



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА

ПРИЈЕПОЉЕ

Трг Братства и јединства 1, 31300 Пријепоље, Србија, +381 (33) 710 140

Број: 486 -II/024

Датум: 12.11.2024.

ОПШТИНА ПРИЈЕПОЉЕ  
ОПШТИНСКО ВЕЋЕ

**Предмет: Програм развоја туризма општине Пријепоље 2024-2029**

Поштовани,

Туристичка организација Пријепоље је у сарадњи са Регионалном развојном агенцијом Златибор д.о.о. израдила Програм развоја туризма општине Пријепоље 2024-2029. године.

Министарство туризма и омладине је увидом у достављени материјал констатовало да је садржај истог усаглашен са Правилником о садржини и начину израде програма развоја туризма („Службени гласник РС“, број 86 од 19. јуна 2020. године) и нема додатних примедби нити сугестија чиме се стичу услови за разматрање и усвајање овог документа на Скупштини општине Пријепоље.

У прилогу Вам достављамо План развоја туризма општине Пријепоље 2024.-2029. године, као и позитивно мишљење Министарства туризма и омладине.

С поштовањем,

директор  
Туристичке организације Пријепоље

  
Петар Васиљевић





Република Србија  
МИНИСТАРСТВО ТУРИЗМА И  
ОМЛАДИНЕ

Сектор за туризам

Број: 001968494 2024 1345 003 000 011 004

Датум: 03.10.2024. године

Београд

REGIONALNA RAZVOJNA AGENCIJA  
ZLATIBOR D.O.O.  
Број: 498/24  
Датум: 03.10.2024.  
UZICE

РЕГИОНАЛНА РАЗВОЈНА АГЕНЦИЈА ЗЛАТИБОР Д.О.О.

Господин Мирослав Ивановић, виши саветник за туризам и одрживи развој

31000 УЖИЦЕ

Петра Ђеловића 13а

Предмет: Мишљење на „Програм развоја туризма општине Пријепоље 2024 - 2029. године“

Поштовани,

Сектору за туризам Министарства туризма и омладине достављен је коригован „Програм развоја туризма општине Пријепоље 2024 - 2029. године“, а ради давања мишљења.

Увидом у достављен материјал, констатовано је да је садржај истог усаглашен са одредбама Правилника о садржини и начину израде програма развоја туризма („Службени гласник РС“, број 86 од 19. јуна 2020).

Имајући у виду горе наведено, Сектор за туризам Министарства туризма и омладине нема примедби ни додатних сугестија.

С поштовањем,

ДРЖАВНИ СЕКРЕТАР



Урош Кандић





Република Србија  
МИНИСТАРСТВО ТУРИЗМА И  
ОМЛАДИНЕ

Сектор за туризам

Број: 001968494 2024 1345 003 000 011 004

Датум: 03.10.2024. године

Београд

REGIONALNA RAZVOJNA AGENCIJA  
ZLATIBOR D.O.O.  
Број: 498/24  
Датум: 03.10.2024.  
УЖИЦЕ

РЕГИОНАЛНА РАЗВОЈНА АГЕНЦИЈА ЗЛАТИБОР Д.О.О.

Господин Мирослав Ивановић, виши саветник за туризам и одрживи развој

31000 УЖИЦЕ

Петра Ћеловића 13а

Предмет: Мишљење на „Програм развоја туризма општине Пријеполје 2024 - 2029. године“

Поштовани,

Сектору за туризам Министарства туризма и омладине достављен је коригован „Програм развоја туризма општине Пријеполје 2024 - 2029. године“, а ради давања мишљења.

Увидом у достављен материјал, констатовано је да је садржај истог усаглашен са одредбама Правилника о садржини и начину израде програма развоја туризма („Службени гласник РС“, број 86 од 19. јуна 2020).

Имајући у виду горе наведено, Сектор за туризам Министарства туризма и омладине нема примедби ни додатних сугестија.

С поштовањем,

ДРЖАВНИ СЕКРЕТАР



Урош Кандић

# **PROGRAM RAZVOJA TURIZMA OPŠTINE PRIJEPOLJE**

**2024-2029**

**Septembar 2024.**

**NARUČILAC:** TURISTIČKA ORGANIZACIJA PRIJEPOLJE

**PROGRAM IZRADILA:** Regionalna razvojna agencija „Zlatibor“ d.o.o. Užice (RRA Zlatibor)

**Operativni tim:** Dr Miroslav Ivanović, RRA Zlatibor  
Mr Todora Aleksić, RRA Zlatibor

**Radna grupa:** Igor Erić, Eparhija Mileševska, Srpska pravoslavna crkva  
Alen Duraković, Islamska zajednica, Medžlis Prijepolje  
Milena Jovanović, Kancelarija za mlade, Opština Prijepolje  
Biljana Borisavljević, Udruženje građana Kosatica  
Desimir Gluščević, Centar za održivi razvoj Kamene Gore  
Slaviša Janjušević, Centar za održivi razvoj Sopotnica  
Mirsad Hodžić, Udruženje pčelara Prijepolje  
Irmedin Kordić, Ekonomsko trgovinska škola Prijepolje  
Dejan Vujošević, Ekonomsko trgovinska škola Prijepolje  
Adis Mujezinović, Opština Prijepolje, Odeljenje za investicije  
Milena Čičić, Turistička agencija San-turs, Prijepolje  
Radoman Đuković, Mesna zajednica Kamena Gora  
Dragan Petrić, Planinarski klub Kamena Gora  
Duška Bajić, Regionalna razvojna agencija Zlatibor, Užice  
Petar Vasiljević, Turistička organizacija Prijepolje  
Dragana Varaklić, Turistička organizacija Prijepolje  
Milan Kijanović, Turistička organizacija Prijepolje  
Selma Đurđević, Dom kulture Prijepolje  
Vjekoslav Joksimović, Udruženje građana Jadovnik  
Čemal Preljević, Mesna zajednica Mijani  
Samed Jusović, Mesna zajednica Velika Župa  
Strahinja Simović, STD Jasmina i Dragoljub Simović, Kamena Gora  
Sabiha Dacić, Sabihina sofrā  
Baković Aleksandra, Srce Kamene Gore  
Amir Hodžić, restoran Kanjon  
Dragoljub Simović, PSK Kolovrat

**Godina:** 2024.



# S A D R Ź A J

<b>1. UVOD .....</b>	<b>5</b>
1.1 Održivi razvoja turizma.....	6
<b>2. METODOLOGIJA RADA I PROCES IZRADE PROGRAMA RAZVOJA TURIZMA.....</b>	<b>7</b>
<b>3. PLANSKI OSNOV ZA IZRADU PROGRAMA RAZVOJA TURIZMA.....</b>	<b>9</b>
3.1 Regulatorni okvir.....	9
3.2 Strateško-planski okvir .....	10
<b>4. OPŠTE INFORMACIJE O OPŠTINI PRIJEPOLJE.....</b>	<b>14</b>
4.1 Geografske, demografske i klimatske karakteristike.....	14
4.2 Demografske karakteristike.....	19
4.3 Kulturno-istorijsko nasleđe.....	20
4.4 Saobraćajna i komunalna infrastruktura.....	25
4.5 Stepen privrednog razvoja turizma Opštine Prijepolje.....	28
<b>5. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA RAZVOJA TURIZMA OPŠTINE PRIJEPOLJE.....</b>	<b>29</b>
5.1 Analiza resursne osnove razvoja turizma .....	30
5.3.1. Turistički atraktori opštine Prijepolje .....	31
5.3.2. Turistički faktori opštine Prijepolje .....	33
5.3.3. Podrška .....	35
5.2 Analiza turističkog prometa opštine Prijepolje .....	36
5.3 Organizacije turističkog sektora opštine Prijepolje.....	39
5.4 Analiza ponude turističko-ugostiteljskih kapaciteta.....	42
5.5 Analiza ljudskih resursa u oblasti turizma i ugostiteljstva .....	44
<b>6. SWOT ANALIZA TURIZMA OPŠTINE PRIJEPOLJE.....</b>	<b>45</b>
6.1 Ljudski resursi .....	46
6.2 Infrastruktura i saobraćaj.....	47
6.3 Turistički proizvodi.....	48
6.4 Usklađenost sa drugim delatnostima .....	49
6.5 Marketing i distribucija .....	50
<b>7. DEFINISANJE KLJUČNIH TURISTIČKIH PROIZVODA OPŠTINE PRIJEPOLJE.....</b>	<b>52</b>
7.1 Ruralni turizam .....	53
7.2 Turizam specijalnih interesa.....	54
7.3 Kulturni turizam .....	56
7.4 Tematske rute .....	58
7.5 Manifestacije/događaji .....	60
7.6 Tranzitni turizam.....	62
<b>8. ANALIZA KLJUČNIH TURISTIČKIH TRŽIŠTA OD ZNAČAJA ZA RAZVOJ TURIZMA I MARKETING AKTIVNOSTI .....</b>	<b>64</b>
8.1 Analiza ključnih turističkih tržišta.....	64
8.2 Analiza ključnih marketing aktivnosti u turizmu .....	71
<b>9. RAZVOJNI MODEL, CILJEVI I PROJEKCIJE ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA .....</b>	<b>75</b>
<b>10. ANALIZA I PLAN KONKURENTNOSTI SA PREDLOGOM KLJUČNIH INVESTICIONIH PROJEKATA.....</b>	<b>77</b>



11.	MODEL UPRAVLJANJA TURISTIČKOM DESTINACIJOM .....	80
12.	PROGRAMI I PROJEKTI RAZVOJA TURIZMA / AKCIONI PLAN .....	83
13.	ZAKLJUČNA RAZMATRANJA .....	90
14.	POPIS TABELA I GRAFIKONA .....	92
15.	KORIŠĆENA LITERATURA I IZVORI PODATAKA.....	93
16.	OBJAVLJIVANJE I STUPANJE NA SNAGU.....	95

## 1. UVOD

Opština Prijepolje i Turistička organizacija Prijepolje su u saradnji sa Regionalnom razvojnom agencijom „Zlatibor“ d.o.o. iz Užica pristupili izradi Programa razvoja turizma opštine Prijepolje koji će biti osnova za dalje procese planiranja (godišnji, srednjoročni, sektorski i drugi planovi) i orijentaciona tačka za koordinirani razvoj turizma na lokalnom nivou u vremenskom horizontu 2024-2029.

Program razvoja turizma opštine Prijepolje predstavlja dokument kojim se zajednički stvara slika budućeg razvoja turizma (vizija), a nakon pregleda i analize postojećeg stanja razvoja turizma i slika željenog stanja kojem težimo (cilj), kako da do toga dođe (razvojna strategija), u kom vremenskom periodu i šta je za to neophodno (akcioni plan).

Program razvoja turizma opštine Prijepolje kao najviši planski dokument u sektoru turizma na lokalnom nivou, urađen je u skladu sa Strategijom razvoja turizma za period od 2016. do 2025. godine („Službeni glasnik RS“, broj 98/2016) i u skladu sa važećim zakonskim i podzakonskim aktima koji definišu oblast turizma i ugostiteljstva.

Povod za izradu Programa razvoja turizma opštine Prijepolje ogleda se u potrebama da se:

- Definišu strateški pravci i faze razvoja turizma na teritoriji opštine Prijepolje
- Da se u skladu sa raspoloživim potencijalom i atraktivnostima osmisle novi programi i mere razvoja turizma u narednom petogodišnjem periodu

Neophodnost izrade planskog dokumenta za razvoj turizma opštine Prijepolje možemo pronaći u sledećem:

- Nedovoljno razvijeni institucionalni kapaciteti (turistička organizacija, udruženja i prateće stručne službe),
- Nedovoljni kadrovski potencijali/nedostatak obrazovnih profila za potrebe turističke privrede (turističkih vodiča, kustosa...)
- Nedovoljno kvalitetna infrastruktura, turistička suprastruktura (smeštaj, restorani, prevoz) i neadekvatno održavanje postojećeg mobilijara
- Nedostatak sistemskih ulaganja i jasnih mehanizama finansiranja,
- Nedovoljna organizovanost i edukovanost stanovništva i privatnog sektora o mogućnostima i načinu razvoja turizma,
- Nedovoljna iskorišćenost kapaciteta za razvoj turizma,
- Neadekvatan marketing, izostanak sistemske i koordinisane promocije i nedovoljna komercijalizacija turističkih resursa (ulaznice na vidikovce, nedostatak suvenirnica na vidikovcima, stari zanati, gastronomija...)

## 1.1 Održivi razvoj turizma

U poslednjih dvadesetak godina, turizam se, u pozitivnom i negativnom smislu, razvio u važan faktor u kontekstu održivog razvoja. Održivi turizam podrazumeva privrednu granu koja vrši minimalan uticaj na životnu sredinu i lokalnu kulturu, istovremeno pomažući sticanje zarade, nova radna mesta i zaštitu lokalnih ekosistema. Naime, to je odgovoran turizam koji se prijateljski odnosi prema prirodnj i kulturnoj baštini.

Činjenica je da se turizam tokom poslednjih nekoliko decenija, uglavnom i razvijao svodeći se na usluge koje pružaju privredne organizacije (ugostiteljstvo, saobraćaj i putničke agencije), gde su osnovni elementi za utvrđivanje nivoa razvoja turizma bili ekonomski pokazatelji: profit, zaposlenost, učešće u bruto nacionalnom proizvodu. Ovakav jednostrano i profitno orijentisan turizam može doneti dobre ekonomske rezultate u kratkom periodu i zadovoljiti mnoge turističke potrebe, ali sa druge strane, proizvesti negativne posledice po životnu sredinu i život lokalnog stanovništva. Treba imati u vidu da kvalitet životne sredine, socijalni integritet i kulturni identitet receptivnih oblasti, predstavljaju osnovu za obavljanje turističke delatnosti, koja svojim održivim razvojem treba da doprinosi njihovoj afirmaciji, istovremeno zadovoljavajući ekonomske kriterijume i potrebe posetilaca.

Održivi turizam ne pretpostavlja samo poštovanje principa održivog razvoja, već i etičke promene kod svih učesnika u procesu. Najjednostavnije rečeno pod održivim turizmom podrazumeva se „svaki vid turizma koji doprinosi zaštiti životne sredine, socijalnog i ekonomskog integriteta i unapređenju prirodnih, stvorenih i kulturnih vrednosti na trajnoj osnovi“.

Poslednjih godina sve evidentnije je da turisti izbegavaju destinacije sa narušenom životnom sredinom. S tim u vezi postavlja se ključno pitanje:

- Kako održivi razvoj pretvoriti u praksu u oblasti svih turističkih aktivnosti, uključujući masovni turizam, turizam koji podrazumeva duži boravak u prirodi do specijalnih vidova turizma?
- Kako razviti turizam koji će omogućiti ljudima uživanje i upoznavanje sa prirodnim, kulturno-istorijskim vrednostima destinacije, uz smanjenje pritisaka na životnu sredinu, podsticanje ekonomskog razvoja i dobrobiti lokalne zajednice?

Početak u ovom kontinuiranom procesu predstavlja identifikaciju i sagledavanje grešaka koje su usled nekontrolisanog razvoja turizma dovele do degradacije mnogih turističkih destinacija, kao i kreiranje novih, alternativnih pravaca razvoja turizma kojima će se zaobići i/ili ublažiti identifikovane greške i ujedno korigovati uticaj na životnu sredinu.

Neki od najvažnijih principa razvoja održivog turizma uključuju:

- Neophodno je da se u razvoj turizma uključe svi relevantni stakeholderi lokalne zajednice, uz kontinuirani monitoring procesa razvoja i periodičnu evaluaciju ostvarenih rezultata
- Turizam mora da obezbedi kvalitetna radna mesta lokalnom stanovništvu i da uspostavi sinergetski efekat sa lokalnim poslovnim ambijentom,
- Neophodno je da se razvoj turizma bazira na kvalitetnim ljudskim resursima sa unapred uspostavljenim kodeksom ponašanja.



## **2. METODOLOGIJA RADA I PROCES IZRADE PROGRAMA RAZVOJA TURIZMA**

Proces izrade Programa razvoja turizma opštine Prijepolje 2024-2029 obuhvatio je sledeće faze:

### **1. Pripremna faza – organizacija rada**

Prva faza izrade Programa razvoja turizma podrazumevala je preduzimanje pripremnih radnji od strane lokalne administracije, osmišljavanje i organizaciju procesa izrade dokumenta:

- Uspostavljanje partnerstva na izradi Programa razvoja turizma
- Konstituisanje radnog tima za izradu dokumenta
- Formiranje radnih grupa

### **2. Analiza postojećeg stanja**

- Razrada metodologije rada i izrade Programa razvoja turizma opštine Prijepolje
- Analiza postojećih strateških i planskih dokumenata
- Analiza opštih informacija o opštini Prijepolje
- Analiza postojećeg stanja razvoja turizma opštine Prijepolje
- Analiza turističkog prometa i ključnih turističkih tržišta

### **3. Ocena zainteresovanih strana i faktora razvoja turizma**

- Analiza organizacije turističkog sektora na lokalnom nivou
- Analiza turističko-ugostiteljskih kapaciteta
- Mapiranje i ocena zainteresovanih strana
- Izrada SWOT analize turizma opštine

### **4. Analiza ključnih turističkih proizvoda opštine Prijepolje**

- Analiza ljudskih resursa u oblasti turizma i ugostiteljstva
- Definisane ključnih turističkih proizvoda

### **5. Razvojni model, ciljevi i projekcije održivog razvoja turizma**

- Definisane vizije razvoja, ciljeva i mera
- Prioritetizacija aktivnosti
- Analiza i plan konkurentnosti sa predlogom projekata
- Pregled i opis mera za ostvarenje prioriteta ciljeva
- Razrada modela upravljanja turističkom destinacijom
- Način sprovođenja i praćenja Programa razvoja turizma

### **6. Izrada dokumenta i izveštavanje**

- Slanje nacrtu Programa razvoja turizma opštine Prijepolje na saglasnost Ministarstvu turizma i omladine Republike Srbije
- Izrada finalne verzije dokumenta
- Izveštavanje Naručioaca
- Usvajanje dokumenta



Proces izrade i usvajanja Programa razvoja turizma bio je baziran na poštovanju načela javnosti i partnerstva što znači da je sproveden kroz transparentan proces konsultacija. U skladu sa tim čitav proces izrade dokumenta je podrazumevao blagovremeno i kontinuirano objavljivanje informacija o fazama procesa kroz koje se rad na Programu razvoja odvija i napreduje, kao i odgovarajuća dokumenta.

U procesu izrade Programa razvoja turizma opštine Prijepolje, kroz konsultacije su uključene sve relevantne zainteresovane strane i ciljne grupe. Konsultacije su doprinele razmeni informacija i stvaranju jasne slike o tome kako zainteresovane strane i ciljne grupe vide i ocenjuju određeni problem, i potencijalne pravce za njihovo rešavanje. Da bi se postigli ovi pozitivni efekti tokom izrade dokumenta, uključivanje zainteresovanih strana je bilo kontinuirano, kroz sve faze procesa.

Naime, sveobuhvatne konsultacije obezbedile su da se u proces izrade Programa razvoja turizma uključe svi relevantni lokalni akteri i sve zainteresovane strane, čime se uspostavljena optimalna institucionalna struktura. Tome je doprinela identifikacija i klasifikacija zainteresovanih strana na osnovu procenjenog stepena njihovog interesa i uticaja u konkretnim oblastima. Fokus je stavljen na one zainteresovane strane koje su značajnije, odnosno koje imaju moć i uticaj da daju najveći doprinos u procesu izrade programa razvoja turizma i njegovom kvalitetu.

Pregled i ocena postojećeg stanja predstavljala je jednu od najkritičnijih faza u izradi razvojnog dokumenta jer su se na objektivan i na podacima zasnovan način utvrdili i prioritizovali problemi, mapirani su uzroci koji su do njih doveli, i definisani su razvojni izazovi koji su tipični za opštinu Prijepolje. U fazi pregleda i analize postojećeg stanja krenulo se od analize postojeće strateške i planske dokumentacije opštine Prijepolje, kako bi se sagledala relevantnost ciljeva u postojećim planskim dokumentima, nivo njihove ostvarenosti, razlozi za odstupanja od planiranih rezultata i sl., na osnovu čega je doneta odluka da li zadržava isti ili sličan kurs.

Proces izrade Programa razvoja turizma opštine Prijepolje zasnovan je na primeni primarnih i sekundarnih podataka, kroz transparentan i participativan proces, baziran na timskom radu relevantnih zainteresovanih strana koje imaju direktnog i/ili indirektnog uticaja na razvoj turizma. Primenjene su metode sinteze, analize, komparacije, deskripcije, anketiranja, intervjuisanja.

Tačnost i kvalitet podataka su od presudnog značaja za što objektivniji pregled i analizu postojećeg stanja razvoja, ali i za definisanje pokazatelja učinaka (koji će kasnije biti osnova za utvrđivanje toga da li su prioritetni ciljevi dostignuti i kakvi su učinci ostvareni). S tim u vezi u proces izrade razvojnog dokumenta uključen je širok krug relevantnih zainteresovanih strana kako bi prikupljeni podaci dali što precizniji i pouzdaniji rezultat.

Kada je reč o zvaničnim statističkim podacima, korišćeni su podaci Republičkog zavoda za statistiku ([www.stat.gov.rs](http://www.stat.gov.rs)), a posebno veb aplikacija DevInfo ([devinfo.stat.gov.rs](http://devinfo.stat.gov.rs)) pri Republičkom zavodu za statistiku, koja omogućava praćenje stanja i razvoja u Republici Srbiji do nivoa opština. Za analizu turističkog prometa (ostvareni dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u opštini Prijepolje), pored podataka Republičkog zavoda za statistiku korišćeni su podaci iz Centralnog informacionionog sistema u oblasti ugostiteljstva i turizma (Ministarstvo turizma i omladine) dobijeni iz administracije Opštine Prijepolje. Dodatno, za pouzdanije utvrđivanje postojećeg stanja korišćena je baza Republičkog sekretarijata za javne politike - Analitički servis JLS (<https://rsjp.gov.rs/cir/analiticki-servis/>). Obradeni podaci prikazani su i tabelarno i grafički i ilustrativno.



### 3. PLANSKI OSNOV ZA IZRADU PROGRAMA RAZVOJA TURIZMA

U okviru ovog poglavlja dat je planski i pravni osnov za izradu Programa razvoja turizma opštine Prijepolje. Program razvoja turizma opštine Prijepolje usaglašen je važećim zakonodavstvom Republike Srbije, planskim i strateškim dokumentima na nacionalnom i lokalnom nivou, kao i sa odgovarajućim pravnim okvirom opštine Prijepolje. Razmatranje pravne i planske regulative koja uređuje turističku delatnost u opštini Prijepolje neminovno polazi od rešenja sadržanih u dva bazična dokumenta: Zakonu o turizmu i Prostornom planu Republike Srbije.

#### 3.1 Regulatorni okvir

**Zakonom o turizmu** („Službeni glasnik RS”, br. 17/2019), uređuju se: uslovi i način planiranja razvoja turizma; turističke organizacije za promociju turizma; turističke agencije; usluge u turizmu; registar turizma i druga pitanja od značaja za razvoj i unapređenje turizma. U ovom poglavlju daje se samo zakonski osnov koji se odnosi na planiranje razvoja turizma i zakonom poverene nadležnosti lokalnih samouprava u oblasti turizma. Zakonom o turizmu određeno je da planiranje i razvoj turizma, obuhvata: 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. Određena su i planska dokumenta u turizmu Republike Srbije: strategija razvoja turizma Republike Srbije; strateški master plan; strateški marketing plan; program razvoja turističkih proizvoda; program razvoja turizma; program promotivnih aktivnosti. Sva planska dokumenta iz oblasti turizma moraju biti usaglašena sa Strategijom razvoja turizma Republike Srbije. Jedinica lokalne samouprave, u okviru svojih nadležnosti utvrđenih zakonom kojim se uređuje lokalna samouprava i posebnim zakonom, donosi program razvoja turizma u skladu sa Strategijom razvoja turizma Republike Srbije.

Promociju turizma, na osnovu Zakona o turizmu, obavljaju: Turistička organizacija Srbije, turistička organizacija autonomne pokrajine i turistička organizacija jedinice lokalne samouprave. Promociju turizma mogu obavljati i turističke organizacije regije koje osnivaju dve ili više jedinica lokalne samouprave.

Sredstva za rad turističkih organizacija za promociju turizma, obezbeđuju se iz: prihoda ostvarenih obavljanjem delatnosti i iz drugih sopstvenih prihoda; donacija, priloga, sponzorstva domaćih i stranih pravnih i fizičkih lica; sredstava budžeta Republike Srbije; sredstava budžeta autonomne pokrajine; sredstava budžeta lokalne samouprave; drugih izvora u skladu sa zakonom.

Pored činjenice da primarni pravni osnov **Pravilnika o sadržini i načinu izrade programa razvoja turizma jedinica lokalne samouprave** („Službeni glasnik RS”, broj 86/20) predstavlja Zakon o turizmu (član 6. stav 2), važno je naglasiti da je program razvoja turizma jedinice lokalne samouprave, kao dokument javne politike, u potpunosti usaglašen i sa odredbama Zakona o planskom sistemu Republike Srbije.

**Zakon o planskom sistemu Republike Srbije** („Službeni glasnik RS”, broj 30/2018) usvojen 2018. godine detaljno uređuje obavezu organa lokalne vlasti (i svih ostalih učesnika u planskom sistemu) da planiraju javne poslove u svojoj nadležnosti. Upravo sprovođenje ovog zakona treba da omogući uspostavljanje efikasnog, transparentnog, koordinisanog i realnog sistema planiranja Republike Srbije na svim nivoima vlasti, obuhvatajući ključne aspekte socijalne i ekonomske razvojne politike, regionalnog i prostornog razvoja, uz optimalno korišćenje budžetskih sredstava



i obezbeđenje održivog rasta i razvoja Republike Srbije<sup>1</sup>. Ovim Zakonom se propisuje da je program razvoja turizma dokument javne politike užeg obuhvata od strategije koji, po pravilu, razrađuje poseban cilj strategije ili nekog drugog planskog dokumenta u skladu sa kojim se donosi (Plan razvoja, Program Vlade, plan razvoja lokalne vlasti...). Propisano je i da program predstavlja grupu nezavisnih, ali tesno povezanih mera i/ili srodnih (kompatibilnih) projekata, kojima se upravlja i koordinira kako bi se ostvarili ciljevi koji se ne mogu ostvariti upravljanjem svakim od elemenata programa pojedinačno, odnosno nezavisno.

Na osnovu **Zakona o lokalnoj samoupravi** („Sl. glasnik RS”, br. 129/2007, 83/2014, 101/2016 i 47/2018) lokalne samouprave planiraju, uređuju i upravljaju javnim poslovima koji su u njihovoj nadležnosti i od interesa za lokalno stanovništvo.

**Zakonom o ugostiteljstvu** („Službeni glasnik RS”, broj 17/19) su postavljeni uslovi za brži i kvalitetniji razvoj ugostiteljstva, kao i regulisanje ove oblasti na savremen način sa ciljem smanjenja sive ekonomije, i obezbedilo afirmativno poslovno okruženje koje bi bilo stimulans u daljem razvoju i unapređenju Srbije kao konkurentne turističke destinacije. Jedna od novina doneta predmetnim zakonom se odnosi na centralni informacioni sistem u oblasti ugostiteljstva i turizma (E-turista), kao jedinstven i centralizovan elektronski informacioni sistem, koji sadrži sve relevantne podatke o pružaocima usluge smeštaja i objektima za smeštaj, preko kog se vrši njihova evidencija i unose drugi podaci proistekli iz obavljanja ugostiteljske, nautičke i lovnoturističke, odnosno turističke delatnosti.

### 3.2 Strateško-planski okvir

Krovni dokument integralnog planiranja i razvoja turizma u Republici Srbiji predstavlja **Strategija razvoja turizma Republike Srbije**, kojom su definisani dugoročni ciljevi planiranja i razvoja turizma u skladu sa ukupnim ekonomskim, socijalnim, ekološkim i kulturno-istorijskim razvojem zemlje. Strategija razvoja turizma Republike Srbije 2016-2025. pripremljena je u skladu sa članom 7. Zakona o turizmu („Službeni glasnik Republike Srbije” br. 36/2009, 88/2010, 99/2011 - dr. zakon 93/2012 i 84/2015), dok se članom 12. istog Zakona propisuje da lokalna samouprava na svom području donosi Program razvoja turizma u skladu sa Strategijom.

Destinacije su okvirno definisane prema kriterijumu dosada razvijene infrastrukture i suprastrukture, dostupnosti i ostvarenog turističkog prometa, a važne su za kompletiranje turističkih proizvoda. Stvarni prioriteti će zavisiti od interesa i kapaciteta investitora bilo da je reč o direktnim investicijama ili o modelima JPP-a i sposobnosti svake od destinacija da na tržištu promoviše i realizuje potrebne investicije.

Na osnovu izvršene analize konkurentnosti i benčmarkinga, a uvažavajući pri tom kretanja na globalnom turističkom tržištu, trendove u korišćenju slobodnog vremena i, s tim povezane, promene u zahtevima tražnje, odnosno, postojeću resursnu osnovu Srbije, utvrđeno je da su za Srbiju posebno interesantni sledeći turistički proizvodi: turizam gradova, manifestacije/događaji (kulturni, sportski i dr.), planinski turizam, spa&wellness u banjama/zdravstveni turizam, tematske rute, ruralni turizam, nautički turizam, MICE (sastanci, podsticajna putovanja, konferencije i izložbe/događaje, kulturno nasleđe, specijalni interesi, i tranzitni turizam.

Opština Prijepolje prepoznata je Strategijom razvoja turizma Republike Srbije kao deo jedne od 18 definisanih turističkih destinacija na području Republike Srbije. Prema navedenoj Strategiji, Opština Prijepolje pripada turističkoj regiji Zapadna Srbija sa još 10 lokalnih samouprava.

---

<sup>1</sup> Smernice za izradu planova razvoja jedinica lokalne samouprave, Stalna konferencija gradova i opština, Beograd 2020.



Jedan od posebnih ciljeva koji su definisani **Strategijskim marketing planom turizma Republike Srbije do 2025.** odnosi se na: Uspostavljanje i operacionalizaciju sistema marketinga Republike Srbije na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou (<https://mto.gov.rs/extfile/sr/201/Strategijski%20marketing%20plan%20turizma%20RS%20do%202025...pdf>).

Ključna ograničenja u prostornom razvoju definisana nacrtom **Prostornog plana Republike Srbije 2021-2035** ([www.mgsi.gov.rs/sites/default/files/PPRS%20Nacrt.pdf](http://www.mgsi.gov.rs/sites/default/files/PPRS%20Nacrt.pdf)) su nedovoljno razvijena turistička ponuda i neadekvatna valorizacija prirodnih i antropogenih turističkih potencijala, nesklad prostornog i sektorskog planiranja turizma i ograničenja režimima zaštite prirode. Prostorni plan definiše poseban cilj: Obezbeđenje podrške diverzifikaciji ruralne ekonomije, definisanjem prostorno diferenciranih mera podrške promociji preduzetništva, osnivanju i razvoju mikropreduzeća, razvoju seoskog turizma i razvoju bazičnih usluga za ruralnu ekonomiju i stanovništvo.

**Regionalni prostorni plan za područje Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga** ("Službeni glasnik RS", br. 1/2013.) ukazuje da privrednu strukturu područja karakteriše dominacija industrijskog sektora i agrarnog načina privređivanja, uz relativno razvijene delatnosti tercijarnog sektora (trgovina, saobraćaj, turizam i dr.). Interes turističke tražnje neće biti masovnije privučen samo potencijalima prirodnih dobara, planinskih područja, reka, jezera i nekoliko banja, već prvenstveno poboljšanjem kvaliteta smeštaja i celogodišnje turističko-rekreativne ponude u prostoru u kombinaciji sa motivima očuvane prirode i kulturne baštine, etno-baštine sela i organske hrane. Jaki su regionalni i lokalni interesi za zaštitom prostora i za održivim razvojem turizma kao potencijalnim pokretačem privrednog napretka. Prema RPP Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga glavna turistička ponuda opštine Prijepolje razvijaće se korišćenjem brojnih turističkih resursa i prirodnih i kulturnih vrednosti u neposrednom okruženju: Pribojske Banje; etno sela (Gostun, Sopotnica, Jabuka i dr.); nepokretnih kulturnih dobara (manastir Mileševa i dr.); reke Lim od granice sa Crnom Gorom do granice sa Bosnom i Hercegovinom sa Potpečkim jezerom; planina Ravna Gora (1496 m, kao regionalnog skijališta sa Jabukom), Jadovnik (1732 m iznad Prijepolja i Mileševa, kao potencijalnog skijališta nacionalnog ranga) i dr. Kao kompleks turističke ponude izdvojen je turistički kompleks Prijepolje sa Jadovnikom (PJ 2). Najveći deo teritorije Opštine predstavlja područje kvalitetne životne sredine, sa preovlađujućim pozitivnim uticajem na čoveka, živi svet i kvalitet života. Za ova područja treba obezbediti rešenja kojima se eliminišu ili umanjuju postojeći izvori negativnih uticaja, odnosno uvećavaju pozitivni kao komparativna prednost u planiranju razvoja. Realizacija biciklističkih staza i povezivanja sa međunarodnim koridorom EuroVelo 11 preko zapadnomoravskog biciklističkog koridora, uz izgradnju pešačkih i planinarskih staza do turističkih lokaliteta.

**Planovi generalne regulacije Prijepolje i Brodarevo** ("Sl.glasnik opštine Prijepolje" br. 38/2005) obuhvataju ukupno 2025,70ha. Strateški razvojni prioriteti ovih planova, pored ostalog su: razvoj sela (ruralni razvoj) i zaštita životne sredine koje podrazumeva i utvrđivanje režima korišćenja i zaštite prostora zaštićenih područja i koridora, uređenih predela, prirodnog i kulturnog nasleđa, poljoprivrednog, šumskog i vodnog zemljišta.

U domenu turizma, prioritetna je revitalizacija, razvoj i promocija turizma i ugostiteljstva na savremenim osnovama, imajuću u vidu velike potencijale za razvoj ekoturizma i do sada nedovoljno korišćenog ruralnog zaleđa, sa njegovim kulturnim, pejzažnim i drugim vrednostima i resursima. Izdvojene su dve prostorne celine/zone koje, prema odlikama i međusobnom prožimanju, predstavljaju segmente specifične turističke ponude u prostoru opštine, i to:

- Zapadna celina - kao najznačajnija za razvoj celogodišnjeg odmorišnog, rekreativnog i ekoturizma, koja obuhvata opštinski centar, naselja sa turističkim funkcijama Kamena Gora i Jabuka, PIO Kamena Gora, donji tok reke Lim sa pritokama i dr.
- Istočna celina kao najznačajnija za razvoj eko, etno i ruralnog turizma, sa atraktivnim prirodnim turističkim potencijalima, očuvanim kulturnim predelom, dobrima i etno-nasleđem, koji obuhvata zaštićena prirodna dobra (klisura reke Mileševke, Ravništa,



slapovi Sopotnice, Ozren-Jadovnik), manastir Mileševu sa zaštićenom okolinom, naselja sa turističkim funkcijama Sopotnica i Milakovići, sekundarni opštinski centar (Brodarevo), gornji tok reke Lim sa pritokama i dr.

Najznačajnija postojeća i planirana turistička mesta, kompleksi i punktovi na teritoriji opštine Prijepolje jesu: Slapovi Sopotnice, Stari bor na Kamenj Gori, Memorijalni kompleks na Jabuci, i turistički potez: Prijepolje – stara čaršija, Manastir Mileševa, Klisura reke Mileševke i Ravnište.

Za implementaciju sa aspekta dalje planske razrade i urbanističke artikulacije prostora u zonama interesantnim za razvoj turizma, i povećano interesovanje za turističku izgradnju, predviđena je izrada sledećih planova generalne regulacije: Plan generalne regulacije Jabuka, Plan generalne regulacije Kamena Gora, Plan generalne regulacije Milakovići i Plan generalne regulacije Sopotnica. Izradom PGR-a osiguraće se, naročito, pravila građenja, uspostavljanje mera i režima zaštite propisanih Uredbom o zaštiti proglašenog prirodnog dobra (odnosno III stepena zaštite za područja predložena za zaštitu, do sticanja statusa zaštićenog područja), što je u skladu i sa Prostornim planom Republike Srbije.

**Prostorni plan područja posebne namene Specijalni rezervat prirode Klisura reke Mileševke** ("Službeni glasnik RS", broj 44 od 27. marta 2020.). Od prirodnih dobara koja shodno odredbama Zakona o zaštiti prirode imaju svojstvo zaštićenog područja, područje Prostornog plana obuhvata u celosti: Specijalni rezervat prirode „Klisura reke Mileševke” kao prirodno dobro od izuzetnog značaja na osnovu Zakona o zaštiti prirode na površini 1.244,14ha i Spomenik prirode „Slapovi Sopotnice”, kao prirodno dobro od izuzetnog značaja na osnovu Zakona o zaštiti životne sredine na površini 209,34ha.

U skladu sa ovim dokumentom, razvoj turizma je neophodno usklađivati i objedinjavati sa razvojem neposrednog okruženja rejona Polimlja sa Jadovnikom i čitave turističke regije, uz integraciju sa brojnim turističkim resursima i prirodnim i kulturnim vrednostima, u prvom redu sa razvojem turističke ponude grada Prijepolja. Na području Prostornog plana preovlađuju kulturno-istorijski, izletnički, avanturistički i tranzitni turizam, čiju okosnicu i glavni motiv predstavljaju kulturno-istorijsko nasleđe (na prvom mestu manastir Mileševa) i prirodne vrednosti (slapovi Sopotnice, klisura Mileševke, padine Jadovnika i Zlatara). Pored toga, na području Prostornog plana prisutni su i verski turizam, ruralni turizam, pojedini vidovi turizma specijalnih interesovanja i rekreativnih aktivnosti u ekološkom okruženju (biciklizam, planinarske ture, pešačenje, posmatranje ptica, geo-turizam i dr.), manifestacije i dr. Takođe u neposrednom okruženju postoje i druge znamenitosti opštine Prijepolje i turističke aktivnosti (npr. Kamena Gora, evropski kup u raftingu na reci Lim, „Jadovnički ultramaraton” i dr). Smeštajni kapaciteti postoje u manastiru Mileševa – koji u svom kompleksu poseduje konake, planinarskom domu Planinarskog kluba „Kamena Gora” u Sopotnici, pored koga se nalazi i prostor za kamp sa pratećom infrastrukturom, kao i u nekoliko seoskih domaćinstava u samom selu Sopotnica.

U okviru granice obuhvata **PPPPN HE Brodarevo I i Brodarevo II**, u slivu reke Lim predviđena je izgradnja dve hidroelektrane: HE „Brodarevo 1” (profil „Junakovine”) i HE „Brodarevo 2” (profil „Lučice”). Osnovno opredeljenje ovog plana je ostvarivanje kompatibilnosti (integrisanosti) novih planiranih sadržaja energetske infrastrukture (hidroenergetski sistemi Brodarevo 1 i 2) i održivog razvoja turizma, uz optimalno zadovoljavanje socijalnih, ekonomskih, prostorno-ekoloških i kulturnih potreba. U obuhvatu plana identifikovane su tri turističke zone (Turistička zona "Sever", Turistička zona "Središte" i Turistička zona "Jug") i "Limski koridor", potez duž reke Lim i saobraćajnog koridora - državnog puta I reda M-21 i magistralne pruge Beograd-Bar. Turističke zone su identifikovane oko oformljenih naselja pored Lima, gde već postoje ili su povoljni uslovi za formiranje saobraćajnih i turističkih veza sa lokalitetima i turistički atraktivnim prostorima u okruženju. Naselja postaju centri turističkih zona sa uslovima za razvoj turističke i prateće infrastrukture: smeštajni kapaciteti-hoteli/moteli, informativni centri i komplementarne usluge. Turističke zone su povezane rekom i tranzitnim saobraćajnim pravcem koji omogućava podjednak pristup svim uređenim lokacijama.



**Plan razvoja opštine Prijepolje za vremenski period 2022-2029. godine** (<https://prijepolje.ls.gov.rs/images/2023/PlanRazvoja/PlanRazvojaFinal.pdf>) kao najviši dokument razvojnog planiranja na lokalnom nivou prepoznaje opštinu Prijepolje kao jedinstvenu teritoriju na području cele Srbije koja ima kulturno-istorijske znamenitosti od doba Nemanjića, preko Otomanskog carstva, pa do Drugog svetskog rata, što je od Prijepolja načinilo mesto bogatog kulturno - istorijskog nasleđa. Pored brojnih prirodnih dobara pod zaštitom države (Zaštićena okolina - prirodni prostor oko manastira Mileševa, SRP Klisura reke Mileševke, Spomenik prirode Slapovi Sopotnice, Predeo izuzetnih odlika Ozren-Jadovnik, Predeo izuzetnih odlika Kamena Gora), i brojnih manifestacija, bogatu turističku ponudu opštine upotpunjuju i kulturno-istorijske znamenitosti: Manastir Mileševa kao spomenik kulture od izuzetnog značaja; srednjevekovni grad Mileševac naslonjen na litice kanjona Mileševke nad manastirom, ispod koga vodi planinarska staza do pećine Svetog Save i Savine vode; Manastirska stranoprijemnica, Crkva Ružica, ostaci srednjevekovnog puta i sela Hisardžik kao evidentirana kulturna dobra.

Prioritetni cilj 3. predmetnog razvojnog dokumenta na lokalnom nivou predstavlja: Razvoj turističkog proizvoda. S obzirom da je turističko tržište veoma promenljivo, potrebno je konstantno prilagođavati proizvod u skladu sa nastalim promenama. To podrazumeva da je razvoj turističkog proizvoda zapravo trajan proces koji se ne završava pojavom proizvoda na tržištu, već zahteva kontinuiran monitoring, odnosno preispitivanje potreba i motiva savremenih turista. Navedeni opšte prihvaćeni principi menadžmenta predstavljaju alate za smanjenje rizika poslovanja, tako da se u planskom periodu predviđa njihovo neizostavno korišćenje u procesu upravljanja turističkim i posetilačkim atrakcijama i turističkom infrastrukturom. U skladu sa tim treba raditi na razvoju ranije identifikovanih ključnih turističkih proizvoda:

- Aktivni odmor (turizam baziran na aktivnostima - adrenalinski doživljaj u prirodnom ambijentu (teže aktivnosti) i boravak i aktivnosti u prirodno atraktivnim zonama (lakše aktivnosti);
- Ruralni turizam (agroturizam, aktivnosti u prirodi, ekoturizam, ruralno iskustvo, kulturni turizam ruralnog područja, ostali kombinovani oblici turizma specijalnih interesa);
- Kratki odmori i kružna putovanja;
- Kulturni turizam (verski turizam, kulturno-istorijski turizam, etnički turizam, edukativno-obrazovni turizam, muzejski turizam, umetnički turizam, manifestacioni turizam);
- Izletnički i tranzitni turizam.

Kontinuirane aktivnosti na polju edukacije i praktičnih znanja, neophodni su kako bi kadrovi u turističkoj delatnosti mogli pratiti potrebe koje donosi savremeni turizam. Potreba za stalnim praćenjem i predviđanjem promena na turističkom tržištu zahteva dobro pripremljene i odgovorne ljudske resurse spremne da odgovore izazovima koje donosi savremeni turista. S tim u vezi, uz prethodno navedene mere u okviru ovog prioritetnog cilja će se raditi na edukaciji i stručnom usavršavanju kadrova u turizmu, kako bi se bogata turistička ponuda i sadržaji pružila na kvalitetan, profesionalan i stručan način.



## 4. OPŠTE INFORMACIJE O OPŠTINI PRIJEPOLJE

### 4.1 Geografske, demografske i klimatske karakteristike

#### Geografske karakteristike

Opština Prijepolje nalazi se u jugozapadnom delu Srbije na prostoru srednjeg Polimlja između 43°09'25" i 43°29'42" severne geografske širine i 19°27'00" i 19°53'45" istočne geografske dužine. Jedna je od deset opština Zlatiborskog okruga sa ukupnom površinom od 827 km<sup>2</sup> (13,5% teritorije Zlatiborskog okruga) i predstavlja drugu po veličini opštinu u okrugu.

Tabela 1: Opšti podaci o opštini Prijepolje

	2022. godina
Naselja, broj	80
Površina km <sup>2</sup>	827
Gustina naseljenosti, broj	41
Domaćinstva, broj	11.467

Izvor: Analitički servis JLS

Centar opštine je gradsko naselje Prijepolje, na ušću reke Mileševke u Lim, u podnožju planine Jadovnik. Dolinom Lima na jug, Prijepolje je saobraćajnicom povezano sa Bijelim Poljem (55 km), i dalje sa Podgoricom i Barom, a na sever, jednim krakom, sa Novom Varoš (27 km), i drugim, sa Pribojem (30 km) i dalje, preko Zlatibora i Užica, sa Beogradom i drugim mestima. Na istok, drumskom saobraćajnicom, povezano je sa Sjenicom (30 km), Novim Pazarom i prostorom Kosova i Metohije. Ovakva složenost položaja uslovlja je i veliku komunikativnost gde se položaj može prihvatiti kao značajna komponenta razvoja tranzitnog turizma kao svojevrsne podsticajne osnove razvoja turizma uopšte.

#### Reljef

Najznačajniju grupu geomorfoloških atrakcija čine brdsko-planinska područja. Značaj proizlazi iz činjenice da ovi prostori sadrže sve oblike geomorfoloških turističkih atrakтивности, ali i hidrografske, biogeografske i klimatske motive.

Na osnovu dominantnih prirodnih turističkih vrednosti, dolazi i do opredeljivanja za različite vrste turističkih aktivnosti koje se vezuju za rekreaciju, izlete, sportove.

Prosečna nadmorska visina teritorije opštine Prijepolje je iznad 1.200 m, tako da pripada brdsko-planinskom kraju, čija je najviša tačka vrh planine Jadovnik (Katunić) na 1.734 m. Najniža tačka nalazi se na ušću reke Mileševke u Lim na 440 m nadmorske visine.

U morfološkom izgledu teritorije Prijepolja izdvaja se nekoliko manjih prirodnih celina, koje zajedno čine deo prostora srednjeg Polimlja.

Najniži delovi priepoljskog kraja su aluvijalne ravni rečnih dolina Lima, Seljašnice, Ratajske, Mioske, Komaranske reke i Mileševke. Limska dolina je proširena kod Brodareva i Prijepolja između kojih Lim protiče kroz uzane klisure usečene većinom u krečnjaku, mestimično u serpentinu i drugim stenama. Iz usečenih klisura u krečnjaku, dolina Lima se kod sela Divci proširuje na desnoj strani u prostrano Ivanjsko, a na levoj u Župsko polje.

Ivanjsko-župsko polje je jedinstveno polje koje reka Lim, dužinom od 8 km, preseca na dva dela. U Sokoličko-čadinjskom masivu, smeštenom na severoistoku Ivanjsko-župske kotline, Lim useca klisuru dugu 2 km, koja se dalje proširuje u Prijepoljsko-zaluško polje. Proširenja u dolini Lima (Brodarevska, Ivanjsko-župska i Prijepoljsko-zaluška kotlina) sa kojih se izdižu blage i strme



kose, bila su značajan faktor u stvaranju i oblikovanju ruralnih naselja, varošice Brodareva i urbanog naselja Prijepolja.

Bočne doline reke Lim, uz Grobljansku reku, Zebuđu, Mileševku, Gostunsku, Slatinsku, Komaransku reku, Gračanicu, Miosku, Ratajsku, Seljašnicu i Ljupču, sačinjene su od brojnih proširenja, blagih i strmih padina. Neke od njih su gusto naseljene, jer se neposredno naslanjaju na proširenja brodarevske i prijepoljske kotline. To su pobrda okolnih planina čija se prosečna visina kreće od 500 do 1.000 m nadmorske visine.

Treću prirodnu celinu reljefa opštine Prijepolje čine predeli planina: Jadovnika, Zlatara, Pobijenika, Lise, Kamene Gore i kraške visoravni Jabuke i Babina. Sa desne strane Lima pružaju se strme padine planine Jadovnik sve od Ozrena, u njegovom jugoistočnom, pa do ušća Mileševke u Lim, u severozapadnom delu.

Zapadno od reke Lim, na prostoru između Prijepolja i Priboja, izdiže se Pobijenik (1.423 m), a između Brodareva i Bijelog Polja, Lisa (1.509 m). U predelu Lise i Pobijenika nad krečnjačkim stenama dominiraju paleozoijski škriljci i druge stene. Ovde je snabdevenost vodom veća i povoljniji su uslovi za vegetaciju.

U zapadnom i severozapadnom delu teritorije opštine Prijepolje proteže se prostrana jabučkobabinska visoravan koja je dobrim delom karstificirana i ogolela. To je prostor boginjavog krasa, prožet mnoštvom vrtača, obešumljen, suv i izložen jakim vetrovima i mrazovima. Preovladavaju plitka zemljišta koja su više pogodna za pašnjake, a manje za njivske kulture, te je više poznata kao stočarski kraj Prijepolja.

Širi prostor Prijepolja koji čini teritoriju njegove opštine nalazi se između vrhova planina: Zlatara (1.627 m) na istoku i severoistoku, Jadovnika (1.734 m) na istoku i jugoistoku, Pobijenika (1.423 m) na severu i severozapadu, Kamene Gore (1.483 m) i Mijajlovice (1.411 m) na zapadu i Lise (1.509 m) na jugu.

Prijepoljskom kraju pripadaju severozapadni, zapadni i jugoistočni deo **Zlatara**. Najveći vrh Zlatara je Golo brdo (1.627m). Zlatar se naslanja na kanjon reke Mileševke. Zlatar je planina sa prostranim zaravnima i zaobljenim vrhovima, bogata izvorima, potocima i pašnjacima i još bogatija bujnim šumama lišćarima i četinarima. Zbog zdrave prirodne sredine, posebno zbog ugodne klime, četinarskih šuma i prijatnog ambijenta, prijepoljski deo Zlatara poseduje velike turističke potencijale.

U zlatarskim selima Kosatica, Pravoševo, Međani i Aljinovići postoji izuzetan potencijal za razvoj turizma. Školski objekat u selu Aljinovići adaptiran je u svrhe Eko centra za proučavanje biodiverziteta na tom području i ekološku zaštitu. Objekat je opremljen savremenom opremom za teoretsko proučavanje flore i faune.

Južno od Zlatara, između dolina Lima, Mileševke i Međanske reke, nalazi se planina **Jadovnik**. Planina je dugačka 12 km sa najvišim vrhom Katunić (1.734m). Na širokom temenu planine su pašnjaci i livade, po kojima su rasute kuće sela Stranjana i stočarske pojate, dok se širi pojasevi šume pružaju po strmijim stranama prema reci Mileševki i Uvcu.

**Sopotnica** je od Prijepolja udaljena 17 km, na nadmorskoj visini od 1.200 m. Sopotnica je selo prepoznatljivo po vodopadu koje nastaje obrušavanjem reke Sopotnice, formiranjem slapova. Prvi vodopadi se javljaju na samom izvoru reke Sopotnice.

Područje izvorišta reke Sopotnice, u dolini Lima, zaštićeno je kao spomenik prirode Slapovi Sopotnice u okviru Specijalnog rezervata prirode Klisura reke Mileševke ("Službeni glasnik RS", broj 44 od 27. marta 2020.). Spomenik prirode je stavljen pod zaštitu radi očuvanja morfohidroloških vrednosti koja čine četiri kraška vrela, više izvora i sedam bigrenih terasa preko kojih otiču vrelski vodotoci gradeći živopisne vodopade i slapove, radi očuvanja i unapređenja lepote predela i uređenja zaštićenog prostora, kao i očuvanja raznovrsnosti divljeg biljnog i životinjskog sveta, a u interesu nauke, obrazovanja, kulture, rekreacije i turizma. Simboli Sopotnice su pored slapova i vodenice, valjarice i siga.



U Sopotnici se nalazi Planinarski dom kapaciteta 40 ležajeva. Odmor u Sopotnici kombinuje se sa uzbudljivim splavarenjem Limom, pešačkim i biciklističkim turama, obilaskom spomenika u limskoj dolini do srednjovekovnog manastira Mileševa.

Na magistralnom putu Prijepolje-Pljevlja nalazi se **Jabuka**. Od Prijepolja je udaljena oko 17 km, a od Beograda 317 km. Planinski prostor Jabuke prožet je mnoštvom različitih kraških oblika reljefa – talasastim brdima i brežuljcima, vrtačama i uvalama, zaravnima i šumovitim obroncima. Bogata je pećinama, od kojih je posebno zanimljiva Popova pećina, čiji je ulaz na 800 m nadmorske visine, a ukupna dužina pećinskih hodnika iznosi 294 metra. Pećina nije istražena.

Jabuka se severnim delom nastavlja na visoravan **Babine**, čija je prosečna nadmorska visina od 1.000 do 1.100 metara. U morfologiji tog prostora dominiraju uzvišenja, brda, vrtače, uvale i zaravni. U Babinama su zime duge i hladne sa čestim vejavicama i sa puno snega dok su leta, jeseni i proleća izvanredna za šetnju, trčanje i rekreaciju. U podnožju sela Vrbovo dogodio se 1997. godine redak prirodni fenomen, kada je reka Babotina postala ponornica.

**Kamena Gora** je od Prijepolja udaljena 20 km. Reč je o zatalasanoj visoravni na prosečnoj nadmorskoj visini od 1.200 m. Najveći vrh je Crni vrh (1.492 m). Područje se odlikuje izuzetno očuvanom prirodom, kompleksima četinarskih i listopadnih šuma, pitkim izvorima i čistim vazduhom. U gotovo svakom zaseoku sačuvali su se stari drveni objekti, koji kao i pre mnogo decenija i danas služe svojoj svrsi. Po naizmeničnom smenjivanju kamena – krečnjaka i gore – šume, Kamena Gora je dobila ime. Simbol sela predstavlja više od 400 godina stari crni bor – "Sveti bor".

Kamena Gora ima blagu klimu i pitomu narav. Meštani gostima vrata svog doma s toplinom otvaraju nudeći tradicionalna jela, svoja znanja i veštine, radost življenja. Kategorisano je 13 domaćinstava a ova atraktivna turistička destinacija na raspolaganju ima i Šumarsku kuću, vlasništvo Srbijašuma. Seoski restoran „Srce Kamne Gore“ nudi domaće specijalitete.

Ljubitelji prirode često posećuju Kamenu Goru. Etno naselje Guvnište, Eko kamp Kovčica, etno i prirodne celine (Šainov kraj, Trojan, Ravna Gora, Crni vrh, Kovčeg stena, Sadi), 80 km obeležene turističko-planinarske staze, 40 km obeležene planinske biciklističke staze pružaju široke mogućnosti za turizam baziran na aktivnostima.

Kao još jedan primer sela koje se odlikuje očuvanom prirodom i nenarušenom tradicionalnom arhitekturom je **Tičije polje**, zaselak sela Milakovići, udaljen desetak kilometara od Brodareva. Desetak kuća razbacano je na visoravni ispod vrha Malinik na Kamenjoj gori.

Teritoriju opštine Prijepolje odlikuju pitome kotline u dolini Lima (brodarevska, velikožupska, ivanjska i priepoljsko-zaluška), guste šume (Zlata, Jadovnik, Kamena gora, Lisa, Pobijenik i Ozren), planinski pašnjaci (Kamena gora, Jabuka, Babina, Vrbova, Stranjani, Aljinovići, Pravoševa i drugi), kanjoni (Mileševka, Lim i Dubočica) i vodopad Sopotnice.

Na teritoriji opštine Prijepolje zaštićena su sledeća područja (prirodna dobra):

**Zaštićena okolina – prirodni prostor oko manastira Mileševa**<sup>2</sup> (kulturno dobro od izuzetnog značaja, koje sa okolinom čini ambijentalnu i neodvojivu celinu. Ukupna površina zaštićene okoline iznosi 289,69 ha. Zaštićena okolina se naslanja na Regionalni park prirode „Klisura reke Mileševke“ sa kojom čini jedinstvenu prostornu i ambijentalnu celinu.

**Specijalni rezervat prirode „Klisura reke Mileševke“** obuhvata Specijalni rezervat prirode „Klisura reke Mileševke“ kao prirodno dobro od izuzetnog značaja na površini 1.244,14ha i Spomenik prirode „Slapovi Sopotnice“, kao prirodno dobro od izuzetnog značaja na površini 209,34ha. Deo opštine Prijepolje, u granicama Specijalnog rezervata prirode „Klisura reke Mileševke“ je područje definisano u okviru „Emerald mreže“. Emerald mreža je evropska ekološka mreža za očuvanje divlje flore i faune i njihovih prirodnih staništa. Ona funkcioniše uporedo sa

<sup>2</sup> Odluka br. 06-41/90 je 20.09.1990. godine o proglašenju zaštićene okoline – prirodnog prostora manastira Mileševa doneta od strane SO Prijepolje.



programom „NATURA 2000“ koju čini evropska mreža zaštićenih prirodnih područja. Cilj formiranja ove mreže je da obezbedi dugoročni opstanak najugroženijih i najvrednijih vrsta u staništima Evrope.<sup>3</sup>

**Predeo izuzetnih odlika „Ozren-Jadovnik“** (Uredba o proglašenju predela izuzetnih odlika "Ozren - Jadovnik" Sl. glasnik RS", br. 107/2014) predstavlja područje od izuzetnog/republičkog značaja u pogledu izuzetnog faunističkog bogatstva i predeone raznolikosti, i kao jedan od značajnih centara florističke raznolikosti u Srbiji.

**Predeo izuzetnih odlika „Kamena Gora“** (Uredba o proglašenju predela izuzetnih odlika „Kamena Gora“ doneta je 2014. godine („Sl. glasnik RS“, br. 99/2014). Predeo izuzetnih odlika „Kamena Gora“ stavljen je pod zaštitu da bi se očuvale geomorfološke, hidrogeološke i biološke vrednosti planinskog područja koje je autentično po dubokim klisurama i mozaičnom rasporedu šumskih, livadskih i tresetnih zajednica koje čine ovaj prostor jedinstvenim.

### Hidrografija

Posebno prirodno bogastvo ovog kraja su njegovi hidrološki objekti: izvori vode i kopneni vodeni tokovi Seljašnice, Mileševke, Lima i drugih reka.

Prijepolje se snabdeva vodom iz vrela Seljašnice. Vrelo čine dva stalna i više povremenih izvora. Jedan stalni izvor je na levoj obali Seljašnice. Kaptiran je i koristi se za snabdevanje grada vodom. Drugi je na levoj obali i njegovu vodu koristi hidrocentrala Seljašnica i delom gradski vodovod. Izdašnost izvora Seljašnica je 220 - 240 l/s, što predstavlja najznačajniji i jedini prirodni izvor koji se koristi za vodosnabdevanje opštine Prijepolje.

**Reka Lim** (ukupna dužina 220 km) izvire u Crnoj Gori ispod najvišeg vrha Crne planine, Maglića (2.142 m), a uliva se u Drinu između Goražda i Višegrada. Lim nastaje u plavsko gusinjskoj kotlini i iz nje teče ka severozapadu u klisuru Sutjesku, posle koje izlazi u Beransku kotlinu. Reka zatim prelazi u Tivransku klisuru iz koje se otvara Bjelopoljska kotlina, posle koje počinje Dubrakovačka klisura koja na kraju prelazi u pravi kanjon dugačak 11 km sa visinom strana do 550 m. Ona je poznata i kao Kumanička klisura, a u njoj se danas nalazi državna granica između Srbije i Crne Gore.

Sama reka formira kompozitnu dolinu u kojoj se naizmenično smenjuju klisure i kotline, a oblast oko nje se naziva Polimlje. Danas je reka poznata kao jedna od najatraktivnijih reka za splavarenje.

Od 2000. godine, splavarenje rekom Lim je uključeno u turističku ponudu i danas privlači veliki broj zaljubljenika prirode i rečnih izazova. Dolina Lima i pritoka pruža povoljne uslove za ribolov. Najviše ima bele ribe (škobalj, klen, mrena, plotica, krkuš), a od plemenitih vrsta bogat je mladicom i lipljenom. Pritoke Lima, naročito Mileševka i Dubočica, bogate su potočnom pastrmkom.

Plaža Petrovac u Velikoj Župi je jedna od najlepših plaža na Limu. Na ovoj plaži je 2009. godine uređen prostor za što prijatniji boravak posetilaca i kupaca (teren za odbojku na pesku, drvene nastrešnice, tuševi). Ovde se svake godine, krajem jula ili početkom avgusta, održava tradicionalno takmičenje u skokovima u vodu "Memorijal Pajo Potežica", sa skakaonice visoke 16 metara.

Izgradnjom brane hidroelektrane **Potpeć na Limu** nastalo je i prvo veštačko jezero na Limu, Potpeć. Brana je visoka 46 m, a dugačka 215 m. Zbog klisurastog sklopa doline Lima, jezero ima izdužen oblik i pruža se do Prijepolja. Jezerski basen akumulira 42,8 miliona m<sup>3</sup> vode. Karakteriše ga relativno mala širina (do 50 m). Jezero je dugačko 17-20 km i duboko do 40 m. Amplitude vodostaja iznose 10 m. Najniži vodostaji karakteristični su za letnje mesece, što onemogućava

<sup>3</sup> Izvor: Regionalni plan upravljanja otpadom za opštine Prijepolje, Nova Varoš, Priboj i Sjenica 2011-2020, Prijepolje, 2011



razvoj kupališnog turizma. Intenzivna erozija u slivu Lima zasipa jezero vučenim nanosom što onemogućava razvoj sportskog ribolova.

Kako se jezero formira priticanjem rashlađene vode Radoinjskog jezera, a i usled niske temperature reke Lim, karakterišu ga veoma niske temperature. Temperatura vazduha viša od 25°S javlja se tokom 80 dana u godini, što ukazuje na dugu kupališnu sezonu.

Pored jezera prolazi magistralni put Užice – Bistrica – Prijepolje (istočna obala) i pruga Beograd-Bar (zapadna obala). Samim tim, obala je na više mesta predstavljena betonskim zidovima, što, uz nemogućnost razvoja sportskog ribolova i kupališnog turizma, ovo jezero čini potpuno turistički neatraktivnim.

**Reka Mileševka** je, od izvorišta do srednjovekovnog grada Mileševca, usekla kanjon koji danas karakterišu divljina, surovost, vrletnost, dubina (na pojedinim mestima i preko 300 m), a čije se strane gotovo vertikalno spuštaju prema rečnom dnu. Nad stenovitim koritom ove reke, uzdiže se stasita i višljasta reliktna biljka – Pančičeva omorika. Ovo je predeo izrazitog istorijskog, kulturnog i spomeničkog kompleksa od izuzetnog značaja koji je većini žitelja Srbije ostao nepoznat do današnjih dana. Jedinstvena i retka ptica u svetu, beloglavi sup, nastanjuje ove predele netaknute prirode. Posle Prijepolja otpočinje nova klisura koja sa manjim kotlinastim proširenjima traje do ušća reke Uvac.

## Klima

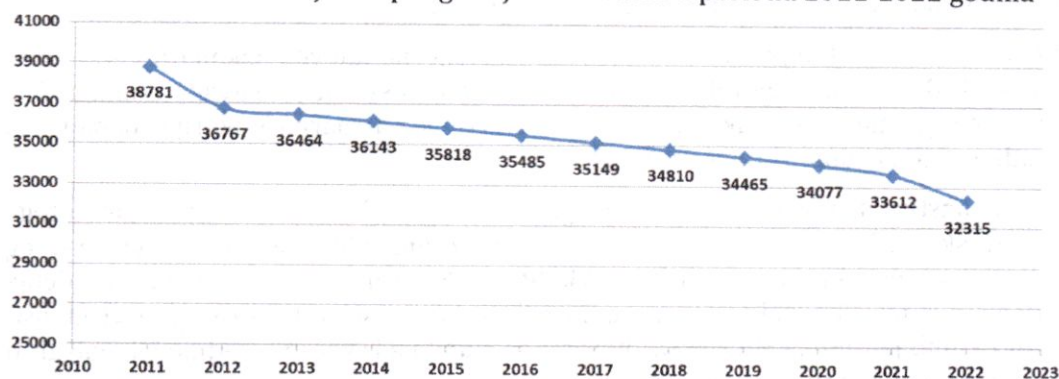
Uloga klime u turističkim kretanjima je izuzetno značajna s obzirom da veoma utiče na aktivnosti posetilaca i turista. Rekreativna uloga ovog prirodnog faktora se povećava sa povećanjem nadmorske visine i ima znatan uticaj na aktivnosti već na brdskim područjima (800-1.200 m.n.v.), što je slučaj sa većim delom opštine Prijepolje.

Opština Prijepolje se nalazi na dodiru maritimnih i kontinentalnih vazdušnih masa. Od Jadranskog mora, vazdušnom linijom, udaljena je 140 km, a od Panonske nizije 160 km. Međutim, između Jadranskog mora i Panonske nizije prostiru se visoki planinski venci koji sprečavaju dublje prodiranje kontinentalnih i maritimnih uticaja na prostoru Prijepolja. Zato se Prijepolje može ubrojati u opštine sa umereno – kontinentalnom klimom na koju znatno utiče okolni reljef. Središnja godišnja temperatura je oko 9.3°C.

## 4.2 Demografske karakteristike

U opštini Prijepolje, prema popisu stanovništva iz 2022. godine, živi 32.315 stanovnika. Polna struktura ukupnog broja zaposlenih ukazuje na neznatnu prednost muškog stanovništva (50,02%, odnosno 16.163) u odnosu na žensko stanovništvo (49,98%, odnosno 16.152). Kada se posmatra trend kretanja broja stanovnika Prijepolja u periodu 2011-2022. godine, uočava se konstantan pad broja stanovnika iz godine u godinu. Opisani trend je karakterističan i za Zlatiborsku oblast.

Grafikon 1. Trend kretanja ukupnog broja stanovnika u periodu 2011-2022 godina



Izvor: RZS, Vitalna statistika

Udeo stanovnika opštine Prijepolje je iznosio 12,64% u Zlatiborskoj oblasti u 2022. godini. Prema grafikonu 1. zaključuje se da je kumulativni pad broja stanovnika u opštini priepolje poredeći 2011. i 2022. godinu iznosio 16,67%. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku stopa živorođenih je u 2022. godini iznosila 9 a stopa umrlih 14, što ukazuje na negativnu stopu prirodnog priraštaja od -5.

Prosečna starost ukupnog stanovništva opštine Prijepolje u 2022. godini iznosi 43,05 godina (39,98 u 2011. godini), dok indeks starenja u 2022. godini iznosi 134 (94,8 u 2011. godini).

Intenzitet migracionih kretanja je u pozitivnoj vezi sa privrednom razvijenošću područja, čime je predodređen njihov smer kretanja ka većim i razvijenijim gradovima, kao i ka ekonomski razvijenijim područjima koji pružaju i više mogućnosti nasuprot manje razvijenim područjima. Ukupan broj doseljenog stanovništva u opštini Prijepolje u poslednjih deset godina je manji od odseljenih stanovnika što ukazuje na negativan migracioni saldo, koji je u opštini u 2022. godini iznosio -160.



### 4.3 Kulturno-istorijsko nasleđe

**Manastir Mileševu** kod Prijepolja je, 1219. godine, podigao princ Vladislav, drugi sin Stefana Prvovenčanog. Crkva je posvećena Vaznesenju Hristovom. Živopisana je u trećoj deceniji 13. veka, pre nego što je ktitor stekao kraljevsku krunu (1234.). Mileševa je, posle Studenice, po značaju drugi manastir u Srbiji. U njemu je 1377. godine krunisan kralj Bosne i Srbije, Stefan Tvrdi Kotromanić, a 1466. godine, Stefan Vukčić Kosača je uzeo titulu „hercega Svetog Save“. Veliku popularnost, manastir je stekao 1236. godine, kada su u njega prenete mošti Svetog Save iz Trnova. U 15. veku, Mileševa je bila sedište dobrobosanskih episkopa. Manastir je više puta pljačkan i spaljivan, ali i vrlo brzo obnavljan zahvaljujući narodu, rumunskim, vlaškim i moldavskim kneževima, ruskim carevima i velikodostojnicima.

U 16. veku u manastiru radi štamparija, nabavljena iz Venecije, nepun vek nakon Gutenbergove. U velikom požaru 1782. godine, izgorele su manastirske ćelije i sve ikone čuvane u manastiru. Nakon toga, manastir je imao dve velike obnove: prvu za vreme patrijarha Makarija Sokolovića i drugu 1863. godine, kada je dobio današnji izgled.

Freske u ovom manastiru spadaju u najveća dostignuća raške škole i evropske umetnosti toga doba. Izdvaja se freska Beli anđeo na grobu Hristovom na južnom zidu. Očuvane su figure Svetog Save, Stefana Prvovenčanog, kraljeva Radislava i Vladislava. Severno od crkve Svetog Vavedenja je konak građen sredinom 19. veka, sa drvenom galerijom na spratu. Turističkoj vrednosti Mileševe doprinosi ambijent: reka Mileševka, dvorište sa klupama i cvećem, srednjovekovni grad Mileševac na uzvišenju uzvodnije od manastira.

**Crkva manastira Davidovica** je posvećena Bogojavljenju i podignuta je 1281. godine. Zadužbina je monaha Davida, Vukanovog sina. O izgradnji crkve svedoči Ugovor koji se čuva u Dubrovačkom arhivu. Graditelj crkve je bio Desin sa Risa sa sinom Vlahom. Unutrašnjost crkve je bila oslikana freskama krajem 13. veka. Po legendi, u Davidovici su sahranjeni Jugovići. Ispred crkve se nalaze ostaci temelja rimske bazilike iz 6. veka. Nakon rušenja manastira u 15. veku, nije obnavljan sve do 1996. godine, kada je Muzej u Prijepolju pokrenuo projekat obnove i rekonstrukcije, koji je 1998. godine u celosti završen i manastiru vraćen prvobitni izgled.

**Crkva manastira Kumanica** je posvećena Svetom Arhandelu Mihailu. Najverovatnije je nastala u 14. veku, a u spisima se pominje u 15, 16. i 17. veku kada je bila jedan od kulturnih i duhovnih centara u Srednjem Polimlju. Zapusteo je u 18. veku, kada su iz njega iznete mošti Svetog Haralampija i episkopa Grigorija. U nauci je poznat po Kumaničkom jevanđelju koje je 1604. godine priložio jeromonah Zaharije. Rukopis potiče iz 16. veka. Ilustracije četvoroevanđela potiču iz 14. i 15. veka.

**Manastir Svetih apostola Petra i Pavla – Pustinja** nalazi se u dolini Karoševinske ili Pustinjske reke, nekad zvane Svetačica, u selu Karoševine, nedaleko od Velike Župe, kod Prijepolja. Potiče iz 14. veka. Manastir je porušen krajem sedamnaestog veka i sve do 2003. godine je bio u ruševinama. Obnovljen je i osveštan 2006. godine. Manastir je imao veliku ulogu u javnom i društvenom životu meštana i imao je veliku naseobinu monaha kao i utvde kojim je bio opasan.

U opštini Prijepolje se nalazi i nekoliko ruševina manastira: **Mili** (spomenik kulture), **Žitin i Zastup**. Manastir Mili se prvi put pominje 1413. godine i posvećen je Svetoj Trojici. Nekoliko puta je razaran, a od 18. veka potpuno zapušten. Manastir Zastup je, posle Mileševe, bio najznačajniji prepisivački centar u 16. veku. Prepisane knjige iz ovog manastira, nakon njegovog paljenja (1726) ostale su sačuvane u manastiru Nikoljcu kod Bijelog Polja.

**Crkva Bogorodičinog uspenja** u Seljanima je poznata u narodu kao Babinski manastir. Podignuta je 1847. godine, na temeljima manastira koji je srušen nakon Kosovske bitke. Pored crkve je i konak, podignut iste godine, u stilu balkansko-istočnjačke arhitekture.

Arheološki nalazi ukazuju da crkva nije spaljivana i da se iz nepoznatog razloga urušila. U takvom stanju je bila do 2000. godine, kada je Muzej u Prijepolju pokrenuo njenu rekonstrukciju koja je



završena 2001. godine. Do manastira se dolazi magistralnim putem Prijepolje-Bijelo Polje, na ulazu u limski kanjon, koji povezuje most od koga se na udaljenosti od 300 m nalazi manastir.

**Crkva Svetog Petra i Pavla u Tocima** je podignuta 1846. godine priložima seljaka i prijepoljskih trgovaca. Zvonik i kube su dograđeni 1935. godine. Prestonu ikonu Hrista je izradio zograf Andrija Raičević.

**Crkva Vasilija Ostroškog** se nalazi u centru Prijepolja. Sagrađena je u periodu 1890-1894. godine, na mestu prethodne crkve. Ukrasi na fasadi, u gornjim delovima, urađeni su po ugledu na Mileševu. U crkvi se nalaze značajne štampane i rukopisne knjige iz 16. veka i stare ikone.

**Katolička crkva u Prijepolju** je jedini spomenik katoličke provincijalizacije na teritoriji Srednjeg Polimlja. Podignuta je krajem 19. veka na velikoj steni koja se nalazi na levoj obali Lima. Služila je kao kapela za vojni austro-ugarski garnizon, a u njoj blizini se nalazilo vojničko groblje.

**Ibrahim-pašina džamija u Šarampovu** je najstarija džamija u Prijepolju. Prvi put se pominje u putopisima Evlije Čelebije. Sagrađio ju je Ibrahim-paša, sin hercegovačkog subaše, u 16. veku. U 18. veku, u toku Ugarsko-turskog rata, džamija je stradala, ali je obnovljena zaslugom meštanke Baki-hanume. Groblje – mezarje, pored džamije, obiluje starim nišanima od sige, kamena i mermera. Tu su i mezari graditelja Ibrahim-paše i njegove sestre Kajdife. Nišani na njihovim mezarima su najstariji očuvani nišani u Prijepolju. U uglu džamije, uzidan je i sunčani sat „eltifa“ u položaju istok-zapad koji je, ujedno, i jedini autentičan predmet iz vremena gradnje džamije.

**Velika ili Mahmut-begova džamija** se nalazi u centru Prijepolja. Podignuta je početkom 20. veka na mestu ranije džamije, sa drvenim minaretom. Džamija nema spomenička svojstva i spada u red verskih objekata Prijepolja.

Sadašnja **džamija u Hisardžiku** se nalazi ispod utvrđenog grada Mileševca, u podgrađu, pored koga se nalazi nekropola. Džamija nema spomenički karakter i služi isključivo kao verski objekat. U džamiji se čuva Kuran, star oko 400 godina, u rukopisu. Predstavlja vrednu i retku svetu knjigu tog perioda, na ovim prostorima.

Ne zna se tačno vreme gradnje **Sahat kule** u Prijepolju, ali, s obzirom da se pominje u spisima Evlije Čelebije, moguće je da je podignuta još pre 16. veka. Prilikom rekonstrukcije gradskog trga u Vakufu, Sahat kula je pomerena na novu lokaciju, na taj način što su joj potpuno sačuvani gabariti. Ovo je jedan od najinteresantnijih i najstarijih sačuvanih islamskih spomenika na teritoriji Srednjeg Polimlja. Prepoznatljiva je kao jedan od simbola Prijepolja, sa posebno oblikovanim časovnikom i brojevima na njemu.

**Kuća Musabegovića** u Prijepolju predstavlja tipičnu begovsku kuću. Izgrađena je na brežuljku iznad centra grada. Prizemlje je zidano od kamena, a sprat u bondručnom skeletnom sistemu sa ispunom. Prizemlje je služilo za boravak zimi, a sprat za spavanje leti. Sadrži elemente hercegovačke kuće sa ovalnim ćoškom. Krov je pokriven ćeramidom. Kuća<sup>4</sup> je u vlasništvu muzeja u Prijepolju u kojoj je danas smešten deo depoa muzeja.

**Kuću Hadžipetrovića/Cvijovića** je gradila trgovačka porodica Hadžipetrović u prvoj polovini 19. veka. Građena je za stanovanje i nikada nije menjala namenu, tako da je spoljni izgled ostao autentičan. Posebnu vrednost kuće čini doksat sa obrađenim stubovima i šašovicima. Kuća je reprezentativna sa izraženim orijentalnim stilom.

U neposrednoj blizini manastira Mileševe, nalaze se ostaci srednjovekovnog grada **Mileševca**<sup>5</sup>. Vreme njegove izgradnje nije pouzdano utvrđeno, a lociran je na vrhu litice, na početku kanjona reke Mileševke. Grad je najverovatnije nastao uporedo sa gradnjom manastira ili nešto kasnije, najverovatnije sredinom 13. veka. U istorijskim izvorima pominje se kao utvrđenje tek 1444. godine kao „*Mileseuschi castello*“. Pristupačan je samo s južne strane dok se ostale tri strane

<sup>4</sup>Kuća Envera Musabegovića zaštićena je kao spomenik kulture 16. decembra 1983. godine Rešenjem br. 633-2/83.

<sup>5</sup>Grad Hisardžik (Crna stena – srednjovekovni grad Mileševac), zaštićen je kao spomenik kulture 12. novembra 1947. godine, Rešenjem br. 511/47.



okomito spuštaju i nisu pristupačne. Grad je nepravilnog oblika, opasan kamenim zidovima sa četvrougaonim kulama, na istaknutim mestima. S južne strane se nalazi podgrađe na kome je danas seosko naselje Hisardžik. Na stenovitoj strani prema Prijepolju i manastiru nalaze se dve isturene kule sa kojih se najlakše mogao kontrolisati prilaz manastiru i put od Prijepolja prema gradu. Hisardžik je imao svoju crkvu koja se u narodu pominje kao Ružica, a prema otkrivenim delovima fresaka može se raći da datira iz 13-14. veka. Osvajanjem u 15. veku, Turci doziđuju grad turskim kulama koje su i danas očuvane.

U neposrednoj blizini puta Prijepolje-Pljevlja, na lokalitetu Osoje, zaselak Kula, nalaze se ostaci **Kule Jusovića**. Reč je o nekadašnjoj stambeno-odbrambenoj kuli, građenoj početkom 19. veka. Objekat je građen od škriljaca, u donjoj zoni, i ćerpiča, u gornjoj.

**Spomenik oslobođiocima 1912. godine** se nalazi u Vakufu, na Malom trgu, u blizini Sahat kule u Prijepolju. Posvećen je oslobođiocima srpske vojske u Balkanskim ratovima koji su 1912. godine ovaj grad oslobodili petovekovnog ropstva pod Turcima.

**Spomenik palim i umrlim junacima u ratovima 1912-1918. godine** se nalazi na trgu ispred zgrade Opštine Prijepolje. Izvajao ga je, od Bračkog mermera, čuveni hrvatski vajar Ivan Rendić. Predstavlja značajno umetničko vajarsko delo koje je izgradnjom okolnih objekata izgubio centralnu poziciju u glavnoj gradskoj ulici.

**Ruševine zgrade Partizanske bolnice<sup>6</sup>** u Prijepolju nalaze se u podnožju brda Koševina na levoj obali Lima. Zgradu u kojoj je kasnije bila smeštena i partizanska bolnica, podigli su austrijski vojnici između 1882. i 1887. godine kao vojnu bolnicu. Imala je prizemlje i sprat. U tri prostorije prizemlja bile su smeštene bolesnička soba, apoteka i kuhinja, dok su na spratu bile četiri bolesničke sobe i lekarska soba. Kontinuitet namene (vojna bolnica) prekinut je u periodu 1918-1929. godine kada je služila kao kasarna, da bi osnivanjem Zetske banovine u njoj bila smeštena civilna Banovinska bolnica. Do rušenja u ratnom sukobu, u zgradi je bila smeštena partizanska bolnica. **Memorijalni kompleks 4. decembar** formiran je u znak sećanja na stradanja i gubitke partizana u pružanju otpora Nemcima 4. decembra 1943. godine. Arhitektonsko-vajarsko rešenje vajara Lojze Dolinara (1893-1970) iz 1953/54. godine, čini skulptoralna kompozicija, reljefi na ostacima zidova i spiskovi poginulih na spomen tablama. Konzervacija ruševina zidova zgrade Partizanske bolnice izvedena je 1955/56. godine. Na bareljefima koji su postavljeni na preostalim zidovima bolnice simbolično je prikazan tok bitke i ispisana su imena poginulih boraca.

**Zgrada škole učenika u privredi<sup>7</sup>** u Prijepolju građena je kao Ruždija (niža gimnazija) pedesetih godina 19. veka, posle turskih reformi donetih Hatišerifom 1839. godine. Zgrada je zidana od lomljenog kamena. Pokrivena je ćeramidom, a ima prizemlje i sprat. Ulaz na sprat je u obliku zatvorenog doksata sa tri prozora koga podržavaju dva kamena stuba, koji su i nadstrešnica za ulazne stepenice. U ovoj zgradi je počela sa radom prva Gimnazija u Prijepolju, nakon Prvog i Drugog svetskog rata u njoj je radila osnovna škola, zatim Škola učenika u privredi, a danas je u njoj smešten Muzej u Prijepolju.

**Memorijalni kompleks Boško Buha na Jabuci<sup>8</sup>** posvećen je čuvenom partizanskom bombašu, dečaku Bošku Buhi koji je u toku Drugog svetskog rata, poginuo na Jabučkoj visoravni. Ovaj kompleks je podignut šezdesetih godina 20. veka zajedničkim priložima pionira velike bivše Jugoslavije. Svoju ekspanziju doživeo je sedamdesetih godina kada su osnovne i srednje škole imale obavezan program posete ovom memorijalnom kompleksu. Iz tog razloga, početkom osamdesetih godina, otvoren je muzej sa muzejskom postavkom posvećenom deci u NOB-u, koji je funkcionisao do početka devedesetih kada je došlo do raspada Jugoslavije. Od tog vremena do danas, memorijalni kompleks Boško Buha postaje nepravедно zapostavljen od države i društva i

<sup>6</sup>Ruševine ispod brda Koševine, gde je nekada postojala Partizanska bolnica, zaštićene su kao spomenik kulture od izuzetnog značaja, Rešenjem br. 31/52 od 26. januara 1952. godine.

<sup>7</sup>Zgrada zavičajnog muzeja, ranije zgrada škole učenika u privredi, zaštićena je kao spomenik kulture 9. juna 1987. godine, Rešenjem br. 6-26/87.

<sup>8</sup>Memorijalni kompleks Boško Buha na Jabuci zaštićen je kao znamenito mesto od izuzetnog značaja 30. maja 1986. godine, Rešenjem br. 011-4/86-I-01.



nalazi se u stanju tihog propadanja, iako ima uslove da primi i smesti oko 400 posetilaca školske populacije istovremeno. Do ovog kompleksa koji se nalazi na 1.300 m nadmorske visine dolazi se magistralnim putem Prijepolje-Pljevlja.

**Kuća Miloša Divca** u selu Drenova (Prijepolje), zaštićena je kao spomenik kulture 1947. godine, kao objekat u kome je Josip Broz Tito, za vreme Drugog svetskog rata, proveo nekoliko sati. Objekat nema drugih spomeničkih vrednosti.

Najvažnije institucije kulture u opštini Prijepolje su Dom kulture, Matična biblioteka Vuk Karadžić i Muzej u Prijepolju.

**Muzej u Prijepolju** zvanično je registrovan 1991. godine, kada su prezentovanjem stalne postavke otvorena vrata za posetioce. Zavičajna zbirka je formirana 1954. godine i od tada je povremeno predstavljana javnosti. Muzej je smešten u zgradi nekadašnje turske Ruždije (niže gimnazije), sagrađene između 1839. i 1845. godine. Danas je Muzej riznica kulturno-istorijskog nasleđa polimskog kraja. Muzej ima arheološku, istorijsku, istorijsko-umetničku i etnografsku zbirku, pri čemu raspolaže i galerijskim prostorom, pogodnim za organizovanje tematskih izložbi i drugih sadržaja.

**Dom kulture** je otvoren 4. jula 1979. godine sredstvima građana. Raspolaže malom i velikom salom. Mala sala (200 mesta) služi za organizovanje naučnih skupova, književnih večeri, tribina, dečjih pozorišnih predstava, lutkarskih predstava itd. Velika sala (600 mesta) služi za održavanje pozorišnih predstava, filmskih, operskih, baletskih, koncerata zabavne i narodne muzike, horskih i klavirskih programa, promocija, sa najmodernijom tonskom, svetlosnom tehnikom sa pomoćnim tribinama od 444 mesta koja služe za praćenje navedenih programa, velikim i malim salonom za različite namene (sastanke, venčanja, izložbe itd).

**Biblioteka Vuk Karadžić** je javna biblioteka i najstarija ustanova iz oblasti kulture u Prijepolju. Pruža usluge za oko 4.500 čitalaca. Raspolaže fondom koji broji preko 120.000 jedinica građe profilisanim da zadovolji potrebe najraznovrsnijih korisnika. Pored aktuelnog i bogatog izbora domaće i strane književnosti, fondovi biblioteke obuhvataju naučno-popularnu i stručnu literaturu iz društvenih, prirodnih, primenjenih nauka, kao i informacionih tehnologija i umetnosti.

Prijepolje je područje bogato kulturno-istorijskim spomenicima i znamenitostima različitih kultura počev od starog Rima pa do današnjih dana. Evidentirana nepokretna kulturna dobra pod zaštitom države u Informacionom sistemu nepokretnih kulturnih dobara Republike Srbije su (<https://nasledje.gov.rs/index.cfm>):

#### Spomenik kulture

- Manastir Mileševa sagrađen u 13. veku, spomenik kulture od izuzetnog značaja
- Manastir Davidovica, Grobnice kod Brodareva, 13. vek, spomenik kulture od izuzetnog značaja
- Ruševine manastira Mili na Limu kod Brodareva, 13. vek, spomenik kulture
- Srednjovekovni grad Mileševac u Hisardžiku, 14. vek, spomenik kulture
- Srednjovekovni grad Kovin u Džurovu iz srednjeg veka
- Zgrada Zavičajnog muzeja u Prijepolju podignuta u periodu od 1839. do 1845. godine
- Kuća Envera Musabegovića u Prijepolju podignuta početkom 19. Veka. Kuća Miloša Divca u Drenovi sagrađena je 1946. godine na mestu stare porodične kuće, spaljene tokom Drugog svetskog rata.
- Partizanska bolnica u Prijepolju iz 1943. i 1954. godine



### Znamenito mesto

- Memorijalni kompleks „Boško Buha“ na Jabuci, spomenik kulture od izuzetnog značaja

### Arheološko nalazište

- Nekropola stećaka u Hrtima, pod zaštitom UNESCO-a
- Rimska nekropola na Kolovratu, arheološko nalazište od velikog značaja
- Arheološko nalazište Crkvine u Drenovi, spomenik kulture

### Prostorno-kulturno-istorijska celina

- Selo Milakovići na Ozrenu kod Prijepolja

## 4.4 Saobraćajna i komunalna infrastruktura

### Saobraćajna infrastruktura

Kroz opštinu Prijepolje prolaze državni putevi IB reda, kao i državni putevi IIA reda. Državni put I reda br. B23 u postojećoj putnoj mreži ima prioritet kao primarna veza Prijepolja sa ostalim regionima naše zemlje, a ujedno je i njihova veza sa susednom Crnom Gorom (granični prelaz „Gostun“ ka Bijelom Polju). Prostire se pravcem sever-jug i deli opštinu na dva približno jednaka dela. Ukupna dužina državnog puta I reda br. B23 na teritoriji opštine Prijepolje je 45,306 km. Državni put I reda br. B29, sa jedne strane Prijepolje povezuje sa granicom Crne Gore (granični prelaz „Jabuka“ ka Pljevljima), a sa druge strane se pruža do Aljinovića, preko Nove Varoši do granice sa opštinom Sjenica.

Kroz teritoriju Prijepolja dužina državnog puta prvog reda br. B29 na deonici Kolovrat - Jabuka (trasa ka Pljevljima) je 18,5 km, a drugi deo ovog puta na realaciji Suvi Bor – Aljinovići (granica sa Crnom Gorom) je 8,13 km. Planirana je izgradnja nove deonice (nastavka) državnog puta II reda br. A200. Putni pravac drugog reda br. A200 Prijepolje - Manastir Mileševa - Aljinovići ukupne je dužine 21,779 km. Izgrađeni deo ove deonice Prijepolje - Manastir Mileševa iznosi 7,439 km, a neizgrađeni deo deonice Manastir Mileševa -Aljinovići 14,34 km.<sup>9</sup> Ukupna dužina državnih puteva I reda na teritoriji opštine iznosi 71,936 km.<sup>10</sup>

Na teritoriji opštine Prijepolje prolazi državni put drugog reda br. B407 Mioska – Mataruge – Boretino Brdo – Biov Grob ukupne dužine 18,850 km. Izgrađen je deo Mioska – Mataruge u dužini od 12,15 km, a neizgrađen je deo Mataruge – Boretino brdo – Biov grob (granica sa Crnom Gorom) u dužini od 6 km. Ukupna dužina državnih puteva II reda na teritoriji opštine iznosi 40,629 km.<sup>11</sup>

Državni putevi koji prolaze uz klisuru reke Mileševke su jako značajni za opštinu Prijepolje sa aspekta saobraćajne povezanosti opštine Prijepolje sa trasom budućeg puta Požega – Boljevac.

Opštinski putevi prvog i drugog reda su putevi koji zadovoljavaju sledeće kriterijume:

Tabela 2. Pregled putne infrastrukture opštine Prijepolje u periodu 2018-2022. godina

Naziv indikatora	2018	2019	2020	2021	2022
Dužina puteva, km	467,41	446,37	446,37	445	446,36
Gustina puteva, km/km <sup>2</sup>	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5
Putnički automobili, broj	8.359	8.787	9.164	9.379	9.830
Putnički automobili na 1.000 stanovnika, broj	240	255	269	279	304

Izvor: Analitički servis JLS, <https://rsjp.gov.rs/cir/analiticki-servis>

Od ukupno 446,37 km kategorisanih puteva na području opštine Prijepolje, 253,06 km ili 56,69% čini savremeni kolovoz. Podaci za 2022. godinu pokazuju da je dužina državnih puteva I reda na području opštine 71,58 km, te da je u celoj dužini zastupljen savremeni kolovoz. Dužina državnih puteva II reda iznosi 19,59 km, od čega je savremeni kolovoz zastupljen na 15,76 km (80,45%). Ukupna dužina opštinskih puteva iznosi 355,2 km, od čega je savremeni kolovoz zastupljen u dužini od 161,89 km (45,58%).

<sup>9</sup> Izvor: Podaci dobijeni od nadležnih iz lokalne samouprave

<sup>10</sup> Izvor: Prostorni plan opštine Prijepolje, JP Direkcija za urbanizam Kragujevac, Kragujevac, 2011. godine

<sup>11</sup> Izvor: Uredba o kategorizaciji državnih puteva ("Službeni glasnik Republike Srbije, br. 105/13, 119/13,93/2015)



Tabela 3. Dužina puteva opštine Prijepolje u km u 2022. godini

Ukupno	Savremeni kolovoz	Državni putevi I reda		Državni putevi II reda		Opštinski putevi	
		svega	savremeni kolovoz	svega	savremeni kolovoz	svega	savremeni kolovoz
446,37	253,063	71,58	71,58	19,59	15,76	355,2	161,89

Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji, Republički zavod za statistiku.

Na području opštine Prijepolje nalazi se deo trase glavne, magistralne, međunarodne, jednokolosečne, elektrificirane železničke pruge br. 1 Beograd – Resnik – Požega – Vrbnica – (Bar). Na pomenutoj pruzi, koja prolazi kroz teritoriju opštine Prijepolje, odvija se mešoviti saobraćaj vozova za prevoz putnika i robe, na relacijama u unutrašnjem i međunarodnom saobraćaju.

Na teritoriji opštine Prijepolje ne postoji aerodrom za civilne letove, ali postoji letilište u zoni naselja Lučice uz obalu reke Lim, koje se koristi za sportsko, turističko letenje.

#### Komunalna infrastruktura

Na teritoriji opštine Prijepolje postrojenje za prečišćavanje otpadnih voda ne postoji. U cilju rešavanja problema otpadnih voda, urađen je Generalni projekat sakupljanja, odvođenja i prečišćavanja otpadnih voda opštine Prijepolje.

Na osnovu podataka Analitičkog servisa JLS, broj domaćinstava priključenih na kanalizacionu mrežu se nije značajno menjao u periodu od 2016. do 2022. godine i iznosio je oko 25%.<sup>12</sup> Opština Prijepolje je daleko ispod proseka za Republiku Srbiju po broju domaćinstava priključenih na kanalizacionu mrežu. Na području Republike Srbije, broj domaćinstava priključenih na kanalizacionu mrežu iznosi 62,6%, dok u Zlatiborskoj oblasti iznosi 60,3%. Dakle, broj domaćinstava priključenih na kanalizacionu mrežu, je u opštini Prijepolje daleko ispod proseka i za Zlatiborsku oblast. U seoskim naseljima zbrinjavanje komunalnih otpadnih voda sprovodi se u nepropisno izvedenim septičkim jamama ili se direktno odvođe u okolne vodotokove.

Poslove sakupljanja, odvoženja i deponovanja otpada na teritoriji opštine Prijepolje sprovodi JKP Lim. U opštini ne postoji posebno odeljenje koje se bavi problematikom upravljanja otpadom, već su ovi poslovi povereni Odeljenju za urbanizam, građevinarstvo, komunalno-stambeno i imovinsko-pravne poslove.

U opštini Prijepolje stanovništvo prikuplja metalni otpad i prodaje Centru za reciklažu AD za sakupljanje, preradu i promet metalnih otpadaka-otkupna stanica Prijepolje kao i SZTR „Metaliks“ (otkup-gvožđe, aluminijum, mesing i bakar).

Komunalni otpad se odlagao na lokaciji „Duboki Do“ do 1999. godine, nakon čega je otpočeta upotreba privremene lokacije „Stanjevine“, koja se nalazi u blizini reke Lim i na samom ulazu u grad. Nesanitarna deponija „Stanjevine“ je sanirana i zemljište je rekultivisano 2021. godine i sav otpad iz opštine Prijepolje je preusmeren na nesanitarnu deponiju u Priboju. Projekat izgradnje regionalne deponije „Banjica“ je zamenjen projektom izgradnje transfer stanice „Banjica“. Po završetku izgradnje transfer stanice, planira se sanacija i rekultivacija nesanitarne deponije u Priboju. Takođe, u planu je da se otpad iz opština Prijepolje, Priboj, Nova Varoš i Sjenica dovozi u

<sup>12</sup> Izvor: Analitički servis JLS, Republički sekretarijat za javne politike, Vlada Republike Srbije



„Banjicu“ i da se nakon selekcije i pretovara transportuje u Regionalni centar „Duboko“ u Užicu.<sup>13,14</sup>

Za vodosnabdevanje se koriste vode karstne izdani. Izvorište Seljašnica sastoji se od dva stalna i nekoliko povremenih izvora, lociranih u uskoj klisuri istoimenog vodotoka. Jedan stalni izvor je na levoj obali, kaptiran je i koristi se za snabdevanje vodom Prijepolja od 1968. godine. Projektovani kapacitet ovog izvora je 92 l/s. Drugi stalni izvor je na desnoj obali, kaptiran je, a njegova voda se koristi za pokretanje MHE "Seljašnica" i od 1986. godine delom za gradski vodovod. Izdašnost ovog izvora merena je za potrebe hidrocentrale šesdesetih godina XX veka, u vreme kaptiranja, i minimalne vrednosti su iznosile od 220 do 240 l/s, od čega je 150 l/s direktno namenjeno za vodosnabdevanje, tako da je za vodosnabdevanje Prijepolja sa izvorišta Seljašnice namenjeno ukupno oko 250 l/s. Merenja ukazuju da je tokom poslednje decenije došlo do znatnog periodičnog smanjenja vrednosti minimalne izdašnosti izvora sa trajanjem i do šest meseci u zavisnosti od hidroloških uslova godine. Merači protoka na postrojenju za prečišćavanje čiste vode u ovim uslovima su registrovali doticaj sa izvora od 140 l/s.

Vodovodna mreža Prijepolja je izgrađena većim delom sedamdesetih godina prošlog veka i za istu ne postoji katastarski snimak. JKP „Lim“ održava oko 145 km vodovodne mreže u Prijepolju i okolnim naseljima i oko 15 km u MZ Brodarevo. Brodarevo je smešteno u dolini reke Lim na oko 25 km od Prijepolja prema granici sa Crnom Gorom. Javni vodovodi u Prijepolju i Brodarevu su nezavisni, sa nezavisnim izvorištima i posebnom vodovodnom mrežom. Kroz Prijepolje protiču reke Lim, Seljašnica i Mileševka, te su se naselja, kao i vodovodna mreža, gradila i širila duž obala reka.

Prema zvaničnim podacima Republičkog sekretarijata za javne politike Vlade Republike Srbije, udeo domaćinstava priključenih na vodovodnu mrežu u opštini Prijepolje u 2022. godini je iznosio 49,1%.

Tabela 4. Priključenost na vodovodnu mrežu u opštini Prijepolje

Naziv indikatora	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Domaćinstva priključena na vodovodnu mrežu, broj	5.439	5.439	5.447	5.494	5.511	5.527	5.552
Domaćinstva priključena na vodovodnu mrežu, kao % ukupnog broja domaćinstva	47,4	47,4	47,5	47,9	48,1	48,2	49,1

Izvor: Analitički servis JLS, <https://rsjp.gov.rs/cir/analiticki-servis>

Opština Prijepolje poseduje značajne potencijale u oblasti moguće primene obnovljivih izvora energije sa najznačajnijim energetske potencijalom u Srbiji. U opštini postoji izuzetno visoka zastupljenost šuma sa procentom od 53,2% učešća u ukupnoj površini, što predstavlja potencijal u oblasti moguće primene energije biomase. Prijepolje je jedna od opština sa najvećim potencijalom za izgradnju malih hidroelektrana (hidroelektrana do 10 MW), sa oko 40 potencijalnih lokacija u Katastru malih hidroelektrana, kao i velikih hidroelektrana (preko 10 MW).

Do sada su u slivu reke Lim izgrađene četiri hidroelektrane, i to dve na reci Lim: HE Potpeć (snage 52 MW, tri turbine) i HE Bistrica (snage 108 MW, dve turbine koja koriste hidropotencijal Uvca i

<sup>13</sup> Izvor: Zvanični sajt Vlade Republike Srbije, Raspoloživo na: <https://www.srbija.gov.rs>

<sup>14</sup> Izvor: Zvanični sajt Ministarstva zaštite životne sredine Republike Srbije; Raspoloživo na: <https://www.ekologija.gov.rs>



Radojnjskog jezera), a dve na reci Uvac: HE Kokin Brod (snage 22,5 MW, dve turbine) i HE Uvac (snage 36 MW, jedna turbina).

Opština Prijepolje nije pokrivena gasovodnom mrežom. Prema Nacrtu prostornog plana Republike Srbije od 2021. do 2035. godine, na području opštine Prijepolje planirana je izgradnja razvodnog gasovoda Zlatibor – Priboj – GRČ Bistrica – Prijepolje – Sjenica.

Sistem daljinskog grejanja ne postoji na teritoriji opštine Prijepolje. Stanovništvo obezbeđuje grejanje individualnim ložištima uz korišćenje prvenstveno čvrstih goriva i to uglja i drva.

Na teritoriji opštine Prijepolje centralnim etažnim grejanjem pokriveno je 2.594 stambenih objekta, što predstavlja 17,5% ukupnog broja stambenih jedinica. Sistemom daljinskog grejanja pokriveno je svega 5% domaćinstava, tačnije toplovodnom mrežom obuhvaćeno je oko 600 priključaka. U opštini ne postoji gasovod, a realizacija ove investicije može se očekivati u nekom dugoročnom vremenskom periodu.

#### 4.5 Step en privrednog razvoja turizma Opštine Prijepolje

Prema stepenu razvijenosti opština Prijepolje spada u IV grupu devastiranih područja (ispod 50% republičkog proseka) jedinica lokalne samouprave.<sup>15</sup> Kada je reč o resursima za razvoj privrede područja, svakako je poljoprivreda najvažniji privredni sektor, jer opština obiluje bogatim prirodnim resursima, te postoje povoljni agroekološki uslovi za razvoj pojedinih grana poljoprivrede (stočarstvo, voćarstvo, povrtarstvo). Pored poljoprivrede, posebno značajan resurs za razvoj privrede područja je turizam, i to turizam „prirodnog i kulturnog nasleđa“.

Okosnicu privrednog razvoja opštine Prijepolje čini prerađivačka industrija, kao i trgovina na veliko i malo.

Prema podacima Agencije za privredne registre, u periodu od 2018. do 2022. godine prisutne su manje oscilacije u broju aktivnih privrednih društava, sa naglašenim trendom rasta i to u kumulativnom iznosu od 12,32% poredeći 2018/2022.

Tabela 5. Broj privrednih društava u opštini Prijepolje u periodu 2018-2022. godina

Indikator	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Aktivnih	349	345	373	398	392
Novoosnovanih	24	55	40	29	29
Brisanih/Ugašenih	7	57	12	5	26

Izvor: Agencija za privredne registre

Kod broja novosnovanih privrednih društava su, takođe, prisutne oscilacije. Naime, broj novoosnovanih privrednih društava raste do 2019, da bi nakon toga broj počeo da opada. Značajnije oscilacije prisutne su u broju brisanih/ugašenih privrednih društava.

Tabela 6. Broj preduzetnika u opštini Prijepolje u periodu 2018-2022. godina

Indikator	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Aktivnih	1.275	1.353	1.418	1.473	1.535
Novoosnovanih	208	206	180	63	234
Brisanih/Ugašenih	156	132	117	76	173

<sup>15</sup> Uredba o utvrđivanju jedinstvene liste razvijenosti regiona i jedinica lokalne samouprave za 2014. god. ("Sl. glasnik RS", br. 104/2014)

*Izvor: Agencija za privredne registre*

Izražen je pad novoosnovanih preduzetnika kroz posmatrane godine, kao i pad brisanih/ugašenih preduzetnika, uz izuzetak poslednje analizirane godine u kojoj se registruje značajniji skok oba parametra. Broj aktivnih preduzetnika registruje kontinuirani rast u posmatranom petogodišnjem periodu i to u kumulativnom iznosu od 20,39%.

## **5. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA RAZVOJA TURIZMA OPŠTINE PRIJEPOLJE**

Turizam je važna privredna grana za opštinu Prijepolje. Trenutni trendovi u turizmu pokazuju da Prijepolje poseduje izuzetne prirodne i stvorene pogodnosti koje ga mogu klasifikovati kao atraktivnu turističku destinaciju. Opština Prijepolje je usmerena ka savremenim potrebama turista - razvoju ekološkog i seoskog turizma. Razvoj ovih turističkih proizvoda ima različite aspekte: socijalni - kontakt gradskog i seoskog stanovništva, ekološki - produbljivanje svesti o ekološkim i prirodnim vrednostima, ekonomski - mogući dodatni prihodi stanovništva u ruralnim sredinama.

Ključni proizvodi turističke regije Zapadna Srbija kao turističke destinacije su ekoturizam, etnoturizam, zdravstveni i spa&wellness turizam, ruralni turizam, kulturno-tematske rute, planinski turizam, manifestacije i specijalni interesi (Strategija razvoja turizma Republike Srbije 2016-2025).

Kako bi se planirao razvoj turizma, neophodno je sagledati turističko-resursnu osnovu opštine Prijepolje i izvršiti njenu analizu. U tom smislu resursna osnova je podeljena na prirodne i kulturne resurse, a zatim je ista valorizovana po FAS metodologiji Svetske turističke organizacije.



## 5.1 Analiza resursne osnove razvoja turizma

Kao pristup za izvođenje ocene turističkih resursa opštine Prijepolje i određivanje nivoa atraktivnosti resursa za razvoj destinacije korišćena je FAS metodologija Svetske turističke organizacije - zasnovana na identifikovanju i klasifikovanju relevantnih elemenata turističke ponude svrstanih u tri grupe: Faktori (*Factors*), Atraktori (*Attractors*) i Podrška (*Support*), koji se dalje dele na podelemente (Popesku, J. „Menadžment turističke destinacije“, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011, str.163).

Turistički atraktori su prirodni, kulturni i stvoreni/kreirani (*"man-made"*) koji kontinuelno privlače značajan broj turista. Ovi atraktori predstavljaju turističku realnost u trenutku izrade ovog programa. Procena uzima u obzir trenutnu atraktivnost atraktora, kao i njegov potencijal da u budućnosti privuče turiste.

Tabela 7. FAS metodologija Svetske turističke organizacije

FAKTORI		
Prirodni faktori	Ljudski faktori	Faktori kapitala
Voda Zemlja Klima	Ljudski kapital Uslovi zapošljavanja Kultura i tradicija	Nivo potencijala za investicije Raspoloživi kapital Pristup finansijama

ATRAKTORI		
Prirodni atraktori	Kulturni atraktori	Stvoreni atraktori
Aktivnosti u prirodnom području Prirodna područja	Način života Događaji Istorijske znamenitosti	Kupovina Festivali Slobodno vreme

PODRŠKA		
Komplementarna usluga	Transport	Smeštaj i restoraterstvo
Organizacija putovanja Bezbednost i zdravlje Distribucija informacija	Unutrašnji transport Ostali transport	Hoteli Gostionice Restorani

Izvor: Popesku, J. „Menadžment turističke destinacije“, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011, str. 163

Svaki atraktor rangiran je na skali od 1 do 5 po pitanju njegove trenutne privlačnosti (kvalitativni pokazatelji broja posetilaca, lepota lokacije/mesta, pristupačnost, vrednost za turizam, itd; 1 označava nizak stepen, a 5 visok). Takođe se rangira na skali od 1 do 5 u smislu svojih potencijala (kvalitativni pokazatelji mogućnosti unapređenja, budućeg povećanja/smanjenja broja posetilaca, budućih radova na povećanju dostupnosti, itd; 1 označava nizak stepen, a 5 visok). Stoga, procena svakog atraktora predstavlja prosečnu vrednost procene trenutne atraktivnosti i procene potencijala. Ocena atraktora predstavlja srednju ocenu trenutne privlačnosti za turiste i potencijala da privuče turiste u budućnosti.

Atraktori u vidu centara za aktivnosti su elementi razonode u okviru turističke industrije kao što su barovi, restorani, mesta za kupovinu i druge zabavne aktivnosti.

Turistički faktori su turistički resursi koji privlače mali broj turista u odnosu na potencijalnu atraktivnost, jer još nisu adekvatno pripremljeni za uključanje u turističku ponudu destinacije. Uključuju i humane (kulturne tradicije, znanje i veštine, nivo plata i uslovi rada u turizmu, tehnološku razvijenost) i kapitalne faktore (dostupnost kredita, razvijenost preduzetništva i infrastrukture, sposobnost privlačenja kapitala), koji su neophodni za aktiviranje potencijala prirodnih turističkih resursa. Faktori su kvalitativno ocenjeni u rasponu od 1 do 5 poena u skladu sa njihovom lepotom, biodiverzitetom i potencijalom da privuku turiste u budućnosti.



Podrška obuhvata komplementarne usluge, transport (dostupnost turističkih atrakтора i prirodnih faktora) i turističke sadržaje koji doprinose atraktivnosti turističkih resursa i destinacija.

### 5.1.1. Turistički atraktori opštine Prijepolje

Na teritoriji opštine Prijepolje identifikovana su četiri prirodna atrakтора, šest kulturnih atrakтора i 14 atrakтора u vidu centara za aktivnosti od prioriternog značaja za razvoj turizma ove opštine:

#### I – PRIRODNI ATRAKTORI

- Reka Lim
- SRP Klisura reke Mileševke
- SP Slapovi Sopotnice
- Kamena Gora
- PIO Ozren-Jadovnik

#### II - KULTURNI ATRAKTORI

- Manastir Mileševa
- Muzej u Prijepolju
- Manastir Davidovica
- Manastir Kumanica
- Velika (Mahmut begova) džamija
- Džamija u Hisardžiku

#### III - ATRAKTORI U VIDU CENTARA ZA AKTIVNOSTI

- Mostovi Balkana
- Komaranska košija
- Sajam poljoprivrede u Brodarevu
- Limska regata
- Kup u ribolovu
- Linski darovi
- Med je lek za dug vek
- Skokovi u vodu Memorijal Pajo Potežica
- Mileševska kolonija
- Letnja liga Brodarevo
- Vidikovac Sokolica

Tabela 8. Ocena prirodnih atrakтора opštine Prijepolje prema FAS metodologiji

PRIRODNI ATRAKTORI	Trenutna situacija*				Potencijal**			Prosečna ocena
	A	B	V	G	D	Đ	E	
Reka Lim	3,67	4,56	3,67	4,83	4,76	4,88	4,59	4,42
SRP Klisura reke Mileševke	2,76	3,88	2,59	4,12	4,44	4,88	4,50	3,88
SP Slapovi Sopotnice	3,82	4,59	3,47	4,82	4,69	4,69	4,56	4,38
Kamena Gora	3,59	4,59	3,53	4,65	4,81	4,69	4,69	4,36
PIO Ozren-Jadovnik	2,67	4,17	3,67	4,50	4,00	4,33	4,33	3,95

Izvor: Zaključci radne grupe

Na osnovu izvršenog ocenjivanja turističkih atrakтора opštine Prijepolje, ustanovljeno je da su glavni prirodni atraktori ovog područja dobro očuvani i imaju veliki potencijal da budu atraktivni za turiste. Ocene iznad 4.00 oslikavaju visok stepen atraktivnosti prirodnih atrakтора.

Procenom atrakтора prema FAS metodologiji u okviru Prirodnih atrakтора najbolje su ocenjeni (sa ocenom 4.42) reka Lim, Spomenik prirode Slapovi Sopotnice (4,38) i područje Kamene Gore



(sa ocenom 4,36), dok su PIO Ozren-Jadovnik (3,95) i SRP Klisura reke Mileševke (3,88) takođe visoko ocenjeni.

Tabela 9. Ocena kuturnih atraktora opštine Prijepolje prema FAS metodologiji

KULTURNI ATRAKTORI	Trenutna situacija*				Potencijal**			Prosečna ocena
	A	B	V	G	D	Đ	E	
Manastir Mileševa	4,40	5,00	4,60	5,00	4,40	4,60	3,40	4,49
Muzej u Prijepolju	2,80	4,00	4,60	4,60	4,20	4,20	3,40	3,97
Manastir Davidovica	2,40	4,40	3,20	4,60	4,40	4,60	4,40	4,00
Manastir Kumanica	3,40	4,20	3,80	4,40	4,00	4,00	3,60	3,91
Velika (Mahmut begova) džamija	2,20	3,60	4,60	4,00	3,80	3,60	3,60	3,63
Džamija u Hisardžiku	2,50	3,50	2,75	4,00	3,75	4,00	4,50	3,57

Izvor: Zaključci radne grupe

Na osnovu navedenog ocenjivanja u grupu glavnih kulturnih atraktora spadaju: manastir Mileševa sa izuzetno visokom atraktivnošću (4,49) i manastir Davidovica (4,00). Nešto niži nivo atraktivnosti imaju Zavičajni muzej Prijepolje i manastir Kumanica (3,97, odnosno 3,91).

Tabela 10. Ocena centara za aktivnosti opštine Prijepolje prema FAS metodologiji

CENTRI ZA AKTIVNOSTI	Trenutna situacija*				Potencijal**			Prosečna ocena
	A	B	V	G	D	Đ	E	
Mostovi Balkana	3,67	3,67	4,00	3,67	4,33	4,00	4,67	4,00
Komaranska košija	3,33	3,33	3,00	3,67	3,67	3,67	3,67	3,48
Sajam poljoprivrede u Brodarevu	2,33	2,33	4,00	2,00	3,00	3,00	3,67	2,90
Limska regata	3,67	4,33	3,67	4,33	4,33	4,33	4,33	4,14
Kup u ribolovu	2,00	3,00	3,67	3,33	3,33	3,33	3,33	3,14
Limski darovi	3,00	3,33	4,00	4,00	4,00	3,67	4,00	3,71
Med je lek za dug vek	2,67	3,33	3,33	3,67	3,67	3,67	3,67	3,43
Skokovi u vodu Memorijal Pajo Potežica	3,67	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,95
Mileševska kolonija	2,33	4,00	3,67	4,67	4,33	4,33	4,33	3,95
Letnja liga Brodarevo	3,33	4,00	3,67	4,00	4,33	4,00	4,00	3,90
Vidikovac Sokolica	4,80	4,60	4,60	3,90	4,10	3,80	1,80	3,14

Izvor: Zaključci radne grupe

\* A - Broj posetilaca, B - Prepoznatljivost, V - Dostupnost, G - Vrednost za turizam

\*\* D - Mogućnost unapređenja, Đ - Mogućnost privlačenja većeg broja posetilaca, E - Budući radovi na povećanju dostupnosti

Atraktori u vidu centara za aktivnosti oblikuje elemente razonode u okviru turističke industrije. Trenutno postoje 11 atraktora sa visokim potencijalima. Dve najpoznatije manifestacije koje se održavaju u opštini Prijepolje, Limska regata i Mostovi Balkana, imaju najviše potencijala za unapređenje i privlačenje većeg broja turista i posetilaca. Ocene ovih centara za aktivnosti su 4,14, odnosno 4,00. Takođe, značajan potencijal imaju Mileševska kolonija i Skokovi u vodu Memorijal Pajo Potežica (3,95) i Letnja liga Brodarevo (3,90). Manji potencijal poseduju manifestacije Limski darovi (3,71), Komoranska Košija (3,48), Izložba meda Med je lek za dug vek (3,43), Kup u ribolovu i Vidikovac Sokolica (3,14), a najmanji Sajam poljoprivrede u Brodarevu (2,90).

Iz navedene analize se zaključuje da su Limska regata i Mostovi Balkana manifestacije na kojima opština Prijepolje treba da gradi svoj imidž kada je organizacija događaja u pitanju. Značajna sredstva treba ulagati u dostupnost Komaranske košije posetiocima s obzirom na specifičnost ove manifestacije i prostora gde se održava, kao i manifestaciji Kup u ribolovu. Značajne napore na dostupnosti treba usmeriti na dostupnost vidikovca Sokolica.



### 5.1.2. Turistički faktori opštine Prijepolje

Na teritoriji opštine Prijepolje identifikovano je čak 18 turističkih faktora, odnosno, turističkih resursa koji privlače mali broj turista u odnosu na potencijalnu atraktivnost, jer još nisu adekvatno pripremljeni za uključenje u turističku ponudu opštine. To su:

1. Jabuka sa MK „Boško Buha“
2. Zaštićena okolina oko manastira Mileševa
3. Babine
4. Zlatar
5. Orašac – Boretino brdo
6. Nekropola stećaka u Hrtima
7. Ibrahim Pašina džamija
8. Sinan Pašina džamija
9. Spomenik 4. decembar
10. Srednjovekovni grad Mileševac
11. Područje Sahat kula - Begov most
12. Plaža Petrovac
13. Sahat kula
14. Katolička crkva
15. Park Narodnih heroja
16. Izletište Ravne
17. Kurtova jama
18. Savina isposnica

Tabela 11. Ocena turističkih faktora opštine Prijepolje prema FAS metodologiji

FAKTOR	Prirodni faktori*			Faktori ljudskih resursa**			Kapitalni faktori***			Prosečna ocena
	A	B	V	G	D	Đ	E	Ž	Z	
Jabuka sa MK „Boško Buha“	3,20	4,20	4,40	2,00	2,00	3,60	2,00	3,40	3,80	3,18
Zaštićena okolina oko manastira Mileševa	4,80	5,00	4,80	3,60	2,60	5,00	3,40	3,80	4,60	4,18
Babine	2,75	3,75	3,00	1,75	1,75	3,50	2,50	2,25	3,25	2,72
Zlatar	4,00	4,80	4,00	3,00	2,20	3,40	2,40	2,60	3,20	3,29
Orašac – Boretino brdo	2,67	2,67	2,67	2,00	2,00	3,33	2,33	2,33	2,67	2,52
Nekropola stećaka u Hrtima	2,00	3,33	3,00	1,67	1,33	3,00	1,67	1,67	2,33	2,22
Ibrahim Pašina džamija	0,67	3,67	3,67	2,33	2,00	4,33	1,67	4,00	2,00	2,70
Sinan Pašina džamija	0,67	3,33	3,33	2,33	2,00	4,33	1,67	3,00	2,33	2,56
Spomenik 4. decembar	0,67	3,67	3,00	1,33	1,00	3,67	1,00	4,00	1,67	2,22
Srednjovekovni grad Mileševac	3,75	4,50	3,50	1,00	1,00	4,00	1,25	1,50	3,75	2,69
Područje Sahat kula - Begov most	2,67	4,00	4,00	1,67	1,33	2,33	1,33	3,33	4,67	2,81
Plaža Petrovac	3,00	3,67	4,67	1,33	1,33	3,00	2,00	3,00	4,00	2,89
Sahat kula	1,67	3,33	2,67	1,67	1,67	3,33	1,33	4,00	2,00	2,41
Katolička crkva	1,00	2,67	2,33	1,00	1,00	2,33	0,67	1,67	2,00	1,63
Park Narodnih heroja	4,80	5,00	4,60	1,80	1,80	3,80	1,80	2,00	2,80	3,16
Izletište Ravne	3,00	3,67	3,67	1,00	1,00	1,33	1,00	2,00	2,33	2,11
Kurtova jama	3,67	4,00	3,67	0,67	1,00	1,33	1,00	1,33	2,33	2,11
Savina isposnica	5,00	5,00	5,00	1,75	1,75	2,75	1,50	1,75	2,75	3,03

Izvor: Zaključci radne grupe

\* A - Biodiverzitet, B - Lepota, V - Potencijal da privuče turiste.

\*\* G - Nivo tehnološke opreme i tehničke opremljenosti, D - Nivo primanja i uslova na radu, Đ - Nivo ukorenjenosti, kulturnih tradicija.

\*\*\* E - Nivo preduzetništva, Ž - Infrastruktura, Z - Potencijal za privlačenje kapitala



U opštini Prijepolje je identifikovano i procenjeno 18 relevantnih faktora sa prosečnom ocenom od 2,65. Najniža ocena data je faktorima kapitala zbog ograničenog pristupa područja opštine donatorskim sredstvima. Kvalitativnom procenom na skali od 1 do 5 u pogledu prirodnih, kapitalnih i faktora ljudskih resursa u okviru navedenih prirodnih faktora nalaze se Zaštićena okolina - prirodni prostor oko manastira Mileševa koji obuhvata Manastir Mileševu, Grad Mileševac, ostatke srednjovekovnog puta, Crkvu Ružicu, selo Hisardžik i Manastirsku stanoprijemnicu (sa ocenom 4,18), planina Zlatar (3,29), Jabuka sa memorijalnim kompleksom Boško Buha (3,18), i Park Narodnih heroja (3,16).

### 5.1.3. Podrška

Kao elementi podrške razvoju turizma u opštini Prijepolje, vršena je ocena komplementarnih usluga, transporta (dostupnost turističkih atrakтора i prirodnih faktora) i turističkih sadržaja koji doprinose atraktivnosti turističkih resursa i destinacija.

Izdvojeni su:

1. Ugostiteljska delatnost – hoteli i moteli, seoska domaćinstva i restorani
2. Transport – vazdušni, drumski i železnički
3. Prateće usluge - organizacija izleta, bezbednost i distribucija informacija

Tabela 12. Ocena elemenata podrške prema FAS metodologiji

ELEMENTI PODRŠKE			Ocena	Prosek
Ugostiteljska delatnost	Hoteli/Moteli	Kategorija	1,00	1,33
		% popunjenosti	1,00	
		Potencijal	2,00	
	Seoska domaćinstva	Kategorija	2,00	2,33
		% popunjenosti	2,00	
		Potencijal	3,00	
	Restorani	Kategorija	3,00	3,17
		% popunjenosti	3,00	
		Potencijal	3,50	
Transport	Vazdušni	Veze	0,00	0,33
		Učestalost	0,00	
		Unapređenje	1,00	
	Drumski	Veze	2,75	3,00
		Učestalost	3,00	
		Unapređenje	3,25	
	Železnički	Veze	1,25	1,75
		Učestalost	1,75	
		Unapređenje	2,25	
Prateće usluge	Organizacija izleta		2,25	
	Bezbednost		4,50	
	Distribucija informacija		3,00	

Izvor: Zaključci radne grupe

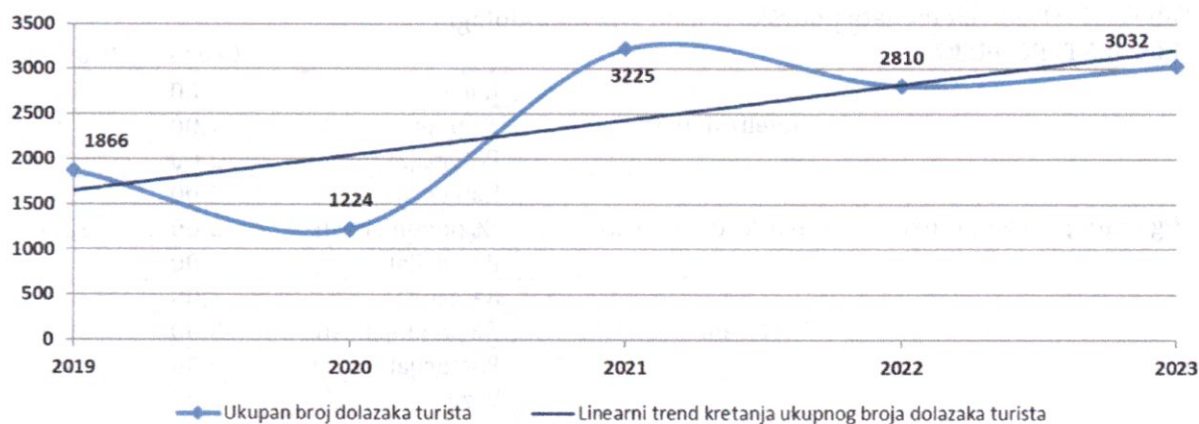
Ocenjivanjem elemenata podrške, najviše srednje ocene imaju prateće usluge i to: bezbednost (4,50) i distribucija informacija (3,00), dok su usluge organizacije izleta u Prijepolju i okolini nešto lošije ocenjene (2,25). U okviru ugostiteljske delatnosti, restoraterstvo je ocenjeno kao najperspektivniji element podrške ocenom 3,17. Na drugom mestu su seoska domaćinstva sa ocenom 2,33, zahvaljujući potencijalu, dok su osnovni smeštajni kapaciteti najlošije ocenjeni (1,33) usled neadekvatnog broja objekata, niske kategorije, niske popunjenosti i slabih prilika da ovaj segment postane značajan faktor podrške razvoju turizma opštine Prijepolje. U okviru transportnih usluga, najlošiju perspektivu ima vazdušni saobraćaj zbog nepostojanja adekvatnih vazdušnih luka u blizini, sa potencijalnim korišćenjem aerodroma Ponikve kod Užica. Železnički saobraćaj je takođe lošije ocenjen u skladu sa kvalitetom usluge železničkog saobraćaja u Srbiji, naglašavajući lošu povezanost Prijepolja ovim vidom transporta sa emitivnim tržištima i nepostojanje adekvatnog broja dnevnih linija. Najperspektivniji vid saobraćaja, kao podrška razvoju turizma, jeste drumski saobraćaj (3,00), gde su sva tri elementa relativno dobro ocenjena (veze 2,75, učestalost 3,00 i unapređenje 3,25).



## 5.2 Analiza turističkog prometa opštine Prijepolje

U periodu od prethodnih pet godina prisutan je trend relativnog povećanja turističkog prometa u opštini Prijepolje. U odnosu na 2019. godinu, ukupan broj dolazaka turista je u 2023. godini povećan za 94,69%. U posmatranom periodu došlo je do značajne fluktuacije broja dolazaka turista prouzrokovane pandemijom korona virusa SARS-CoV-2 koja je ugrozila turističku industriju širom sveta, potpuno ometajući sve vrste saobraćaja i granične prelaze.

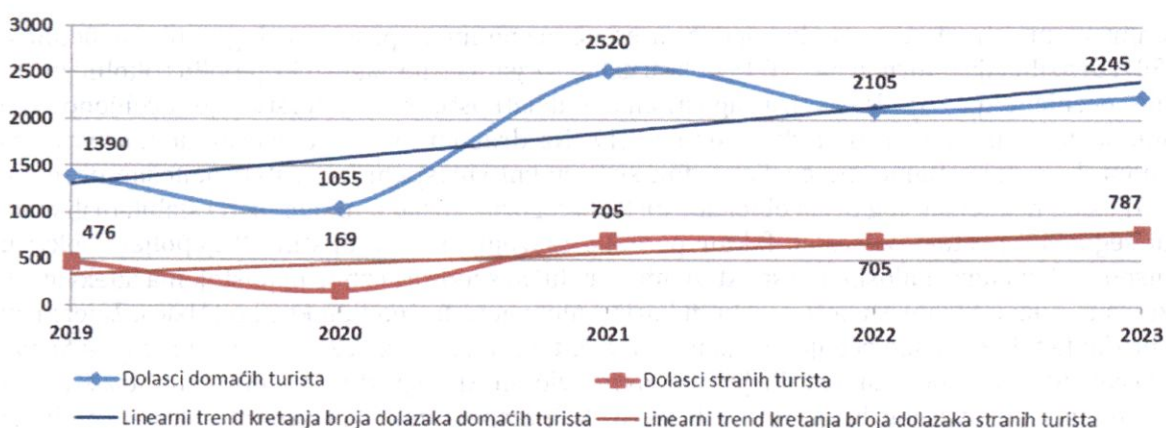
Grafikon 2. Ukupan broj dolazaka turista u opštini Prijepolje u periodu 2019-2023. godina



Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (Izdanje 2020-2022) i Centralni informacioni sistem u oblasti turizma i ugostiteljstva E-turista za 2022. i 2023.

Ostvareni broj dolazaka domaćih i stranih turista prati trend ukupnog turističkog prometa u opštini. Tokom 2020. godine ukupan broj dolazaka turista u opštinu Prijepolje smanjen je za 34,41% u odnosu na 2019. godinu (Republika Srbija zabeležila je pad od 52,8% tokom 2020. godine u odnosu na 2019. godinu).

Grafikon 3. Ostvareni broj dolazaka domaćih i stranih turista u opštini Prijepolje u periodu 2019-2023. godina



Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (Izdanje 2020-2022) i Centralni informacioni sistem u oblasti turizma i ugostiteljstva E-turista za 2022. i 2023.

Tabela 13. Broj dolazaka turista u opštinu Prijepolje u periodu 2019-2023. godine

Godina	Ukupan broj dolazaka turista	Indeks 2019=100	Dolasci domaćih turista	Indeks 2019=100	Dolasci stranih turista	Indeks 2019=100
2019	1866	100,00	1390	100,00	476	100,00
2020	1224	65,59	1055	75,90	169	35,50
2021	3225	172,83	2520	181,29	705	148,11
2022	3449	184,83	2627	188,99	822	172,69
2023	3633	194,69	2737	196,91	896	188,24

Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (Izdanje 2020-2022) i Centralni informacioni sistem u oblasti turizma i ugostiteljstva E-turista za 2022. i 2023.

Zatvaranjem granica i otežavanjem putovanja u inostranstvo domaća turistička tražnja bila je usmerena uglavnom na teritoriju Srbije i posebno na ruralna područja. Godine 2023. opština Prijepolje zabeležila je najveću posetu domaćih i stanih turista u posmatranom petogodišnjem periodu. Analizom podataka i praćenjem trendova u sektoru turizma, ustanovljeno je da je prisutan trend povećanja ostvarenog turističkog prometa u opštini Prijepolje koji se nastavlja i tokom 2024. godine, a osmišljenim aktivnostima lokalnih donosilaca odluka u turizmu, plan je da se ovaj trend nastavi i u narednom petogodišnjem periodu.

Kada je u pitanju broj ostvarenih noćenja situacija je slična. Ukoliko posmatramo petogodišnji period 2019-2023, možemo uočiti da se broj ostvarenih (registrovanih) noćenja u opštini povećava iz godine u godinu. U odnosu na baznu 2019. godinu, broj ostvarenih noćenja se u 2022. godini povećao za 152,07%, a u 2023. godini za 129,09. Godine 2023. ostvareno je 6.639 noćenja, što je 10,09% manje u odnosu na 2022. godinu.

Grafikon 4: Ostvareni broj noćenja domaćih i stranih turista u opštini Prijepolje u periodu 2019-2023. godina



Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (Izdanje 2020-2022) i Centralni informacioni sistem u oblasti turizma i ugostiteljstva E-turista za 2022. i 2023.

Domaći turisti ostvaruju od 69,77% (2019. godina) do čak 93,86% (2021. godina) od ukupno ostvarenih noćenja u posmatranom petogodišnjem periodu u opštini Prijepolje. U proseku, domaći turisti ostvaruju oko 83,37% noćenja u ovoj opštini, iz čega se zaključuje da je turistička ponuda opštine Prijepolje uglavnom atraktivna domaćim turistima, dok se za potrebe povećanja ostvarenih noćenja stranih turista moraju sprovesti određene marketinške kampanje ali i infrastrukturne intervencije u resursnoj osnovi (povećanje kvaliteta usluga, atraktivnost i uređenost lokacija, unapređenje komunikacionih veština pružalaca usluga i sl).



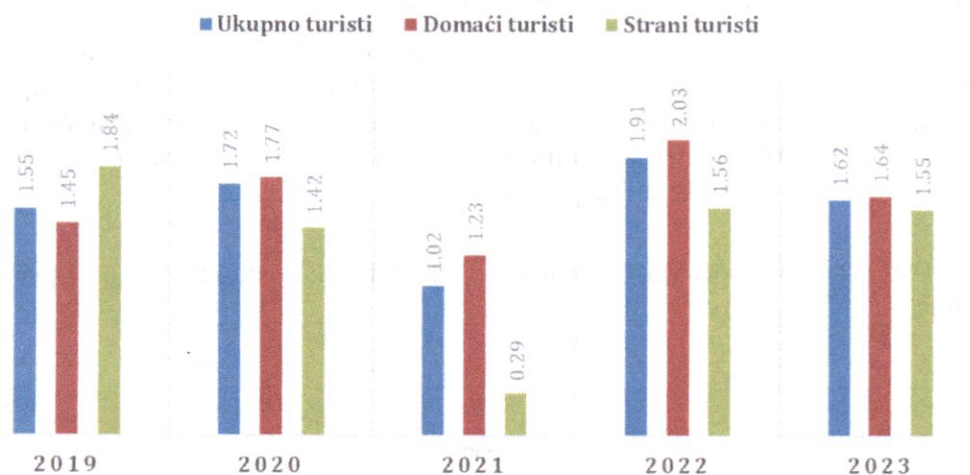
Tabela 14. Broj noćenja turista u opštini Prijepolje u periodu 2019-2023. godine

Godina	Noćenja ukupno	Indeks 2019=100	Noćenja domaći turisti	Indeks 2019=100	Noćenja strani turisti	Indeks 2019=100
2019	2898	100,00	2022	100,00	876	100,00
2020	2106	72,67	1866	92,28	240	27,40
2021	3304	114,01	3101	153,36	203	23,17
2022	7305	252,07	6132	303,26	1173	133,90
2023	6639	229,09	5432	268,64	1207	137,79

Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (Izdanje 2020-2022) i Centralni informacioni sistem u oblasti turizma i ugostiteljstva E-turista za 2022. i 2023.

Turisti su se, u proseku, tokom 2023. godine, zadržavali u Prijepolju 1,83 dana što je kraće nego 2022. godine (2,12 dana). Domaći turisti se u ovoj opštini zadržavaju, u proseku od 1,23 do 2,33 dana (prosečna vrednost u petogodišnjem periodu iznosi 1,75 dana za domaće turiste).

Grafikon 5: Prosečna dužina boravka turista u opštini Prijepolje u periodu 2019-2023. godina



Izvor: Opštine i regioni u Republici Srbiji (Izdanje 2020-2022) i Centralni informacioni sistem u oblasti turizma i ugostiteljstva E-turista za 2022. i 2023.

Strani turisti se u opštini Prijepolje zadržavaju u proseku 1,26 dana. Primetno je da se dužina boravka stranih turista u opštini Prijepolje tokom 2022. i 2023. godine kretala u rasponu od 1,35 do 1,43 dana (ne uzimajući u obzir 2021. godinu kada je zabeležena prosečna dužina boravka stranih turista od 0,29 dana usled globalne pandemije i zabrane putovanja) i da se prosečna dužina boravka stranih turista nije vratila na nivo iz 2019. godine - 1,84 dan.

Prosečna dužina boravka turista u opštini Prijepolje ukazuje da su na ovom prostoru turisti uglavnom u tranzitu i da se ljudi sve više odlučuju na kraće odmоре, odnosno da se razvija trend nekoliko kraćih odmora u toku godine ali u različitim destinacijama. S obzirom na položaj opštine Prijepolje, veliki značaj za iskorišćavanje turističkih vrednosti ima i tranzitnost područja.

U posmatranom petogodišnjem periodu, prema izjavama članova radne grupe koji pružaju usluge smeštaja turistima u registrovanim ugostiteljskim objektima, najveći broj turista dolazio je iz naših najvećih emitivnih centara: Vojvodine, Beograda, ali i centralne i južne Srbije; dok je najviše stranih turista u opštinu Prijepolje dolazilo iz bivših jugoslovenskih republika.



### 5.3 Organizacije turističkog sektora opštine Prijepolje

U skladu sa Zakonom o turizmu, informativno-promotivni 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 nivou opštine, 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 opštine Prijepolje funkcioniše jedna lokalna i jedna regionalna turistička organizacija:

Tabela 15. Turističke organizacije na teritoriji opštine Prijepolje

Naziv	Kontakt	Web adresa
<b>Turistička organizacija Prijepolje</b>	Trg Bratstva jedinstva 1, 31300 Prijepolje +381 (33) 710 140 <a href="mailto:toprijepolje@gmail.com">toprijepolje@gmail.com</a>	<a href="https://turizam.prijepolje.co.rs/">https://turizam.prijepolje.co.rs/</a>
<b>Turistička organizacija regije Zapadna Srbija</b>	Dimitrija Tucovića 52, 31000 Užice +381 (31) 500 155 <a href="mailto:tozapadnasrbija@mts.rs">tozapadnasrbija@mts.rs</a>	<a href="http://www.westserbia.org">www.westserbia.org</a>

Turistička organizacija Prijepolje je osnovana krajem 2005. godine kao opštinska organizacija za promociju i unapređenje turizma opštine Prijepolje u cilju afirmisanja turističkih vrednosti i pozicioniranje opštine Prijepolje kao turističke destinacije, dok je Turistička organizacija regije Zapadna Srbija ustrojena kao javna služba sa statusom pravnog lica za delovanje na područjima 13 lokalnih samouprava Zlatiborskog i Moravičkog okruga. TORZS je osnovana sa misijom da osmisli i koordinira zajedničku promociju turizma između ključnih interesnih subjekata područja i uskladi je sa planovima i programima Turističke organizacije Srbije, kao i da podstiče izgradnju turističke infrastrukture i drugih pratećih sadržaja javnog karaktera od značaja za unapređenje kvaliteta turističke ponude. Jedna od glavnih aktivnosti Turističke organizacije regije Zapadna Srbija je koordinacija nastupa na sajmovima u zemlji i inostranstvu.

Mapiranjem ključnih učesnika turističkog razvoja prijepoljske oblasti (tzv. stejkholdera), identifikovane su grupe stejkholdera koji se mogu posmatrati i pojedinačno, kao odvojeni interesni subjekti.

Ocena stejkholdera urađena je u 3 dimenzije, i to:

- Snaga/moć (1-veoma niska, 2-slaba, 3-srednja, 4-značajna, 5-velika)
- Zainteresovanost (1-veoma niska, 2-slaba, 3-srednja, 4-značajna, 5-velika)
- Odnos (1-veliki protivnik, 2-koči, 3-neutralan, 4-pruža podršku, 5-aktivno zagovara ideju)

Ovakva kategorizacija interesnih grupa je važna kako bi se utvrdilo da li postoje sukobi interesa na teritoriji opštine Prijepolje, jer nije redak slučaj pojave različitih interesa u pogledu upotrebe resursa i prostora.



Tabela 16. Ocena stejkholdera opštine Prijepolje

NACIONALNI NIVO		Snaga/moć	Zainteresovanost	Odnos	Prosek
1.	Turistička organizacija Srbije	4,45	3,75	3,70	3,97
2.	Ministarstvo turizma i omladine	4,67	3,83	3,33	3,94
3.	Zavod za zaštitu prirode Srbije	3,88	3,83	3,88	3,86
4.	Ministarstvo zaštite životne sredine	4,30	3,35	3,35	3,67
5.	JP Srbijavode	4,18	2,76	2,76	3,23
6.	Republička direkcija za imovinu	3,83	2,88	2,88	3,19
7.	Udruženje Prijepoljaca u Beogradu	3,80	2,33	3,00	3,04
8.	JP Srbijašume	3,80	2,45	2,80	3,02
9.	UG Srbija za mlade	3,29	2,71	2,93	2,98
10.	Kamping asocijacija Srbije	3,45	2,36	2,55	2,79
11.	Agencija za vođenje sporova u postupku privatizacije	2,75	2,50	2,63	2,63
12.	Dijaspora	3,38	2,08	2,38	2,61
13.	Železnice Srbije a.d.	2,72	2,00	2,56	2,43
REGIONALNI NIVO		Snaga/moć	Zainteresovanost	Odnos	Prosek
14.	RRA Zlatibor Užice	4,17	3,92	4,00	4,03
15.	TO Zlatibor	3,95	4,31	3,75	4,00
16.	TO regije Zapadna Srbija	4,31	3,75	3,88	3,98
17.	Lokalne TO: Priboj, Sjenica, Bijelo polje, Pljevlja, Žabljak	3,75	3,19	3,31	3,42
18.	Turistička agencija Zlatar travel	3,29	3,29	3,43	3,33
LOKALNI NIVO		Snaga/moć	Zainteresovanost	Odnos	Prosek
19.	Mileševska eparhija	4,55	4,35	4,40	4,43
20.	Turistička organizacija Prijepolje	4,30	4,40	4,20	4,30
21.	Islamska zajednica	4,20	4,00	4,20	4,13
22.	UG Jadovnik	3,76	4,24	4,24	4,08
23.	PK Kamena Gora	3,67	3,94	4,17	3,93
24.	Rafting klubovi	3,35	4,20	4,15	3,90
25.	Opština Prijepolje	4,45	3,40	3,85	3,90
26.	Udruženje pčelara Prijepolje	3,67	4,17	3,83	3,89
27.	Mediji (lokalni i regionalni)	4,25	3,65	3,70	3,87
28.	Muzej u Prijepolju	3,89	3,74	3,74	3,79
29.	Dom kulture	3,74	3,37	3,53	3,54
30.	Turistička agencija San turs	3,19	3,13	3,63	3,31
31.	Ugostiteljski objekti - restorani i kafići	3,21	3,16	3,37	3,25
32.	Srednja ekonomski škola	2,94	3,33	3,44	3,24
33.	Privatni sektor - ostale usluge u turizmu	3,50	2,94	3,19	3,21
34.	JKP Lim	3,30	2,80	3,15	3,08
35.	UG Ekspanzija	3,00	3,20	3,00	3,07
36.	Mesne zajednice	3,33	2,78	2,44	2,85
37.	Autoprevoznici	2,67	1,93	2,47	2,36
38.	UG Svetibor	2,62	2,18	2,18	2,32
39.	UG Stari zanati za novo doba	2,33	1,16	1,21	1,57

Izvor: Zaključci radne grupe

Kako bi se stvorila jasnija slika pozicija stejkholdera, na osnovu analize uticaj i moć, lista stejkholdera se može svesti na uži spisak stejkholdera koji utiču kako na turistički razvoj, tako i na optimizaciju modela upravljanja opštinom Prijepolje. Uzimajući u obzir ova dva kriterijuma, dobijamo sledeću listu ključnih aktera:



Na nacionalnom nivou, turistički poslenici opštine Prijepolje kao najuticajnije stejkholdere vide: Turističku organizaciju Srbije, Ministarstvo turizma i omladine, Zavod za zaštitu prirode Srbije, Ministarstvo zaštite životne sredine i JP Srbijavode. Reč je o nacionalnim telima koji su kreatori turističke politike i od kojih strateški zavisi razvoj turizma i obim ulaganja u razvoj turizma, pre svega turističku infrastrukturu i suprastrukturu.

Na regionalnom nivou, RRA Zlatibor d.o.o. Užice ocenjena je kao najuticajnija zbog sveukupne podrške u regionalnom razvoju i privlačenju investicija, zatim Turistička organizacija Zlatibor u kontekstu turističke razvijenosti destinacije, investicija u turizam i prepoznatljivosti u regionalnim okvirima, Turistička organizacija regije Zapadna Srbija kao jedina funkcionalna regionalna turistička organizacija koja objedinjuje opštine Zlatiborskog i delom Moravičkog okruga, sa kapacitetima daljeg širenja turističkog tržišta i objedinjenog turističkog nastupa u zemlji i zemljama okruženja. Turističke organizacije graničnih opština (lokalne turističke organizacije Priboj, Sjenica, Bijelo polje, Pljevlja, Žabljak) identifikovane su kao značajan faktor međuopštinske i prekogranične saradnje jer ih povezuju zajednička istorija, tradicija, kultura i prirodne vrednosti. Među receptivnim turističkim agencijama, posebno je izdvojena agencija Turistička agencija Zlatar travel iz Nove Varoši koja nekoliko godina unazad ulaže značajne napore u promociju područja van Zlatara i privlačenju značajne turističke tražnje u opštinu Prijepolje sa naglaskom na turizam specijalnih interesa.

Među akterima koji imaju najveći uticaj na turizam, privlačnost područja i turistički razvoj, najvišim ocenama su ocenjeni Mileševska eparhija, Turistička organizacija Prijepolje, Islamska zajednica, Udruženje građana Jadovnik, Planinarski klub Kamena Gora kao i rafting klubovi koji sprovode aktivnosti na reci Lim i jezerima prijepoljske opštine.

U skladu sa analizom, zaključak je da Turistička organizacija Prijepolje kao krovna institucija na lokalnom nivou koja obavlja poslove promocije opštine i njenog turističkog potencijala treba da planira i koordinira svoj rad sa javnim i privatnim sektorom opštine, jer je međusektorska saradnja ocenjena kao model koji ostvaruje najbolje rezultate u razvoju i promociji turističkih proizvoda.

Zaključak radne grupe je i da identifikovane zainteresovane strane imaju različite uloge i interese u razvoju turizma opštine Prijepolje. U daljem razvoju turizma neophodna je intenzivnija i svrsishodnija saradnja sa nacionalnim nivoom (Turistička organizacija Srbije, Ministarstvo turizma i omladine, Zavodom za zaštitu prirode Srbije, Ministarstvom zaštite životne sredine) kao i javnim preduzećima koja upravljaju prirodnim resursima (JP Srbijavode, JP Srbijašume) u cilju podrške u razvoju turistilkih proizvoda. Neophodno je unaprediti komunikaciju i saradnju sa nevladinim sektorom (udruženja građana) koji je najjaktivniji na polju turizma specijalnih interesa (planinarenje, splavarenje, rafting, ekstremni sportovi). Izuzetnu zainteresovanost i spremnost za doprinos razvoju turizma iskazale su i Mileševska eparhija i Islamska zajednica, pre svega u domenu razvoja kulturnog turizma (tzv. verski turizam kao niša kulturnog turizma) i podrške manifestacijama koje neguju lokalne vrednosti i tradiciju prijepoljskog kraja.



## 5.4 Analiza ponude turističko-ugostiteljskih kapaciteta

Materijalnu bazu turizma opštine Prijepolje čine skromni smeštajni i ugostiteljski kapaciteti.

Tabela 17. Pregled smeštajnih kapaciteta opštine Prijepolje

	Naziv	Mesto/Naselje	Vrsta	Kategorija	Broj smeštajnih jedinica	Broj kreveta	Broj ležaja
1	Zekić	Prijepolje	Apartman	1 zvezdica	1	2	2
2	Bistro	Kučin	STD	1 zvezdica	1	2	2
3	Breza	Kamena Gora	Apartman	1 zvezdica	1	2	2
4	Vila Bor	Kamena Gora	Kuća	2 zvezdice	2	4	4
5	Vila Srce 1	Kamena Gora	Kuća	2 zvezdice	1	2	2
6	Vila Srce 2	Kamena Gora	Kuća	2 zvezdice	1	2	2
7	Vrabac	Kamena Gora	Apartman	1 zvezdica	1	2	2
8	Vrelo	Sopotnica	STD	3 zvezdice	2	5	5
9	DB na vodi 1	Prijepolje	Apartman	3 zvezdice	1	2	2
10	Db na vodi 2	Prijepolje	Apartman	3 zvezdice	1	2	2
11	Domaćinstvo Ljujić	Sopotnica	STD	1 zvezdica	6	6	6
12	Dragojlović	Mijani	STD	2 zvezdice	2	3	4
13	Etno kutak 1	Prijepolje	Soba	2 zvezdice	1	2	2
14	Etno kutak 2	Prijepolje	Soba	2 zvezdice	1	1	2
15	Etno kutak 3	Prijepolje	Soba	2 zvezdice	1	3	3
16	Etno kuća	Kamena Gora	Apartman	2 zvezdice	2	2	3
17	Etno kuća Rakidžija	Jabuka	STD	3 zvezdice	4	6	11
18	Zlatna jabuka	Jabuka	STD	3 zvezdice	1	2	3
19	Jela	Jabuka	STD	2 zvezdice	2	3	3
20	Kanjon	Hisardžik	Apartman	2 zvezdice	1	1	2
21	Kod Done	Kamena Gora	STD	3 zvezdice	3	5	6
22	Koševine	Koševine	STD	3 zvezdice	4	4	8
23	Maslačak	Kamena Gora	Apartman	2 zvezdice	1	2	2
24	Neven	Kamena Gora	Apartman	1 zvezdica	1	2	2
25	Ruža	Kamena Gora	STD	2 zvezdice	3	5	5
26	Soba 01 Domaćinstvo Janjušević	Sopotnica	Soba	1 zvezdica	1	2	2
27	Soba 2 Domaćinstvo Janjušević	Sopotnica	Soba	1 zvezdica	1	2	2
28	Srce Kamene Gore	Kamena Gora	STD	3 zvezdice	5	7	8
29	STD Divac	Ivanje	STD	1 zvezdica	1	1	1
30	STD Jasmine i Dragoljuba Simovića	Kamena Gora	STD	1 zvezdica	3	6	6
31	STD Svedobro	Sedobro	STD	2 zvezdice	1	1	1
32	Vidikovac	Prijepolje	Odmaralište	-	11	15	24
33	DOO Mem voćar	Prijepolje	Hostel	-	4	10	10
34	Konačište Park	Prijepolje	Konačište	-	4	4	8

	Naziv	Mesto/Naselje	Vrsta	Kategorija	Broj smeštajnih jedinica	Broj kreveta	Broj ležaja
35	Prenočište INTERMEZZO	Prijepolje	Prenočište	-	9	15	19
36	Prenočište Kašić	Brodarevo	Prenočište	-	6	14	14
37	URAS Prenočište Bis Stanić	Prijepolje	Prenočište	-	12	23	28
38	Hisar internacional doo	Prijepolje	Prenočište	-	8	16	18
39	Šumarska kuća Kamena Gora	Kamena Gora	Ostali nekat. objekti	-	3	3	6
UKUPNO					114	191	234

Izvor: Centralni informacijski sistem u oblasti ugostiteljstva i turizma na dan 2. septembar 2024. godine

Hotel Mileševa i turističko naselje Boško Buha na Jabuci nisu u funkciji. Nedostatak smeštajnih kapaciteta u hotelskoj ponudi se nadoknađuje smeštajem u seoskim domaćinstvima i objektima domaće radinosti. Područja u kojima se razvija seoski turizam su: Kamena Gora, Jabuka, Sopotnica, Jadovnik, Zlatar.

Od restoraterskih objekata, na području opštine, značajni su restorani: Kosač, Čaršija, restoran Park, AQUA, Romansa na Limu, Intermezzo, Lovac, Brvnara Mioska, Pingvin, Soko-Jabuka, Zindo plus, Randevous, Padrino i drugi.



## 5.5 Analiza ljudskih resursa u oblasti turizma i ugostiteljstva

Prema opštini rada registrovano je 8.162 zaposlenih u opštini Prijepolje u 2022. godini. Registrovana zaposlenost prema opštini prebivališta u odnosu na broj stanovništva starosti 15 i više godina je u 2022. godini iznosila 30%.

Broj zaposlenih je u periodu od 2016. do 2022. godine rastao po prosečnoj godišnjoj stopi od 2,4%, što je uslovalo i rast broja zaposlenih koji su stariji od 15 i više godina. U 2022. godini, od ukupnog broja zaposlenih, čak 69,6% je zaposleno u pravnim licima, 29,2% čine privatni preduzetnici i zaposleni kod njih, dok je svega 1,1% registrovano kao individualni poljoprivrednici.

Tabela 18. Struktura zaposlenosti u opštini Prijepolje u periodu 2018-2022. godina

Naziv indikatora	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Broj zaposlenih	7.455	7.530	7.924	8.060	8.132
Broj zaposlenih kao % stanovništva starosti 15 i više godina	25,4	25,9	27,5	28,4	30
Zaposleni u pravnim licima, kao % ukupnog broja zaposlenih	70,3	70,1	69,8	69,7	69,6
Preduzetnici i zaposleni kod njih, kao % ukupnog broja zaposlenih	28,7	28,8	29,1	29,1	29,2
Registrovani individualni poljoprivrednici, kao % ukupnog broja zaposlenih	1	1	1,1	1,1	1,1

Izvor: Analitički servis JLS

Najveći broj zaposlenih na teritoriji opštine je u sektoru prerađivačke industrije. U 2022. godini je u sektoru prerađivačke industrije bilo zaposleno 21,9% radnika, što ukazuje na izuzetan značaj ove delatnosti na teritoriji opštine. Nakon prerađivačke industrije, značajan broj zaposlenih je i u sektoru trgovine na veliko i malo i popravci motornih vozila. U 2022. godini je u sektoru trgovine na veliko i malo i popravci motornih vozila bilo zaposleno 15,9% radnika.

Po evidenciji Nacionalne službe za zapošljavanje broj nezaposlenih lica od januara do decembra 2021. godine povećan je za 354 lica, odnosno 9,76 %. U 2020. godini, ukupna stopa nezaposlenosti iznosi 27,85%, dok je stopa nezaposlenosti žena 32,12%, a muškaraca 24,31%.

Prema starosnoj strukturi, najviše nezaposlenih je među starosnom grupom od 30 do 54 godine (59%), slede oni sa 55 i više godina (23%), te mladi od 15. do 29. godine (18%).

Pored Prijepoljske gimnazije, u opštini postoje Ekonomsko-trgovinska škola i Tehnička škola Prijepolje. Škole se nalaze u gradu i imaju ukupno 43 odeljenja. Ekonomsko-trgovinska škola u Prijepolju obrazuje učenike na četvorogodišnjim i trogodišnjim smerovima kroz dva područja rada: trgovina, ugostiteljstvo i turizam i ekonomija, pravo i administracija. U okviru područja Trgovina, ugostiteljstvo i turizam, obrazuju se 3 smera: Trgovinski tehničar (4 godine), Kuvar (3 godine) i Konobar (3 godine).

Najveće interesovanje učenika je za smerove Gimnazije, dok su u srednjim stručnim školama najinteresantniji smerovi mašinski tehničar za kompjutersko konstruisanje i ekonomski tehničar. Organizacija obrazovnih profila se svake upisne godine usklađuje sa potrebama identifikovanim u Nacionalnoj službi za zapošljavanje.

U Prijepolju ne postoje institucije visokog obrazovanja.

## 6. SWOT ANALIZA TURIZMA OPŠTINE PRIJEPOLJE

Dugoročna politika razvoja turizma opštine Prijepolje utvrđuje se strateškim planiranjem, kojim se usmeravaju aktivnosti razvoja u periodu od pet do deset godina. Da bi se odredili strateški pravci razvoja turizma u opštini Prijepolje, neophodno je definisati:

- Koji je trenutni stepen razvoja turizma u opštini Prijepolje?
- Koji eksterni faktori imaju uticaja na dalji razvoj turizma?

Dobijanje adekvatnih odgovora na prethodno navedena pitanja, odnosno strateško planiranje turizma u opštini Prijepolje, svodi se na analizu četiri ključna faktora: snage (Strengths), slabosti (Weaknesses), mogućnosti (Opportunities) i pretnje (Threats). Prva slova engleskih naziva ovih faktora čine i sastavni deo naziva analize - SWOT.

Da bi se dobio odgovor na prvo pitanje neophodno je izvršiti identifikaciju i ocenu internog okruženja - snaga i slabosti razvoja turizma. Procena faktora iz okruženja svodi se na utvrđivanje mogućnosti uspešnog razvoja turizma u okruženju, ali i procenjivanje potencijalnih pretnji koje bi usporile ili onemogućile njegov razvoj.

Izneto izlaganje o stanju turizma u opštini Prijepolje, kao i pretpostavke strateškog planiranja njegovog razvoja, daju podlogu za utvrđivanje snaga, slabosti, mogućnosti i pretnji razvoju turizma, postavljenih kroz matricu SWOT analize.

Ovim dokumentom predstavljeno je pet matrica SWOT analize i to analizom identifikovanih najvažnijih elemenata razvoja turizma u ovoj opštini:

I Ljudski resursi

II Infrastruktura i saobraćaj

III Turistički proizvodi

IV Usklađenost sa drugim delatnostima

V Marketing i distribucija



## 6.1 Ljudski resursi

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dugogodišnja posvećenost pojedinih pružalaca usluga smeštaja i ishrane razvoju turizma</li> <li>▪ Zainteresovanost lokalnog stanovništva za razvoj turizma</li> <li>▪ Visok nivo razvijenosti udruženja građana: planinarska drupštva, rafting klubovi, društvo lovaca, ribolovaca, pčelara, stari zanati i dr.</li> <li>▪ Postojanje obrazovnih profila turističke i ugostiteljske struke</li> <li>▪ Gostoljubivost lokalne populacije</li> <li>▪ Značajna dijaspora koja negovanjem i promocijom nacionalnog, kulturnog i verskog identiteta i kulturno-istorijskog nasleđa deluje inspirativno i stumulativno na direktne investicije, kao i prenos znanja i pozitivnih praksi u matičnu državu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nepovoljni demografski pokazatelji (depopulacija, migracije, starosna i obrazovna struktura lokalnog stanovništva)</li> <li>▪ Nedostatak stručnih kadrova sa praktičnim znanjem i iskustvom</li> <li>▪ Nepoznavanje stranih jezika</li> <li>▪ Slabo poznavanje informativno-komunikacionih tehnologija od strane pružalaca usluga u turizmu</li> <li>▪ Nedovoljna motivisanost pružalaca usluga u turizmu za edukacije i usavršavanja</li> <li>▪ Naglašen individualizam i nespremnost za saradnju</li> </ul>
ŠANSE	PRETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Učešće u međunarodnim donatorskim projektima i programima</li> <li>▪ Potencijal umrežavanja partnera (nacionalni i međunarodni)</li> <li>▪ Formiranje klastera u funkciji turizma</li> <li>▪ Korišćenje poznatih ličnosti iz Prijepolja za promociju turističke ponude i sadržaja u turizmu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veći nivo obrazovanja kod konkurencije</li> <li>▪ Neusklađenost obrazovnih profila i potreba u turizmu</li> <li>▪ Neizvesni uslovi poslovanja u sektoru turizma koji su uslovljeni globalnim kretanjima</li> <li>▪ Nedovoljni kadrovi u turizmu</li> </ul>



## 6.2 Infrastruktura i saobraćaj

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Postojanje Turističke organizacije</li> <li>▪ Postojanje železničke infrastrukture (putnička i teretna stanica) Beograd- Bar</li> <li>▪ Državni put prvog reda</li> <li>▪ Visokonaponska električna mreža</li> <li>▪ Relativno dobra pokrivenost fiksne telefonske mreže</li> <li>▪ Postojanje uređenih planinarskih i turističkih staza</li> <li>▪ Postojanje sportske infrastrukture</li> <li>▪ Lokacije za postavljanje vidikovaca</li> <li>▪ Postojanje infrastrukturnih potencijala za razvoj turizma specijalnih interesa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Udaljenost teritorije opštine od auto-puta</li> <li>▪ Loše stanje pruge Beograd-Bar</li> <li>▪ Nedovoljan broj kategorisanih smeštajnih kapaciteta</li> <li>▪ Nerešeni imovinsko-pravni odnosi za infrastrukturu koja ima potencijal za renoviranje i dalje unapređenje</li> <li>▪ Neadekvatno održavanje planinarsko-turističkih staza</li> <li>▪ Neadekvatna komunalna infrastruktura u prepoznatim turističkim mestima</li> <li>▪ Loša niskonaponska električna mreža u udaljenijim područjima opštine</li> <li>▪ Nedovoljna pokrivenost mobilne telefonije i širokopojasnog interneta u ruralnim delovima</li> <li>▪ Nezadovoljavajuće stanje lokalne putne infrastrukture</li> <li>▪ Postojanje divljih deponija</li> <li>▪ Nepostajanje planske dokumentacije i divlja gradnja</li> <li>▪ Nedovoljan broj parking mesta u urbanom delu opštine</li> <li>▪ Devastiranost većeg dela opštine</li> <li>▪ Nedovoljna ulaganja u infrastrukturu</li> <li>▪ Neadekvatna pokrivenost TV signalom</li> <li>▪ Nedostatak interesovanja investitora za ulaganje u turizam</li> </ul>
ŠANSE	PRETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Infrastrukturna povezanost sa susednim zemljama</li> <li>▪ Prekogranični projekti</li> <li>▪ Mogućnost korišćenja sredstava resornih ministarstava</li> <li>▪ Aktiviranje aerodroma Ponikve</li> <li>▪ Ogroman prostor (virtuelni) za korišćenje informacione tehnologije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nepredvidive posledice na životnu sredinu prouzrokovane usporavanjem toka reke izgradnjom hidroelektrana na Limu</li> <li>▪ Udaljenost od planirane trase auto-puta Beograd - Južni Jadran</li> </ul>



### 6.3 Turistički proizvodi

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Odlični uslovi (očuvana priroda, negovanje tradicije i običaja, prepoznatljiva gastronomija i gostoprimstvo domaćina) za razvoj ruralnog turizma koji nisu adekvatno varolizovani i eksploatisani</li> <li>▪ Prirodna raznolikost i bogatstvo bio i geodiverziteta za razvoj turizma specijalnih interesovanja i aktivnog odmora</li> <li>▪ Veliki broj zaštićenih prirodnih i kulturnih dobara</li> <li>▪ Raznovrsno kulturno-istorijsko nasleđe</li> <li>▪ Kvalitetni izvori pijaće vode</li> <li>▪ Bogat šumski potencijal</li> <li>▪ Postojanje većeg broja speleoloških objekata</li> <li>▪ Potencijal za razvoj lova i ribolova</li> <li>▪ Raznovrsna tradicionalna gastronomska ponuda</li> <li>▪ Očuvano nematerijalno nasleđe</li> <li>▪ Prepoznatljivost destinacije zahvaljujući manastirima Mileševa i Kumanica</li> <li>▪ Postojanje degustativnih centara potencijal za razvoj gastronomije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nepostojanje jasno definisanih pravaca razvoja turističkih proizvoda: ruralni turizam, turizam specijalnih interesa, kulturni turizam i manifestacije</li> <li>▪ Nedostatak ekološke svesti lokalnog stanovništva</li> <li>▪ Nedovoljna zainteresovanost pružalaca usluga u turizmu za edukaciju u pogledu razvoja kulturnog turizma i manifestacija</li> <li>▪ Nedovoljna svest lokalne populacije o značaju razvoja održivog turizma</li> <li>▪ Nezadovoljavajuća iskorišćenost prirodnih resursa za razvoj aktivnog odmora i turizma specijalnih interesovanja</li> <li>▪ Nedovoljan broj smeštajnih kapaciteta</li> <li>▪ Nedovoljan broj etno sela</li> <li>▪ Nedovoljan broj etno restorana</li> <li>▪ Nepostojanje infrastrukturnih uslova za bavljenje receptivnim turizmom</li> <li>▪ Nizak nivo privredne razvijenosti</li> </ul>
ŠANSE	PRETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Promene na turističkom tržištu: rast tražnje za seoskim turizmom i turizmom specijalnih interesa</li> <li>▪ Blizina afirmisanih turističkih centara: Zlatibor, Zlatar, Žabljak</li> <li>▪ Formiranje integrisanog turističkog proizvoda (Nova Varoš, Priboj, Sjenica)</li> <li>▪ Internacionalni omladinski programi</li> <li>▪ Prerastanje lokalnih manifestacija u regionalne i nacionalne</li> <li>▪ Prepoznatljivi festivali na destinacijama u okruženju</li> <li>▪ Iskorišćavanje nematerijalnog kulturnog nasleđa u turističke svrhe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nedovoljna razvijenost turizma na nacionalnom i lokalnom nivou</li> <li>▪ Globalna ekonomska kriza</li> <li>▪ Politička nestabilnost</li> <li>▪ Konkurencija</li> <li>▪ Globalne promene na turističkom tržištu uzrokovane vanrednim okolnostima</li> </ul>



## 6.4 Usklađenost sa drugim delatnostima

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dobra saradnja sa lokalnim, regionalnim i nacionalnim institucijama čija je delatnost turizam, kultura i zaštita životne sredine</li> <li>▪ Povezanost turizma sa drugim sektorima (kultura, poljoprivreda, tekstil)</li> <li>▪ Postojanje prepoznatljivih lokalnih proizvoda (malina, rakija, tekstil)</li> <li>▪ Dostupni programi za obrazovanje i usavršavanje – dualno obrazovanje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nerazvijena praksa umrežavanja svih aktera u turizmu</li> <li>▪ Nedovoljna zastupljenost privatno-javnih partnerstava</li> <li>▪ Nedovoljna sinergija turizma i prehrambene industrije</li> <li>▪ Neusklađenost turizma sa ugostiteljstvom - nedovoljno poljoprivrednih, prehrambenih proizvoda sa dodatom vrednošću</li> <li>▪ Loše razvijene komplementarne delatnosti (trgovina, saobraćaj i ostale)</li> <li>▪ Neusklađenost obrazovnog sistema sa potrebama turističkog sektora</li> </ul>
ŠANSE	PRETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Medusektorska saradnja i javno-privatna partnerstva</li> <li>▪ Jačanje saradnje sa susednim opštinama regiona</li> <li>▪ Sertifikacija i brendiranje prehrambenih proizvoda i integracija u turističku ponudu</li> <li>▪ Uspostavljanje obrazovnih profila turističke struke u skladu sa potrebama turističke privrede - kuvari i konobari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Izostanak adekvatne politike regionalnog razvoja</li> <li>▪ Nedovoljno efikasan mehanizam donošenja odluka na nacionalnom nivou koji ima uticaj na lokalni razvoj turizma (kao što je turizam u zaštićenim područjima)</li> </ul>



## 6.5 Marketing i distribucija

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Postojanje Turističkog informativnog centra</li> <li>▪ Dobra medijska infrastruktura</li> <li>▪ Raznovrsna i bogata turistička ponuda sa potencijalom za marketinšku valorizaciju</li> <li>▪ Pristupstvo na sajmovima i drugim promotivnim događajima</li> <li>▪ Postojanje digitalne promocije (sajtovi, društvene mreže sa dosta pratilaca)</li> <li>▪ Kontinuitet održavanja tradicionalnih manifestacija koje podstiču marketing destinacije</li> <li>▪ Kontinuirana izrada promotivnog materijala (brošure, promotivni lifleti, flajeri, katalozi, kalendari...)</li> <li>▪ Članstvo u Turističkoj organizaciji regije Zapadna Srbija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nepostojanje jasno definisanog turističkog brenda</li> <li>▪ Nepostojanje programa promotivnih aktivnosti turizma</li> <li>▪ Nedovoljno eksploatisane gastronomske tradicije kroz brendiranje</li> <li>▪ Nedovoljna iskorišćenost dostupnih sredstava EU pretpristupnih fondova</li> <li>▪ Nedovoljno korišćenje sredstava podrške Ministarstva turizma i omladine za promotivne aktivnosti</li> <li>▪ Nedovoljna zastupljenost na inostranom tržištu</li> <li>▪ Nedostatak višezjezičnog promotivnog materijala</li> <li>▪ Nedostatak jedinstvene ponude svih značajnih kulturnih, turističkih, sportskih sadržaja u opštini</li> <li>▪ Nepostojanje internet prezentacije na više svetskih jezika</li> </ul>
ŠANSE	PRETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tendencija rasta turističkog prometa</li> <li>▪ Tendencija rasta broja regionalnih i nacionalnih manifestacija</li> <li>▪ Objedinjena promocija Regije Zapadna Srbija na međunarodnom tržištu</li> <li>▪ Korišćenje dostupnih EU fondova (prekogranična saradnja sa Crnom Gorom) u svrhu promocije područja</li> <li>▪ Veća zastupljenost na domaćim i međunarodnim sajmovima turizma</li> <li>▪ Unapređenje saradnje sa privatnim sektorom na promociji turističke ponude</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nestabilnost društveno - političkog okruženja</li> <li>▪ Globalna konkurencija u promociji turističkih proizvoda</li> <li>▪ Ubrzane marketinške inovacije konkurencije</li> <li>▪ Nedovoljno umrežavanje marketing aktivnosti na nacionalnom i međunarodnom turističkom tržištu</li> <li>▪ Nedovoljna komercijalizacija i digitalizacija kulturno-istorijskog nasleđa i tradicije</li> <li>▪ Marketiške aktivnosti konkurentnih turističkih destinacija</li> <li>▪ Ograničena sredstava za promociju</li> </ul>



SWOT analiza je sumirala glavne snage, slabosti, prilike i pretnje za razvoj turizma opštine Prijepolje. Kao takva, ona predstavlja osnovu za definisanje prioriteta i ciljeva razvoja turizma za period 2024-2029. godine. Analizom problema identifikovani su negativni aspekti postojećeg stanja čime se utvrđuju odnosi „uzroka i posledice“ koji postoje među identifikovanim problemima.

Analiza je usmerena ka identifikovanju realnih „uskih grla“ kojima se pridaje važnost i koji se žele prevazići. Jasna analiza problema, obezbeđuje osnovu na kojoj se razvija skup relevantnih i usmerenih ciljeva.

Ključni problemi u sektoru turizma opštine Prijepolje, prepoznati kroz participativni, praktičan rad predstavnika radne grupe za izradu programa razvoja turizma su sledeći, a koji potvrđuju činjenicu o neophodnosti izrade dokumenta za razvoj turizma opštine Prijepolje možemo pronaći u sledećem:

- Nedovoljno razvijeni institucionalni kapaciteti (turistička organizacija, udruženja i prateće stručne službe),
- Nedovoljni kadrovski potencijali /nedostatak obrazovnih profila za potrebe turističke privrede (turističkih vodiča, kustosa...)
- Nedovoljno kvalitetna infrastruktura, turistička suprastruktura (smeštaj, restorani, prevoz), i neadekvatno održavanje postojećeg mobilijara
- Nedostatak sistemskih ulaganja i jasnih mehanizama finansiranja,
- Nedovoljna organizovanost i edukovanost stanovništva i privatnog sektora o mogućnostima i načinu razvoja turizma,
- Nedovoljna iskorišćenost kapaciteta za razvoj turizma,
- Neadekvatan marketing, izostanak sistemske i koordinisane promocije i nedovoljna komercijalizacija turističkih resursa (ulaznice u vidikovce, nedostatak suvenirnice na vidikovcima, stari zanati, gastronomija...)



## 7. DEFINISANJE KLJUČNIH TURISTIČKIH PROIZVODA OPŠTINE PRIJEPOLJE

U ovom poglavlju analiziraju se pojedini turistički proizvodi, odnosno, pravci razvoja turizma u opštini Prijepolje, a na osnovu ranije prikazanih analiza resursne turističke osnove. Kako bi se pojedini turistički proizvodi nudili korisnicima usluga (turistima, posetiocima, izletnicima) i samim tim pozicionirali na turističkom tržištu, neophodno je utvrditi sadržaj i strukturu svakog od njih. Opština Prijepolje raspolaže značajnim mogućnostima razvoja i komercijalizacije nekoliko vrsta turističkih proizvoda.

Na osnovnu prethodno sprovedene analize postojećeg stanja i definisane vizije i ciljeva razvoja opštine Prijepolje u sektoru turizma, opravdano je izdvajanje i razvoj sledećih turističkih proizvoda: ruralni (seoski, etno) turizam, specijalni interesi, kulturni turizam i kulturno-tematske rute, organizacija događaja (manifestacije) i tranzitni turizam.

Za uspešan razvoj i plasman ovih vrsta turističkih proizvoda opština Prijepolje ima neophodne pretpostavke, počev od geografskog položaja, netaknutih prirodnih i očuvanih kulturno-istorijskih vrednosti, pogodnih klimatskih uslova, kulture, tradicije i izgrađenosti infrastrukture. Sa stanovišta zadovoljenja potreba, turistički proizvodi opštine Prijepolje mogu udovoljiti većini želja, očekivanja i potreba potencijalnih turista.

Na osnovu sprovedenih analiza u resursno-atraksijskoj osnovi, kao i na osnovu analize trendova i kretanja u oblasti turističke ponude i tražnje prioritetizovani su turistički proizvodi opštine Prijepolje. Imajući u vidu prirodne i stvorene resurse na kojoj se bazira turistička ponuda opštine Prijepolje predloženi skup turističkih proizvoda je sledeći:

PRIORITETNI TURISTIČKI PROIZVODI	RURALNI TURIZAM
	TURIZAM SPECIJALNIH INTERESA
ZNAČAJNI TURISTIČKI PROIZVOD	KULTURNI TURIZAM
	TEMATSKE RUTE
TURISTIČKI PROIZVODI U FUNKCIJI PODRŠKE	MANIFESTACIJE / DOGAĐAJI
	TRANZITNI TURIZAM

Predložene turističke proizvode treba razvijati u pravcu da budu moderni, adekvatno prezentovani, atraktivno interpretirani, prilagođeni uslovima i svim segmentima ciljnih tržišta turističke tražnje.



## 7.1 Ruralni turizam

Ruralni turizam je turizam koji obuhvata sve aktivnosti u ruralnom području, a najvažnije karakteristike ovog turističkog proizvoda su mirna i očuvana životna sredina, odsustvo buke, komunikacija sa domaćinom, domaća hrana i upoznavanje seoskih (tradicionalnih) poslova. Ruralni turizam uključuje kompleksnost svih aktivnosti i aspekata celokupnog turističkog proizvoda (rekreacija u seoskoj sredini, uživanje u dokolici i miru ruralnih predela, uživanje u prirodi i raznovrsnim krajolicima, nacionalnim parkovima, parkovima prirode, kulturni turizam, turizam na seoskim domaćinstvima).

Ruralni turizam se realizuje kao celogodišnja aktivnost ukoliko postoje adekvatni vremenski uslovi. Svaki period godine nudi novo iskustvo za turiste, s obzirom na široku lepezu aktivnosti domaćeg stanovništva. Gastronomija kao nematerijalno nasleđe je komplementarni deo ruralnog i kulturnog turizma i upotpunjuje turističku ponudu područja.

**Glavni centri razvoja ruralnog turizma** opštine su Sopotnica, Kamena Gora, Jabuka i Mileševa. Motivi za boravak turista u ovim seoskim područjima su smeštaj u objektima tradicionalne seoske arhitekture, ishrana proizvodima domaćinstva iz prirodne i nezagađene sredine, upoznavanje sa tradicijom, kulturom, običajima i načinom seoskog života i rada, upoznavanje sa načinom spremanja tradicionalnih narodnih jela i zimnice, upoznavanje sa starim seoskim zanatima, branje šumskog bilja i plodova, mogućnost učestvovanja u aktivnostima domaćinstva u poljoprivrednoj i stočarskoj proizvodnji, mogućnost dobijanja i kupovine proizvoda domaćinstva (slatko, pekmezi, džemovi, rakija, suvo meso, povrće, voće i slično), izleti i obilazak svih prirodnih i kulturno-istorijskih vrednosti u okruženju, lov i ribolov, korišćenje prirodnih i banjskih izvorišta u okruženju i sport i rekreacija.

### Ocena proizvoda:

- Na prostoru opštine Prijepolje postoje odlični uslovi za razvoj ruralnog turizma koji nisu adekvatno eksploatisani i varolizovani
- Destinacija nije dovoljno prepoznatljiva kao mesto u kome mogu da se koriste usluge ruralnog turizma
- Nedovoljna pokrivenost i zastarela komunalna i saobraćajna infrastruktura u ruralnim područjima
- Promocija proizvoda van destinacije gotovo da ne postoji, uz izuzetak sajamskih aktivnosti i sporadičnih napora lokalne turističke organizacije
- Nedovoljna usmeravajuća turistička signalizacija
- Nedovoljna informisanost i obučenost pružaoca usluga u ruralnom turizmu
- Ne postoje paketi proizvoda prilagođeni različitim grupama turista (domaći-strani gosti, individualnim turistima – organizovane grupe).

### Preporuke za unapređenje:

- Unapređenje smeštajne ponude kategorizacijom novih smeštajnih kapaciteta, podizanje kvaliteta usluge i uvođenje novih sadržaja u seoska domaćinstva i domaću radinost
- Kreiranje turističkih programa koji popularizuju očuvanu prirodnu sredinu, lokalne gastronomske proizvode, stare zanate i lokalnu kulturu življenja (učestvovanja u poljoprivrednim radovima sa mogućnošću degustacije i obilasci zanimljivih seoskih domaćinstava i upoznavanje sa njihovim načinom života i rada, objektima tradicionalne arhitekture, starim zanatima i slično)



- Izgradnja nove i unapređenje postojeće saobraćajne i komunalne infrastrukture u ruralnim područjima sa potencijalom za razvoj ruralnog turizma (Kamena Gora, Jabuka, Tiče Polje, kanjon Mileševke)
- Postavljanje turističke signalizacije za obeležavanje lokaliteta i pružalaca usluga u seoskom turizmu i objektima domaće radinosti
- Obnova objekata tradicionalne arhitekture i stavljanje u funkciju razvoja ruralnog turizma
- Uvođenje sistema kontinuirane obuke za pružaoce usluga (domaćine) i proizvođače tradicionalnih proizvoda koji plasiraju proizvode kroz ovaj turistički proizvod (rad sa portalom eTurista, promocija proizvoda i usluga, digitalni marketing, brendiranje, dizajn pakovanja, prodaja, umrežavanje i sl)

## 7.2 Turizam specijalnih interesa

Kao turistički proizvod, specijalni interesi se odnose na putovanja radi aktivnog odmora, aktivnosti i doživljaja u skladu sa specifičnim interesovanjima pojedinaca ili grupa, kao npr: sport, rekreacija, planinarenje, pešačenje, lov, ribolov, jahanje, aktivnosti u prirodi, proučavanje prirode i šumskih plodova i lekovitog bilja itd. Popularnost specijalnih interesa svakodnevno raste zahvaljujući ljudskoj potrebi za upoznavanjem novih krajeva, ljudi i običaja uz istovremeno upražnjavanje različitih fizičkih aktivnosti u prirodi.

U cilju razvijanja proizvoda neophodno je postojanje infrastrukture koja omogućava bavljenje aktivnostima posebnih interesovanja i postojanje očuvane atraktivne prirodne sredine. Posebni interesi se kasnije vezuju za ostale turističke proizvode i postaju dodatna vrednost integrisanog turističkog proizvoda.

Tabela 19. Pregled identifikovanih vrsta aktivnosti i područja na kojima su razvijene

<i>Vrsta aktivnosti</i>	<i>Područje opštine Prijepolje</i>
Kanjoning	Klisura Mileševke, klisura Ratajske reke
Caving (proučavanje pećina)	Ozren, Jadovnik
Planinski biciklizam	Jabuka, Kamena Gora, Pobjenik, Babine, Ozren, Jadovnik, Zlatar
Planinarenje	Ozren, Jadovnik, Pobjenik, Babine, Kamena Gora, Zlatar
Paraglajding	Sopotnica, Kamena Gora, Koševine, Srijeteži, Zlatar
Rafting, splavarenje	Lim
Slobodno penjanje	Sopotnica, Kanjon Mileševke
Pešačenje	Jabuka, Kamena Gora, Pobjenik, Babine, Ozren, Jadovnik, Zlatar
Lov	Derventa, Jadovnik, Ravna Gora, Crni Vrh, Jabuka, Babina, Pobjenik, Šerbetovac, Zlatar, Lisa
Ribolov	Lim
Lake zimske aktivnosti	Jabuka, Kamena Gora

Izvor: Zaključci radne grupe

Korisnici ovih usluga uglavnom traže izazov i lično ispunjenje, poštujući principe zdravog načina života i zaštite životne sredine. Preferiraju alternativne oblike smeštaja (seoska domaćinstva, kuće, pansioni, motele, prenoćišta). Spremni su i na lošiji kvalitet smeštaja koji uključuje i smeštaj na otvorenom (kampove).



Područje opštine Prijepolje karakteriše očuvana prirodna sredina sa morfologijom terena pogodnom za razvoj brojnih aktivnosti. Pregled identifikovanih vrsta aktivnosti i područja na kojima su delimično ili u celosti razvijeni dat je u Tabeli 20.

Na osnovu analize, obavljenih razgovora sa predstavnicima turističke organizacije, ustanova kulture, udruženja građana i drugih zainteresovanih strana, kao i neposrednog uvida u infrastrukturu proizvoda, urađena je opšta ocena proizvoda.

#### **Ocena proizvoda:**

- Na prostoru opštine Prijepolje postoji prirodni potencijal za razvoj više vrsta specijalnih interesa koji nisu u dovoljnoj meri iskorišćeni
- Destinacija nije prepoznatljiva kao mesto u kome mogu da se koriste ove aktivnosti
- Izgrađena infrastruktura nije adekvatna da bi se proizvod visoke vrednosti plasirao na tržište i intenzivnije komercijalizovao
- Promocija proizvoda van destinacije gotovo da ne postoji, uz izuzetak sajamskih aktivnosti i sporadičnih napora lokalne turističke organizacije
- Nedovoljna turistička signalizacija koja usmerava tražnju prema lokalitetima koji nude aktivnosti u okviru ovog turističkog proizvoda
- Proizvodi nisu razvijeni u skladu sa standardima koji omogućavaju intenzivniju komercijalizaciju
- Ne postoji strateški okvir razvoja proizvoda
- Korisnici proizvoda u najvećoj meri su udruženja planinara i u skromnoj meri individualne grupe zaljubljenika u prirodu i ostali gosti koji dolaze zbog odmora
- Slabo je interesovanje turističkih posrednika (agencija i turoperatera) za prodaju proizvoda
- Ne postoje paketi proizvoda prilagođeni različitim grupama turista (domaći-strani gosti, individualnim turistima – organizovane grupe).

#### **Preporuke za unapređenje:**

- Izgradnja avantura parka (Sopotnica, Kamena Gora)
- Uspostavljanje eko-centara za sportsko-rekreativni turizam na području Jabuke i Kamene Gore
- Kontinuirano unapređenje turističke infrastrukture za aktivnosti u prirodi
- Uspostavljanje novih i unapređenje postojećih rafting staza
- Unapređenje dodatnog sadržaja na ribarskoj stazi: mobilijar, objekti i slično
- Uređenje kupališta i plaža: Petrovac, Lučice i gradska plaža
- Održavanje staza i postavljanje signalizacije i info-tabli, posebno na planinarsko-pešačkim regionalnim stazama Via Dinarica i pešačkog puta E7
- Obeležavanje i održavanje turističko-planinarskih staza
- Unapređenje saobraćajne infrastrukture do ključnih atrakcija
- Pобољшanje signala mobilne telefonije i TV signala na turističkim lokalitetima u ruralnom području
- Umrežavanje svih aktera koji se bave aktivnim odmorom na destinaciji (pojedinci, udruženja, turistička organizacija, lokalno stanovništvo);
- Unapređenje marketing aktivnosti
- Kreiranje tematskih turističkih programa sa temom turizma specijalnih interesa

### 7.3 Kulturni turizam

Ovaj turistički proizvod je motivisan potrebom da se posete mesta sa atraktivnim kulturnim i umetničkim sadržajima, bilo da se oni odnose na svakodnevni život lokalnog stanovništva, bilo da su u pitanju događaji kulturnog sadržaja, kulturna dobra ili antropogene i prirodne celine, kako bi se upoznale, razumele, doživele i poštovale različite lokalne ili regionalne kulture.

Spomenici od velikog kulturnog značaja i značajna istorijska mesta mogu predstavljati impresivnu turističku ponudu. Kulturno nasleđe ovog prostora može se iskoristiti na način kojim će se težiti ka razvoju kreativne ekonomije. Prepoznavanje potencijala i upravljanje kulturnim nasleđem treba da posluži lokalnim samoupravama kao okvir za njegovo uključivanje u promociju i unapređenje razvoja turizma.<sup>16</sup>

Ovaj turistički proizvod omogućava da se čak i mesta koja po prirodi nisu isključivo turistička, zahvaljujući prirodnim i antropogenim potencijalima, mogu uključiti u turističke tokove i razvijati sopstvene razvojne strategije turizma na bazi lokalnih kulturnih i umetničkih motiva čime postaju zanimljive, ne samo potencijalnom turisti, već i lokalnom stanovništvu.

Većim naglaskom na kulturu i događaje u oblasti kulture, privlači se poseban tip turista koji, prema raznim istraživanjima, predstavljaju obrazovanije osobe sa natprosečnim primanjima. Posetioци događaja obično izdvajaju značajna sredstva za sve što je u vezi sa događajem čime se postiže značajno pozitivan uticaj, posebno na trgovinu.

Na teritoriji opštine Prijepolje, održava se nekoliko tematski različitih događaja u različitim periodima godine koji su predmet ove vrste turizma, a takođe, na području opštine identifikovane su tri, izuzetno značajne i aktivne ustanove kulture: Muzej u Prijepolju, Biblioteka Vuk Karadžić i Dom kulture.

Teritorija opštine obiluje značajnim kulturno-istorijskim spomenicima nacionalnog i regionalnog značaja (crkve, džamije, manastiri, spomenici iz ranijih perioda istorije), očuvanom kulturom življenja, starim zanatima, gastronomskim proizvodima i objektima tradicionalne arhitekture, koji su u različitim stepenima očuvani i uključeni u turistička kretanja.

#### Ocena proizvoda:

- Na prostoru opštine Prijepolje postoje odlični uslovi za veću valorizaciju kulturno-istorijskih sadržaja
- Promocija proizvoda van destinacije gotovo da ne postoji, uz izuzetak sajamskih aktivnosti i sporadičnih napora lokalne turističke organizacije
- Neadekvatna turistička signalizacija koja usmerava tražnju prema ovim proizvodima
- Slabo je interesovanje turističkih posrednika (agencija i turoperatera) za prodaju proizvoda
- Ne postoje paketi proizvoda prilagođeni individualnim turistima i organizovanim grupama.

#### Preporuke za unapređenje:

- Obnova tradicionalnih teferića (pastirski vašar i igre) i očuvanje starih zanata na području Ozrena i Jadovnika (ćilimarstvo);
- Zaštita i komercijalizacija tradicionalnih gastronomskih proizvoda

<sup>16</sup> J. Basarić: Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije, Kulturno nasleđe kao turistički potencijal Donjeg Podunavlja u Srbiji, Pregledni rad maj 2023, str.51



- Obnova tradicionalne arhitekture – obnova hanova, pastirske kolibe na Jadovniku, vodenice u Gostunu i Sopotnici
- Uređenje korita reke Mileševke, na potezu od Prijepolja do manastira Mileševa;
- Digitalizacija kulturnog nasleđa i uspostavljanje virtuelne postavke u Muzeju
- Uređenje srednjovekovnog grada Mileševac
- Rešavanje statusa i obnova Memorijalnog kompleksa Jabuka
- Korišćenje brenda Boška Buhe i Vladimira Petrića Valtera osmišljavanjem dodatnih sadržaja i umrežavanjem subjekata slične tematike u tematske rute – povezivanje sa drugim sektorima (kultura, istorija) i regionima (Bosna i Hercegovina, Crna Gora)
- Adekvatno profilisanje turističkih događaja i ciljana promocija
- Postavljanje adekvatne informativno turističke signalizacije.

## 7.4 Tematske rute

Tematske rute predstavljaju turistički proizvod na kojima se posećuje više od jedne turističke destinacije. Njihova odlika je kratak boravak u svakoj od destinacija, unapred planirana maršruta, kao i regionalno ili nacionalno grupisanje atrakcija. Većina tura traje nekoliko noćenja, a prodaje se kroz široku mrežu organizatora putovanja i agencija na području emitivnih tržišta. Obično svaka tura ima neku svoju temu od koje zavisi karakter ture.

Korisnici ovog turističkog proizvoda su aktivni turisti koji vole da otkrivaju nove prostore, posećuju nove atrakcije i destinacije u kojima ranije nisu bili. Mladi i porodice više preferiraju individualni turing, dok odrasli (*empty nesters*) i seniori više praktikuju grupni turing.

Kako je ovaj turistički proizvod uslovljen fizičkim prostorom i vremenom boravka učesnika, na teritoriji opštine Prijepolje identifikovano je svega nekoliko lokaliteta/atrakcija koji su i/ili koji bi mogli biti predmet ovih putovanja. Reč je uglavnom o lokalitetima koja imaju uređen prostor za prijem većeg broja posetilaca u isto vreme, i prostor adekvatan za parkiranje većih vozila (autobusa).

Analizom programa koji su u ponudi turističkih agencija, a odnose se na predmetno područje, ustanovljen je potencijal za razvoja ove vrese turističkih atraktivnosti opštine Prijepolje. Reč je o manastirima Mileševa i Kumanica, uz obilazak gradskog centra Prijepolja, panoramskog razgledanja kulturno-istorijskih znamenitosti – katoličke kapele, pravoslavne crkve i džamije, spomenika Svetom Savi, spomen kompleksa „4. decembar“, sahat kule i starog jezgra grada uz obaveznu posetu Muzeju u Prijepolju.

### Ocena proizvoda:

- Na prostoru opštine Prijepolje postoje ograničeni uslovi za razvoj ove vrste turističkog proizvoda uslovljenih pre svega ograničenjima u saobraćaju – loša putna mreža i nedostatak adekvatnog parking prostora
- Destinacija je izuzetno interesantna i prepoznatljiva na turističkom tržištu zahvaljujući manastirima Mileševa i Kumanica
- Promocija proizvoda zahteva regionalni promotivni nastup uz obaveznu saradnju sa organizatorima putovanja
- Neadekvatna turistička signalizacija koja usmerava tražnju prema elementima ovog proizvoda
- Ne postoji strateški okvir razvoja proizvoda
- Slabo je interesovanje turističkih posrednika (agencija i turoperatera) za prodaju ovih proizvoda
- Postoji mali broj turističkih aranžamana koji u sebi uključuje ponudu atrakcija predmetnog područja kroz tematske rute.

### Preporuke za unapređenje:

- Promocija lokaliteta opštine Prijepolje kao „novih“ atrakcija na turističkom tržištu u kontekstu „novih otkrivanja“ u kontekstu razvijanja aktivnosti i usluga koje omogućavaju turistima da potpuno urone u lokalnu kulturu, kao što su radionice, vođene ture, degustacije, časovi kuvanja i druge aktivnosti koje uključuju angažovanje turista
- Razvoj literarnog turinga, zasnovanog na knjigama, poznatim ličnostima, legendama, pričama kao npr. putevima Vladimira Petrića Valtera koja uključuje dalji razvoj i ekspoataciju digitalne platforme „Valter – od Prijepolja do Sarajeva“ koja je nastala kroz saradnju Istorijskog muzeja Bosne i Hercegovine i Muzeja u Prijepolju.



- Uspostavljanje degustativnih centara kroz koji bi se unapredio odnos posetioca/turiste sa domaćinom kroz upoznavanje lokalne kulture, tradicije, običaja, duha područja/prostora
- Unapređenje komunalne infrastrukture lokaliteta (vodovodne i kanalizacione mreže)
- Postavljanje adekvatne informativne signalizacije na lokalitetima na nekoliko svetskih jezika
- Uređenje adekvatnog parking prostora u centralnom delu Prijepolja
- Unapređenje marketing aktivnosti

## 7.5 Manifestacije/događaji

Turistička organizacija opštine Prijepolje aktivno učestvuje u organizaciji manifestacija na području cele opštine. U cilju očuvanja tradicije, bogatih istorijskih događaja kao i znamenitih ličnosti, veliki broj manifestacija održava kontinuitet i kvalitet svog postojanja. Tokom godine, u opštini Prijepolje održavaju se brojne manifestacije među kojima se izdvajaju:

- Jadovnički ultramaraton kao višednevna sportska manifestacija koju organizuje Udruženje građana „Jadovnik“ i klub ekstremnih sportova „Filjulj“, održava se sredinom jula;
- Komaranska košija, je nastavak nekadašnjih svatovskih trka konja, održava se 1. maja;
- Kup u sportskom ribolovu, održava se u junu na ribolovačkoj stazi na Potpečkom jezeru;
- Limska regata, započinje od izvora Lima iz Plavskog jezera do ušća reke Mileševke u Lim, na deonici dužoj od 130 kilometara, a traje tri dana;
- Mostovi Balkana, smotra izvornog stvaralaštva balkanskih naroda održava se na selu Jabuci u neposrednoj blizini Prijepolja, a program festivala čine pesme, kao i oblici vokalnog izvođenja, instrumentalna svirka, igre, plesovi, obredni običaji;
- Skokovi u vodu – Memorijal Pajo Potežica, održava se svake godine u avgustu mesecu. Manifestacije održava na Limskoj plaži-Petrovac na Limu, koja je udaljena oko 10 kilometara od Prijepolja;
- Umetnička kolonija Mileševa, simpozijalnog karaktera, umetnici Kolonije najviše vremena provode u obilasku kulturo-istorijskih znamenitosti ovog kraja.
- Med je lek za dug vek, održava se u julu mesecu na platou Doma kulture i predstavlja jedinstvenu priliku da se građani Prijepolja upoznaju sa kvalitetom meda i drugim preparatima od pčelinjih proizvoda
- Sabor trubača Kolovrat, Manifestacija iz godine u godinu privlači sve veće interesovanje i veliki broj posetilaca. Na saboru učestvuju orkestri iz cele Srbije.
- Kosačka moba „Majkina duša“ se sredinom jula održava u kamenoj Gori. Manifestacija pored takmičarskog za cilj ima vraćanje iz zaborava narodne običaje nekada veoma važne za ekonomski i socijalni deo života na selu.
- Limski darovi, manifestacija je jedinstvena u svetu, jedino je Prijepolje odlučilo da oda priznanje svojim najboljim zetovima, a ima ih mnogo iz raznih krajeva sveta. Svi oni se svakog avgusta okupe u Prijepolju da se bore za titulu a nije im lako, jer jedan od osnovnih uslova da uđu u konkurenciju je preporuka tašte.
- Već postojeći „streetball“ turnir u basketu preimenovan je od juna 2015. godine u memorijalni turnir za tragično preminule radnike Turističke organizacije Prijepolje. Organizatori ovog turnira su Organizacioni odbor „streetball“ turnira u saradnji sa Turističkom organizacijom Prijepolje. Održava se svake godine početkom jula. Za učešće na ovoj manifestaciji prijavljuju se timovi iz zemlje i regiona.
- Miholjski susreti prijepoljskih sela koji se od 2021. godine održava u selu Kosatica. Manifestacija se održava pod pokroviteljstvom Ministarstva za brigu o selu Republike Srbije. Manifestacija ima izložbeni, kulturno-umetnički i sportski deo.

Gastronomske, kulturne, zabavno-sportske i druge manifestacije organizuju opština, TO i ustanove kulture. Manifestacije kao turistički proizvod treba razvijati kontinuirano u narednim godinama, uz uvođenje interaktivnih sadržaja za posetioce i potencijalne turiste uz uključivanje i drugih zainteresovanih strana kako bi se ekonomski efekti povećali. Među značajnijim se izdvajaju: Jadovnički ultramaraton, Komaranska košija, Kup u sportskom ribolovu, Limska regata, Mostovi Balkana, Skokovi u vodu – Memorijal Pajo Potežica, Umetnička kolonija Mileševa, Med je lek za dug vek, Sabor trubača Kolovrat, Kosačka moba „Majkina duša“, Limski darovi, „streetball“ turnir u basketu ...



### **Ocena proizvoda:**

- Na prostoru opštine Prijepolje postoje ograničeni uslovi za razvoj ove vrste turističkog proizvoda uslovljenih pre svega ograničenjima u saobraćaju – loša putna mreža i nedostatak adekvatnog parking prostora
- Destinacija je izuzetno interesantna i prepoznatljiva na turističkom tržištu zahvaljujući sportskim manifestacijama
- Promocija proizvoda zahteva regionalni promotivni nastup
- Neadekvatna turistička signalizacija koja usmerava tražnju prema elementima ovog proizvoda
- Ne postoji strateški okvir razvoja proizvoda
- Slabo je interesovanje turističkih posrednika (agencija i turoperatera) za prodaju ovih proizvoda

### **Preporuke za unapređenje:**

- Organizacija studijskih poseta za organizatore manifestacija sa ciljem upoznavanja i preuzimanja primera dobre prakse
- Promocija volonterizma sa ciljem uključivanja mladih u dobrovoljne aktivnosti prilikom organizacije događaja - kreiranje kreativnih kampanja, rad na društvenim mrežama i povećanju vidljivosti manifestacija, odnosi sa medijima, koordinacija đaka u srednjim i osnovnim školama, intervjuisanje i pomoć u organizovanju skupova, itd.
- Sprovođenje radionica za zainteresovane strane o mogućnostima međusektorske saradnje
- Edukacija zainteresovanih strana o mogućnostima finansiranja i pripremi projekata za pristup domaćim i stranim fondovima
- Unapređenje saradnje sa NVO sektorom i obrazovnim ustanovama
- Unapređenje komunalne infrastrukture lokaliteta (vodovodne i kanizacione mreže)
- Unapređenje marketing aktivnosti

## 7.6 Tranzitni turizam

Tranzitno putovanje podređeno je odredišnom cilju putovanja, uz planirana usputna zadržavanja koja su vrlo kratka, od predaha i osveženja do produženog boravka. Ova turistička kretanja mogu biti celodnevna, poludnevna ili trajati nekoliko sati.

Prema istraživanjima, radijus kretanja turista u tranzitu je 1,5 do 2 sata vožnje od primarnog mesta boravka, što se, u saobraćajnim uslovima naše zemlje, svodi na prostornu udaljenost od 60 do 100 km. U suštini to su turisti koji provode godišnji odmor u Zlatiborskom okrugu (Zlatibor, Zlatar, Tara i sl.) i koji u okviru svog boravka organizuju izlete u okolinu mesta gde su smešteni, ili se ti izleti organizuju i nude turistima od strane lokalnih turističkih agencija.

Izrazita tranzitna kretanja se javljaju duž glavnih komunikacija i u njihovim gravitacionim područjima. Najčešće se vezuju za drumski saobraćaj, a njihova glavna odlika su masovnan promet, kratko zadržavanje, naglašena sezonska koncentracija i najveća potrošnja u odnosu na druge vrste tranzita. Posebno treba istaći da se tranzitni turisti nerado odvajaju od glavnih saobraćajnica i da se zato optimalni ekonomski efekti ostvaruju u objektima lociranim neposredno uz saobraćajnice, pod uslovom da je ponuda bogata i da ima obeležje lokalne sredine.

Složenost saobraćajno-turističkog položaja Prijepolja uslovlja je i veliku komunikativnost, gde se položaj može prihvatiti kao značajna komponenta razvoja turizma specijanih interesa i tranzitnog turizma kao svojevrzne podsticajne osnove razvoja turizma uopšte. S obzirom da se Prijepolje nalazi na pravcu koji povezuje regione Beograda i Vojvodine sa Crnom Gorom, povoljan saobraćajni položaj se može iskoristiti za privlačenje značajnog broja putnika u tranzitu za upražnjavanje određenih aktivnosti u skladu sa njihovim interesovanjima (obilazak kulturno-istorijskih spomenika, prisustvo lokalnim manifestacijama, upražnjavanje lakših aktivnosti u prirodi (rafting), degustaciju tradicionalnih proizvoda i sl.

Prijepolje je saobraćajnicom povezano sa Bijelim Poljem (55 km), i dalje sa Podgoricom i Barom, a na sever, jednim krakom, sa Novom Varoš (27 km), i drugim, sa Pribojem (30 km) i dalje, preko Zlatibora i Užica, sa Beogradom i drugim mestima u Srbiji. Na istok, drumskom saobraćajnicom, povezano je sa Sjenicom (30 km) i Novim Pazarom.

Zbog specifičnosti tranzitnog turizma, kao oblika turističkih kretanja, organizacija turističke ponude za tranzitne turiste mora biti koncentrisana na uske zone, odnosno koridore pored tranzitnih puteva, tako da tokom letnje turističke sezone veliki broj turista na putu za Crnu Goru pravi pauzu u Prijepolju i pri tome koristi usluge ugostiteljskih objekata. Turisti imaju priliku da probaju specijalitete domaće kuhinje i posete znamenitosti okoline.

Opština Prijepolje bi trebalo da postane tranzitna destinacija regionalnog karaktera, zahvaljujući atraktivnosti manastira Mileševa i drugim kulturno-istorijskim i prirodnim vrednostima. Primarna tranzitna kretanja treba da budu generisana navedenim vrednostima, pri čemu bi poseta Mileševi i urbanom delu Prijepolja bile osnovni motiv posete. Sekundarna tranzitna kretanja treba vezivati za manastirski kompleks Davidovica u Brodarevu, Babinski manastir u Seljanima, Kumanica i druge kulturno-istorijske vrednosti u širem okruženju Prijepolja)

### Ocena proizvoda:

- Položaj opštine Prijepolje je izuzetno povoljan za razvoj tranzitnog turizma
- Nedostatak sistemске promocije u regionu i na prekograničnom području
- Neadekvatna turistička signalizacija koja usmerava tražnju ka objektima lociranim neposredno uz saobraćajnice;
- Zbog specifičnosti ovih oblika turističkih kretanja ne postoji statistika korisnika usluga/posetilaca.



### **Preporuke za unapređenje:**

- Postavljanje adekvatne informativno turističke signalizacije duž glavnih tranzitnih pravaca
- Postavljanje rasvete na potezu centar Prijepolja–manastir Mileševa
- Sanacija i modernizacija saobraćajne infrastrukture ka Sopotnici
- Sanacija i modernizacija saobraćajne infrastrukture ka Kamenjoj Gori
- Promocija lokaliteta Prijepolja duž glavnih saobraćajnica pre ulaska u opštinu Prijepolje
- Korišćenje graničnih pultova za postavljanje informativnog i drugog propagandnog materijala
- Uređenje i komunalno opremanje parking prostora duž glavnih saobraćajnica i neposredno uz glavne atrakcije.

## 8. ANALIZA KLJUČNIH TURISTIČKIH TRŽIŠTA OD ZNAČAJA ZA RAZVOJ TURIZMA I MARKETING AKTIVNOSTI

Vizija<sup>17</sup> turizma opštine Prijepolje u narednom petogodišnjem periodu, prema zaključcima radne grupe, je definisana kao:

*Negujući tradiciju i gostoprimstvo u autentičnom prirodnom okruženju opština Prijepolje je destinacija ekoturizma koja posetiocu daje nezaboravno iskustvo originalnog turističkog doživljaja kao esencije putovanja i boravka*

Da li će turisti posetiti neku destinaciju u velikoj meri zavisi od predstave koju imaju o njoj. U velikoj meri ova predstava je subjektivna. Za formiranje imidža u svesti turističkih potrošača od presudnog uticaja je promotivna aktivnost, preporuka rodbine i prijatelja, kao i ukupan mentalno – psihološki sklop ličnosti, socio-ekonomski ambijent, kultura, subkultura i sl.<sup>18</sup>

Menadžment destinacije na neke od ovih elemenata može uticati kao što je, na primer, promotivna politika, a na neke uglavnom ne, kao što je ekonomski ambijent, kultura, subkultura. Pozicioniranje i nije ništa drugo do logički nastavak procesa segmentacije, pri čemu se pozitivni imidž kreira za unapred utvrđeni segment potrošača.<sup>19</sup> Pozicioniranje<sup>20</sup> stvara predstavu o proizvodu, sadrži obećanje o koristima, i puža osnovu za borbu sa konkurencijom.

Pošto je imidž dinamička, a ne statička kategorija potrebno ga je održavati i unaprediti, odnosno ne praviti greške koje će dovesti do narušavanja stečenog imidža.

Trajni rezultat stvaranja poznatosti destinacije i ponovnog uveravanja potencijalnih posetilaca je kreiranje brenda. Ključni faktor u uticanju na potrošački brend-imidž je pozicioniranje turističke destinacije i njena održivost tokom vremena. Brend-imidž postaje sve važniji, a pozicioniranje sve teže. Uspesah brend-imidž destinacije baziran je na dva osnovna principa: visokom vrednovanju usluga za novac i jasnom diferenciranju od konkurenata.

Da bi se ostvarilo uspešno upravljanje imidžom destinacije neophodno je učešće svih učesnika koji utiču na formiranje turističkog proizvoda destinacije.

### 8.1 Analiza ključnih turističkih tržišta

Na osnovu prethodnih analiza izdvojeno je pet turističkih proizvoda u destinaciji: ruralni turizam, turizam specijalnih interesa, kulturni turizam, manifestacije (događaji) i tranzitni turizam.

Kako bi se identifikovale pretpostavke za tržišno pozicioniranje, ciljna tržišta na kojima je potrebno izvršiti pozicioniranje, ciljne grupe prema kojima se usmeravaju marketinške aktivnosti, set instrumenata tržišne komunikacije i kanali prodaje, članovi radne grupe za izradu programa razvoja turizma opštine Prijepolje su tokom radionica deljeni u grupe prema iskazanim interesovanjima i sektorima u kojima rade. Svaka radna grupa imala je zadatak da identifikuje osnovne pretpostavke za razvoj određenog turističkog proizvoda, obradi segmente ciljnih tržišta i ciljnih grupa kao i da definiše način komunikacije sa njima i kanale prodaje. Svaka grupa je

<sup>17</sup> Vizija - željena slika destinacije za pet godina. Vizija daje pravac razvoja. Na putu ka ostvarenju vizije, učesnici koji često mogu imati različite stavove i mogućnosti uticaja treba da formulišu zajednički stav (jasan osećaj za svrhu, zajedničke ambicije).

<sup>18</sup> O. Bakić: Marketing menadžment turističke destinacije, Ekonomski fakultet, Beograd, 2002. Str.107

<sup>19</sup> O. Bakić: Marketing menadžment turističke destinacije, Ekonomski fakultet, Beograd, 2002. Str.108

<sup>20</sup> O. Bakić: Marketing menadžment turističke destinacije, Ekonomski fakultet, Beograd, 2002. Str.108



izložila svoje viđenje određenog turističkog proizvoda a rezultati su unapređeni kroz prezentaciju ostalim članovima radne grupe i zajedničku diskusiju. Rezultati rada grupa su dati u tabelama 21-26.

Tabela 20. Ruralni turizam kao turistički proizvod u destinaciji

<b>RURALNI TURIZAM</b>	
<b>Osnovne pretpostavke</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocija različitih oblika smeštaja i usluga u seoskom turizmu (etno selo, najam sobe u domaćinstvu, kuća za odmor)</li> <li>- Osmišljavanje odmora na selu u autentičnom ruralnom ambijentu</li> <li>- Promocija ruralnih resorta (Sopotinica, Kamena Gora, Jabuka, Mileševa)</li> <li>- Promocija kampovanja kao oblika seoskog turizma</li> <li>- Saradnja sa domaćim i stranim udruženjima ruralnog turizma</li> </ul>	
<b>Ciljna tržišta</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Srbija (Beograd, Vojvodina, veći gradovi)</li> <li>- Strani rezidenti u Srbiji</li> <li>- Zemlje Centralne, Zapadne i Jugoistočne Evrope</li> <li>- Zemlje bivše SFRJ</li> </ul>	
<b>Ciljne grupe</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Porodice sa decom</li> <li>- Parovi bez dece (penzioneri)</li> <li>- Aktivni individualci</li> <li>- Grupe sa posebnim interesovanjima</li> </ul>	
<b>Tržišna komunikacija</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oglašavanje</li> <li>- Promotivni paketi</li> <li>- Brošure, publikacije ruralnog turizma</li> <li>- Internet prezentacija ruralnog turizma</li> <li>- Sajmovi i tradicionalne manifestacije</li> <li>- Foto i video materijali</li> <li>- Promotivne kampanje u medijima i novinarska putovanja</li> <li>- Suveniri</li> <li>- Baza podataka</li> </ul>	
<b>Kanali prodaje</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizatori putovanja</li> <li>- Specijalizovane agencije</li> <li>- Pojedinačne internet prezentacije</li> </ul>	

Izvor: Zaključci radne grupe

Tabela 21. Turizam specijalnih interesa kao turistički proizvod u destinaciji

<b>TURIZAM SPECIJALNIH INTERESA</b>	
<b>Osnovne pretpostavke</b>	
-	Kreiranje paketa sa postojećim proizvodima posebnih interesovanja
-	Osmišljavanje, formiranje i promocija paketa novih proizvoda posebnih interesovanja
-	Povezivanje sa dijasporom, udruženjima i asocijacijama u Evropi
-	Povezivanje proizvoda posebnih interesovanja sa drugim proizvodima u regiji
<b>Ciljna tržišta</b>	
-	Srbija
-	Zemlje bivše SFRJ
-	Evropske zemlje
<b>Ciljne grupe</b>	
-	Porodice sa i bez dece
-	Aktivni individualci
-	Grupe prijatelja
-	Osobe sa posebnim interesovanjima u pojedinim oblastima
<b>Tržišna komunikacija</b>	
-	Oglašavanje
-	Promotivni paketi
-	Publikacije i katalozi ponude turizma posebnih interesa
-	Internet prezentacija destinacije
-	Specijalizovani sajmovi turizma
-	Foto i video materijali
-	Suveniri
-	Promotivne kampanje u medijima i novinarska putovanja
-	Baza podataka
<b>Kanali prodaje</b>	
-	Specijalizovani organizatori putovanja
-	Specijalizovane agencije
-	Direktna prodaja
-	Udruženja za posebna interesovanja
-	Agencijski portali
-	Internet prezentacija

Izvor: Zaključci radne grupe



Tabela 22. Kulturni turizam kao turistički proizvod u destinaciji

<b>KULTURNI TURIZAM</b>	
<b>Osnovne pretpostavke</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turistička valorizacija kulturnog nasleđa</li> <li>- Uređenje lokaliteta i priprema za turističku komercijalizaciju</li> <li>- Osmišljavanje animacija različitih kulturno-istorijskih sadržaja</li> <li>- Stvaranje sekundarnih motiva posete i njihova tržišna promocija</li> </ul>
<b>Ciljna tržišta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zemlje Zapadne Evrope (Italija, Nemačka, Velika Britanija, Francuska)</li> <li>- Zemlje Centralne i Jugoistočne Evrope (Mađarska, Rumunija, Češka, Slovačka, Bugarska)</li> <li>- Daleke zemlje (Kina, Japan, SAD)</li> <li>- Zemlje Beneluksa i Skandinavije</li> <li>- Domaći turisti</li> <li>- Strani rezidenti u Srbiji</li> <li>- Zemlje bivše SFRJ</li> </ul>
<b>Ciljne grupe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stariji parovi bez dece</li> <li>- Mlađi parovi bez dece</li> <li>- Individualni turisti</li> </ul>
<b>Tržišna komunikacija</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oglašavanje</li> <li>- Promotivni paketi</li> <li>- Katalozi ponude kružnih putovanja</li> <li>- Publikacije</li> <li>- Internet prezentacije</li> <li>- Sajmovi turizma</li> <li>- Foto i video materijali</li> <li>- Promocija prodaje (nagradne igre)</li> <li>- Promotivne kampanje u medijima i studijske posete novinara</li> <li>- Baza podataka</li> </ul>
<b>Kanali prodaje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizatori putovanja</li> <li>- Turističke agencije</li> <li>- Direktna prodaja</li> <li>- Portali organizatora putovanja i agencija</li> <li>- Internet prezentacija destinacije</li> </ul>

Izvor: Zaključci radne grupe

Tabela 23. Tematske rute kao turistički proizvod u destinaciji

<b>TEMATSKE RUTE</b>	
<b>Osnovne pretpostavke</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketinško povezivanje i ulazak u rute koje povezuju više zemalja u regionu</li> <li>- Osmišljavanje i komercijalizacija različitih ruta u okviru turističke regije Zapadna Srbija</li> <li>- Određivanje turističkih atrakcija/lokaliteta posete za rute kojima je obuhvaćena destinacija</li> <li>- Stvaranje sekundarnih motiva posete i njihova tržišna promocija</li> </ul>	
<b>Ciljna tržišta</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zemlje Zapadne Evrope (Italija, Nemačka, Velika Britanija, Francuska)</li> <li>- Zemlje Centralne i Jugoistočne Evrope (Mađarska, Rumunija, Češka, Slovačka, Bugarska)</li> <li>- Daleke zemlje (Kina, Izrael, UAE)</li> <li>- Zemlje Beneluksa i Skandinavije</li> <li>- Domaći turisti</li> <li>- Zemlje bivše SFRJ</li> </ul>	
<b>Ciljne grupe</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stariji parovi bez dece</li> <li>- Mlađi parovi bez dece</li> <li>- Individualni turisti</li> </ul>	
<b>Tržišna komunikacija</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oglašavanje</li> <li>- Promotivni paketi</li> <li>- Katalozi</li> <li>- Publikacije</li> <li>- Internet prezentacije</li> <li>- Sajmovi turizma</li> <li>- Foto i video materijali</li> <li>- Promocija prodaje (nagradne igre)</li> <li>- Promotivne kampanje u medijima i studijske posete novinara</li> <li>- Baza podataka</li> </ul>	
<b>Kanali prodaje</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizatori putovanja</li> <li>- Turističke agencije</li> <li>- Udruženja građana (planinarska društva, rafting društva)</li> <li>- Direktna prodaja</li> <li>- Portali organizatora putovanja i agencija</li> <li>- Internet prezentacija destinacije</li> <li>- Društvene mreže</li> </ul>	

Izvor: Zaključci radne grupe



Tabela 24. Manifestacije/događaji kao turistički proizvod u destinaciji

<b>MANIFESTACIJE/DOGAĐAJI</b>	
<b>Osnovne pretpostavke</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesionalizacija vodećeg menadžmenta organizacije događaja</li> <li>- Profesionalno osmišljavanje, organizacija i komercijalizacija festivala i događaja, kulturno-istorijske baštine, nematerijalnog kulturnog nasleđa...</li> <li>- Povezivanje sa drugim turističkim proizvodima destinacije</li> </ul>
<b>Ciljna tržišta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Srbija</li> <li>- Strani rezidenti u Srbiji</li> <li>- Zemlje bivše SFRJ</li> <li>- Zemlje Centralne i Jugoistočne Evrope</li> <li>- Zemlje Zapadne Evrope</li> </ul>
<b>Ciljne grupe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individualni gosti</li> <li>- Grupe</li> <li>- Parovi bez dece</li> <li>- Stariji parovi sa odraslom decom</li> </ul>
<b>Tržišna komunikacija</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oglašavanje</li> <li>- Promotivni paketi</li> <li>- Internet prezentacije</li> <li>- Publikacije</li> <li>- Katalozi – kalendari događanja</li> <li>- Specijalizovani sajmovi turizma</li> <li>- Foto i video materijali</li> <li>- Baza podataka</li> <li>- Promotivne kampanje u medijima i posete novinara</li> <li>- Promocija prodaje</li> </ul>
<b>Kanali prodaje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizatori putovanja</li> <li>- Specijalizovane agencije</li> <li>- Evropska udruženja</li> <li>- Organizacioni komiteti</li> <li>- Direktna prodaja</li> <li>- Internet prezentacija međunarodnog udruženja festivala i događaja</li> <li>- Portali agencija</li> <li>- Internet prezentacije događaja</li> </ul>

Izvor: Zaključci radne grupe

Tabela 25. Tranzitni turizam kao turistički proizvod u destinaciji

<b>TRANZITNI TURIZAM</b>	
<b>Osnovne pretpostavke</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocija tradicionalnih i tipičnih proizvoda duž tranzitnih pravaca</li> <li>- Određivanje turističkih atrakcija/lokaliteta posete</li> <li>- Stvaranje sekundarnih motiva posete i njihova tržišna promocija</li> <li>- Povezivanje sa drugim turističkim proizvodima destinacije</li> </ul>
<b>Ciljna tržišta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Srbija (Beograd, Vojvodina, veći gradovi)</li> <li>- Strani rezidenti u Srbiji</li> <li>- Zemlje Centralne, Zapadne i Jugoistočne Evrope</li> <li>- Zemlje bivše SFRJ</li> </ul>
<b>Ciljne grupe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individualni turisti</li> <li>- Grupe sa posebnim interesovanjima</li> <li>- Porodice sa i bez dece</li> <li>- Aktivni individualci</li> <li>- Grupe prijatelja</li> </ul>
<b>Tržišna komunikacija</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oglašavanje</li> <li>- Katalozi ponude</li> <li>- Publikacije</li> <li>- Internet prezentacije</li> <li>- Specijalizovani sajmovi turizma</li> <li>- Foto i video materijali</li> <li>- Suveniri</li> <li>- Promotivne kampanje u medijima i novinarska putovanja</li> <li>- Baza podataka</li> </ul>
<b>Kanali prodaje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Direktna prodaja</li> <li>- Udruženja za posebna interesovanja</li> <li>- Internet prezentacija</li> <li>- Pojedinačne internet prezentacije</li> <li>- Auto-moto udruženja</li> </ul>

Izvor: Zaključci radne grupe



## 8.2 Analiza ključnih marketing aktivnosti u turizmu

Ukoliko uzmemo u obzir identifikovane turističke proizvode, identifikovane snage i slabosti segmenta marketinga i distribucije (videti odeljak 6.5) kao i zaključke SWOT analize a koji se odnose na identifikovan izostanak systemske i koordinisane promocije i nedovoljnu komercijalizaciju turističkih resursa konstatuje se da je u budućim marketing aktivnostima neophodno primeniti **diferenciranu strategiju** predstavljanja opštine Prijepolje na turističkom tržištu. Ova strategija se koristi kada se nosioci marketing aktivnosti odluče da svoje aktivnosti usmere ne nekoliko tržišnih segmenata.

U budućim marketinškim aktivnostima izuzetno je važno uzeti u obzir savremene trendove u motivima i iskustvima posetioca i turista na turističkom tržištu. S obzirom da postoji veliki broj opština koje svoju prepoznatljivost zasnivaju na istoj ili sličnoj turističkoj ponudi, neophodno je, osmišljenim marketing aktivnostima, diferencirati se od univerzalne turističke ponude i privući pažnju potencijalnim turistima iz zemlje i regiona.

Diferencijacija se može vršiti prema fizičkim atributima; kvalitetu i asortimanu dostupnih usluga; ljudima koji su u komunikaciji sa turistima (zaposleni u turizmu, ugostiteljstvu, pružaoci turističkih usluga; položaj i/ili imic destinacije.

U razvoju marketinške komunikacije, važno je definisati koja su tržišta sa najvećim potencijalom za trenutni i budući portfolio turističkih proizvoda opštine Prijepolje. Potrebno je definisati ciljne tržišne segmente i povezati ih sa proizvodima u destinaciji. Cilj je da se bliže upoznaju navike i potrebe segmenata sa ključnih emitivnih tržišta.

### Baza podataka o turistima

Da bi marketinške aktivnosti bile usmerene ka pravim ciljnim grupama i ciljnim tržištima, neophodno je formiranje baze podataka koja bi se sastojala od baze posrednika i baze kupaca. Baza podataka treba da sadrži informacije o:

- Posetiocima i turistima
- Organizatorima putovanja
- Turističkim agencijama
- Medijima i novinarima
- Udruženjima i drugim akterima koje je potrebno identifikovati u postupku pripreme.

Izuzetno je značajno prikupljanje podataka od individualnih turista koji su boravili u destinaciji ili pokazuju interesovanje da posete destinaciju. Prikupljanje podataka vrši se popunjavanjem upitnika za vreme posete vizitorskom i informativnom centru, boravka u objektima za smeštaj i preko internet stranice sa opcijom dobrovoljne registracije korisnika i slanjem upita elektronskom poštom.

### Lokalno stanovništvo kao promoter destinacije

Iako su marketinške aktivnosti usmerene prema turistima, uspešnost destinacije u velikoj meri zavisi od uključenosti lokalnog stanovništva i percepcije koju treba da imaju o sredini u kojoj žive kao turističkoj destinaciji.

Svi posredni i neposredni činioци treba da budu deo integralnog lanca vrednosti u turizmu koji, svako u svom domenu, kvalitetnim odnosom prema turistima čine da njihov boravak u destinaciji bude iznad očekivanja. Neophodna je saradnja sa lokalnim stanovništvom sa ciljem da se podigne svest o tome da će, ako samo jedan posredan ili neposredan činilac bude loše percipiran od strane turista, trpeti cela destinacija. Potrebno je sprovoditi promotivnu kampanju koja ima za cilj bolje razumevanje lokalnog stanovništva o tome koliki značaj i multiplikovane efekte ima turizam za



razvoj ostalih delatnosti (poljoprivreda, trgovina i dr). Lokalno stanovništvo treba da bude promoter destinacije, kao i da davanjem mišljenja i kritika unapredi pojedinačne elemente turističkog proizvoda.

### Edukacije, radionice i seminari

Polaznici seminara, pored profesionalaca u turizmu, mogu biti i pripadnici javnih i servisnih službi koji na posredan način stupaju u kontakt sa turistima, kao što su: taksisti, policajci, carinici, zaposleni u menjačnicama i dr. Seminari/edukacije organizovali bi se u kontinuitetu, najmanje jednom godišnje u cilju sticanja praktičnih znanja iz različitih oblasti: hotelijerstva, ugostiteljstva, usluga koje su pružaju turistima, menadžmenta u turizmu, zaštite životne sredine. Fokus je na svesnosti o značaju sopstvenog posla u mozaiku doživljaja turista.

### Odnosi sa javnošću

Odnosi sa javnošću predstavljaju jedan od najznačajnijih oblika promotivnih aktivnosti koji utiču na stvaranje i održavanje pozitivne predstave (imidža) oodređenoj turističkoj destinaciji. Izuzetno je važna komunikacija sa medijima i posrednicima u prodaji turističkih usluga, turističkim agencijama i organizatorima putovanja koja se postiže organizacijom konferencija za štampu, studijskih putovanja, kontaktima sa pojedincima i dr. Predstavnike medija neophodno je konstantno obaveštavati o svim bitnim novostima u destinaciji i pratiti efekte. U saradnji sa Turističkom organizacijom Srbije i Turističkom organizacijom regije Zapadna Srbija potrebno je organizovati studijska putovanja za predstavnike medija i turističkih agencija iz zemlje i inostranstva.

Komunikacija sa medijima i stručnom javnošću obavljala bi se izdavanjem posebnih biltena u formi "newsletter". Izdavanje biltena bi bilo periodično, isključivo u elektronskoj formi i pored informacija o turističkoj ponudi i aktivnostima u destinaciji sadržao bi i informacije namenjene stručnoj javnosti u regionu i šire.

Izuzetno je značajna komunikacija sa internom javnošću (turističkim radnicima i lokalnim stanovništvom) u cilju unapređenja odnosa sa javnošću. Potrebno je organizovati interaktivne radionice na kojima bi predavači bili istaknuti medijski stručnjaci, a polaznici bi bili zaposleni u turizmu. Drugi tip seminara bio bi organizovan u saradnji sa lokalnom samoupravom i sadržao bi opštu komunikaciju sa medijima sa praktičnim primerima iz ove oblasti. Polaznici bi pored turističkih radnika bili i predstavnici lokalne samouprave, javnih preduzeća i ustanova, udruženja građana koji su zaduženi za komunikaciju sa medijima.

### Reklamne kampanje

Da bi se Prijepolje poziciniralo u svesti turista kao destinacija koju vredi posetiti neophodno je sprovesti reklamne kampanje u elektronskim i štampanim medijima i na internetu. Pošto su finansijska sredstva za ove namene ograničena, ovu reklamnu kampanju treba dobro osmisliti i angažovati marketinšku agenciju koja će realizovati kampanju. Kampanja u elektronskim medijima bi se sastojala od TV reklame u trajanju od 10 do 20 sekundi koja treba da bude atraktivna, da privlači pažnju, da gledaoci zbog nje poželeva da saznaju više i da usmerava ka internet portalu destinacije za detaljnije informacije.

Reklamiranje u štampi predstavlja uključivanje tekstulanih reklama koje nude veliki broj informacija. Reklama je pisana u formi članka i obično je dizajnirana tako da izgleda kao nezavisna priča u okviru publikacije. Preporučuje se oglašavanje u specijalizovanim medijima (sportske aktivnosti, aktivni odmor, turistički časopisi). Oglašavanje na internetu podrazumeva razmenu banera sa srodnim turističkim sajtovima i specijalizovanim sajtovima koji nude pojedine proizvode. Bilbord kampanja u mesecima koji prethode vrhuncu sezone je do sada uspešno



realizovana kao deo promotivnih aktivnosti i u narednom periodu treba je sinhronizovati sa ostalim vidovima oglašavanja.

Za podizanje nivoa svesti u kratkom periodu poželjno je angažovati poznatu ličnost kao što je Vlade Divac koji prenosi iskustvo iz destinacije i na određeni način garantuje turistima sigurnost, kulturu i atraktivne proizvode.

### Internet marketing

Internet kao revolucionarna tehnologija koja se nezadrživo širi i ulazi u sve segmente života i rada predstavlja neophodni preduslov za poslovanje na savremenom turističkom tržištu.

Internet marketing treba da predstavlja najznačajniji marketinški alat preko koga će Turistička organizacija približiti destinaciju krajnjem korisniku, odnosno, potencijalnom turisti. Na internet portal Turističke organizacije pored standardnih informacija o destinaciji neophodno je uvesti napredne mogućnosti kao što su: rezervacioni sistem, kreiranje ličnog naloga na sajtu od strane turista, povezivanje sa drugim sajtovima i korišćenje informacionog sistema i baze podataka TO Zapadna Srbija, integrisani društveni mediji (facebook, twitter i dr.). Veb-sajt (website) ili internet portal je postao aktivan marketinški alat koji omogućava korisnicima traženje informacija, planiranje i ugovaranje odmora, a sve iz njihove kuće i to 24 sata na dan. Mogućnost da se ponudi široka lepeza turističkih proizvoda, visoka transparentnost, kao i mogućnost da se ponuda pogleda pre konačne kupovine, čine internet najatraktivnijim kanalom distribucije.

U cilju unapređenja internet marketinga neophodno je formirati online tim koji će biti zadužen za administriranje internet portala kako u sadržajnom tako i u razvojnom smislu, administriranje banaka fotografija i video materijala, saradnju sa turističkim subjektima radi kreiranja što boljih sadržaja i ponuda, upravljanje e-mail kampanjama, upravljanje bazama podataka kupaca, upravljanje kanalima socijalnih medija i dr. Tim bi trebalo da bude sastavljen od tehnološki osposobljenih ljudi koji prate trendove internet marketinga. U skladu sa raspoloživim finansijskim sredstvima za ove poslove može biti angažovana i specijalizovana marketinška agencija.

Kao jedna od značajnih aktivnosti u okviru internet marketinga izdvaja se ciljano slanje e-mail-ova koje će se obavljati periodično, obavezno u mesecima koji prethode vrhuncu turističke sezone. E-mail-ovi koji će sadržati informacije o turističkoj ponudi slaće se predstavnicima medija i turistima čiji se podaci nalaze u bazi podataka.

### Turistički vizitorski i informativni centar

U cilju podizanja kvaliteta usluge, poboljšanja doživljaja turista i posetilaca, neophodno je da u destinaciji postoje turistički vizitorski i informativni centar.

Pored magistralnog puta kojim svakodnevno prolazi veliki broj potencijalnih turista postoji prostor predviđen za vizitorski centar koji treba osposobiti za ovu namenu. Vizitorski centar pruža više usluga turistima od informativnih centara, jer nudi dodatne sadržaje kao što suvenirnica, deo za prezentacije, interaktivne izložbe, galerijski prostor, čuvanje stvari i dr. Komercijalni deo u okviru vizitorskog centra u kome će se prodavati suveniri i tradicionalni proizvodi napravljeni od strane lokalnog stanovništva doprinosi finansijskoj održivosti i neposrednom i posrednom zapošljavanju ljudi.

U centru grada otvoren je savremeni turističko – informativni centar u kome se nalaze i kancelarije Turističke organizacije. Osoblje koje radi u vizitorskom i informativnom centru treba da bude obučeno da pruži podršku turistima u organizaciji putovanja, rezervacijama, obezbeđivanju vodiča, hitnim slučajevima, a sve u cilju stvaranja utiska sigurnosti kod turista o postojanju dobro organizovane mreže koja im može pružiti adekvatnu podršku.



U centrima bi trebalo angažovati i učenike i studente koji bi realizacijom stručne prakse i volontiranjem sticali praktična znanja u domenu brige o turistima i adekvatnoj komunikaciji sa njima.

### Promotivni materijal

U dosadašnjim promotivnim aktivnostima Turistička organizacija je uspostavljanjem saradnje sa renomiranom marketinškom agencijom izdavala kvalitetan promotivni materijal. U narednom periodu treba nastaviti sa ovim aktivnostima, s tim što je, u skladu sa trendovima u turizmu, potrebno smanjiti količinu štampanog promotivnog materijala, a više sredstava izdvojiti za internet marketing. Posebno je značajno proširiti postojeću banku fotografija i video materijala i ažurirati je na godišnjem nivou.

### Nastupi na sajmovima

Izuzetno je teško izmeriti efekat sajamskih nastupa, a turistički subjekti izdvajaju značajan deo ograničenih sredstava za ovaj vid promocije. Ovi događaji su sve manje poslovno orijentisani i ukoliko se dobro ne pripreme, predstavljaju mesto na kome je jedinstvenost destinacije teško istaći. Prednost destinacije Prijepolje je regionalni nastup na opštim sajmovima u okviru Turističke organizacije regije Zapadna Srbija koji je zapaženiji nego kada bi se nastupalo samostalno, uz značajnu uštedu finansijskih sredstava.

Pored opštih sajмова, specijalizovani sajmovi predstavljaju dobru priliku za promociju ponude posrednicima i turistima koji imaju interesovanje za određeni proizvod. U skladu sa definisanim ključnim turističkim proizvodima, potrebno je učestvovati na specijalizovanim sajmovima u zemlji i okruženju uz prethodno dobro pripremljen sajamski nastup sa zakazivanjem sastanaka unapred i prilagođavanjem promotivnog materijala sajamskom nastupu.

### Turistička signalizacija

Iako spada u turističku infrastrukturu, turistička signalizacija predstavlja i odličan promotivni instrument. Trebalo bi razraditi tri kategorije turističke signalizacije kojom će biti obeleženi turistički lokaliteti, naselja, kulturno-istorijski resursi, atrakcije i turističke usluge (smeštaj, ishrana, aktivnosti):

- Promotivna signalizacija: privlači turiste određenom resursu ili atrakciji;
- Informativna signalizacija: daje informacije o resursu ili atrakciji;
- Lokacijska signalizacija: pokazuje put do određenih mesta i daje orijentaciju na samom mestu.

Signalizacija mora biti urađena u skladu sa važećim zakonskim aktima i pravilnicima koji regulišu ili se odnose i na turističku signalizaciju (Zakon o bezbednosti saobraćaja, Zakon o javnim putevima, Zakon o turizmu, Zakon o službenoj upotrebi jezika i pisama, Pravilnik o saobraćajnoj signalizaciji, Pravilnik o sadržini i načinu isticanja turističke signalizacije, Standardi o turističkoj signalizaciji) i biti u skladu sa Master planom za označavanje turističkih odredišta i upravljanje turističkom signalizacijom na državnim putevima u Republici Srbiji koji je izrađen i usvojen od strane JP Putevi Srbije i Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija Republike Srbije 2016. godine.

Signalizacija bi trebalo da bude bar na dva jezika: srpskom i engleskom. U kreiranju informativne signalizacije značajan je kvalitet i količina teksta, jer je individualnim turistima upravo informativna signalizacija ključna u interpretiranju elemenata destinacije.



## 9. RAZVOJNI MODEL, CILJEVI I PROJEKCIJE ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA

**Opšti cilj razvoja turizma** u programskom periodu (2024-2029) je razvoj turizma i rast turističkog prometa opštine Prijepolje koji se zasnivaju na održivom razvoju koji ne devastira okolinu već uvažava ekonomske, društvene, ekološke i kulturne vrednosti lokalne zajednice.

U skladu sa definisanom vizijom i opštim ciljem Programa razvoja turizma opštine Prijepolje, posebni ciljevi budućeg petogodišnjeg razvoja se zasnivaju na prepoznatljivim tržišnim vrednostima koje predstavljaju karakteristike opštine Prijepolje, a da istovremeno su usklađeni sa savremenim turističkim trendovima i kretanjima.

Posebni ciljevi razvoja turizma opštine Prijepolje koji doprinose ostvarenju opšteg cilja su grupisani su u skladu sa ključnim faktorima razvoja turizma:

<b>Posebni cilj 1: Unapređenje postojeće turističke infrastrukture u opštini Prijepolje</b>
Jedan od glavnih uzroka koji su doveli do nedovoljne iskorišćenosti i valorizacije prirodnih i stvorenih vrednosti u svrhu turizma na teritoriji opštine Prijepolje leži u neadekvatnoj opštoj infrastrukturi, kao i turističkoj infrastrukturi i suprastrukturi.
<b>Posebni cilj 2: Valorizacija turističkih resursa opštine Prijepolje u funkciji kreiranja turističkih proizvoda</b>
Na osnovnu prethodno sprovedenih analiza postojećeg stanja na teritoriji opštine Prijepolje izvršena je identifikacija turističkih proizvoda koji imaju potencijal za dalji razvoj i veću komercijalizaciju. Za uspešan razvoj i plasman ovih vrsta turističkih proizvoda na teritoriji opštine postoje glavni preduslovi koji se ogledaju u bogatstvu pejzaža, raznolikim kulturno-istorijskim vrednostima, tradiciji, netaknutom seoskom ambijentu, prirodnim dobrima koja poseduju elemente dodatne vrednosti... Adekvatnom valorizacijom navedenih turističkih vrednosti i kreiranjem turističkih proizvoda, ostvariće se direktan uticaj na povećanje atraktivnosti destinacije i postizanje osnove za dugoročan rast i razvoj turizma.
<b>Posebni cilj 3: Jačanje kadrovskih kapaciteta pružalaca usluga u turizmu opštine Prijepolje</b>
Već je u prethodnim poglavljima navedeno da ljudski resursi koji se bave razvojem turističke ponude i pružanjem turističkih usluga predstavljaju limitirajući faktor razvoja turizma, pa je s tim u vezi u narednih pet godina neophodno preduzeti aktivnosti na obukama i edukaciji kadrova čime će se razviti kompetencije i sposobnosti za pružanje kvalitetnih usluga u turizmu, gde se izdvajaju fleksibilnost i prilagođavanje promenama, poznavanje stranih jezika, komunikativnost, obučenost za rad u informativno komunikacionim tehnologijama...
<b>Posebni cilj 4: Unapređenje sistema upravljanja destinacijom</b>
Opštini Prijepolje je potrebna veća umreženost aktera turističkog razvoja, čvršće veze i učestalija komunikacija i koordinacija između pružalaca ugostiteljskih usluga, turističkih agencija, turističkih organizacija i različitih udruženja građana, u razvoju i plasmanu turističkih proizvoda. Potrebno je definisati pravni okvir i odrediti upravljača turističkim, odnosno, posetilačkim atrakcijama i lokalitetima i turističkom infrastrukturom.

Uzimajući u obzir da je usvojeni Plan razvoja opštine Prijepolje 2022-2029 u delu *Prioritetni cilj 3: Razvoj turističkog proizvoda* definisao pokazatelje učinka (indikatore) postavljene za vremenski horizont do 2029. godine, kao u Tabeli 27:



Tabela 26. Pokazatelji učinka (indikatori)

Pokazatelj učinka (indikator) sa jedinicom mere	Bazna vrednost u baznoj godini	Ciljna vrednost u ciljnoj godini	Izvor provere
Udeo zaposlenih u turizmu na teritoriji opštine Prijepolje	3,6 (2020.)	4 (2029.)	Analitički servis JLS
Broj dolazaka turista na godišnjem nivou	1.224 (2020.) (1055 domaći i 169 strani)	2.500 (2029.)	RZS
Broj ostvarenih noćenja na godišnjem nivou	4.515 (2021.)	6.500 (2029.)	E-turista

Izvor: Plan razvoja opštine Prijepolje 2022-2029

S obzirom da se Program razvoja turizma opštine Prijepolje ne bavi unapređenjem zapošljivostu u turističkom sektoru, kao i da su postavljeni indikatori u Planu razvoja opštine već dostignuti (Broj dolazaka turista na godišnjem nivou je u 2023. godini dostigao broj od 3,032 turista prema informaciji iz Centralnog informacionog sistema u oblasti ugostiteljstva i turizma, u okviru Programa razvoja turizma opštine Prijepolje, definisani su najznačajniji indikatori budućeg petogodišnjeg razvoja kada su u pitanju turistički promet i struktura gostiju:

- Povećanje broja ukupnog dolazaka turista za 10% godišnje počev od 2024. godine
- Povećanje učešća stranih gostiju u ukupnom turističkom prometu na 30%
- Povećanje broja noćenja turista za 10% godišnje počev od 2024. godine
- Povećanje prosečne dužine boravka turista na 2,0 dana do 2029. godine

Tabela 27. Projekcije održivog razvoja turizma opštine Prijepolje za period 2024-2029. godine

Godina	Dolasci turista			Ostvarena noćenja			Prosečna dužina boravka		
	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
2024	3.996	2.966	1.030	7.635	6.111	1.524	1,91	2,06	1,48
2025	4.396	3.211	1.185	8.780	6.875	1.905	2,00	2,14	1,61
2026	4.836	3.473	1.363	10.097	7.734	2.363	2,09	2,23	1,73
2027	5.319	3.752	1.567	11.612	8.701	2.911	2,18	2,32	1,86
2028	5.851	4.049	1.802	13.353	9.789	3.565	2,28	2,42	1,98
2029	6.436	4.364	2.073	15.356	11.012	4.344	2,39	2,52	2,10



## 10. ANALIZA I PLAN KONKURENTNOSTI SA PREDLOGOM KLJUČNIH INVESTICIONIH PROJEKATA

Jedan od bitnih elemenata za unapređenje poslovanja turističke privrede i stvaranje konkurentne prednosti jeste primena koncepta održivog razvoja, upravljanje tražnjom, razvijanje preduzetništva, ali i razvijanje marketing aktivnosti, naročito promocije i distribucije. U oblasti turizma održivi razvoj podrazumeva zadovoljenje sledećih pet komponenti: doprinos zaštiti životne sredine, očuvanje kulturnog identiteta lokalne zajednice, kao i socijalnog integriteta, zatim zadovoljenje potreba turista (kvalitetno turističko iskustvo) i ostvarivanje profita.<sup>21</sup>

U tom smislu nameće se potreba za unapređenjem marketing aktivnosti turističke privrede prijedolske oblasti. Veb-marketing i rezervacioni sistemi kao oblik promocije, odnosno distribucije i prodaje imaju relativno nisku cenu koštanja u odnosu na koristi koje donose. Internet pruža ogromne mogućnosti u poslovanju, ali praksa pokazuje da su one nedovoljno iskorišćene. To znači da nije dovoljno samo posedovati prirodne i kulturne resurse, već je neophodna njihova efikasna i efektivna upotreba u dužem vremenskom periodu, odnosno adekvatno aktiviranje atraktivnih faktora koji će obezbediti željeni obim turističkog prometa. Prema aktuelnoj Strategiji razvoja turizma, Srbija ima komparativne, a ne konkurentne prednosti u turizmu. Zbog loše pozicije na svetskom turističkom tržištu, nacionalna turistička politika orijentisana je na izgradnju konkurentnosti turističkih proizvoda i destinacija (Strategija razvoja turizma Srbije, 2016).

Turizam predstavlja perspektivnu razvojnu šansu opštine Prijepolje. Turizam je komplementarna grana drugim privrednim granama, i kao takav predstavlja važan segment ukupnog razvoja opštine. Zahvaljujući prirodnim lepotama kojim ovaj kraj obiluje, Prijepolje ima sve potencijale za profitabilni razvoj ovog sektora. Opština Prijepolje prepoznata je Strategijom razvoja turizma Republike Srbije 2016 - 2025. kao jedna od 18 definisanih turističkih destinacija na području Republike Srbije, koja pripada turističkoj regiji „Zapadna Srbija”. Prijepolje je jedinstvena opština u Srbiji koja ima kulturno-istorijske znamenitosti od doba rimskog perioda, Nemanjića, preko Otomanskog carstva, pa do Drugog svetskog rata. To je od Prijepolja načinilo mesto bogatog kulturno - istorijskog nasleđa: Manastir Mileševa kao spomenik kulture od izuzetnog značaja; srednjovekovni grad Mileševac naslonjen na litice kanjona Mileševke nad manastirom, ispod koga vodi planinarska staza do pećine Svetog Save i Savine vode; Manastirska stranoprijemnica, Crkva Ružica, ostaci srednjovekovnog puta i sela Hisardžik kao evidentirana kulturna dobra. Turističku ponudu Prijepolja, pored kulturno - istorijskih znamenitosti, obogatili su i predeli netaknute prirode: Klisura reke Mileševke i Dubočice, Tičije Polje, Kamena Gora, Jabuka i vodopadi Sopotnice koji su pod zaštitom države kao spomenik prirode, specijalni rezervat prirode i predeo izuzetnih odlika.

Osnovni izazovi u razvoju turizma na području opštine Prijepolje, svakako je nedostatak i loše stanje putne infrastrukture, kao i nedovoljan broj smeštajnih jedinica i nepostojanje osnovnih smeštajnih kapaciteta - hotela u opštini Prijepolje. Pored činjenice da razvoj turizma pet godina unazad, kumulativno posmatrano, ima tendenciju rasta, jasno je da brojne i raznovrsne turističke atrakcije i sadržaji nisu u adekvatnoj meri valorizovane za privlačenje većeg broja turista i posetilaca. S obzirom da je turizam rastuća grana i predstavlja izvor zaposlenja i dohotka lokalne populacije, nameće se imperativ efikasnijeg iskorišćenja raspoloživih prirodnih i kulturno-istorijskih potencijala za unapređenje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda u skladu sa

<sup>21</sup> D.Kovačević, Razvoj turizma i ocena turističke konkurentnosti Južnobanatske oblasti, Doktorska disertacija, Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, 2019. Novi Sad



tradicijom, poštujući ekološke standarde i principe, uz kontinuiran razvoj ljudskih resursa i kvaliteta ponude.

S tim u vezi najviši dokument razvojnog planiranja na lokalnom nivou - Plan razvoja opštine Prijepolje za vremenski period 2022-2029 kao treći Prioritetni cilj definiše: *Razvoj turističkog proizvoda*. U okviru ovog prioriteta radiće se na međuresornoj saradnji (nacionalni, regionalni i lokalni nivo), saradnji jedinice lokalne samouprave sa privatnim sektorom i institucijama u sferi zaštite životne sredine, kulture, transporta, zdravstva, sigurnosti i sl., izgradnji i uređenju turističke infrastrukture, većoj valorizacija turističkih vrednosti posetilačkih atrakcija, boljoj povezanosti proizvođača s turističkim sektorom kako bi se kvalitetni domaći proizvodi predstavili tržištu, sprovođenju aktivne i kontinuirane edukacije lokalne populacije o pozitivnim efektima turizma na razvoj opštine Prijepolje, stvaranju preduslova za ubrzano osposobljavanje malih i srednjih preduzeća i preduzetnika zainteresovanih za investiranje u turistički sektor, staranju o zaštiti životne sredine i kulturnih dobara na celoj teritoriji opštine, razvoju smeštajnih kapaciteta u gradskom i ruralnom području, razvijanju izletničko-odmorišnih destinacija namenjenih prevashodno ljubiteljima prirode i tržišnim nišama turizma specijalnih interesa (Jadovnik, Ozren, Sopotnica, Kamena Gora, Jabuka), povećanju broja maloprodajnih objekata koji nude proizvode lokalne „kulture života“, uvođenje u ponudu proizvoda za pojedine tržišne niše (ribolovački pribor, lovački pribor, bicikle, treking i/ili planinarska oprema i sl.), osmišljavanju tržišne komercijalizacije ključnih turističkih doživljaja i proizvoda, intenziviranju tržišnog pozicioniranja radi stvaranja tržišno prepoznatljivog i dugoročno održivog konkurentskog imidža.

S obzirom da je turističko tržište veoma promenljivo, potrebno je konstantno prilagođavati proizvod u skladu sa nastalim promenama. To podrazumeva da je razvoj turističkog proizvoda zapravo trajan proces koji se ne završava pojavom proizvoda na tržištu, već zahteva kontinuiran monitoring, odnosno preispitivanje potreba i motiva savremenih turista. Navedeni opšte prihvaćeni principi menadžmenta predstavljaju alate za smanjenje rizika poslovanja, tako da se u planskom periodu predviđa njihovo neizostavno korišćenje u procesu upravljanja turističkim i posetilačkim atrakcijama i turističkom infrastrukturom kroz umrežavanje pružaoca usluga, umrežavanje sa turističkim posrednicima i donosiocima odluka, unapređenjem modela upravljanja turističkim manifestacijama, unapređenjem upravljanja turističkim i posetilačkim atrakcijama i turističkom infrastrukturom.

Kontinuirane aktivnosti na polju edukacije i praktičnih znanja, neophodni su kako bi kadrovi u turističkoj delatnosti mogli pratiti potrebe koje donosi savremeni turizam. Potreba za stalnim praćenjem i predviđanjem promena na turističkom tržištu zahteva dobro pripremljene i odgovorne ljudske resurse spremne da odgovore izazovima koje donosi savremeni turista. S tim u vezi, uz prethodno navedene mere u okviru ovog prioritetnog cilja će se raditi na edukaciji i stručnom usavršavanju kadrova u turizmu, kako bi se bogata turistička ponuda i sadržaji pružila na kvalitetan, profesionalan i stručan način.



Tabela 28. Predlog ključnih investicionih projekata

	Naziv projekta	Ruralni turizam	Tranzitni turizam	Manifestacije / događaji	Tematske rute	Kulturno nasleđe	Specijalni interesi
1.	Uređenje, obeležavanje i održavanje planinarsko-turističkih i biciklističkih staza (Via Dinarica green trail, E7 evropski pešački koridor)	Visok	Srednji	Nizak	Visok	Visok	Visok
2.	Izgradnja sportsko-turističkog centra na Kamenj Gori	Visok	Srednji	Srednji	Visok	Srednji	Visok
3.	Uspostavljanje Centra za adrenalinske aktivnosti u Sopotnici sa izgradnjom avantura parka	Visok	Srednji	Srednji	Visok	Srednji	Visok
4.	Uređenje srednjovekovnog grada Mileševac	Visok	Visok	Srednji	Visok	Visok	Srednji
5.	Izgradnja Valterovog muzeja u Prijepolju	Nizak	Visok	Srednji	Visok	Srednji	Srednji
6.	Izgradnja centralnog objekta i uređenje rafting centra na Petrovcu	Nizak	Nizak	Visok	Visok	Srednji	Visok
7.	Uređenje, opremanje i održavanje staze za rafting Kumenica/Petrovac	Nizak	Srednji	Srednji	Visok	Nizak	Srednji
8.	Uređenje turističkog centra Jabuka	Srednji	Visok	Visok	Srednji	Srednji	Nizak
9.	Uređenje kupališta i plaža: Petrovac, Lučice i gradska plaža	Nizak	Srednji	Srednji	Visok	Nizak	Srednji
10	Uređenje turističko-planinarske staze sa VIA ferratom i vidikovcem na lokalitetu Titerovac	Visok	Nizak	Srednji	Srednji	Visok	Visok

Izvor: Zaključci radne grupe



## 11. MODEL UPRAVLJANJA TURISTIČKOM DESTINACIJOM

Uspešan razvoj turizma turističke destinacije, u smislu ekonomskog napretka na lokalnom nivou je važan jer obezbeđuje zaposlenost i prihode lokalnom stanovništvu i opštini, a posledično i sveukupni ekonomski razvoj regiona. Turističke destinacije kojima se uspešno upravlja privlače buduće investitore, te svojim razvojem unapređuju imidž destinacije, a time i kvalitet života za lokalno stanovništvo.

U skladu sa Zakonom o izmenama i dopunama Zakona o ministarstvima („Službeni glasnik RS“, br. 112/2022), osnovano je **Ministarstvo turizma i omladine** koje obavlja poslove državne uprave koji se odnose na: strategiju i politiku razvoja turizma; integralno planiranje razvoja turizma i komplementarnih delatnosti; razvoj, deklarisanje i održivo korišćenje turističkog prostora i turističkih destinacija od značaja za turizam; poslovi od posebnog značaja za razvoj turizma; kategorizacija turističkih mesta; sprovođenje podsticajnih mera i obezbeđenje materijalnih i drugih uslova za podsticanje razvoja turizma; unapređenje turizma u zemlji i inostranstvu; takse, naknade i kazne u turizmu; imovinsko-pravni poslovi u turizmu; unapređenje sistema vrednosti i konkurentnosti turističkih proizvoda; istraživanje turističkog tržišta i razvoj turističkog informacionog sistema; uslovi i način obavljanja delatnosti turističkih agencija; ugostiteljska delatnost; nautička delatnost; lovno-turistička delatnost, kao i pružanje usluga u turizmu; uređenje, održavanje i opremanje javnog skijališta i pružanje usluga na skijalištu; uređenje, održavanje, opremanje i pružanje usluga u banjama, tematskim parkovima i javnim kupalištima; inspekcijski nadzor u oblasti turizma.

U skladu sa Zakonom o turizmu, informativno-promotivni 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.

**Turistička organizacija Srbije (TOS)** je osnovana za obavljanje poslova promocije turizma, koordinacije aktivnosti turističkih organizacija, privrednih i drugih subjekata u turizmu na teritoriji Republike Srbije. U skladu sa navedenim Turistička organizacija Prijepolje ima podršku nacionalnog nivoa kada su u pitanju: promocija turizma opštine na domaćim i međunarodnim sajmovima, pripremi i realizacije godišnjeg plana i programa promotivnih aktivnosti, obezbeđivanja informativno-propagandnog materijala kojim se promovišu turističke vrednosti opštine; saradnja sa turističkim organizacijama drugih zemalja, međunarodnim i regionalnim organizacijama u oblasti turizma i predlaganja učešća u projektima promocije turizma; izradi i realizaciji domaćih, međunarodnih i prekograničnih projekata iz oblasti turizma, odnosno iz oblasti komplementarnih turizmu.

**Turistička organizacija Prijepolje** osnovana je kao opštinska organizacija za promociju i unapređenje turizma opštine Prijepolje u cilju afirmisanja njenih turističkih vrednosti i pozicioniranja teritorije opštine kao turističke destinacije. Turistička organizacija Prijepolje obavlja sledeće poslove:

- Promocija i razvoj turizma opštine Prijepolje,
- Koordinira aktivnosti i saradnju između privrednih i drugih subjekata u turizmu koji neposredno i posredno deluju na unapređenju i promociji turizma
- Donosi godišnji program i plan promotivnih aktivnosti u skladu sa Strategijskim marketing planom, planovima i programima TOS-a
- Obezbeđuje informativno-propagandni materijal kojim se promovišu turističke vrednosti opštine Prijepolje



- Prikuplja i objavljuje informacije o celokupnoj turističkoj ponudi na svojoj teritoriji kao i druge poslove od značaja za promociju turizma
- Organizuje i učestvuje u organizaciji turističkih, naučnih, stručnih, sportskih, kulturnih i drugih skupova i manifestacija
- Organizuje turističko-informativne centre
- Upravlja turističkim prostorom
- Posreduje u pružanju usluga u domaćoj radinosti i seoskom turističkom domaćinstvu
- Podstiče realizaciju programa izgradnje turističke infrastrukture i uređenja prostora
- Izrađuje i realizuje domaće i međunarodne projekte u oblasti turizma
- Priprema i prikuplja podatke, sastavlja upitnike, analize i druge informacije
- I realizuje druge aktivnosti u skladu sa zakonom, osnivačkim aktom i statutom

**Turistička organizacija regije Zapadna Srbija** ustrojena kao javna služba sa statusom pravnog lica za delovanje na područjima lokalnih samouprava Užica, Čajetine, Bajine Bašte, Nove Varoši, Prijepolja, Ivanjice, Sjenice, Arilja, Požege, Kosjerića, Čačka i Dragačeva. TORZS je osnovana sa misijom da osmisli i koordinira zajedničku promociju turizma između ključnih interesnih subjekata područja i uskladi je sa planovima i programima Turističke organizacije Srbije, kao i da podstiče izgradnju turističke infrastrukture i drugih pratećih sadržaja javnog karaktera od značaja za unapređenje kvaliteta turističke ponude. Jedna od glavnih aktivnosti Turističke organizacije regije Zapadna Srbija je koordinacija nastupa na sajmovima u zemlji i inostranstvu.

Upravljanje destinacijom je veoma složen proces, pre svega zbog prisustva velikog broja stejkholdera, naročito iz poslovnog, ali i iz javnog i civilnog sektora. Svaki sektor pojedinačno raspolaže sa značajnim snagama i određenim slabostima, a u međusektorskim partnerstvima dolazi do sinergetskog udruživanja snaga i do neutralisanja slabosti. Praksa je pokazala da destinacija ostvaruje uspeh samo onda kad udruži sposobnosti sva tri sektora. Iako u ovom trenutku, sa postojećom strukturom i nadležnostima, lokalna turistička organizacija opštine Prijepolje nije u stanju da upotpunosti preuzme odgovornost za kreiranje lanca vrednosti na području destinacije, treba jačati njene kapacitete za preuzimanje ove funkcije.

Privatni, javni i civilni sektor koji direktno ili indirektno imaju uticaj na razvoj turizma, pojedinačno posmatrano raspolažu sa značajnim snagama, ali sa druge strane i određenim slabostima koje onemogućavaju stvaranje modela adekvatnog za upravljanje turističkom destinacijom. Isto tako treba imati na umu da kroz međusektorsku saradnju dolazi do stvaranja partnerstava koja u velikoj meri mogu unaprediti snage i u određenoj meri oslabiti slabosti, jer uspeh destinacije i njena konkurentnost zavise od sva tri sektora, kao i od teritorijalnog i funkcionalnog povezivanja organizacija iz pomenutih sektora.

Pored nosilaca turističke ponude na lokalnom nivou potrebna je regionalna saradnja i regionalna partnerstva. U vezi sa tim posebnu pažnju treba posvetiti stvaranju konkurentnih klastera i konkurentnih proizvoda unutar klastera gde je neophodno sprovesti regionalno partnerstvo. Drugim rečima u narednom petogodišnjem periodu treba razmotriti i operacionalizovati formiranje klusterskih organizacija i turističkih proizvoda i njihovo objedinjavanje u komercijalne aktivnosti na nacionalnom nivou.

Pored marketinga i promocije kao osnovnih zadataka koju lokalna turistička organizacija obavlja treba razmišljati u kontekstu uvođenja novih zadataka koje su od značaja za razvoj konkurentnosti destinacije. Odnosno u skladu sa zakonskim ovlašćenjima Turistička organizacija opštine Prijepolje može sa drugim privrednim subjektima koje obavljaju delatnost u oblasti saobraćaja, kulture i umetnosti, sporta, ugostiteljstva da formalno osnuje različite oblike organizovanja za operativne i promotivne poslove sa ciljem jačanja konkurentnosti i održivog razvoja destinacije.

Zakonom o turizmu iz 2019. godine predviđeno je osnivanje destinacijskih menadžment organizacija i destinacijskih menadžment kompanija:



Destinacijska menadžment organizacija (DMO) je privredno društvo ili drugo pravno lice osnovano radi upravljanja turističkom destinacijom (planiranje, organizovanje, marketing i vođenje), čiji osnivači mogu da budu iz javnog i privatnog sektora.

Destinacijska menadžment kompanija (DMC) je privredno društvo ili drugo pravno lice specijalizovano za određenu destinaciju, odnosno regiju, sa adekvatnim poznavanjem turističkih resursa, kadrovski osposobljeno da kreira, organizuje i realizuje turističke programe i putovanja, posreduje u pružanju usluge boravka, smeštaja, zabave, izleta, usluga vodiča, transfera i drugih usluga, povezujući se sa svima koji pružaju usluge na toj destinaciji, a sve radi pružanja profesionalnih, visokokvalitetnih turističkih usluga.

Članom 44. Zakona o turizmu ostavljena je mogućnost turističkim organizacijama da se udružuju:

Turistička organizacija, uz saglasnost osnivača, u cilju planiranja, koordinacije i upravljanja turističkim aktivnostima, može sa drugom turističkom organizacijom, privrednim društvom, drugim pravnim licem i preduzetnikom koji obavlja delatnost iz oblasti saobraćaja, turizma, ugostiteljstva, prometa robe i usluga, kulture, sporta, informisanja, kongresnih i sajamskih aktivnosti, osnovati organizaciju za operativne, marketinške i promotivne poslove. Delokrug rada i način finansiranja, kao i međusobna prava i obaveze turističke organizacije i osnivača iz stava 1. ovog člana uređuju se ugovorom. U slučaju iz stava 1. ovog člana turistička organizacija dostavlja ministarstvu obaveštenje.

Uloga regionalne i lokalnih turističkih organizacija u povezivanju ključnih aktera i osnivanju DMO je najznačajnija i turističke organizacije uz pomoć lokalnih samouprava treba da budu lideri u destinaciji. Iskustva iz prakse pokazuju da je najlogičnije prvo formirati destinacijske menadžment organizacije kao model javno-privatnog partnerstva na nivou lokalne destinacije.

Rešenje treba tražiti u privatno-javnim partnerstvima za poslove rezervacije i prodaje, obuke lokalnog stanovništva, zaposlenih u turizmu i ostalih pružalaca turističko-ugostiteljskih usluga, kao i za poslove koordinacije zainteresovanih strana. Fokusirajući se na menadžment aktivnosti u programskom periodu je potrebno razvijati širok dijapazon poslova sa ciljem podizanja konkurentnosti, prevashodno kroz međusektorsku saradnju i partnerstva kao nezaobilazno sredstvo startegijskog upravljanja turističkom destinacijom.



## 12. PROGRAMI I PROJEKTI RAZVOJA TURIZMA / AKCIONI PLAN

### Posebni cilj 1: Unapređenje turističke infrastrukture u opštini Prijepolje

	Aktivnost	Nosilac	Izvor sredstava	Period realizacije	Indikator
1.1	Uređenje, obeležavanje i održavanje planinarsko-turističkih i biciklističkih staza (Via Dinarica, E7 evropski pešački koridor)	Opština Prijepolje - Odeljenje za investicije, TO Prijepolje, RRA Zlatibor, TO regije Zapadna Srbija, Planinarski klubovi	Budžet Opštine Prijepolje, sredstva, Ministarstvo zaštite životne sredine, EU	U kontinuitetu	250 km planinarsko-turističkih i biciklističkih staza
1.2	Uspostavljanje Centra za adrenalinske aktivnosti u Sopotnici sa izgradnjom avantura parka	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije, Turistička organizacija Prijepolje, Planinarski klubovi	Budžet Opštine Prijepolje, Evropska unija	U kontinuitetu	Funkcionalan Centar za adrenalinske aktivnosti
1.3	Označavanje seoskih područja i pružalaca usluga	Turistička organizacija Prijepolje	Budžet Opštine Prijepolje Donatorska sredstva	U kontinuitetu	Postavljena saobraćajna i turistička signalizacija
1.4	Obeležavanje i održavanje turističko-planinarskih staza i izrada signalizacije i info-tabli	TO Prijepolje, Planinarski klubovi	Budžet Opštine Prijepolje Donatorska sredstva	2024-2025	Postavljena turistička signalizacija za usmeravanje turista
1.5	Postavljanje rasvete na potezu centar Prijepolja – manastir Mileševa	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije	Budžet Opštine Prijepolje	2024-2026	Postavljanja rasveta na potezu Prijepolja – manastir Mileševa
1.6	Uređenje adekvatnog parking prostora u centralnom delu Prijepolja	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije	Budžet Opštine Prijepolje	2024-2026	Uređen parking prostor
1.7	Izgradnja centralnog objekta i uređenje rafting centra na Petrovcu	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije, Turistička organizacija Prijepolje, Rafting klubovi	Budžet Opštine Prijepolje, sredstva Ministarstva turizma i	2024-2026	Izgrađen rafting centar

			omladine, Ministarstvo zaštite životne sredine, EU		
1.8	Izrada studije opravdanosti za izgradnju hotela	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije	Budžet Opštine Prijepolje, Javno-privatno partnerstvo	2024-2026	Izrađena studija opravdanosti
1.9	Postavljanje adekvatne informativno turističke signalizacije i mobilijara duž glavnih tranzitnih pravaca	Turistička organizacija Prijepolje	Budžet TO Prijepolje Donatorska sredstva	2025-2027	Postavljena informativno-turistička signalizacija i mobilijar
1.10	Uređenje, opremanje i održavanje staze za rafting Kumenica/Petrovac	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije, Turistička organizacija Prijepolje, Rafting klubovi	Budžet Opštine Prijepolje, donatori	2025-2027	Uspostavljena funkcionalna rafting staza
1.11	Izrada planske i projektno-tehničke dokumentacije za infrastrukturne projekte od značaja za razvoj turizma	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije, Turistička organizacija Prijepolje	Budžet Opštine Prijepolje, Turistička organizacija Prijepolje, Ministarstvo privrede, javno-privatno partnerstvo	2025-2027	Izrađeno pet projekata za infrastrukturne projekte od značaja za razvoj turizma
1.12	Uređenje i komunalno opremanje parking prostora duž glavnih saobraćajnica i neposredno uz glavne atrakcije	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije	Budžet Opštine Prijepolje Ministarstvo privrede Sredstva donatora	2025-2027	Uređen parking prostor duž saobraćajnica i uz glavne atrakcije
1.13	Obnova Memorijalnog kompleksa Jabuka	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije, Muzej u Prijepolju, Turistička organizacija Prijepolje	Budžet Opštine Prijepolje, Ministarstvo kulture, donatori	2025-2027	Obnovljen i stavljen u funkciju Memorijalni kompleks Jabuka
1.14	Postavljanje solarnih pametnih klupa u užem gradskom jezgru	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije, Javno-komunalno preduzeće „Lim“ Turistička organizacija Prijepolje	Budžet Opštine Prijepolje, Ministarstvo zaštite životne sredine, donatori	2026-2028	Postavljeno 10 solarnih pametnih klupa u užem gradskom jezgru



1.15	Izgradnja sportsko-turističkog centra na Kamenj Gori	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije, TO Prijepolje	Budžet Opštine Prijepolje, sredstva RS (ministarstva), donatori	2026-2029	Izgrađen sportsko-turistički centar
1.16	Uređenje info centra Jabuka	TO Prijepolje, Lokalna samouprava	Opštinski budžet, Turistička organizacija Prijepolje i budžet RS	2026-2028	Uspostavljen info centra Jabuka
1.17	Komunalno opremanje turističkih lokaliteta	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije, JKP „Lim“	Budžet Opštine Prijepolje, sredstva RS	2025-2028	5 turističkih lokaliteta komunalno opremljeno

**Posebni cilj 2: Valorizacija turističkih resursa opštine Prijepolje u funkciji kreiranja turističkih proizvoda**

	Aktivnost	Nosilac	Izvor sredstava	Period realizacije	Indikator
2.1	Uređenje srednjovekovnog grada Mileševca	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije, TO Prijepolje	Budžet Opštine Prijepolje, Turistička organizacija Prijepolje, sredstva RS, donatori	2024-2028	Fazno uređenje srednjovekovnog grada Mileševca
2.2	Izgradnja Valterovog muzeja u zgradi kraj 4. decembra	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije, Dom kulture, Muzej u Prijepolju, TO Prijepolje	Budžet Opštine Prijepolje, EU I drugi donatori	2025-2027	Izgrađen Valterov muzej
2.3	Uređenje izvorišta „Pećina“ u Kamenj Gori	Lokalna samouprava - Odeljenje za investicije, TO Prijepolje	Budžet Opštine Prijepolje, donatori	2026-2028	Uređeno izvorište „Pećina“
2.4	Uspostavljanje virtuelne postavke u muzeju	Turistička organizacija Prijepolje Muzej u Prijepolju	Budžet Opštine Prijepolje, sredstva RS (Ministarstvo kulture), donatori	2026-2028	Uspostavljena virtuelna postavka
2.5	Izrada studije istraživanja prirodnih resursa na Petanjskom kršu i uređenje pećine Kurtova Jama.	TOP i Opština Prijepolje	Opština Prijepolje, TOP i nadležno ministarstvo	2026-2028	Izrađena studija istraživanja prirodnih resursa na Petanjskom kršu Uređena pećina Kurtova Jama

**Posebni cilj 3: Jačanje kadrovskih kapaciteta pružalaca usluga u turizmu opštine Prijepolje**

	Aktivnost	Nosilac	Izvor sredstava	Period realizacije	Indikator
3.1	Uvođenje sistema kontinuirane obuke za nosioce razvoja turizma	Lokalna samouprava, HORES, RRA Zlatibor, NSZ, TO Prijepolje, TO regije Zapadna Srbija	Budžet TO Prijepolje	U kontinuitetu	Realizovano minimum 5 obuka
3.2	Uvođenje sistema kontinuirane obuke za vodičke službe	Udruženje planinara i rafting klubovi	Budžet TO Prijepolje, Planinarski savez Srbije	U kontinuitetu	Realizovana minimum 1 obuka godišnje
3.3	Uvođenje sistema kontinuirane obuke za pružaoce ugostiteljskih usluga i proizvođače tradicionalnih proizvoda	Lokalna samouprava, HORES, RRA Zlatibor, NSZ, TO regije Zapadna Srbija Turistička organizacija Prijepolje	Budžet TO Prijepolje,	U kontinuitetu	Realizovano minimum 5 obuka
3.4	Organizacija volonterskih kampova	Turistička organizacija Prijepolje	Budžet TO Prijepolje/donatori	U kontinuitetu	Organizovan jedan volonterski kamp godišnje
3.5	Seminari i edukacije za zaposlene u turizmu i drugim javnim i servisnim službama	Lokalna samouprava, HORES, RRA Zlatibor, NSZ, TO regije Zapadna Srbija, Turistička organizacija Prijepolje,	Budžet TO Prijepolje, Nacionalna akademija za javnu upravu	U kontinuitetu	Obučeni zaposleni u turizmu i drugim javnim i servisnim službama
3.6	Uvođenje sistema kontinuirane srednjoškolske prakse za srednjoškolske profile ugostitelj (konobar i kuvar) i turističkog tehničara (turizmologa) u ugostiteljskim objektima regiona Zapadne Srbije	RRA Zlatibor/ TO Prijepolje/Srednje škole	Budžet TO Prijepolje/Ministarstvo Prosvete/donatori	U kontinuitetu	Uveden sistem kontinuirane srednjoškolske prakse za učenike turističke struke



**Posebni cilj 4: Unapređenje modela upravljanja destinacijom**

	<b>Aktivnost</b>	<b>Nosilac</b>	<b>Izvor sredstava</b>	<b>Period realizacije</b>	<b>Indikator</b>
4.1	Umrežavanje pružaoca usluga, umrežavanje sa turističkim posrednicima i donosiocima odluka	TO Prijepolje/ RRA Zlatibor, TO regije Zapadna Srbija	Budžet TO Prijepolje/donatori	U kontinuitetu	Potpisani sporazumi o saradnji
4.2	Unapređenje modela upravljanja turističkim manifestacija	TO Prijepolje/ RRA Zlatibor, TO regije Zapadna Srbija	Budžet TO Prijepolje/donatori	U kontinuitetu	Uspostavljena radna grupa za upravljanje turističkim manifestacijama
4.3	Unapređenje upravljanja turističkim i posetilačkim atrakcijama i turističkom infrastrukturuom	TO Prijepolje/ RRA Zlatibor, TO regije Zapadna Srbija	Opština i budžet RS	U kontinuitetu	Uspostavljen sistem upravljanja i definisane odgovornosti upravljača
4.4	Jačanje signala mobilne telefonije i interneta u ruralnim područjima	TO Prijepolje Lokalna samouprava	Budžet Opštine Prijepolje	U kontinuitetu	Unapređen sistem mobilne telefonije i interneta u svim područjima opštine
4.5	Kreiranje turističkih programa sa temom posebnih interesovanja (turizam specijalnih interesa)	TO Prijepolje, Ustanove kulture, turističke agencije, RRA Zlatibor	Budžet TO Prijepolje, donatorska sredstva	U kontinuitetu	Kreirana minimum tri programa sa temom posebnih interesovanja
4.6	Kreiranje turističkih programa sa temom kulturno-tematskih ruta	TO Prijepolje, Ustanove kulture, turističke agencije, RRA Zlatibor	Budžet TO Prijepolje, donatorska sredstva	U kontinuitetu	Kreirana minimum jedna kulturno-tematska ruta
4.7	Kreiranje turističkih programa koji popularizuju očuvanu prirodnu sredinu, lokalne gastronomske proizvode, stare zanate i lokalnu kulturu življenja	TO Prijepolje, Ustanove kulture, Udruženja, turističke agencije, RRA Zlatibor	Budžet TO Prijepolje, donatorska sredstva	U kontinuitetu	Kreirano minimum pet programa koji popularizuju lokalne vrednosti

4.8	Razvoj literarnog turinga, zasnovanog na knjigama, poznatim ličnostima, legendama, pričama	TO Prijepolje, Ustanove kulture, turističke agencije, RRA Zlatibor	Budžet TO Prijepolje, donatorska sredstva	U kontinuitetu	dalji razvoj i eksploatacija digitalne platforme „Valter – od Prijepolja do Sarajeva“
4.9	Umrežavanje svih aktera koji se bave turizmom specijalnih interesa na destinaciji (pojedinci, udruženja, turistička organizacija, lokalno stanovništvo)	TO Prijepolje/ RRA Zlatibor, TO regije Zapadna Srbija	Budžet TO Prijepolje, donatorska sredstva	U kontinuitetu	Potpisani memorandum o saradnji
4.10	Promocija opštine Prijepolje na turističkom tržištu	TO Prijepolje, TO regije Zapadna Srbija	Budžet TO Prijepolje, donatorska sredstva	U kontinuitetu	Nastupi na ciljanim tržištima i sajmovima u zemlji i inostranstvu
4.11	Promocija lokaliteta Prijepolja duž glavnih saobraćajnica u opštini Prijepolje	TO Prijepolje, TO regije Zapadna Srbija	Budžet TO Prijepolje, donatorska sredstva	U kontinuitetu	Postavljeni bilbordi duž glavnih saobraćajnica
4.12	Unapređenje marketinga lokalnih turističkih atrakcija - digitalni marketing	TO Prijepolje, TO regije Zapadna Srbija	Budžet TO Prijepolje, donatorska sredstva	U kontinuitetu	Uvođenje i korišćenje alata digitalnog marketinga u promociji



### 13. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Da li će opština Prijepolje ubuduće predstavljati značajniju turističku destinaciju konkurentnu na području Zlatiborskog okruga i Zapadne Srbije, pored značajnih ulaganja u turističku infrastrukturu, unapređenja marketing aktivnosti, modernizacije smeštajnih kapaciteta, ulaganja u kadrove, najviše će zavisiti od realizacije ključnih infrastrukturnih projekata.

Realizacija akcionog plana ovog programa, doprinela bi boljem imidžu, prepoznatljivosti i unapređenju konkurentnosti opštine Prijepolje na turističkom tržištu, a ujedno bi se ostvarili i indirektni efekti: poboljšanje kvaliteta života ljudi, otvaranje novih radnih mesta, jačanje nacionalnog i lokalnog identiteta i unapređenje kulturno-zabavnih aktivnosti. Međutim evidentno je da intenzivniji razvoj turizma nije moguć samo kroz aktivnosti u ovom sektoru, već je direktno zavisian od tesne saradnje između turističke organizacije, kulturnih institucija, hotelskih preduzeća, lokalne samouprave i države.

Program razvoja turizma opštine Prijepolje se sastoji od niza aktivnosti koje doprinose postizanju strateških ciljeva i ostvarenju vizije turističkog i privrednog razvoja. Program je proizašao iz činjenice, da opština Prijepolje raspolaže sa visokovrednim i nevalorizovanim resursima, nedovoljno razvijenom ponudom turističkih proizvoda i kapaciteta, koji ne ostvaruje zadovoljavajuću turističku posetu, a samim tim i promet. Ovaj program pruža sveobuhvatan pristup razvoju turističkog potencijala opštine Prijepolje, ukazuje na konkretne akcije u pravcu razvoja svih elemenata turističke delatnosti i predstavlja dobru osnovu za sufinansiranje razvojnih turističkih projekata od strane opštine Prijepolje, nadležnih ministarstava i međunarodnih izvora finansiranja.

Praćenje realizacije Programa razvoja turizma opštine Prijepolje (monitoring) predstavlja kontinuirani proces, koji počinje od trenutka sprovođenja Programa. Osnovni cilj svih monitoring aktivnosti je ostvariti maksimalne rezultate projekata predviđenih Programom i opravdati investiranje u njih kroz ostvarivanje definisanih ciljeva. Program treba da sadrži komponentu internog monitoringa kvaliteta, odnosno praćenje napredovanja i ostvarivanja postavljenih ciljeva, uočavanja problema i potreba za promenom pristupa i načina rada čime se obezbeđuje kvalitet. Monitoring je stoga pozitivna i konstruktivna aktivnost koja pomaže da se ostvare ciljevi Programa.

S druge strane, evaluacija predstavlja ocenu uspešnosti sprovođenja Programa, u smislu sprovođenja definisanih ciljeva, planova i projekata. Kratkoročno praćenje sprovođenja strategije omogućava da se na vreme uoče probleme i nedostaci u implementaciji projekata i ukaže ako nešto treba prilagoditi ili izmeniti. Srednjeročni pregled odnosi se na utvrđivanje konkretnih rezultata i ključnih koraka u sprovođenju projekata, što omogućava procenu rezultata, prednosti i nedostatke i potrebe za uvođenjem promena. Dugoročno praćenje i ocena Programa usredsređuje se na uticaj i efekte projekata koji iz nje proizilaze na ukupno poboljšanje turističkih aktivnosti, a samim tim i životni standard stanovništva. Da bi uspešno merili ostvareni rezultate neophodno je definisati odgovarajuće pokazatelje, vršiti njihovo merenje, porediti rezultate za definisanim standardom i vršiti neophodne izmene. Pokazatelji turističke aktivnosti i stepena njenog razvoja mogu biti: broj ugostiteljskih objekata, broj smeštajnih kapaciteta, broj poseta turista, turistička potrošnja, broj noćenja, broj radnih mesta u turizmu, investicije i sl. Na osnovu njihove trenutne vrednosti, definisanih ciljeva i projekata razvoja turizma, možemo postaviti njihove očekivane vrednosti. Ostvarenje definisanih vrednosti merimo poređenjem trenutnih vrednosti i ostvarenih, kao i ostvarenih i planiranih.

Monitoring i evaluacija je koristan instrument koji donosiocima odluka pruža relevantan uvid u tok sprovođenja i ishode ulaganja javnih sredstava, i omogućava učenje na osnovu kako dobre, tako i loše prakse. S tim u vezi možemo zaključiti da i najkvalitetnija Strategija razvoja turizma,

kao dokument ne znači ništa, ukoliko ne postoji motivisan tim stručnjaka, zadužen za njenu implementaciju, monitoring i evaluaciju sa jasnom vizijom razvoja turizma u narednom periodu. S toga, osnovni zadatak tima za implementaciju strategije je informisanje i motivisanje što šireg spektra ljudi na području opštine a posebno onih, koji će biti uključeni u izvođenje pojedinih sadržaja u domenu razvoja turizma.

Rad lokalne turističke organizacije opštine Gornji Milanovac, usklađuje se sa zakonskom i strateškom regulativom koja definiše oblast turizma. U skladu sa tim, poslovanje lokalne turističke organizacije u upravljanju turističkom destinacijom i promociji turističkih vrednosti, usklađuje se i kontroliše od strane osnivača – Opštinske uprave Prijepolje, Upravnog odbora Turističke organizacije ali i nacionalnih tela: Ministarstva turizma i omladine republike Srbije i Turističke organizacije Srbije.



## 14. POPIS TABELA I GRAFIKONA

Tabela 1. Opšti podaci o opštini Prijepolje

Tabela 2. Pregled putne infrastrukture opštine Prijepolje u periodu 2018-2022.

Tabela 3. Dužina puteva opštine Prijepolje u km u 2022. godini

Tabela 4. Priključenost na vodovodnu mrežu u opštini Prijepolje

Tabela 5. Broj privrednih društava u opštini Prijepolje u periodu 2018-2022. godina

Tabela 6. Broj preduzetnika u opštini Prijepolje u periodu 2018-2022. godina

Tabela 7. FAS metodologija Svetske turističke organizacije

Tabela 8. Ocena prirodnih atraktora opštine Prijepolje prema FAS metodologiji

Tabela 9. Ocena kuturnih atraktora opštine Prijepolje prema FAS metodologiji

Tabela 10. Ocena centara za aktivnosti opštine Prijepolje prema FAS metodologiji

Tabela 11. Ocena turističkih faktora opštine Prijepolje prema FAS metodologiji

Tabela 12. Ocena elemenata podrške prema FAS metodologiji

Tabela 13. Broj dolazaka turista u opštinu Prijepolje u periodu 2019-2023. godine

Tabela 14. Broj noćenja turista u opštini Prijepolje u periodu 2019-2023. godine

Tabela 15. Turističke organizacije na teritoriji opštine Prijepolje

Tabela 16. Ocena stejkholdera opštine Prijepolje

Tabela 17. Pregled smeštajnih kapaciteta opštine Prijepolje

Tabela 18. Struktura zaposlenosti u opštini Prijepolje u periodu 2018-2022. godina

Tabela 19. Pregled identifikovanih vrsta aktivnosti i područja na kojima su razvijene

Tabela 20. Ruralni turizam kao turistički proizvod u destinaciji

Tabela 21. Turizam specijalnih interesa kao turistički proizvod u destinaciji

Tabela 22. Kulturni turizam kao turistički proizvod u destinaciji

Tabela 23. Tematske rute kao turistički proizvod u destinaciji

Tabela 24. Manifestacije/događaji kao turistički proizvod u destinaciji

Tabela 25. Tranzitni turizam kao turistički proizvod u destinaciji

Tabela 26. Pokazatelji učinka (indikatori)

Tabela 27. Projekcije održivog razvoja turizma opštine Prijepolje za period 2024-2029. godine

Tabela 28. Predlog ključnih investicionih projekata

Grafikon 1. Trend kretanja ukupnog broja stanovnika u periodu 2011-2022 godina

Grafikon 2. Ukupan broj dolazaka turista u opštini Prijepolje u periodu 2019-2023. godina

Grafikon 3. Ostvareni broj dolazaka domaćih i stranih turista u opštini Prijepolje u periodu 2019-2023. godina

Grafikon 4: Ostvareni broj noćenja domaćih i stranih turista u opštini Prijepolje u periodu 2019-2023. godina

Grafikon 5: Prosečna dužina boravka turista u opštini Prijepolje u periodu 2019-2023. godina

## 15. KORIŠĆENA LITERATURA I IZVORI PODATAKA

- <https://rsjp.gov.rs/cir/analiticki-servis/https://rsjp.gov.rs/cir/analiticki-servis/> pristupljeno: januar-maj 2024.
- <https://www.ekologija.gov.rs> pristupljeno: februar 2024.
- <https://www.srbija.gov.rs>, pristupljeno: februar 2024.
- D. Kovačević, Razvoj turizma i ocena turističke konkurentnosti Južnobanatske oblasti, Doktorska disertacija, Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, 2019. Novi Sad
- Zakon o lokalnoj samoupravi („Sl. glasnik RS”, br. 129/2007, 83/2014, 101/2016 i 47/2018)
- Zakon o planskom sistemu Republike Srbije ("Službeni glasnik RS", broj 30/2018)
- Zakon o turizmu („Službeni glasnik RS”, br. 17/2019)
- Zakon o ugostiteljstvu („Službeni glasnik RS”, broj 17/19)
- Informacije dobijene iz Nacionalne službe za zapošljavanje, Prijepolje
- Informacioni sistem nepokretnih kulturnih dobara Republike Srbije  
<https://nasledje.gov.rs/index.cfm>, pristupljeno februar 2024.
- J. Basarić: Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije, Kulturno nasleđe kao turistički potencijal Donjeg Podunavlja u Srbiji, Pregledni rad maj 2023, str. 51
- M. Žikić, S. Lukić, Analiza nadležnosti i kapaciteta jedinica lokalnih samouprava u oblasti turizma, SKGO, Beograd 2022.
- O. Bakić: Marketing menadžment turističke destinacije, Ekonomski fakultet, Beograd.
- Opština Prijepolje Profil zajednice, Kancelarija za lokalni ekonomski razvoj, Prijepolje, dostupno na: <https://opstinaprijepolje.rs>
- Opštine i regioni u Republici Srbiji (Izdanje 2020-2022)  
<https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G202013047.pdf>,  
<https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G202113048.pdf>,  
<https://publikacije.stat.gov.rs/G2022/Pdf/G202213049.pdf>
- Plan razvoja optine Prijepolje, 2022-2029, dostupno na  
<https://prijepolje.ls.gov.rs/images/2023/PlanRazvoja/PlanRazvojaFinal.pdf>
- Planovi generalne regulacije Prijepolje i Brodarevo ("Sl. glasnik opštine Prijepolje" br. 38/2005)
- Popesku, J. „Menadžment turističke destinacije“, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011, str.163
- Popesku, J. „Menadžment turističke destinacije“, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011, str. 163
- Pravilnik o sadržini i načinu izrade programa razvoja turizma jedinica lokalne samouprave („Službeni glasnik RS”, broj 86/20)
- Predeo izuzetnih odlika „Kamena Gora“ (Uredba o proglašenju predela izuzetnih odlika „Kamena Gora“ doneta je 2014. godine („Sl. glasnik RS”, br. 99/2014).



- Predeo izuzetnih odlika „Ozren-Jadovnik“ (Uredba o proglašenju predela izuzetnih odlika "Ozren - Jadovnik" Sl. glasnik RS", br. 107/2014)
- Program razvoja turizma opštine Prijepolje 2015-2020
- Prostorni plan opštine Prijepolje, JP direkcija za urbanizam Kragujevac, 2011. godine
- Prostorni plan opštine Prijepolje, JP Direkcija za urbanizam Kragujevac, Kragujevac, 2011. godine
- Prostorni plan područja posebne namene Specijalni rezervat prirode Klisura reke Mileševke ("Službeni glasnik RS", broj 44 od 27. marta 2020.)
- Prostorni plan područja posebne namene hidroelektrana „Brodarevo 1“ i „Brodarevo 2“ na reci Lim, dostupno na <https://pravno-informacioni-sistem.rs/eli/rep/sgrs/vlada/uredba/2012/49/1>
- Prostorni plan Republike Srbije 2021-2035 dostupan na [www.mgsi.gov.rs/sites/default/files/PPRS%20Nacrt.pdf](http://www.mgsi.gov.rs/sites/default/files/PPRS%20Nacrt.pdf)
- Regionalni plan upravljanja otpadom za opštine Prijepolje, Nova Varoš, Priboj i Sjenica 2011-2020, Prijepolje, 2011, dostupno na <https://www.novavaros.rs/dokumenta/RPUO.pdf>
- Regionalni prostorni plan za područje Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga ("Službeni glasnik RS", br. 1/2013.)
- Republički zavod za statistiku Dev info profil <http://devinfo.stat.gov.rs>
- Strategija održivog razvoja opštine Prijepolje od 2016. do 2020. godine, dostupno na: <http://www.opstinaprijepolje.rs/cms/mestoZaUploadFajlove/Strategije%20odrzivog%20razvoja%20opstine%202016-2020%20lat.pdf>
- Strategija razvoja turizma Republike Srbije za period 2016. – 2025, dostupno na <https://mto.gov.rs/extfile/sr/207/strategija.pdf>
- Strategijski marketing plan turizma Republike Srbije do 2025. dostupan na (<https://mto.gov.rs/extfile/sr/201/Strategijski%20marketing%20plan%20turizma%20RS%20do%202025..pdf>).
- Uredba o kategorizaciji državnih puteva („Službeni glasnik Republike Srbije, br. 105/13, 119/13,93/2015)
- Uredba o kategorizaciji državnih puteva ("Službeni glasnik RS, br. 105/13, 119/13,93/2015)
- Uredba o utvrđivanju jedinstvene liste razvijenosti regiona i jedinica lokalne samouprave za 2014. god. („Sl. glasnik RS", br. 104/2014)
- Centralni informacioni sistem u oblasti ugostiteljstva i turizma, pristupljeno 2. septembra 2024. godine

## **16. OBJAVLJIVANJE I STUPANJE NA SNAGU**

Program razvoja turizma opštine Prijepolje za period 2024-2029 stupa na snagu donošenjem Odluke skupštine opštine Prijepolje o usvajanju dokumenta, a koja će biti objavljena u Službenom glasniku opštine Prijepolje.