

MOGUĆNOSTI ZA RAZVOJ KONGRESNOG TURIZMA NA ZLATIBORU

Andjela Bučić¹, Marija Cimbalević¹, Valentina Janković¹

Primljeno: 19.03.2014. | Prihvaćeno: 12.01.2015.

REZIME: *Poslovni turizam zauzima veoma značajno mesto u turističkoj privredi koji ostvaruje najbrži i najveći rast u pogledu ekonomskih efekata. Veliki broj ljudi putuje iz poslovnih razloga u neku destinaciju. Srbija poslednjih godina postaje veoma interesantna destinacija za kongresni turizam, što se pokazuje velikim ulaganjem u ovaj vid turizma. Zlatibor je jedan od najznačajnijih planinskih centara u Srbiji, ali isto tako predstavlja jedan od naših najvećih centara kongresnog turizma. Povoljna lokacija, kvalitetna infrastruktura i stručni kadrovi uticali su na to da se Zlatibor razvija kao značajan kongresni centar Srbije. Zlatibor ima veoma raznovrsnu ponudu, pa se svaki slobodan trenutak može provesti u upoznavanju ove planine, kao i okolnih mesta. Veliki broj kongresa, seminara i simpozijuma održava se tokom cele godine. Među najvećim kongresnim kapacitetima na Zlatiboru ističu se Hotel Mona, Hotel Palisad i medicinski centar Čigota.*

Кljučне речи: *kongresni turizam, Zlatibor, kongresni kapaciteti*

UVOD

Kongresni turizam predstavlja specifični oblik turizma u okviru kojeg glavni motiv putovanja nije odmor, već učestvovanje pojedinaca na skupovima koji mogu imati različiti karakter. Na dvadesetom kongresu Međunarodne organizacije naučnih eksperata u turizmu (Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme— AIEST), kongresni turizam je definisan kao "skup pojava i odnosa koji proizilaze iz putovanja i boravka osoba koje se sastaju radi razmene pretežno naučnih i stručnih informacija, a kojima mesto sastanka nije stalno mesto boravka ili rada" (Štetić, 2007). Kongresni turizam i svi propratni sadržaji su veoma važni u turističkom razvoju destinacije, posebno ako je reč o velikim okupljanjima. Poslovna turistička destinacija treba da ponudi odgovarajuću salu za održavanje sastanaka, adekvatne smeštajne kapacitete, turističke atrakcije i dobar transportni sistem unutar destinacije (Swarbrooke and Horner, 2001).

Ovaj vid turizma privlači poslovne ljude bolje platežne moći koji troše mnogo više novca nego prosečni turisti. Poslovni turisti donose velike ekonomske koristi za desti-

¹ Bulevar Despota Stefana 7a, Novi Sad; kontakt: andjela.bucic@gmail.com

naciju u kojoj se održaju kongresi kroz korišćenje različitih usluga na toj destinaciji (Oppermann and Chon, 1997), pa se upravo zbog toga ovaj vid turizma svrstava među najprofitabilnije vidove selektivnog turizma zbog izuzetne vanpansionske potrošnje (Štetić, 2006). Bitno obeležje kongresnog turizma je da omogućava produžavanje turističke sezone. Naime, kongresi se organizuju i održavaju tokom cele godine, iako u određeno doba godine postoji smanjeni intenzitet održavanja kongresa.

Poslednjih godina Srbija je prepoznata kao veoma važna destinacija kongresnog turizma. Prema Strategiji razvoja turizma Republike Srbije (2005-2015) kongresni turizam je jedan od oblika turističkih kretanja koji treba razvijati u Srbiji. Pored Beograda i Novog Sada kao najvažnijih gradova u Srbiji za poslovne događaje nacionalnog i regionalnog karaktera, Zlatibor je prepoznat kao jedna od potencijalnih destinacija za razvoj ovog vida turizma (Dragičević, Stankov, 2008). Cilj ovog rada je predstavljanje jedne od značajnih kongresnih destinacija u Srbiji i isticanje značaja ovog oblika turizma za Zlatibor.

Zlatibor je planina u Zapadnoj Srbiji koja pored prirodnih lepota pruža uslove za organizovanje raznih vidova turizma, kao što su sportsko-rekreativni, zdravstveni i u poslednje vreme veoma značajan kongresni turizam. Renoviranjem brojnih hotela, proširivanjem kongresnih kapaciteta i usavršavanjem kadrova, dolazi do poboljšanja turističke ponude Zlatibora, kao jedne od važnih destinacija Srbije za organizovanje poslovnih događaja. Svaki posetilac pored poslovnih obaveza, ima mogućnost da se upozna sa prirodnim lepotama ove planine i time upotpuni boravak na ovoj destinaciji. Zlatibor je kategorizovan kao turističko mesto prve kategorije, zbog koncentracije ugostiteljskih i drugih turističkih kapaciteta čime se potvrđuje da je turizam najvažnija privredna delatnost na ovom prostoru (Romelić i drugi, 2009).

RAZVOJ KONGRESNOG TURIZMA U SRBIJI

Intenzivniji razvoj kongresnog turizma počinje u XXI veku, kada je Beograd prepoznat kao značajna destinacija za organizovanje ovog vida turizma. Prema Strategiji razvoja turizma Republike Srbije (2005-2015), poslovni turizam i MICE predstavljaju proizvod sa velikim potencijalom razvoja sa osloncem na strategiju niskih troškova uz ulaganje u infrastrukturu, smeštajne kapacitete i pakete koji uključuju dodatne aktivnosti i sadržaje, koji može doprineti stvaranju konkurentnog kongresnog proizvoda, kao i povećanju turističkog prometa domaćih i stranih turista.

U 2006. godini osnovan je Kongresni biro Srbije u sklopu Turističke organizacije Srbije koji promoviše zemlju kao destinaciju poslovnog turizma. Nakon godinu dana osnovan je Kongresni Biro u Beogradu, a 2011. godine u Subotici. To međutim nije dovoljno za uspešan plasman kongresne ponude Srbije. U Srbiji se ne vrše istraživanja koja se baziraju na poslovnim događajima, što je još jedan nedostatak jer se ne mogu meriti efekti poslovnih događaja na turizam te destinacije. Pojedine institucije u Beogradu i Novom Sadu vode evidenciju poslovnih događaja, ali statistički izveštaji na nivou turističkih destinacija ne postoje (Dragičević, 2012).

Na Zlatiboru, koji predstavlja potencijalnu destinaciju za razvoj kongresnog turizma, ne vode se nikakvi statistički izveštaji o turistima koji posećuju kongrese. Na osno-

vu podataka dobijenih iz Turističke organizacije Zlatibora, moguće je istaći da se vodi evidencija o turističkom prometu tokom cele godine, međutim ne postoji evidencija turista po kategorijama.

Tabela 1. Broj međunarodnih događaja održanih u Srbiji na ICCA rang listi od 2006. do 2012. godine

Godina	Rang	Broj događaja
2006	73	14
2007	69	15
2008	55	20
2009	51	30
2010	43	46
2011	42	55
2012	46	52

Извор: ICCA Statistics Report, Abstract for non-members

Prema ICCA (*International Congress and Convention Association*) bazi podataka, Srbija je 2012. godine zauzela 46. mesto na ICCA rang listi sa ukupno 52 međunarodnih događaja asocijacija, što predstavlja mali pad na rang listi u odnosu na 2011. godinu. Godine 2001. održan samo jedan međunarodni događaj asocijacija, ali od 2004. godine se zapaža porast međunarodnih događaja na 15, međutim 2005. i 2006. godine dolazi do malog pada broja. Od 2006. do 2011. beleži se konstantan rast broja međunarodnih događaja asocijacija, što predstavlja rezultat većih ulaganja u poslovni turizam, zatim rad Kongresnog Biroa Srbije, i samim tim se Srbija prepoznaje kao destinacija poslovnog turizma.

ANALIZA TURISTIČKOG PROMETA

Zlatibor prema Strategiji razvoja turizma Republike Srbije pripada kategoriji vrlo traženih turističkih centara i ubraja se u red vodećih turističkih područja sa učešćem od preko 20% u ukupnom broju noćenja, a koji je registrovan u planinskim centrima u Srbiji. Turistički promet koji je meren brojem dolazaka turista, u periodu od 2003-2013. godine (Tabela 2), ima pozitivnu dinamiku uz oscilacije koje su prisutne u pojedinim godinama. Veće oscilacije se ispoljavaju u kretanju broja noćenja turista u posmatranom desetogodišnjem periodu. Najmanji broj noćenja zabeležen je 2003. godine, dok je narednih godina, a naročito 2011. i 2012. ostvaren rast turističkog prometa.

Tabela 2. Turistički promet na Zlatiboru u periodu 2003.-2013. godine

Godina	Broj dolazaka			Broj noćenja		
	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
2003.	70.877	66.349	4.528	330.689	314.862	15.827
2004.	83.191	77.300	5.891	343.605	326.081	17.524
2005.	80.518	73.294	7224	345.671	324.252	21.419
2006.	88.002	79.385	8.617	376.612	348.057	28.555
2007.	101.613	89.117	12.496	433.687	394.753	38.934
2008.	103.854	90.008	13.846	436.474	390.135	46.339
2009.	93.093	79.809	13.284	388.977	345.352	43.625
2010.	104.824	88.039	16.785	404.224	352.583	51.641
2011.	116.302	96.776	19.526	475.300	410.833	64.467
2012.	110.934	92.749	18.185	463.363	401.703	61.660
2013.	114.976	93.858	21.118	455.759	388.344	67.415

Izvor: Republički zavod za statistiku

Domaći turisti učestvuju sa oko 90% u ukupnom broju ostvarenih noćenja u posmatranom periodu. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku moguće je proceniti da je poslednjih godina u turističkom prometu domaćih turista prisutna pozitivna dinamika (osim 2009. godine kada su zabeležena najizrazitija odstupanja). Najveći broj dolazaka je evidentiran 2011. godine (96,8 hiljada). Prema izveštaju Turističke organizacije Zlatibora, na rast turističkog prometa te godine je dosta uticalo ponovno oživljavanje rekreativne nastave u registrovanim dečijim odmaralištima. Ovaj podatak dakle treba svakako vezati samo za domaću turističku tražnju. Međutim, povećanje ukupnog turističkog prometa prema podacima Turističke organizacije Zlatibora, rezultat je puštanja u rad Ski centra Tornik što je uslovljalo poboljšanje zimske turističke sezone.

Sa druge strane, inostrani turistički promet je znatno manjeg obima. Međutim, pozitivne tendencije su ipak ispoljene u kretanju broja noćenja stranih turista na ovoj destinaciji. Tako je u periodu od 2003-2013. godine ovaj broj porastao za čak četiri puta i to sa 15 na 67,4 hiljadu noćenja. U Tabeli 2 prikazan je primetan porast u broju dolazaka turista za 2013 godinu. Prema podacima Turističke organizacije Zlatibora, jedan od razloga za povećanje turističkog prometa je uspešna zimska sezona, posebno u prvih nekoliko meseci, kao i povećan broj turista u toku letnje sezone.

SMEŠTAJNI KAPACITETI NAMENJENI ZA KONGRESNI TURIZAM NA ZLATIBORU

Prilikom organizovanja poslovnih događaja veoma je važno da destinacija obezbedi smeštajne kapacitete koji se ističu svojim kvalitetom i odgovarajućom pratećom opremom. Zlatibor raspolaže sa nekoliko hotela namenjenih za organizovanje kongresa nacionalnog i regionalnog tipa. Prema Davidson (1992, str.97) “što je veći izbor sme-

štajnih kapaciteta u ponudi na destinaciji, samim tim destinacija može da zadovolji potrebe poslovnih turista”. U Tabeli 3 prikazani su smeštajni kapaciteti na Zlatiboru koji su tehnički opremljeni za organizaciju kongresa.

Tabela 3. Smeštajni kapaciteti na Zlatiboru

Naziv hotela	Kategorizacija hotela	Ukupan broj smeštajnih jedinica	Sale za poslovne sastanke	Najveći kapaciteti sale (broj učesnika)
Zlatibor Mona Hotel	4	120	5	500
Hotel Olimp	4	41	2	100
Odmaralište Dunav	4	31	2	150
Hotel Palisad	3	230	8	650
Odmaralište Ratko Mitrović	3	150	3	240

Izvor: Prilagođeno na osnovu Turističke organizacije Zlatibora

Hotel koji se nalazi u samom centru Zlatibora je hotel Mona sa četiri zvezdice, koji je nedavno proširio svoje kapacitete. U okviru hotela je kongresni centar “Koledo” kapaciteta do 500 mesta. Prostor je opremljen najmodernijom tehnologijom i odgovarajućom pratećom opremom (www.monazlatibor.com).

Hotel Olimp nalazi se na samom ulazu u Zlatibor i kategorizovan je sa četiri zvezdice. Počeo je sa radom 2000. godine. Velika kongresna sala kapaciteta 100 mesta opremljena je svom potrebnom opremom. VIP salon je na raspolaganju gostima i može se koristiti za održavanje poslovnih sastanaka sa manjem brojem učesnika (www.hotelolimp.com).

Hotel Palisad postoji od 1965. godine i svojom dugogodišnjom tradicijom i kvalitetom pruženih usluga postao je simbol Zlatibora. Hotel Palisad nalazi se u samom centru Zlatibora, a u cilju svoje kvalitetnije ponude izgrađen je nov kongresni centar “Palisad”. Hotel poseduje osam sala za poslove sastanke, a maksimalan broj učesnika je 650. Kongresni centar “Srbija” je u sklopu hotela i maksimalan broj učesnika je 200. Najčešće poslovni skupovi su iz prava, veterine, zdravstva, bankarstva, zaštite bilja i drugih oblasti (www.palisad.rs). Prema internim podacima hotela Palisad, većina kongresa se održava u martu, maju, junu, septembru i oktobru. Veliki broj kongresa održan je u oktobru 2013. godine, sa više od 1900 učesnika, a najmanji broj kongresa održan je u avgustu iste godine. Prema internim podacima hotela Palisad, učesnici borave od 1 do 5 dana, retko 6 do 10 dana. Kongresi su uglavnom nacionalnog karaktera, u manjoj meri regionalnog.

Odmaralište Dunav nedavno je renoviran i prošireni su kongresni kapaciteti. Prema podacima iz ovog objekta najviše kongresa je održano u periodu - maj, jun, septembar i oktobar i u pitanju su pretežno kongresi nacionalnog karaktera, sa znatno manjim brojem regionalnih. Kongresi koji su se organizovali u ovom odmaralištu su manjeg obima, prosečan broj ljudi po kongresu je 50 i dužina boravka je iznosila 3-5 dana na bazi punog pansiona.

Odmaralište Ratko Mitrović u sklopu svog objekta ima 4 vile, to su: vila Lovćen, vila Zlatibor, vila Srbija i kongresni centar vila Romanija. Kongresni centar vila Romani-

ja nedavno je završen i upotpunio je ponudu u sferi poslovnog turizma na Zlatiboru, sa dve sale od po 250 mesta, sa svim pratećim sadržajima, površine 1.920 kvadratnih metara (www.usob.rs).

Najposećeniji hoteli za održavanje poslovnih skupova su hotel Palisad i hotel Mona. Kao što je prikazano u Tabeli 3 ova dva hotela imaju najveće kapacitete za održavanje poslovnih događaja. Nedavno su renovirani i prošireni kapaciteti i time zadovoljavaju sve potrebe poslovnih turista. Tokom cele godine se održavaju poslovni događaji i time se doprinosi popunjenosti smeštajnih kapaciteta i van sezone.

SPECIFIČNA MESTA ZA ORGANIZOVANJE POSLOVNIH DOGAĐAJA

Pored hotelske ponude, u poslednje vreme su veoma popularna specifična mesta za održavanje poslovnih događaja. U Tabeli 4 su prikazana specifična mesta za organizovanje poslovnih događaja.

Tabela 4 . Specifična mesta za organizovanje poslovnih događaja

Naziv hotela	Kategorizacija objekta	Ukupan broj smeštajnih jedinica	Sale za poslovne sastanke	Najveći kapaciteti sale (broj učesnika)
Medicinski centar "Čigota"	3*	185	3	360
Muzej na otvorenom "Staro selo" Sirogojno	/	42	1	100
Sportsko-turistički centar Zlatibor	/	37	3	1200

Izvor: Prilagođeno na osnovu Turističke organizacije Zlatibora

Medicinski centar „Čigota“ nalazi se u centru Zlatibora. Osnovna delatnost je pružanje medicinskih usluga, a poznat je po čuvenom i prizatom programu za regulisanje telesne težine. Specijalna bolnica ima adekvatne uslove i prostore za organizaciju kongresa, seminara i sastanaka. Za održavanje kongresa, simpozijuma i seminara na raspolaganju je kongresna sala sa 365 mesta, kao i dve male sale sa 60 odnosno 50 mesta. Najčešće prezentacije su iz oblasti medicine, farmacije, računarstva, tehnologije, ugostiteljske opreme, kućne hemije i drugih oblasti (www.cigota.rs).

Prema podacima iz Turističke organizacije Zlatibora, ova mesta su turistički veoma atraktivna za održavanje kongresa, posebno muzej na otvorenom "Staro selo" Sirogojno, jedini ove vrste u Srbiji, koji pruža posetiocima jedinstveno i nezaboravno iskustvo. Posetioci, ujedno i učesnici poslovnih događaja se mogu upoznati sa arhitekturom tog kraja koje čine zlatiborske okućnice, dvorišta sa stambenim i privrednim zgradama koje potiču iz perioda druge polovine 19. i početkom 20.veka. Autentični objekti, koji se danas nalaze u sklopu ovog muzeja pod otvorenim nebom, preneti su iz zlatiborskih

sela. Za svrhe kongresa opremljena je sala kapaciteta do 100 učesnika, a idealno mesto za održavanje kongresa je letnja pozornica pod otvorenim nebom. Posetiocima su na raspolaganju autentične zlatiborske brvnare opremljene za smeštaj (www.sirogojno.org.rs).

Sportsko-turistički centar Zlatibor koristi se prilikom organizovanja velikih skupova ljudi koji dostiže broj 1200. Predstavlja prostor površine 14.300m² koju čini velika sportska dvorana, koja se može prilagoditi za organizovanje poslovnih skupova. Pored dvorane, tu su i dve manje sale kapaciteta do 50, odnosno 30 učesnika (www.stczlatibor.rs).

Prema Rogers (2003) ovakva mesta nude nezaboravno i jedinstveno iskustvo za poslovnog turistu. Ona uključuju sportska mesta, kulturna mesta, turističke atrakcije itd. Poslednjih godina, kompanije su sve više zainteresovane za organizovanje poslovnih događaja upravo na ovakvim mestima (Swarbrooke and Horner, 2001).

SWOT ANALIZA

SWOT analiza je veoma važno sredstvo za isticanje stanja i trenutne situacije kongresnog turizma na Zlatiboru. Predstavljanjem snaga, slabosti, šansi i pretnji jedne destinacije, moguće je steći uvid u raspoložive potencijale koji su od značaja za određeni segment turizma. U daljem radu (Tabela 5) je predstavljena SWOT analiza kongresnog turizma na Zlatiboru uz detaljnija objašnjenja u nastavku.

Tabela 5. SWOT analiza

<p>SNAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turističko-geografski položaj destinacije • Prolazak magistralnog puta M21 kroz destinaciju • Veliki broj manifestacija • Antropogene turističke vrednosti • Očuvana životna sredina • Dobra gastronomska ponuda 	<p>SLABOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljno objekata za održavanje većih kongresa • Nedovoljno smeštajnih kapaciteta viših kategorija • Nedovoljna podrška vlade kongresnoj industriji • Nedostatak promocije koje se odnose na kongresni turizam • Nedovoljno obuka za radnike u sektoru kongresnog turizma • Nedostatak kongresnog biroa
<p>ŠANSE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promovisanje Zlatibora kao destinacije kongresnog turizma • Investiranje u postojeće hotele u cilju unapređenja kongresnog turizma • Prostor za nove hotelske investicije • Dostupnost mlade i obrazovne radne snage • Smanjenje problema sezonalnosti 	<p>PRETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Povećanje broja novih destinacija kongresnog turizma u Srbiji i regionu • Ekonomska nestabilnost u zemlji i regionu • Nedovoljna istraživanja o kongresnom turizmu

Kao što je opisano u Tabeli 5 Zlatibor ima sledeće **snage** u kongresnoj turističkoj industriji:

- Zlatibor ima veoma povoljan turističko-geografski položaj kao i dobru saobraćajnu povezanost sa glavnim administrativnim centrima u Srbiji
- Preko Zlatibora prolazi magistralni put M21, zatim železnička pruga Beograd-Bar koja delom prolazi i kroz njegov masiv
- Na planini se tokom čitave godine održavaju brojne manifestacije, i na taj način se učesnicima kongresa obezbeđuju zanimljivi sadržaji u slobodnom vremenu (Sabor Trubača, Pršutijada u Mačkatu, Moto susret – Zlatibor, Šljivovački sajam rakije...)
- Još jedna pozitivna strana Zlatibora jesu antropogene turističke vrednosti, među kojima se ističe "Staro selo" Sirogojno, muzej na otvorenom u kojem se prikazuje arhitektura, uređenje, privređivanje i život u brdsko planinskim predelima na Zlatiboru, spomeničke vrednosti Spomen česma u Čajetini, na Oku i Popovoj vodi, kao i Manastir Uvac u selu Stublu, Crkve brvnare u Dobroselici i Jablanici
- Planinu odlikuje relativno očuvana životna sredina
- Postoji veliki broj restorana koji imaju u ponudi internacionalnu kuhinju, a pored toga je zastupljenja domaća, tradicionalna kuhinja

Slabosti kongresnog turizma na Zlatiboru su sledeće:

- Jedan od nedostataka jeste nedovoljan broj objekata za održavanje većih kongresa kao i nepostojanje hotela prve kategorije koji su zapravo prioritet kada se radi o organizovanju kongresa ali i obezbeđivanju smeštaja za učesnike ovog oblika turizma
- Potrebno je biti dominantan i da se dobije podrška državnih organa u podsticanju razvoja i unapređenju Zlatibora kao kongresne destinacije
- Zlatibor mora biti promovisan kao kongresna destinacija u Srbiji, ali i u okruženju
- Obuka osoblja je od vitalnog značaja za kongresni turizam u različitim oblastima studija
- Postoji nedovoljan broj Kongresnih Biroa (svega dva, u Beogradu i Subotici)

Šanse kongresnog turizma na Zlatiboru obuhvataju sledeće:

- Neophodno je obezbediti promociju Zlatibora kao kongresne destinacije
- Ulaganje finansijskih sredstava u rekonstrukciju već postojećih hotela i izgradnju novih je primarni korak u cilju unapređenja kongresnog turizma
- Zlatibor raspolaže sa dovoljno adekvatnih površina koje je moguće prilagoditi za nove hotelske investicije
- Zlatibor ima velike šanse da poveća svoj tržišni udeo, uz dovoljno mlade i obrazovane radne snage
- Produžetak boravka poslovnih gostiju (pre i post ture)

Pretnje destinaciji u industriji kongresnog turizma su:

- Srbija mora preduzeti pravovremene korake radi uspostavljanja balansa pojavom novih konkurenata
- Poteškoće u razvoju kongresnog turizma izazvane su ekonomskom situacijom u zemlji i okruženju
- Nedovoljna istraživanja o mogućnostima razvoja i unapređenja kongresnog turizma na Zlatiboru stvaraju ograničenja u daljem razvoju ovog oblika turizma.

ZAKLJUČAK

Zlatibor predstavlja veoma značajnu destinaciju za razvoj kongresnog turizma. Ova planina obogaćena je dinamičnim reljefom, prijatnom klimom, prirodnim i antropogenim turističkim vrednostima, što je čini veoma atraktivnom destinacijom za mnoge turiste. Dobra saobraćajna povezanost i širok izbor smeštajno-ugostiteljskih kapaciteta daju osnov za razvoj turizma na visokom nivou.

Na Zlatiboru su pretežno poslovni skupovi nacionalnog i u nešto manjoj meri regionalnog karaktera. Veliki nedostatak u turističkoj ponudi je nepostojanje hotela prve kategorije, koji je prioritet kada je u pitanju razvoj kongresnog turizma. U toku je izgradnja hotela "Tornik", koji će biti jedini hotel prve kategorije i koji bi upotpunio ponudu Zlatibora u sferi poslovnog turizma. Turistička organizacija Zlatibora ne vodi statističku evidenciju o turistima koji posećuju poslovne skupove, pa bi otvaranje kongresnog biroa na ovoj destinaciji bilo veoma značajno. Veoma je važno voditi računa u budućnosti o izgradnji hotela i njihovoj lokaciji, jer je u pitanju planinsko mesto u kome se ne sme ugroziti životna sredina.

Prema Strategiji za razvoj turizma Republike Srbije (2005-2015) najveći akcenat treba staviti na gradski i poslovni turizam i MICE koji se mogu valorizovati u kratkom vremenskom periodu. Ključni investicioni projekti su proširenje i ulaganje u destinacije poput Zlatibora, zatim Kopaonika i Divčibara, kao i proširivanje infrastrukture i kapaciteta za događaje. Samim tim možemo primetiti da je Zlatibor već prepoznat kao destinacija kongresnog turizma u koju treba ulagati kako bi ovaj sektor dostigao određeni nivo. Veoma važno je promovisati Zlatibor kao kongresnu destinaciju ne samo na nacionalnom, već i na regionalnom nivou kako bi se povećao broj kongresa regionalnog karaktera. Ono što je posebno važno kod unapređenja ovog oblika turizma jeste aspekt tržišne komunikacije, pa bi s tim u vezi više pažnje trebalo posvetiti obezbeđivanju promotivnih paketa, kataloga MICE ponude, zatim promotivnim kampanjama u medijima i studijske posete novinara, itd.

Zlatibor se svrstava u red značajnih destinacija kongresnog turizma, pa bi u budućnosti ova planina mogla da bude lider u sferi poslovnog turizma.

LITERATURA

- Davidson, R. (1992). *Tourism in Europe*. London: Pitman
- Dragičević, V., Stankov, U. (2008). Razvoj i stanje kongresnog turizma u Srbiji. *Zbornik radova DGTH*, br.37, 93-102, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad
- Dragičević, V. (2012). *Konkurentnost Vojvodine kao destinacije poslovnog turizma*, Novi Sad
- Girod, A. (2009). *An Analysis of the Development of MICE industry: A Case Study of Lyon, France*. Bournemouth University, Universidad Rey Juan Carlos, Bournemouth
- ICCA Statistics Report 2002-2011, International Association Meetings Market
- ICCA Country and City Rankings 2012, International Association Meetings Market

- Oppermann, M. and Chon, K. S. (1997). Convention participation decision-making process. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 178–191
- Poslovni (master) plan turističke destinacije Zlatibor-Zlatar, Beograd 2007
Republički zavod za statistiku Republike Srbije
- Romelić, J., Plavša, J., Đurović, D.(2009). Izleti kao primarni i prateći oblici drugih turističkih kretanja na Zlatiboru. Zbornik naučnog skupa, 2 – *Savremene tendencije u turizmu, hotelijerstvu i gastronomiji*, Novi Sad, 17-20
- Rogers, T. (2003). *Conferences and Conventions – a Global Industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann
- Strategija razvoja turizma Republike Srbije (2005-2015)
- Swarbrooke, J. and Horner, S. (2001). *Business Travel and Tourism*. Butterworth-Heinemann
- Štetić, S. (2007). *Posebni oblici turizma*, Beograd
- Štetić, S. (2006). *M.I.C.E. industrija – budućnost razvoja turističke destinacije*. PMF, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad, Turizam br.10, 21-25
Turistička organizacija Zlatibora
Zlatibor - Poslovni skupovi i konferencije (brošura), Turistička organizacija Zlatibora



www.cigota.rs
www.sirogojno.org.rs
www.stczlatibor.rs
www.vibilia.rs
www.hotelolimp.com
www.palisad.rs
www.monazlatibor.com
www.usob.rs