



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Др Драгољуб Бјелановић¹

Висока економска школа струковних студија, Лепосавић

Мр Дарко Димитровски

Економска школа, Крагујевац

Татјана Илић Чантрак

Credy bank AD Kragujevac Nova KBM Group

СТАЊЕ И ПРАВЦИ РАЗВОЈА ТУРИСТИЧКОГ ПРОИЗВОДА ГРАДА КРАГУЈЕВЦА

Апстракт

Град Крагујевац као некадашња престоница модерне Србије и језгро индустријског развоја је град са богатим културно-историјским наслеђем и светски познатом антиратном манифестацијом “Велики школски час”. Од настанка модерне Србије у Крагујевцу, град је претрпео значајне демографске, културне и урбанистичке промене. Свеобухватне друштвено-економске промене нужно су довеле и до квантитативних и квалитативних промена у развоју туризма као делатности који је уско повезан са свим економским променама у држави и шире. Крагујевац је центар Шумадијског округа и његов административни, културни, образовни, привредни центар, чиме постоје све предности за формирање јединствене туристичке понуде и ребрендирање постојећег туристичког производа. Да би туризам са правом стекао епитет покретача економског развоја потребно је конципирати туристички производ града Крагујевца на одрживим основама чиме би се интерсовање за обогаћену и осавремењену туристичку понуду мултипликовало. У раду се кроз детаљну анализу тренутног стања нуде алтернативни правци будућег развоја туризма, као и могућности ефикасног прилагођавања постојеће туристичке понуде актуелним туристичким трендовима и тражњи.

Кључне речи: туризам, туристички производ, развој туристичког производа, град Крагујевац

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE TOURISM PRODUCT CITY OF KRAGUJEVAC

Abstract

City of Kragujevac as the former capital of modern Serbia and industrial development is the core of the city with a rich cultural and historical heritage and world famous anti-war event „The Great lesson“. Since the creation of modern Serbia in Kragujevac, the city has undergone significant demographic, cultural and urban change. Comprehensive socio-economic changes have necessarily resulted in the quantitative and qualitative changes in the development of tourism is closely linked with all the economic changes in the country and beyond. Kragujevac is the center Sumadija and its administrative, cultural, educational, economic center, which are all advantages for the formation of unique tourist attractions and rebranding of the existing tourism product. To make tourism a rightly earned the title of a driver

¹ vespec@ves-pec.edu.rs

for economic development should be designed tourist product of Kragujevac on a sustainable basis, which would be interested to enriched and modernized tourist offer multiplied. In this paper, a comprehensive analysis of the current situation offer alternative ways of future development of tourism, as well as the possibility of efficient adaptation of tourist offers current tourism trends and demand.

Keywords: *tourism, tourism product, tourism product development, the city of Kragujevac*

Увод

Град Крагујевац је центар Шумадијског округа а уједно и економски, културни и политички центар централне Србије. Крагујевац се налази у централном делу Шумадије, јужно од главног града Београда од кога је удаљен 140 км аутопутем Е75. Простире се на површини од 835 км², броји 180 252 становника и по величини је први град у Шумадији, а четврти у Србији. Налази се на просечној надморској висини од 180 метара. Град се простире на обалама реке Лепенице. За избор места при оснивању насеља били су од утицаја и бројни водотоци. Наиме, кроз уже градско подручје тече река Лепеница и налазе се ушћа њених притока. У крагујевачкој котлини, се додирују огранци шумадијских планина: Рудник, Црни врх и Гледићке планине, а са северозападне стране је отворен према долини Велике Мораве. Крагујевац је у прошлости повезивао Гружу, Лепеницу и Рудник са Поморављем, куда пролазе саобраћајнице међународног значаја.

Град Крагујевац је у историји, а и данас познат као индустријски град базиран на војној, металопрерађивачкој, машинској и аутомобилској индустрији. Глобализацијом и развојем информационих и комуникационих технологија све израженији је светски тренд који обухвата развој услужних делатности и читаво реструктурирање некадашњих индустријских центара и привреде у целини. Користи реструктурирања старих индустријских рејона би биле немерељиве, посебно у сегменту запошљавања и преквалификавања бивших индустријских радника. Развој туризма није само нова развојна шанса града Крагујевца, већ и афирмација националних обележја и вредности којих је Шумадија симбол. Развој туризма кроз пажљиво припремљену менаџмент стратегију и развој града Крагујевца као атрактивне и специфичне туристичке дестинације обезбеђује се стварање модерно осмишљеног и конкурентног туристичког производа. У граду Крагујевцу постоје бројне културне и историјске туристичке вредности и манифестације, неке нашироко познате а неке тек у повоју. Град Крагујевац своју туристичку понуду која се базира на препознатљивим туристичким атрактивностима мора да ребрендира и укључи нове садржаје који су туристички комплементарани са постојећом туристичком инфраструктуром, а у смислу туристичког доживљаја нови и другачији. Град Крагујевац мора да искористи шансу регионалног центра да се наметне и као туристички центар на националном и регионалном туристичком тржишту тако што обједини сопствену и туристичку понуду суседних општина и обликује је у препознатљиву вредност за потрошаче.

Структура туриста града крагујевца

Укупан број долазака и ноћења домаћих и страних гостију у граду Крагујевцу у 2009. години по месецима приказан је у табели 1.

Табела 1. Број долазака и ноћења домаћих и страних туриста у 2009- години

БРОЈ ТУРИСТА 2009				
Месец	Домаћи гости		Страни гости	
	Бр.долазака	Број ноћења	Број долазака	Број ноћења
Јануар	821	1493	456	917
Фебруар	1162	2296	468	1062
Март	1782	3184	1507	2415
Април	1160	2240	875	2189
Мај	1248	2841	1110	3418
Јуни	1182	2184	871	1910
Јули	668	1463	709	1846
Август	1622	2759	795	2536
Септембар	1042	2832	785	1617
Октобар	1390	3279	1010	2875
Новембар	1065	2568	589	1171
Децембар	1412	3444	509	869
Укупно	14554	30583	9684	22825

Извор: Туристичка организација града Крагујевца

У претходним годинама структура гостију је значајно промењена као последица објективних економских околности, али и унапређењем туристичке понуде града Крагујевца. Поређења ради укупан број гостију у 2007 години износио 20 373, а остварено је 45 103 ноћења. Домаћи гости чинили су око 63% од укупног броја (или 12 830), док је учешће страних гостију око 37% од укупног броја (7543). Што се броја ноћења тиче проценат је готово исти 64% ноћења остварили су домаћи гости (28 938), а око 36% страни (16165 ноћења). Највећа посећеност остварена је у октобру и мају, што доводи мо у везу са бројним манифестацијама и богатим програмом организованим поводом октобарских свечаности и обележавања дана града. Просечна дужина боравка износила је 2,2 дана, готово је уједначена дужина боравка и за домаће и стране госте. Забележена је највећа посета гостију из Словеније око 17,6%, коју чине пословни људи и све већи број организованих туристичких група из ове земље, потом следе Италија са учешћем од око 10% и Немачка са 6%.

У 2008. години укупан број туриста повећан је за око 15% у односу на 2007. годину (тада је износио 20 373), а број ноћења је увећан је за око 33% (45 103 ноћења). Број домаћих гостију у односу на 2007. годину увећан је за 22,5% (12 830), а страних гостију је увећан за око 3% (7 543). Број остварених ноћења домаћих туриста је порастао за 41%, а број ноћења страних туриста је увећан за 17% у односу 2007. годину.

Укупан број гостију у 2008 године износио је 23 505, а остварено је 59 857 ноћења. Домаћи гости чинили су око 67% од укупног броја (или 15 710), док је учешће страних гостију око 33% од укупног броја (7 795). Што се броја ноћења тиче проценат је исти - 68% ноћења остварили су домаћи гости (40 952), а око 32% страни (18 905 ноћења). Највећа посећеност остварена је у септембру, када је одржан Балканско јуниорско првенство у каратеу, сајам књига, пољопривредни сајам као и више пословних и научних семинара и скупова. Просечна дужина боравка износила је 2,6 дана; готово је уједначена дужина боравка и за домаће и стране госте. Од страних

туриста процентуално највећи удео имају посетиоци из Босне и Херцеговине око 13,27% (1035 посетилаца), затим из Италије 12,6% и Словеније 12%.

Табела 2. Хотелска структура и број долазака и ноћења домаћих и страних гостију по објектима за 2009. годину

Хотел	Број соба	Број лежајева	Домаћи гости		Страни гости	
			Број долазака	Број ноћења	Број долазака	Број ноћења
Нова Сицилијана (Хотел Крагујевац)	101	160	3288	5616	2491	5384
Хотел Шумарице	106	157	5648	14236	2130	4469
Хотел Зеленгора	33	54	1659	3033	1312	3831
Стари Град	25	52	1208	2040	662	1480
President	11	28	261	429	333	1304
Hotel	8	20	102	139	156	374
Хотел Женева	15	33	763	1406	651	1694
С.У: Радовић	7	15	541	601	82	88
Преноћиште Одмор	4	14	344	508	117	177
Студентски центар	68	130	112	419	181	1334
Анђелика	14	28	303	488	880	2630
Дедиње	10	16	293	2032	6	52
Меркур	4	15	61	76	5	6
Андреја	7	17	-	-	-	-
Артем	97	340	6	12	-	-
Ст Фам Галовић	2	6	1	31	-	-

Извор: Туристичка организација града Крагујевца

Табела 3. Расположиви смештајни капацитети града Крагујевца

Угоститељски објекта за смештај	Број соба	Број лежаја
Хотел Крагујевац	101	160
Хотел Шумарице	106	157
Хотел Зеленгора	25	54
Хотел Стари Град	25	52
Хотел Женева	15	33
Хотел Меркур	4	11
Хотел Royal	8	20
Мотел Дедиње	14	39
Мотел Радовић	7	15
Мотел Андреја	7	17
Пансион Президент	11	28
Пансион Одмор	4	14
Вила Анђелика	14	28
Ст Фам Галовић	2	6
Хостел Три О	8	10
Студентски дом Артем	97	340
Студентски центар Слобода ¹	68	130

Претпоследња деценија XX века била је деценија економског развоја Крагујевца и предузећа УТП “Крагујевац” као главног носиоца хотелско-угоститељске и туристичке делатности. Капацитети смештаја коришћени су са изврских 65%, а апсолутни ре-

¹ Студентски центар “Слобода” и Ученички дом “Артем” се користи у комерцијалне сврхе искључиво у току лета, а од скоро је и обухваћен и статистичким истраживањима када су у питању смештајни капацитети

кордер је 1988. година, када је остварено 155.095 ноћења, односно искоришћеност капацитета била је преко 70%, што је и у светским размерама висок резултат (Благојевић и Димитровски, 2012). Приватизацијом УТП “Крагујевац” данас је створено модерно хотелско предузеће ХТД Шумарице које укључује хотеле “Шумарице” и “Зеленгора”, и које је једно од водећих у хотелској делатности Шумадије и Србије уопште.

Анализа стања и будућег развоја туризма града крагујевца

Да би се сагледало тренутно стање, али и правци будућег развоја града Крагујевца неопходно је направити прегледну анализу постојећег стања и могућности оптималног валоризовања потенцијала кроз SWOT, и INPUT OUTPUT анализу.

Ове анализе су неопходне за прецизно идентификацију циљног тржишта ка којем може да усмери туристички производ града Крагујевца. Као битан услов за успешну стратегију реализације сматра се прецизна идентификација циљног тржишта чије потребе (у производима и услугама) предузеће намерава да задовољи. За прецизну идентификацију циљног тржишта неопходне су благовремене и поуздане информације о захтевима купаца тј. потрошача на њему (Убавић, 2012).

Swot анализа

SWOT анализа ће се у приложеним табелама посматрати следећа подручја веома важна за развој туризма:

Табела 1. Општа инфраструктура и саобраћај

ПРЕДНОСТИ	СЛАБОСТИ
- Дobar географски положај у централном делу Србије, на прожимању регија - Развијена телекомуникациона мрежа - Значајно улагање у саобраћајну инфраструктуру и реконструисана мрежа путева - Уређена водоводна, канализациона и гасоводна мрежа у највећем делу града	- Лош саобраћајни положај, удаљен од најважнијих друмских и железничких праваца - Недостатак туристичке сигнализације - Преоптерећеност саобраћајне мреже и недостатак паркинг простора - Недоследност стриктног примењивања закона и прописа и казнене политике у области заштите животне средине што за последицу имају велику загађеност и лошији квалитет живота
ШАНСЕ	ОПАСНОСТИ
- Градске власти схватају значај добре инфраструктуре сматрајући је за приоритени импулс економском развоју због чега улажу значајна средства у њену изградњу - Планирају се озбиљни инфраструктурни пројекти због оспособљавања Фиатове фабрике аутомобила, кроз заједничке инвестиције државе и локалне управе	- Недостатак средстава да се постојећа инфраструктура одржава, а будућа изгради - Оптерећеност градске инфраструктуре увећавањем броја становника у периоду од 2000. године

Општа инфраструктура и саобраћај у граду Крагујевцу нису у складу са туристичким потребама јер не задовољавају основне услове озбиљног туристичког развоја. Лош саобраћајни положај јесте највећи проблем, али њега може да ублажи добар географски положај, као простор прожимања регија. Најозбиљнији пројекти су усмерени на унапређење саобраћајног положаја путем пројекта изградње ауто пута кроз централну Србију, чији су радови почели на делу од Баточине (Е-75) до Крагујевца. Постојећи хендикеп саобраћајног положаја се може отклонити или бар ублажити и садржајнијом туристичком понудом и атрактивностима због којих би се туристи масовно са главног правца усмерили ка Крагујевцу. Одсуство туристичке сигнализације је показатељ туристичког развоја, тако да је неопходно израдити туристичку сигнализацију која би на препознатљив начин била јединствена само за град Крагујевац. Позитивни резултати прилагођавања саобраћајне инфраструктуре потребама туризма се могу очекивати у скорој будућности јер градске власти планирају значајна материјална улагања у реконструкцију постојеће саобраћајне мреже и изградњу нових саобраћајница које треба да буду покретач економског развоја, па самим тим и развоја туризма.

Табела 1. Туристичка инфраструктура и ресурси

ПРЕДНОСТИ	СЛАБОСТИ
- Заинтересованост градских власти које туризам посматрају као један од кључних покретача економског развоја - Позитиван став грађана према развоју туризма - Обучени људски ресурси и дуга традиција образовања туристичко-угоститељских профила - Природни ресурси (нетакнута природа и сеоског амбијента у непосредној близини) - Богато културно-историјско наслеђе - Етнолошки ресурси (гастрономија, обичаји, манифестације и стари занати) - Амбијентални ресурси (ботаничка башта, акваријум) - Велики број музеја са различитим поставкама - Гостољубивост и љубазност становника града - Географски положај и клима- испреплетаност са суседним регијама - Светски позната дестинација спомен парка "Крагујевачки октобар" и манифестација Велики школски час - Богата угоститељска понуда која се заснива на квалитетној и укусној храни, као и националним специјалитетима - Укључивање додатних туристичких садржаја у туристичку понуду и њено репозиционирање као спортског, сајамског и манифестационог центра - Погољна старосна структура становништва и њихова заинтересованост за рад у туризму	- Недостатак високо школских институција за школовање кадрова у туризму и угоститељству - Незавршена реституција и нерешени правно-имовински односи - Лоша инфраструктура и запуштеност смештајних капацитета - Недостатак личне иницијативе и предузимљивости - Униформност туристичке понуде и недостатак нових услуга усмерених ка специфичним тржишним сегментима - Лоша и нестабилна економска и политичка ситуација - Незадовољавајућа структура запослених, посебно изражена у лошим комуникацијским и информационим вештинама - Неповезаност носилаца туристичке понуде - Одсуство информисаности и културе понашања - Неискоришћеност свих туристичких потенцијала

ШАНСЕ	ОПАСНОСТИ
- Сеоски туризам (агротуризам, учествовање у пољопривредним радовима) - Бањски туризам (Бања Вољавча, поново уређење Лужничке и Ботуњске бање) - Ловни туризам (ловачка газдинства “Шумадија” и “Сребрница”) - Еко-туризам (туристичка афирмација ботаничке баште и њених активности на унапређењу животне средине града и околине) - Културни туризам (Велики школски час, ОКТОХ, Доста су свету једне Шумарице, Јоаким фест, Интерфест, Ракијада у Страгарима) - Шумадија сајам и сајамске манифестације - Религиозни туризам (обилазак манастира на простору уже и шире околине града Крагујевца) - Специјализоване туре (винске, пешачке, јахачке, гастрономске, бициклическе) - Доступност информација кроз интернет презентације Туристичке организације и града Крагујевца	- Туристички развој без јасне стратегије и плана - Економска и политичка нестабилност - Изражено загађивање животне средине и угрожавање одрживости руралне средине - Квалитет услуга на незадовољавајућем нивоу и успорен раст продуктивности - Недовољна примена савремених информационих технологија у угоститељско-хотелској делатности - Одсуство стандардизације понашања и пословања у туризму

Постојећа туристичка инфраструктура града Крагујевца тренутно не подржава захтеве туриста, па је због тога потребно израдити стратегију њеног прилагођавања да би се базирала на потенцијалне предности туристичког развоја у будућности.

Табела 2. Туристичка понуда и маркетинг

ПРЕДНОСТИ	СЛАБОСТИ
- Антропогене туристичке вредности (културно-историјски споменици и манифестације) - Природно богатство - Географски положај - Непосредност, срдечност и традиционално гостопримство	- Недостатак финансијских средстава - Неодговарајућа квалификациона структура запослених- низак ниво професионализма - Недефинисана туристичка пропаганда без јасно прецизираног туристичког производа - Слаба веза између туристичко-угоститељских објеката и додатних комплементарних садржаја - Непостојање јединствене регионалне туристичке понуде

ШАНСЕ	ОПАСНОСТИ
- Формирање регионалне туристичке организације - Спровођење националне и регионалне стратегије развоја туризма - Реализација стратешког плана економског развоја на локалном и регионалном нивоу у којем туризам заузима значајно место - Обука постојећих кадрова - Унапређење економског развоја града Крагујевца и Шумадијског округа - Развијена медијска мрежа која може да учествује у промоцију и афирмацију развоја туризма Крагујевца	- Неконкурентност туристичке понуде у односу на оближње туристичке регије у земљи и иностранству - Преовлађујућа слика и идентификација града као индустријског центра - Недефинисана туристичка понуда града на тржишту и неадекватно позиционирање града као туристичког центра регије

Анализирајући табеле и међусобно их упоређујући може се уочити да предности и шансе преовлађују, а да опасности и слабости променом свести о туризму као делатности у одређеној мери могу да се смање. Највеће предности развоја туризма у граду Крагујевцу је његова културно-историјска баштина и нетакнуто природно окружење, али и традиционално гостопримство и етнографске специфичности шумадијског краја. Шансе да туризам постане носилац економског развоја града Крагујевца и регије су реалне ако се доследно поштује и спроводи национална и регионална стратегија туризма. Носилац туристичког развоја у будућности би требало да постане Регионална туристичка организација која би објединила понуду града са околином чиме би она постала богатија и конкурентнија. Образовна структура запослених у туризму није задовољавајућа, па је због тога потребно учинити напоре да се постојећи образовни профили кроз обуку или преквалификацију оспособе за посебне захтеве туризма као делатности. За носиоце процеса едукације потребно је ангажовати високошколоване кадрове са практичним и теоријским искуством дугогодишњег рада у туризму, који су специјализовани за континуирано оспособљавање и ангажовање људских ресурса у циљу унапређења квалификација и компетенција запослених у туризму. Опасности су присутне највише у недефинисаном туристичком развоју који и даље се базира на сваштарењу и честој идентификацији Крагујевца као индустријског града, који као атрибут најчешће не иде уз туристички. Због тога туристички производ града Крагујевца мора агресивном туристичком промоцијом да дефинише циљне групе потенцијалних гостију и позиционира се у свести жељених туриста као носилац туристичког развоја регије.

Input-output анализа

За утврђивање перспектива и ограничења туристичког развоја града Крагујевца користиће се и резултати инпут-оутпут анализе. На основу инпут-оутпут анализе посматрају се односи и релације инпута и оутпута у процесу трансформације туристичког производа. Да би добили што боље резултате важно је да се у самом процесу реализације оутпут прилагођава и мења у зависности од мишљења

и задовољства корисника услуга, а уважавањем тог мишљења повратном спрегом се утиче на промену инпута и основних фактора реализације развојних задатака и циљева туризма.

Град Крагујевац опредељење за развој туризма заснива на природним, привредним и културно-историјским потенцијалима који у први план будућег туристичког развоја стављају следеће облике туризма:

Пословни туризам је облик туризма чији развој нужно зависи од економских прилика у којима се налази држава, регион, као и сам град Крагујевац. Град Крагујевац има дугу традицију индустријског развоја и радничког покрета који су оставили трага на урбану архитектуру и обележили модерну историју града. Економски и индустријски развој је обележен пресељењем Тополивнице (1851.) из Београда у Крагујевац, а крајем XIX почетком XX века град добија нови квалитет, јер тада постаје јак трговачки центар, који је у неким гранама трговине био и испред Београда. Као јак индустријски и трговачки центар, град привлачи бројне досељенике, па је Први светски рат дочекао као трећи град по величини у Србији. Економски потенцијали града Крагујевца данас су огромни и сви напори државе и локалних органа власти су усмерени на масовну аутомобилску производњу у фабрици Фиат Србија, као и развој мреже коопераната у виду малих и средњих предузећа који требају да буду подршка новом систему аутомобилске и некадашње метално-машинске индустрије. Фиат као велика мултинационална компанија привлачи и остале стране инвестиције и пословне људе које ће значајно поправити пословни имиџ града Крагујевца и туристички га још више афирмисати. У складу се очекиваним туристичким посетама веома захтевне пословне клијентеле, туристичка и угоститељска инфраструктура мора да се осавремени и прилагоди потребама и жељама тог захтевног тржишног сегмента. Посебна пажња мора да се посвети привлачењу и изградњи пословног хотела високе категорије пожељно из групе познатих хотелских ланаца, који својим именом гарантује ниво услуга и квалитет смештаја.

Градски туризам је вероватно највећа развојна шанса туризма града јер Крагујевац као регионални центар има највећи туристички потенцијал. Град Крагујевац поседује препознатљиве туристичке вредности и светски познату манифестацију “Велики школски час” која се одржава у Спомен парку “Крагујевачки октобар”. Централно градско језгро је урабанистички и архитектонски јединствено у Србији (Милошев венац), са споменичким, културним и историјским наслеђем значајним за модерну историју Србије. Крагујевац као некадашња престоница за време владавине кнеза Милоша Обреновића од 1818. до 1841. године је добио читав низ институција које су први пут у историји српске државе основане баш у Крагујевцу и то: прве новине – “Новине србске”, музичка формација “Књажеско – србска банда”, први театар “Књажеско – србски театар”, прва гимназија 1833. године, Лицеј - виша школа 1838. године, прва галерија слика, први суд “Суд крагујевачки” 1820. год. и прва апотека 1822. године, као и музеј и библиотека.

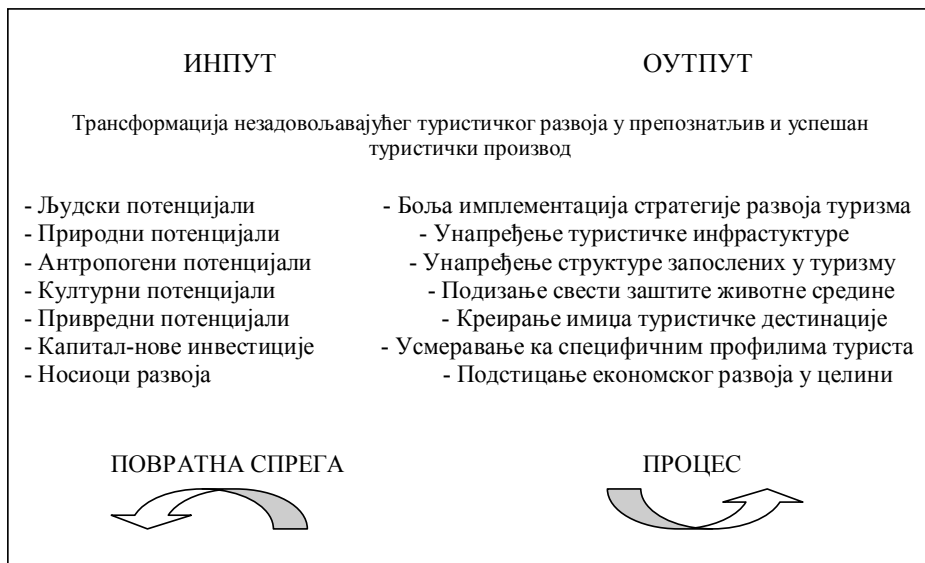
Сеоски туризам као врста туризма за град Крагујевац представља алтернативу градском туризму који је у првом плану. Иако сеоски туризам града Крагујевца није у првом плану његова највећа вредност је баш у комбиновању градских туристичких вредности и природних лепота околине града које су опуштајуће за тело и душу. Потенцијали сеоског туризма леже у чињеници да околина града има нетакнуту природу са разноврсним рељефним, хидрографским и вегетацијским привлачностима специфичним само за овај део Србије. Када кажете Крагујевац мислите на Шумадију и на сву њену пластичност рељефа и пејзаже који одузимају дах. Еко-туризам као савремени тренд је све присутнији у понуди сеоског туризма

јер се боравак у природи све више доживљава и као „кустоовски“ лек од отуђења и поновно враћање себи самима. Сеоски туризам природног окружења Крагујевца као компаративну предност, може да комбинује нетакнуте крајолике Шумадије и препознатљиво шумадијско гостопримство уз јединствен етнографски доживљај.

Спортско-рекреативни туризам има велику развојну шансу захваљујући великом искуству и традицији у организацији спортских свечаности и бављења истим у граду Крагујевцу. Спорт у Крагујевцу има дугу традицију. Почео да се развија средином XIX века увођењем гимнастике у гимназији, а крајем века у граду постоји неколико спортских друштава и клубова. У граду је 1903. године основан фудбалски клуб „Шумадија“, први фудбалски клуб у Србији. Град располаже значајним спортским капацитетима, а највећим бројем терена управља Јавно предузеће Спортски центар „Младост“. Најзначајнији спортски објекти су Градски стадион „Чика Дача“, Спортска хала „Језеро“, Градски базени, терени за мале спортове крај хале Језеро и други. Јавно предузеће Спортски центар „Младост“ као споредну делатност има и угоститељску делатност која се обавља у ресторану, салону и бифеима Предузећа, који се налазе при спортским објектима. Као град дуге спортске традиције и културе Крагујевац је домаћин бројних такмичења националног и интернационалног карактера, па је самим тим све атрактивнији за туристичке посете. Међу значајним такмичењима који су скорије одржане издвајамо јуниорску балканијаду у атлетици, европске кадетске квалификације у фудбалу и друго.

Ловни туризам је вероватно најперспективнији вид туризма у граду Крагујевцу јер постоји дуга традиција ловства која своје корене вуче још из 1887. године када је формирана прва организована Крагујевачка ловачка дружина, у ондашњој Србији, са само двадесетак ловаца. Краљ Милан Обреновић, а касније и Александар Обреновић су први патрони развоја ловства у Крагујевцу и Србији који су га осавременили, законски уредили и омасовили. Данас, Ловачко удружење „Шумадија“, са око 1.200 ловаца, газдује ловиштем „Лепеница“, у површини од 66.000 хектара, и сврстава се у ред највећих ловачких организација у Србији. У ловишту се газдује са многим врстама дивљачи: зецом, фазаном, препелицом, дивљом патком и гуском, дивљом свињом и срнећом дивљачи. Осим ловачког удружења „Шумадија“ у Страгарима постоји и ловачко удружење „Сребрница“ која на обронцима Рудника ловцима нуди следеће врсте: срнећа дивљач, јелен лопатар, муфлон, дивља свиња, зец, фазан и јаребица. Овде треба споменути и предаторе, којих има или се повремено појављују у ловишту, а то су: лисица, куна, вук, јастреб, шакал и дивља мачка. Посебну атракцију представљају две врсте дивљачи које нису са ових простора - муфлон и јелен лопатар, које су пре десетак година унете из ловишта „Карађорђево“. Данас у ловишту има 80 јелена лопатара и 80 муфлона, чиме је потврђено да је уношење ове дивљачи на ове просторе дало добре резултате.

Екскурзионо-манifestациони туризам је важан сегмент туристичке понуде, по којој је град Крагујевац светски познат. Крагујевац поседује понуду бројних атрактивних манифестација међу којима су најпознатији „Велики школски час“, „Октобру хододарје-ОКТОХ“, „Јоаким Фест“, „Jazz Fest“, „Beer Fest“ и друге. Најзначајније туристичко одредиште екскурзионог туризма је спомен-парк „Крагујевачки октобар“ који је током седамдесетих година прошлог века бележио и до 400.000 посетилаца на годишњем нивоу. Данас спомен-парк бележи мањи број посета, па је потребно усмерити све напоре на савремену промоцију и свеобухватну валоризацију на одрживим основама, чиме би се повратио некадашњи имиџ спомен парка као светски признатог меморијала. Отварањем Шумадија сајма туристичка понуда је обогаћена и сајамским активностима које дају нови квалитет развоју манифестационог и туризма у целини.



Крагујевац је у бившој Југославији био познат као индустријски центар, готово у сфери металне, машинске и аутомобилске индустрије. Распадом бивше Југославије, ако и услед неповољних политичко-економских околности значајно се променио правац привредног развоја у којем је било неопходно реструктурирање индустрије подстицањем развоја малих и средњих предузећа и усмеравање економског развоја ка услужним делатностима, Циљ ове анализе је да се покаже да туризам може да буде једна од основних развојних делатности града Крагујевца и Шумадије у целини.

Најважнији чиниоци инпута представљају следећи ресурси:

- Људски потенцијали
- Природни потенцијали
- Антропогени потенцијали
- Културни потенцијали
- Привредни потенцијали
- Капитал-нове инвестиције
- Носиоци развоја

Међусобном интеракцијом наведених потенцијала, заснованих и вођених на основама савременог менаџмента у процесу стварања новог и успешнијег туристичког производа и вишег квалитета услуга, могу се очекивати позитивни, непосредни и посредни економски и социјални ефекти који се постижу развојем туризма (оутпут) (Остојић и Љешевић, 2006):

- Повећање запослености (запошљавање људи који су изгубили посао у реструктурирању индустрије и њихова преквалификација)
- Развој предузећа и делатности који су комплементарно повезани са туризмом
- Унапређење економских показатеља и укупног квалитета живота
- Заштита животне средине и културно-историјског и етнографског наслеђа
- Унапређење инфраструктуре и равномернији развој на простору целог градског подручја

- Подизање културне и еколошке свести грађана (кроз бројне манифестације и еколошке кампове)

Закључак

Будући економски развој, а са њим и развој туризма све више зависи од децентрализације и равномернијег економског развоја државе у целини. Град Крагујевац као центар регије уз актуелну позитивну инвестициону атмосферу, и уз предуслов да сва обећања политичара буду испуњена има веома светлу економску и туристичку будућност. Градови у Србији су њен најпреспективнији туристички производ, посебно ако узмемо у обзир да град Београд апсорбује чак око 60% страних туриста. Уз Београд честа дестинација туриста су и Нови Сад, Суботица и Ниш на које заједно отпада и до 75% укупног броја страних туриста и 30% укупног броја ноћења, а основни циљ туристичког развоја града Крагујевца у будућности је да се и он уврсти у ове најпосећеније градске туристичке дестинације.

Крагујевац као град са богатим културно-историјским наслеђем, светски признатим пацифистичким манифестацијама у оквиру меморијала „Крагујевачки октобар“ (са око 400.000 посетилаца током седамдесетих година прошлог века) и као симбол индустријског развоја и радничког покрета поседује туристичку препознатљивост ван оквира Шумадијског округа и Републике Србије. Развој туризма и позитивни имиџ града зависе од реализације великих инвестиционих пројеката, као што је покретање масовне производње у фабрици Фиат Србија, чиме би се послао јасан сигнал и другим инвеститорима да је Крагујевац безбедно место за улагање, али и одмор, рекреацију и забаву. Постоје бројне компаративне предности у односу на конкурентне туристичке дестинације, који су за сада и даље потенцијали, међу којима посебно место заузимају пословни, екскурзионо-манифестациони, спортско-рекреативни, сеоски, градски и ловни туризам. Профилисањем града као дестинације пословних туриста и сама туристичка инфраструктура би морала да се квалитетом приближи овом веома захтевном туристичком сегменту. Предност туристичког производа града Крагујевца је и у његовој разноврсности, па јасно дефинисана туристичка понуда са освртом на сваку од група потенцијалних посетилаца и прилагођавањем њиховим жељама и захтевима град Крагујевац као туристичка дестинација извесно постаје садржајнији и интересантнији широј групи туриста.

Литература

1. Благојевић, С., Димитровски, Д., Нове тенденције у развоју хотелијерства Крагујевца на примеру својинске трансформације УТП „Крагујевац“, Економика, број 1, 2012.
2. Остојић, Н., Љешевић, М., Стратегија одрживог развоја туризма општине Горњи Милановац, Европски центар за мир и развој, Београд, 2006.
3. Степановић, Ж., Крагујевац, Информатор, Крагујевац, 1975.
4. Тадић, Д., Мацаревић, С., Степовић, Д., Крагујевац, Скупштина општине Крагујевац, Крагујевац, 1988.
5. Убавић, П., Стратегије реализације туристичког производа, Економика, број 2, 2012.
6. Интерна документација Градске туристичке организације
7. Интерна документација Републичког завода за статистику
8. www.srbija.travel
9. www.gtokg.org.rs