



## STANJE I TENDENCIJE RAZVOJA TURISTIČKOG PROIZVODA GRADA KRAGUJEVCA

Emina Vidosavljević, Ana Samardžić<sup>1)</sup>

**Rezime:** Kragujevac-grad u srcu Šumadije, najveći grad središnje Srbije. Regionalni je privredni, zdravstveni, kulturni i obrazovni centar. Ove karakteristike i širok gravitacioni uticaj prednosti su za jačanje njegove turističke ponude i stvaranje konkretnog turističkog proizvoda. Godine za nama, društvene okolnosti i nebriga bile su nepovoljne za razvoj turizma. Promena u kulturno-istorijskim pogledima smanjila je interesovanja prema glavnom turističkom proizvodu grada, Šumaricama, a društveno-ekonomske prilike i pad standarda prebacili su težište interesovanja lokalne vlasti na druge grane privrede. Međutim poslednjih godina je pojačana svest građana da je turizam visokoproduktivna grana privrede, koja je podsticaj i dopuna ostalih grana privrede. Sa tim u vezi započete su konkretne akcije i ulaganja, koje već pokazuju rezultate u promeni slike grada u zemlji i šire.

**Glavne reči:** regionalni centar, promena svesti, investicije

**Summary:** Kragujevac – a city in the heart of the District of Šumadija, the largest in the central part of Serbia. It is the economic, health, cultural and educational hub of the region. These characteristics and wide gravitational influence are benefits for growing of tourism offers and creation of concrete tourism product. During the past years, social occasions and negligence were unfavorable for the development of tourism. The changes of cultural and historical views diminished interests for the Šumarice, which is considered a main tourism attraction in the City and social-economics occasions and devolution of standards switched local administration interests to the economic sectors. However, in the recent years, the citizens realized that the tourism is a high-productive economic sector and in this way stimulation and supplement to the other economic sectors. In this context, some concrete actions and investments have been carried out with obvious results in changed City portrait in the country and wider.

**Key words:** regional center, citizens' perception change, investments

### 1. UVOD

Činjenica da uslužne delatnosti u svetu preuzimaju primat, i da je sve veći broj ljudi i kapitala vezan za njih nametnulo je potrebu prestrukturiranja privrede u Srbiji. To se odrazilo kroz veća ulaganja u razvoj turizma u našoj zemlji, formiranje njenog turističkog proizvoda i jačanja određenih područja kao primamljivih turističkih prostora. U skladu sa osnovnim dugoročnim ciljevima i konceptom razvoja utvrđena je klasifikacija turističkih prostora Srbije. U ovoj podeli Šumadija, a posebno grad Kragujevac ostao je zaboravljen i nije mu posvećena adekvatna pažnja. Nije ubrojan u gradske turističke centre, iako po svojim karakteristikama (značajno kulturno-istorijsko nasleđe, povoljan položaj, postojeća ponuda) ima sve uslove za to. Tako je

prvi zadatak u okviru razvoja turizma, zauzimanje mesta koje Kragujevac zaslužuje na turističkoj mapi Srbije, sa zaokruženom i polifunkcionalnom turističkom ponudom, koja će zadovoljiti zahteve domaće, ali i strane turističke tražnje. Za sagledavanje postojećeg stanja i mogućnosti optimalnog valorizovanja potencijala u gradu Gradska turistička organizacija „Kragujevac“ sprovela je SWOT analizu.

Za SWOT analize uzeta su u razmatranje tri osnovna područja:

1. Opšta infrastruktura i saobraćaj
2. Turistička infrastruktura i resursi
3. Ljudski resursi i tržište rada

### 2. PRIKAZ SWOT ANALIZI

U narednim tabelama dat je prikaz SWOT analizi razmatranih područja.

1 Emina Vidosavljević, Ana Samardžić, Gradska turistička organizacija Kragujevac; tickg@nadlanu.com

<p><b>STRENGTHS (PREDNOSTI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobar saobraćajno-geografski položaj (blizina koridora 10 i raskrsnica magistralnih puteva)</li> <li>• Gravitacioni centar centralne Srbije, najveći privredni, zdravstveni, obrazovni i kulturni centar regije</li> <li>• Rekonstruisan veći deo putnih pravaca Rekonstruisana vodovodna i kanalizaciona mreža i pruključenje na gasovod</li> <li>• Razvijena telekomunikaciona mreža</li> </ul>	<p><b>WEAKNESSES (SLABOSTI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zastareli autobuski vozni park.; nesprovedena privatizacija, koja usporava dalja ulaganja</li> <li>• Loša veza sa glavnim železničkim pravcima, koji vode kroz našu zemlju</li> <li>• Neprimenjivanje zakona i kaznene politike u zaštiti životne sredine</li> <li>• Nedostatak turističke signalizacije</li> <li>• Nedovoljan broj parking prostora</li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITIES(ŠANSE)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Velika zainteresovanost i ulaganja gradske vlasti u cilju rekonstrukcije postojeće infrastrukture i izgradnji nove</li> <li>• Postojanje organizacija sa ciljem ulaganja i realizacije projekata iz oblasti izgradnje infrastrukture</li> <li>• U toku je izgradnja auto-puta Kragujevac-Batočina i rekonstrukcija magistralnih putnih pravaca</li> <li>• Izgradnja obilaznice oko grada</li> </ul>	<p><b>THREATS (OPASNOSTI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nepostojanje standarda u kvalitetu usluga</li> <li>• Nedostatak sredstava da se celokupna infrastruktura poboljša, osavremeni i uzdigne na viši nivo</li> <li>• Nagli rast grada i divlja izgradnja u gradskim i prigradskim područjima opterećuje postojeću infrastrukturu</li> </ul>
<p><i>Tabela 2.1. Opšta infrastruktura i saobraćaj</i> <b>STRENGTHS (PREDNOSTI)</b></p>	<p><b>WEAKNESSES (SLABOSTI)</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Srdačnost i otvorenost stanovnika grada</li> <li>• Marketinška orijentacija i zainteresovanost gradskih vlasti za unapređenje turizma u gradu (osnivanje GTO "Kragujevac")</li> <li>• Veliki broj organizacija i institucija sa delatnostima komplementarnim turizmu</li> <li>• Rastuća ponuda dodatnih sadržaja, a u vezi sa pozicioniranjem grada, kao kulturnog, sportskog i obrazovnog centra</li> <li>• Izuzetno kulturno-istorijsko nasleđe grada i okoline</li> <li>• Adaptirani i novosagrađeni smeštajni kapaciteti</li> <li>• Veliki broj ugostiteljskih objekata i bogata gastronomska ponuda</li> <li>• Netaknuta priroda i bogatstvo seoskog područja u okolini</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljna zaštita i održavanje resursa</li> <li>• Neproporcionalan broj ležajeva u hotelima u odnosu na veličinu grada i njegovu ponudu</li> <li>• Nedostatak smeštajnih kapaciteta sa višim kvalitetom usluga</li> <li>• Gradska pijaca unutar kulturno-istorijskog i turističkog kompleksa "Milošev venac"</li> <li>• Manifestacije su lokalnog i regionalnog karaktera</li> <li>• Nedovoljan broj turističkih atrakcija i događaja, koji bi animirali posetioce</li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITIES(ŠANSE)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Podsticanje razvoja turizma od strane države</li> <li>• Primene novina u turističkom poslovanju</li> <li>• Interesovanje za nove destinacije</li> <li>• Izvršena privatizacija i adaptacija hotelskih i restoraterskih kapaciteta</li> <li>• Uslovi za razvoj manifestacionog, kongresnog, sajamskog i ekskurzionog turizma u gradu i seoskog, banjskog i lovnog turizma u okolini</li> <li>• Udruživanje i formiranje zajedničke turističke ponude na nivou Šumadije</li> </ul>	<p><b>THREATS (OPASNOSTI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pojačana okupiranost prostora pogodnog za razvoj turizma od strane nekomplementarnih grana privrede</li> <li>• Bolje pozicioniranje i duža turistička tradicija okolnih opština sa sličnom turističkom ponudom</li> <li>• Sporo menjanje loše slike grada stvorene poslednjih godina</li> <li>• Nedefinisanje konkretne turističke ponude grada –identifikacija grada na turističkom tržištu</li> </ul>

**Tabela 2.2. Turistička infrastruktura i resursi**

<b>STRENGTHS (PREDNOSTI)</b>	<b>WEAKNESSES (SLABOSTI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pozitivan stav građana prema razvoju turizma</li> <li>• Duga tradicija obrazovanja kadrova turističko-ugostiteljskih profila</li> <li>• Reforma visokoškolskih ustanova i otvaranje specijalizovanih smerova u zemlji i gradu</li> <li>• Povoljna starosna struktura stanovništva</li> <li>• Zainteresovanost mlađih kategorija stanovništva za razvoj seoskog turizma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljan broj školovanog i edukovanog kadra</li> <li>• Smanjena motivacija zbog loših uslova rada uzrokuje neljubaznost turističkih radnika</li> <li>• Nedovoljna informisanost o ekonomski pozitivnim efektima koje razvoj turizma nosi sa sobom</li> <li>• Nedostatak radnih mesta u turizmu grada</li> <li>• Nedostatak kadrova za nova zanimanja (vodiči, animatori)</li> </ul>
<b>OPPORTUNITIES(ŠANSE)</b>	<b>THREATS (OPASNOSTI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ulaganja nevladinih organizacija u edukaciju stanovništva i promociju u oblasti etnoturizma</li> <li>• Novi pristup u politici zapošljavanja (održavanje Sajma zapošljavanja)</li> <li>• Dostupnost informacija preko interneta</li> <li>• Saradnja sa gradovima prijateljima u domenu razmene iskustava</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nepostojanje turističke tradicije otežava konkretizovanje turističke ponude</li> <li>• Usluge na relativno niskom nivou i nekordinirana saradnja turističkih subjekata</li> <li>• Usporeni rast produktivnosti zbog nasleđa prošlih vremena</li> <li>• Nedostatak kreativnosti i entuzijazma u osmišljavanju i organizovanju turističkih atrakcija i animaciji gostiju</li> </ul>

**Tabela 2.3. Ljudski resursi i tržište rada**

Analizirajući tabele može se uočiti da postoji dosta šansi i prednosti koje treba iskoristiti, a da je opasnosti i slabosti, koje su prisutne, moguće smanjiti. Prednosti i šanse izražene su kroz sve bolje pozicioniranje Srbije na turističkom tržištu, a što grad Kragujevac treba da iskoristi za sopstveno isticanje na turističkoj mapi naše zemlje. Njegove prednosti mogu biti dobar saobraćajno-geografski položaj, veličina i uticaj na okolni prostor, privredni potencijal i kulturno-istorijsko blago, koji su još uvek neiskorišćeni.

Pretnje i nedostaci su relativno veliki, vezani za činjenicu da grad tek treba da izgradi imidž turističkog grada i zauzme adekvatno mesto, dok su ostali veliki gradovi u Srbiji (Beograd, Novi Sad, Niš) već izgradili svoje pozicije na turističkom tržištu. Pored toga, u neposrednoj blizini su manji gradovi, koji imaju dužu tradiciju turističkog rada i već su definisali svoje pozicije (Topola, Arandelovac, Čačak, Knić). Stoga je potrebno odabrati potencijale u koje treba ulagati, te formirati konkretnu turističku ponudu grada, primamljivu i nešto drugačiju od ponude navedenih mesta. Otežavajuće okolnosti su i još uvek nedovoljno izgrađeni turistički kapaciteti, kao i loš imidž grada koji postoji godinama, a koji se postepeno menja.

Kordinacija rada lokalne vlasti i svih društvenih i privrednih subjekata, i promocija grada u svakom smislu put je do vraćanja Kragujevca na mesto koje mu pripada. Potrebno je uskladiti interese svih subjekata koji čine turističku ponudu grada. Samo tako moguće je postići

poboljšanje kvaliteta nivoa usluga i razvijanje dopunskih sadržaja, koji će privući što veći broj posetilaca. U tome značajno mesto zauzima Gradska turistička organizacija „Kragujevac“, osnovana 2006 godine. Njen zadatak je upravo objedinjavanje turističke ponude i stvaranje nove i lepše slike o gradu i onome šta on nudi.

### **3. STRATEŠKE PREDNOSTI I NEDOSTACI KRAGUJEVCA**

Razviti turizam jednog grada ili regije moguće je samo ako se realno i detaljno sagledaju sve prednosti, da bi se iskoristile, kao i nedostaci (da bi se prevazišli).

#### **Strateške prednosti**

Ako sagledamo realno karakteristike koje odlikuju grad Kragujevac, kakvi su njegovi potencijali i uticaji, kao i značaj u celoj Šumadiji, deluje neverovatno činjenica da je prilikom razvrstavanja i rangiranja turističkih prostora i njihovih perspektiva Kragujevac gotovo zaboravljen. No mimo toga što su neki drugi prevideli potencijale grada, mi koji živimo i radimo u njemu, pomalo i subjektivno, ali svakako sa pokrićem možemo izdvojiti veliki broj strateških prednosti. Zadatak gradske vlasti i GTO „Kragujevac“ je da sagledane prednosti iskoristi u cilju formiranja turističkog proizvoda grada. Strateške prednosti su:

- saobraćajno-geografski položaj grada i veličina. Kragujevac je najveći gradski centar

Centralne Srbije, te su preko njega i prema njemu usmerena mnoga kretanja. Nalazi se na gotovo jednakoj udaljenosti od Beograda i Niša.

- pozitivan je odnos prema turizmu (među građanima i u gradskoj vlasti, što se ogleda kroz podršku grada projektima iz ove oblasti)
- osnivanje "Šumadija sajma" čime se otvaraju pozicije za razvoj poslovnog, kongresnog i manifestacionog turizma (već u prvoj godini rada planirano održavanje desetak različitih sajмова)
- ulaganja u sportsku infrastrukturu, što je gradu donelo i organizaciju nekih velikih sportskih događaja u narednom periodu
- kulturno-istorijska baština izuzetno bogata-grad je prva prestonica savremene Srbije; Spomen park „Šumarice“; okolina grada je bogata srednjevekovnim manastirima: Nikolje, Voljavča, Blagoveštenje, Petkovicа, Denkovac...
- Smeštajni kapaciteti u potpunosti adaptirani
- Okolina grada pogodna je za razvoj seoskog turizma, (sa predstavljanjem šumadijskih etno i folklornih elemenata); lovnog turizma (Stragari, Grošnica); termomineralni izvori (banja Voljavča, Kormanska banja)
- Veliki broj kulturnih i zabavnih manifestacija međunarodnog i regionalnog značaja (Međunarodni festival kamernih horova, Međunarodni lutkarski festival, Joakimfest, Jazz festival...)
- Postojanje jedinog javnog akvarijuma u zemlji, u sklopu Prirodno-matematičkog fakulteta

#### Strateški nedostaci

Prvi korak kod prevazilaženja nedostataka je kritička svest o njihovom postojanju, kao i svest o greškama koje su dovele do stanja u turističkoj ponudi grada i smanjene posete. Ovde se pre svega misli na konkretne akcije i poteze koje treba sprovesti, jer je dosta vremena izgubljeno, te je potrebno nadoknaditi propušteno i krenuti dalje. Zbog toga je potrebna izuzetna podrška vlasti svim nosiocima turističke ponude grada, a tu se misli pre svega na Gradsku turističku organizaciju, hotelijere i restoratore, kulturne institucije, institucije zabave i sporta. Samo konkretnim operativnim akcijama, a koje su koordinirane među pomenutim subjektima mogu se prevazići nedostaci i loše naslede.

Osnovni nedostaci su:

- Loš imidž grada koji i dalje nije u potpunosti promenjen
- Nedovoljna saradnja gradskih vlasti sa republičkim institucijama (posledica političkih

podela u zemlji) što se ogleda u nedovoljnim ulaganjima Republike u infrastrukturu grada

- Nizak budžet GTO „Kragujevac“ za promociju grada; predviđena sredstva su nedovoljna imajući u vidu da je potrebno formirati kompletno novu sliku grada
- Neprimenjivanje zakona u komplementarnim delatnostima ( zakoni o zaštiti životne sredine, kaznena politika u oblasti komunalne delatnosti, divlja gradnja)
- Nedostatak turističke signalizacije
- Nedovoljno parking prostora (pored turističkih lokacija nema parking prostora za autobuse)
- Nedostatak turističkih atrakcija i sadržaja za animaciju posetilaca

#### 4. PERSPEKTIVE DALJEG RAZVOJA

Dalji razvoj turizma je vezan za formiranje turističkog proizvoda grada. Da se ne bi izgubili u moru ponude koja postoji, i da bi uhvatili priložak uz gradove koji su postigli značajne rezultate u domenu gradskog turizma potrebno je da izdvojimo ono najvrednije što imamo. Pored toga, naravno, treba razvijati i sve ostale potencijale kao sadržaje koji će se međusobno dopunjavati i time formirati jednu potpunu turističku ponudu. Oblici turizma i turističke vrednosti koje treba iskoristiti i unaprediti su:

1. *Kulturno-istorijski kompleks „Milošev venac“* Kompleks obuhvata zgrade koje svojom arhitekturom odražavaju istorijsku sliku grada, počev od perioda kada je Kragujevac bio prestonica (1818-1841.) pa do početka XX veka.

2. *Spomen park "Šumarice"* predstavlja memorijalni park posvećen streljanim žrtvama u drugom svetskom ratu. Sastoji se od trideset grobnica i deset umetnički oblikovanih spomenika, smeštenih u šumovitom kompleksu, na 352 ha.

3. *Akvarijum-* predstavlja atrakciju u čijoj se kolekciji nalazi preko 600 biljnih i životinjskih vrsta iz vodenih ekosistema sa svih prostora Zemlje, izloženih u 300 akvarijumskih jedinica na površini od 300 metara<sup>2</sup>.

4. Grad kao *regionalni centar* ima izuzetne perspektive za razvoj sajamskog, kongresnog, poslovnog, tranzitnog i manifestacionog turizma sve popularnijih u svetu

5. *Bogatstvo manastirima* u neposrednoj blizini, pruža mogućnosti za razvoj manastirskog turizma (manastiri Blagoveštenje, Nikolje, Voljavča, Petkovicа, Denkovac, Raletinac, Sarinac, Drača, Divostin, Grnčarica).

6. *Lepota šumadijskog pejzaža* i bogatstvo prirodnim resursima, kao i očuvana priroda u neposrednoj blizini grada pružaju pogodnosti za razvoj lovnog (Stragari, Adžine Livade) i

balneološkog turizma (banja Voljavča, Kormanska banja)

7. *Brojna sela*, smeštena u idiličnom krajoliku Šumadije, kao i pokušaji očuvanja starih zanata i tradicije pogoduju razvoju seoskog i etno turizma u blizini grada (Stragari i okolini)

Sagledavajući sve mogućnosti treba osmisliti način promocije grada na tržištu. Jedna od najrealnijih perspektiva grada u promotivnom i turističkom smislu je popularizacija kompleksa "Milošev venac", što bi u kratkom roku i uz najmanje napora dalo najbolje efekte. Te bi kao svojevrsni pokretač razvoja doprineo komercijalizovanju drugih turističkih proizvoda.



*Slika 1. Stara crkva (unutar Miloševog venca)*

Prednost je što je kompleks prostorno i tematski uobličena celina, dobro koncipirana, adaptirana i ne iziskuje velika ulaganja. Potrebno je samo osmisliti sadržaje koji će oživeti i učiniti zanimljivim ovaj prostor. Kompleks obuhvata:

Staru crkvu kneza Miloša (sagrađenu 1818. godine), zgradu Stare skupštine, Amidžin konak, konak kneza Mihaila (u kojoj je uprava Narodnog muzeja), zgradu Kragujevačke gimnazije, zgradu Teatra, zgradu Gradske tržnice. U neposrednoj blizini je i istorijsko-tehnički muzej "Stara livnica".

Dakle, na maloj međusobnoj udaljenosti nalazi se više zgrada koje govore ne samo o istoriji grada, već su značajne za predstavljanje istorije moderne Srbije, jer su mnoge institucije nacionalnog značaja iz domena državnosti, kulture i obrazovanja utemeljene baš ovde.

Svakako da je to jedan od glavnih sadržaja grada koje treba promovisati. Konkretno akcije:

- uređenje kompleksa (završetak radova na rekonstrukciji Amidžinog konaka; finalno uređenje ostalih zgrada)
- postavljanje turističke signalizacije i obeležavanje svih zgrada, organizacija parking prostora
- štampanje publikacija i prospekata koje promovišu kulturno-istorijski i turistički značaj kompleksa

- organizovanje vodičke ture kroz kompleks, sa multimedijalnim prezentacijama
- popularizacija kompleksa, najpre kod sugrađana (dovođenje đaka, studenata, a takođe i starijih struktura stanovništva-u početku u cilju promocije besplatno), jer najpre treba upoznati stanovnike grada sa onim što grad poseduje
- medijska kampanja u drugim gradovima Srbije
- podrška i popularizacija manifestacija koje se održavaju u ovim institucijama i organizovanje novih, koje bi bile dopuna sadržaja

## 5.ZAKLJUČAK

Trenutno najznačajniji turistički proizvod Srbije jesu njeni gradovi. Vodeći turistički gradski centri u 2005. godini bili su Beograd, Novi Sad, Niš i Subotica. Samo ova četiri grada je posetilo oko 40% ukupnog broja turista i ostvarili oko 22% ukupnog broja noćenja. Ovi gradovi takođe apsorbuju gotovo 70% stranih turista koji posećuju našu zemlju. U ovome, Kragujevac treba da traži svoju šansu svoje mesto. Kragujevac je prva prestonica savremene Srbije, po mnogim dostignućima tadašnje mlade države sa pravom nosi epitet „prvi u Srbiji“: prva prestonica, prvi sud, prva gimnazija, prvi teatar, prvi licej, prvi izliveni topovi, prva električna centrala.

Kompleks "Milošev venac" bi trebalo da predstavlja simbol tog značajnog perioda, koji bi dao gradu izvesnu prepoznatljivost u turističkom smislu i povoljno uticao na razvoj pomenutih vidova turizma. Potrebno je stvoriti pozitivnu sliku grada, jasno definisan turistički proizvod, zauzeti poziciju na tržištu, koji bi omogućili objedinjenje i stvaranje zajedničke i sadržajnije ponude sa gradovima u okruženju. Primer: Obejedinjenje ponuda Beograda, Topole i Kragujevca, koji bi predstavljao istorijski put moderne srpske države. *Radimo na tome da Kragujevcu vratimo stari sjaj.*

## LITERATURA

- [1] Interna dokumentacija Gradske turističke organizacije "Kragujevac"
- [2] Jokić D.; "Preduzetništvo", Naučno istraživački centar Užice, Užice, 2002
- [3] Plan razvoja turizma i organizacije turističkih prostora, Ministarstvo turizma Srbije, 2006
- [4] Alošević M.; "Swot analiza turizma u Bukovičkoj banji (Arandelovac)", Zbornik radova "Festival kvaliteta" 2006, Centar za kvalitet, 2006
- [5] [www.srbia-tourism.org](http://www.srbia-tourism.org)