

Оригинални научни рад

УДК 338.48(497.11)
Original scientific article

СТАЊЕ И ПЕРСПЕКТИВЕ БАЊСКОГ ТУРИЗМА У СРБИЈИ

Сања Топаловић^{1*}

*ОШ „Горња Варош“, Београд

Извод: Бањски туризам, како у свету, тако и у Србији има дугу и богату традицију. Корени ове врсте туризма датирају из доба Римског царства и њиховог доброг познавања особина воде. Поред термоминералних извора подизана су купатила, луксузне виле, објекти сакралне архитектуре. Србија поседује велики потенцијал развоја бањског туризма који је представљен, између осталог, бројним лековитим водама које се одликују разноврсним и богатим хемијским саставом, а тиме и широким спектром терапеутских својстава применљивих у балнеолошке сврхе. Међутим, степен развијености бањских места и степен валоризације њихових туристичких вредности, заостаје за правим могућностима.

Кључне речи: бање, бањски туризам, Србија

Abstract: Spa tourism in Serbia, the same as in the other parts of the world, has a long and rich tradition. The origins of this kind of tourism date from the age of the Roman Empire and the Romans' good knowledge of water characteristics. Along with thermo mineral wells, public baths, luxurious villas and the objects of sacral architecture were built. Serbia posses great potential as far as the development of spa tourism is concerned, which is represented, among other things, with numerous remedial waters which are characterized with varied and rich chemical composition, and, therefore, with a vast spectrum of therapeutic properties which can be applied for balneological purposes. However, the level of the development of spas and the level of the valorization of their touristic value fall behind their true capacities.

Key words: spas, spa tourism, Serbia

Увод

Бање се могу окарактерисати као комплексни природни мотиви чији развој се темељи на следећим елементима: термоминерални извори, племенити гасови и лековито блато (пелоид), чист ваздух, климатски елементи са наглашеним стимулативним и умирујућим дејством чиме се превентивно делује на јачање човековог организма, и разноврсна вегетација као значајан рекреативни и естетски атрибут бањских туристичких мотива (Станковић С., 2008).

¹ Контакт адреса: stopalovicbg@gmail.com

Званична дефиниција бање гласи: Бања је подручје на коме постоји и користи се један или више природних лековитих фактора и које испуњава услове у погледу уређености и опремљености за њихово коришћење у складу са одредбама овог закона. Бања представља природно добро од општег интереса, којим управља држава, под условима и на начин утврђен овим законом (Закон о бањама, Сл. гл. РС ,бр. 80/92, 67/93). Бањски туризам је посебан и веома распрострањен вид мотивских кретања. Две основне карактеристике бањског туризма су:

1. релативно дуги боравак, који се објашњава, како рекреативном, тако и терапијском функцијом термоминералних извора и
2. релативно равномерна дистрибуција промета по месецима, која се објашњава чињеницом да лековите воде могу да се користе у леčiliшне и рекреативне сврхе током целе године, с тим што се не сме занемарити фактор климе која утиче на општу покретљивост, па тако и на посећеност бања.

Уколико се акценат у развоју бање ставља на рекреативно-туристичку функцију, туристички промет има нешто наглашеније сезонско обележје, што се посебно огледа код бања лоцираних у близини градских центара (излетнички туризам), али ако је бања добро опремљена медицинским садржајима, леčiliшна функција може се успешно развијати преко целе године. Међутим, утицај сезоничности може се значајно ублажити, не само развојем леčiliшне функције него и обогаћивањем понуде другим садржајима који би привукли туристе и у вансезонском периоду, доприносећи бољим пословним резултатима и равномернијој расподели промета током године (Станковић С., 2009).

Још једна карактеристика бањског туризма је та да бање спадају у места са најразноврснијом структуром посетилаца – економском, социјалном, старосном, итд. Такође, у бањама постоји могућност формирања разноврсне туристичке понуде, односно туристичка понуда се обогаћује неким другим врстама туризма, тако да се све чешће организују различите културне, забавне и спортске манифестације, изложбе и научно-стручни скупови, итд. Јасно је да ова чињеница намеће потребу комплексног и осмишљеног приступа у туристичкој валоризацији поменутих места (Станковић С., 2009).

Постојеће стање развијености бањског туризма у Србији

Због бројности термоминералних извора, дуге традиције, као и њиховог значаја у туристичком промету, Србију популарно зову „земљом бања“. На територији наше земље регистровано је око 300 извора минералних, односно термоминералних вода, међутим, знатно је већи број

СТАЊЕ И ПЕРСПЕКТИВЕ БАЊСКОГ ТУРИЗМА У СРБИЈИ

нерегистрованих, појединачних извора, мање или веће издашности, које би требало каптирати, заштитити и утврдити њихов минерални састав. С обзиром на то да геолошке чињенице говоре о „сложеним тектонским односима“ (бројне и испреплетане раседне линије) и о разноврсном геолошком саставу терена, укључујући и велико распрострањење магматских стена, јасно је откуд толико богатство и разноврсност ових вода у Србији (Коматина М., 2001).

Главне зоне у којима су концентрисани термоминерални извори односно бање Србије су:

1. слив Западне Мораве: Овчар, Горња Трепча, Матарушка, Врњачка, Богutowачка, Јошаничка, Новопазарска, Рајчиновачка бања и др.
2. слив Јужне Мораве: Нишка, Сокобања, Куршумлијска, Пролом, Звоначка, Врањска, Сијаринска, Луковска бања и др.

Међу бањама Косова и Метохије истичу се Пећка бања, Бањска, Клокот бања, али дугогодишње неповољне политичко-безбедносне и економске прилике нису погодиле озбиљнијем туристичком развоју бања овог подручја. Што се тиче Војводине, њу карактерише мањи број термоминералних извора и бања, веома дисперзног размештаја, као и неадекватна опремљеност за развој туристичке и лечилишне функције, што је карактеристично за скоро све бање Србије. Највећи број термоминералних извора у Војводини откривен је приликом истражних бушења ради добијања нафте и воде за пиће. Већи туристички значај имају следеће бање: Кањижа на северу Бачке, Врдник у подножју Фрушке горе, Стари Сланкамен на обали Дунава у Срему и Русанда у Банату, код Зрењанина. На територији Србије познатије бање су још су: Ковиљача код Лознице, Буковичка бања у Аранђеловцу, Гамзиградска бања код Зајечара и Брестовачка бања код Бора (Јовичић Д., 2009).

У две поменуте просторне целине које су познате по бројности бања реализује се скоро 85% укупног бањског туристичког промета Србије (Коматина М., 2001). Наиме, западно-моравско подручје апсорбује око половине целокупног туристичког промета у бањама Србије, а јужно-моравско нешто више од једне трећине. У оба подручја постоје бање са краћим (утицај транзита) и бање са дужим туристичким боравком (утицај лечилишне функције). Такође, у обе групе постоје бање са изразито великим и са веома малим туристичким прометом. Изван ових подручја истичу се Буковичка бања, Ковиљача и Гамзиградска бања, које такође одликују повољни елементи валоризације, због чега заузимају значајно место у бањском туризму Србије. Марковић Ј. (1987) издваја следеће бањске зоне на територији наше земље:

1. Шумадијска: Младеновачки Селтерс, Буковичка бања и Паланачки кисељак;

Сања Топаловић

2. Западно-моравска: Овчар бања, Горња Трепча, Матарушка, Богутовачка и Врњачка бања;
3. Копаоничко-јастребачка: Јошаничка, Рибарска, Луковска, Куршумлијска и Пролом бања;
4. Новопазарско-прибојска: Прибојска бања, Прилички кисељак, Новопазарска бања и Рајчиновачка бања.
5. Јужно-моравска: Сијаринска и Врањска бања;
6. Источно-србијанска: Брестовачка, Гамзиградска, Сокобања, Звоначка и Нишка бања;
7. Западно-србијанска: Бања Ковиљача и Врујци;
8. Војвођанска: Кањижа, бања Јунаковић, Русанда, Врдник и Сланкамен и
9. Косовска: Илица и Клокот бања.

Иако лековите воде могу да се користе у лечилишне и рекреативне сврхе током целе године, у случају бања наше земље, сезонски карактер туристичког промета веома је изражена. Наиме, главна сезона у бањама Србије везује се за период од јуна до септембра, јер се тада оствари око 55% ноћења и 45% долазака туриста. Осим оскудне туристичке понуде, један од разлога зашто се туристички промет у нашим бањама снажно везује за летњу сезону јесте свакако чињеница да летњи период карактерише сезона годишњих одмора и дејство овог фактора се не може избећи (www.banjesrbije.net).

Обзиром на сезонска колебања туристичког промета, могу се извојити три групе бања (Јовичић Д., 2009):

1. I групу чине бање које највећи део промета остварују у летњој половини године. У питању су бање са најмањим капацитетима, некомплементарном понудом и најмањим туристичким прометом, које одликује и већа удаљеност од значајнијих туристичких дисперзива наше земље. Ова група бања учествује са само 5-6% у укупном броју бањских ноћења у Србији. Ту спадају: Богутовачка, Брестовачка, Луковска, Звоначка и Рајчиновачка бања;
2. II групу чине бање које имају јаче изражену и зимску сезону, с обзиром на то да се у периоду септембар-април, оствари преко 20% њиховог годишњег промета. Овде спада пет наших најпосећенијих и најизграђенијих бања, које апсорбују преко $\frac{2}{3}$ целокупног туристичког промета у бањама Србије – Врњачка бања, Сокобања, Нишка бања, Матарушка бања и Бања Ковиљача и
3. III група бања апсорбује око 30% бањског туристичког промета и њих одликује променљива и неуједначена расподела туристичког промета по месецима. Међу овим бањама знатно већи значај имају

СТАЊЕ И ПЕРСПЕКТИВЕ БАЊСКОГ ТУРИЗМА У СРБИЈИ

Матарушка бања и Горња Трепча, због солидне изграђености и доброг положаја у односу на комуникативне правце.

Бањски туризам Србије карактерише изразита доминација промета домаћих гостију, док је учешће иностраних туриста на веома ниском нивоу и има маргинални карактер. Нешто веће учешће (за наше услове) страних гостију у бањском промету забележено је крајем 1980-их година, када је туризам Србије бележио до сада најбоље туристичке резултате.

Иако у Србији постоји велики број термалних и минералних извора, званична статистика бележи туристички промет само у 30-ак бања, које учествују са 95% бањског туристичког промета наже земље. Треба истаћи да и међу ових тридесетак бања постоје огромне разлике у обиму туристичког промета, јер пет најразвијенијих бања (Врњачка бања, Сокобања, Нишка бања, Бања Ковиљача и Матарушка бања) апсорбује чак $\frac{2}{3}$ укупног промета у бањама Србије (Јовичић Д., 2009).

Природна својства термоминералних вода и величина смештајних капацитета нису до сада имали пресудан утицај на величину туристичког промета који су остваривале поједине бање Србије, али су зато, географски положај и удаљеност од градских насеља као основни елементи туристичке валоризације, пресудно утицали на величину промета у бањама наше земље.

У Србији се према величини промета може издвојити неколико група бања. Прву групу чине наше најпосећеније бање: Врњачка бања и Сокобања. Врњачка бања је наша најразвијенија бања, која је са учешћем од око 20% у укупним бањским ноћењима далеко испред свих осталих бања у Србији. Најбоље резултате Врњачка бања је, попут других туристички најзначајнијих центара у Србији, остваривала током 1980-их година. Каснији туристички резултати, током „кризних 1990-их година“ били су неупоредиво скромнији. Међутим, све време је присутна доминација Врњачке у односу на остале бање у нашој земљи. У питању је наша најизграђенија бања, са најдужом традицијом, која лежи у подножју атрактивне планине Гоч и има најједначенију дистрибуцију промета по месецима у години, што указује на веома повољне перспективе њеног будућег развоја, због чега она заслужује посебно место у развоју туризма у Србији. Одмах иза Врњачке бање, по величини промета налази се Сокобања (18% учешћа у бањским ноћењима Србије у 2005. години), са солидном смештајном базом и медицинским капацитетима, дугом традицијом и која заједно са Озреном, у чијем подножју се налази, чини јединствену туристичку и функционалну целину.

У другу групу спадају бање у којима се, појединачно гледано, остварује више од 100.000 ноћења годишње – Нишка бања, Бања Ковиљача, Буковичка бања и Матарушка бања, које припадају групи наших

најразвијенијих бања. Одликују се релативно развијеном лечилишном функцијом, солидном материјалном базом и имају повољан положај (близина комуникативних праваца, градских насеља и других мотива).

Трећој групи припадају бање у којима се остварује преко 50.000 ноћења, као што су: Горња Трепча, Гамзиградска, Сијаринска и Пролом бања. Међу осталим бањама треба издвојити још Врањску (одличан положај, најпознатија хипертерма у нашој земљи са температуром воде вишом од 90°C), Богутовачку, Куршумлијску (близина Копаоника), као и Рибарску бању, која бележи значајан успон током протеклих неколико година, користећи погодности свог положаја, јер се налази на падинама Јастрепца, у близини Крушевца, а такође је развила лечилишну функцију и унапредила материјалну базу. Све остале бање далеко заостају иза поменутих и у њима се не могу очекивати већи резултати у краћем и средњерочном периоду (Јовичић Д., 2009).

Постоје бројни подаци о неискоришћеним минералним, термалним и термоминералним изворима као и о недовољно уређеним бањама. Осим поменутих изузетака, већина бања у Србији има незнатан промет туриста и ноћења, а самим тим и слабе економске и друштвене ефекте за средину у којој се налазе. Узроци оваквог стања су бројни: промена граница и државног уређења наше земље, бројни ратови и периоди економских и политичких криза, недостатак средстава за детаљна теренска и кабинетска испитивања особености терена и појава лековитих вода на њему, лоша организација здравствене и туристичке оперативе, низак ниво стручности запослених, одсуство финансијских улагања и др. (Станковић С., 2009).

Основни проблеми, који отежавају експанзију бањског туризма у Србији, могу се класификовати на следећи начин:

- сиромашна туристичка понуда и недостатак стратегијског приступа планирању бањског туризма;
- непостојање стабилних финансијских извора;
- доминација домаћих туриста;
- лоши законски акти, који се и поред својих недостатака, слабо примењују;
- лоша туристичка анимација, потенцијалних клијената;
- недостатак истраживања тржишта;
- застарелост медицинске опреме;
- незадовољавајућа општа и туристичка инфраструктура и
- неуважавање концепта одрживог развоја и неумереност у туристичкој изградњи довеле су у протеклом периоду до низа негативних ефеката, чиме се угрожавају природни лековити фактори и целокупан амбијент бањских места.

СТАЊЕ И ПЕРСПЕКТИВЕ БАЊСКОГ ТУРИЗМА У СРБИЈИ

Перспективе развоја бањског туризма у Србији

Стање бањског туризма у Србији није на задовољавајућем нивоу, што се може објаснити деловањем низа фактора. Ипак, перспективе бањског туризма у Србији могу се оценити позитивним, имајући у виду да је у питању облик промета који већ више деценија заузима водеће место у туризму наше земље.

Као прво, усмеравање будућег развоја бањског туризма мора се темељити на стратегијском приступу, што је суштински предуслов развоја савременог туризма у свету. Дефинисањем стратегије бањског туризма треба одредити циљеве и начин (технике, средства) како да се постављени циљеви и остваре. У окружењу (тржишном, економском, еколошком, политичком, технолошком, саобраћајном...), континуирано се дешавају промене које стратегија развоја бањског туризма мора уважавати, предвиђати и прилагођавати им се.

При планирању, треба имати у виду географски положај бања који се показао као основни елемент туристичке валоризације, јер је у односу на друге географске особине највише утицао на разлике у туристичком промету бања. Највећи пажњу треба обратити на однос бањских места према важнијим комуникацијама, атрактивнијим туристичким мотивима и према насељеним зонама. У односу на туристичко-географски положај бања Србије, могуће је издвојити три групе бања (Јовичић Ж., 2002):

1. I група: бање са најпрометнијим положајем (Нишка и Матарушка),
2. II група: бање у непосредној близини важних саобраћајних комуникација (Овчар),
3. III група: бање у близини других туристичких мотива (Сокобања, Ковиљача, Буковичка, Пећка, Новопазарска, Рајчиновачка, Клокот бања и др.).

Да би се туризам у бањама подигао на виши ниво, потребно је континуирано истраживати тржиште, обратити пажњу на међународна искуства и савремене тенденције у развоју бањских места у свету и концентрисати се на осмишљавање квалитетне и диверзификоване туристичке понуде.

Скоро ниједна бања у Србији (можда је изузетак Рибарска бања) није се развијала искључиво као медицинско-лечилишни центар, иако су се неке од њих значајно афирмисале у развоју лечилишне функције, као на пример Врњачка бања за лечење болести дигестивног тракта, Сокобања за лечење болести дисајних органа и Нишка бања за лечење реуматских и срчаних обољења. Исто тако, ни једна бања се није искључиво развијала као туристичко-рекреативни центар. Поједине развијеније бање су настојале да обогате своју понуду различитим садржајима комплементарним туризму и

тако привуку бројне туристе, остварујући веће приходе (нпр. Врњачка бања је пуно пажње посветила организовању конгресних скупова, а у Сокобањи је подигнута фабрика за производњу сувенира).

Битно је да и када се одреди циљни сегмент туристичке клијентеле, поготову у бањама у којима је више заступљена туристичко-рекреативна функција, да се осмисли разноврсна понуда, односно да се пружи туристима велика палета производа и услуга. Треба имати у виду да не одговара свима иста врста одмора, односно да постоје пасивни и активни одмор. Па тако, људима који се баве физичким пословима више ће одговорати пасивни одмор, док онима који се баве претежно интелектуалним радом више ће пријати активни одмор. Активан одмор је у данашње време све популарнији, а свакако да се може уврстити у туристичку понуду бањских места. Њега одликују рекреативне активности у природи које поспешују одређене физиолошке процесе који поново успостављају равнотежу у организму поремећену замором, као што су: шетње поред реке или језера, планинарење, пливање, вожња бицикла, џогинг, све популарнија јога и др.

Комплементарност туристичко-рекреативне и здравствене функције бањских места најбоље потврђују wellness програми који су нашли примену у многим развијенијим бањама Европе и чија искуства би требало да користе и Србији. Термин је изведен од енглеских речи wellbeing (добро осећање) и fitness (добро здравствено и телесно стање). Укратко, Wellness означава хармонично здравствено стање тела и духа у људском организму, што подразумева самоодговорност човека и његов одговоран и савестан однос према природи и окружењу. Састоји се од следећих елемената: телесна активност, здрава храна, духовна активност и лична релаксација. Карактеристика ове врсте понуде је у томе што се усмерава на нове сегменте тражње, који до сад нису били предмет тржишног анимирања, а то су: млади, амбициозни и пословно успешни људи, захтевни гости који траже ванстандардну понуду, богатија домаћа и страна клијентела, пасивни и активни рекреативци и др. (Обрадовић Арсић Д., Гледовић З., 2012). Први кораци у креирању wellness програма у нашој земљи начињени су у Врњачкој бањи отварањем Wellness центра и трансформацијом хотела Извор у Аранђеловцу у први wellness хотел у нашој земљи (Јовичић Д., 2009).

Креирање диверзификоване туристичке понуде је такође битно за ублажавање већ поменуте сезоничности туристичког промета. Обогаћена и атрактивна понуда током целе године подразумева увођење рекреативних, културно-уметничких и забавних садржаја, организацију сајмова, конгреса и других манифестација, као и организовање производних делатности

СТАЊЕ И ПЕРСПЕКТИВЕ БАЊСКОГ ТУРИЗМА У СРБИЈИ

комплементарних туризму: флаширање бањских вода, производња поврћа и цвећа (топле леје), обнова старих заната, производња сувенира.

Позитиван пример бање у којој је највише успеха постигнуто на плану диверзификације туристичке понуде, односи се на нашу најразвијенију бању – Врњачку бању. Значајно место у њеној понуди припада спортском, спортско-рекреативном (припреме спортских екипа, спортске игре, различите рекреативне активности на отвореном и затвореном простору) и спортско-риболовном туризму (Западна Морава). Близина Гоча пружа одличне услове за повезивање бањског и планинског туризма (лов, зимски спортови, летње рекреативне активности). Бања обилује културним и забавним догађајима (манifestациони туризам) током целе године: Врњачке културне свечаности, фестивал филмског сценарија, фестивал фолклора, Међународна цез радионица, Дани српског театра и др. Гостима Врњачке бање на располагању су организоване посете манастирима, црквама и другим споменичким вредностима – Студеница, Жича, Градац, Каленић, Љубостиња, Велуће, Лазарица и др., имајући у виду да се налази у изузетно хетерогеном мотивском окружењу (споменички и излетнички туризам). Врњачка бања се све више афирмише и као центар конгресног туризма, јер се у њој посебна пажња посвећује уређењу и опремању простора за организацију конгреса и других научно-стручних и пословних скупова (Јовичић Д., 2009).

Скоро све бање Србије леже и подножју неке планине и тиме се намећу могућности корелативног развоја планинског и бањског туризма, односно комбинованог климатског и бањског лечења. Такве могућности посебно дају предност Врњачкој бањи (Гоч), Сокобањи (Озрен), Буковичкој (Букуља) и Јошаничкој бањи (Копаоник).

До сада је у бањском туризму, као што је већ речено, била присутна потпуна доминација домаћих гостију. Међутим, без обзира на то, инострани туризам мора бити један од приоритетних праваца у даљем развоју бања као лечилишних, а посебно туристичко-рекреативних места.

У погледу развоја иностраног туризма, прву групу приоритета чине четири бање: а) Јошаничка – испод Копаоника, због могућности које ова планина има на међународном туристичком тржишту; б) Буковичка – због релативне близине Београда и могућности туристичког уоблачивања планине Букуље; в) Нишка – због повољног положаја на међународним саобраћајно-туристичком правцу и солидне материјалне базе; г) Врањска – такође због повољног положаја према међународном саобраћајно-туристичком правцу, куриозитетних атрибута, најтоплијих и термоминералних извора у Србији и могућности различите примене толих вода (Јовичић Д., 2009).

Другу групу приоритета чине Врњачка, Сокобања, Матарушка, Ковиљача и Сијаринска бања, које имају изграђене физиономије и запажене резултате у укупном промету. Реално је очекивати да ће трендови њиховог развоја и даље бити ослоњени на стандардну понуду за широк дијапазон посетилаца, при чему је могуће развијати и инострани туризам, уз нужно комплементирање понуде, организациону и кадровску трансформацију (Јовичић Д., 2009).

Битан фактор будућег развоја бањског туриза у Србији односи се на успешну реализацију процеса приватизације бањских хотела и специјализованих здравствених објеката. Ови процеси треба да се одвијају паралелно и буду међусобно усклађени, а први успешни резултати у овом домену могу се очекивати у нашим најразвијенијим бањама, пре свега Врњачкој бањи и Сокобањи (Јовичић Д., 2009).

Треба осмислити план и стратегију туристичке пропаганде, који треба да буду координирани са планом целокупне пословне активности. У циљу осмишљавања квалитетне туристичке пропаганде треба се осврнути на: анализу тржишта и еластичности тражње, циљ конкретне туристичке пропагандне акције или кампање, утврђивање трошкова туристичке пропаганде, изворе средстава и медија туристичке пропаганде, утврђивање садржаја пропагандне поруке, утврђивање временског периода одвијања пропагандне активности и на контролу ефеката туристичке пропаганде.

Саобраћај је примарна услуга у туристичком промету јер омогућава путовања у туристичке сврхе. Јасно је да је транспорт туриста из места боравка до туристичког места услов за туристичку посету неком месту, а тиме и за реализовање туристичке потрошње, при чему се знатан део те потрошње оствари управо у саобраћају, тако да је ефективно и ефикасно повезивање саобраћаја и туризма од велике важности због укупних економских резултата које из тога проистичу. Туристичка кретања су снажан фактор усавршавања саобраћајних средстава, али и ширења саобраћајне мреже. Са друге стране, саобраћај је истовремено и фактор и елемент туристичких кретања (Јовичић Д., 2009).

Неуважавање концепта одрживог развоја и стихијност у туристичкој изградњи довели су у протеклом периоду до низа негативних ефеката, чиме се угрожавају природни лековити фактори и целокупан амбијент бањских места, који представљају велике еколошке потенцијале и природне ресурсе од националног значаја, те заслужују и посебне мере заштите уз активну одговорност како јавног тако и приватног сектора. Да би се поменуте последице отклониле, али и ради превенције могућих негативних ефеката у наредном периоду, као и ради очувања стабилне природно-еколошке основе будућег развоја бањских места, пажња се мора посветити доношењу законских, просторно-планских, организационих,

СТАЊЕ И ПЕРСПЕКТИВЕ БАЊСКОГ ТУРИЗМА У СРБИЈИ

пропагандно-информативних и едукативних мера и активности. Чињеница је да се еколошке вредности бања Србије, које представљају велике еколошке потенцијале и природне ресурсе од националног значаја могу очувати само активном и континуираном заштитом, која представља један од приоритета у развоју ових места (Јовичић Д., 2008).

Последњи Закон о бањама, из 1992. године, непотпун је и застарео, па је неопходно донети нови закон који мора бити у складу са законима о туризму, здравственом осигурању, водама, рударству, заштити животне средине и закону о концесијама, што значи да би у његову израду требало да буду укључена скоро сва министарства.

Да би туристима могао да се понуди квалитетан туристички производ и да би се постигла све већа успешност на туристичком тржишту, свакако да би требало запослити квалитетне школоване кадрове у туризму који ће то омогућити. Један од приоритета јесте запошљавање школованих кадрова и њихово континуирано образовање, како би били у стању да прате захтеве тржишта.

Закључак

Може се закључити да је Србија земља са великим потенцијалом за развој бањског туризма због бројности и распрострањења лековитих вода, међутим валоризација бањских места није на адекватном нивоу. Могућности развоја бањског туризма у Србији су знанто веће од садашњег стања изграђености и опремљености здравствених установа, туристичко-угоститељских објеката, инфраструктуре, квалитета услуга, обима туристичке пропаганде, садржаја и дужине боравка, нивоа стручности запослених и других показатеља. Чини се да је у наредном периоду потребно најпре уредити законску регулативу, покренути нови инвестициони циклус у обнављању постојећих и изградњи нових објеката, наставити хидрогеолошка истраживања, школовати одговарајући кадар и обогатити туристичку понуду ових места.

Литература

- Јовичић Д. (2008). *Стање и перспективе развоја бањског туризма у Србији*, Гласник српског географског друштва – свеска LXXXVIII, бр. 4, стр. 3-18, Српско географско друштво, Београд.
- Јовичић Д. (2009). *Туристичка географија Србије*, Универзитет у Београду – Географски факултет, Београд.
- Јовичић Ж. (1998). *Основи медицинске географије Србије: теоријско-методолошки концепт*, Српско географско друштво, Београд.

Сања Топаловић

Коматина М. (2001). *Медицинска геологија*, TELLUR - Геоинжењеринг, Београд

Марковић Ј. (1987). *Бање Југославије*, „Туристичка штампа“, Београд.

Обрадовић Арсић Д., Гледовић З. (2012). *Медицинска географија*, Универзитет у Београду – Географски факултет, Београд.

Станковић С. (2008). *Туристичка географија*, Универзитет у Београду – Географски факултет, Београд.

Станковић С. (2009). *Бање Србије*, Универзитет у Београду – Географски факултет, Београд.

*** Закон о бањама („Службени гласник РС“, бр. 80/92, 67/93)

www.banjesrbije.net

webrzs.stat.gov.rs

Sanja Topalović

STATE AND PROSPECTS OF SPA TOURISM IN SERBIA

Summary

It can be concluded that Serbia is a country with great potential for the development of spa tourism because of the large number and the prevalence of mineral waters, however, the valorization of spas is not on an adequate level. The possibilities of the development of spa tourism in Serbia are greatly larger than the current state of building and equipping of medical institutions, touristic and catering objects, infrastructure, the quality of services, the scope of touristic marketing, contents and duration of visits, the degree of the competence of the employees and other indicators. It seems necessary in the near future to first improve the regulations, put in motion a new investment circle in rebuilding the existing objects and building new objects, continue hydrogeological research, educate corresponding stuff and enrich the touristic offer of these places.