržavanjem postojećeg drveća na delovima zemljišta, koji nisu predviđeni za lociranje novih objekata i sadržaja. Ova zona obuhvata orijentaciono oko 4,65 ha, pri čemu u ovu veličinu nisu uračunate zelene površine van obuhvata javnih namena (odnosno zelene površine koje će prema urbanističkim parametrima biti zastupljene u okviru mešovitih turističkih kompleksa). Od 4,65 ha, šumsko zemljište koje ne pripada građevinskom zemljištu obuhvata 4,15 ha, a delovi uređenog zelenila u okviru građevinskog zemljišta oko 0,5 ha.

CELINA 2 - turističko - komercijalni, sportsko - rekreativni sadržaji i objekti i kuće za odmor (orijentaciono oko 14,84 ha)

Ova celina obuhvata navedene sadržaje i namene, a prema urbanističkim pokazateljima i ostalim karakteristikama se deli na sledeće zone:

Zona mešovitih turističko - komercijalnih sadržaja

Zonom su obuhvaćeni kompleksi koji sadrže mešovite namene. U okviru kompleksa je moguće locirati smeštajne turističke objekte kao što su: hoteli, apartmani, "vile" - kuće visokog turističkog standarda, etno kuće, vajati itd. Pored smeštajnih kapaciteta planirani su svi prateći sadržaji i objekti: ugostiteljski, komercijalno - zabavni, poslovni, školsko - edukativni, kulturno - umetnički, sportsko - rekreativni itd. Ova zona obuhvata oko 7,6 ha.

Zona kuća za odmor

U ovoj zoni je planirana izgradnja pojedinačnih kuća za odmor. Ova zona nije jedinstvena fizička celina, već obuhvata više delova Plana koji su predviđeni za ovu namenu. Ova zona obuhvata orijentaciono oko 3,91 ha.

Zona sportsko - rekreativnih sadržaja i objekata

Zona obuhvata prostor namenjen sportsko - rekreativnim sadržajima i čine je dve fizičke celine. Deo prostora namenjen paraglajdingu sa obuhvatom oko 0,44 ha i deo prostora namenjen izgradnji sportskih terena i pratećih sadržaja sa obuhvatom oko 2,89 ha. Ukupna površina koju obuhvata ova zona je oko 3,33 ha.

Građevinsko zemljište obuhvata ukupno oko 24,2 ha odnosno oko 85,3%, dok šumsko zemljište obuhvata oko 4,16 ha, ili oko 14,7% od ukupne površine obuhvaćene Planom.

Procentualno izraženo Celina 1, odnosno javne namene, obuhvataju nešto manje od polovine celokupnog obuhvata Plana, odnosno oko 47,65%, a njen najveći deo čini zona namenjena izgradnji saobraćajnice. **Celina 2 obuhvata oko 52,35% planskog područja, dok je njen najznačajniji deo namenjen lociranju mešovitih turističkih kompleksa.**

PLAN GENERALNE REGULACIJE TOMETINO POLJE

Utvrđena Granica Koncepta Plana generalne regulacije se odnosi na površinu od 2180,1ha.

U okviru ove površine, kao I faza, započinjana i formiranja turističkog centra, njegovog infrastrukturnog pripremanja i opremanja, izdvojena je površina od 582,25 ha.

Kao II faza, proširivanja, povećanja kapaciteta i turističke ponude, koja bi predstavljala moguću dopunu planiranih sadržaja i kapaciteta turističkog centra, planirana je površina od 1597,75 ha , sa procentom izgrađenosti od 5%(79,9 ha).

Planirana izgradnja trebalo bi da upotpuni i poveže turističke sadržaje u neposrednoj blizini posmatranog područja (Divčibare) sa novim sadržajima u okviru obuhvata programa predeone celine Tometino Polje (hoteli, pansioni, apartmani, odmarališta, renta vile, sportsko rekreativni sadržaji i sl.).

Novi sadržaji bi bili u funkciji raznih vrsta turizma: skijališno – planinski; ruralni (seoski); izletnički; lovno – ribolovni; sportsko – rekreativni, tranzitni.

Projektovani kapaciteti programskog obuhvata su za manji turistički centar: za prvu fazu formiranja, aktiviranja i afirmacije turističkog centra maksimalni kapacitet jednovremenih korisnika je planiran do 3.000 posetilaca, dok je krajnji projektovani kapacitet obe faze realizacije za maksimalnih 6.000 jednovremenih korisnika. Kao uporedni i komplementarni standard su uzete Divčibare u neposrednoj blizini koji imaju delom izgrađenu i planiranu turističku ponudu za centar kapaciteta oko 15.000 jednovremenih korisnika.

Tometino Polje, Ljutica i Mršelji u obuhvatu Koncepta imaju prema popisu iz 2002. god. oko 870 stanovnika, u oko 220 domaćinstava, sa prosečnom gustinom naseljenosti od 26 stanovnika/km². Za prvu fazu realizacije turističkog centra proporcija domicilnog stanovništva i projektovanog broja korisnika je oko 1:5, što je u granici optimalnog. U tom odnosu broj zaposlenih u turističkom centru bi bio 450 što bi prevazišlo broj celokupnog aktivnog stanovništva ovog prostora, pa bi u tom slučaju bio od šireg značaja za celi prostor okruženja.

Pored planiranih turističkih sadržaja i postojećeg porodičnog stanovanja niske gustine izgrađenosti (ruralnog stanovanja) značajna je kategorija povremenog stanovanja, kako bi se zaokružile celine postojeće izgrađenosti i omogućilo racionalnije infrastrukturno opremanje prostora.

Postojeće i planirano stanovanje, u funkciju seoskog turizma i ostalih planiranih vidova turizma, treba upotpuniti pratećim sadržajima (ugostiteljski objekti, prodavnice suvenira, službe servisiranja i iznajmljivanja, itd.).

S obzirom na vrednost prostora i njegove specifičnosti unutar planskog područja moguće je formirati više prostornih celina, od kojih svaka mora imati pažljivo odabrane urbanističke parametre, namenu površina i objekata, rešeno pitanje parkiranja, optimalnu horizontalnu i vertikalnu regulaciju u prostoru i sl.

Ciljevi uređenja i izgradnje prostora

U skladu sa Strategijom razvoja turizma Srbije, Prostornim planom Opštine Požega, cilj organizacije i uređenja prostora jeste formiranje turističkog centra predeone celine Tometino polje na turističkoj mapi Srbije, prema potencijalima prirodnih i stvorenih vrednosti i dugoročnim potrebama ekonomskog i socijalnog razvoja.

Posebni ciljevi plana:

- planiranje i izgradnja javnih, kulturnih, zdravstvenih, komunalnih, rekreativnih i sportskih sadržaja kao i sadržaja turističkih usluga;
- planiranje i izgradnja saobraćajne infrastrukture, sa jasnom funkcionalnom segregacijom saobraćajne mreže;
- formiranje zelenih zaštitnih pojaseva duž koridora puteva i oko vodotokova;
- utvrđivanje visokih standarda za zaštitu životne sredine i to u oblasti toplifikacije, automobilskog saobraćaja, komunalne higijene i zaštite od buke kroz planske instrumente i mere za svaku pojedinačnu oblast;
- utvrđivanje planskih instrumenata i mera, pravila izgradnje i standarda, oblika i tipa arhitektonskog oblikovanja, za sanaciju bespravno i neplanski podignutih objekata, naročito vikend naselja;
- zaštita i očuvanje prirode, prirodnih sistema, predela i biodiverziteta i kvalitetnije uređenje po pitanju unapređenja autohtonih prirodnih celina i posebnih vrednosti prirode;
- obnova, zaštita i unapređenje šumskih površina saglasno ekološko-biološkoj osnovi;
- zaštita prostora i slivnih područja površinskih i podzemnih voda kao i planiranih akumulacija na nivou najvišeg ekološkog kvaliteta, kao i njihova integracija u postojeći pejzaž;
- zaštita i uređenje poljoprivrednog zemljišta prema savremenim principima održive poljoprivrede i usklađenog obima i načina korišćenja

poljoprivrednog zemljišta sa prirodnim uslovima i ograničenjima lokalne sredine;

- planska izgradnja isključivo u okvirima građevinskog reona u cilju sprečavanja prenamene poljoprivrednog i šumskog zemljišta;

Razvoj turizma treba da bude zasnovan na prirodnim predispozicijama područja predeone celine Tometino polje, vodeći brigu o očuvanju ekološke ravnoteže i kvalitetu prirodnog predela.

U okviru predloga iskorišćenja dela prostora predložene površine za ostale namene, razrađuju se i komercijalne funkcije, od kojih su kao najznačajniji izdvojeni turistički sadržaji:

- Hotelijerstvo;
- Pansioni (seoski turizam)
- Dečija odmarališta/ ekološka
- Rent-a-vile apartmanskog tipa
- Omladinski hoteli
- Etno parkovi
- Planinarski domovi

Kao bitan element turističke ponude, razrađuje se i segment sporta, sportskih objekata i objekata za rekreaciju.

Za sport i rekreaciju planirani su sledeći sadržaji:

- izgradnja sportskog centra (za sve vidove sportova);
- izgradnja otvorenih i zatvorenih bazena 25x12m sa pratećim sadržajima;
- teniskih igrališta;
- igrališta za decu i
- golf igralište sa 9, a kasnije 18 rupa;
- streljana za luk i strelu;
- izgradnja sportskih terena: tenis, košarka, odbojka na pesku, dečije igralište većih razmera slično zabavnom parku;
- posebno se naglašavaju izvanredne mogućnosti vožnje bicikla (mont bucke) te je preporučljivo osnivanje kluba i organizacija takmičenja s obzirom na veoma pogodnu konfiguraciju terena sa nepreglednim livadama i gustim šumama naizmenično;
- paraglajding klub, pa je moguće izgraditi posebne objekte za potrebe škole i boravka domaćih i stranih takmičara;

- sportski aerodrom ili heliodrom čija bi izgradnja omogućila bolje povezivanje sa drugim turističkim destinacijama;
- sportovi na vodi: takmičenje u veslanju dvojac, trojac itd, rekreativna vožnja čamcima, skijanje na vodi, jedrenje i kupanje; rekreativni ribolov je izuzetno atraktivan sport sa trendom razvoja u svetu.
- planinarenje ne zahteva velika ulaganja a spada u sport koji je sa izrazitim trendom rasta u svetu. S obzirom da je šetnja i deo tretmana rehabilitacije potrebno je izgraditi nekoliko planinarskih domova i prihvatilišta rasutim po posmatranoj teritoriji i šire.
- Lovni turizam, u zimskoj i letljoj sezoni (lovište Mileševo)

Stacionarni objekti za smeštaj turista zainteresovanih za ove sportove na širem prostoru obuhvata trebalo bi da budu u sastavu planiranih sadržaja u planskom obuhvatu.

Skijališno-planinski turizam

U nastojanjima da se dođe do prihvatljivog standarda za potrebe planiranja skijališta u našim uslovima, a imajući u vidu konfiguracijske i klimatske faktore relevantne za trajanje snega kao baze skijališta, došlo se do sledećeg:

- minimalna nadmorska visina ispod koje nije savetno postavljati skijališta je 900 mnm (osim iznimnih klimatskih depresija);
- trajanje snega na severnim padinama, u funkciji nadmorske visine je:
 - o I od 900 mnm do 1250 mnm – 3 meseca snega
 - o II od 1250 mnm do 1600 mnm – 4 meseca snega
 - o III od 1600 mnm do 2000 mnm – 5 meseci snega

Ovo su tri karakteristične snežne zone ne samo po trajanju, već i po kvalitetu i dužini trajanja snega. Savremene tehnike tretiranja snega na stazama omogućuju približno jednak kvalitet snega na ski-stazama.

Da bi se odredio tačan položaj novoplaniranih skijaških staza, žičara i ostalih sadržaja koji su u tesnoj vezi da omoguće funkcionisanje zimskih sportova, **potrebno je uraditi projekat generalnog rešenja skijališta**, kojim bi se precizirali svi potrebni sadržaji, kapaciteti i parametri.

III OPIS TURISTIČKOG PROSTORA

NAZIV I OPIS TURISTIČKOG PROSTORA

POVRŠINA, OPIS I GRAFIČKI PRIKAZ GRANICA

IVKLJUČNI PREDUSLOVI ZA RAZVOJ TURIZMA NA TURISTIČKOM PROSTORU DIVČIBARE

ISTORIJAT RAZVOJA DIVČIBARA KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

Visoravan je dobila naziv Divčibare, ili “devojačke bare” kao sećanje na tragičnu smrt jedne mlade devojke. Prema narodnom predanju, mlada čobanica se nesrećnim slučajem udavila u nabujaloj Crnoj Kamenici.

Divčibare imaju dugu istoriju, koja datira još iz 1476. godine, kada se spominju u turskom popisu Smederevskog sandžaka. Značajan podatak za prezentovanje Divčibara i njihove turističke ponude je taj da je Knjaz Miloš Obrenović nakon Drugog srpskog ustanka od svog turskog pobratima Deli-age otkupio područje čitave visoravni, sa svim privremenim i trajnim objektima. Poznato je da je Knjaz Miloš često posećivao ovaj kraj, obilazio čobane i kontrolisao njihov rad. U blizini “Gospodarskih koliba” bio je izvor hladne planinske vode, koji je kasnije dobio naziv “Knjaz Miloševa česma”.

Još je 1925. godine u Valjevu osnovano društvo pod nazivom “Zdravstveno društvo Divčibare”. Činjenica da su u to vreme osnivači društva napravili prve “vile” (bačije od drveta), iako je put od Valjeva do Divčibara u to vreme trajao 12 – 16 sati, jasno govori o prepoznatom potencijalu ovog vrednog prostora. Povoljna iskustva “valjevske kolonije” na Divčibarama u vezi sa njihovim klimatskim dejstvom doprinela su da Divčibare postanu jedno od najpoznatijih turističkih mesta u Srbiji. Zbog svoje blagorodne klime i ubrzanog tadašnjeg razvoja, Ministarstvo trgovine i industrije Kraljevine Jugoslavije je u maju 1932. godine proglasilo Divčibare klimatsko – turističkim mestom. Pred Drugi svetski rat, na Divčibarama je bilo 1.116 ležajeva u odmaralištima i privatnom smeštaju.

KLJUČNE TURISTIČKE ATRAKCIJE

Turističke atrakcije predstavljaju ključni razlog svakog turističkog putovanja, te su stoga stožer razvoja i planiranja turističkog prostora. Turističke atrakcije predstavljaju prostornu kategoriju, jer su vezane za odgovarajući prostor i presudno utiču na kvalitet prostora i njegovu ekonomsku valorizaciju kroz turistički promet. Upravo zbog toga je klasifikacija turističkih atrakcija od izuzetne važnosti i za njihovu internu identifikaciju, evidenciju, sistematizaciju, valorizaciju, racionalno korišćenje i delotvornu zaštitu.

Turističke atrakcije predstavljaju resurs na kojima je utemeljena turistička ponuda i od kojih presudno zavisi razvoj turizma uopšte. Suština turističkih atrakcija je određena potrebama, motivima i aktivnostima turista. Sve turističke atrakcije su vezane za određeni prostor, bez obzira na to da li predstavljaju deo samog prostora, ili je njihova pojavnost strogo prostorno određena.

Turističke atrakcije se mogu klasifikovati na različite načine, ali je najrazumljivija ponuda na prirodne i stvorene (kulturne, društvene, veštačke) resurse.

Procenjivanje resursno – atrakcijske osnove predstavlja deo standardne procedure turističkog planiranja, a realizuje se u cilju uočavanja komparativnih prednosti jedne u odnosu na druge destinacije i njenog konkurentskog pozicioniranja. Nakon identifikacije i inventarisanja atrakcija, proučava se njihov razvojni potencijal i mere odgovarajuće zaštite. Atrakcije se grupišu na formalan način, u dve kategorije – prirodne i stvorene. Kulturne atrakcije obuhvataju građevine, način života, tematske parkove, gastronomiju i umetnička dela. Pod prirodom se podrazumevaju spomenici prirode, pejzaži, vegetacija, klima, zaštićeni delovi prirode i parkovi.






Imajući navedeno u vidu, ključne turističke atrakcije Turističkog prostora "Divčibare" urađena je analiza atraktivnosti prirodnih vrednosti i kulturnih dobara, koje su predstavljene u tabelama koje slede.

Evaluacija prirodnih atrakcija:

POSTOJEĆA ATRAKCIJSKA OSNOVA

PRIRODNE VREDNOSTI	ZNAČAJ / NIVO			TRŽIŠNI POTENCIJAL V = visok S = srednji N = nizak
	Lokalni / Regionalni	Nacionalni	Internacionalni	
Naziv				
Specifična mikroklima /vazдушna banja		☀️		V
Prirodni pejzaži		☀️		V
ZAŠTIĆENO PRIRODNO DOBRO				
Zaštićeni prirodni rezervat " Zobalac"		☀️		V
Zaštićeni prirodni rezervat " Crna Reka"		☀️		V
Zaštićeni prirodni rezervat " Čelački potok"		☀️		V
Zaštićeni prirodni rezervat " Velika Pleć - Vražiji Vir"		☀️		V
Spomenik prirode - vodopad " Vražiji Vir"	☀️			S
EVIDENTIRANA PRIRODNA DOBRA				
Vodopad Skakalo		☀️		N
REKE I JEZERA				
Bukovska reka	☀️			N
Crna reka	☀️			N
Kozlica	☀️			N
Krčmarska reka	☀️			N
Manastirica	☀️			S
Paklešnica	☀️			N
Rosićka reka	☀️			N
Ražanska reka	☀️			N
Kamenica (Bela i Crna)		☀️		V
Čelački potok	☀️			N
LOVIŠTA I RIBNJACI				
Lovište "Mileševo"		☀️		S

Evaluacija stvorenih atrakcija:

KULTURNE VREDNOSTI	ZNAČAJ / NIVO			TRŽIŠNI POTENCIJAL V = visok S = srednji N = nizak
	Lokalni / Regionalni	Nacionalni	Internacionalni	
Naziv				
KULTURNA DOBRA				
Kuća Radojević Sava				S
Domaćinstvo Stojanović Ljubisava				S
Domaćinstvo Obradović Milisava				S
CRKVA				
Crkva Sv. Pantelejmona sa kulturnim centrom				V
ARHEOLOŠKA NALAZIŠTA				
Lokalitet Umka				N
Spomenici Krajputaši				N
DOGADAJI I FESTIVALI				
Beli Narcis - Divčibare				V
Dani gljiva				S
Čobanski dani				S
Dečiji festival sporta i rekreacije - Dvčibare				S
KULTURNE VREDNOSTI U OKRUŽENJU				
Memorijalni kompleks vojvode Ž. Mišića (Struganik)				V
Konak Kneza Miloša, Gornja Dobrinja, Požega				V
Moderna galerija Valjevo				S
Internacionalni umetnički studio "Radovan Mića Trnavac"				N
Brankovina				V

RESURSI BITNI ZA FORMIRANJE TURISTIČKOG PROIZVODA

Turistička vrednost prostora je uslovljena brojnim faktorima, od kojih su najznačajniji:

- turistička tradicija;
- povoljan geografski položaj,
- pejzažna i morfološka raznovrsnost,
- raznovrsno kulturno i etničko nasleđe,
- kombinacija više vrsta turističke ponude,
- bogat i raznovrstan sadržaj turističkog boravka
- maksimalna infrastrukturna opremljenost,
- visok stepen organizovanosti prijema i tretmana turista,
- mogućnost celogodišnjeg turističkog prometa,
- diversifikovana struktura smeštajnih kapaciteta.

Resursi od važnosti za formiranje ključnih turističkih proizvoda Turističkog prostora "Divčibare" su sledeći:

- Prirodni resursi;
- Stvoreni resursi;
- Saobraćaj i komunikacije;
- Socijalno – ekonomske karakteristike šireg područja.

Prirodni resursi

Hidrografske vrednosti

Područje Divčibara obiluje izvorima rečica i potoka koji pripadaju slivovima Kolubare i Zapadne Morave. To su Bukovska reka, Crna reka, Kozlica, Krčmarska reka, Manastirica i Plaklenica, Bela i Crna Kamenica. Posebno je interesantna reka Manastirica, koja izvire pod Kraljevim stolom (1103 m). U svom gornjem toku, ova brza planinska rečica između visova Velikog brda i Orlovica pravi vodopad visok oko 20 m, koji meštani zovu Skakalo. Na nekoliko mesta ispod istočne strane visa Golupca izvire Crna Kamenica.

Bukovska reka izvire ispod vrha Golupca. U svom toku prima Crnu reku i nastavlja tok do ušća u Kozlicu. Sa Kozlicom i rekam Klokočevac dalje čini reku Suvaju.

Crna Kamenica je duga 12,5 kilometara i formira se na Divčibarskoj visoravni od više izvora ispod istočne strane Golupca (1044 m). Jedan od izvorišnih krakova je izvor Zujan, koji se nalazi na delu Divčibara zvanom Beogradsko naselje. Od ovog izvora nastaje potok koji zajedno sa još nekoliko manjih čini Crnu Kamenicu. Najveća pritoka Crne Kamenice je Čalački potok. Na Crnoj Kamenici se izdvaja više interesantnih delova, klisura i suženja. To su Vražji vir, Studeno vrelo, Kutlina ili Skakalo i Buk. Vražji vir je jedan od najinteresantnijih delova Crne Kamenice koji se nalazi između Velike Pleći i Jelja. Na ovom delu se nalaze izuzetno lepi slapovi i kaskade visine 1-2 metara, gde se sa ogromnih stena voda preliva i bučno stropoštava gradeći manje bazene i jezerca.

Bela Kamenica izvire ispod vrha Osečanska straža (975 m) pod Kraljevim stolom (1103 m) i prolazi između najvišeg vrha Maljena (Kraljevog stola) i Velikog Maljena (970 m). Pravac pružanja ove reke u najvećem delu njenog toka je sever – jug. Dužina Bele Kamenice je 10 km.

Kamenica je pritoka Zapadne Morave, koja preko Velike Morave i Dunava pripada Crnomorskom slivu. Kamenica nastaje spajanjem Crne i Bele Kamenice, čija se izvorišta nalaze na planini Maljen. Reka teče od severozapada ka jugoistoku, i od sastava do ušća je duga 34 kilometara.

Manastirica je posebno interesantna, jer u svom gornjem toku, kao brza planinska rečica između visova Velikog brda i Orlovca pravi izuzetno lep vodopad visine od oko 20 metara, koji se lokalno naziva "Skakalo". Izvire pod najvišim vrhom planine Maljen, Kraljevim stolom (1103 m).

Crna reka nastaje od više potoka koji izviru sa severne strane Divčibara. Vode Crne reke teku preko stena koje su skoro crne boje i kroz tamnu šumu, pa sa pravom nosi svoje ime. Posebno su interesantni vodopadi, visine od 5 do 10 metara. Uliva se u Bukovsku reku.

Klima

Divčibare imaju blagu i prijatnu klimu. Zbog svog dobrog geografskog položaja, do Divčibara dopiru vazdušne mase iz Mediterana i susreću se sa vazдушnim masama Karpata i Panonske nizije, čime se objašnjava prisustvo joda u vazduhu.

Klima se na Divčibarama ispituje još od 1929. godine, kada je postavljena meteorološka stanica. Klima ovog područja je umereno – kontinentalna, sa četiri

jasno izražena godišnja doba. Srednja godišnja temperatura se kreće u rasponu od 7,2° C do 10,5° C. Najtopliji je mesec juli, a najhladniji je januar.

Na području Divčibara snežni pokrivač se zadržava u periodu od 3 do 4 meseca.

U proseku je 239 dana bez vetra, 280 dana bez kiše, sa 1.959 prosečnih sunčanih časova. U letnjem periodu, prosečna temperatura je oko 22° C. Srednja godišnja temperatura je 18 stepeni, sa toplijom jeseni od proleća. Septembar je najsuvlji mesec, sa prosekom od samo 5,4 dana sa padavinama.

Na osnovu dužeg perioda posmatranja klime od strane Balneoklimatološkog instituta iz Beograda, Divčibare su 1963. godine, proglašene klimatskim lečilištem. Klima Divčibara pogoduje lečenju: oboljenja sa neurovegetativnim poremećajima, horničnog bronhitisa, bronhijalne astme, anemije, stanje rekovalescencije, stanja nakon akutnih infektivnih bolesti, pneumonija i dr.

Vegetacioni period na ovom području traje od 220 do 260 dana. Srednja godišnja visina padavina je između 788 i 985 mm. Najviše padavina je u periodu od aprila do juna, a najmanje u periodu od oktobra do februara. Prosečni prvi dan sa snežnim pokrivačem je 6. decembar, a poslednji je 21. mart. Trajanje snežnog pokrivača je između 80 i 120 dana u nižim predelima, a 160 – 200 dana u višim. Zaravnjene planinske padine omogućavaju idealne prirodne uslove za sve oblike početnih i rekreativnih oblika skijanja i sankanja.

Preovlađuju severni i jugoistočni vetrovi. Vetrovi su umerene jačine, posebno u periodu između aprila i oktobra. Relativna vlažnost vazduha, mala vetrovitost i visoka osunčanost predstavljaju stimulatívni klimatski ambijent za odmor i rekreaciju.

Geomorfološke vrednosti

“Valjevske planine” obuhvataju izduženi pojas brdsko – planinskog terena koji predstavlja prirodnu granicu prostiranja područja severozapada Srbije prema jugu. U sklopu Valjevskih planina, jedna od celina je i planina Maljen, na kojoj se nalazi visoravan Divčibare.

Planina Maljen, kao i ostale Valjevske planine u geomorfološkom i orografskom pogledu karakteriše srednja visina, čija je dominantna planinska masa između 900 i 1100 metara nadmorske visine. Maljen je ograničen nizom odseka i strmijih strana, naročito na severnoj strani. Iznad tih odseka su stepeničasto poredane šire zaravni na visini od 700 do 1100 metara.

Maljen je planina koja se nalazi južno od Valjeva. Pruža se pravcem zapad – istok, sa izraženim grebenom – bilom u dužini od 25 kilometara.

Biljni i životinjski svet

Biljni i životinjski svet ovog kraja je tipičan za brdsko-planinska područja od 300-1000 m nadmorske visine. Ovo područje se odlikuje velikim bogatstvom i raznovrsnošću flore i faune, što je u skladu sa disekcijom reljefa, osobinama klime i vodnim bogatstvom. Prostrane šume, pašnjaci sa bogatim lovnim fondom predstavljaju značajan element turističke privlačnosti ovog prostora. Znatni delovi prirode ovog područja očuvani su u svom izvornom stanju, što čini značajnu turističku vrednost i ovom prostoru daje posebno biogeografsko obeležje.

Glavne vrste listopadnog drveća u šumama su bukva, hrast (cer, granica, lužnjak), grab, jasen, javor, lipa, brest, breza, topola, jasika, jova, vrba, bagrem i druge džbunaste vrste su brojne: leska, zova, dren, pasdren, glog, žešlja, trnjina, šipurak, orlovi nokti, pavit i drugo žbunje. U šumama, pored puteva, u vrzinama i međama nalaze se brojne voćkarice: divlja višnja, dud, oskoruša i druge vrste.

Pored šumske, veoma je zastupljena travna vegetacija. Lekovito bilje predstavlja posebno bogatstvo ovog kraja. Od lekovitih biljaka rastu: angelika, beli slez, bokvica, bosiljak, bršljan, vilina kosa, vlasuša, vodopija, gavez, gavranov luk, gorocvet, grčica, dan i noć, divlja vrbena, dinjica, dobričica, đurđevak, zanovet, zvezdan, zvončić, zova, ivanjsko cveće, imela, jagorčevina, kandilica, kantarion, kaćun, kičica, kleka, kopriva, kukurek, kukuta, ladolež, lincura, loboda, ljubičica, majčina dušica, maslačak, matičnjak, medunika, kopriva, nana, neven, papar, polen, perunika, ruzmarin, svatovak, hajdučka trava, crni slez, čuvarkuća i mnoge druge.

Ratarske biljke koje se gaje na ovom području su: pšenica, raž, ječam, ovas, (zob) kukuruz. Povrtnarske biljke: krompir, pasulj, boranija, crni luk, beli luk, vlašac, praziluk, paprika, paradajz, kupus, mrkva, spanać, repa, bundeva, krastavac, zelena salata, lubenice, dinje i druge. Ovaj kraj je bogat i raznim vrstama i sortama voća: šljivama, jabukama, kruškama, dunjama, orasima, trešnjama, višnjama, mušmulama, kajsijama, breskvama i drugim.

Na celom području Valjevskih planina u šumama, šumarcima, šikarama, klisurama, dolinama, pašnjacima i njivama životinjski svet je vrlo brojan. U divlje životinje, koje ovde imaju stanište spadaju: divlji zec, tvor, veverica, jazavac, kuna, vidra, jež i druge. Na ovim prostorima od krupne divljači mogu se naći srna i divlja svinja, lisica, dok se vuk ređe javlja. Ovde boravi i veliki broj raznih vrsta ptica. Pernate grabljivice su: orao, kobac, jastreb, sova, čavka, vrana, svraka, gavran i kukavica. Pevačice i ostale ptice su: slavuj, ševa, detlić, zeba, senica, vrabac, lasta, kos, čvorak, pupavac, prepelica, kreja, jarebica, grlica, žunja, golub, fazan i druge.

Pored toga što je ovo područje prirodno stanište mnogih životinja, stanje životinjskog sveta, posebno onog značajnog za razvoj lovnog turizma, nije zadovoljavajuće. I pored pogodnih prirodnih uslova mnoge vrste svedene su na minimalan broj. Celo područje valjevskih planina koristi se u okviru preduzeća "Srbija-šume".

Lovačke organizacije nisu dovoljno zainteresovane za razvoj lovnog turizma i najveći deo divljači iz fonda lovišta služi za potrebe samih lovaca-članova društava. Shodno tome i mali broj divljači stavlja se u promet. Preovlađuje odstrel niske divljači i to prvenstveno vrsta koje su proglašene za štetočine. Divljač ovde ima "mirna staništa", koja joj omogućavaju široki radijus kretanja.

Zaštićena prirodna dobra

<p>Strogi rezervat prirode „Crna reka“</p>	<p>Ovaj zaštićeni prirodni rezervat nalazi se na Divčibarama, Opština Valjevo, u izvorištu istoimene reke, koji je zaštićen od 1968. godine. Obuhvata površinu od 60,16 ha i pored florističkih vrednosti (mešovite sastojine belog i crnog bora, breze, bukve, jele i hrasta kitnjaka) obuhvata i atraktivne oblike reljefa</p>
<p>Strogi prirodni rezervat „Velika Pleć - Vražji vir“</p>	<p>Strogi prirodni rezervat "Velika Pleć-Vražji Vir" nalazi se na području šumskog gazdinstva Užice, šumske sekcije Kosjerić, Gospodarske jedinice Maljen-Ridovi, odeljenje 16 KO Tometino Polje, na delu kp.br.261. Površina rezervata je 28,64 ha. Zaštićena površina ima karakter strogog prirodnog rezervata. Nalazi se u gornjem delu toka reke Crne Kamenice, u jugoistočnom delu masiva Maljena. Obuhvata glavni izvorišni deo Crne Kamenice sa njenim gornjim pritokama. U klisurastom koritu ove reke nalazi se manji vodopad, poznat pod imenom "Vražji Vir", koji ima karakter spomenika.</p>
<p>Strogi prirodni rezervat "Čalački potok"</p>	<p>Zaštićeni rezervat nalazi se na području opštine Požega, šumskog gazdinstva Užice, šumske sekcije Kosjerić, gospodarske jedinice Maljen-Ridovi, odeljenje 15., KO Tometino Polje, na delu kp.br.22. Površina rezervata je 2,57 ha. Zaštićena površina ima karakter strogog prirodnog rezervata.</p>

Stvoreni resursi

Etnografske vrednosti

Etnografske vrednosti doprinose kvalitetnijem turističkom sadržaju. One zajedno sa ostalim turističkim vrednostima čine jednu celinu. Turistima se etnografske vrednosti prezentuju u samoj destinaciji na festivalima, manifestacijama, izložbama, u ugostiteljskim objektima, kroz narodno stvaralaštvo i suvenire. Zbog svoje atraktivnosti i posebnosti predstavljaju čest motiv za dolazak i boravak turista u destinaciji.

U etnografske vrednosti se mogu svrstati folklor, narodne nošnje, tradicionalne svetkovine i narodne proslave, običaji, gastronomija, gostoljubivost, kao i drugi elementi života jedne regije. Sve ove vrednosti neophodno je negovati i sačuvati od zaborava, jer upravo one predstavljaju jedinstvenost i posebnost jedne regije i čine njenu prednost. Svaka različitost, odnosno posebnost neke turističke destinacije može predstavljati snažan pokretač za privlačenje turista. Iz ovih razloga je od izuzetne važnosti negovanje kulture, tradicije i lokalnog graditeljstva.

Divčibare imaju dugačku istoriju klimatskog mesta i korene u razvoju turizma koji datiraju iz vremena pre Drugog svetskog rata. Područje je poznato po tome što je prilagođeno boravku porodica, dece i omladine, kao i po tome što se na širem području organizuje veliki broj manifestacija i događaja zasnovanih na tradicionalnim vrednostima i običajima ("Beli narcis", Tešnjarske večeri, Mišićevi dani, Kosidba na Rajcu, itd.).Postoje brojne inicijative da se gastronomska ponuda ovog kraja sačuva i na najbolji način prezentuje široj javnosti.

Zaštićena kulturna dobra

Na teritoriji predloženog turističkog područja Divčibare nema zaštićenih kulturnih dobara. Međutim, u neposrednoj okolini ima dosta ostataka rimskih i srednjovekovnih naselja, crkava, utvrđenja i nekropola. Puno je spomenika iz vremena turske vladavine, kao i spomenika iz novije istorije, od vremena Prvog srpskog ustanka, Prvog i Drugog svetskog rata do danas.

Crkveno – kulturni centar za verski turizam

Jedini Crkveno – kulturni centar za verski turizam u Srbiji izgrađen je na Divčibarama uz crkvu Sv. Pantelejmona. Uz čuvene manastire Lelić, Čelije i Pustinju, valjevski kraj je znamenit i po prvom i jedinom u Srbiji, Crkveno – kulturnom centru na Divčibarama.

U periodu od 1996. do 2001. godine, izgrađen je hram Svetog Pantelejmona, što je obeležilo prvu fazu izgradnje Crkveno – kulturnog centra. U drugoj fazi, izgrađen je konak od 1.500 kvadratnih metara za 50 osoba i salom kapaciteta 200 učesnika, sa modernom kuhinjom. U okviru centra funkciniše i info – centar i kancelarija za verski turizam, kao i prodavnica u kojoj je moguće kupiti veliki broj ikona, manastirskih vina, kandila, sveća, meda iz manastira Tvrdoš, itd.

Divčibare su prva planinska banja u kojoj je izgrađen pravoslavni hram.

Događaji i manifestacije

Manifestacije na području Divčibara mogu da budu značajan potencijal za razvoj komplementarne turističke ponude, a u kombinaciji sa ruralnim turizmom mogu preuzeti i ulogu osnovnog dolaska turista u pojedina sela, odnosno mogu predstavljati i komplementarni motiv za upotpunjenje turističke ponude sela.

Tradicionalno, svake godine se održavaju različite manifestacije. Većina manifestacija uključuje prezentovanje umetnosti, kulinarstva, muzike, folklor a i stila života ovog kraja. Privlače značajan broj turista iz šire gravitacione zone i iz cele Srbije, sa tendencijom omasovljavanja.

Posećenost ovakvih turističkih događaja zavisi od vrste događaja, ranga učesnika, vremena i mesta održavanja, slikovitosti ambijenta, organizovanosti i blagovremenog obaveštavanja posetilaca, organizovanosti prevoza i ponudi smeštaja.

“Beli narcis” je manifestacija koja se održava na Divčibarama svake godine u maju, kada je period cvetanja narcisa, najlepšeg cveta livada na Maljenu. Tokom tri dana, posetioци mogu da prate bogat kulturno – istorijski program, a na završnoj priredbi da prisustvuju izboru lepoticе “Beli narcis”.

Dečiji festival sporta i rekreacija na Divčibarama se održava svake godine u februaru. Program festivala je prilagođen dečijem uzrastu, a deca se takmiče u sankanju, skijanju, igrama na snegu, orijentacionom kretanju, pravljenju figura od snega, kreiranju zabavnog programa, itd.

“Dani gljiva” je manifestacija koja se održava svake godine početkom oktobra (prvog vikenda u oktobru) u organizaciji Gljivarskog društva iz Valjeva. U okviru

ovog događaja organizuju se predavanja o gljivama, kao i prikazivanje i degustacija različitih vrsta jestivih gljiva.

“Dani seoskog turizma” su manifestacija koja se održava u kosjerićkom selu Skakavci, na kojoj se predstavlja turistička ponuda u ruralnom turizmu.


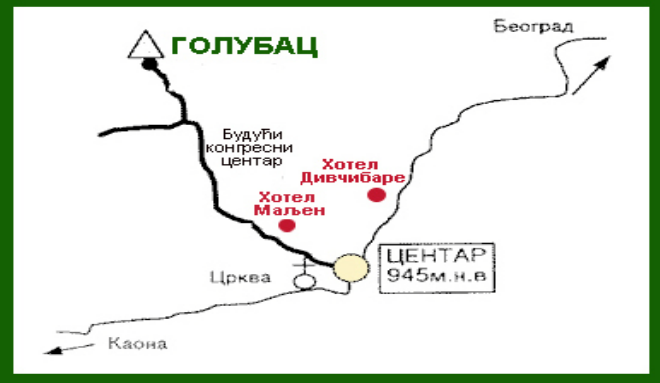

“Čobanski dani” je turističko – kulturna manifestacija koja se održava u opštini Kosjerić sa tradicijom od 30 godina, a ima za cilj očuvanje kulturne baštine i promociju seoskog turizma, koji je posebno razvijen na području Maljena, ispod Divčibara.

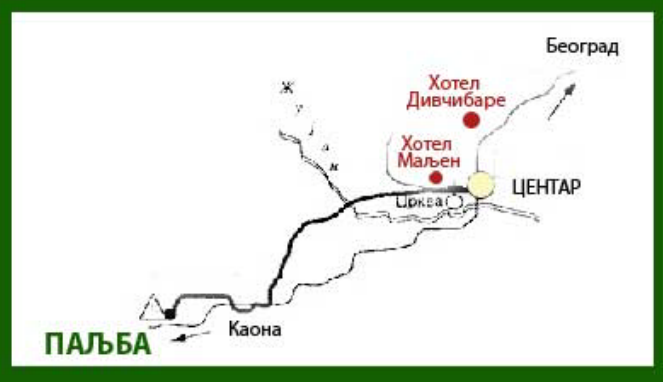

TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

U skladu sa Zakonom o turizmu RS Turističku infrastrukturu čine objekti za informisanje, predah, snabdevanje, rekreaciju, edukaciju i zabavu turista, i to: skijališta, kupališta i plaže, tematski i zabavni parkovi, turistički informativni centri, centri za prihvatanje turista i posetilaca, odmorišta pored puteva, objekti nautičkog turizma, tereni za golf, tenis tereni, otvoreni i zatvoreni objekti sportske rekreacije, male veštačke akumulacije sa kupalištem, bazeni za kupanje, velnes objekti, zabavno rekreativne staze i putevi (trim staze, staze zdravlja, vidikovci, panoramski putevi, biciklističke staze, pešačke staze, staze za motorne sanke i slično), uređene obale reka i jezera, objekti za posmatranje prirodnih retkosti, objekti za predah i kraće zadržavanje turista, objekti za avanturističke aktivnosti i drugo (Zakon o turizmu, 2009.)

Pregled turističke infrastrukture na turističkom prostoru Divčibare dat je u sledećoj tabeli:

Turistički info centri	Divčibare	TIC Divčibare, nalazi se u centru naselja. Kontakt: 014 227 252
Ski staze	Crni Vrh	Nalazi se u neposrednoj blizini odmarališta „Crni vrh“. Proteže se na severnim obroncima Crnog vrha u dužini od oko 600m. Visinska razlika između vrha i podnožja staze iznosi oko 100m. Na stazi postoji ski lift vučnica (vučna sajla sa tanjirom koji se stavlja između nogu). Kapacitet lifta je 700 skijaša na sat. Nagib staze odgovara srednjem kvalitetu skijaša. Staza je osvetljena I postoji mogućnost noćnog skijanja..
	Nova staza	Nalazi na severnoj strani Crnog vrha, pripada

		<p>Javnom preduzeću „Skijališta Srbije“ I puštena je u rad u januaru 2008. godine. Staza je dužine 850m, na njoj se nalazi dvosedna žičara kapaciteta 1.200 skijaša na sat. Staza odgovara veštijim skijašima. Nema osvetljenje.</p>
	<p>Staze za početnike</p>	<p>Posoje tri staze za početnike. Skiliftovi su kod odmarališta “Zmaj”, u blizini hotela “Maljen” I kod odmarališta “Stevan Filipović” sa padina vrha Golubac. Sva tri ski lifta postavljena su na blago nagnutom terenu, na livadama bez drveća i panjeva, idealno za decu i početnike u skijanju.</p>
<p>Pešačke staze</p>	<p>Divčibare (centar) – Crni Vrh (1093m) 35min</p>	
	<p>Divčibare (centar) – Golubac (1050m) 30min</p>	
	<p>Divčibare (centar) – Ljuti Krš</p>	

	Divčibare (centar) – Paljba (1051m) 40min	
	Divčibare (centar) – Velika Pleć (1036m) 40min	
Vidikovci	Crni Vrh	1096m
	Velika Pleć	1050m
	Paljba	1051m
	Ljuti Krš	962m
	Golubac	1056m
Sportski tereni	Tenis	2 terena sa betonskom podlogom – Divčibare
	Košarka	4 košarkaška igrališta – Divčibare
	Rukomet	1 rukometni teren – Divčibare
	Odbojka	3 terena za odbojku – Divčibare

INFRASTRUKTURA

Saobraćajna povezanost

Turistički prostor Divčibare nalazi se 100km jugo-zapadno od Beograda i povezan je regionalnim pitem R205 sa ostatom putne mreže u Srbiji.



Izvor: JP Putevi Srbije

Pregled putnih pravaca kojim je povezan, dat je u sledećoj tabeli:

Broj putnih pravaca	Putni pravac
I Magistralni	
M-4	Divci-Valjevo-Osečina
M-21	Novi Sad-Ruma-Šabac-Valjevo-Kosjerić-Požega
M-22	Beograd-Ljig-Gornji Milanovac
II Regionalni	
R-202	Divci – Mionica – Ljig - Belanovci
R-205	Divci-Mionica-Divčibare
R-205 a	Kaona - Divčibare
R-212	Gornji Milanovac-Takovo-Perišići-Pranjani-Kamenica-Gojna Gora-Dobrinja
R-259	Brajići-Brežđe-Rajković-Paune-Valjevo
R-259 a	Kadina Luka – S. Bukva

R-271 Lajkovac – Ljig – G. Milanovac

R-276 Divčibare-Tometino Polje-Ježevica-Čestobrodica

Izvor: JP Putevi Srbije

Izgradnjom planiranog autoputa Beograd-Južni Jadran ostvariće se kvalitetna vezaopštine Valjevo, prekoobilaznice Beograda, sa koridorom X.

Železničke stanice u Valjevu i Požegi su najbliže u odnosu na turističko područje Divčibare. Međutim, ozbiljnije računanje na ovaj vid povezanosti je moguće tek rekonstrukcijom i modernizacijom železničkog sistema u Srbiji

Aerodrom Nikola Tesla u Surčinu je najbliži aerodrom i nalazi se na udaljenosti od 120km. Aerodrom Divci je zapušten, tako da je zadržao sportsku, umesto planirane opšte namene. Prostornim planom Republike Srbije predviđena je dogradnja i modernizacija postojećeg aerodroma Divci u poslovno-turističke svrhe, za poljoprivrednu avijaciju i opremu/dopremu određenih vrsta tereta

Planom generalne regulacije Divčibare planirana je izgradnja aerodroma za ultra lake avione i heliodroma na mestu Skakalo.

Putna infrastruktura

Putna infrastruktura sastoji se od sistema lokalnih puteva i ulica. Kroz teritoriju turističkog područja prolazi delom magistralni put R205 Mionica – Kaona i utvrđena je kao ulica prvog reda.

Lokalna putna mreža će se proširiti dogradnjom pojedinih veznih deonica na postojeća 32 putna pravca, radi povezivanja zajednica naselja, naselja međusobno i saopštinskim centrom. Mreža nekategorisanih puteva u i van naselja proširivaće se u skladu sa razvojem pojedinih naselja i mogućnostima lokalne zajednice.

Povećanje kapaciteta i poboljšanje nivoa usluga putne mrežeostvariće se:

- 1) rehabilitacijom i/ili rekonstrukcijom i dogradnjom postojeće magistralne i regionalne putne mreže;
- 2) izgradnjom obilaznice Valjeva na magistralnim putevima M-4 i M-21;
- 3) dogradnjom mreže lokalnih puteva – izgradnjom poprečnih veza i rekonstrukcijom deonica postojećih lokalnih i nekategorisanih puteva; i rehabilitacijom, poboljšanjem i pojačanim održavanjem magistralnih, regionalnih i lokalnih puteva.

Unapređenje putne mreže planirano je Planom generalne regulacije Divčibare i ostalom planskom dokumentacijom.

Elektroenergetska infrastruktura

Sva domaćinstva i privreda su elektrificirani (100%). Na mrežu nisu priključeni samo objekti u fazi izgradnje, kao i napušteni i ruirani objekti čije je prisustvo zanemarivo. Problema u elektrosnadbevanju ima, kao posledica širenja potreba korisnika nasleđene mreže. Distribuciona mreža i trafostanice su građene u vremenu skromne primene elektro uređaja i priključnih mašina. U većini soskih naselja elektro mreža je u lošem stanju, sa malo betonskih cevastih stubova, sa malim naponom i provodnicima malog promera. Takođe snaga i udaljenost TS10/04 kV od najudaljenijih korisnika predstavlja ograničenje u pouzdanom funkcoinisanju.

Prostornim planom Opštine Valjevo planirana je rekonstrukcija postojećih i izgradnja novih objekata i distributivnih vodova 110 kV.

Na predmetnom prostoru predviđeni su sledeći novi objekti 35 kV:

- DV 35 kV od TS 35/10 kV "Ražana" – Divčibare (do izgradnje nove TS 35/10 kV) radiće kao 10 kV;
- DV 35 kV od TS 35/10 kV "Osečenica" - Divčibare (umesto postojećeg DV 10 kV);
- TS 35/10 KV 2 x 4 MVA Divčibare;

Razvoj objekata i mreže 10 kV ostvariće se:

1. postavljanjem novih 10 kV DV na ruralnom području: od TS 35/10 kV "Osenica" za Divčibare;
2. izgradnjom novih TS 10/0,4 kV u naseljima: Divčibare (6), i Bačevci (2);
3. izgradnjom drugih elektroenergetskih objekata u započetim i iniciranim zonama/pojasevima izgradnje, zavisno od vrste korisnika i njihovih energetske potreba.

Prostornim planom Opštine Mionica od novih dalekovoda 35kV planiran je dalekovod od TS 35/10kV Osečenica do buduće TS 35/10kV na Divčibarama. Obzirom na trenutnu sigurnost i pouzdanost napajanja turističkog naselja Divčibare, ovaj dalekovod (koji bi u prvoj fazi radio kao 10kV) se nameće kao apsolutni prioritet.

Planski koncept javne rasvete zasniva se na različitosti načina osvetljavanja objekta i to:

1. rasveta saobraćajnica u kategoriji primarne naseljske mreže - manji deo saobraćajnica ima primerenu javnu rasvetu. Planirana je rasveta ovih saobraćajnica, realizovaće se kroz izgradnju saobraćajnica.
2. rasveta saobraćajnica u kategoriji sekundarne mreže u naseljima

4. rasveta saobraćajnica u kategoriji blokofske mreže – planirana je kandelabrima;
5. rasveta kolsko-pešačkih saobraćajnica kroz slobodne prostore utrina i pašnjaka – planira se ambijentalnom rasvetom potpuno različitom od ostalih komunikacija;
6. rasveta Centra Divčibare i jezera – specifična urbana rasveta šetališta, jezera i objekata;
7. rasveta parkova – ambijentalna parkovska akcentovana rasveta;
8. rasveta skijališta - noćno skijanje.

Komunalna infrastruktura

Vodosnabdevanje

Koncepcija dugoročnog razvoja vodne infrastrukture je da se integralno korišćenje, uređenje i zaštita vodanog područja opštine Valjevo i šireg sliva Kolubare obezbedi sa dovoljnom regionalnom sistemom:

- 1) Regionalnim Kolubarskim sistemom za obezbeđenje vode najvišeg kvaliteta, zasnovan na vodnom naselja i onih industrija koje troše vodu kvalitetavode za piće, i
- 2) Kolubarskim rečnim sistemom za obezbeđenje vode za tehnološke potrebe i u vodnjanjanje, zaštitu kvalitetavodai uređenje vodnih režima (dalje: Kolubarski rečni sistem).

Regionalni Kolubarski sistem će najpre koristiti izvorišta podzemnih voda. Završetkom izgradnje akumulacije "Stuborovni" iz regionalnog sistema obezbeđivaće se samo nedostajuće količine vode, nakon optimalne eksploatacije lokalnih izvorišta.

Regionalnim Kolubarskim sistemom će se na području opštine Valjevo **fazno obuhvatiti**:

- 1) dolinska naselja, u blizini magistralnog cevovoda; i
- 2) seoska naselja u širem zaleđu glavnih dovoda ovog sistema; uzuslovda se obezbeđuju samo nedostajuće količine vode, nakon optimalne, ekološke i ekonomske eksploatacije lokalnih izvorišta.

Zbog nemogućnosti da se na platou **Divčibara** obezbede dovoljne količine kvalitetne vode za planirani razvoj turizma, predviđeno je da se turistički centar Divčibare poveže sa Regionalnim Kolubarskim sistemom. Rešenje je da se stabilno i pouzdano snabdevaju vodom iz regionalnog sistema turistički centar Divčibare sa većim brojem sela u široj zoni trase dovoda vode na padinama Maljena, najjužnom delu područja Opštine. Voda će se zahvatati (prosečno 40 L/s, u

vrhovima potrošnje oko 60 L/s) iz rezervoara "Gajine" u selu Bujačić, odakle će sevišestepenim pumpanjem (šest pumpnih stanica smeštenih uz rezervoare za opskrbu usputnih naselja) prebacivati do rezervoara na Divčibarama.

Isticanje termalnih voda registrovano je ubušotini na lokaciji „Vašarište“ (0.3 l/s), a takođe postoje realne pretpostavke iznalaženja kvalitetnih termalnih voda u ataru Mionica, Skakavci i Ražana. Istraživanja su u intenzivirana kako bi se utvrdile validne mogućnosti, što se pokazalo tačnim na lokaciji u Skakavcima.

Kanalizaciona infrastruktura

Kanalizaciona infrastruktura predstavlja najveći problem turističkog centra Divčibare. Građena je tokom 60-tih godina prošlog veka i ne zadovoljava ni postojeće kapacitete, tako da ne može biti ni oslonac planiranog razvoja turizma. Izgrađeno postrojenje za preradu otpadne vode u dolini reke Bele Kamenice, nikada nije bilo u funkciji. Unapređenje stanja kanalizacione mreže definisano je Planom generalne regulacije Divčibare.

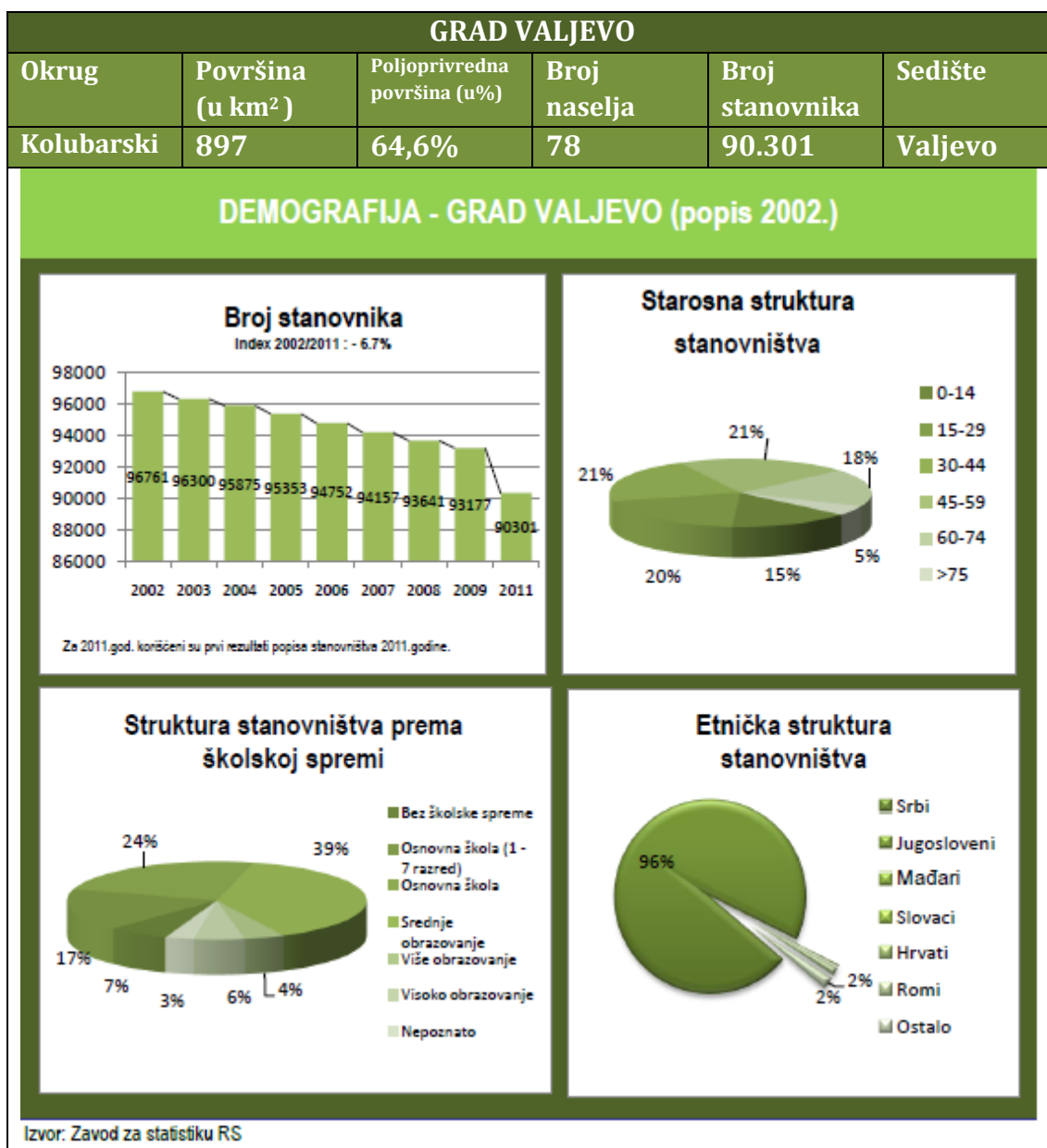
Telekomunikacije

Turistički prostor Divčibare pokriven je mrežom fiksne i mobilne telefonije. Prostornim planom Opštine Valjevo u tretiranom prostoru je predviđeno:

- izgradnja i dogradnja objekata fiksne telekomunikacione mreže novim lokalnim optičkim kablovima ukupne dužine 63,5 km: Dračić-Divčibare;
- izgradnja baznih stanica mreže MOBTEL (062, 063);
- revitalizovanje regionalnog RTV predajnika "Maljen";
- izgradnja predajnog centra za difuziju lokalnog radio i TV programa u Valjevu.

Unapređenje mreže planirano je Planom generalne regulacije Divčibare.

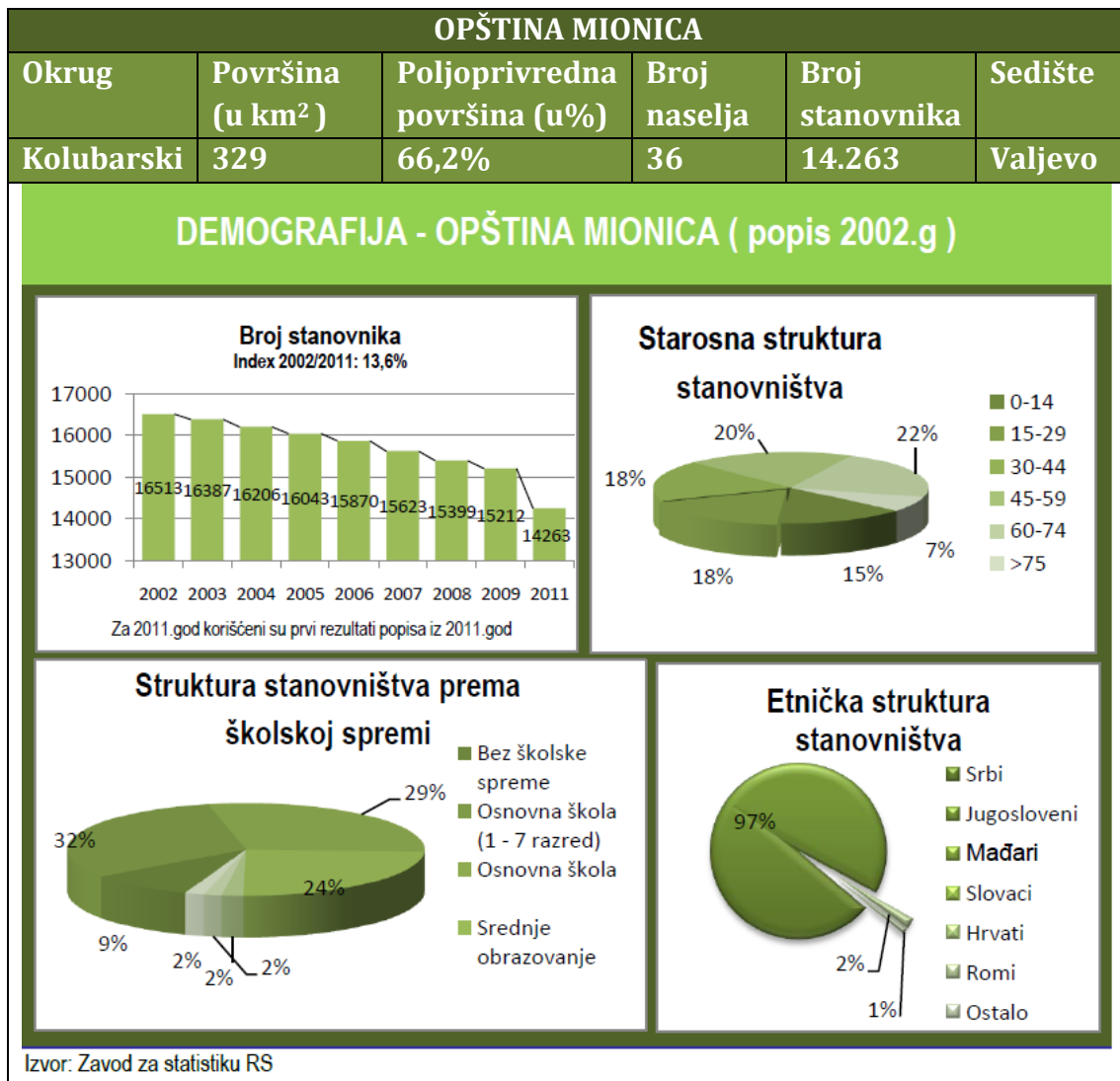
DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE



Demografske karakteristike za grad Valjevo su sledeće:

- Pad broja stanovnika u periodu od 2002. do 2011. godine iznosi 6,7% što je skoro u proseku Srbije (5%)
- U etničkoj strukturi preovlađuju Srbi (96%) , zatim Romi (1,36%) I ostatak su ostale nacionalnosti u zanemarljivim procentima
- Starosni profil stanovništva karakteriše ravnomerna struktura starosnih kategorija

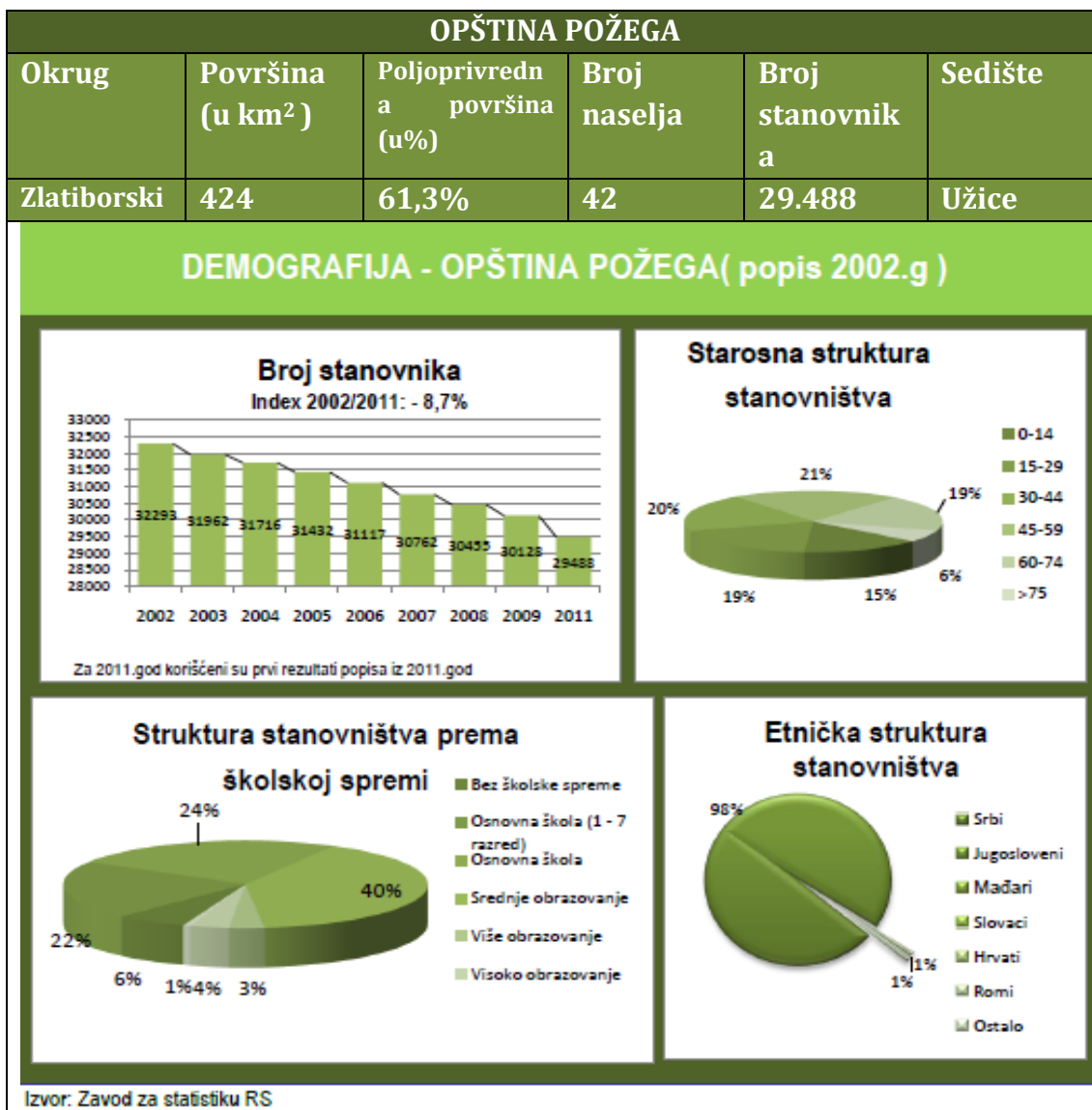
- Gustina naseljenosti stanovništva (100,6 stanovnika/km²) u odnosu na prosek centralne Srbije (96 stanovnika/km²) je veća;
- U obrazovnoj strukturi preovlađuje srednje obrazovano stanovništvo (39%). Neznatno povoljnija obrazovna struktura u odnosu na ostale opštine (10% više i visoko obrazovanog stanovništva);



Demografske karakteristike za opštinu Mionica su sledeće:

- Pad broja stanovnika u periodu od 2002. do 2011. godine iznosi 13,6% što je znatno iznad proseka Srbije (5%)
- U etničkoj strukturi preovlađuju Srbi (97%) , zatim Romi (2%) I ostatak su ostale nacionalnosti u zanemarljivim procentima
- Starosni profil stanovništva karakteriše ravnomerna struktura starosnih kategorija
- Gustina naseljenosti stanovništva (43.35 stanovnika/km²) je znatno ispod proseka centralne Srbije (96 stanovnika/km²)

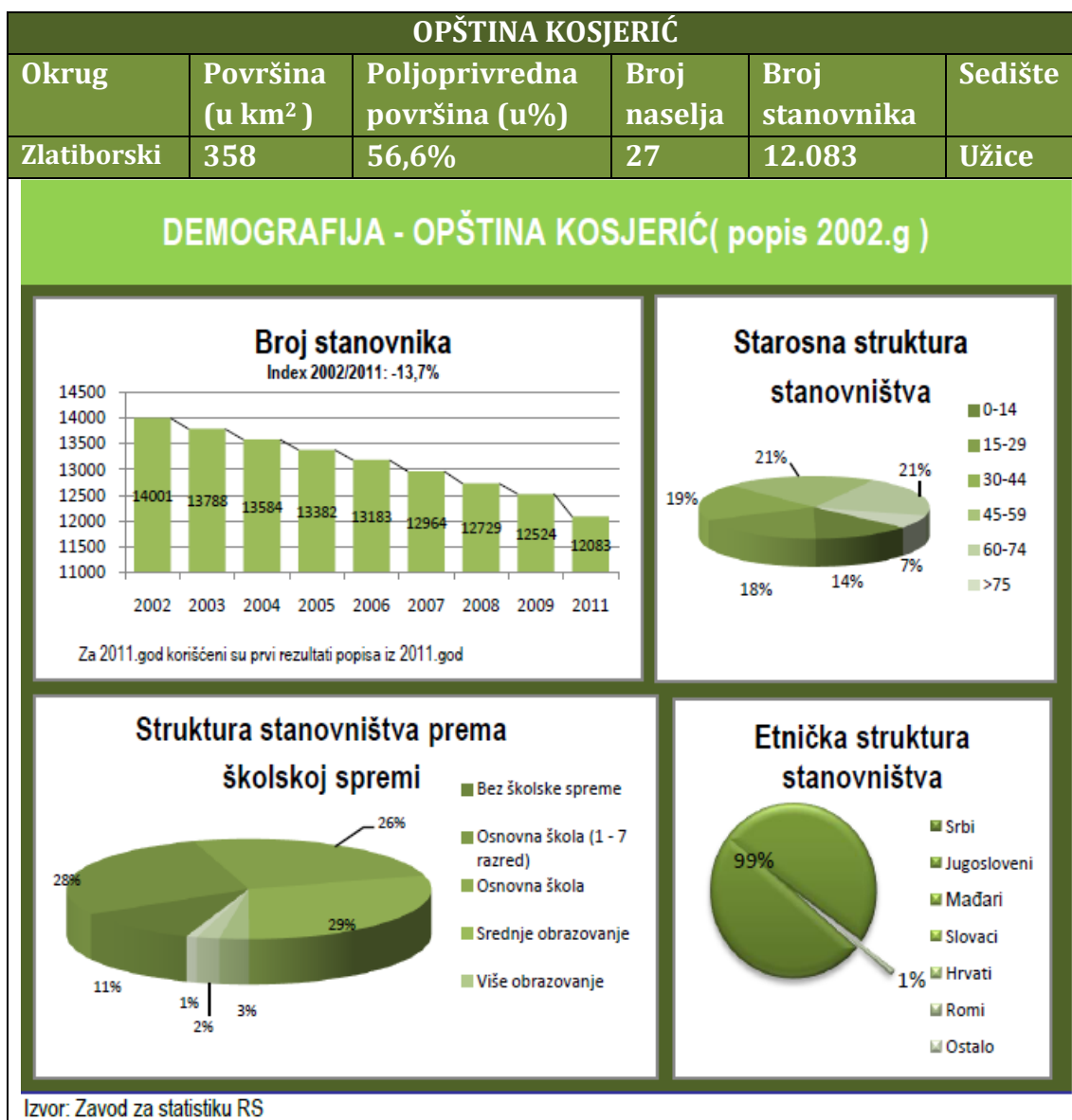
- U obrazovnoj strukturi preovlađuje stanovništvo sa osnovnim obrazovanjem (32%). Visoko i više obrazovano stanovništvo iznosi 4%. U Mionici je nanepovoljnija obrazovna struktura stanovništva



Demografske karakteristike za opštinu Požega su sledeće:

- Pad broja stanovnika u periodu od 2002. do 2011. godine iznosi 8,7% što je iznad proseka Srbije (5%)
- U etničkoj strukturi preovlađuju Srbi (98%) , zatim Romi (1%) I ostatak su ostale nacionalnosti u zanemarljivim procentima

- Starosni profil stanovništva karakteriše ravnomerna struktura starosnih kategorija
- Gustina naseljenosti stanovništva (69.54 stanovnika/km²) je znatno ispod proseka centralne Srbije (96 stanovnika/km²)
- U obrazovnoj strukturi prevlađuje srednje obrazovano stanovništvo(40%). Visoko I više obrazovano stanovništvo iznosi 7%



Demografske karakteristike za opštinu Kosjerić su sledeće:

- Pad broja stanovnika u periodu od 2002. do 2011. godine iznosi 13,7% što je znatno iznad proseka Srbije (5%) I predstavlja najveći demografski pad u ove četiri jedinice lokalne samouprave

- U etničkoj strukturi preovlađuju Srbi (99%), ostatak su ostale nacionalnosti u zanemarljivim procentima
- Starosni profil stanovništva karakteriše ravnomerna struktura starosnih kategorija
- Gustina naseljenosti stanovništva (33,75 stanovnika/km²) je znatno ispod proseka centralne Srbije (96 stanovnika/km²). Najređe naseljena opština u odnosu na posmatrane
- U obrazovnoj strukturi preovlađuje srednje obrazovano stanovništvo (29%). Visoko i više obrazovano stanovništvo iznosi 5%

PRIVREDA

- Broj registrovanih privrednih subjekata na teritorijama grada Valjeva i opština: Mionica, Požega i Kosjerić, data je u sledećoj tabeli:

	Grad Valjevo	Opština Mionica	Opština Požega	Opština Kosjerić
Broj privrednih duštava, preduzeća, ustanove, zadruge	30.995	1.945	5.862	2.401
Broj preduzetnika	12.119	612	1.537	878
Ukupno	43.114	2.557	7.399	3.279

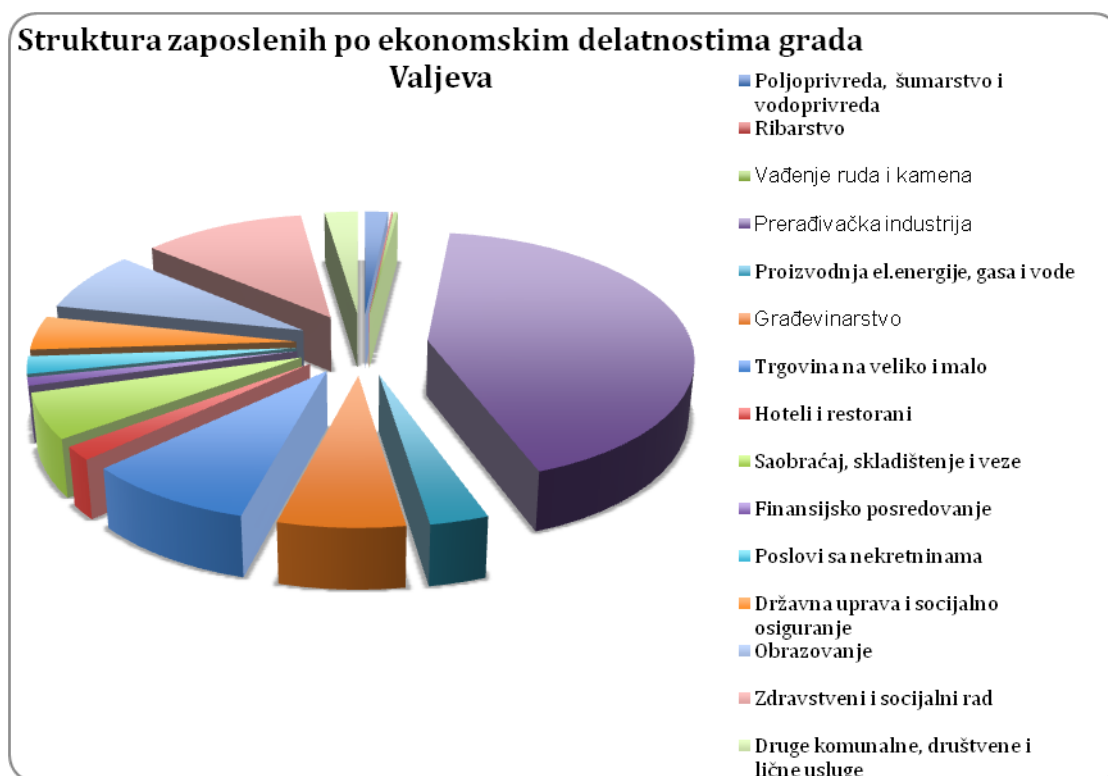
Izvor: Agencija za privredne registre RS

- Radni kontigent je prema popisu stanovništva iz 2002.godine iznosio 65.512 (67,7% u ukupnom stanovništvu) radnosposobnih stanovnika za Valjevo (od čega 33.103 su žene); za Mionicu 10.199 radno sposobnih stanovnika (61,76% od ukupnog broja), od čega 4.934 su žene; za Požegu 21.113 (65,38%) od čega 10.477 žene; i za opštinu Kosjerić 9.009 radno sposobnih stanovnika (64,35%) od čega 4452 su žene
- Broj nezaposlenih po opštinama I gradu valjevu na dan 30.novembar 2011.godine dat je u sledećoj tabeli:

Opština nezaposlenosti	Broj nezaposlenih	Stopa
Valjevo	8.425	20,8%
Mionica	568	13,8%
Požega	1.903	20,5%
Kosjerić	711	18,4%

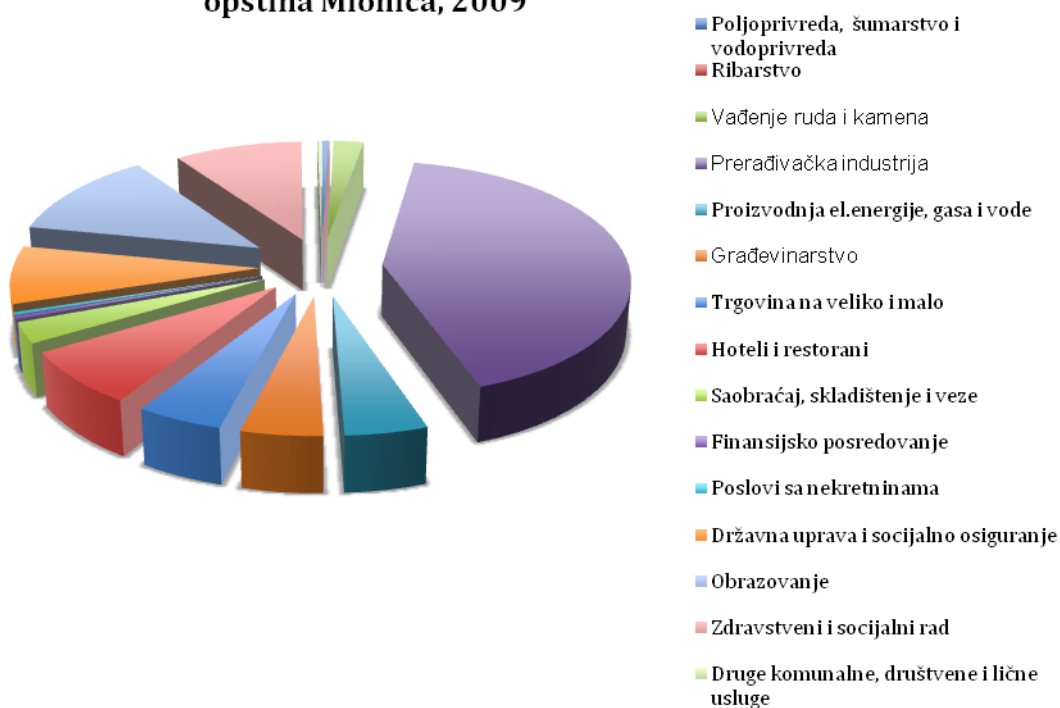
Izvor: Nacionalna služba za zapošljavanje RS

- Struktura zaposlenih po ekonomskim delatnostima data je u sledećim grafikonima:



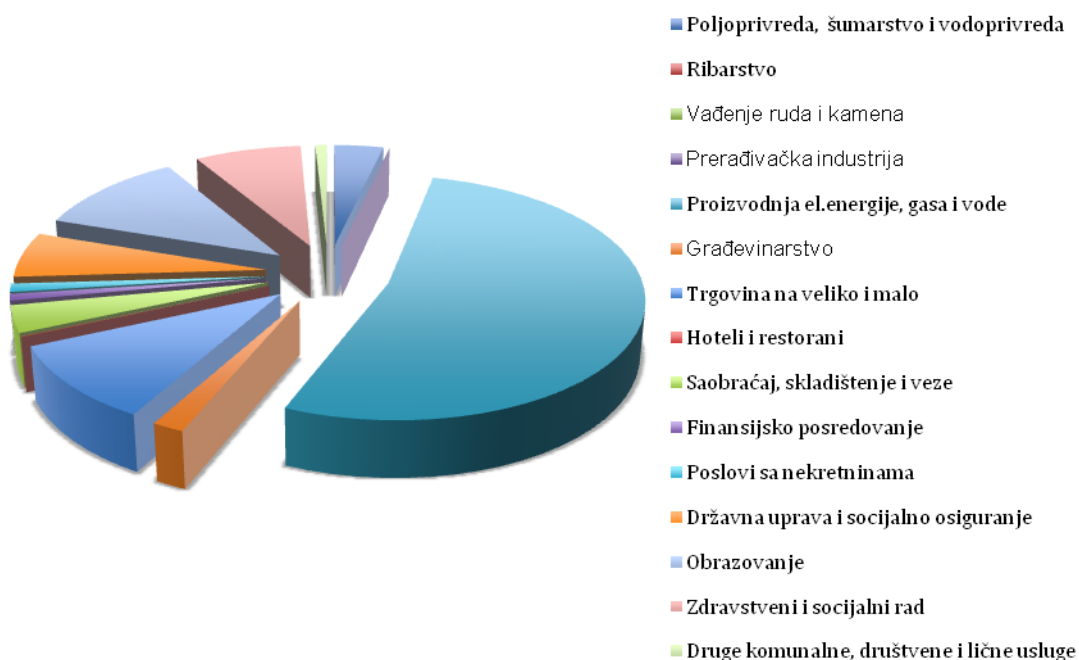
Izvor: Opštine u Srbiji 2010, RZS

Struktura zaposlenih po ekonomskim delatnostima opština Mionica, 2009



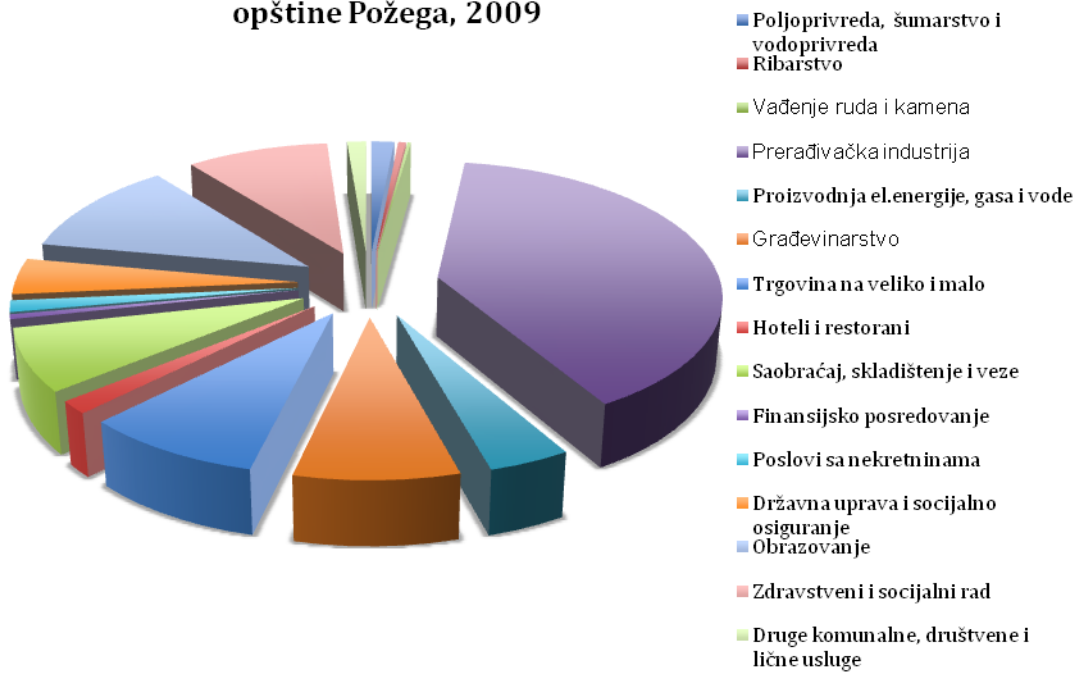
Izvor: Opštine u Srbiji 2010, RZS

Struktura zaposlenih po ekonomskim delatnostima opštine Kosjerić, 2009



Izvor: Opštine u Srbiji 2010, RZS

Struktura zaposlenih po ekonomskim delatnostima opštine Požega, 2009



Izvor: Opštine u Srbiji 2010, RZS

V STANJE TURIZMA NA PODRUČJU TURISTIČKOG PROSTORA DIVČIBARE

INSTITUCIONALNO – PRAVNI OKVIR

Institucionalno - pravni okvir za delovanje u oblasti turizma definisan je Zakonom o turizmu RS ("Sl. glasnik RS", br. 36/2009 i 88/2010) i pravnim aktima nižeg reda (Uredbe, pravilnici i sl.).

U nastavku dajemo kratak pregled zakonske regulative za delovanje u turizmu u domenu javnog sektora (uzeti su u obzir propisi relevantni za ciljeve proglašenja Turističkog prostora "Divčibare"):

Zakon o turizmu ("Sl. glasnik RS", br. 36/2009 i 88/2010)	Ovim zakonom uređuju se: uslovi i način planiranja i razvoja turizma; turističke organizacije za promociju turizma; turističke agencije; ugostiteljska delatnost; nautička delatnost; lovnoturistička delatnost; usluge u turizmu; taksa, naknada I penali u turizmu; Registar turizma; druga pitanja od značaja za razvoj i unapređenje turizma.
Zakon o javnim skijalištima ("Sl. glasnik RS", br. 46/2006)	Ovim zakonom propisuju se uslovi za uređenje, održavanje i opremanje javnog skijališta, pružanje usluga na skijalištu, obeležavanje i postavljanje signalizacija na skijalištu, korišćenje sredstava prevoza na skijalištu, bezbednost i red na skijalištu, podučavanje na skijalištu, kao i druga pitanja koja su od značaja za korišćenje skijališta.
Uredba o utvrđivanju prioriternih turističkih destinacija, zona, lokacija i kategorija objekata u mestima za odmor i turističkim mestima u prioriternim destinacijama	Ovom uredbom utvrđuju se prioriternne turističke destinacije, zone, lokacije i kategorije objekata u mestima za odmor i turističkim mestima u prioriternim turističkim destinacijama.

("Sl. glasnik RS", br. 35/2011)	
Pravilnik o kategorizaciji turističkih mesta ("Službeni glasnik RS", br. 8/2010, 31/2010 i 37/2010)	Ovim pravilnikom propisuju se bliži uslovi za određivanje kategorije turističkog mesta, način određivanja i promene kategorije, kao i vrste podataka o turističkim mestima koji se evidentiraju u Registru turizma.

U skladu sa Zakonom o turizmu, turistički sistem Srbije organizovan je u tri nivoa: državni, lokalni (uz zakonsku mogućnost udruživanja dve, ili više opština) i turistička organizacija autonomne pokrajine. Turistička organizacija Srbije je krovna institucija na nacionalnom nivou koja obavlja poslove promocije Srbije i njenog turističkog potencijala, koordinira svoj rad sa aktivnostima turističkih organizacija na lokalnom i regionalnom nivou i vrši istraživanje turističkog tržišta. Lokalne turističke organizacije se bave promocijom turizma na lokalnom nivou, koordiniraju aktivnosti subjekata u turizmu na lokalnom nivou, prikupljaju i objavljuju informacije o turističkoj ponudi, organizuju manifestacije, sajmove i dešavanja, organizuju rad turističkih informativnih centara i posreduju u pružanju usluga u domaćoj radinosti.

Na teritoriji turističkog područja Divčibare funkcionišu sledeće turističke organizacije:

Naziv	Kontakt	Njeb adresa
TO Valjevo	Prote Mateje 1 14000 Valjevo T: +381 (0)14 221 138, 236 393 F: +381 (0)14 221 138 valjevoturist@open.telekom.rs	www.valjevo-turist.co.rs
TO Mionica	Vojvode Mišića 30 14232 Mionica T: +381 (0)14 62 080 F: +381 (0)14 62 080 tomionica@gmail.com	/
TO Kosjerić	Karađorđeva 66 31260 Kosjerić	www.kosjeric-online.com

	T: +381 (0)31 782 155 F: +381 (0)31 782 155 tokos@verat.net	
TO Požega	Francuska bb 31210 Požega T: +381 (0)31 714 650 F: +381 (0)31 714 650 topozega@open.telekom.rs	/

TURISTIČKA SUPRASTRUKTURA

Turistička suprastruktura jesu ugostiteljski objekti kao i galerije, izložbeni, kongresni i zabavni objekti koji su u neposrednoj vezi sa ugostiteljskim objektima i objektima sportsko rekreativnog sadržaja ili sa njima čine jedinstvenu celinu (Zakon o turizmu, 2009.)

Pregled turističke suprastrukture na turističkom području Divčibare:

Hoteli i odmarališta

Hotel Divčibare ****

- 250 kreveta
- 99soba + 4 app
- Wellness centar (bazen, sauna, masaža, solarijum)
- Kongresni centar

Potpuno renoviran 2007



Hotel Maljen

- 120 kreveta
- 60 soba
- Restoran kapaciteta 300 mesta
- Restoranska terasa 100 mesta
- Sala kapaciteta 120 mesta
- Višenamenska zabavna sala



Konačište Bob Petošević

- 23 sobe i 12 studija
- restoran sa 80
- kafe bar sa 50 mesta
- letnju baštu sa 80 mesta
- kongresna sala
- uređeni parking za 40 vozila



Hotel Pepa **

- 60 ležaja (1/1, 1/2, 1/2+pomoćni)
- pansion sala i "a la carte" sala
- Konferencijska sala kapaciteta 50 mesta
- mini kafe bar I mini tv sala
- kafe- picerija sa bilijar salom
- kreativna igraonica za decu od 2 do 7 godina
- menjačnica, bankomat



Konak Pepa

- 140 ležajeva (1/4 sobe)
- Restoran kapaciteta 150 mesta
- Sala za dnevnu nastavu i animaciju



Odmaralište Crni Vrh

- 100 ležajeva (1/2, 1/3)
- Sala za ručavanje i TV sala
- 2 višenamenske sale
- Sportski tereni za mali fudbal i odbojku



Odmaralište Mladost

- 100 ležajeva (1/2, 1/3, 1/5)
- Sala za ručavanje i TV sala
- Kombinovana sala za nastavu
- Dečije igralište



Odmaralište Pančevo

- 100 ležajeva
- Vlasništvo opštine Pančevo
- Služi za odmaranje dece sa teritorije Pančeva



Odmaralište Zmaj

- 126 ležaja: 8/3, 8/4, 18/2
- TV sala
- restoran



Odmarališta Milan Gale Muskatirović ("Stevan Filipović" i „Stari Grad)

- 150 ležaja (1/3, 1/, 1/6) – Stevan Filipović
- 80 ležaja – Stari Grad
- restoran, sala za nastavu
- 6 terena za male sportove (kosarka, rukomet,



mali fudbal), ski lift

Konačište Divčibarski zamak

- 25 ležaja (6 soba i 2 app)
- restoran sa 80 mesta
- kafe bar



- Prema podacima Javnog preduzeća "Valjevoturist", ukupan broj kreveta u hotelima i odmaralištima je 1.536.
- Ukupan broj kreveta u privatnom kategorisanom smeštaju je 435.
- Ukupan broj ležajeva u naselju Divčibare je 1.937.

Domaća radinost:

Naziv mesta	Broj lica koja su kategorisala smeštajne kapacitete u domaćoj radinosti	Broj kategorisanih ležajeva
Valjevo	97	506
Mionica	85	647
Požega	18	106
Kosjerić	35	238

Seoska turistička domaćinstva

- U četiri opštine koje zahvata područje Divčibara u smislu ove Studije (Požega, Kosjerić, Valjevo i Mionica), postoji 82 seoska turistička domaćinstva.
- Procena stručnjaka Nacionalne turističke razvojne korporacije je da je 50 domaćinstava direktno vezano za turistički prostor, premda se i ostala mogu smatrati resursom destinacije.
- Na teritoriji Kosjerića funkcioniše 19, na teritoriji Požege 7, a na teritoriji Mionice 6 seoskih turističkih domaćinstava, koja se direktno mogu vezati za Divčibare.

- Prema podacima organizacije "Seoski turizam Srbije", prosečan broj ležajeva po domaćinstvu je 14.

KARAKTERISTIKE TURISTIČKE TRAZNJE

Turistički promet opština kojima pripadaturističko područje Divčibara (širi pregled) za 2010 prikazan je u narednoj tabeli, sa posebnom statistikom za planinsko mesto Divčibare:

	Turisti			Noćenja			Prosečan broj noćenja	
	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Domaći	Strani
Valjevo	36.506	33.367	3.139	155.496	149.282	6.214	4,5	2,0
Mionica	9.823	9.317	506	38.363	37.059	1.304	4,0	2,6
Kosjerić	2.156	1.875	281	12.590	11.863	727	6,3	2,6
Požega	8.119	6.053	2.066	16.857	13.658	3.199	2,3	1,5
Divčibare	30.804	29.162	1.642	139.165	135.370	3.795	4,6	2,3
Srbija	2.018.466	1.373.444	645.022	6,761.715	5.292.613	1.469.102	3,9	2,3

Izvor: Opštine u Srbiji 2010, Republički zavod za statistiku RS

Planinska mesta u Srbiji

	dolasci	indeks	Noćenja	indeks
2009. godina	391,316	87	1,687,734	88
2010. godina	376,648	97	1,466,907	88
Januar - Septembar 2011.	316,241	109	1,895,299	108

Izvor: Informacije o turističkom prometu, Republički zavod za statistiku, <http://www.turizam.merr.gov.rs>

Lista posećenosti planinskih mesta, januar – septembar 2011.

Mesto	dolasci	indeks	noćenja	indeks
Zlatibor	90,995	112	396,333	120
Kopaonik	52,424	115	226,784	116
Tara	40,366	117	158,652	123
Divčibare	24,849	110	110,539	122
Ivanjica	13,379	110	69,305	108
Zlatar	4,285	71	13,213	46

Rudnik	7,586	121	49,513	135
--------	-------	-----	--------	-----

Izvor: Informacije o turističkom prometu, Republički zavod za statistiku, <http://www.turizam.merr.gov.rs>

Osnovne karakteristike turističkog područja Divčibare:

- Prema podacima zvanične statistike turističko područje Divčibara je zabeležilo 24.849 dolazaka i 110.539 noćenja u periodu januar – septembar 2011. godine.
- U odnosu na isti period prošle godine, zabeležen je rast od 10% u broju dolazaka, odnosno 22% u broju ostvarenih noćenja.
- Divčibare poseti približno isti broj domaćih i stranih turista, pri čemu je boravak stranih gostiju skoro duplo kraći.
- Najveći prosečan broj noćenja (6,3) ostvaren je na teritoriji opštine Kosjerić, što je verovatno posledica dužeg boravka sportista koji dolaze na pripreme.
- Udeo Divčibara u ukupnom turističkom prometu Srbije iznosi 1,5% turista i 2,05% u ukupnom broju noćenja
- Možemo zaključiti da je nizak broj turističkih dolazaka (30.804) i noćenja (139.165) u 2010. uzrokovao nisku popunjenost kapaciteta i loše ukupne performanse destinacije.
- Prema procenama HTD Vujić Divčibare koje raspolaže najznačajnijim smeštajnim kapacitetima (oko 40%) na području Divčibara, prosečna popunjenost kapaciteta u periodu između 2007. i 2011. bila je na nivou između 30% i 35%.
- Najslabija posećenost je u mesecu Novembru, dok je posećenost najveća u Januaru i u letnjim mesecima (jun, jul i avgust).
- Uprkos dobrim klimatskim uslovima, posećenost je slaba i u mesecu Septembru.
- U proseku se po seoskom domaćinstvu ostvari oko 400 noćenja godišnje, po procenama udruženja "Seoski turizam Srbije". Imajući u vidu da zvanična statistika uglavnom ne beleži ove dolaske i noćenja, ukupne performanse područja Divčibara kao turističke destinacije su značajno bolje, s obzirom da se, po ovim procenama, ostvari blizu 20.000 noćenja.

TRENDOVI NA TRŽIŠTU TRAZNJE

Dugoročne prognoze stope rasta turističkog prometa na globalnom nivou kreću se u proseku oko 4 – 5% na godišnjem nivou. Potrebe i očekivanja turista su u sve većoj meri diferencirani, što je rezultat obrazaca ponašanja i prihvaćenih životnih stilova. U tom smislu, masovni turizam više ne predstavlja dugoročno održivu opciju razvoja destinacija, a razvojni koncept mora da uvaži individualističke tendencije u izboru tipa destinacije i načina putovanja.

Savremeni turisti zahtevaju zaokružen sistem ponude koji će omogućiti takvo iskustvo na destinaciji koje će odgovoriti na njihove diferencirane interese. Prepoznatljiv identitet destinacije, ekologija, kultura, aktivnosti u prirodi, programi održavanja zdravlja, samo su neki od trendova u diferenciranju turističkih interesa. Koliko je turistička destinacija uspešna u svojim performansama, najbolje govore kvantitativni pokazatelji – dolasci i noćenja turista.

Neki od trendova karakterističnih za razvoj turizma u Evropi su sledeći:

- izdaci za turistička putovanja u Evropu i unutar nje će rasti brže od drugih izdataka;
- putovanja u gradske centre će rasti brže od klasičnih oblika putovanja;
- putovanja između zemalja Evropske unije će imati veću stopu rasta od domaćih putovanja zemalja EU pojedinačno;
- **posete planinskim ventrima u letnjem periodu će beležiti veću stopu rasta od putovanja u primorska mesta;**
- avionski saobraćaj će se razvijati brže od ostalih vidova transporta, s tim da se mogu očekivati značajne kvalitativne promene u železničkom saobraćaju (kvalitet usluge, brzine i cene);
- last minute kupovine aranžmana sve više dobijaju na značaju u odnosu na rano rezervisanje, usled sve rasprostranjenije prakse kupovina korišćenjem informaciono – komunikacione tehnologije;
- kastomizacija turističke ponude u odnosu na individualne preferencije potrošača sve više dobija na popularnosti;
- putovanja kategorija starijih i mlađih osoba će rasti brže u odnosu na ostale grupe;
- tražnja za odmorom i različitim aktivnostima rašće brže od ostalih formi putovanja;
- grupe će postati manje i fleksibilnije;

- odnos cene i kvaliteta će igrati sve veću ulogu u izboru destinacije i tipa smeštaja, a kvalitet okruženja će postati ključni faktor atraktivnosti.

Od političkih faktora koji će uticati na očekivane promene u oblasti makrookruženja za područje Evrope svakako bi trebalo imati u vidu najnovija dešavanja u pogledu krize javnog duga zemalja članica evrozona, ali i proces proširenja EU, relativnu političku stabilnost u zemljama tranzicije, jačanje primene regulatornog okvira, kao i procese liberalizacije, deregulacije i privatizacije u zemljama regiona. Kada govorimo o ekonomskim faktorima, trebalo bi imati u vidu rizike koje sa sobom nosi rešavanje krize u evrozoni, pre svega u mogućnosti nestanka zajedničke evropske valute; takođe, tu su i dalja harmonizacija instrumenata turističke politike i podsticajnih mera za razvoj turizma, koncentracija vlasništva i slične tendencije. Društveni faktori ukazuju na starenje stanovništva, jačanje uloge medija, jačanje uloge i uticaja žena, itd. Tehnološki faktori obuhvataju razvoj novih proizvoda, razvoj direktnog marketinga, razvoj agresivnih promotivnih tehnika uz upotrebu informaciono – komunikacione tehnologije, itd.

Može se očekivati da će navedeni faktori uticati na sve veći značaj globalnog marketing pristupa u oblasti turizma, na stavljanje naglaska na instrumente marketinga i u poslovnoj i turističkoj politici, na sve veću fragmentaciju turističkog tržišta, ali i na rastuću dostupnost tehnologije svim kategorijama potrošača. Pomenuti faktori i pojave utiču na sve segmente turističkog tržišta i ovaj uticaj se već manifestuje na međunarodna turistička kretanja. U pitanju je direktan uticaj procesa globalizacije, ali je ove karakteristike tržišta tražnje neophodno razumeti i uvažiti, jer bez toga je budućnost destinacije osuđena na propast.

Razvoj Divčibara kao destinacije mora da bude utemeljen na savremenim trendovima u turističkoj tražnji, uz puno razumevanje prednosti koji diferenciraju destinaciju i omogućavaju joj jedinstvenu konkurentsku poziciju. U tom smislu, neophodno je definisati kvalitetnu ponudu, koja će na pravi način da iskoristi distinktivne kompetentnosti destinacije, i koja će moći na pravi način da odgovori motivima različitih ciljnih grupa. Spektar turističkog proizvoda destinacije mora da zadovolji različite potrebe pojedinačnih turista, pa se zato mora imati u vidu i različito ponašanje potrošača u pogledu izbora i kupovine proizvoda. Turistički proizvod se kreira na osnovu zahteva tražnje, kako bi se uskladila svaka pojedinačna usluga i infrastruktura sa očekivanjima i ukupnim doživljajem svakog individualnog turista. Svaki poslovni subjekt mora da se prilagodi potrebama potrošača kroz kreiranje takvih usluga, koje će na najbolji mogući način zadovoljiti potrebe turista, a sa druge strane omogućiti sticanje profita. Percepcija isporučene vrednosti od strane turista mora da prevaziđe očekivanja koja su oni imali za uloženi novac.

Promene u navikama turista direktna su posledica promena u načinu života. Ubrzani način života u urbanim aglomeracijama kao protivtežu zahteva smireniji ritam i bogatstvo u raspoloživim aktivnostima i doživljajima. Od izuzetne važnosti je i sigurnost destinacija i stizanja do destinacije.

Savremeni turista ima sledeće primarne kriterijume pri izboru putovanja:

- preusmeravanje ka bližim i sigurnijim destinacijama;
- rast kraćih, češćih i vikend putovanja;
- rast interesa za kulturnim sadržajima;
- rast interesa za aktivnim odmorom i posebnim sadržajima;
- rast zahteva za kvalitetom destinacije i usluge;
- "value for money" – vrednost za novac;
- ekološka svest – valorizacija turističkog potencijala ekološki očuvanih destinacija.

Kretanje ka individualizovanom životu potrošača jača u celom svetu i postaje pravi izazov za turističke destinacije, koje se nadmeću u kreiranju specifičnih ponuda. Prilagođavanje ponude doprinosi razvoju, lojalnosti potrošača i stalnom proširenju novih segmenata tražnje na tržištu. U oblikovanju turističkog proizvoda veoma je značajno rečno oceniti jačinu motivacije dolaska u destinaciju. Kao motiv dolaska određene populacije izdvajaju se psihičko i fizičko zadovoljstvo, emocionalno i duhovno obogaćenje, zdravlje, kretanje, upoznavanje sa drugim ljudima, upoznavanje sa drugim krajevima, kulturama i destinacijama, hrana, zabava, razonoda, itd.

Navedeni trendovi, na sreću, posebno vrednuju ulazak na tržište novih i manjih destinacija, što je rezultat potrebe savremenih turista da tragaju za novim destinacijama i novim doživljajima, naročito ukoliko se iskustva nude na profesionalan i prijemčiv način.

Ukoliko se napravi pametan miks turističke ponude, gorenavedeni trendovi mogu da budu velika šansa za razvoj turističkog prostora i šireg područja Divčibara kao turističke destinacije. Ovo se naročito odnosi na aktivne turiste zainteresovane za prirodne resurse i one koje su u potrazi za autentičnim iskustvima i očuvanje i unapređenje zdravlja.

Posebne šanse Divčibara kao turističke destinacije, imajući u vidu trendove proizvoda sa najvećim poslovnim potencijalom, treba tražiti u valorizaciji prirodnog okruženja i ekoturizma, zatim, u vezi sa zdravljem, aktivnostima specijalnih interesa, ruralnim turizmom i poslovnim i MICE turizmom.

PROMOCIJA I NAČIN PRODAJE

Kao što je navedeno, nosioci promotivnih aktivnosti na području Divčibara su turističke organizacije opština Valjevo, Mionica, Požega i Kosjerić. Performanse turističkih organizacija variraju kako između opština, tako i u vremenu, pa se može reći da obim i struktura korišćenih promotivnih sredstava, sa aspekta Divčibara kao turističke destinacije, nisu bile u skladu sa potrebama (o čemu jasno govore statistički podaci o broju dolazaka i popunjenosti kapaciteta).

Promocijom Divčibara se, u okviru promocije svoje ponude, bavi i HTD Vujić Divčibare.

Ako izuzmemo posete odmaralištima, većina turista dolazi u turističku destinaciju Divčibare samostalno organizovano. Manji broj dolazi u aranžmanu organizatora turističkih putovanja, organizatora kongresnih putovanja i raznih institucija i organizacija.

Divčibare sa okolinom se ne nalaze u programima inostranih organizatora putovanja, osim kao destinacija koja je deo šire ture koja obuhvata i druge destinacije u Srbiji i regionu.

BENČMARKING ANALIZA

Benčmark analiza Divčibara je urađena u okviru Generalnog turističkog plana Divčibara koji je urađen 2003. od strane Austrijske kompanije "Kohl & Partner Tourismusberatung". Imajući u vidu da su Divčibare visoravan, analiza je urađena tako što su predstavljene moguće aktivnosti koje bi se u perspektivi razvijale na teritoriji Divčibara.

Turistički prostor "Divčibare" može u budućnosti da postigne željenu konkurentsku poziciju samo uz primenu strateškog i planskog pristupa realizaciji aktivnosti. Pored realizacije usvajanja standarda u planiranju, razvoju i upravljanju Divčibarama kao turističkom destinacijom, od izuzetnog je značaja i uspešno diferenciranje u odnosu na regionalnu konkurenciju, ali tako da se u punoj meri valorizuje potencijal uočenih konkurentskih prednosti.

Odabrani konkurentski set za benčmarking turizma na Divčibarama su destinacije koje već imaju izgrađenu poziciju u srednjeevropskoj regiji i koje su se razvijale u skladu sa rastom i potrebama tržišta. Konkurentski set je izabran na osnovu uporedivosti iskustava koja se nude na destinacijama. Elementi turističke ponude koji su obrađeni su sledeći: Münsterland u Nemačkoj – namenski uređeni tereni sa stazama za vožnju biciklom; koncept puteva za šetnju u regionu Pyhrn-Priel, Austrija; jahačka staza u američkom stilu – kaubojsko jahanje u Löhnberg-u, Nemačka; dečiji park "Park za početnike", Pitztal, Austrija; snežni tobogan, Faistenau, Austrija; uređivanje doživljaja na ulazu u destinaciju - Bryce Canyon Nationalpark, SAD; park životinja Tierpark Herberstein, Austrija; usmerenost prema dečijem, porodičnom i omladinskom turizmu - omladinski hotel Backpacker-Hotel u Flims-Laax (Flims-Laks), Švajcarska (Riders Palace), omladinski hotel sportova Sport-Jugendhotel Rupertushof, Abtenau, Austrija, hotel za bebe, Trebesing, Austrija (www.babyhotel.at), dečiji hoteli, Austrija (www.kinderhotels.at); tematske rute – primer 1: Ramsau, Austrija, primer 2: milja šetnje iz snova u Trebesingu, Austrija; itd. Analizirajući gorenavedene benčmarkove, dolazimo do sledećih zaključaka:

- destinacije na kojima se nalaze primeri elemenata turističke ponude funkcionišu kao integrisani sistemi proizvoda i usluga, a interesi javnih i privatnih subjekata su usaglašeni kroz delovanje destinacijskih menadžment kompanija (DMC);
- struktura smeštja je diversifikovana i prilagođena odgovarajućim kategorijama posetilaca – tj. maksimalno je prilagođena tražnji, pri čemu se jasno može videti cenovna diferencijacija i specijalizacija ka ključnim tržišnim segmentima, sa odgovarajućim nivoom kvaliteta ugostiteljske ponude;

- posmatrane destinacije predstavljaju spoj saradnje privatnog i javnog sektora.

Jasno je na prvi pogled da trenutno stanje turističkog sistema na Divčibarama umnogome zaostaje za prezentovanim performansama elemenata turističke ponude navedenih destinacija, kao i da je za adekvatno konkurentsko pozicioniranje Divčibara u neposrednoj budućnosti kritičan faktor uspeha saradnja privatnog i javnog sektora.

KLJUČNE PREDNOSTI I NEDOSTACI TURIZMA NA DIVČIBARMA

U cilju sagledavanja ključnih prednosti i nedostataka turizma, korišćena je metodologija konsultantske kuće Horwath HTL, jer pored identifikacije faktora neophodnih za valjanu SWOT analizu, meri i intenzitet svakog od faktora, ali i precizno definiše trenutnu stratešku poziciju destinacije jedinstvenim sistemom scoring-a. Dodatno, sveobuhvatno se sagledava pozicija turističkog prostora i definišu osnove za strateške preporuke i plan daljih aktivnosti u kontekstu razvoja destinacije.

Faktori su razvrstani po određenim kategorijama, a podeljeni su na sledeći način:

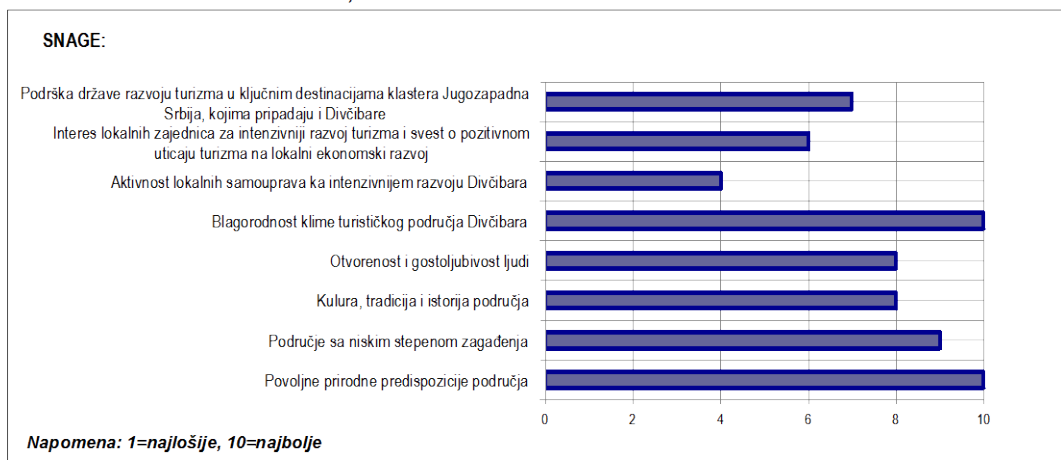
1. Ključne interne snage i slabosti Divčibara
 - a. Prirodni, socijalni i ekonomski profil područja
 - b. Turističke performanse destinacije
 - c. Destinacijski marketing
 - d. Turističke usluge u destinaciji
 - e. Turistički razvoj

2. Ključne eksterne mogućnosti i pretnje Divčibarama
 - a. Trendovi industrije
 - b. Pravno – političko okruženje
 - c. Socio – kulturno okruženje
 - d. Ekonomsko okruženje
 - e. Životna sredina

KLJUČNE INTERNE SNAGE I SLABOSTI DIVČIBARA

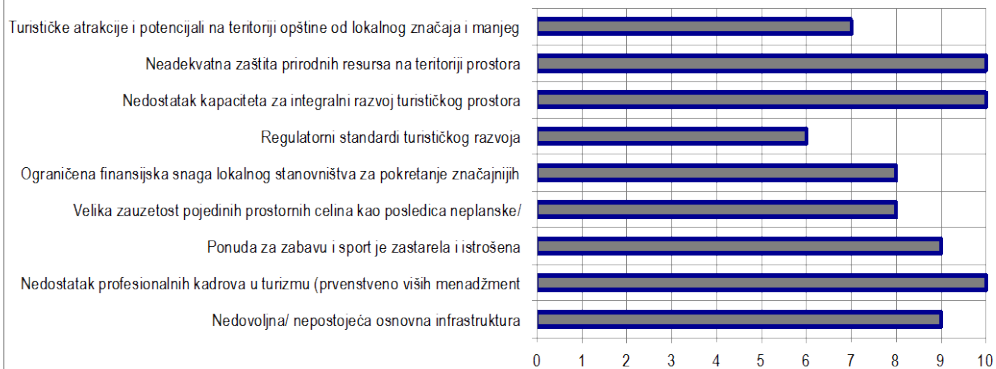
Prirodni, socijalni i ekonomski profil područja

PRIRODNI, SOCIJALNI I EKONOMSKI PROFIL PODRUČJA



PRIRODNI, SOCIJALNI I EKONOMSKI PROFIL PODRUČJA

SLABOSTI:



Napomena: 1=najbolje, 10=najlošije

Turističke performanse destinacije

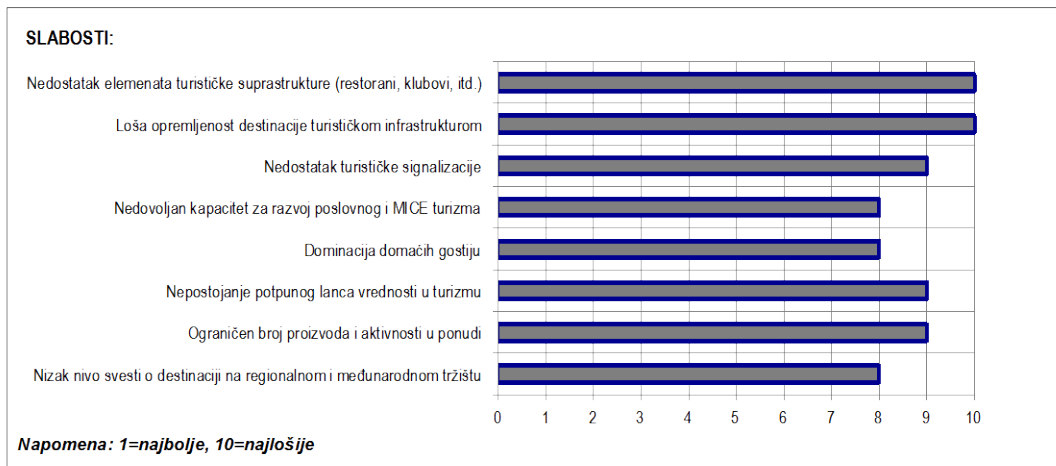
TURISTIČKE PERFORMANSE DESTINACIJE

SNAGE:



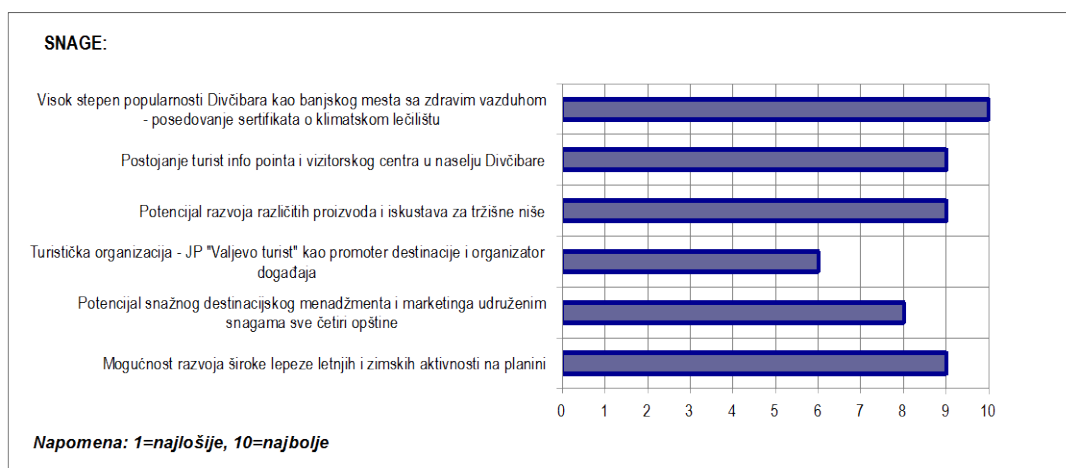
Napomena: 1=najlošije, 10=najbolje

TURISTIČKE PERFORMANSE DESTINACIJE



Destinacijski marketing

DESTINACIJSKI MARKETING



DESTINACIJSKI MARKETING

SLABOSTI:

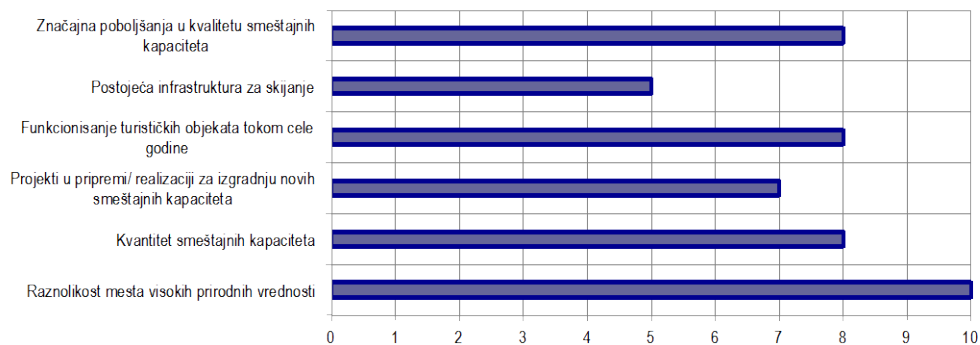


Napomena: 1=najbolje, 10=najlošije

Turističke usluge u destinaciji

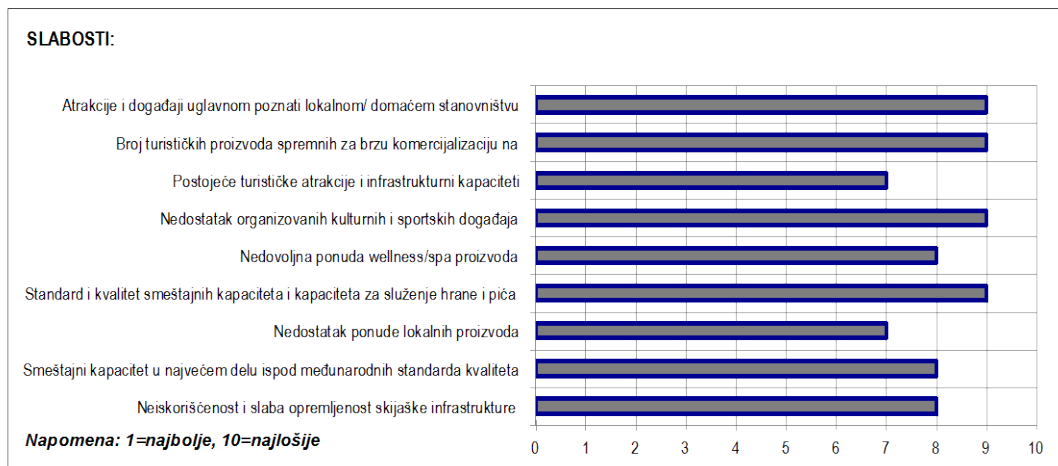
TURISTIČKE USLUGE U DESTINACIJI

SNAGE:



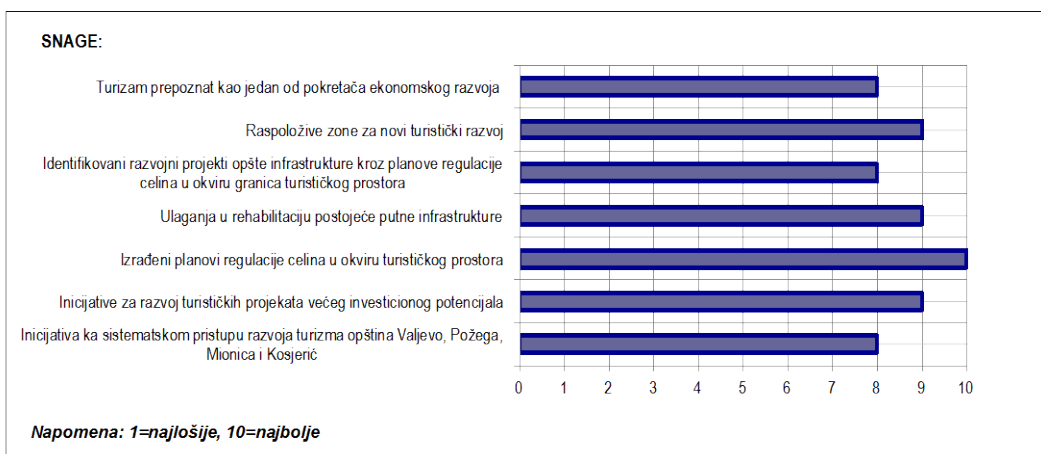
Napomena: 1=najlošije, 10=najbolje

TURISTIČKE USLUGE U DESTINACIJI



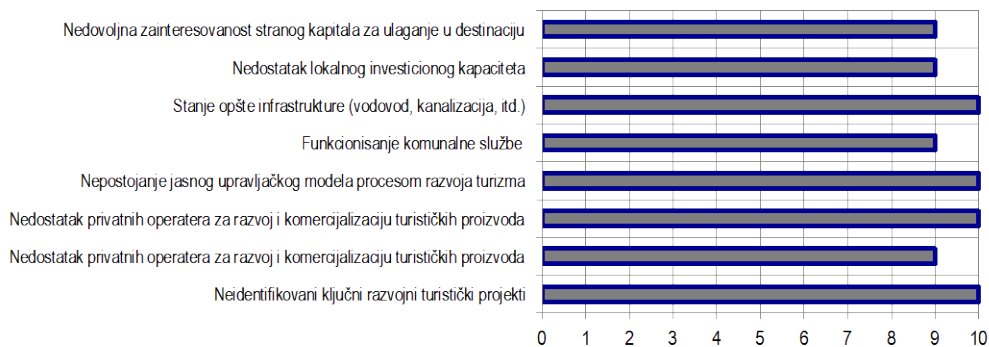
Turistički razvoj

TURISTIČKI RAZVOJ



TURISTIČKI RAZVOJ

SLABOSTI:



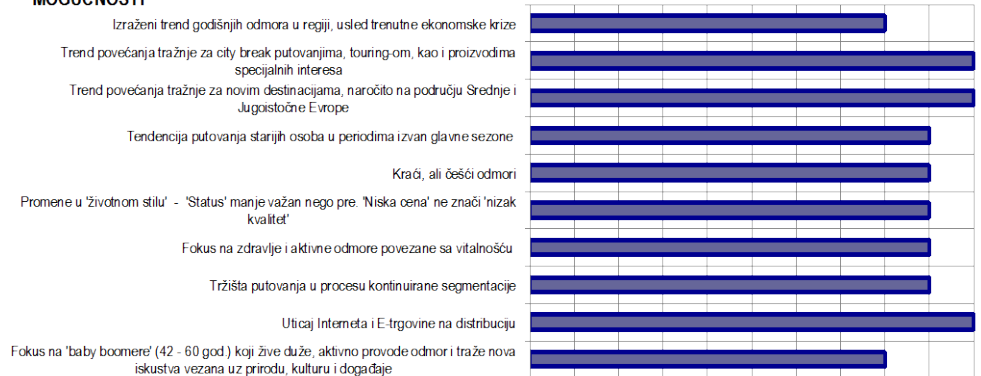
Napomena: 1=najbolje, 10=najlošije

KLJUČNE EKSTERNE MOGUĆNOSTI I PRETNJE DIVČIBARAMA

Trendovi industrije

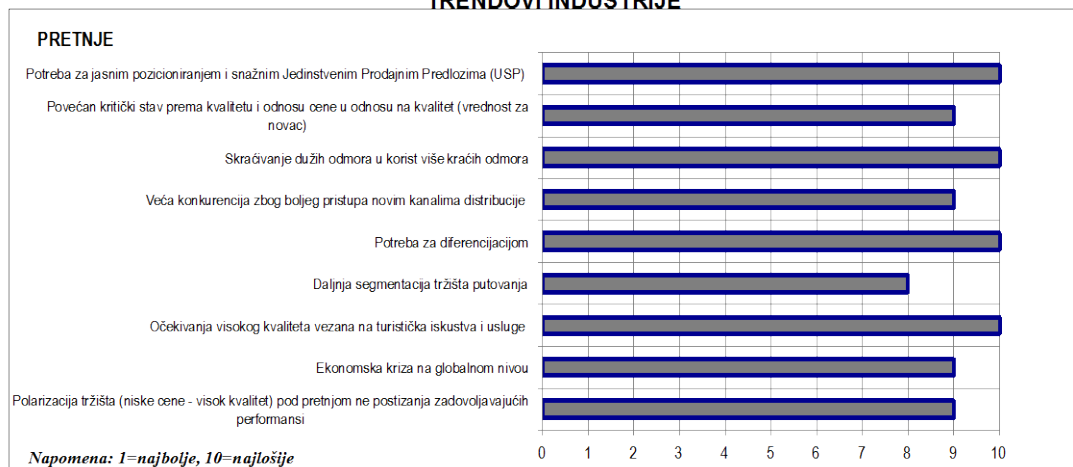
TRENDVI INDUSTRIJE

MOGUĆNOSTI



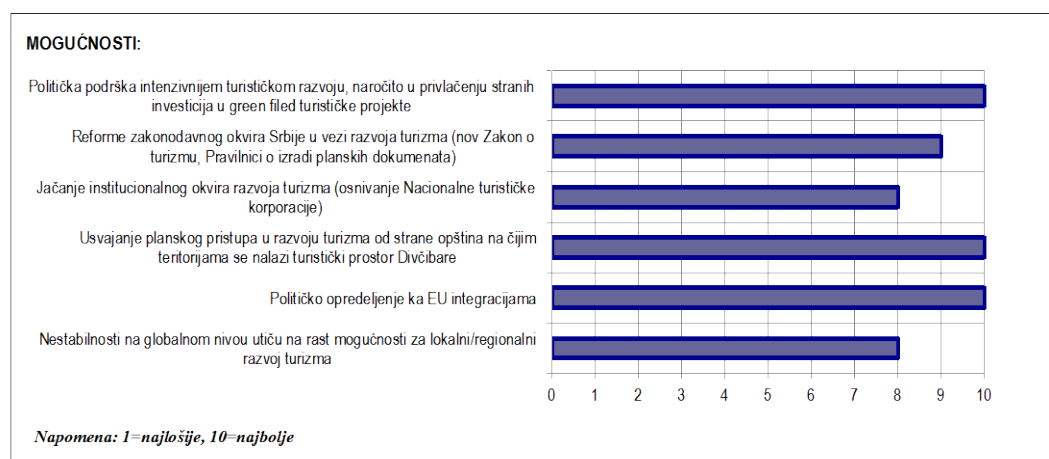
Napomena: 1=najlošije, 10=najbolje

TRENDOVI INDUSTRIJE

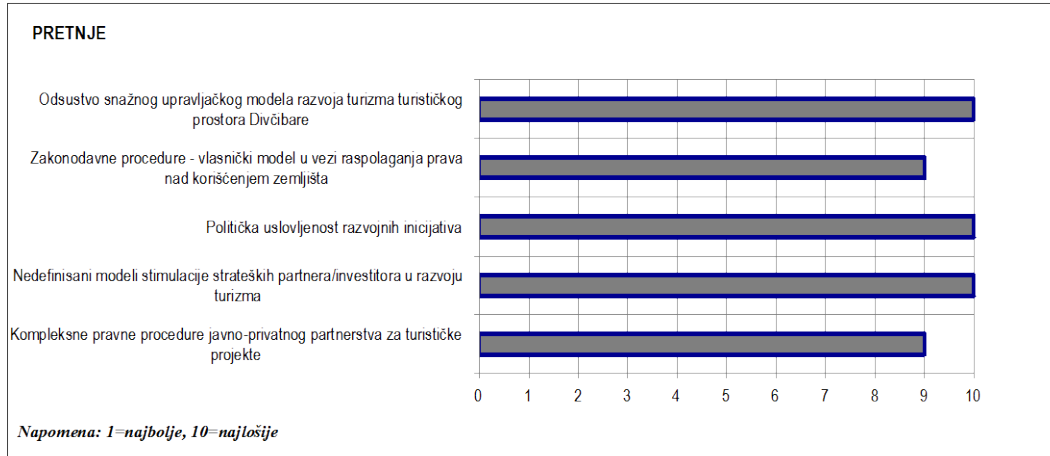


Pravno – političko okruženje

PRAVNO/POLITIČKO OKRUŽENJE

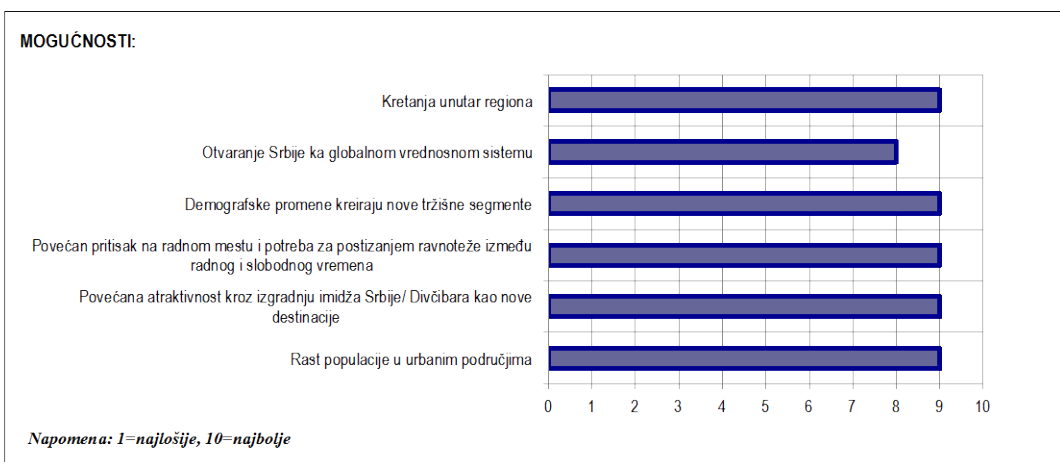


PRAVNO/POLITIČKO OKRUŽENJE

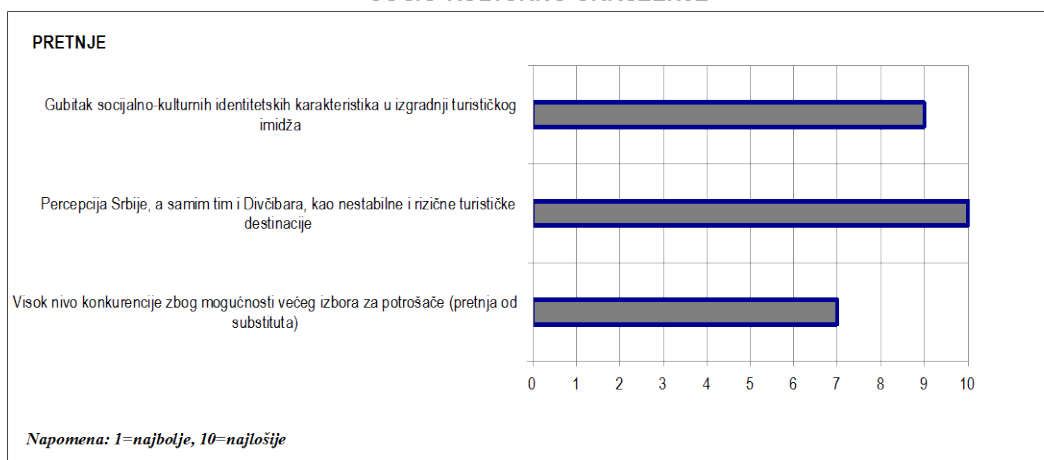


Socio – kulturno okruženje

SOCIO-KULTURNO OKRUŽENJE

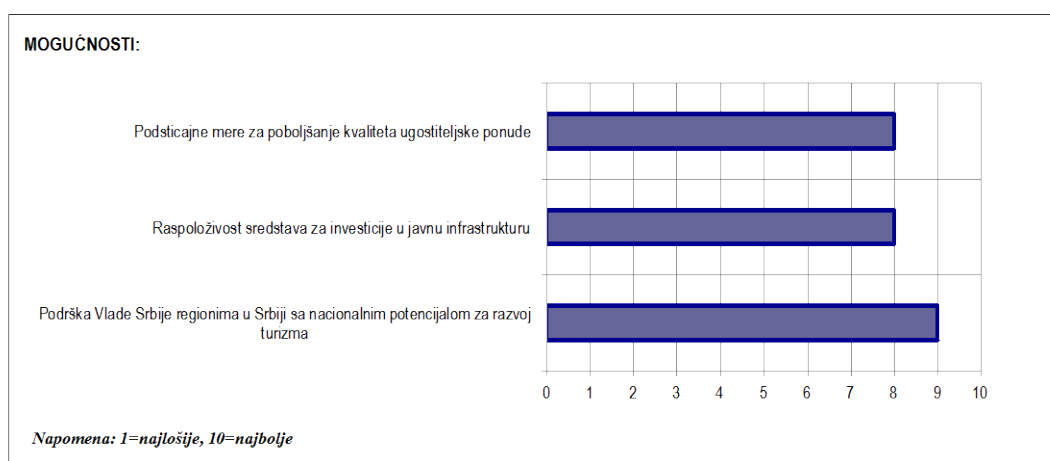


SOCIO-KULTURNO OKRUŽENJE



Ekonomska okruženje

EKONOMSKO OKRUŽENJE



EKONOMSKO OKRUŽENJE

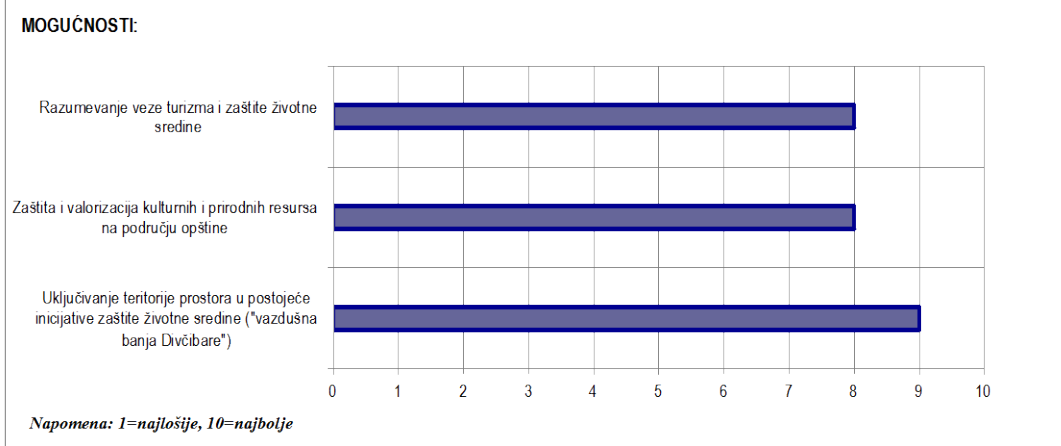
PRETNJE



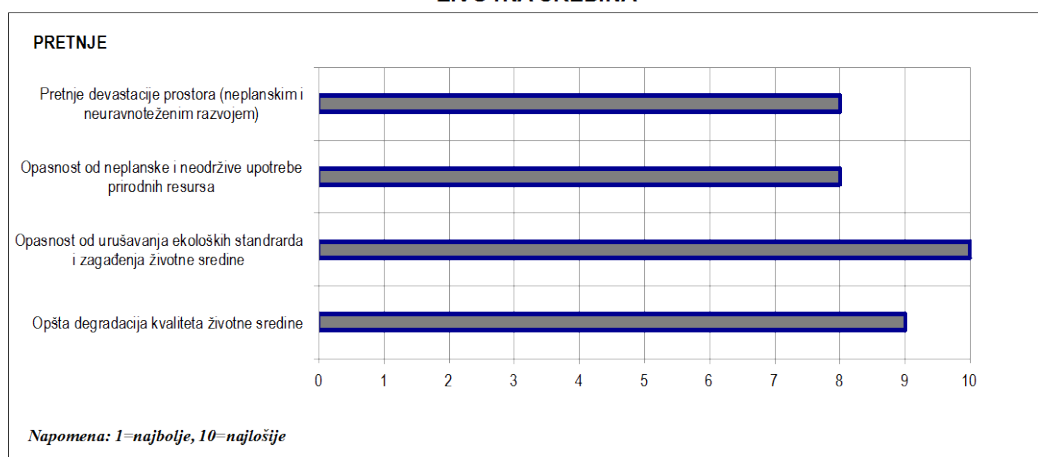
Napomena: 1=najbolje, 10=najlošije

Životna sredina

ŽIVOTNA SREDINA



ŽIVOTNA SREDINA



UKUPNI REZULTAT I ANALIZA

UKUPNI REZULTAT I ANALIZA

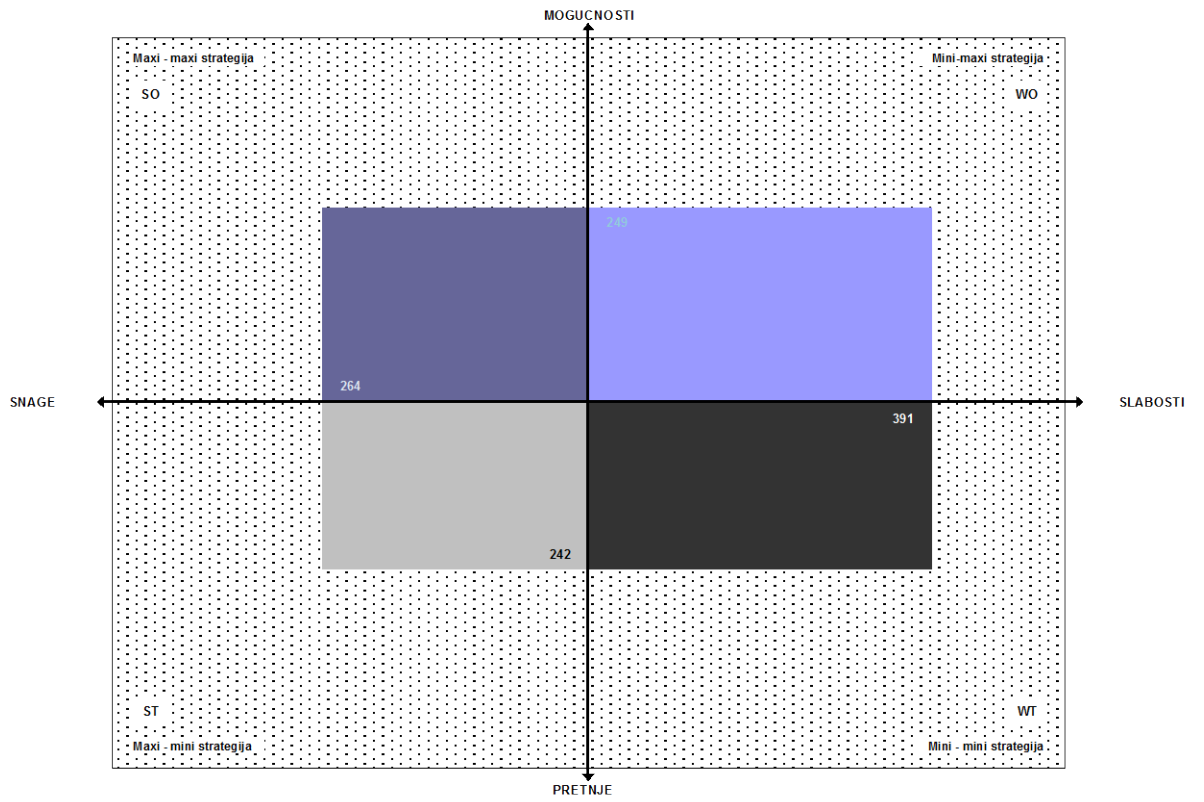
KLJUČNE INTERNE SNAGE I SLABOSTI DIVČIBARA			
SNAGE		SLABOSTI	
Broj elemenata	Segment	Broj elemenata	Segment
8	PRIRODNI, SOCIJALNI I EKONOMSKI PROFIL PODRUČJA	9	PRIRODNI, SOCIJALNI I EKONOMSKI PROFIL PODRUČJA
5	TURISTIČKE PERFORMANSE DESTINACIJE	8	TURISTIČKE PERFORMANSE DESTINACIJE
6	DESTINACIJSKI MARKETING	10	DESTINACIJSKI MARKETING
6	TURISTIČKE USLUGE U DESTINACIJI	9	TURISTIČKE USLUGE U DESTINACIJI
7	TURISTIČKI RAZVOJ	8	TURISTIČKI RAZVOJ
KLJUČNE EKSTERNE MOGUĆNOSTI I PRETNJE DIVČIBARAMA			
MOGUĆNOSTI		PRETNJE	
Broj elemenata	Segment	Broj elemenata	Segment
10	TRENDovi INDUSTRIJE	9	TRENDovi INDUSTRIJE
6	PRAVNO/POLITIČKO OKRUŽENJE	5	PRAVNO/POLITIČKO OKRUŽENJE
6	SOCIO-KULTURNO OKRUŽENJE	3	SOCIO-KULTURNO OKRUŽENJE
3	EKONOMSKO OKRUŽENJE	6	EKONOMSKO OKRUŽENJE
3	ŽIVOTNA SREDINA	4	ŽIVOTNA SREDINA

UKUPNI REZULTAT

KLJUČNE INTERNE SNAGE I SLABOSTI DIVČIBARA		
Segment	SNAGE *	SLABOSTI **
PRIRODNI, SOCIJALNI I EKONOMSKI PROFIL PODRUČJA	62	77
TURISTIČKE PERFORMANSE DESTINACIJE	44	71
DESTINACIJSKI MARKETING	51	93
TURISTIČKE USLUGE U DESTINACIJI	46	74
TURISTIČKI RAZVOJ	61	76
Broj elemenata	32	44
UKUPNO	264	391
Prosečna ocena	8.25	8.89
KLJUČNE EKSTERNE MOGUĆNOSTI I PRETNJE DIVČIBARAMA		
Segment	MOGUĆNOSTI *	PRETNJE **
TRENDovi INDUSTRIJE	91	84
PRAVNO/POLITIČKO OKRUŽENJE	55	48
SOCIO-KULTURNO OKRUŽENJE	53	26
EKONOMSKO OKRUŽENJE	25	49
ŽIVOTNA SREDINA	25	35
Broj elemenata	28	27
UKUPNO	249	242
Prosečna ocena	8.89	8.96
* Napomena: 1=NAJGORE, 10=NAJBOLJE		
** Napomena: 1=NAJBOLJE, 10=NAJGORE		

POLIGON STRATEGIJA SWOT ANALIZE DIVČIBARA

POLIGON STRATEGIJA SWOT ANALIZE DIVČIBARA



Zaključci SWOT analize:

- Intenzitet slabosti (391) je značajno veći od intenziteta snaga Divčibara (264) kao turističke destinacije, što znači da je potrebno dalje kontinuirano ulaganje u razvoj turizma na Divčibarama;
- Intenzitet mogućnosti (249) je veći od intenziteta pretnji (242), iako ne u značajnijoj meri; svejedno, Divčibare imaju šansu da iskoriste mogućnosti iz okruženja i da uticaj eventualnih pretnji minimiziraju;
- Uočljivo dominantna desna strana poligona SWOT-a Divčibara ukazuje da bi strategiju trebalo postaviti tako da se minimiziraju, odnosno eliminišu uočene slabosti, kako bi se ojačali interni kapaciteti za korišćenje prezentovanih mogućnosti;
- Područje Divčibara nedvosmisleno ima potencijal razvoja turizma, s tim da je u nastavku razvoja neophodno slediti logiku razvoja održivog turizma, kako bi se glavni atraktori sačuvali i unapredili;
- Izuzetno je važno obezbediti širok konsezus za dalji razvoj Divčibara, što podrazumeva zajedničku viziju i jasnu platformu razvoja iza koje će stati svi ključni interesni subjekti, u prvom redu lokalne samouprave na čijim teritorijama se nalazi turistički prostor Divčibara.

VI STANJE I POTREBE ŽIVOTNE SREDINE TURISTIČKOG PROSTORA DIVČIBARE

EKOLOŠKI PROFIL TURISTIČKOG PODRUČJA

Fizička zagađenost u turističkim destinacijama predstavlja rastuću pretnju za turizam kao poslovnu aktivnost. Zagađenost životne sredine predstavlja i estetski i fizički problem.

Kada prirodno okruženje izuzetne vrednosti počne da privlači sve više i više posetilaca i turista, sve veće i već površine u okviru tog prostora postaju interesantne za razvoj različitih sadržaja turističke infrastrukture i suprastrukture. Na taj način se pokušava sa izlaženjem u susret rastućim potrebama turista, međutim, lako se može dogoditi da upravo takav razvoj postane glavni faktor odumiranja destinacije, jer turisti počinju da traže druge destinacije koje će na bolji način odgovoriti njihovim potrebama za predelima izuzetnih prirodnih odlika. Bez jasno upostavljenog sistema zaštite i kontrole razvoja turističkog područja, razvojni entiteti u sve većoj meri nastoje da kreiraju i zadovolje stalno rastuće potrebe turista i posetilaca – prodavnice, ugostiteljski sadržaji, parking prostori, toaleti, itd. – što jasno degradira inicijalnu svrhu dolaska turista u prirodno okruženje.

Buka takođe predstavlja veliki problem, ne samo u savremenom životu visoko urbanizovanih područja, već i u ruralnom okruženju – saobraćaj u velikoj meri menja i ugrožava floru i faunu prirodnog okruženja. Noćni mir je često narušen bukom iz ugostiteljskih objekata, koji svoju ponudu prilagođavaju potrebama mladih, što u velikoj meri utiče na smanjenje turističke tražnje povezan sa destinacijom od ključnih ciljnih grupa.

Još jedan oblik zagađenja je estetska forma vizuelne zagađenosti područja neujednačenom arhitekturom objekata koji se podižu na teritoriji turističkog prostora. Nedostatak kontrole i neplanska gradnja su najčešći uzroci ovog problema, pošto razvojni entiteti nastoje da pribave zemljište i grade jeftino, kako bi obezbedili što veće profitne margine, ne obazirući se na estetiku objekta i na to kako se objekat uklapa u prirodni ambijent. Izgradnja objekata u vikend naseljima na području Divčibara predstavlja dobar primer vizuelnog zagađenja prirodnog okruženja.

Nemaran odnos prema prirodnom okruženju u velikoj meri imaju i turisti, ostavljajući ogromne količine smeća u prirodi, naročito na mestima koja su predviđena za piknike i druge forme masovnog okupljanja (prilikom organizacije manifestacija i događaja). Dodatno, problem pojačava i neefikasna reakcija i loše funkcionisanje komunalnih službi, zaduženih za odnošenje čvrstog otpada, što je i spomenuto prilikom održavanja pripreme radionice za izradu Studije u Valjevu.

U skladu sa Deklaracijom o ekoturizmu iz Kvebeka, ekoturizam "prihvata principe održivog turizma... i sledi principe koji ga razlikuju od šireg koncepta održivog turizma:

- Aktivno doprinosi očuvanju prirodnog i kulturnog nasleđa;
- Uključuje lokalne zajednice u planiranje, razvoj i upravljanje turizmom, doprinoseći na taj način njihovom blagostanju;
- Omogućava bolji pristup i interpretaciju prirodnog i kulturnog nasleđa u destinaciji svim posetiocima;
- Bolje je prilagođen individualnim turistima i manjim grupama turista."

Ekoturizam predstavlja koncept koji ima poseban značaj u kontekstu razvoja područja Divčibara, jer podrazumeva očuvanje, održivost i biološki diverzitet u destinaciji. Kao razvojni instrument, ekoturizam u velikoj meri može da unapredi imidž i način razumevanja same destinacije, kako kod turista (na tržištu), tako i kod samog lokalnog stanovništva.

U praksi, dobro planiran koncept ekoturizma, sa efikasnim upravljanjem, se pokazao kao jedan od najefektivnijih instrumenata za dugoročno očuvanje biodiverziteta kada se steknu prethodni uslovi (tržišna opravdanost, menadžment kapacitet na prostoru destinacije, kao i jasan i kontrolisan odnos između koncepta ekoturizma i razvoja i očuvanja).

Ekoturizam predstavlja formu održivog turizma, koja sledi jasne principe koji:

- osiguravaju prethodno dobro informisanje i uključenost svih ključnih subjekata;
- osiguravaju podjednako, efektivno i aktivno učešće svih stejkholdera;
- daju mogućnost lokalnoj zajednici da jasno kažu "ne" razvoju turizma – ali i da budu jasno informisani, efektivni i aktivni učesnici u procesu razvoja turizma u odnosu na prostor i na ljude, i
- promovišu procese kontrole, upravljanja i unapređenja prostora i sadržaja od strane lokalnih zajednica.

Koncept ekoturizma bi trebalo da omogući jasnu perspektivu razvoja turističkog prostora Divčibara. U tom smislu, neophodno je da se pristupi sistemskom planiranju i određivanju prioriteta u dinamici razvoja, kao i prepoznavanju resursa neophodnih za realizaciju planiranih aktivnosti.

Visoravan Divčibare i zaštićena područja prirode imaju suštinski uticaj na opredeljivanje ekološkog profila turističkog prostora, jer je, zajedno sa povoljnim klimatskim karakteristikama, prirodno okruženje najvažniji atraktor za privlačenje turista u ovu destinaciju.

Zaštita i očuvanje prostora predstavlja *conditio sine qua non* za održivi razvoj turizma, a odnosi se na ceo ekosistem i biodiverzitet. Današnji ekološki profil određenih celina u prostoru (kao što su vikend naselja) je neodrživ u smislu razvoja ekološkog turizma. Za eventualni tretman ovog prostora su potrebna veća finansijska ulaganja, ali pre svega jasan koncept fizičkog razvoja destinacije, koji bi trebalo ustrojiti fizičkim master planom.

Za određivanje ekološkog profila turističkog prostora, od izuzetne važnosti je prepoznavanje uticaja humanog kapitala. Jasnim konceptom koji podrazumeva podizanje svesti i jačanje ljudskih kapaciteta u domenu razumevanja koncepta održivog razvoja i ekoturizma kao jedne od alternativa, produžava se opstanak turističkog prostora kao ekološke celine.

Turistički potencijal Divčibara kao ograničenog prostora se ne bi smeo dovesti u pitanje zbog lošeg kadrovskeg potencijala, jer bi se time doveo u pitanje koncept razvoja destinacije i njenog potencijalnog eko-identiteta. Mora se sprečiti degradacija turističkog prostora sa svim svojim kompleksnim sistemima i očuvati i unaprediti postojeće stanje životne sredine.

Upravo imajući u vidu osnovne prirodne karakteristike prostora Divčibara, kao i trenutne ponude, profila turista i potencijalnih ciljnih grupa razvoja turističkog proizvoda destinacije, definisan je predlog turističkih proizvoda, koji u punoj meri poštuje koncept održivog razvoja turizma i prepoznaje potrebu planskog pristupa u svim fazama razvoja destinacije – konceptualizaciji, planiranju, realizaciji, upravljanju i mehanizmima kontrole.

PROGRAM ZAŠTITE I RAZVOJA TURISTIČKOG PROSTORA

Imajući u vidu da je turizam privredna grana koja predstavlja snažnu polugu razvoja, pre svega ruralnih područja, razvoj se mora odvijati prema principima ekoturizma, koji će ujedno predstavljati i način za diferenciranje Divčibara od konkurentskih destinacija.

Svaki turistički prostor je ograničen resursima, a uspešnost se može postići samo sinhronizovanom akcijom između razvojnih i marketinških instrumenata. Očuvanje životne sredine mora da bude u fokusu svih razvojnih mera, jer pronalaženje odgovarajućeg balansa između autonomnog razvoja destinacija i očuvanja životne sredine sa jedne strane, i razvoja konkurentne ekonomske aktivnosti sa druge strane može da postane veliki izazov. Upravo turizam može da postane pokretačka snaga za konzervaciju i razvoj Divčibara kao destinacije.

U razvoju turističkog prostora Divčibara, maksimalno moraju da se uvažavaju principi odgovornog i održivog turizma. To znači da se mora razumeti trenutna situacija, kontekst trenutnog razvoja i izvršiti identifikacija potencijala. U tom smislu, ova Studija predstavlja inicijalni korak ka odgovornom razvoju Divčibara kao turističke destinacije, jer sagledava opravdanost proglašenja turističkog prostora.

Dalje, razvoj turističkog prostora podrazumeva postupak master planiranja, koji bi trebalo da definiše mere i instrumente za dolaženje u željeno stanje u dugoročnoj perspektivi, uvažavajući principe održivog razvoja turizma. Pronalaženje prave ravnoteže je, kao što je već rečeno, izuzetno težak zadatak i podrazumeva pronalaženje konsenzusa o ključnim pitanjima razvoja destinacije:

- vizije i modela rasta;
- plana konkurentnosti;
- plana investicija;
- marketing plana; i
- plana implementacije.

Strategijski master plan razvoja turizma zapravo predstavlja formu dogovora između ključnih stejkholdera o određenom (malom) broju ključnih razvojnih pitanja. On služi kao okvir za održivi razvoj, zasnovan na javno – privatnom partnerstvu.

PRIKAZ MOGUĆIH ŠTETNIH UTICAJA NA ŽIVOTNU SREDINU

U uvodnim napomenama ove glave je u skraćenom obimu razmatran negativan uticaj koji (neplanski) razvoj turizma može imati po stanje i perspektivu prirodnog okruženja. Međutim, kao zahtev se nameće predstavljanje štetnih uticaja razvoja turizma na životnu sredinunešto detaljnije:

- Kao jedan od najvažnijih štetnih uticaja razvoja turizma označena je predimenzioniranost i neadekvatna osmišljenost turističke ponude, koja uzrokuje suboptimalno korišćenje prostora, kao ultimativno ograničenog resursa, a samim tim se ovakav razvoj negativno reflektuje na stanje životne sredine;
- U vezi sa prethodnim su i interesi razvojnih entiteta za sve većom komercijalizacijom prostora, pa, u tom smislu, dolazi do sve veće degradacije poljoprivrednih površina, posebno livadskih i šumskih kompleksa;
- Pojačan intenzitet saobraćaja u turističkim destinacijama izaziva zagađenje bukom i zagađivanje vazduha izduvnim gasovima;
- Nekontrolisan promet turista dovodi do promene flore i faune. Branje šumskih plodova, seča šuma, šumski požari, zagađenja hidrografskih objekata, lov i ribolov, buka motora, trase saobraćajnica i ljudska nemarnost usloveli su smanjenje biodiverziteta na mnogim turističkim prostorima;
- Sve intenzivniji razvoj turizma uslovljava uvećanu potrošnju čiste vode i uvećanu količinu otpadnih voda. Hemijsko, fizičko i bakteriološko zagađenje hidrosfere može imati katastrofalne posledice po životnu sredinu, ali i negativan povratni uticaj na turizam, pa se pitanja održivog upravljanja vodosnabdevanjem i tretmana otpadnih voda nameću kao ključna infrastrukturna pitanja u upravljanju turističkim prostorom;
- Turizam može uticati i na degradaciju pejzaža kroz neadekvatnu arhitekturu, koja prouzrokuje estetsku formu vizuelne zagađenosti. Radi se o predimenzioniranim i neprimerenim objektima, kao i velikoj gustini izgradnje.

Posebno mesto u programu zaštite i razvoja turističkog prostora zauzima rešavanje problema skladištenja i odlaganja otpada. Ovaj problem je tretiran prostorno – planskom dokumentacijom, uz uvažavanje zakonskih odredbi. Međutim, neophodno je, u kontekstu razrade rešenja za potrebe Studije

opravdanosti proglašenja turističkog prostora Divčibare, posebno naglasiti izvore nastanka i vrste otpada u turističkom prostoru:



Održivi razvoj destinacije podrazumeva uvođenje sistema za prikupljanje i odnošenje komunalnog i opasnog otpada, a u cilju očuvanja i zaštite turističkog prostora.

Prikupljanje, odlaganje i tretman komunalnog otpada, posebno opasnog, predstavlja složen problem. Ova aktivnost u turističkom prostoru može značajno smanjiti turistički potencijal. U prvoj fazi je potrebno napraviti konsenzus oko nosioca poslova upravljanja otpadom, a u drugoj fazi je potrebno uvesti obavezu posebnih mera bezbednosti i zaštite turističkog prostora. Ako se životna sredina ne vrednuje na adekvatan način, čistoća samog prostora će biti ugrožena i umanjena. Zakonska regulativa propisuje načine i procedure za tretman otpada, ali je potrebno vršiti nadzor nad sprovođenjem regulative i obezbediti odgovarajuće resurse za neometano obavljanje ovih aktivnosti.

Upravljač turističkim prostorom, nezavisno od toga kom entitetu će biti povereno upravljanje otpadom, mora da izvrši prethodne radnje u cilju efikasnog obavljanja ovog, za turistički prostor, izuzetno važnog seta poslova. U tom smislu, neophodno je:

- upoznati lokalno stanovništvo i turiste sa zakonskim i podzakonskim aktima koji se odnose na odvojeno prikupljanje otpada (na prijemčiv način, koji će biti uklopljiv sa željenim imidžom destinacije);
- organizovati sistem prikupljanja otpada sa razvrstavanjem na mestu nastanka – ova aktivnost može postati održiva u sklopu odgovarajućeg biznis modela koji se može razraditi sa reciklerima i entitetom kome je povereno upravljanje čvrstim otpadom;

- uspostaviti sistem monitoringa u postupku prikupljanja, sortiranja, odlaganja i predaje otpada na dalji tretman u saradnji sa glavnim emiterima otpada u okviru turističkog prostora (ugostiteljski objekti);
- efikasan mehanizam kažnjavanja za učinjene prekršaje u odnosu na propisane zakonske i procedure donete u okviru same destinacije.

U okviru turističkog prostora ne postoje tehnološka postrojenja koja bi svojim radom ugrožavala stanje i perspektivu životne sredine. Negativni uticaji na prirodno okruženje će, u slučaju Divčibara, biti posledica ugrožavanja prostora usled velike posećenosti i nepridržavanja striktnih i jasnih procedura ponašanja od strane turista.

STRATEŠKE SMERNICE I EKOLOŠKI AKCIONI PLAN

Razvoj i zaštita turističkog prostora pretpostavlja čvrsto opredeljenje i jasan kurs akcije koji će voditi računa o:

- zadovoljstvu posetilaca i turista isporučenom vrednošću, tj. doživljajima koje nudi destinacija;
- osposobljenosti pružalaca usluga (zaposlenih) da isporuče vrhunski kvalitetnu uslugu;
- konceptu održivog razvoja turističkog prostora Divčibare, u smislu investicija;
- održivom mehanizmu upravljanja destinacijom;
- integracijama u regionalne i nacionalne inicijative kojima će se povećati konkurentnost destinacije i uživati efekti sinergije od koncipiranja zajedničke ponude i marketinga turističkog klastera Jugozapadne Srbije.

Imajući u vidu prethodne napomene, kao i činjenicu da bi profil turističkog prostora presudno trebalo da bude određen ekološkim vrednostima, strategija i pravci razvoja Divčibara bi trebalo da budu oslonjeni na sledeće stubove:

- rekonstrukciju i modernizaciju infrastrukturnih kapaciteta;
- inovacije korišćenjem instrumenata ekoturizma;
- osposobljavanje, obrazovanje i profesionalno usavršavanje humanog kapitala u domenu isporučivanja vrhunske usluge za posetioce i turiste, uz puno poštovanje principa održivog razvoja turizma;
- planski pristup u razvoju kapaciteta turističke infrastrukture i suprastrukture;
- jačanje mehanizama destinacijskog marketinga sa jasnim profilisanjem destinacije u skladu sa prirodnim vrednostima koji je presudno određuju.

Razvoj turizma je najčešće usmeren na najatraktivnije delove prirodnog okruženja sa ciljem da ih komercijalizuje; s tim u vezi, neophodno je u planske dokumente ugraditi jasna ograničenja, mere i postupke podizanja svesti lokalnih zajednica i posetilaca o očuvanju životne sredine karakteristične za područje Divčibara. Razvijanje svesti i znanja o postupcima i procedurama zaštite predstavlja jedan od najvažnijih zadataka za budućeg upravljača turističkim prostorom Divčibare. Prevencija zagađenja turističkog prostora će se realizovati kroz organizaciju predavanja, korišćenjem elektronskih i štampanih medija, ali i jasnim uputstvima za ponašanje u okviru turističkog prostora koja će biti

uočljiva i postavljena korišćenjem prirodnih materijala na mestima sa najvećom frekvencijom turista.

Upravljanje turističkim prostorom mora da bude usmereno na sprečavanje negativnih uticaja privrede, industrije, poljoprivrede i divljeg odlaganja otpada u granicama prostora, na prirodno nasleđe, biljni i životinjski svet. Ne sme se dozvoliti narušavanje osnovnih vrednosti i karakteristika prostora, jer će se time umanjiti atraktivnost prostora i prestaće da postoji inicijalni razlog dolaska turista na Divčibare kao turističku destinaciju.

U postupku daljeg planiranja razvoja destinacije i valorizacije njenog turističkog potencijala, neophodno je posvetiti punu pažnju pitanjima zaštite u unapređenja stanja životne sredine. Ekološki akcioni plan turističkog prostora mora da obuhvati bitne mere rešavanja saobraćajne infrastrukture, kao i da obezbedi rešenja o dislociranju određenih delatnosti koje mogu biti pretnja ekološkom profilu Divčibara. Realizacija mera predviđenih ekološkim akcionim planom će, pre svega, podrazumevati rast ekološke svesti građana, a kasnije bi trebalo da postane proces sa jasnim aktivnostima koje će se ciklično realizovati, bez ograničenja u vremenu i prostoru (tj. sa efektima koji će se širiti i izvan granica turističkog prostora). Osnovni cilj dokumenta je razrada dugoročne vizije razvoja Turističkog prostora "Divčibare" kroz konkretna kratkoročna (i dugoročna) rešenja. Dobro osmišljene strateške preporuke za razvoj ekološkog akcionog plana će doprineti boljem razumevanju zajedničke vizije razvoja i većoj involviranosti svih ključnih subjekata odgovornih za pojedine segmente funkcionisanja i razvoja turističkog prostora.

VII IDENTIFIKACIJA I POTENCIJAL KLJUČNIH TURISTIČKIH PROIZVODA TURISTIČKOG PROSTORA DIVČIBARE

Turistički proizvod podrazumeva ukupna iskustva turista koja zadovoljavaju njihova očekivanja, uključujući iskustva sa smeštajem, prirodnim i kulturnim atrakcijama, zabavom, prevozom, ugostiteljstvom, domaćinima i slično. Srbija raspolaže mogućnostima za razvoj i komercijalizaciju nekoliko **turističkih proizvoda** koje možemo podeliti na kratkoročno uspešne ("quick win") i dugoročno uspešne ("long run").

U kratkoročno uspešne turističke proizvode odnosno proizvode sa najvećim prilikama da se brzo plasiraju na tržište spadaju:

- Gradski odmor ("City Break");
- Kružna putovanja ("Touring");
- Poslovni turizam + MICE;
- Događaji ("Events");
- Specijalni interesi.

Proizvodi koji zahtevaju velika ulaganja odnosno dugoročno uspešni turistički proizvodi obuhvataju:

- Zdravstveni turizam ("Spa & Wellness")
- Planine i jezera ("Mountain and Lake Holidays");
- Nautika ("Nautics");
- Ruralni turizam.

Prilikom sagledavanja mogućnosti i opredeljivanja za turistički proizvod, neophodno je imati u vidu potrebu za obezbeđivanjem održivog razvoja i zaštite ovog visokovrednog prostora - Divčibare su i Strategijom razvoja turizma Republike Srbije prepoznate kao jedan od ključnih prirodnih resursa u razvoju turističkog klastera Jugozapadna Srbija.

Imajući u vidu karakteristike na tržištu turističke tražnje, kao i rezultate benčmark analize, u definisanju turističkog proizvoda za Divčibare presudan uticaj treba da ima doživljaj turista, odnosno iskustva koja se kroz turističke proizvode nude. U tom smislu, predlaže se definisanje iskustvenih turističkih zona u okviru predloženog turističkog prostora, u odnosu na koje će se vršiti profilisanje turističkih proizvoda, a time i ključnih investicionih projekata.

Iskustvena zona I – centar za održavanje zdravlja, aktivni odmor i poslovni turizam– obuhvata naselja Divčibare i Kraljev sto (opštine Valjevo i Mionica), kaoi područje obuhvaćeno Planom detaljne regulacije “Vidik” (opština Kosjerić);

Iskustvena zona II – centar za avanturistički/ adrenalinski i aktivni turizam – obuhvata naselje Tometino Polje (opština Požega);

Iskustvena zona III – centar za ruralni turizam i gastronomiju – deo Maljena na teritoriji opština Kosjerić, Požega i Mionica. Centar za ruralni turizam je u selima opštine Kosjerić – Mionici, Skakavcima i Rosićima, dok u Tometinom Polju (Požega) i Osečenici (Mionica), predstavlja važan element komplementarne ponude, koji se razvija u sklopu realizacije mera podrške ruralnom razvoju.

Predloženi turistički proizvodi za područje Divčibara su sledeći, poređani po rangi prioriteta:

1. Planinski (letnji i zimski) aktivni odmor
2. Zdravstveni turizam – wellness
3. Poslovni turizam i MICE
4. Ruralni turizam i gastronomija
5. Kratki odmori
6. Specijalni interesi
7. Touring
8. Događaji i manifestacije.

PLANINSKI AKTIVNI ODMOR

Planinski aktivni odmor - glavna karakteristika proizvoda je skup različitih odmorišno – rekreativnih aktivnosti, u zavisnosti od godišnjeg doba. Letnji program podrazumeva aktivnosti poput velnesa, pešačenja i aktivnosti u prirodi, biciklizam, paraglajding, zmajarenje, itd. Zimske aktivnosti podrazumevaju skijanje, nordijsko skijanje, sankanje, klizanje, karling.

Specifikacija proizvoda:



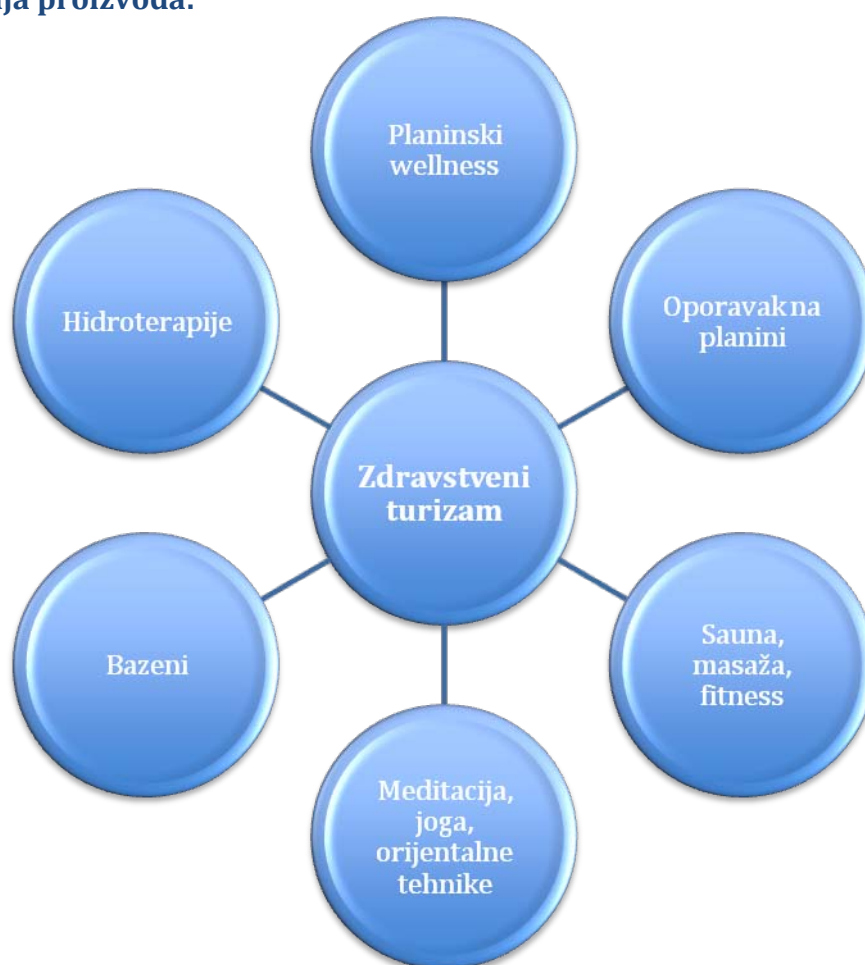
Marketinška strategija proizvoda Planinski aktivni odmor:

PLANINSKI AKTIVNI ODMOR	
Šanse	Oblici proizvoda
<p>Povoljni klimatski uslovi tokom cele godine</p> <p>Odmor na planini leti je primarna alternativa odmoru na moru</p> <p>Zimski odmor ima fokus na kvalitet ponude usluga i aktivnosti</p> <p>Velike mogućnosti za široku lepezu ponude</p>	<p>Porodični odmori</p> <p>Praznici</p> <p>Školski raspusti</p> <p>Pripreme sportista</p> <p>Aktivnosti na planini</p> <p>Zimski odmor i aktivnosti</p> <p>Letnji odmor i aktivnosti</p>
Tip gostiju	Geo tržišta
<p>Porodice sa decom</p> <p>Dečje grupe</p> <p>Mlađa populacija (18 – 25 godina)</p> <p>Grupe</p> <p>Aktivni individualci (do 45 godina)</p>	<p>Srbija, Crna Gora, strani rezidenti u Srbiji, Mađarska, Italija, Slovenija, Nemačka, Češka, Slovačka, Francuska</p>
Komunikacija	Distribucija
<p>Publikacije</p> <p>Oglašavanje</p> <p>Promocioni paket</p> <p>Sajmovi turizma</p> <p>Press putovanja</p> <p>Izleti upoznavanja</p> <p>Socijalne mreže</p>	<p>Rezervacioni sistemi</p> <p>Direktni marketing</p> <p>Turoperatora</p> <p>Specijalizovane agencije</p>

ZDRAVSTVENI TURIZAM – ZDRAVLJE I WELLNESS

Zdravstveni turizam –zdravlje i wellness (Divčibare kao "vazдушna banja") – proizvod se odnosi na klijente dobrog zdravlja, koji su u potrazi za programima koji će im omogućiti održavanje tog statusa. U pitanju su posetioци koji traže bolje zdravlje, smanjenje prekomerne težine, smanjenje efekata stresa, smanjenje bola i nelagodnosti, uklanjanje stresa, itd.

Specifikacija proizvoda:



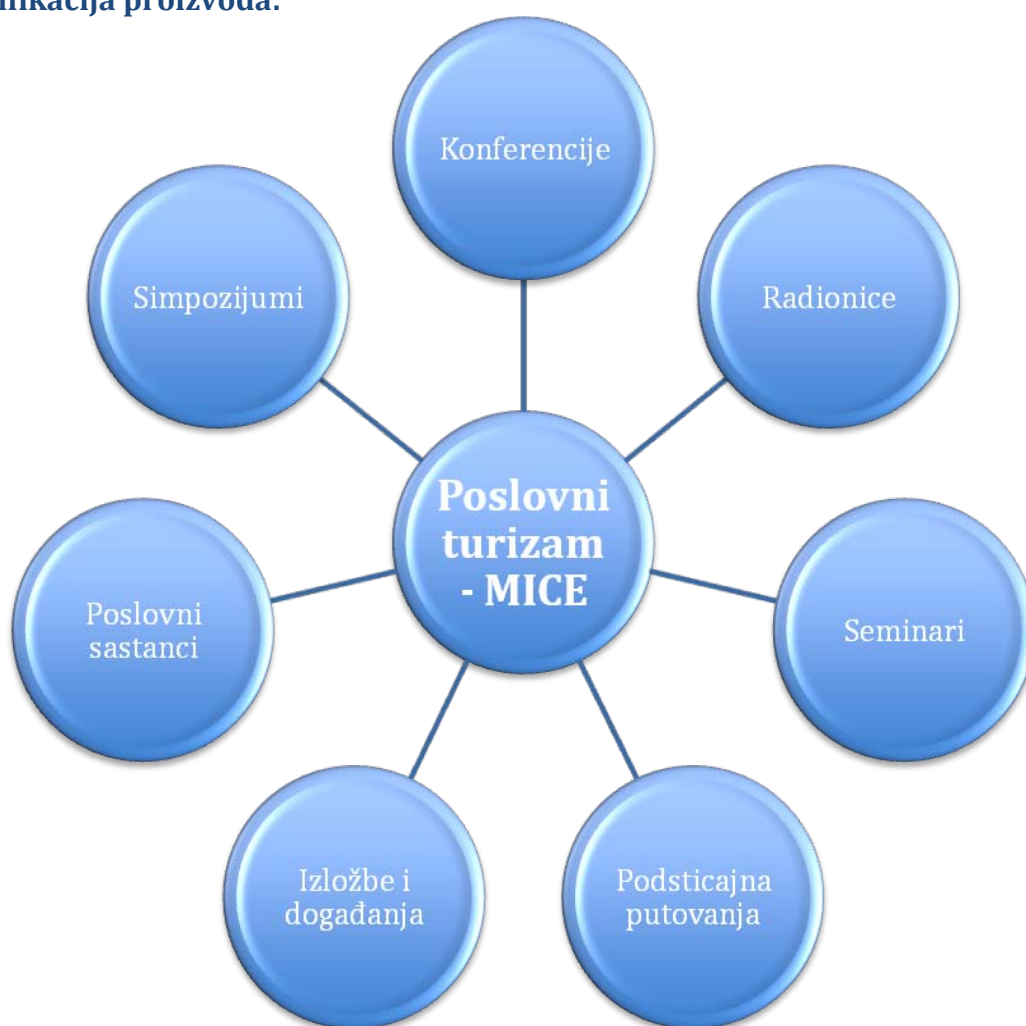
Marketinška strategija turističkog proizvoda Zdravstveni turizam:

ZDRAVSTVENI TURIZAM – ZDRAVLJE I WELLNESS	
Šanse	Oblici proizvoda
<p>Wellness – zdravlje je opšti trend Orijentacija proizvoda i prema muškim korisnicima i celim porodicama Stabilna tražnja tokom cele godine Relativno visok cenovni rang</p>	<p>Planinski wellness Oporavak na planini Sauna, masaža, fitness Meditacija, joga, orijentalne tehnike (Ayus Lomi, energetska masaža po meridijanima, hot stone masaža, shiatsu masaža, itd.) Bazeni Hidroterapije</p>
Tip gostiju	Geo tržišta
<p>Individualni gosti sa potrebom za zdravstvenim i wellness tretmanima Parovi bez dece Male grupe</p>	<p>Srbija, Crna Gora, strani rezidenti u Srbiji, Slovenija, Nemačka, Češka, Slovačka, Francuska, Rusija</p>
Komunikacija	Distribucija
<p>Internet stranice Publikacije Oglašavanje Specijalizovani sajmovi Press putovanja Izleti upoznavanja Socijalne mreže</p>	<p>Turoperatori Specijalizovane agencije Direktni marketing Poslovna partnerstva Mailing liste (slanje e-mailova)</p>

POSLOVNI TURIZAM - MICE

Poslovni turizam – MICE – organizovan oblik putovanja povezan sa poslovnim motivima. Ovaj proizvod uključuje sve ljude sa poslovnim motivima, isključujući radnike na privremenom radu. Podsegmenti ovog proizvoda su podsticajna (incentive) putovanja, individualna poslovna putovanja i sastanci, programi edukacije i obuka, korporativni poslovni sastanci, poslovni sajmovi i izložbe.

Specifikacija proizvoda:



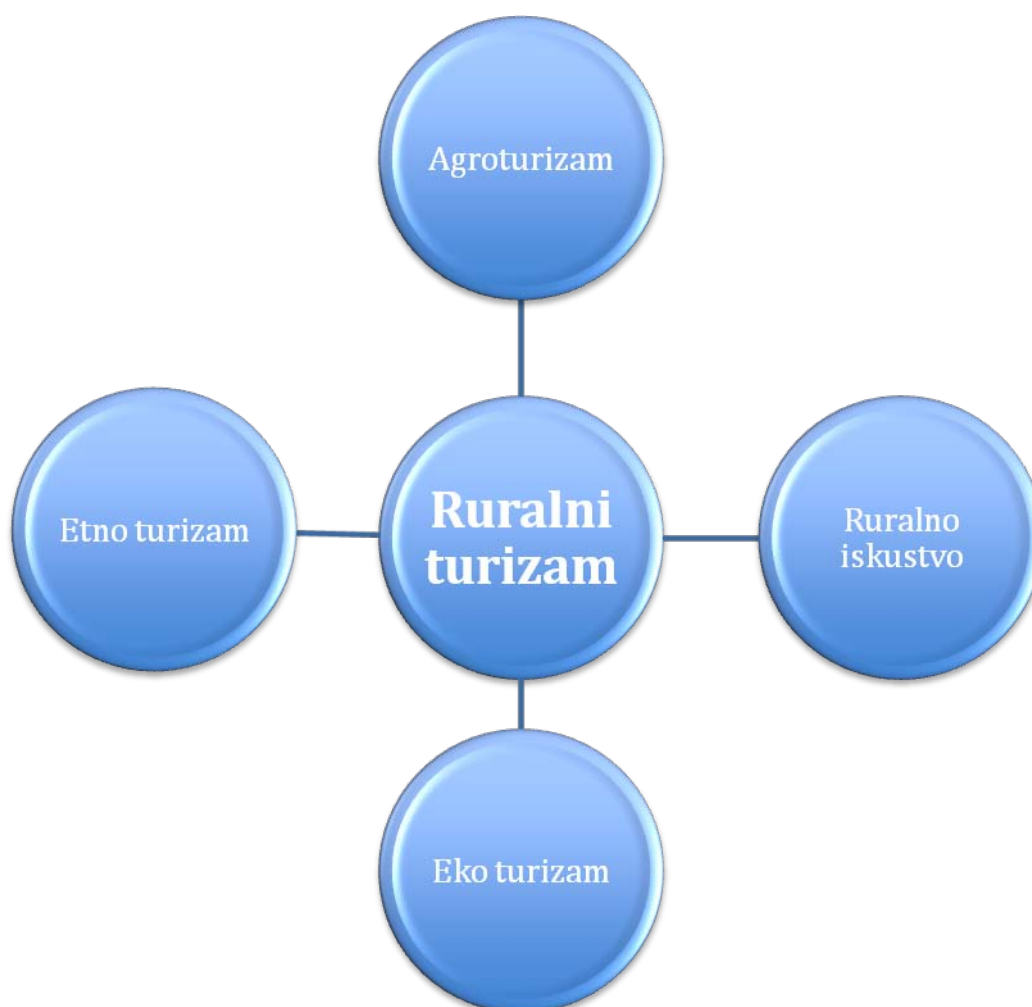
Marketinška strategija turističkog proizvoda Poslovni turizam – MICE:

POSLOVNI TURIZAM – MICE	
Šanse	Oblici proizvoda
<p>Visok nivo lojalnosti učesnika Produženi lanac vrednosti prema drugim elementima turističke ponude Generator dodatnih prihoda – procena je da svaki potrošeni evro generiše novih 8 – 12 evra dodatne potrošnje</p>	<p>Konferencije Radionice Seminari Podsticajna putovanja (incentives) Izložbe i događanja Poslovni sastanci Simpozijumi</p>
Tip gostiju	Geo tržišta
<p>Korporativni poslovni gosti Individualni poslovni gosti Institucije javne vlasti Republičke i regionalne agencije Udruženja, nevladine organizacije, međunarodne organizacije koje deluju u Srbiji</p>	<p>Srbija, Crna Gora, strani rezidenti u Srbiji, Bosna i Hercegovina, Makedonija, Bugarska, Rumunija, Mađarska, Slovenija, Austrija, Grčka, Nemačka, Italija</p>
Komunikacija	Distribucija
<p>Internet prezentacije Publikacije Oglašavanje Katalog proizvoda Press putovanja Izleti upoznavanja Socijalne mreže</p>	<p>Kongresni biro Srbije Korporativni marketing Meeting planeri Specijalizovane agencije Internet portali agencija</p>

RURALNI TURIZAM

Ruralni turizam (područje na teritoriji opštine Kosjerić, komplementarno - Tometino Polje i Osečenica) – podrazumeva širok spektar aktivnosti, usluga i dodatnih sadržaja koje organizuje ruralno stanovništvo na porodičnim gazdinstvima u cilju privlačenja turista i stvaranja dodatnog prihoda. Gostima se prezentuje tradicionalna gostoljubivost i životne vrednosti lokalnog stanovništva. Uključuje turističke aktivnosti kao što su: agroturizam, seoska gazdinstva, farme, eko-turizam, kulturni turizam i ostale oblike aktivnosti u ruralnom okruženju.

Specifikacija proizvoda:



Marketinška strategija turističkog proizvoda Ruralni turizam:

RURALNI TURIZAM	
Šanse	Oblici proizvoda
<p>Povoljni klimatski uslovi tokom cele godine Odmor na planini leti je primarna alternativa odmoru na moru Zimski odmor ima fokus na kvalitet ponude usluga i aktivnosti Velike mogućnosti za široku lepezu ponude</p>	<p>Agroturizam Ruralno iskustvo Eko turizam Etno turizam</p>
Tip gostiju	Geo tržišta
<p>Porodice sa decom Bračni parovi bez dece (penzioneri) Individualci/ grupe koji dolaze radi aktivnosti I specijalnih interesa</p>	<p>Srbija, Crna Gora, strani rezidenti u Srbiji, Slovenija, Makedonija, Grčka</p>
Komunikacija	Distribucija
<p>Internet prezentacije ponude ruralnog turizma Publikacije Oglašavanje Katalog proizvoda Press putovanja Izleti upoznavanja Socijalne mreže</p>	<p>Specijalizovane agencije Agencijski portali Individualne Internet prezentacije pružalaca usluga Udruženja pružalaca usluga u ruralnom turizmu Direktni marketing</p>

KRATKI ODMORI

Kratki odmori – trajanje između jednog i četiri dana (ponekad i duže), predstavlja drugi, treći ili četvrti odmor u godini. Glavni motiv kratkih odmora je skrivanje i beg od svakodnevnice u atmosferi planinskog rizorta (parovi), posao (manje grupe i pojedinci), događanja (grupe i pojedinci), događanja (grupe i porodice). Ovaj proizvod nema sezonalni karakter.

Specifikacija proizvoda:



Marketinška strategija turističkog proizvoda Kratki odmori:

KRATKI ODMORI	
Šanse	Oblici proizvoda
<p>Najnoviji trendovi ukazuju da se često uzimaju tzv. kratki odmori (2-4 dana)</p> <p>U pitanju je najbrže rastući turistički proizvod</p> <p>Realizuje se relativno visok prihod po gostu</p> <p>Lak pristup tržištu</p>	<p>Vikend odmori</p> <p>Događaji i aktivnosti u prirodi</p> <p>Posete interpretacionim centrima</p> <p>Istraživanja i radionice u prirodi</p> <p>Posebne prilike – Nova godina, godišnjice, medeni mesec, itd.</p>
Tip gostiju	Geo tržišta
<p>Bračni parovi bez dece</p> <p>Mlađi parovi</p> <p>Manje grupe prijatelja</p> <p>Individualni gosti</p>	<p>Srbija, Crna Gora, strani rezidenti u Srbiji, Makedonija, Bosna i Hercegovina, Mađarska, Grčka, Bugarska, Austrija</p>
Komunikacija	Distribucija
<p>Internet prezentacije</p> <p>Publikacije</p> <p>Oglašavanje</p> <p>Katalog proizvoda</p> <p>Izleti upoznavanja</p> <p>Socijalne mreže</p>	<p>Turoperatori</p> <p>Putničke agencije</p> <p>Direktni marketing</p> <p>Rezervacioni sistemi</p> <p>Internet prezentacija Divčibara</p>

SPECIJALNI INTERESI

Specijalni interesi – proizvod pokriva više tržišnih niša, a predstavlja odmorišnu aktivnost koja se događa u specifičnom, udaljenom, ili divljem okruženju. Vrlo je usko povezan sa visokim nivoom učestvovanja u aktivnostima od strane turista, a karakteriše ga to što se događa na otvorenom prostoru. Proizvodi specijalnih interesa su vezani za određenu sezonu, ali pošto postoji veliki broj tržišnih niša, proizvod je aktivan tokom cele godine.

Specifikacija proizvoda:



Marketinška strategija turističkog proizvoda Specijalni interesi:

SPECIJALNI INTERESI	
Šanse	Oblici proizvoda
<p>Različiti elementi turističke ponude Divčibara u ovom domenu već postoje</p> <p>Lako je povezivanje sa ostalim proizvodima iz predloženog portfolija</p> <p>Relativno se lako pristupa inostranim tržištima</p>	<p>Kampovanje</p> <p>Planinarenje</p> <p>Pešačenje</p> <p>Biciklizam</p> <p>Lov i ribolov</p> <p>Jahanje</p> <p>Vožnja 4x4</p> <p>Verski turizam</p> <p>Adrenalinske aktivnosti</p>
Tip gostiju	Geo tržišta
<p>Porodice sa/ bez dece</p> <p>Aktivni individualni gosti</p> <p>Grupe prijatelja</p>	<p>Srbija, Crna Gora, strani rezidenti u Srbiji, Mađarska, Italija, Nemačka, Francuska, Austrija, Holandija, zemlje Skandinavije</p>
Komunikacija	Distribucija
<p>Oglašavanje</p> <p>Publikacije</p> <p>Specijalizovani sajmovi</p> <p>Internet prezentacije</p> <p>Katalog proizvoda</p> <p>Socijalne mreže</p>	<p>Specijalizovani turoperateri</p> <p>Specijalizovane agencije</p> <p>Interesna udruženja i klubovi</p> <p>Mailing liste (slanje e-mailova)</p> <p>Internet prezentacija Divčibara</p>

TOURING

Touring – predstavlja jedan od najznačajnijih proizvoda u receptivnom turizmu. Tura se osmišljava u skladu sa određenom temom, a većina tura traje od 2 do 4 noćenja. Glavne kategorije ovog proizvoda su: *touring uživanja*, *touring prirodne i tradicionalne scenografije*, *istraživački touring* (istrživanje u skladu sa posebnim zahtevima gostiju), *egzotični touring* (sličan istraživačkom sa ekstremnijim načinom provoda), itd.

Specifikacija proizvoda:



Marketinška strategija turističkog proizvoda Touring:

TOURING	
Šanse	Oblici proizvoda
Relativno brza komercijalizacija proizvoda Niski infrastrukturni zahtevi Kreativnost i mogućnost potpune kastomizacije u koncipiranju tura Fleksibilnost prilikom odabira i kombinovanja elemenata ponude Visoka kompatibilnost proizvoda sa proizvodima specijalnih interesa	Ture vidikovaca Divčibara Gastronomske ture Etno sela i seoske ture Ture najljepših lokacija Divčibara Canyoning ture
Tip gostiju	Geo tržišta
Stariji parovi bez dece Mlađi parovi bez dece Grupe Individualni turisti (penzioneri)	Srbija, Crna Gora, strani rezidenti u Srbiji, Nemačka, Austrija, Italija, Velika Britanija, Skandinavija, Mađarska, Češka, Slovačka
Komunikacija	Distribucija
Internet prezentacije Oglašavanje Promocioni paket Katalog proizvoda Press putovanja Izleti upoznavanja Socijalne mreže	Turoperatori Direktni marketing Specijalizovani portali Turističke agencije Auto-moto uduženja

DOGAĐAJI I MANIFESTACIJE

Događaji i manifestacije – u postojećim okolnostima predstavljaju tradiciju, ali nedovoljno snažnu da bi se koristili za promociju turizma same destinacije i uticali na kreiranje imidža. Događaj je specifičan proizvod, jer se održava najčešće samo jednom godišnje i ima neobično jak uticaj na kreiranje imidža o destinaciji. Šire područje Divčibara svakako ima potencijal za razvoj tematsko - istorijskog područja. Svaki događaj ima svoju tradicijsku, kulturološku i istorijsku vrednost, što ga čini atraktivnim za turističku valorizaciju. Oblast Divčibara nema preterano bogatu lepezu događaja, i upravo iz ovog razloga postoji mogućnost za razvoj ovog proizvoda, koji za cilj treba da ima upotpunjavanje turističkih sadržaja i produžetak sezone.

Specifikacija proizvoda:



Marketinška strategija turističkog proizvoda Događaji i manifestacije:

DOGAĐAJI I MANIFESTACIJE	
Šanse	Oblici proizvoda
Mogućnosti za razvoj ovog tipa proizvoda na Divčibarama već postoje Snažan generator tražnje u mesecima sa slabom posećenošću Izuzetno jak uticaj na kreiranje imidža destinacije	Tradicionalni događaji Kulturne/ verske proslave Umetnost i zabava Sportska takmičenja Dečija takmičenja i zabavni program Privatni događaji

Fleksibilnost u koncipiranju i prilagodavanje u odnosu na ciljne grupe Kompatibilnost sa ostalim proizvodima iz predloženog portfolija	
Tip gostiju	Geo tržišta
Porodice sa decom Bračni parovi bez dece (penzioneri) Individualci/ grupe	Srbija, Crna Gora, strani rezidenti u Srbiji, Slovenija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Grčka
Komunikacija	Distribucija
Internet portali Publikacije Oglašavanje Sajmovi turizma Press putovanja Izleti upoznavanja Socijalne mreže	Individualni sajtovi Internet prezentacija Divčibara Direktni marketing Putničke agencije

VIII PREDLOŽENI MODEL UPRAVLJANJA TURISTIČKIM PROSTOROM

- Na turističkom području Divčibara, koje pokriva delove teritorija 4 opštine, ne postoji objedinjena organizacija za razvoj turizma. Iako postoje turističke organizacije u svim opštinskim centrima, njihovo delovanje je svedeno na promociju lokalne turističke ponude, zasnovane na krajnje skromnim i nerazvijenim turističkim proizvodima.
- Za uspešno upravljanje ovim turističkim prostorom potrebno je odrediti / formirati odgovarajuću instituciju koja će preuzeti ulogu lidera i, samim tim, ključnu odgovornost za pozicioniranje, promociju i dalji razvoj destinacije.
- Upravljač turističkog prostora može biti postojeća javna služba, ili privredno društvo koje je osnovano za obavljanje delatnosti u oblasti turizma i to od strane javnog preduzeća odnosno Republike Srbije i/ili opštine, i u kome je kapital tog osnivača većinski. Upravljanje turističkim prostorom može se poveriti i drugom pravnom licu koje se određuje po sprovedenom postupku javnog oglašavanja ili prikupljanjem ponuda (čl.14 Zakona o turizmu RS, "Sl. Glasnik RS", broj 36/2009 i 88/2010).
- Upravljač turističkog prostora donosi programe i druga akta kojima se reguliše bliži okvir režima razvoja i korišćenja kao i mere zaštite turističkog prostora. (čl.18 Zakona o turizmu RS, "Sl.Glasnik RS", broj 36/2009 i 88/2010).

Upravljač turističkog prostora:

- obezbeđuje uslove za uređivanje korišćenje unapređivanje i zaštitu građevinskog zemljišta
- koordinira aktivnosti pravnih i fizičkih lica koji obavljaju poslove u oblasti turizma i pratećih delatnosti
- koordinira razvoj projekata turističke infrastrukture i turističke suprastrukture na principima održivog razvoja
- stara se o namenskoj upotrebi državne imovine radi kvalitetne valorizacije resursa
- upravlja građevinskim zemljištem i stara se o nepokretnostima koje su mu date na korišćenje

- stara se o mestu postavljanja i načinu isticanja turističke signalizacije
 - donosi programe i akta koji se odnose na vršenje poslova upravljanja
 - obavlja i druge poslove u skladu sa zakonom i aktom o proglašenju turističkog prostora
- Turistički prostor “Divčibare” nalazi se na samom početku izgradnje odgovarajućeg lanca vrednosti. Iz tih razloga su apostrofirane određene aktivnosti kako bi se formirao odgovarajući „paket ponude” koji se može efikasno plasirati na turističkom tržištu. Posebno je neophodno da se:
 - ✓ Izradi Master plan “Divčibare” i definišu ključne investicije za razvoj turističke destinacije;
 - ✓ Uspostavi neposredna i dugoročna veza sa Nacionalnom turističkom razvojnom korporacijom i promovišu potencijali za investiranje;
 - ✓ obezbedi maksimalna podrška postojećim i potencijalnim investitorima za ulaganja u turistički sektor destinacije;
 - ✓ intenzivno pristupi realizaciji izgradnje odgovarajuće turističke suprastrukture i turističke infrastrukture;
 - ✓ Izradi Pogram razvoja turističkih proizvoda i kreira lanac vrednosti;
 - ✓ otpočne sa procesom obrazovanja i podizanja nivoa lokalnog stanovništva i biznis sektora u čitavom turističkom segmentu;
 - ✓ Izradi i realizuje integralni marketing program za područje čitave destinacije.
 - Između učesnika javnog i privatnog sektora treba uspostaviti odgovarajuće partnerstvo. To je najvažniji preduslov kako bi se adekvatno razvili planirani turistički proizvodi i ukupan “paket ponude” na ovoj destinaciji. Takođe, bez javno- privatne saradnje nije moguće efikasno realizovati planirane investicije. Javno-privatna saradnja nameće se u svim segmentima izgradnje odgovarajuće konkurentnosti turističkog sektora, a posebno u domenu obezbeđivanja odgovarajućih uslova investiranja i upravljanja prostorom.
 - U skladu sa Zakonom o javno – privatnom partnerstvu, isto se može realizovati kao ugovorno ili institucionalno. (Službeni glasnik RS, broj /2011).

- Uvidom u nadležnosti, interese, potencijale i zainteresovane subjekte za partnerstvo u realizaciji vizije razvoja turizma, ocenjuje se da u javnom sektoru zainteresovani sledeći subjekti za očuvanje i razvoj turističkog prostora Divčibare:
 - ✓ Lokalna samouprava – Opštine Valjevo, Mionica, Kosjerić i Požega
 - ✓ Turističke organizacije opština Valjevo, Mionica, Kosjerić i Požega
 - ✓ Regionalna razvojna agencija “Zlatibor”
 - ✓ Regionalna turistička organizacija “Zapadna Srbija”
 - ✓ JP „Srbija Šume”,
 - ✓ Ministarstvo zaduženo za poslove zaštite životne sredine i prostornog planiranja;
 - ✓ Ministarstvo zaduženo za poslove turizma;
 - ✓ Turistička organizacija Srbije
 - ✓ Nacionalna turistička razvojna korporacija

- U privatnom sektoru postoji relativno mali broj potencijalno zainteresovanih subjekata, ali svakako treba računati na nove investitore za programe namenjene tržištu;

- Ključni privredni subjekt jeste HTD “Vujić” Divčibare, koji poseduje skoro polovinu trenutno raspoloživih smeštajnih kapaciteta

- S obzirom na relativno veliki broj zainteresovanih subjekata, neophodno je harmonizovati i koordinirati različite interese u skladu sa zajedničkim interesom za održivi razvoj prostora i obezbediti potrebnu organizacionu i menadžment strukturu koja će biti sposobna da odgovori izazovima razvoja turističkog prostora, kao i da svojim razvojnim kapacitetom povratno utiče na unapređenje predloženih rešenja u skladu sa konkretnim promenama u okruženju.

- Predlaže se da se proces formiranja Destinacijske menadžment organizacije (DMO) u skladu sa Zakonom o javno – privatnom partnerstvu, koja bi se odvijala u dve ključne faze:

- I u prvoj fazi treba formirati Duštvo posebne namene «Divčibare» u formi d.o.o sa javnim kapitalom, kao upravljača turističkog prostora, odlukama Skupština 4 opštine sa ovog područja, a u skladu sa preporukama Studije opravdanosti proglašenja turističkog prostora;
- II druga faza podrazumeva uključivanje privatnog kapitala, i to putem raspisivanja javnog poziva u skladu sa Zakonom o JPP I Zakonom o turizmu.

Destinacijska menadžment organizacija treba da ima pet primarnih funkcija:

- ✓ ekonomski pokretač izgradnje konkurentskog turističkog lanca vrednosti destinacije;
 - ✓ marketinška, posebno promociono prodajne aktivnosti «paketa ponude» destinacije;
 - ✓ koordinator uključenih javnih i privatnih interesnih subjekata;
 - ✓ predstavnik uključenih interesnih subjekata prema eksternim javnim i privatnim institucijama; i
 - ✓ graditelj svesti o potrebi održivog razvoja turizma destinacije;
- U početnom periodu navedena javno-privatna partnerska organizacija bila bi sa 51% učešća javnog kapitala. Nakon toga stvarala bi se mogućnost da privatni vlasnici preuzmu majoritet, uz kontrolni paket četiri opštine.β

IX EKONOMSKO – FINANSIJSKA OPRAVDANOST PROGLAŠENJA TURISTIČKOG PROSTORA

POLAZNEPRETPOSTAVKE, ULAZNIPODACIIOPREDELJENJA

Ekonomska analiza opravdanosti proglašenja turističkog prostora Divčibare se zasniva na sledećim pretpostavkama i ulaznim podacima:

- na procenjenoj sadašnjoj vrednosti do sada izvršenih investicionih ulaganja u kapacitete turističke ponude na Divčibarama;
- na dostignutom novou, obimu i strukturi turističkih usluga koje svojim gostima i posetiocima pružaju preduzeća i preduzetnici iz oblasti turističke privrede Divčibara;
- na dostignutom nivou prodajnih cena turističkih usluga i nabavnih cena elemenata procesa reprodukcije s kraja 2011. godine;
- na pretpostavci, odnosno postulatu stalnih cena turističkih usluga i ulaznih elemenata procesa reprodukcije s kraja 2011. godine;
- na kursu od 103 RSD za 1 € kao preovlađujućem kursu s kraja 2011. godine.

PROCENASADAŠNJEVREDNOSTIDOSADAŠNJIHKAPITALNIHULAGANJA

Pri proceni sadašnje vrednosti fiksne imovine svih turističkih kapaciteta na području turističkog prostora Divčibare primenjen je metod indirektnog obračuna koji se zasniva na podacima o broju raspoloživih kreveta ukupne turističke ponude Divčibara i specifičnih investicija po jednom krevetu, zavisno od kategorije turističkog objekta u kome se oni nalaze. Preko navedenih relacija je utvrđena nabavna vrednost fiksne imovine raspoloživih turističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare, odnosno koliko bi novca danas bilo potrebno da se izgradi ukupna danas raspoloživa turistička infrastruktura na ovom području.

U sledećoj iteraciji sačinjenih obračuna izvršena su sagledavanja neto sadašnje vrednosti fiksne imovine raspoloživih kapaciteta turističke ponude na turističkom prostoru Divčibare, tako što je primenjen metod procene stepena otopisanosti ovih kapaciteta od momenta njihovog puštanja u rad do danas. Tako utvrđena neto sadašnja vrednost fiksne imovine turističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare je u daljim analizama figurirala kao osnovica za obračun troškova amortizacije, troškova osiguranja, troškova poreza na imovinu

i drugih troškova u razvijenom modelu bilansa uspeha turističkog prostora Divčibare kao celine.

Bilansni obračun vrednosti fiksne imovine danas raspoloživih kapaciteta turističkog prostora Divčibare je prema sledećem:

Elementi	€	
	Vrednosti	Vrednosti
Hoteli sa 4 *		
- broj kreveta	500	120
- specifične investicije po krevetu	20.000	14000
- investiciona vrednost	10.000.000	1.680.000
- stepen otpisanosti	60	60
- sadašnja vrednost	4.000.000	672.000
Hoteli sa 3 *		
- broj kreveta	75	120
- specifične investicije po krevetu	14.000	10000
- investiciona vrednost	1.050.000	1.200.000
- stepen otpisanosti	60	60
- sadašnja vrednost	420.000	480.000
Hoteli sa 2 *		
- broj kreveta	60	
- specifične investicije po krevetu	8.000	
- investiciona vrednost	480.000	
- stepen otpisanosti	60	
- sadašnja vrednost	192.000	
Konačišta		
- broj kreveta	140	25
- specifične investicije po krevetu	5.000	10000
- investiciona vrednost	700.000	250.000

- stepen otpisanosti	60	60	
- sadašnja vrednost	280.000	100.000	
<hr/>			
Odmarališta			
- broj kreveta	200	456	
- specifične investicije po krevetu	5.000	3000	
- investiciona vrednost	1.000.000	1.368.000	
- stepen otpisanosti	70	70	
- sadašnja vrednost	300.000	410.400	
<hr/>			
Privatni kategorisani smeštaj			
- broj kreveta	435		
- specifične investicije po krevetu	4.000		
- investiciona vrednost	1.740.000		
- stepen otpisanosti	50		
- sadašnja vrednost	870.000		
<hr/>			
Seoski turizam			
- broj kreveta	700		
- specifične investicije po krevetu	3.000		
- investiciona vrednost	2.100.000		
- stepen otpisanosti	50		
- sadašnja vrednost	1.050.000		
<hr/>			
REKAPITULACIJA			
- broj kreveta	2.110	721	2.831
- ukupna investiciona vrednost	17.070.000	4.498.000	21.568.000
- otpisana vrednost	9.958.000	2.835.600	12.793.600
- sadašnja vrednost	7.112.000	1.662.400	8.774.400
<hr/>			

KAPACITETI I STEPEN POPUNJENOSTI KAPACITETA

Prema raspoloživim informacijama, turističko područje Divčibare danas raspolaže sa ukupno 2.831 krevetom u turističkim objektima različite kategorizacije, a bliži podaci o tome su prema sledećem:

Turistički kapaciteti	Broj kreveta
Hoteli sa 4 *	620
Hoteli sa 3 *	195
Hoteli sa 2 *	60
Konačišta	165
Odmarališta	656
Privatni kategorisani smeštaj	435
Seoski turizam	700
Ukupno	2.831

Takođe, prema raspoloživim informacijama, stepen popunjenosti raspoloživih kapaciteta na turističkom prostoru Divčibare se kreće u rasponu od 5 do 55%, zavisno od kategorije i tipa turističkog objekta, odnsono turističke ponude. Najveći stepen popunjenosti kapaciteta imaju odmarališta – oko 55%, a najniži stepen popunjenosti beleže kapaciteti u kategorisanom privatnom smeštaju – oko 5%. Dtaljniji podaci o stepenu popunjenosti raspoloživih kapaciteta turističke ponude turističkog prostora Divčibare su prema sledećem:

Turistički kapaciteti	Popunjenost u %
Hoteli sa 4 *	33
Hoteli sa 3 *	30
Hoteli sa 2 *	25
Konačišta	20
Odmarališta	55
Privatni kategorisani smeštaj	5
Seoski turizam	8

PROJEKCIJE BROJAGOSTIJU

Na bazi iznetih podataka o broju raspoloživih kreveta ukupne turističke ponude turističkog prostora Divčibare i stepenu prosečne popunjenosti ovih kapaciteta, sačinjeni su obračuni i projekcije broja gostiju, odnosno turista koji će u narednom desetogodišnjem periodu koristiti raspoložive turističke kapacitete turističkog prostora Divčibare. U ovoj analizi je pretpostavljeno da će svi gosti biti na kompletnoj usluzi smeštaja i pansiona, što je uzeto u obzir prilikom obračuna prihoda od turističkih usluga smeštaja i pansiona.

Turistički kapaciteti	Broj kreveta	Popunjenost u %	Broj pansiondana
Hoteli sa 4 *	620	33	74.679
Hoteli sa 3 *	195	30	21.353
Hoteli sa 2 *	60	25	5.475
Konačišta	165	20	12.045
Odmarališta	656	55	131.692
Privatni kategorisani smeštaj	435	5	7.939
Seoski turizam	700	8	20.440
Ukupno	2.831		273.622

Uz krajnje obazrivu procenu da će broj gostiju korisnika usluga turističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare u narednom desetogodišnjem periodu rasti po stopi od 3% godišnje, sačinjene su projekcije broja gostiju po kategorijama kapaciteta a prema sledećem detaljnijem pregledu:

Proizvodi	j.m.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hoteli sa 4 *	pansiondan	74.679	76.919	79.227	81.604	84.052	86.573	89.171	91.846	94.601	97.439
Hoteli sa 3 *	pansiondan	21.353	21.993	22.653	23.332	24.032	24.753	25.496	26.261	27.049	27.860
Hoteli sa 2 *	pansiondan	5.475	5.639	5.808	5.983	6.162	6.347	6.537	6.734	6.936	7.144
Konačišta	pansiondan	12.045	12.406	12.779	13.162	13.557	13.963	14.382	14.814	15.258	15.716
Odmarališta	pansiondan	131.692	135.643	139.712	143.903	148.221	152.667	157.247	161.965	166.823	171.828
Privatni kategorisani smeštaj	pansiondan	7.939	8.177	8.422	8.675	8.935	9.203	9.479	9.764	10.057	10.358
Seoski turizam	pansiondan	20.440	21.053	21.685	22.335	23.005	23.696	24.406	25.139	25.893	26.670
Ukupno		273.622	281.831	290.286	298.994	307.964	317.203	326.719	336.521	346.616	357.015

PRODAJNECENE TURISTIČKIH USLUGA SMEŠTAJA I PANSIONA

U ovoj analizi ekonomske racionalnosti i opravdanosti proglašenja Ddivčibara kao turističkog prostora, za potrebe obračuna prihoda od usluga korišćene su cene s kraja 2011. godine koje su, zavisno od kategorije turističkog kapaciteta, prema sledećim podacima:

Rbr.	Usluge smeštaja i pansiona	J.m.	€
1	Hotelisa 4 *	pansion	30
2	Hotelisa 3 *	pansion	30
3	Hotelisa 2 *	pansion	25
4	Konačišta	pansion	25
5	Odmarališta	pansion	20
6	Privatnikategorisanismeštaj	pansion	8
7	Seoskiturizam	pansion	18

PRIHODODPRODAJE

Na bazi napred iznetih projekcija broja gostiju u narednom desetogodišnjem periodu i napred navedenih cena usluga smeštaja sa punim pansionom, sačinjeni su obračuni prihoda od prodaje usluga smeštaja i pansiona prema sledećem detaljnijem pregledu:

€

Kapaciteti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hoteli sa 4 *	2.240.370	2.307.581	2.376.809	2.448.113	2.521.556	2.597.203	2.675.119	2.755.373	2.838.034	2.923.175
Hoteli sa 3 *	640.575	659.792	679.586	699.974	720.973	742.602	764.880	787.826	811.461	835.805
Hoteli sa 2 *	136.875	140.981	145.211	149.567	154.054	158.676	163.436	168.339	173.389	178.591
Konačišta	301.125	310.159	319.464	329.047	338.919	349.086	359.559	370.346	381.456	392.900
Odmarališta	2.633.840	2.712.855	2.794.241	2.878.068	2.964.410	3.053.342	3.144.943	3.239.291	3.336.470	3.436.564
Privatni kategorisani smeštaj	63.510	65.415	67.378	69.399	71.481	73.625	75.834	78.109	80.453	82.866
Seoski turizam	367.920	378.958	390.326	402.036	414.097	426.520	439.316	452.495	466.070	480.052
Ukupno	6.384.215	6.575.741	6.773.014	6.976.204	7.185.490	7.401.055	7.623.087	7.851.779	8.087.333	8.329.953

TROŠKOVIPOSLOVANJA

S obzirom da je poslovanje turističkih kapaciteta s kopčano sa odgovarajućim troškovima, u ovoj analizi je izvršena njihova kvantifikacija koja je urađena prema sledećim metodološkim obrazloženjima i obračunskim pregledima:

Troškovi sirovina i materijala

Troškovi sirovina i materijala (namirnice, piće, sredstva za higijenu i drugo) su obračunati u visini od 65% od prihoda od prodaje.

		€									
Elementi		1,0	2,0	3,0	4,0	5,0	6	7	8	9	10
Prihod od prodaje		6.703.426	6.904.529	7.111.664	7.325.014	7.544.765	7.771.108	8.004.241	8.244.368	8.491.699	8.746.450
Troškovi sirovina i materijala		4.189.641	4.315.330	4.444.790	4.578.134	4.715.478	4.856.942	5.002.651	5.152.730	5.307.312	5.466.531

Troškovi energije

Pretpostavljeno je da će se po jednom gostu trošiti 3 kWh električne energije kao varijabilni deo i 2 kWh kao fiksni deo i 0,25 litara tečnih goriva godišnje, što na godišnjem novu, uz rast obima poslovnih aktivnosti po stopi do 3% godišnje iskazuje sledeće količinske potrebe za energijom i energentima svih turističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare:

Vrsta energije ili energenta	j.m.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Električna ener.	kWh	1.368.111	1.409.155	1.451.429	1.494.972	1.539.821	1.586.016	1.633.596	1.682.604	1.733.082	1.785.075
Tečna goriva	lit.	68.406	70.458	72.571	74.749	76.991	79.301	81.680	84.130	86.654	89.254

Troškovi energije su obračunati na osnovu napred iskazanih potreba za energijom i energentima i cena električne energije i tečnih goriva s kraja 2011. godine koje su prema sledećem:

€		
Vrsta energije ili energenta	j.m.	€/j.m.
Elektricna energija	kWh	0,05
Tečna goriva	lit.	1,35

U skladu sa napred iznetim kvantifikacijama potreba za eneregijom i podacima o cenama energije i energenata, sačinjen je pregled godišnjih troškova energije turističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare, prema sledećem:

€										
Vrsta energije	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Električna energija	65.148	67.103	69.116	71.189	73.325	75.525	77.790	80.124	82.528	85.004
Tečna goriva	92.348	95.118	97.971	100.911	103.938	107.056	110.268	113.576	116.983	120.493
Ukupno	157.496	162.221	167.087	172.100	177.263	182.581	188.058	193.700	199.511	205.496

Troškovi amortizacije

Obračun troškova amortizacije turističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare je izvršen uz pretpostavku da od ukupno procenjene sadašnje vrednosti njihove fiksne movine koja je posle svake procene istovremeno i nabavna (8.774.400 €) na građevinske objekte i prateću građevinsku infrastrukturu otpada 60% (ili 5.264.640 €), anaopremu 40% (ili 3.509.760 €) i uz primenu stope otpisa od 2,5% za građevinske objekte i 8% za opremu.

€

Elementi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Građevinskiobjekti										
Nabavna vrednost 1.1.	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640
Stopa otpisa	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Godišnji iznos amortizacije	131.616	131.616	131.616	131.616	131.616	131.616	131.616	131.616	131.616	131.616
Oprema										
Nabavna vrednost 1.1.	3.509.760	3.509.760	3.509.760	3.509.760	3.509.760	3.509.760	3.509.760	3.509.760	3.509.760	3.509.760
Stopa otpisa	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Godišnji iznos amortizacije	280.781	280.781	280.781	280.781	280.781	280.781	280.781	280.781	280.781	280.781
Ukupni troškovi amortizacije	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397

Troškovi održavanja građevinskih objekata i opreme

Troškovi održavanja građevinskih objekata i opreme su obračunati postotkom od 0,5%, odnosno 1% naprocentno usadašnju vrednost građevinskih objekata i opreme, respektivno.

Ovakom potvrđenim troškovima uvećanje troškove eksternih usluga održavanja građevinskih objekata i opreme koji nastaju po osnovu uangažovanja specijalizovanih organizacija na poslova održavanja.

€

Elementi	Stopa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Troškovi održavanja građevinskih objekata	0,005	26.323	26.323	26.323	26.323	26.323	26.323	26.323	26.323	26.323	26.323
Troškovi održavanja opreme	0,010	35.098	35.098	35.098	35.098	35.098	35.098	35.098	35.098	35.098	35.098
Troškovi eksternih usluga		50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Ukupno troškovi održavanja		111.421	111.421	111.421	111.421	111.421	111.421	111.421	111.421	111.421	111.421

Troškovi bruto zarada zaposlenih

Troškovi bruto zarada su obračunati na osnovu procene broja ukupno zaposlenih radnika u svim turističkim kapacitetima turističkog područja Divčibare (cca 100 radnika) i prosečne mesečne bruto zarade u iznosu od 400 € uz godišnji rast po stopi od 3% po osnovu povećanja obima rada.

	€									
Elementi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Broj radnika	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Mesečni brutolični dohodak po zaposlenom	400	412	424	437	450	464	478	492	507	522
Broj meseci angažovanja	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
Troškovi brutoličnih dohodaka radnika	480.000	494.400	509.232	524.509	540.244	556.452	573.145	590.339	608.050	626.291

Ostali materijalni troškovi

Ovom kategorijom troškova su obuhvaćeni svi neopomenuti materijalni troškovi koji se mogu pojaviti u poslovanju turističkih organizacija i uopšte u turističkom biznisu. Jednim svojim delom planirani iznos na ime ostalih materijalnih troškova u sebi sadrži i rezervisanja za materijalne troškove za slučaj da dođe do poremećaja na tržištu ulaznih elemenata procesa reprodukcije bilo na strani ponude bilo na strani cenovnih relacija.

	€									
Naziv	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ostali materijalni troškovi	120.000	123.600	127.308	131.127	135.061	139.113	143.286	147.585	152.012	156.573
Ukupno	120.000	123.600	127.308	131.127	135.061	139.113	143.286	147.585	152.012	156.573

Troškovi porezanja na imovinu

Saglasno zakonskim propisima, porez na imovinu se obračunava primenom stope od 0,40% na vrednost građevinskih objekata. U skladu sa ovim, sačinjen je obračun troškova poreza na imovinu turističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare prema sledeće pregledu:

€										
Elementi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Procenjena vrednost građevinskih objekata	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640	5.264.640
Stopa poreza	0,400									
Godišnjitroškoviporezanaimovinu	21.059	21.059	21.059	21.059	21.059	21.059	21.059	21.059	21.059	21.059

Nematerijalnitroškovi

Poslovanje preduzeća je, takođe, s kopčano i sa brojnim nematerijalnim troškovima i izdacima koji se odnose na razne neproizvodne usluge, doprinose komorama i poslovnim udruženjima, sudske takse, troškove platnog prometa i druge. Ukupni godišnji iznos nematerijalnih troškova trurističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare je procenjen na 180.000 € u prvoj godini uz godišnji rast po stopi od 3% u narednim godinama prema sledećoj bližoj specifikaciji:

€										
Naziv	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Neproizvodne usluge	100.000	103.000	106.090	109.273	112.551	115.927	119.405	122.987	126.677	130.477
Platni promet	50.000	51.500	53.045	54.636	56.275	57.964	59.703	61.494	63.339	65.239
Doprinosi komorama i udruženjima	30.000	30.900	31.827	32.782	33.765	34.778	35.822	36.896	38.003	39.143
Ukupno	180.000	185.400	190.962	196.691	202.592	208.669	214.929	221.377	228.019	234.859

BILANSUSPEHA

Projekcije očekivanih vrednosnih relacija prihoda i rashoda turističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare za period od deset narednih godina su sačinjene na osnovu svih napred datih obračuna kapaciteta, popunjenosti

kapaciteta, očekivanog broja gostiju, prodajnih cena turističkih usluga i specifičnih troškova poslovanja.

€

Pozicija	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
UKUPNIPRIHODI	6.703.426	6.904.529	7.111.664	7.325.014	7.544.765	7.771.108	8.004.241	8.244.368	8.491.699	8.746.450
POSLOVNIPRIHODI	6.703.426	6.904.529	7.111.664	7.325.014	7.544.765	7.771.108	8.004.241	8.244.368	8.491.699	8.746.450
Prihodi od prodaje	6.384.215	6.575.741	6.773.014	6.976.204	7.185.490	7.401.055	7.623.087	7.851.779	8.087.333	8.329.953
Ostali prihodi	319.211	328.787	338.651	348.810	359.275	370.053	381.154	392.589	404.367	416.498
UKUPNIRASHODI	5.816.013	5.974.147	6.137.025	6.304.790	6.477.587	6.655.568	6.838.889	7.027.709	7.222.194	7.422.514
POSLOVNIRASHODI	5.816.013	5.974.147	6.137.025	6.304.790	6.477.587	6.655.568	6.838.889	7.027.709	7.222.194	7.422.514
RASHODI DIREKTNOG MATERIJALAI ROBE	4.189.641	4.315.330	4.444.790	4.578.134	4.715.478	4.856.942	5.002.651	5.152.730	5.307.312	5.466.531
Troškovi materijala za izradu	4.189.641	4.315.330	4.444.790	4.578.134	4.715.478	4.856.942	5.002.651	5.152.730	5.307.312	5.466.531
Troškovi nabavne vrednosti robe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DRUGI POSLOVNIRASHODI	1.626.372	1.658.817	1.692.235	1.726.656	1.762.109	1.798.626	1.836.239	1.874.979	1.914.883	1.955.983
Troškovi energije	157.496	162.221	167.087	172.100	177.263	182.581	188.058	193.700	199.511	205.496
Amortizacija	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397
Održavanje	111.421	111.421	111.421	111.421	111.421	111.421	111.421	111.421	111.421	111.421
Lični dohoci	480.000	494.400	509.232	524.509	540.244	556.452	573.145	590.339	608.050	626.291
Ostali troškovi poslovanja	120.000	123.600	127.308	131.127	135.061	139.113	143.286	147.585	152.012	156.573
Nematerijalni troškovi	180.000	185.400	190.962	196.691	202.592	208.669	214.929	221.377	228.019	234.859
Porezi na imovinu	21.059	21.059	21.059	21.059	21.059	21.059	21.059	21.059	21.059	21.059
Porezi i doprinosi	144.000	148.320	152.770	157.353	162.073	166.935	171.944	177.102	182.415	187.887
FINANSIJSKI RASHODI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kamate na kredite	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DOBIT (gubitak)	887.413	930.382	974.639	1.020.225	1.067.178	1.115.539	1.165.352	1.216.659	1.269.505	1.323.936
POREZ	88.741	93.038	97.464	102.022	106.718	111.554	116.535	121.666	126.950	132.394
NETODOBIT	798.672	837.343	877.175	918.202	960.460	1.003.985	1.048.817	1.094.993	1.142.554	1.191.542

Projektivani bilans uspeha turističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare je sintetički izraz njihovog poslovanja u zadatim uslovima polaznih pretpostavki i opredeljenja. Ukoliko se proces reprodukcije poslovnog sistema turističkog prostora Divčibare bude odvijao u skladu sa datim pretpostavkama po pitanju obima i dinamike rasta poslovnih aktivnosti i po pitanju strukture i obima troškova

poslovanja, u narednom desetogodišnjem periodu se mogu očekivati poslovni rezultati prema napred iznetim podacima.

OBRAČUN POTREBNIH OBRTHNIH SREDSTAVA I OBAVEZA IZ TEKUĆEG POSLOVANJA

Obračun obrtnih sredstava i obaveza iz tekućeg poslovanja

Obračun potrebnih obrtnih sredstava i obaveza iz tekućeg poslovanja je sačinjen na bazi podataka projektovanog bilansa uspeha. Ovaj obračun pokazuje kakve će biti potrebe turističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare za ulaganjima u trajna obrtna sredstva u zadatim uslovima obima i dinamike procesa reprodukcije. Istovremeno, ovaj obračun pokazuje i kakve će biti mogućnosti finansiranja ulaganja u trajna obrtna sredstva na teret tekućih obaveza prema poveriocima.

	€									
POZICIJA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Godišnji promet										
OBRTNA SREDSTVA										
1. Zalihe	4.189.641	4.315.330	4.444.790	4.578.134	4.715.478	4.856.942	5.002.651	5.152.730	5.307.312	5.466.531
2. Potraživanja	6.703.426	6.904.529	7.111.664	7.325.014	7.544.765	7.771.108	8.004.241	8.244.368	8.491.699	8.746.450
3. Novčana sredstva	6.703.426	6.904.529	7.111.664	7.325.014	7.544.765	7.771.108	8.004.241	8.244.368	8.491.699	8.746.450
OBAVEZE IZ TEKUĆEG POSLOVANJA										
1. Dobavljači	4.347.137	4.477.551	4.611.877	4.750.234	4.892.741	5.039.523	5.190.709	5.346.430	5.506.823	5.672.027
2. Bruto plate	480.000	494.400	509.232	524.509	540.244	556.452	573.145	590.339	608.050	626.291
3. Amortizacija	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397
4. Ostale obaveze	253.800	262.417	271.292	280.434	289.850	299.548	309.537	319.826	330.424	341.340
Koeficijenti obrta										
OBRTNA SREDSTVA										
1. Zalihe	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
2. Potraživanja	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
3. Novčana sredstva	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
OBAVEZE IZ TEKUĆEG										

POSLOVANJA

1. Dobavljači	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
2. Bruto plate	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
3. Amortizacija	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
4. Ostale obaveze	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12

Godisnji iznos

OBRTNA SREDSTVA

1. Zalihe	174.568	179.805	185.200	190.756	196.478	202.373	208.444	214.697	221.138	227.772
2. Potraživanja	558.619	575.377	592.639	610.418	628.730	647.592	667.020	687.031	707.642	728.871
3. Novčana sredstva	37.241	38.358	39.509	40.695	41.915	43.173	44.468	45.802	47.176	48.591

OBAVEZE IZ TEKUĆEG
POSLOVANJA

1. Dobavljači	543.392	559.694	576.485	593.779	611.593	629.940	648.839	668.304	688.353	709.003
2. Bruto plate	40.000	41.200	42.436	43.709	45.020	46.371	47.762	49.195	50.671	52.191
3. Amortizacija	34.366	34.366	34.366	34.366	34.366	34.366	34.366	34.366	34.366	34.366
4. Ostale obaveze	21.150	21.868	22.608	23.369	24.154	24.962	25.795	26.652	27.535	28.445

Obračun potrebnih obrtnih sredstava

€

Elementi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Zalihe	174.568	179.805	185.200	190.756	196.478	202.373	208.444	214.697	221.138	227.772
- sirovine i materijal	174.568	179.805	185.200	190.756	196.478	202.373	208.444	214.697	221.138	227.772
- gotovi proizvodi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Potraživanja	558.619	575.377	592.639	610.418	628.730	647.592	667.020	687.031	707.642	728.871
Novčana sredstva	37.241	38.358	39.509	40.695	41.915	43.173	44.468	45.802	47.176	48.591
Ukupno	770.428	793.541	817.348	841.868	867.124	893.138	919.932	947.530	975.956	1.005.234

Obračun obaveza iz tekućeg poslovanja

€

Elementi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Dobavljači	543.392	559.694	576.485	593.779	611.593	629.940	648.839	668.304	688.353	709.003
Bruto plate	40.000	41.200	42.436	43.709	45.020	46.371	47.762	49.195	50.671	52.191
Amortizacija	34.366	34.366	34.366	34.366	34.366	34.366	34.366	34.366	34.366	34.366
Porezi i doprinosi	21.150	21.868	22.608	23.369	24.154	24.962	25.795	26.652	27.535	28.445
Ukupno	638.908	657.128	675.895	695.224	715.133	735.640	756.762	778.517	800.925	824.006

Obračun potrebnih ulaganja u trajna obrtna sredstva u godini finansijskih projekcija

€

Elementi	Godišnje	Koeficijenti	Potrebna
Opis	potrebe	obrta	obrtna sr.
OBRTNA SREDSTVA			770.428
Trajna obrtna sredstva	4.189.641		174.568
1.1. Zalihe materijala	4.189.641	24	174.568
Druga obrtna sredstva	13.406.852		595.860
2.1. Potraživanja od kupaca	6.703.426	12	558.619
2.2. Žiro račun	6.703.426	180	37.241
IZVORI OBRTNIH SREDSTAVA			638.908
1. Dobavljači	4.347.137	8	543.392
2. Bruto lični dohoci	480.000	12	40.000
3. Amortizacija	412.397	12	34.366
4. Ostale obaveze	253.800	12	21.150
POTREBNA OBRTNA SREDSTVA			131.520

Obračundinamikepotrebnihulaganjautrajnaobrtnasredstva

€

Elementi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
POTREBNA SREDSTVA										
OBRTNA										
Obrtna sredstva - 1.1.	0	770.428	793.541	817.348	841.868	867.124	893.138	919.932	947.530	975.956
Obrtna sredstva na dan 31.12.	770.428	793.541	817.348	841.868	867.124	893.138	919.932	947.530	975.956	1.005.234
IZVORI										
Obaveze iz tekućeg poslovanja	638.908	657.128	675.895	695.224	715.133	735.640	756.762	778.517	800.925	824.006
TRAJNA OBRTNA SREDSTVA	131.520	136.413	141.453	146.644	151.991	157.498	163.170	169.013	175.030	181.229
POTREBNA ULAGANJA U TOS	131.520	4.893	5.040	5.191	5.347	5.507	5.672	5.843	6.018	6.198
Ikz kredita poslovne banke	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Iz tekućih priliva preduzeća	131.520	4.893	5.040	5.191	5.347	5.507	5.672	5.843	6.018	6.198

CASH FLOW ANALIZA

Cash flow analiza, odnosno neto rezultate analize izraza rađivačkih sposobnost preduzeća. Usvojenoj osnovi, ova analiza zasnovana na prilivima osnovna i neto dobiti, amortizacije kredita i odlika osnovna i investicionih ulaganja osnovna sredstva, ulaganja u trajna i obrtna sredstva i otplata dugoročnih i kratkoročnih kredita. U preciznijoj varijanti obračuna, pored napredno navedenih osnovna i odlika, Cash flow analiza svojoj prilivnoj strani uključuje prilive osnovna i promena godišnjih stanja na pozicijama likvidne aktive i tekućih obaveza koje po definiciji predstavljaju prilive, a na odlika strani promena na ovim pozicijama koje znače odlika. U sačinjenom obračunu Cash flow analiza je pretpostavljena da će se ceo iznos amortizacije tokom godine koristiti za investicije u zamenu do trajnih osnovnih sredstava.

Varijanta 1

Elementi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
€										
PRILIVI										
Neto dobit	798.672	837.343	877.175	918.202	960.460	1.003.985	1.048.817	1.094.993	1.142.554	1.191.542
Amortizacija	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397
Dugoročni krediti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ukupno prilivi	1.211.068	1.249.740	1.289.572	1.330.599	1.372.857	1.416.382	1.461.213	1.507.390	1.554.951	1.603.939
ODLIVI										
Ulaganja u osnovna sredstva	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397
Ulaganja u trajna i obrtna sredstva	131.520	4.893	5.040	5.191	5.347	5.507	5.672	5.843	6.018	6.198
2.1. Iz kredita poslovne banke	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.2. Iz tekućih priliva	131.520	4.893	5.040	5.191	5.347	0	0	0	0	0
Otplate kredita	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.1. Dugoročni krediti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.2. Kratkoročni krediti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ukupno odlivi	543.917	417.290	417.437	417.588	417.744	417.904	418.069	418.239	418.415	418.595

NETO NOVČANI PRILIV

667.152 832.450 872.135 913.011 955.113 998.478 1.043.144 1.089.150 1.136.536 1.185.344

Varijanta 2

€

POZICIJA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PRILIV										
Netodobit	798.672	837.343	877.175	918.202	960.460	1.003.985	1.048.817	1.094.993	1.142.554	1.191.542
Dugoročni zajmovi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortizacij	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397
Povećanje dobavljača	543.392	16.302	16.791	17.295	17.813	18.348	18.898	19.465	20.049	20.651
Povećanje ostalih kratkoročnih obaveza	95.516	1.918	1.976	2.035	2.096	2.159	2.224	2.290	2.359	2.430
Smanjenje zaliha	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Smanjenje potraživanja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Smanjenje gotovine i HOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ukupno priliv	1.849.977	1.267.960	1.308.339	1.349.928	1.392.766	1.436.889	1.482.335	1.529.145	1.577.359	1.627.020
ODLIV										
Investiciona ulaganja	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397	412.397
Smanjenje dobavljača	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Smanjenje ostalih kratkoročnih obaveza	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Povećanje zaliha	174.568	5.237	5.394	5.556	5.723	5.894	6.071	6.253	6.441	6.634
Povećanje potraživanja	558.619	16.759	17.261	17.779	18.313	18.862	19.428	20.011	20.611	21.229
Povećanje gotovine i HOV	37.241	1.117	1.151	1.185	1.221	1.257	1.295	1.334	1.374	1.415
Otplate dugoročnih zajmova	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otplate kratkoročnih zajmova	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ulaganja u obrtna sredstva	131.520	4.893	5.040	5.191	5.347	5.507	5.672	5.843	6.018	6.198
Ukupno odliv	1.314.345	440.403	441.243	442.108	443.000	443.918	444.863	445.837	446.840	447.874
NETO NOVČANI PRILIV	535.632	827.557	867.096	907.820	949.766	992.971	1.037.472	1.083.308	1.130.519	1.179.146

FINANSIJSKITOK

€

Elementni	Ukupno	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PRIHODI	87.601.664	15.477.826	6.904.529	7.111.664	7.325.014	7.544.765	7.771.108	8.004.241	8.244.368	8.491.699	10.726.450
Poslovni prihodi	76.847.264	6.703.426	6.904.529	7.111.664	7.325.014	7.544.765	7.771.108	8.004.241	8.244.368	8.491.699	8.746.450
Izvori finansiranja	8.774.400	8.774.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- sosptvena sredstva	8.774.400	8.774.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ostatak vrednosti	1.980.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.980.000
RASHODI	71.089.364	14.398.277	5.659.681	5.827.132	5.999.606	6.070.537	6.248.679	6.432.165	6.621.155	6.815.815	7.016.316
Investicije	8.955.629	8.905.920	4.893	5.040	5.191	5.347	5.507	5.672	5.843	6.018	6.198
- osnovna sredstva	8.774.400	8.774.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- obrtna sredstva	181.229	131.520	4.893	5.040	5.191	5.347	5.507	5.672	5.843	6.018	6.198
Poslovni rashodi (bez amortizacije)	61.752.469	5.403.616	5.561.750	5.724.628	5.892.393	6.065.190	6.243.172	6.426.492	6.615.313	6.809.798	7.010.117
Porez na bruto dobit	1.097.083	88.741	93.038	97.464	102.022	106.718	111.554	116.535	121.666	126.950	132.394
Anuiteti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NETO PRILIVI	16.512.300	1.079.548	1.244.847	1.284.532	1.325.408	1.474.228	1.522.429	1.572.076	1.623.213	1.675.884	3.710.135
Prosečno godišnje	1.651.230										

Financijski tok kao specifičan ekonomski tok je izraz likvidnosti projekta, odnosno preduzeća u životnom veku projekta. Prema iznetim podacima ovog obračuna, turistički kapaciteti turističkog prostora Divčibare posmatrani kao projekat će u potpunosti zadovoljiti zahteve likvidnosti u projektovanom desetogodišnjem periodu.

EKONOMSKITOK

Ekonomskitokjenovčanitokprojektovantakodaomogućiocenurentabilnosti (profitabilnosti) investicionihulaganja. Ekonomskitokusvojimprilivimauključujeukupanprihodaneuključujeizvorefinsiranja.

Oniseuovomobračunskomiskazuizostavljajujerjeuračunurentabilitetaupravopotrebnopokazatiukojmeriikomperioduprojekatsamposebimožedaotplatiulaganja. Sdrugestrane, uodlivimasuprisutnaukupnainvesticionaulaganja.

Stopainterneekonomskeefektivnosti je ona diskontna stopa koja kriterijum njegove sadašnje vrednosti svodi na nulu. Po definiciji, to je ona diskontna stopa u čijim uslovima realizacija datog investicionog projekta investitoru ne donosi ni dobitke ni gubitke.

Netosadašnjavrednostprojekta je reprezent dinamičkih kriterijuma njihove ocene. Obračunava se tehnikama i procedurama diskontnog računa. Neto sadašnja vrednost projekta je zbir diskontovanih neto novčanih priliva projekta u njegovom životnom veku svedenih na sadašnji vremenski trenutak.

U svojoj suštini, stopa interne ekonomske efektivnosti je ona kamatna stopa koju bi projekat mogao da podnese pod uslovom da se sva ulaganja finansiraju iz kredita poslovne banke, dok je neto sadašnja vrednost projekta izraz neto efekata investiranja svedenih na današnji dan.

Stopainterneekonomskeefektivnosti - IRR

€

Elementi	Ukupno	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
UKUPAN PRIHOD	75,167,870	6,384,215	6,575,741	6,773,014	6,976,204	7,185,490	7,401,055	7,623,087	7,851,779	8,087,333	10,309,953
Prihodi od prodaje	73,187,870	6,384,215	6,575,741	6,773,014	6,976,204	7,185,490	7,401,055	7,623,087	7,851,779	8,087,333	8,329,953
Ostatak vrednosti	1,980,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,980,000
UKUPNI RASHODI	70,417,299	14,278,277	5,536,081	5,699,824	5,868,479	6,042,194	6,221,120	6,405,414	6,595,236	6,784,736	6,985,938
Investicije	8,943,413	8,905,920	4,893	5,040	5,191	5,347	5,507	5,672	5,843	0	0
- osnovna sredstva	8,774,400	8,774,400	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- obrtna sredstva	169,013	131,520	4,893	5,040	5,191	5,347	5,507	5,672	5,843	0	0
Troškovi osnovnih sirovina	48,029,540	4,189,641	4,315,330	4,444,790	4,578,134	4,715,478	4,856,942	5,002,651	5,152,730	5,307,312	5,466,531
Troškovi energije	1,805,511	157,496	162,221	167,087	172,100	177,263	182,581	188,058	193,700	199,511	205,496

Amortizacija	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Održavanje	1,114,208	111,421	111,421	111,421	111,421	111,421	111,421	111,421	111,421	111,421	111,421
Lični dohoci	5,502,662	480,000	494,400	509,232	524,509	540,244	556,452	573,145	590,339	608,050	626,291
Kamate na kredite	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ostali troškovi	2,063,498	180,000	185,400	190,962	196,691	202,592	208,669	214,929	221,377	228,019	234,859
Porezi i doprinosi	2,958,467	253,800	262,417	271,292	280,434	289,850	299,548	309,537	319,826	330,424	341,340
NETO PRIHOD	4,750,571	-7,894,062	1,039,660	1,073,190	1,107,725	1,143,297	1,179,935	1,217,673	1,256,543	1,302,597	3,324,014
DISKONTOVANI NETO PRIHOD	0	-7,243,535	875,369	829,137	785,293	743,719	704,301	666,931	631,506	600,703	1,406,575
INTERNA STOPA	9.0										

Netosadašnjavrednost (NPV)

€

Elementi	Ukupno	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
UKUPAN PRIHOD	75,167,870	6,384,215	6,575,741	6,773,014	6,976,204	7,185,490	7,401,055	7,623,087	7,851,779	8,087,333	10,309,953
Prihodi od prodaje	73,187,870	6,384,215	6,575,741	6,773,014	6,976,204	7,185,490	7,401,055	7,623,087	7,851,779	8,087,333	8,329,953
Ostali prihodi	1,980,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,980,000
UKUPNI RASHODI	70,417,299	14,278,277	5,536,081	5,699,824	5,868,479	6,042,194	6,221,120	6,405,414	6,595,236	6,784,736	6,985,938
Investicije	8,943,413	8,905,920	4,893	5,040	5,191	5,347	5,507	5,672	5,843	0	0
- osnovna sredstva	8,774,400	8,774,400	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- obrtna sredstva	169,013	131,520	4,893	5,040	5,191	5,347	5,507	5,672	5,843	0	0
Troškovi osnovnih sirovina	48,029,540	4,189,641	4,315,330	4,444,790	4,578,134	4,715,478	4,856,942	5,002,651	5,152,730	5,307,312	5,466,531
Troškovi energije	1,805,511	157,496	162,221	167,087	172,100	177,263	182,581	188,058	193,700	199,511	205,496
Amortizacija	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Održavanje	1,114,208	111,421	111,421	111,421	111,421	111,421	111,421	111,421	111,421	111,421	111,421
Lični dohoci	5,502,662	480,000	494,400	509,232	524,509	540,244	556,452	573,145	590,339	608,050	626,291
Kamate na kredite	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ostali troškovi	2,063,498	180,000	185,400	190,962	196,691	202,592	208,669	214,929	221,377	228,019	234,859
Porezi i doprinosi	2,958,467	253,800	262,417	271,292	280,434	289,850	299,548	309,537	319,826	330,424	341,340
NETO PRIHOD	4,750,571	-7,894,062	1,039,660	1,073,190	1,107,725	1,143,297	1,179,935	1,217,673	1,256,543	1,302,597	3,324,014
DISKONTNA STOPA	7.0										

NETO SADAŠNJA
VREDNOST

740,879 -7,377,628 908,079 876,042 845,078 815,155 786,241 758,306 731,319 708,526 1,689,760

PERIODPOVRAĆAJAULOŽENOGKAPITALA

Period povraćaja uloženog kapitala je vremenska preferenca koja nam pokazuje u kom vremenskom roku će se vratiti uložena sredstva u odgovarajuću poslovnu aktivnost. U ovom obračunu se kompariraju uložena sredstva na jednoj strani i volumeni akumulacije na drugoj strani. Rok u kome se izjednačuju volumeni uloženog kapitala i volumeni akumulacije je rok povraćaja uložениh sredstava

€

Godine	Investiciona ulaganja	Akumulacija	Nepokriveni
	Godisnje	Kumulativ.	deo investicija
1	8,774,400	8,774,400	-7,563,332
2	0	8,774,400	-6,313,591
3	0	8,774,400	-5,024,019
4	0	8,774,400	-3,693,420
5	0	8,774,400	-2,277,038
6		8,774,400	-815,825
7		8,774,400	691,565

BILANSSTANJA

€

Elementi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
AKTIVA										
OSNOVNASREDSTVA I MATER. ULAGANJA	8.774.400	8.774.400	8.774.400	8.774.400	8.774.400	8.774.400	8.774.400	8.774.400	8.774.400	8.774.400
OBRTNA IMOVINA	901.948	929.954	958.800	988.512	5.106.986	6.131.478	7.201.416	8.318.164	9.483.127	10.697.750
Zalihe	174.568	179.805	185.200	190.756	196.478	202.373	208.444	214.697	221.138	227.772
Potraživanja	558.619	575.377	592.639	610.418	628.730	647.592	667.020	687.031	707.642	728.871
Gotovine i HOV	37.241	38.358	39.509	40.695	41.915	43.173	44.468	45.802	47.176	48.591
Ulaganja u trajna obrtna sredstva	131.520	136.413	141.453	146.644	151.991	157.498	163.170	169.013	175.030	181.229
SLOBODNA SREDSTVA I NNT-a	535.632	1.363.189	2.230.285	3.138.105	4.087.871	5.080.842	6.118.314	7.201.622	8.332.141	9.511.287
POSLOVNA IMOVINA	10.211.980	11.067.543	11.963.485	12.901.017	13.881.386	14.905.878	15.975.816	17.092.564	18.257.527	19.472.150
GUBITAK	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POSLOVNA AKTIVA	10.211.980	11.067.543	11.963.485	12.901.017	13.881.386	14.905.878	15.975.816	17.092.564	18.257.527	19.472.150
OVAN POSLOVNA AKTIVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UKUPNA AKTIVA	10.211.980	11.067.543	11.963.485	12.901.017	13.881.386	14.905.878	15.975.816	17.092.564	18.257.527	19.472.150
PASIVA										
KAPITAL	9.573.072	10.410.415	11.287.590	12.205.792	13.166.252	14.170.238	15.219.054	16.314.047	17.456.601	18.648.144
KRATKOROČNE OBAVEZE	638.908	657.128	675.895	695.224	715.133	735.640	756.762	778.517	800.925	824.006
4.1. Dobavljači	543.392	559.694	576.485	593.779	611.593	629.940	648.839	668.304	688.353	709.003
4.3. Ostale kratkoročne obaveze	95.516	97.434	99.410	101.445	103.541	105.700	107.923	110.214	112.573	115.002
POSLOVNA PASIVA	10.211.980	11.067.543	11.963.485	12.901.017	13.881.386	14.905.878	15.975.816	17.092.564	18.257.527	19.472.150
OVAN POSLOVNA PASIVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UKUPNA PASIVA	10.211.980	11.067.543	11.963.485	12.901.017	13.881.386	14.905.878	15.975.816	17.092.564	18.257.527	19.472.150

U pretpostavljenim relacijama neto vrednosti kapitala uloženog u turističke kapacitete turističkog prostora Divčibare, procenjenim relacijama obima i dinamike poslovnih aktivnosti, odnosno ukupnog procesa reprodukcije u narednom desetogodišnjem periodu i projektovanim relacijama i odnosima prihoda, rashoda i neto poslovnog rezultata, stanje imovine, obaveza i kapitala turističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare će na dan 31.12. u godini biti prema napred iznetim podacima. Prema iznetim podacima projektovanog bilansa stanja kao svojevrsne štedne knjižice, kompleks turističkih kapaciteta na turističkom prostoru Divčibare će u zadatim uslovima procesa reprodukcije u narednih deset godina iz godine u godinu poboljšavati svoju finansijsku

strukturu. Stanje sadašnje vrednosti fiksne imovine će se zadržati na početnom nivou od 8.774.400 € zato što će se ceolokupan iznos godišnje amortizacije replasirati u zamenu otpisanih i istrošenih osnovnih sredstava. Istovremeno, godišnja stanja na poziciji kapaitala će se iz godine u godinu povećavati po osnovu neto dobiti. Kao krajnji rezultat navedenih tendencija, dugoročna fiansijska ravnoteža kompleksa turističkih kapaciteta turističkog prostora Divčibare će se iz godine u godinu poboljšavati s obzirom daće volumeni dugoročnih izvora rasti značajno brže od rasta dugoročno vezanih sredstava.

ZAKLJUČAK

Sva sagledavanja i analize, uz sve ograde po pitanju ulaznih podataka i učinjenih pretpostavki, ukazuju da postoje potrebni i dovoljni uslovi koji obezbeđuju održivo poslovanje turističkih kapaciteta na turističkom prostoru Divčibare i da, ekonomski posmatrano, postoje uslovi za njegovo proglašenje za turistički prostor u punom značenju te reči.

REZIMEPODATAKA EKONOMSKE ANALIZE

€

Elementi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Investiciona ulaganja	8.905.920	4.893	5.040	5.191	5.347	5.507	5.672	5.843	0	0
- osnovna sredstva */	8.774.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- trajna obrtna sredstva	131.520	4.893	5.040	5.191	5.347	5.507	5.672	5.843	0	0
Izvori finansiranja										
- sopstvena sredstva	8.905.920	4.893	5.040	5.191	5.347	5.507	5.672	5.843	0	0
- kredit poslovne banke	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Obim proizvodnje - pansion dani	273.622	281.831	290.286	298.994	307.964	317.203	326.719	336.521	346.616	357.015
Prihod od prodaje	6.703.426	6.904.529	7.111.664	7.325.014	7.544.765	7.771.108	8.004.241	8.244.368	8.491.699	8.746.450
Operativni troškovi										
- fiksni troškovi	1.426.125	1.452.562	1.479.793	1.507.840	1.536.729	1.566.485	1.597.133	1.628.701	1.661.216	1.694.706
- varijabilni troškovi	4.389.888	4.521.585	4.657.232	4.796.949	4.940.858	5.089.083	5.241.756	5.399.009	5.560.979	5.727.808
- ukupni troškovi	5.816.013	5.974.147	6.137.025	6.304.790	6.477.587	6.655.568	6.838.889	7.027.709	7.222.194	7.422.514
Neto dobit iz poslovanja	798.672	837.343	877.175	918.202	960.460	1.003.985	1.048.817	1.094.993	1.142.554	1.191.542
Cash flow										
- metoda direktnog obračuna	667.152	832.450	872.135	913.011	955.113	998.478	1.043.144	1.089.150	1.136.536	1.185.344
- metoda indirektnog obračuna	535.632	827.557	867.096	907.820	949.766	992.971	1.037.472	1.083.308	1.130.519	1.179.146
Finansijski tok	1.651.230	1.244.847	1.284.532	1.325.408	1.474.228	1.522.429	1.572.076	1.623.213	1.675.884	3.710.135
Ekonomski tok	-7.894.062	1.039.660	1.073.190	1.107.725	1.143.297	1.179.935	1.217.673	1.256.543	1.302.597	3.324.014
IRR (%)	9,0									
Neto sadašnja vrednost										
- diskontna stopa (%)	7									
- NSV	740.879									
Vreme povraćaja uložениh sredstava (god)	6									
Indikatorin principa reprodukcije (%)										
Akumulativnost	18,1	18,1	18,1	18,2	18,2	18,2	18,3	18,3	18,3	18,3
Ekonomičnost	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
Reproduktivna sposobnost	11,9	11,3	10,8	10,3	9,9	9,5	9,1	8,8	8,5	8,2
Racio indikatori (%)										
Racijo tekuće likvidnosti (RTL)	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Racijo reducirane likvidnosti (RRL)	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
Racijo likvidnosti na bazi novčanog	0,8	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4

toka (RLNT)

Ostali indikator

Kapitalna opremljenost po radniku €	87.744	87.744	87.744	87.744	87.744	87.744	87.744	87.744	87.744	87.744
Prosečan bruto Id po radniku mesečno	400	412	424	437	450	464	478	492	507	522

**/ vrednost postojeće fiksne aktive*

X PODACI O VLASNIŠTVU I POPIS KATASTARSKIH PARCELA