

ВРЕДНОВАЊЕ ТУРИСТИЧКИХ МАНИФЕСТАЦИЈА НА ЗЛАТИБОРУ

THE EVALUATION OF TOURIST EVENTS ON ZLATIBOR MOUNTAIN

Др Јован Ромелић*, Др Јован Плавша*, Дарко Буровић**

РЕЗИМЕ: *Критеријуми који се користе за вредновање туристичких манифестација су бројни. Њихов избор може зависити од више фактора, а најчешће од врсте манифестација. Узимајући у обзир карактеристике туристичке дестинације Златибор, изабрана су четири сложена и међусобно повезана критеријума на основу којих је извршено оцењивања и вредновање свих манифестација које се одржавају на територији ове дестинације - масовност манифестације и географско порекло посетилаца, садржај програма, перманентност одржавања, начин организовања, уложена финансијска средства и ефекти. Након извршеног вредновања дата је синтетизована оцена манифестационог туризма читаве дестинације и предлог мера за његово унапређење.*
Кључне речи: *Златибор, туристичке манифестације, вредновање*

ABSTRACT *The elements used for tourist events evaluation are numerous. Their choice depends primary on the type of events. Having in mind characteristics of Zlatibor mountain tourist destination, we have chosen four complex elements for the evaluation of all tourist events held at the territory of Zlatibor: number and origin of visitors, the programme, continuity in organization, way of organization, financial resources and effects. Et the end, the evaluation of event tourism at the destination is discussed and the measures for its improvement are proposed.*

Key words: *Zlatibor, touristic events, evaluation*

* Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, Нови Сад; www.dgt.uns.ac.rs

** ТО "Златибор", Чајетина

УВОД

Општи појам манифестација, потиче од латинске речи "*manifestacion*" која означава "јавно испољавање, показивање, објава, објављивање" односно "јавно изражавање, приређивање". Израз "манифестовати" значи "испољити, објавити, објављивати, јавно испољити своје мишљење или расположење", односно, "учествовати—суделовати, у манифестацијама, јавно изразити, изражавати, показивати" (Вујаклија 1980). У страној литератури и туристичкој пракси овај вид туризма се често означава као *туризам догађаја* (*event tourism*) (Getz, Shaune, 1997). Наведени изрази указују да манифестације у ствари представљају различите догађаје, облике представљања и изражавања. Са туристичког становишта то би били облици приређивања програма са интересантним садржајем који може да привуче посетиоце (Scott, 1996).

На туристичкој дестинацији Златибор одржавају се многобројне манифестације различитог карактера (културне, спортско-рекреативне, етнографско-фолклорне, музичке, филмске и друге). Оне су бројне не само у туристичком центру Златибора већ и у околним селима. Најзаступљеније су у току летње туристичке сезоне, а ређе у току зиме и других периода у години.

Критеријуми који се користе за оцењивање и вредновање туристичких манифестација су бројни. Њихов избор може зависити од више фактора, а најчешће од врсте манифестација. У нашој науци овим проблемом су се највише бавили Ж. Бјељац (1998. и 2001), Олга Хаџић (2004), Весна Ђукић Дојчиновић (2005) и др. Узимајући у обзир карактеристике туристичке дестинације Златибор, изабрана су четири сложена и међусобно повезана критеријума на основу којих је извршено вредновање свих манифестација које се одржавају на територији општине Чајетина, које су на било који начин подржане од Туристичке организације "Златибор" у току 2008. године или раније.

Научно-стручне догађаје као што су конгреси, семинари и слични скупови, иако по многим литературним изворима чине манифестације, нису анализирани, јер по својим многобројним обележјима захтевају посебно истраживање те се не могу проучавати у оквиру овог рада. С обзиром на специфичност манифестација и средине у којој се одржавају, најкомпетентније оцењивање је на основу примене следећих критеријума:

1. масовност манифестације и географско порекло посетилаца,
2. садржај програма,
3. перманентност одржавања и
4. начин организовања, уложена финансијска средства и ефекти.

Оцењивање и вредновање сваке манифестације вршено је одређивањем њеног стања према критеријумима сврстаних на основу изнетог редоследа иако он не означава хијерархију важности код сваке манифестације, с обзиром на специфичности сваке од њих (Јуринчић, Brezovec, 1998).

Након извршеног вредновања дата је синтетизована оцена манифестационог туризма читаве дестинације и предлог мера за његово унапређење.

Манифестациони туризам може имати и културно и рекреативно обележје, али најчешће је реч о комбинованом кретању. То зависи од врсте ту-

ристичке манифестације, односно да ли се ради о спортско-забавним приредбама или о изложбама и фестивалима културе.

Вредновање туристичких манифестација није само себи циљ већ је претежно подређено следећим циљевима:

- процена туристичке вредности свих појединачних објеката неког простора и простора у целини,
- процена могућности туристичких посета,
- процена могућих инвестиционих активности, како по обиму инвестиција тако и по врсти објеката,
- заштита простора у коме се жели развијати туризам,
- организација туризма и
- туристички маркетинг (Ђукић-Дојчиновић, 2005).

ОБРАЗЛОЖЕЊЕ ИЗБОРА КРИТЕРИЈУМА ВРЕДНОВАЊА

Све манифестације ће бити оцењене појединачно по наведеним критеријумима, да би се на крају добила синтетизована класификација туристичких манифестација Златибора.

Оцена на основу масовности и географског порекла посетилаца показује да уколико је посећеност манифестације претежно од стране домицилног становништва, може се сматрати да је локалног значаја. Ако се ради о манифестацији која привлачи велики број посетилаца из региона или читаве земље, ради се о регионалном односно националном значају манифестације, а ако гости у већем броју долазе из других земаља ради се о манифестацијама међународног карактера. Оваква оцена показује у којој мери манифестација има изражену туристичку функцију односно да ли је њена туристичка атрактивност довољно изражена да привуче туристе који у том периоду бораве на Златибору или планирају доћи на ову дестинацију.

Приликом оцењивања по овом критеријуму биће различито разматране манифестације које се одржавају у туристичком центру од оних које се одржавају у околним селима. Већина гостију борави у туристичком месту Златибор, док је занемарљив број гостију ван њега. Манифестације које се одржавају у центру углавном посећују гости Златибора, а мањи удео чини домицилно становништво. Ово је разумљиво када се узме у обзир да је у току сезоне однос између броја домаћег становништва и гостију 1 према 5.

Манифестације које се одржавају у сеоским срединама и Чајетини, углавном су посећене од стране локалног становништва, а већи број посетилаца који не припада домицилном становништву требало би да буде кључни критеријум за оцену значаја манифестације за туристичку дестинацију. Претпоставка овакве тезе да је укупна политика развоја оријентисана ка туризму, односно да су мотиви организатора манифестација одржавање и унапређивање атрактивности које би привукле потенцијалне госте, а у мањој мери задовољење културних, социјалних, политичких или неких других потреба локалне заједнице.

Оцена према садржају програма манифестација извршена је на основу поделе на: уметничке, научно-стручне, привредне, спортске, верске, политичко-историјске, етнографске, забавне и туристичко-пропагандне и др.

Неки од ових садржаја нису заступљени или се пак међусобно преплићу што отежава њихово јасно оцењивање по овом критеријуму. Садржај манифестације истовремено треба идентификовати са атрактивним моментима који подстичу туристичка кретања. У том смислу биће разматрана садржајна уклопљеност манифестације у тотални туристички производ и њена подударност са имицом Златибора.

Оцена према перманентности одржавања се односи на сталност одржавања (традиционалност) у једном месту и степену афирмације (потенцијалне и афирмисане). Ради се о манифестацијама које се стално или повремено одржавају у једном месту и чине саставни елемент туристичке понуде места.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима има за циљ да покаже структуру организационих фактора, висину трошкова организације и карактер и израженост ефеката који се постижу. Одрживост, која се углавном посматра кроз финансирање је значајан сегмент за истраживање манифестација. Структура организационих фактора показује ко су организатори, њихове међусобне односе и сложеност организације. Ефекти се не огледају само код туристичке потрошње и у порасту броја посетилаца већ и у повећању задовољства гостију, повећању нивоа туристичке презентације, промоцији дестинације, повећања квалитета интегралног туристичког производа, јачању имица дестинације и сл (Бјељац, 2001).

ВРЕДНОВАЊЕ ВАЖНИЈИХ ТУРИСТИЧКИХ МАНИФЕСТАЦИЈА

Дочек Нове године је један од најмасовнијих забавних догађаја који се организује на Златибору. Организација ове манифестације проистекла је из потреба да се великом броју гостију на Златибору у периоду новогодишњих празника понуди одређени музичко-забавни програм који је уобичајен за овај догађај. Капацитет читаве дестинације превазилази 15.000 лежајева, при чему је број места у ресторанима, кафе-баровима, дискотекама, ноћним клубовима и другим објектима у којима се организује дочек Нове године четири хиљаде. Овај капацитет је недовољан да прими све госте који би желели да се забаве у затвореном простору уз одговарајући музичко-забавни програм, тако да се сваке године организује наступ познатих музичких извођача на отвореном простору. Организован дочек се увек одржава на Краљевом тргу на Златибору, на отвореној позорници. Програм обично чини неколико извођача поп музике и трубачки оркестар, док је у поноћ ватромет, а за најмлађе је организована представа и бесплатна подела пакетића. Процена је да овом догађају присуствује око 20.000 посетилаца, уз директан пренос неких телевизија.

Према садржају програма ово је уметничка манифестација, због музичко-сценског програма, али је по свом карактеру забавна.

На основу броја и географског порекла посетилаца може се условно оценити као национална, јер од око 20.000 посетилаца највећи број гостију је из различитих делова Србије.

Према перманентности одржавања овај догађај је постао традиционалан (организује се већ 12 година) и афирмисан, те је стога елементарни манифестациони део туристичке понуде дестинације.

Новогодишњи програм **организује** Туристичка организација, Културно-спортски центар и општинска управа. Организатори раде уз међусобни договор, при чему туристичка организација има кључну улогу. Релативно деликатна питања су: избор главних извођача, затим безбедност великог броја гостију и хладно време. То су разлози због којих се новогодишњи дочек може окарактерисати као сложена манифестација. Догађај захтева велика **финансијска средства** у износу од неколико милиона динара (готово сваке године износ се разликује). Велики промотивни ефекти које оствари ова манифестација, приликом најава пред туристичку сезону и након самог догађаја, мање су уочљиви јер се ради о периоду (новогодишњи празници) када је туристичка тражња за овом дестинацијом иначе врло изражена.

Задовољење потреба за забавом посетилаца углавном се постиже, али, према оцени организатора, однос између уложених средстава и позитивних ефеката је незадовољавајући (Туристичка организација Златибора).

Културно лето. Иако се манифестација „Културно лето“ састоји из многобројних појединачно независних манифестација, биће извршена њена туристичка валоризација, јер ће се ова манифестација посматрати као један парцијални туристички производ, који се одржава током јула и августа.

„Културно лето“ на Златибору по програму има забавни карактер. Манифестација „Културно лето“, односно забавна лета се организују током летњег периода као допуна туристичкој и културној понуди регије или места одржавања, пре свега за становништво које је остало у својим местима као и госте из других средина, који свој одмор користе у наведеним насељима, најчешће код родбине и пријатеља, али и као део туристичке понуде, а организују се разноврсни забавно уметнички, спортски и други програми. Притом се посебно истиче забавна компонента програма. Организовање забавних лета покушај је организатора (Туристичких организација или општинских Културно-просветних заједница), да се заустави или смањи одлазак домицилног становништва у друга туристичка места или регије (Бјељац, 2006).

Манифестација „Културно лето“ је значајан вид промоције Златибора, с обзиром на изузетну медијску пажњу коју добија и велику посећеност од стране туриста. Осим тога, ова манифестација (и друге) чини боравак гостију на Златибору садржајнијим и квалитетнијим, а задовољење културно-забавних потреба посетилаца је основни циљ организовања „Културног лета“.

Програм културног лета чине различите приредбе културно-забавног карактера чији су организатори различити субјекти, али све приредбе су координисане и промовисане од стране Туристичке организације као „Културно лето“ на Златибору као јединствени парцијални туристички производ. Координација у овом случају је отежана услед различитих разлога као што

су измене термина, програма и локација манифестација које организују други организатори, што може изазвати забуну код посетилаца или формирати лош имиџ о Туристичкој организацији “Златибор”. Догађаји у оквиру културно-забавног програма, под називом “Златиборско лето”, углавном се одвијају на летњој позорници на Краљевом тргу, а неколико се одржава у Тић пољу, Чајетини и околним селима. Овакав приступ заједничком организовању и промоцији, доноси најбоље резултате, јер је програм лета унапред објављен и достављен медијима уз њихово континуирано праћење, што обезбеђује масовнију посету и праћење.

“Културно лето” се на основу великог броја и географског порекла посетилаца, може сматрати као изузетно значајна манифестација, ако се зна да је током лета на Златибору више десетина хиљада посетилаца. Број гостију Златибора који посећују ову манифестацију значајно је већи од броја домицилних становника, што показује да се ради о манифестацији регионалног и националног значаја.

Оцена према садржају је врло сложена јер се ради о изузетно хетерогеном програму, али може се видети да су најзаступљеније уметничке, спортске, етнографске, забавне и туристичко-пропагандне приредбе. Програм „Културног лета“ је сачињен од више приредби: литерарне, музичке, фолклорне, спортске, које су различите по садржини, а одржавају се једна за другом. Што се тиче уметничких вредности може се констатовати да су најчешће приредбе које спадају у масовну културу и оне са етнографским вредностима, а последње су сагласне са имиџом Златибора.

Према перманентности одржавања „Културно лето“ спада у традиционалну и афирмисану манифестацију, која је дуго година у туристичкој понуди и која се одржава углавном на истом месту.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Заједничка координација Туристичке организације, Културно-спортског центра, различитих привредних субјеката и учешће локалне самоуправе, има за резултат врло добро реализован производ који карактерише разноврсност, препознатљивост и добра промоција. Уз новогодишњи програм, „Културно лето“ представља најсложенију манифестацију на Златибору. „Културно лето“ је релативно тешко оценити по критеријуму уложених средстава, јер су недоступни подаци о томе колико је средстава уложено у програм. Ефекти „Културног лета“ су многобројни, а најважнији су разноврсна и садржајна понуда, повећано задовољство гостију и значајна промоција дестинације (Туристичка организација Златибора).

Божичну спринт трку у нордијском скијању организује Смучарски клуб „Златибор“ с циљем да трка промовише спорт и рекреацију, чиме јача имиџ Златибора као спортског и здравственог туристичког центра. Учешће у овој трци узима око педесет такмичара из неколико клубова. Генерални спонзори трке су Туристичка организација “Златибор”, Општина Чајетина и Културно-спортски центар “Чајетина”. Поред скијања, пропратни програм чине трка на санкама за најмлађе, наступ трубача, представа за децу и рецитали уз служење чаја, куваног вина и ракије. Манифестација се одржава на Златибору 5. јануара.

Према броју посетилаца и њиховом географском пореклу ова трка је локалног карактера, јер је посети мали број посетилаца, њих пар стотина, од чега половину чини домицилно становништво.

Основни садржај програма је спортски и туристичко-пропагандни. Између серије квалификационих трка, уводе се различити програмски садржаји, чиме се пажња посетилаца покушава у већој мери везати за овај догађај. Овај пропратни програм, сем дечије трке на санкама, није комплементаран и адекватан трци и локацији одржавања.

Према перманентности одржавања у питању је нова, неафирмисана манифестација која има велики туристички потенцијал у традиционалној спортој дисциплини Златибора и некадашњим такмичењима у нордијским дисциплинама. Одржава се на простору зимског забавног парка Обудојевица на Златибору. Покренуо ју је Смучарски клуб „Златибор“ уз финансијску и промотивну подршку Туристичке организације и Културно-спортског центра, што представља релативно сложену **организациону структуру**, без значајних иновација.

Уложена финансијска средства и ефекти ове манифестације су у сразмери – утрошак финансијских средстава износи око 200.000 динара (1 евро = 93 динара). Ефекат овог спортског догађаја огледа се у томе што се повећава број активности у којима гости Златибора могу учествовати (на пример Трка на санкама за најмлађе као вид анимације) (Туристичка организација Златибора).

Дочек Српске Нове године се оджава у месту Јабланица, а почиње у вечерњим сатим и продужава се кроз ноћ, што илуструје и програм који је наведен у тексту.

Програм почиње у 18,00 Вечерњом службом у цркви. Наставља се паљењем Бадњака испред Цркве. Затим следи подела поклона Божић Бате, те културно-уметнички програм (представа за децу, рецитали, певачки наступи), наступ трубача и фрулаша и на крају је ватромет.

Анализом степена масовности и географског порекла посетилаца, уочава се да пар стотина посетилаца из непосредне околине представљају индикатор постојања контрактивне зоне локалних размера.

Према садржају програма доминантни су етнографске, верске и уметничке вредности, што се уклапа у културно-историјску традицију овог краја.

Оцена према перманентности одржавања показује да три године одржавања још увек нису дале значајније знаке туристичке афирмисаности.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима: Туристичко удружење Јабланица, у сарадњи са Т.О. „Златибор“, месном заједницом, Културно-спортским центром и општином Чајетина већ четврту годину за редом организује дочек Српске Нове године испред цркве посвећене Покрову Пресвете Богородице у Јабланици. Финансијски утрошак се процењује на пар стотина хиљада динара. У организационом смислу није захтевна, и поред заједничке организације није туристички активирана. Ефекти су локалног карактера и тичу се оживљавања села и креирања културних садржаја првенствено намењених локалном становништву. Ефекти

ПОЗИВНИЦА	16.1.2009.петак
9. САЈАМ СУВОМЕСНАТИХ ПРОИЗВОДА МАЧКАТ 2009 ПРШУТИЈАДА	11.00 часова - ИЗЛОЖБА И КОМЕРЦИЈАЛНА ПРОДАЈА ПРОИЗВОДА
15. 1. 2009. четвртак	12.00 часова - ПРЕДАВАЊА И КВИЗ
11.00 - 13.00 часова - СВЕЧАНО ОТВАРАЊЕ САЈМА У ПОРТИ ЦРКВЕ СВ. ПРОРОКА ИЛИЈЕ	Област: СВИЊАРСКА ПРОИЗВОДЊА
Културно уметнички програм Обилазак сајамске изложбе и пратећих садржаја	1. Избор расе и квалитет меса Предавач: др Милован Пухић, научни сарадник Институт за примену науке у пољопривреди
12.30 часова - ПРЕДАВАЊА И КВИЗ	2. Гајење и препорука хибрида кукуруза Предавач: Мр Капитовић Жељко Институт за кукурузу Земун поље
Област: ГОВЕДАРСКА ПРОИЗВОДЊА	17.1.2009. субота
1. Одлике сименталске расе и узгајање на брдско планинском подручју Предавач: Мирко Благојевић, директор Сточарско ветеринарског центра Велика плана	11.00 часова - ИЗЛОЖБА И КОМЕРЦИЈАЛНА ПРОДАЈА ПРОИЗВОДА
2. Гајење и препорука хибрида кукуруза Предавач: Мр Капитовић Жељко Институт за кукурузу Земун поље	12.00 часова - ПРЕДАВАЊА И КВИЗ
3. Хигијена мезе као мера која утиче на квалитет млека Предавач: Ивица Цветковић диплинг, Агро-центар Берба	Област: СЕОСКИ ТУРИЗАМ
4. Савремене технологије припремања сточне хране и искрања говеда Предавач: др Раде Јовановић, виши научни сарадник Институт за примену науке у пољопривреди	Пословање у сеоском туризму Предавач: Дарко Ђурковић Агро-центар Берба
	Значај диверзификације руралне економије за стабилност руралних подручја и мере МПШВ којима ће се поддржавати иста Предавач: Мр Драган Стефановић Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде

Прилог 1: Позивница са програмом „Пршутџада“ из јануара 2009. године

Annex 1: Invitation to the program „Pršutijada“ from January 2009.

Извор: Туристичка организација Златибор

повећања туристичког промета у руралном туризму, нису остварени услед зимског периода одржавања и удаљености, што су отежавајући фактори за афирмацију овог догађаја.

Сајам сувомеснатих производа—”Пршутџада” се одржава током јануара у месту Мачкат, а има интересантан и специфичан програм, оријентисан на промоцију и продају сувомеснатих производа залтиборског краја, те на едукацију о узгоју говеда и свиња, као и о производњи кукуруза.

Сајам сувомеснатих производа— „Пршутџада“ **по масовности и географском пореклу посетилаца** спада у ред националних манифестација. Пршутџаду посети преко 10.000 посетилаца из читаве земље, а отварању манифестације увек присуствује високи чиновник из министарства или и сам министар пољопривреде.

Манифестација је по **свом садржају** привредна, али због тога што се излаже нешто карактеристично за гастрономију овог краја то је донекле и етнографска. Поред излагања и продаје сувомеснатих производа, пропратни програм чине предавања из области руралног развоја и културно-уметнички програм, што је комплементарно основном садржају.

„Пршутџада“ се **одржава скоро једну деценију** у селу Мачкат у порти цркве Светог пророка Илије. Пошто је то једна од ретких манифестација у току зиме на Златибору, њен значај у укупној туристичкој понуди у току зимске сезоне је повећан, тако да је израсла у афирмисану манифестацију и редован је елемент укупне туристичке понуде дестинације.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Организатори пршутџаде су Удружење произвођача сувомеснатих производа Златиборског округа и чајетинска општина која је издвојила

300.000 динара. Поред ових средстава, „Пршутујаду“ финансирају и спонзори, као и двадесетак произвођача са око 1.000.000 динара што представља накнаду за постављање тезги. За реализацију програма задужен је Културно-спортски центар, док Туристичка организација финансијски и промотивно подржава ову манифестацију. У организационом смислу спада у релативно сложеније (разнолики произвођачи сухомеснатих производа, уклапање едукације и забавног програма и друго). Ефекти „Пршутујаде“ се огледају у финансијској заради излагача и произвођача сухомеснатих производа, повећаном туристичком промету, промоцији локалне гастрономије и имиџа Златибора, повећању задовољства гостију, креирању производа у руралном туризму и слично. Ефекти ове манифестације су већи од уложенних финансијских средстава, што доприноси одрживости ове манифестације (Туристичка организација Златибора).

Сабор ловаца Србије и “Златиборска хајка на вукове” је манифестација која се одржана на Златибору током фебруара, а има веома атрактивне садржаје и богат програм, који је наведен у наредном тексту.

Програм манифестације Сабор ловаца и “Златиборска хајка на вукове” (Туристичка организација Златибора):

26. 02. 2009. четвртак

15.00 h Дочек гостију, изложба ловачких трофеја - изложбено продајни штандови ресторан “Рујно”

20.00 h Отварање Сабора и коктел добродошлице у ресторану “Рујно”

27. 02. 2009. петак

09.00 h Стрелиште “Зова” - 5 дисциплина

Меморијал “Душан Бојовић” покретна мета (силуета вука)

Меморијал “Славко Дондур” непокретна мета (силуета срндаћа)

Меморијал “Др Војкан Јовановић” глинени голубови (“ТРАП”)

КУП “Први Партизан” 400 м

Ваздушна пушка ловачки подмладак

Кинолошка манифестација ревијална смотра гонича

Ловачки таблић

18.00 h Тематска предавања

28. 02. 2009. субота

06.30 h Збор учесника лова на вука - плато испред ресторана “Рујно” на Златибору

07.00 h Полазак у лов

14.00 h Повратак из лова и заједнички ручак на стрелишту “Зова”

20.00 h Ловачки бал (музички програм, лутрија, проглашење победника) - ресторан

Студентско одмаралиште “Ратко Митровић” Златибор

01. 03. 2009. недеља

08.00 h Традиционални лов лисице гоничима

12.00 h Испраћај гостију.

По масовности Сабор ловаца Србије и „Златиборска хајка на вука“ је манифестација у којој учествује око 1000 ловаца из целе Србије и мањи број ловаца из иностранства, те представља једну од највећих манифестација ове врсте у земљи. Локални ловци чине мањи део учесника и посетилаца. Према свему наведеном ова манифестација има национални карактер. **По свом садржају** бројна спортска такмичења и сам лов чине Хајку на вука спортском манифестацијом са извесним елементима забавног карактера, јер се поред ових такмичења на стрелишту поставља ражањ за печење вола, спремају се и други златиборски специјалитети, организују наступи дувачких оркестара и презентирају други програмски садржаји.

По перманентности одржавања Хајка на вука представља једну од најстаријих манифестација на Златибору јер се одржава од 1982. године. Предстаља афирмисан и стандардан елемент туристичке понуде.

Хајка на вука има **сложену организацију**, због самог карактера лова и употребе оружја. Хајку организује Ловачко удружење Златибор у сарадњи са Ловачким савезом Србије, а Туристичка организација је један од координатора, док локална самоуправа суфинансира сабор. По уложеним средствима (око милион динара) и традицијом коју има, Хајка на вука даје **релативно велике ефекте** са становишта повећања туристичког промета и потрошње. Промотивни ефекти читаве дестинације су значајни, мада су, у новије време, услед деловања различитих друштава за заштиту животиња (вука) донекле контрапродуктивни. Ово је једна од ретких манифестације која је у финансијском смислу одржива, јер се делом самофинансира од котизације и других прихода.

Шљивовачки сајам домаће ракије се одржава априла месеца у месту Шљивовица, а такође има интересантан програм. Као пример наведен је програм из 2009. године (Туристичка организација Златибора):

- 10,30 часова: Потпаљивање казана за печење ракије уз шљивовачку здравицу и уметнички програм Тијанића воденица - галерија, Шљивовица
- 11 часова: Отварање изложбе слика Јелене Тијанић-Савић и Бојана Савића Основна школа у Саиновини, Шљивовица
- 12 часова: Отварање изложбе скулптура Владимира Митровића и Миладина Лекића
- 12,30 часова: Отварање изложбе рукотворина мештана села Шљивовица
- 13 часова: Отварање продајне изложбе шљивовачке здраве хране и других производа
- 14 часова: Куцање васкршњим јајима и шљивовачка закуска
- 15 часова: Такмичење здравичара и проглашење најбољих ракија на сајму
- 16 часова: Семинар на тему: „Захтеви ЕУ за квалитет српске шљивовице“
- 17 часова: Сусрети златиборских села, културно-уметнички програм.

Оцена на основу масовности и географског порекла посетилаца. Шљивовачки сајам домаће ракије посети неколико хиљада посетилаца, при чему је удео домицилног становништва већи од гостију из других крајева, односно од гостију који бораве на Златибору. На основу ове чињенице може се кон-

стастовати да Шљивовачки сајам домаће ракије има локални карактер, иако то није коначна оцена јер се ради о новој манифестацији.

Шљивовачки сајам по *садржају* спада у привредне манифестације која је добро организована. Иако у називу има реч "сајам" то треба само условно схватити, јер сајмови представљају место излагања пољопривредних и индустријских производа, насталих у производњи великих државних и приватних, домаћих и иностраних предузећа и корпорација, са циљем размене искустава и добара. На вашарима се углавном продају и излажу пољопривредни и занатски производи, пореклом из приватног сектора, или донети из иностранства, а намењени за малопродају. Углавном су стихијски организовани и имају искључиво локални и регионални ранг. Због тога је Шљивовачки сајам ипак манифестација вашарског карактера.

Поштовање традиције фолклора и начина привређивања је циљ Шљивовачког сајма, на коме локално становништво представља своје привредне производе. Осим вашарског овај "сајам" у себи има етнографске и уметничке елементе. По свом садржају кореспондира са укупном туристичком понудом и имицом Златибора.

Оцена према перманентности одржавања. Шљивовачки сајам се одржава у истоименом златиборском селу од 2008. године. Као нова манифестација још увек је само потенцијални елемент туристичке понуде.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Шљивовачки сајам организују представници месне заједнице, локалне самоуправе, удружења грађана, туристичке организације и произвођачи ракије. Релативно уобичајена манифестација праћена додатним етнографским и уметничким програмом није организационо захтевна. Уложена средства се процењују на неколико стотина хиљада динара. Ефекти ове манифестације се првенствено огледају у искоришћењу имена Шљивовица у маркетиншке сврхе чиме би се ово село промовисало. Истоимено, опште познато, пиће је традиционални производ већег дела наше земље, а коришћење имена Шљивовица има велики потенцијал. Промоција домаће ракије као локалног производа је значајна активност у управљању имицом Златибора, који важи за подручје у коме се негује традиционална гастрономија. Поставка традиционалне апаратуре за печење ракије је позитиван пример повећања нивоа туристичке презентације, што је још један позитиван ефекат овог догађаја. Одржавање ове манифестације није имало веће ефекте на укупни туристички промет и потрошњу читаве дестинације, али је значајно са аспекта проширења понуде и развој руралног туризма.

Међународни дечји музички фестивал "Златини дани" одржава се маја месеца на Златибору, а програм је превасходно музичког карактера. Фестивал је такмичарског типа у коме учествује преко петнаест дечака и девојчица из десет земаља. Додељују се награде за најбоље солисте и композиције. На фестивалу 2008. године су учествовали композитори и деца солисти из Русије, Италије, Словеније, Македоније, Бугарске, Хрватске, Јерменије, Црне Горе, БиХ, Македоније и Србије.

Оцена на основу масовности и географског порекла посетилаца. Пар стотина посетилаца, углавном деце и њихових родитеља посети ову манифестацију, а већином су гости Златибора. Иако је према мотивима међународног карактера, због мале посећености има локалну до регионалну контрактивну зону.

Према садржају програма Фестивал дечје забавне музике је уметничка манифестација. У односу на имиџ и интегрални туристички производ Златибора доприноси његовом значају као центра дечјег и омладинског туризма.

Оцена према перманентности одржавања. Фестивал се одржава две године и још увек није афирмисан.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Организатор фестивала је Удружење уметника Удружења љубитеља уметничког стваралаштва за децу "Лира" из Ужица и Туристичка организација "Златибор". Организација овог фестивала није захтевна и сложена. "Лира" реализује програм док је Туристичка организација задужена за промоцију. Уложена финансијска средства од пар стотина хиљада динара немају битније ефекте, сем забаве за најмлађе госте Златибора (Туристичка организација Златибора).

Сеоски вишебој у Јабланици се одржава јуна месеца, са задатком очувања традиције народних игара, које су популарне на простору Србије. Манифестација треба да госте упозна са делом традиције овог краја (што је видљиво и из приложеног Програма) и да посетиоци **понесу Јабланицу у срцу**, што је и мото овог догађаја.

Програм манифестације Сеоски вишебој у Јабланици (Туристичка организација Златибора):

09,00 Дочек гостију
10,00 Свечано отварање 10,30 Скок у даљ из места
11,00 Ручно стругање дубећом тестером
11,30 Бацање камена с рамена
12,00 Трка коња
12,30 Превлачење конопца
14,30 Вуча на влаци (превлачење трупаца воловима)
15,30 Скок у вис
16,00 Превлачење конопца
17,00 Свечано затварање 3. вишебоја.

Неколико стотина посетилаца из села и непосредне околине су **индикатор локалне контрактивне зоне**.

Према **садржају** доминантни су спортски мотиви што је сагласно са укупном туристичком понудом и имиџом дестинације. Такмичење у традиционалним занатима, поред спортског, има и етнографски карактера, јер се приказују и негују занати и вештине које постепено нестају

Оцена према перманентности одржавања. Три године одржавања још увек нису дале значајније знаке туристичке афирмисаности, релативно велико

интересовање домицилног становништва за ову манифестацију је подстицај за веће анимирање гостију Златибора да посете овај догађај.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Туристичко удружење (ТУ) „Јабланица”, у сарадњи са Т.О. „Златибор”, месном заједницом, Културно-спортским центром и општином Чајетина већ трећу годину за редом организује Сеоски вишебој. ТУ „Јабланица” је носилац организације на терену, КСЦ Чајетина обавља технички део сценографије, озвучења и суђења спортских дисциплина. ТОЗ је задужена за промоцију организацију бесплатног превоза из туристичког центра. Финансијски утрошак се процењује на пар стотина хиљада динара. У организационом смислу није захтевна, и поред заједничке организације није туристички активирана. Ефекти су локалног карактера и односе се на оживљавање села и креирања културних садржаја првенствено локалном становништву. Манифестација има значај јер представља новостворени елемент понуде руралног туризма. Планирани ефекти повећања туристичког промета нису остварени услед удаљености села, што су отежавајући фактори за афирмацију овог догађаја.

Традиционални Сабор трубача и смотра народног стваралаштва је манифестација која се одржава на Златибоу и Тић пољу током јула. Садржај и карактер програма из 2009. године дат је у тексту који следи.

Програм манифестације Сабор трубача и смотра народног стваралаштва (Туристичка организација Златибор):

18. јул 2009. године

20,00 Позорница у Тић пољу - Смотра народног стваралаштва Западне Србије

- Дувачки оркестар Дејана Лазаревића и Драгана Игњића
- Културно-уметничко друштво „Свето Преображење” Златибор
- Дует певача из Јабланице
- КУД „Завичај” из Злакусе
- Певачке групе „Змајевац” и „Златибор” из Рожанства
- Фрулаши Ацо Марковић и Марко Џамбасовић

19. јул 2009. године

20,00 Позорница у Тић пољу

Свирај трубо, свирала задуго за весеље и ни за шта друго! - Концерт дувачких оркестара

21,00 Позорница у Тић пољу - Концерт звезда Гранда

20. јул 2009. године

08,00 центар Златибора

Трубачка будилица, вожња туристичким возићем кроз Златибор и Чајетину до Тић поља

14,00 Свечани дефиле дувачких оркестара на летњој позорници у ТИЋ пољу

16,00 „Златиборе, мој зелени боре” - предтакмичење за Гучу - Такмичење дувачких оркестара западне Србије.

Оцена на основу масовности и географског порекла посетилаца. Око 15.000 гостију посети Сабор у току његовог трајања. Већини посетилаца чини ло-

кално становништво или излетници из околних општина. Мањи удео чине гости који већ бораве у овој дестинацији, али узимајући у обзир да их има неколико хиљада, долази се до закључка да је у питању догађај на прелазу између регионалног и националног карактера.

Традиционални Сабор трубача и смотра народног стваралаштва по свом **садржају** представљају музичку манифестацију базирану на етнографским мотивима народне музике. Музика трубачких оркестара, специфична за Западно Србију уклапа се у интегрални производ Златибора концептуално базиран на очувању народне традиције.

Оцена према перманентности одржавања. Тридесет пет година одржавања Сабора (од 1974) оправдава атрибут "традиционални". Ово је најстарија манифестација која се одржава на Златибору, а представља квалификационо такмичење за сабор у Гучи. Услед дугогодишњег одржавања, овај сабор представља кључни манифестациони догађај у току летње сезоне, а и читаве године, што говори о њеној великој туристичкој афирмисаности.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Културно-спортски центар Чајетина је главни организатор Сабора, док су општинска управа и туристичка организација покровитељи. Због масовности овог сабора, његова организација је захтевна јер се морају координирати многобројне службе: полиција, комунална служба, електродистрибуција и друге. Регулисање саобраћаја и инфраструктурна припрема читавог локалитета су такође део организације. Средства која се утроше се крећу око три милиона динара. Ефекти се огледају у неговању традиције и њеној туристичкој презентацији, повећању културног програма намењеног гостима, повећање броја излетника и повећање туристичке потрошње. Повећање броја гостију који не спадају у ужу контрактивну зону је занемарљиво, што донекле не даје жељени резултат, а то је привлачење гостију из удаљенијих емитивних подручја. Значајни ефекти се постижу и на пољу промоције, због тога што овај догађај привлачи велику пажњу медија (Туристичка организација Златибора).

Мото сусрет се организује на Златибору и Тић пољу, јула месеца. Током три дана мото фестивала, уз мото трке, одржавају се и игре без граница, уз незаобилазне уличне акробације, стриптиз и занимљиве концерте рок група.

Оцена на основу масовности и географског порекла посетилаца. Неколико хиљада посетилаца види мото сусрет. Известан број посетилаца чине мотоциклисти који дођу из удаљенијих емитивних подручја, али су често они сами учесници мото сусрета те се због тога не могу узимати у обзир. Пошто је програм врло разноврстан и подељен у три дана, број посетилаца је већи када су концерти група, а када су надметања у мотоспорту број посетилаца је знатно мањи. Структуру посетилаца чини углавном локално становништво када су у питању такмичарске дисциплине, док забавно-музички програм привуче нешто већи број гостију који бораве на Златибору. По овом критеријуму у питању је једна локална манифестација.

По **садржају** мото сусрет има забавни карактер, а у мањој мери спортски. Овакав садржај манифестације не кореспондира туристичкој понуди Злати-

бора, јер бука, издувни гасови и друге пропратне појаве нису адекватне једној планини која има имиџ здравственог центра.

Четири године **одржавања** (од 2006) нису довољно дуг период за туристичку афирмацију овакве манифестације, узимајући у обзир њен основни садржај.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Мото клуб «Хајлендер» из Чајетине је организатор мото сусрета, што је у извесном смислу захтевно услед ризика који носи овакав скуп у саобраћајном и безбедоносном смислу. Мото сусрет се финансира од стране локалне самоуправе, Туристичке организације и прихода од спонзора у укупном износу од неколико стотина хиљада динара. Ефекте које производи овај догађај огледају се у повећању програма забавног карактера који се нуде гостима, али поред ових позитивних има и негативних који се, као што је речено, односе на екологију (Туристичка организација Златибора).

Интеракција—Међународни филмски камп се одржава на Златибору, августа месеца. Трећи Међународни студентски филмски камп „*Интеракција Златибор 2008*» почео је 4. августа, окупивши двадесетак студената продукције, режије камере, звука и монтаже из Мексика, Бугарске, Италије, Русије, Канаде, Румуније, Македоније, Гане, Грузије, Турске, Норвешке, Швајцарске, Ирана, Чилеа и Србије. Они су изабрани међу готово сто пријављених из више од 30 земаља, а снимли су четири документарна филма на територији Чачка, Ужица, Пожеге и Златибора. На Златибору је снимљени материјал монтиран, а учесници кампа представили су се и у оквиру програма „*Интершатор*». У оквиру кампа је и програм „*Интерскрин*» у хотелу Палисад, који обухвата пројекције филмова студената академија из Србије. Филмови настали на кампу су приказани 19. августа на Златибору, а 21. августа у Београду, а касније су организоване пројекције и у градовима у којима су филмови снимљени, културним центрима и амбасадама Србије у иностранству.

Оцена на основу масовности и географског порекла посетилаца. Међународни студентски филмски камп „*Интеракција Златибор*» је манифестација која у току свог трајања привлачи већу пажњу посетилаца само током презентације филмова на крају кампа и током емитовања филмова у „*Интершатору*” и на „*Интерскрину*”. У осталом периоду трајања програм Интеракције није намењен посетиоцима већ учесницима. Пар стотина посетилаца има прилику да погледа остварења настала током кампа. Посетиоце чине гости Златибора и локално становништво подједнако. То значи да је на основу састава учесника манифестација међународног карактера, а на основу броја и порекла посетилаца она има локалну и регионалну контрактивну зону.

Оцена према садржају програма. Интеракција је уметничка, односно филмска манифестација, која пре свега чини сегмент допуне туристичког боравка. Према садржају, могу се издвојити: фестивали играног филма, ревијалне смотре и фестивали студентског филма у коју Интеракција спада.

Програм кампа има елементе који се користе као део туристичке пропаганде регије у којој се снимају, а настали филмови се у мањој мери користе као део визуелне туристичке пропаганде путем приказивања на различи-

тим фестивалима, што значи да је по свом садржају и туристичко-пропагандна манифестација, али у мањој мери. Два од пет филмова који се сниме у оквиру кампа, сниме се у туристичком центру и околини, чиме се користи ова планина као предмет или миље за уметничко стварање. Овакав третман природног амбијента погодује развоју укупног туристичког производа дестинације.

Оцена према перманентности одржавања. Четири године одржавања "Интеракције" нису је још увек етаблирали као афирмисан елемент туристичке понуде, али интезивна промоција која прати овај догађај ствара услове за одрживост оваквог фестивала.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Организација кампа у потпуности потпада под ингеренцију Независног филмског центра «Филмарт» из Пожеге, при чему се финансирање ове манифестације врши од стране надлежног министарства, локалних самоуправа градова и општина где се филмови снимају. Укупна утрошена средства износе око осам милиона динара, што овај догађај сврстава у ред најскупљих. Учешће локалне туристичке организације у финансирању овог догађаја износи 150.000 динара при чему се за овај износ за непуне три недеље одржавања кампа оствари изузетна медијска праћеност догађаја. Добри односи са јавношћу које организатор негује и страни студенти који учествују у кампу привлаче пажњу медија па се читава дестинација помиње у контексту међународне сарадње и културног делања. Мањи промотивни ефекат превазилази националне оквире пошто се снимљени филмови приказују на неколико иностраних фестивала (Туристичка организација Златибора).

Етно-сајам "Традицијом ка будућности" организује се на Златибору током августа месеца. Програм сајма је разноврстан што се види и из текста који следи (Туристичка организација Златибора). Програм сајма из 2008. године:

31. 07. 2008 Отварање IX Етно сајма

19:00 h Отварање IX Етно сајма - Најбоље из Златиборског округа - КУД Севојно - летња позорница

20:30 h Изложба мисија Халијард – Амбасада САД

01. 08. 2008 - Храна за добро здравље

10:00 h Стари занати (продајна изложба) - поред језера

10-13 h Еколошка креативна радионица за децу (учимо Енглески) теме (спорт и екологија) - испред ресторана Рујно

12:00 h Округли сто - Храна за добро здравље - хотел Зеленкада

Географско порекло - Окружни задружни савез Ужице - IN-NATURA

Увођење система за контролу квалитета производње хране - HASSP у Србији

13:00 h Дегустација хране Српска трпеза - ресторан Рујно

16:00 h Психологија успеха радионица - хотел Зеленкада

18:00 h КУД Апатин - летња позорница

02. 08. 2008. - Дечији дан

10:00 h Стари занати (продајна изложба) - поред језера

10:00 h Спортска и ликовна такмичења - летња позорница

10-13 h Еколошка креативна радионица за децу (учимо енглески) теме (спорт и екологија) - испред ресторана Рујно

12-14 h Промоција албума „Како расту деца“ Леонтина и Ивана - летња позорница

16:00 h Психологија успеха радионица - хотел Зеленкада

20:00 h Концерт Етно-групе

03. 08. 2008. Пласман Етно производа

10:00 h Стари занати (продајна изложба) - поред језера

10-13 h Еколошка креативна радионица за децу (учимо Енглески) теме (спорт и екологија) - испред ресторана Рујно

11:00 h Презентација удружења “Архаика”- трибина - хотел Зеленкада

16:00 h Психологија успеха - холтел Зеленкада

20:00 h Модна ревија - летња позорница

04. 08. 2008. Универзијада 2009

10:00 h Стари занати (продајна изложба) - поред језера

10:00 h Промоција Универзијаде и волонтерског рада - летња позорница

10-13 h Еколошка креативна радионица за децу (учимо енглески) теме (спорт и екологија) - испред ресторана Рујно

16:00 h Психологија успеха - Хотел Зеленкада

18:00 h Додела захвалница у сусрет десетом Етно-сајму - Традицијом ка будућности.

Етно-сајам “Традицијом ка будућности” *траје пет дана, а за то време га посети пар хиљада посетилаца* који су већином гости Златибора. Разлог оваквој посећености су концерти који се организују у самом центру где је сконцентрисан велики број гостију, ипак ова манифестација, према процени организатора, има локални карактер.

Мада је у називу манифестације “етно сајам”, то ипак не одсликава у потпуности *садржај програма*. Сем уметничких наступа културно-уметничких група и изложбе производа старих заната, ту су забавни и едукативни програми за децу, стручна предавања, промоције и изложбе. Овакав, донекле концептуално некохерентан програм, показује да се ради о мешовитој манифестацији, који није у колизији са туристичким производом Златибора.

Оцена према перманентности одржавања. Етно сајам се одржава већ пуну деценију (од 2000. године), али се није афирмисао у туристичким смислу.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Универзитет “Браћа Карић” су оснивачи и организатори сајма, али након трансформација овог Универзитета дошло је до промена титулара, што је довело до измена у концепту и организацији сајма. Овај сајам по својим особинама не може се сврстати у типичне сајамске приредбе. Неколико стотина хиљада динара се утроши у овај догађај, који није посебно сложен и захтеван у организационом смислу. Ефекти који ствара немају већи значај

и утицај на укупни туристички производ и читаву дестинацију (Туристичка организација Залтибора).

Сабор изворне народне песме "Без извора нема воде" организује се у месту Рожанство током августа месеца. Године 2008. почео је 19. августа, на игралишту школе, са почетком у 17 часова. Учествовале су групе певача из Ваљева, Чачка, Ивањице, Ариља, Косјерића, Пожеге, Ужица, Пријепоља и Чајетине. У ревијалном делу гостовао је дувачки оркестар Дејана Петровића из Дубоког и КУД „Ера“ из Ужица.

Оцена на основу масовности и географског порекла посетилаца. Сабор посети неколико стотина посетилаца које је чинило углавном домицилно становништво, а мањи број чине гости Златибора.

Сабор представља такмичење у певању при чему се оцењује изворност народног певања, те стога овај сабор по свом **садржају** спада у уметничко-етнографску манифестацију. Детаљнијом анализом програма може се констатовати да Сабор спада у изворну народну музичку подврсту манифестација. Истовремено у оквиру етнографских Сабор се може сврстати у Смотре фолклорних игара. Овакав садржај Сабора је комплементаран укупном туристичком производу дестинације.

Оцена према перманентности одржавања. Сабор се одржава од 2003. године, али сем као облик забаве и допуне других програма, нема значајнију туристичку вредност, те још увек није туристички афирмисан.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Организатори Сабора изворне народне песме "Без извора нема воде" су месна заједница, Друштво за културу, туризам и спорт „Змајевац“ из Рожанства, а финансијски су подржани од локалне самоуправе и Туристичке организације. Утрошена средства износе неколико стотина хиљада динара, а ефекти које производи су неговање духовне културе српског народа и њена туристичка презентација, што повећава обим културно-забавног програма који се нуди у руралном туризму (Туристичка организација Залтибора).

Фестивал народне музике одржава се на Златибору током августа, а углавном се састоји из ревијалног и такмичарског дела. Тако је 2008. године у такмичарском делу наступало дванаест извођача са по једном песмом, док је у ревијалном наступало седам извођача који су певали по три песме. На крају фестивала додељене се награде (победник добија статуу „Златни бор“).

Оцена на основу масовности и географског порекла посетилаца. Фестивал народне музике посети више хиљада посетилаца од којих је подједнак број локалног становништва и гостију Златибора, али је фестивал ипак локалног карактера.

По самом имену и по **садржају** фестивал народне музике спада у уметничку манифестацију новокомпоноване музике. **Пратећи програм** је оскудан и углавном има забавни карактер. Фестивал по свом концепту није у колизији са имиџом дестинације, али нема неки битан значај који би допринео диверсификацији и јачању укупног туристичког производа.

Оцена према перманентности одржавања. Фестивал траје са прекидима три године, па је услед тога изгубио на својој афирмацији.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Организацију фестивала реализује РТВ Мелос уз туристичку организацију, а по својој структури и трајању не спада у сложеније догађаје. Телевизија преноси овај фестивал па је знатно већи број људи видело фестивал овим путем него на самом месту одржавања. На овај начин су постигнути значајни промотивни ефекти, који су несразмерно већи од укупних уложених средстава (Туристичка организација Златибора).

Летњи улични ерски кабаре одржава се током августа у Чајетини, а у тексту који следи дат је програм из 2008. године (Туристичка организација Златибора):

15. август 2008.

19,00 - Полазак возића са Златибора
20,00 - Отварање Летњег уличног ерског кабареа
20,25 - Ерски хумор - у извођењу Боривоја Шишовића и Душана Тмушића
20,45 - „Срце” - у извођењу глумаца Ужичког народног позоришта
21,50 - Кабаре Горана Султановића
Уз ерске мудролије и музику оркестра „Квартет плус”

16. август 2008.

19,00 - Полазак возића са Златибора
20,25 - Ерски хумор у извођењу Жарка Божанића
20,50 - „Ах, како сам паметан” - Миленко Павлов
21,30 - Још мало хумора - гост изненађења
22,35 - Ерски афористичари
23,15 - Још мало Миленка Павлова
Уз ерске мудролије и „Квартет плус”.

Око хиљаду посетилаца из Чајетине, од чега око двадесет посто чине гости који бораве на Златибору су **индикатор локалности** ове манифестације.

Жеља организатора наведеног кабареа је да врате некадашње популарне ерске хумористе на сцену, по којима је златиборски крај и познат. **Програм** има за циљ да забави публику, путем хуморескних наступа уметника. Међутим, пошто се овај кабаре одржавао у Чајетини, а није привукао значајнији број гостију који бораве на Златибору, може се рећи да овај догађај није садржајно забавна већ позоришна манифестација. Театарску сцену овог кабаре чини и отворени амбијент градског парка у Чајетини. Заступљен је аматерски и професионални ангажман глумаца и пратећа музичка група која има забавну функцију. Афирмација локалних антропогених вредности путем овог кабареа концептуално се слаже са укупном туристичком понудом Златибора.

Оцена према перманентности одржавања. Летњи улични ерски кабаре се одржава од 2008. године, што га чини потенцијалном туристичком атрак-

цијом, а узимајући у обзир да око 20% гостију чине туристи ово представља индикатор могуће афирмације.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Организација Летњег уличног ерског кабареа, под покровитељством општине Чајетина и Туристичке организације „Златибор”, поверена је Библиотеци „Љубиша Р. Ђенић”, Културно-спортском центру „Чајетина” и Месној заједници Чајетина. Утрошена средства за ову манифестацију износе око 600.000 динара. Ефекти Кабареа имају значај у формирању дела понуде културно-забавног програма домицилном становништву, али и за пораст и генерисање туристичких кретања (Општинска управа Чајетине).

Ликовна колонија “Трнава” одржава се августа месеца у месту Трнава. Четрнаест афирмисаних сликара из Србије, Македоније и САД учествовало је 2008. године у раду ликовне колоније у Трнави у домаћинству самоуког уметника Владимира Митровића. Колонија је започела отварањем изложбе слика и представљањем монографије о Владимиру Митровићу.

Неколико стотина посетилаца посети атеље у Трнави за време трајања колоније. Они су из Златиборског округа, али и гости са других простора који бораве на Златибору, што ову манифестацију чини **регионалном**.

Ликовна колонија у Трнави, као и већина ликовних манифестација, **садржајно** је повезана са простором, који је одувек био инспирација ликовних уметника. Колонија обухвата достигнућа сликарства и вајарства. У оквиру ње се одвијају сусрети ликовних уметника, историчара уметности, ликовних критичара и других. Дакле, закључује се да ликовно стваралаштво пуну вредност може наћи у туристичкој понуди Златибора, као део антропогеног наслеђа.

Колонија у Трнави се **одржава више од десет година** (од 1998), а традиција одржавања уврстила је овај догађај као редован елемент у календар догађаја златиборског простора.

Оцена према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима. Колонију су заједнички организовали Културно-спортски центар, Туристичка организација «Златибор» и предузеће «Арт плус» из Ужица. Организација овог догађаја није превише захтевна и подржана је од многобројних субјеката. Уложена средства у ову манифестацију износе око 300.000 динара. Ефекти овакве колоније представљају допунски вид туристичке понуде. Имају туристичко пропагандни значај за дестинацију одржавања. Та пропаганда може бити двојака, рекламом туристичких вредности регије одржавања, преко сликарских мотива, и путем усмене пропаганде учесника колонија. Овакви ефекти су сразмерни утрошеним средствима. Радови настали током колоније могу се продавати, што привлачи одређену структуру посетилаца. Ова манифестација није финансијски одржива са становишта сопствених прихода (Туристичка организација Златибора).

ОРГАНИЗАЦИОНИ ЕЛЕМЕНТИ И ФАКТОРИ МАНИФЕСТАЦИЈА

Организациони елементи и фактори представљају систем мера за ефикасније организовање и пројектовање ефеката туристичких манифестација: пропаганда, кадрови, информативна служба итд. Нормативи за планску поставку организационих елемената траже се у односима претходних група елемената. Облици пропагандне делатности, на пример, одређују се према врстама и степену атрактивности манифестација, а њена усмереност доводи у везу са планираним прометом.

Организациони фактори туристичких и других манифестација на Златибору су хетерогени, узимајући у обзир велики број организатора и суорганизатора. Локална самоуправа и предузећа чији је она оснивач су субјекти који имају највећи капацитет за организацију, а поред њих су различита удружења грађана и остали носиоци организационе функције.

Општинска управа Чајетина, у својој организационој структури нема предвиђену службу или радно место који су задужени за послове организовања и реализације туристичких манифестација. Учешће општинске управе се углавном своди на финансирање манифестација које организују општинска предузећа, или финансијско покровитељство које организују трећи субјекти. Учешће радника локалне самоуправе у организационом смислу је начешће на добровољној, личној жељи за помоћи у организовању или учешће у организационим одборима функционерских позиција које су по аутоматизму укључене (председник општине, заменик председника општине, помоћници председника општине, председник скупштине и сл.).

Туристичка организација "Златибор" је кључни организациони фактор туристичких манифестација туристичке дестинације Златибор. Задатак да се туристичка понуда обогати културно-забавним програмом који би задовољио туристичке потребе гостију, имао је за резултат значајно учешће Туристичке организација "Златибор" у организовању и финансирању великог дела туристичких манифестација.

Туристичка организација "Златибор" поред финансијског, има изузетне организационе капацитете у смислу образованих и обучених службеника који координирају организацијом. Поред овога, промоција и пропаганда је основна функција Туристичке организације "Златибор" када су у питању туристичке манифестације. Успостављени контакти и добри односи са медијима, штампаним и електронским, су елементи који значајно доприносе ефикасним односима са јавношћу. Као релевантан и поуздан емитер информација, Туристичка организација "Златибор" значајно доприноси промоцији и омогућава да се јавност упозна са манифестацијом пре њеног одржавања, а након њиховог завршетка да се јавност обавести о завршеним догађајима.

Културно-спортски центар Чајетина, установа чији је оснивач општина Чајетина, трећи је кључни организациони фактор на Златибору. Сектор за културу Културно-спортског центра у области свог деловања има задатак организовања културно-забавних приредби и програма са циљем да се културни живот локалног становништва обогати, уз анимацију становништва

да присуствује и учествује у оваквим активностима. Други задатак је укључивање делатности Дома културе у туристичку понуду Златибора.

И поред великог организационог капацитета у погледу људских ресурса и техничке опреме, КСЦ није значајнији иницијатор организовања манифестација које имају туристички значај. Разлог овакве оцене можда лежи у опредељености пословне политике предузећа ка самом месту Чајетини и њеним грађанима, где се и налази седиште овог предузећа, а не ка туристичком месту Златибор коме је туризам основна функција а пословна политика је окренута ка туристима.

Библиотека Љубиша Р. Ћенић организује велики број културних приредби, књижевне вечери, промоције књига, дружења са значајним личностима из света културе и науке. Значајно је поменути да је Библиотека организовала Летњи улични ерски кабаре, у трајању од два дана, који је веома добро прихваћен са реалним изгледима да постане традиционална манифестација.

Активности библиотеке у Чајетини су углавном намењене становницима Чајетине, а приредбе које организује, осим Летњег уличног ерског кабарера, не претендују да буду укључене у туристичку понуду Златибора (Подаци добијени од библиотеке Љубиша Р. Ћенић).

Специјална болница "Златибор" односно бивши институт Чигота је један од врло значајних објеката на Златибору у ком се одржавају конгреси, семинари, симпозијуми и слично, а уз ове догађаје конгресног карактера, које су углавном затвореног типа, СБ "Златибор" је организатор великог броја приредби у току читаве године.

Према садржају то су научно-стручне, уметничке, привредне, спортске, верске, етнографске, забавне па чак и туристичко-пропагандне приредбе. Као што се може видети СБ Златибор је организатор најразличитијих приредби које су, осим конгреса, намењене гостима болнице, гостима Златибора и домицилном становништву. Научно-стручне манифестације су комплементарне функцији Специјалне болнице, тако да су оне првенствено намењене гостима (корисницима, пацијентима) ове установе. Туристички најзначајније су уметничке манифестације, такође намењене гостима болнице, у циљу обogaћивања културног аспекта њиховог боравка. Садржајно су везане за област културе и уметности, а према програму могу се разврстати на: позоришне, музичке, фото и филмске, ликовне, књижевне и мешовите (које у себи садрже различите програме), а организују се самостално или као допуна основној здравственој понуди.

Према перманентности одржавања углавном су заступљене већ традиционалне манифестације. Више има оних које се организују у циљу презентације различитих врста човековог достигнућа, а оне које су организоване ради представљања територије са атрактивним туристичким вредностима су заступљене у мањем обиму, уже везаном за промоцију Болнице (Подаци добијени у Специјалној болници "Златибор").

Манифестације са традицијом одржавања, а у односу на учеснике и посетиоце, обухватају: 1) облике са учествовањем, где су учесници истовремено и публика, и 2) облике са представљањем, где се поставља јасна разлика између учесника и посетилаца (Бјељак, 2001). По овој подели заступљенији је облик

са представљањем, а мање има оних у којима публика учествује. Место одржавања свих програма је у просторијама болнице опремљених за ову намену. Према рангу, сем конгреса и семинара које други субјекти организују у болници, већина манифестација има локални и ређе регионални карактер.

Туристичка удружења, којих на територији општине Чајетина има седам, представљају такође значајан фактор у организацији. Туристичка удружења, представљају добровољна удружења грађана односно невладине организације, које се залажу за развој и унапређење туризма у појединим месним заједницама односно селима. Организована су уз помоћ Туристичке организације "Златибор" на чију се финансијску и стручну подршку углавном наслањају у свом пословању.

Мотиви организовања од стране Удружења су различити, а углавном су последица утицаја политике и покушаја укључивања сеоских средина у туристичку понуду Златибора. Овакве сеоске манифестације су једна врсте самопромоције организатора и покушај да се на село скрене пажња локалне самоуправе и медија, како би се тежак положај становника и живота на селу на било који начин олакшао. Са друге стране, то су значајни напори ентузијаста да учине село атрактивније за посетице и да путем манифестације представе природне, етнографске и друге карактеристике свог краја.

Њихово пословање карактерише стихијска активност заснована на ентузијазму појединаца, слабој институционализованости и нестабилном финансирању, што у великој мери ограничава одрживост њиховог деловања (Подаци добијени од Туристичких удружења општине Чајетина).

Већи хотелијерски субјекти на Златибору као што су: Мона, Палисад, Студентско одмаралиште "Ратко Митровић" и неки други, повремено се појављују као организатори догађаја различитог садржаја који су углавном прилагођени гостима наведених објеката и база већег укључивања гостију са стране. Уобичајене су ликовне и фото изложбе, књижевне вечери и слично.

Поред наведених организатора појављују се и поједина угоститељска предузећа, спортски клубови и други субјекти, али њихов значај у организационом смислу није велик.

ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Сумирајући стање појединачни манифестација према четири групе евалуационих критеријума, може се извести неколико кључних карактеристика манифестационог туризма као сегмента укупне туристичке понуде Златибора.

По броју посетилаца може се извршити класификација на три групе манифестација које се одвијају на Златибору: 1) слабо посећене—до 500 посетилаца, 2) добро посећене—од 500 до 5.000 посетилаца и 3) изузетно посећене—преко 10.000 посетилаца. Као што се види нису изражене манифестације чији се број посетилаца креће између пет и десет хиљада.

Већина манифестација које се одржавају у туристичком центру Златибора имају масовнију посету, док оне по околним селима карактерише мањи обим посете. Ово је разумљиво узимајући у обзир да је већина гостију сконцентри-

сана у туристичком центру, док се мањи број гостију борави ван њега. Посетиоци догађаја у туристичким центру су гости који долазе из свих делова Републике Србије и они чине већину у односу на посетиоце домицилног порекла. Сходно изнетој тези да географско порекло детерминише значај, ова одрадница се не може потврдити за манифестације које се одржавају у туристичком центру Златибора, али се итекако може применити за манифестације у околном руралном простору.

Према **садржају програма** можемо констатовати да се по свом основном садржају, називу и мотиву организовања, све манифестације могу поделити у три јасно раздвојене групе: уметничке, спортске и привредне.

Узимајући у обзир читав садржај уз пропратни програм, видимо да је већина мешовитог карактера, при чему су најзаступљенији забавни и етнографски садржаји. Културно-уметнички програм је обавезан део већине манифестација које се одржавају. Овакав концепт пратећег програма је стереотипан и неинвентиван, што чини да сви догађаји међусобно личе, без јасне дистинкције.

Уклопљеност у тотални туристички производ и кореспондирање са његовим имицом, је карактеристика већине манифестација (Мото сусрет се једино не уклапа). Разлог овакве ситуације лежи у томе што туристичка дестинација Златибор нема јасно диференциран туристички производ и одговарајући имиц који би је пратио. Основни елементи укупног производа су здравствени, спортско-рекреативни, конгресни, дечји и омладински парцијални производ који се сви заједно мање или више подједнако промовишу. Изражена традиционалност такође је део имица који прати овај простор, тако да већина манифестација кореспондира укупном туристичком производу.

Према перманентности одржавања, може се закључити да манифестације не карактерише традиционалност, сем Сабора трубача и Хајке на вука који представљају редован елемент туристичке понуде. Ово су туристички афирмисане манифестације, а поред њих можемо сматрати афирмисане још следеће: Дочек Нове године, Пршутујада и Културно лето. Све остале манифестације не могу се сматрати туристички афирмисаним већ само представљају туристичке потенцијале.

Према начину организовања, уложеним финансијским средствима и ефектима, све манифестације које се одржавају у туристичкој дестинацији Златибор могу се поделити у три категорије: 1) сложене са значајнијим ефектима, 2) сложене без значајнијих ефеката и 3) мање захтевне без значајнијих ефеката

Сложене манифестације са значајним ефектима су оне које су организоване од стране више субјеката, њиховим заједничким деловањем и координацијом. Утрошена су велика средства која се изражавају у милинома динара, а њихови ефекти су значајни у смислу повећања броја посетилаца и туристичке потрошње, у повећању задовољства гостију, у повећању нивоа туристичке презентације, у промоцији дестинације, повећања квалитета интегралног туристичког производа, јачању имица дестинације и томе слично. Такве манифестације су Пршутујада, Сабор ловаца Србије и “Златиборска хајка на вука”, Културно лето и Сабор трубача и смотра народног стваралаштва.

Сложене манифестације без значајнијих ефеката су оне које су организоване од стране више субјеката, њиховом заједничком координацијом и деловањем. Утрошена су велика средства која се мере од више стотина хиљада па до неколико милиона динара, али су ефекти који проистичу из њиховог организовања релативно мали у смислу повећања броја посетилаца и туристичке потрошње, у повећању задовољства гостију, у повећању нивоа туристичке презентације, у промоцији дестинације, повећања квалитета интегралног туристичког производа, јачања имиџа дестинације и томе слично. У ову категорију спадају: Дочек Нове године, Летњи улични ерски кабаре, Ликовна колонија у Трнави и Интеракција—међународни филмски камп.

Организационо мање захтевне манифестације без значајнијих ефеката су све остале које организује један организатор уз финансијску подршку једног или више покровитеља. То су следеће манифестације: Божићна спринт трка, Дочек српске Нове године, Шљивовачки сајам домаће ракије, Међународни дечји музички фестивал "Златини дани", Сеоски вишебој у Јабланици, Мото сусрет, Фестивал народне музике, Сабор изворне народне песме "Без извора нема воде..." и Етно-сајам "Традицијом ка будућности".

ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ ПОДАТАКА

5. Аврамовски, М., 1996, *Маркетинг на големите манифестации*, Графотехна, Охрид
6. Бјељац, Ж., 1998, *Манифестациони туризам у Војводини*, Докторска дисертација у рукопису, Институт за географију, Природно-математичког факултета, Универзитета у Новом Саду
7. Бјељац, Ж., 2001, *Теоријске основе манифестационог туризма*, у Зборник од вториот конгрес на географите на Република Македонија, Македонско географско друштво Скопје, Охрид, 2000, стр. 250–258,
8. Бјељац, Ж., 2006, *Теоријско-методолошке основе манифестационог туризма*. ГИ "Јован Цвијић", САНУ, Београд.
9. *Водич за организовање фестивала*, 2003, Америчка фондација за развој.
10. Вујаклија, М., 1980, *Лексикон страних речи и израза*, Просвета, Београд.
11. Getz, D., Chayne, J, 1997, *Special event motivations and behavior*, U Ryan, C (ed) „The tourist experience. A new introduction,, pg.135–154, Cassel.
12. Jurinčić, I., Brezovec, T., 1998, *Events and destination image*, Zbornik sa međunarodnog naučnog skupa, Hotelska kuća, Fakultet za hotelski i turistički menadžment u Opatiji, Univerzitet u Rijeci, pg.171–178.
13. Ђукић-Дојчиновић, В., 2005, *Културни туризам*, Клио, Београд.
14. Ожеговић, С., 1977, *Манифестације као мотив и садржај програма туристичког боравка*, Магистарски рад, Библиотека Географског факултета у Београду.
15. Подаци добијени од Општинске управе Чајетина, 2009.
16. Подаци добијени од Туристичке организације "Златибор", 2008–2009.
17. Подаци добијени од Библиотеке Љубиша Р. Ћенић, Чајетина, 2009.

18. Подаци добијени од Специјалне болнице "Златибор" односно институт Чигота, 2008–2009.
19. Подаци добијени на основу интервјуа и анкетања посетиоца туристичких манифестација током 2008. и 2009.
20. Подаци добијени на основу упитника постављених члановима организационих одбора појединих манифестација, Златибор, 2008–2009.
21. Подаци добијени од Туристичких удружења општине Чајетина, 2008–2009.
22. Scott, D., 1996, *A comparison of visitors motivation to attend three urban festivals*, Festival Management and Event Tourism journal, Vol 3, pg. 121–128.
23. Crompton, J. P., McKay S. L., 1997, *Motives for visitors attending festival events*, Annals of Tourism Research, vol. 23 (2), pg. 426–439.