



Финални нацрт

Општина Велика Плана
Туристичка организација општине
Велика Плана

ПРОГРАМ РАЗВОЈА ТУРИЗМА ОПШТИНЕ ВЕЛИКА ПЛАНА 2024 – 2028.



Регионална развојна агенција
„Браничево-Подунавље“ доо
Фебруар, 2024.

Носилац израде Програма:

Туристичка организација општине Велика Плана

Руководилац процеса израде Програма:

Регионална развојна агенција „Браничево-Подунавље“ доо Пожаревац

Одговорно лице:

Горан Марјановић, ТО Велика Плана

Координатор израде:

Ивана Антонијевић, РРА „Браничево-Подунавље“

Стручни сарадник:

др Ведрана Лазаревић

Садржај

УВОД.....	4
1. МЕТОДОЛОГИЈА РАДА	5
2. ПЛАНСКИ ОСНОВ	7
3. ОПШТЕ ИНФОРМАЦИЈЕ О ОПШТИНИ ВЕЛИКА ПЛАНА.....	9
3.1. Географске, демографске и климатске карактеристике	9
3.2. Културно-историјско наслеђе	12
3.3. Саобраћајна и комунална инфраструктура.....	16
3.4. Степен привредног развоја туризма у општини Велика Плана.....	18
4. АНАЛИЗА ПОСТОЈЕЋЕГ СТАЊА РАЗВОЈА ТУРИЗМА	21
4.1. Кључни показатељи туристичког промета	21
4.2. Организације туристичког сектора на нивоу јединице локалне самоуправе	23
4.3. Анализа постојећих кључних туристичких производа	25
4.4. Анализа понуде туристичко-угоститељских капацитета	31
4.5. Анализа људских ресурса у области туризма	33
4.6. Активности на развоју туристичких производа	34
5. SWOT АНАЛИЗА – ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАЦИ РАЗВОЈА ТУРИЗМА	37
6. ДЕФИНИСАЊЕ КЉУЧНИХ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА	42
7. АНАЛИЗА КЉУЧНИХ ТУРИСТИЧКИХ ТРЖИШТА ОД ЗНАЧАЈА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА И МАРКЕТИНГ АКТИВНОСТИ	45
8. РАЗВОЈНИ МОДЕЛ, ЦИЉЕВИ И ПРОЈЕКЦИЈЕ ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА.....	47
9. АНАЛИЗА И ПЛАН КОНКУРЕНТНОСТИ СА ПРЕДЛОГОМ КЉУЧНИХ ИНВЕСТИЦИОНИХ ПРОЈЕКТА.....	50
10. МОДЕЛ УПРАВЉАЊА ТУРИСТИЧКОМ ДЕСТИНАЦИЈОМ	54
11. АКЦИОНИ ПЛАН	57
ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА	1
Листа скраћеница	2
Попис табела	2
Попис графикана	3
Попис слика	3
Коришћена литература и извори података.....	3
Објављивање и ступање на снагу – нацрт Одлуке	6

УВОД

Општина Велика Плана се за туризам определила као за једну од приоритетних привредних грана. Релативно позната на туристичкој мапи Србије као подручје са значајном транзитном улогом и одређеним историјским наслеђем, кроз туризам (који се пре свега карактерише великом мултипликативношћу) остварује већ одређене приходе који су из године у годину све значајнији. Евидентна је и све већа заинтересованост људи са територије општине за посредним и непосредним укључивањем у ову привредну делатност.

У складу са оваквим трендом и потребом да се туризам плански развија, инициран је процес израде овог Програма. Носилац израде Програма је Туристичка организација општине Велика Плана, а Регионална развојна агенција „Браничево-Подунавље“ доо је руководилац израде. Програм је рађен на основу Правилника о садржини и начину израде програма развоја туризма (Службени гласник РС бр.86/2020) и у складу са Стратегијом развоја туризма Републике Србије за период 2016 – 2025. (Службени гласник РС бр. 98/2016).

Програм је базиран на утврђивању свих постојећих карактеристика и потенцијала општине у природном, културном, саобраћајном и привредном смислу, односно на свим елементима који би били специфични као туристичка основа и заједно са другим сегментима чинили заокружену целину и комплексни туристички производ општине.

У настојању да се повећа туристичка потрошња и задовољство туриста, циљ Програма је унапређење тренутног нивоа развоја туризма на територији општине, односно креирање понуде са већим бројем различитих производа и услуга, која би афирмисала локално културно-историјско, природно и традицијско наслеђе и понудила посетиоцима квалитетно проведено време.

1. МЕТОДОЛОГИЈА РАДА

Принципом рада кроз примењивање методолошких основа на изради Програма развоја туризма општине Велика Плана за период 2024-2028. године, добијени су резултати настали истраживачким радом на терену, као и кабинетским радом. На основу тога, у даљем раду дате су адекватне анализе резултата проистеклих из примењених метода и техника истраживања.

За потребе израде Програма развоја туризма општине Велика Плана за период 2024-2028. године обављен је већи број разговора и радионица са различитим локалним субјектима, односно кључним заинтересованим странама на територији општине Велика Плана, који су у директној или индиректној вези са развојем туризма. Од посебног су значаја биле радионице у којима је активно учествовало више од 40 представника локалног јавног, цивилног и приватног сектора. које су кроз партнерски и интерактивни приступ изнедриле заједничку визију, циљеве и даље конкретне кораке везане за развој туристичке привреде на територији општине. Коначно, спроведена је и јавна расправа на Нацрт документа у периоду 05.02-19.02.2024. године, у оквиру које је исти достављен на више од 40 адреса потенцијалних заинтересованих страна и објављен на свим релевантним интернет каналима Општине и Туристичке организације. Прикупљено је 10 писаних коментара и сугестија који су размотрени и интегрисани у финални нацрт документа.

Графикон 1: Учесници радионица по секторима



Извор: РРА БП

Слика 1: Радионица



Предмет рада

Предмет Програма развоја туризма је општина Велика Плана као потенцијална туристичка дестинација са специфичним саобраћајно-географским положајем и карактеристичним природним и културним потенцијалима за даљи развој у туристичко-привредном смислу.

Радом на изради Програма развоја туризма су обухваћене све карике везане за туристичку привреду на територији општине Велика Плана, као и целокупне основе овог дела Србије, које би могле бити платформа за даљи развој туризма.

Циљ Програма развоја туризма општине Велика

Истраживање, дефинисање и представљање могућности развоја туризма на простору општине Велика Плана на темељима локалног традиционалног и културног наслеђа, здраве животне средине и локалне гастрономије, низа аутентичних и атрактивних садржаја.

Задаци Програма развоја туризма општине Велика Плана

Задаци Програма развоја туризма као приоритет имају сагледавање свих елемената од важности за развој туризма на простору општине Велике Плана. На основу оваквог приступа раду добиће се приказ реалног стања на терену, као и неопходних даљих корака потребних за утврђивање недостатака и предности општине Велике Плана као дестинације.

Методе истраживања

При изради Програма развоја туризма општине Велика Плана за дати период коришћене су различите научне методе:

- Метода аналитичког проучавања свих елемената од значаја за развој туризма на простору општине Велика Плана;
- Историјска метода проучавања коришћена је при истраживању архивске грађе и других докумената везаних за развој туризма;
- Метод компарације је примењен при истраживању стања адекватних врста туризма у другим европским земљама и поређења са ситуацијом у општини и региону у ширем смислу комплементарности;
- За анализу јаких и слабих тачака, предности и недостатака примењена је SWOT анализа ;
- Помоћу дескриптивне методе представљени су изведени закључци.

2. ПЛАНСКИ ОСНОВ

Општина Велика Плана, односно јединица локалне самоуправе, у оквиру својих надлежности утврђених Законом о туризму (члан 12) доноси Програм развоја туризма за петогодишњи период од 2024. до 2028. године. Програм се ради у складу са актуелном **Стратегијом развоја туризма Републике Србије**. Програм развоја туризма јединица локалне самоуправе доставља Министарству туризма и омладине Републике Србије на претходно мишљење.

Правни основ

Програм развоја туризма општине Велике Плана 2024 – 2028. године је израђен у складу са **Правилником о садржини и начину израде програма развоја туризма** (Службени гласник РС бр. 86/2020) и свим кључним правним и стратешким документима националног и локалног нивоа:

Закон о туризму („Службени гласник РС”, број 17/19) је документ који представља основну платформу за све кораке јер у себи садржи анализе стања на туристичком тржишту. Кључни циљ Закона о туризму јесте унапређење и координација рада свих актера јавног и приватног сектора у туризму ради постизања бољих резултата на свим нивоима с циљем да се постигну максимални резултати дефинисани Стратегијом развоја туризма за период 2016–2025. године.

Закон о угоститељству (Сл. Гласник РС, бр. 17/2019), којим се уређују услови и начин обављања угоститељске делатности.

Стратегија развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године истиче визију и циљеве развоја туризма, избор приоритетних туристичких производа, предлог приоритетних туристичких дестинација, анализу утицаја на културно наслеђе и природна добра, као и предлог политике развоја туризма.

Стратегијски маркетинг план туризма Републике Србије до 2025. године реферира процес брендирања туризма Републике Србије, креирање жељеног имиџа као туристичке дестинације и даље унапређење постојеће маркетиншке инфраструктуре, како би се кроз координацију рада свих учесника у туризму подигао квалитет промотивних активности у складу са савременим трендовима и постигла унифицирана комуникација. Поред брендирања, од изузетног значаја је регионално удруживање туристичких организација ради заједничких активности и наступа.

План развоја општине Велика Плана за период 2023-2029. усвојен је 2023. године и у истом туризам има значајан удео у даљем развоју општине. Успешном реализацијом Плана створиће се повољно пословно окружење, биће омогућено отварање нових радних места, значајно ће се унапредити инфраструктура у општини, квалитет животне средине и туристички садржаји. Стратешки приоритети развоја општине Велика Плана за период

предвиђен Планом године су унапређење јавне управе и друштвених делатности, развој инфраструктуре и заштита животне средине и развој привреде. Један од приоритетних циљева општине су унапређени услови и развој одрживог туризма, за чију основу се наводи изузетно повољан географски положај општине у централном подручју Републике Србије, смештене једним делом у моравској долини, а другим у Шумадији.

Просторни план општине Велика Плана 2012 – 2022. година идентификује туризам као једну од перспективних привредних грана, односно види Велику Плану као дестинацију погодну за развој конгресног, културног, транзитног, агротуризма, и осталих видова туризма. Дефинисани специфични циљеви обухватају: позиционирање општине Велика Плана на бази успостављених функционалних веза и повезивање у односу на метрополитен Београда, реструктурирање и унапређење економских и привредних структура са циљем повећања економске конкурентности и профитабилности, успостављање ефикасне и одрживе саобраћајне и комуналне инфраструктуре у функцији туристичке понуде, развој различитих облика туризма – транзитни, конгресни, викенд и излетнички, ловни и риболовни и развој сеоског туризма, заокруживање туристичких вредности и потенцијала у јединствену понуду, формирање мреже угоститељских и пратећих туристичких објеката - туристичко-информативних центара и њихова стандардизација, кадровско опремање, маркетинг и пропаганду.

План детаљне регулације „Просторна целина – Жабарски мост“ у Великој Плани израђен је на основу потребе да се изврши анализа потенцијала, ограничења и развојних приоритета подручја и стварање планског основа за изградњу нових садржаја, са анализом статуса изграђених објеката. Планом је обухваћен простор који садржи и значајну туристичку зону и представља полазиште за даље инвестиције и развој, посебно туристичке супраструктуре и различитих услуга у туризму.

Регионална стратегија руралног развоја за Браничево-Подунавље 2016-2020. настоји између осталог, да позиционира рурални туризам у региону, који је идентификован као сектор са највишим развојним потенцијалом. У фокусу су активација постојећих потенцијала, унапређење квалитета туристичких производа и промоција регионалне понуде.

3. ОПШТЕ ИНФОРМАЦИЈЕ О ОПШТИНИ ВЕЛИКА ПЛАНА

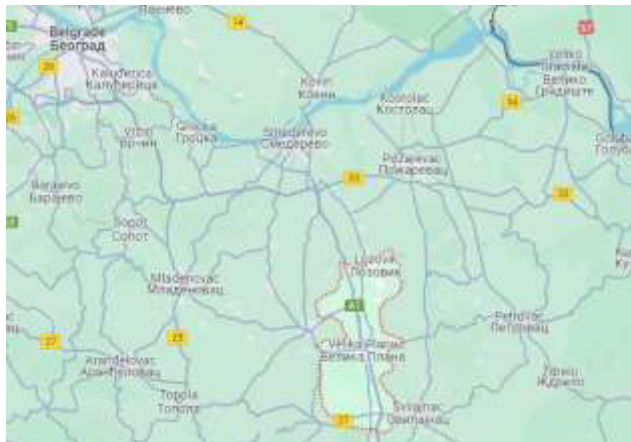
Развој туризма одређеног подручја зависи од што реалнијег сагледавања тренутне ситуације и постојећег стања на територији. Ради усешног планирања и адекватног предузимања потребних корака потребно је утврдити свеукупне потенцијале подручја кроз призму могућности за туристички развој. Као неизоставни корак потребно је представити анализу географских, демографских и климатских карактеристика, културно-историјског наслеђа, саобраћајне и комуналне инфраструктуре и степена привредног развоја туризма. На овај начин ће се на основу општих информација о подручју добити прецизнија слика која ће бити својеврсна платформа за даљи рад на дефинисању потребних активности.

3.1. Географске, демографске и климатске карактеристике

Положај

Општина Велика Плана је смештена у централном подручју Републике Србије и од Београда, као главног града и највећег емитивног центра на националном нивоу, удаљена је 92 километра. Налази се у Подунавском округу, заједно са општинама Смедеревска Паланка и Смедерево. Подунавски округ одликује изузетно добар географски положај, природна богатства, плодно земљиште и добре комуникацијске везе са другим градовима и крајевима.

Слика 2: Положај општине Велика Плана



Извор: Гоогле мапе

Кроз општину пролази и међународни пут Коридор X - E-75, регионални путеви: P-107, P-109, P-214, магистрални пут M-4. Општину Велика Плана карактерише разграната мрежа путева (међународни 32 км, магистрални 10 км, регионални 51 км и локални 449 км). Сва насеља су са центром општине повезана асфалтним путем. Железничка пруга Београд – Ниш пролази целом дужином општине. Овакав географски положај је значајна предност и пружа потенцијале који се много активније морају експлоатисати у дугорочном развоју општине. Удаљеност општине Велика Плана од аеродрома „Никола Тесла“ Београд износи

106 км, од аеродрома „Констатнин Велики“ Ниш 145 км, а од аеродрома „Морава“–Краљево 105 км.

Укупна површина општине Велика Плана износи 34.500 ха. Општину Велика Плана сачињава 13 насеља од којих је 12 сеоског типа, док је општински административни центар Велика Плана. Чине је насеља: Велико Орашје, Доња Ливадица, Крњево, Купусина, Лозовик, Марковац, Милошевац, Ново Село и Радовање.

- Изванредна доступност општине, представља једну од њених кључних конкурентних предности у односу на сличне дестинације, како за домаће, тако и за стране туристе.

Рељеф

Општина Велика Плана је лоцирана у плодној великоморавској низији. Простор општине Велика Плана може поделити на: моравски – равничарски део општине – где се становништво углавном бави ратарском, сточарском и повртарском производњом, и шумадијски – брдовити део – где се, осим ратарских култура, у значајној мери јављају воћарске културе и винова лоза.

На територији општине постоји више заштићених природних добара:

1. **"Радовањски луг"**, заштићен 1989. год. – Радовање, меморијални природни споменик, 46 ха
2. **"Група стабала у Лозовику"**, заштићен 1971. год. - Лозовик, споменик природе, 2, 16 ха
3. **"Радојковића храст"**, заштићен 1968. год. - Доња Ливадица, споменик природе, 7,06 ари
4. **"Храст сладун"**, заштићен 1987. год. - Копоринска коса – Велика Плана, споменик природе, 3 ара

Хидрографија

Територија општине Велика Плана у хидрографском погледу припада сливовима Велике Мораве и Језаве. Одликује је развијена хидрографска мрежа и пресецају је водени токови реке Велике Мораве, Јасенице, Раче... Од укупне површине општине сливу Велике Мораве припада око 262,0 км², а сливу Језаве око 83,0 км². Велика Морава кроз територију општине Велика Плана протиче у дужини од око 36 км.

Корито Велике Мораве је таквог састава да река руши обале и често мења положај свог тока, због чега је изражено меандрирање. Сталне промене корита Велике Мораве су последица узајамног дејства кретања наноса и рада бочних сила. Сливу Велике Мораве припадају Јасеница, Рача и Грабовачки поток.

- Велика Морава као једна од највећих река у земљи представља изузетан ресурс у туристичком смислу. За активан туризам је заинтересован све већи број људи у земљи и иностранству, а ово поднебље са својим карактеристикама пружа изванредне потенцијале.

Клима

Климатске прилике у општини Велика Плана одраз су утицаја бројних фактора, како ширег, тако и локалног значаја. Географски положај овог простора, указује на његову припадност умереноконтиненталној климатској зони, односно на режим умереноконтиненталне климе са четири годишња доба. Прелазна доба се одликују временском променљивошћу, док су лета услед утицаја Азорског антициклона са доста стабилним временом и повременим пљусковитим падавинама локалног карактера. Временске прилике у хладнијем делу године, под утицајем су циклонске активности са Атлантика и Средоземља и зимског тзв. Сибирског антициклона.

Биљни и животињски свет

Различит геолошки састав, конфигурација терена, климатске прилике, заступљеност бројних педолошких јединица и многи други природни фактори, условили су хетерогеност у флористичком саставу. Значајну улогу у мењању природног ареала имао је и човек.

Општина Велика Плана је релативно богата у погледу дивљачи чији је размештај у зависности од природних услова појединих делова области. Услед култивисаности територије, дивљач је потиснута на травне и шумске терене, чиме су и станишта многим врстама ограничена. У листопадним шумама, ливадама, њивама, воћњацима, виноградима, баштама, потоцима и барама живе различите животињске врсте. Овде се срећу срна, зец, веверица, шумски миш, пух, јеж, кртица, твор, ласица, лисица, јазавац. Присутне су и разне врсте птица – барске птице, коке (фазан, јаребица, препелица), разне врсте голубова, детлића, дневних и ноћних грабљивица... Речни токови на овом подручју природно су предодређени за станиште већег броја врста рибе. Међутим, загађени водотоци прилично су проредили ову врсту фауне - како у погледу врста, тако и по бројном стању.

- Разноврсан биљни и животињски свет овог дела Србије пружа добре основе за развој ловног туризма, али и за афирмисање бројних активности везаних за природу попут „шумског wellnessa“, посматрања птица и „лова“ фотоапаратом и камером.

Демографија

Према Попису из 2022. године, Велика Плана има 35.544 становника, који живе у 13 насеља. Радни контингент становништва (15-64 година) броји 22.250 грађана, док је у 2023. години код Националне службе за запошљавање било регистровано 1.850 незапослених¹.

¹ РЗС: ДевИнфо Профил Велика Плана, јануар 2024.

Становништво је релативно равномерно подељено на рурално и урбано, иако се свакодневни стил живота одликује традиционалном зависношћу од пољопривредних активности. У свеукупним друштвеним активностима, Велика Плана гравитира Београду и Крагујевцу, у неким сегментима чак и више него Граду Смедереву као административном центру округа.

3.2. Културно-историјско наслеђе

Територија коју заузима општина Велика Плана је била настањена још у неолиту, затим су ту боравили Трибали, а у IV веку пре нове ере простор су настанили Келти. У доба Римљана, данашња територија општине Велика Плана ушла је у састав провинције Горње Мезије, а након пада Римског царства у састав Византије. Подручје није археолошки истражено, нема трагова праисторије, али се обрадом земљишта наилазило на предмете млађег каменог доба. Сва ископана грађа као сведок постојања насеобине из периода пре нове ере, чува се у Народном музеју у Смедеревској Паланци.

Због природног богатства и доброг географског положаја овај крај је увек био на мети различитих освајача, те се Велика Плана први пут у писаним документима појављује још 1724. године под именом Плана. Као насеље се кроз историју развијала уз “Цариградски пут”.

После пада српске деспотавине 1459. године, Турци освајају читав простор, а српско становништво је проређивано сеобама и одвођењем у ропство. Становништво активно учествује у устанку на челу са Карађорђем, као и у Другом српском устанку, који предводи Милош Обреновић. Успостављају се добри односи са Турцима, али их Карађорђево повратак угрожава, те се издаје наредба за његово погубљење које је извршено 1817. године у Радовањском лугу, близу Плана. Током прве владавине кнеза Милоша укинут је феудализам, проширена српска аутономија и 1839. године донет је закон о општинама по којем Велика Плана улази у састав Орашког среза и број становника јој се увећава.

Већи развој доживљава изградњом железничке пруге Београд-Ниш 1884. године, ако и доласком више немачких индустријалаца који су у Плани оформили прве значајне индустријске погоне. У новијем периоду до привредног развоја долази захваљујући новоизграђеном аутопуту Београд-Ниш, а општина Велика Плана оформљена је 1965. године.

На подручју општине Велика Плана налазе се културно-историјски споменици који су под заштитом и у надлежности Регионалног завода за заштиту споменика културе Смедерево:

Манастир Покајница - *За споменик културе (1948) од изузетног значаја је проглашен 1979. године.* Манастирска црква Брвнара посвећена је Светом оцу Николају Мирикијском (летњи Свети Никола). Цела грађевина лежи на каменим темељима, а грађена је од масивних храстових брвна. Саграђена је као задужбина војводе смедеревске нахије Вујице Вулићевића. Сам народ јој је дао име Покајница, тумачећи овај чин као знак покајања

Вујице Вулићевића за убиство свог кума и вође Првог српског устанка против Турака, Ђорђа Петровића-Карађорђа.

Манастир Копорин - *За споменик културе (1951) од великог значаја је проглашен је 1979. године.* Подигнут је за време владавине деспота Стефана (1389—1427) и смештен је у долини Копоринског потока и подножју Копоринске косе у атару Велике Плана. Манастирски комплекс сачињавају црква Светог Стефана, звонара са простором за продају свећа и других реликвија, извор лековите воде, башта, њиве, виногради и шуме.

Слика 3: Црква Покајница



Слика 4: Манастир Копорин



Извор: <https://velikaplana.rs/galleries/foto-galerija/>

Радовањски луг – *За знаменито место (1971) од изузетног значаја проглашено је 1979. године.* Налази се недалеко од Велике Плана, у шуми у атару села Радовање. Овде се налази обележено место убиства и првобитан гроб Војда Карађорђа. Спомен комплекс обухвата обележено место убиства и првобитан гроб Војда Ђорђа Петровића Карађорђа, цркву посвећену Светом архангелу Гаврилу, познату и под именом Црква Захвалница, недавно изграђени парохијски дом, летњу позорницу и улазну капију у Радовањски луг.

Слика 5: Радовањски луг



Извор: <https://velikaplana.rs/galleries/foto-galerija/>

Црква брвнара, школа и гробље - *За споменик културе (1948) од великог значаја је проглашена 1983. године.* Налазе се у Крњеву. Црква брвнара посвећена Светом Георгију. Подигнута је у првој половини XVIII века и припада групи најстаријих цркава брвнара у Србији. У цркви се чува збирка икона са краја XVIII и почетка XIX века, а на иконостасу се налазе старе иконе које припадају различитим периодима. Црква поседује и велики број вредних старих и ретких књига. Школа је 3. најстарија у Србији, почевши с радом 1779. године.

Слика 6: Стара школа и Црква у Крњеву



Извори: <https://sr.wikipedia.org/sr>, <https://podaci.com/gRoute/Crkva-brvnara-Krnjevo.html>

Кућа брвнара Драгослава Пашића – *За споменик културе је проглашена 1998. године.* Налази се у Милошевцу, а саграђена је половином 19. века. Представља редак пример развијеног типа равничарске брвнаре.

Вила Клефиш - *За споменик културе је проглашена 1997. године.* Породична вила Тонија Клефиша, немачког индустријалца и једног од оснивача кланичне и месно-прерађивачке индустрије у Великој Плани, подигнута је 1922. године. Налази се у центру Велике Плана и у њеним обновљеним просторијама је данас смештена Инфо-центар Туристичке организације Велика Плана.

Зграда старе кланице - *За споменик културе је проглашена 1983. године.* Налази се у Великој Плани и представља део некадашњег комплекса привредно-индустријских објеката које су подигли немачки индустријалци Кристијан Шојс и Вилхелм Шумахер (у периоду од 1886. до 1928. године). Представља вредан пример индустријске архитектуре у Србији (почетак 20. века) и наводи се као прва индустријска кланица у земљи.

Слика 7: Вила Клефиш



Слика 8: Стара кланица



Извор: <https://velikaplana.rs/galleries/foto-galerija/>

Црква брвнара Светих апостола Петра и Павла - *За споменик културе проглашена је 1948. године.* Налази се у Лозовику. Црква брвнара подигнута је на иницијативу и заједничко залагање мештана Лозовика и Сараораца. Са градњом се почело око 1806. године, али је довршена тек 1831. године. Вредну уметничку целину у цркви представљају иконе на иконостасној прегради у класицистичком духу.

Црква рођења Пресвете Богородице - *За споменик културе је проглашена 1988. године.* Налази се у Милошевцу. Вредну уметничку целину у цркви представљају иконе на олтарској прегради, док унутрашње зидове цркве карактерише посебан ефекат обједињавања простора сликаном имитацијом мермера тзв. мраморисање, флорално-геометријски орнамент који прати архитектонске елементе и сликани медаљони. Црква поседује вредне примере богослужбених књига, сасуда и икона.

Црква Светог Вазнесења – *За споменик културе је проглашена 1986. године.* Налази се у Старом Селу. Вредну уметничку целину представљају иконе на иконостасу. Црква поседује лепе и вредне примере икона, богослужбених књига и сасуда као и комада црквеног мобилијара.

Црква Свете Петке – *За споменик културе је проглашена 2002. године.* Налази се у Великом Орашју. У њеној пространој порти налазе се дрвена звонара, зграда парохијског дома и мала капела са извором подигнута 1929. године. Вредну сликарску целину чине иконе на иконостасној прегради изведеној у класицистичком духу.

Црква Светог Архангела Гаврила - *За споменик културе је проглашена 2002. године.* Налази се у Ракинцу. Подигнута је 1875. године.

Црква Светог Георгија - *За споменик културе је проглашена 1988. године.* Налази се у Новом Селу и подигнута је 1893. године. У цркви се налазе значајни примери богослужбених књига, сасуда, икона и комада црквеног мобилијара.

Од значајних културно-историјски објеката који нису под заштитом се издвајају:

Црква Светог великомученика Георгија у Крњеву је саграђена у 18. веку. Посебну вредност представљају детаљи у дрвету и орнаментика. У делу порте језгра старе школе саграђена 1779. године и сматра се претечом Велике школе у Београду.

Цркву Светог Архангела Гаврила - саградио је 1930. године краљ Александар I Карађорђевић, као минијатуру опленачке цркве. Олтар цркве стоји на месту где се налазила колиба Драгића Вујића из села Радовања, у којој је убијен вођа Првог српског устанка, Ђорђе Петровић-Карађорђе. У лађи цркве налази се портрет Карађорђа у природној величини из млађих дана, рад познатог сликара Паје Јовановића.

➤ Културно-историјски споменици представљају кључни ресурс за формулисање и развој препознатљиве локалне туристичке понуде.

Културне садржаје у општини Велика Плана репрезентују установе културе:

- ЈУ Центар за културу „Масука“ Велика Плана
- ЈУ Дом културе „Влада Марјановић“ Старо Село
- Библиотека "Радоје Домановић" Велика Плана
- Удружења грађана у различитим областима културног стваралаштва

Центар за културу „Масука“ у свом окриљу има КУД ЦЗК „Масука“ и позориште и 45 година реализује манифестацију МАСУКИНИ ПОЗОРИШНИ ДАНИ. Поред тога, организује и манифестацију „У славу Великог Војда“, ликовну колонију „Покајница“, као и културну размену са више позоришта из земље и иностранства.

Библиотека у Великој Плани основана је 1949. године. Назив „Танасије Младеновић“ носила је до 1954, када је, Уредбом о забрани имена живих личности у називима институција, добила име које и данас носи – **Библиотека „Радоје Домановић“**.

Дом културе „Влада Марјановић“ у Старом Селу функционише као мултикултурална установа. Одликује га рад у оквиру позоришног стваралаштва, рад Драмског студија „Маска“, односно аматера укључених у рад Дома културе у Старом Селу, и позоришни фестивал МАЕКС (Мала Аматерска Експериментална Сцена). Галеријски простор Дома културе у Старом Селу преко године угости низ књижевних и научних промоција.

3.3. Саобраћајна и комунална инфраструктура

Саобраћајна инфраструктура

Општина Велика Плана као своју предност има један од кључних конкурентских фактора саобраћајне позиције овог подручја. Саобраћајни правац који представља Европски коридор 10, односно аутопут Е75 (Београд – Ниш) омогућава ефикасно укључивање у све значајније саобраћајне токове у Србији и региону. У државне путеве I реда (осим коридора

10 са аутопутем Београд – Ниш) спада и пут Рача – Марковац – Свилајнац. Државни путеви I реда на територији општине Велика Плана заузимају површину од 175 ха.

У државне путеве II реда спадају путни правци Смедеревска Паланка – Велика Плана – Жабари, Лозовик – Велика Плана – Марковац и Смедеревска Паланка – Крњево. Државни путеви II реда заузимају површину од 113 ха. Општину Велика Плана одликује и изузетно развијена мрежа општинских путних праваца се простире на 468 ха. Једна од предности општине Велика Плана има најгушћу мрежу општинских путева у округу – укупне дужине 553 км, или 160 км/100 км².

Што се тиче железничког саобраћаја, Велика Плана има дугу традицију и представља прво железничко чвориште у Србији (1886. године пуштена је у јавни саобраћај пруга Велика Плана – Смедерево). Може се рећи да је железница за Велику Плану, а и за цело подручје општине, била основни импулс за убрзанији привредни развој. Општином се пружају три пружна правца:

- Београд – Младеновац – Велика Плана – Ниш;
- Београд – Мала Крсна – Велика Плана – Ниш;
- Марковац – Ресавица.

Везе са удаљеним регионима са којима железница повезује општину Велика Плана одређене су следећим правцима тог железничког коридора:

- Београд-Ниш-Скопље-Атина;
- Београд-Ниш-Софија-Истанбул
- Смедерево-М. Крсна-В. Плана

➤ Упркос развијеној железничкој мрежи, на територији општине Велика Плана не постоје инфраструктурни елементи железничког саобраћаја.

Комунална инфраструктура

Водоводном мрежом је покривена територија целе општине. Постојећи систем **водоснабдевања** чине:

- извориште "Ливаде" и дистрибутивна мрежа за Велику Плану и насеља;
- извориште "Грозичава вода" и дистрибутивна мрежа за насеље Радовање и Купусина;
- извориште "Трновче", као део регионалног система водоснабдевања. Постоји фабрика воде „Морава“ у насељу Трновче која снабдева територију целе општине Велика Плана и Смедеревска Паланка.

Што се тиче **канализационе мреже и управљања отпадним водама** организовани систем јавне канализације има само Велика Плана. Фекална канализација покрива око 70% подручја града, док је атмосферска канализација изграђена само у централној зони града. Евакуација фекалних отпадних вода и њихово каналисање организовано је њиховим упуштањем у реципијент – реку Велику Мораву – са претходним третманом отпадних вода

у постројењу за пречишћавање, које се налази у индустријској зони града. Овај систем функционише само за градско подручје.

Општина је извршила санацију, рекултивацију и затварање локалног сметлишта према највишим стандардима и тиме допринела у значајној мери смањењу аерозагађења и загађења земљишта и водотокова.

Општини Велика Плана је преко мрежне групе Смедерево омогућено повезивање у телекомуникациони систем околних транзитних подручја.

Општина Велика Плана даје значај рационалном коришћењу енергије, као и уређењу и подизању енергетске ефикасности јавних објеката. Нови јавни објекти који се граде на територији општине задовољавају највише стандарде у погледу енергетске ефикасности. Јавна расвета се одликује висококвалитетним штедљивим сијалицама на територији читаве општине, а ефекти поред здравије животне средине огледају се у уштедама на рачунима које се усмеравају у друге пројекте.

Урађена је гасификација читаве општине и на тај начин је становницима општине омогућено да у складу са њиховим потребама користе енергију природног гаса у својим домаћинствима за загревање и друге потребе и да на такав начин учине своје животно окружење здравијим и чистијим. На овакав начин свакако се смањује емисија CO₂ и других штетних гасова у односу на употребу угља и других чврстих горива и подиже квалитет живљења.

3.4. Степен привредног развоја туризма у општини Велика Плана

Велика Плана, према степену развијености јединица локалних самоуправа, спада у трећу групу недовољно развијених јединица локалних самоуправа². Привреда општине је карактеристична и у највећој мери условљена самим повољним географским положајем и близином аутопута. Окосницу чине предузећа из области прехранбене, металне и грађевинске делатности индустријског сектора, као и трговинске делатности. Ратарство и сточарство чине основ развоја прехранбених грана прерађивачке индустрије, а сама припадност Подунавском округу ставила је туризам у приоритетне области привредног развоја.

Према подацима из Агенције за привредне регистре, у 2022. години било је регистровано укупно 392 активна привредна друштва и 1.542 предузетника. На територији општине Велика Плана углавном су заступљена мала и средња предузећа до 50 запослених која су опстала захваљујући својој флексибилности и брзом прилагођавању захтевима тржишта. У

² Уредба о утврђивању јединствене листе развијености региона и јединица локалне самоуправе за 2014. годину ("Службени гласник РС", број 104 од 1. октобра 2014.)

садашњим условима привређивања, развој предузетништва везаном за туристички сектор ће одиграти значајну улогу у привредном развоју.

Буџет општине Велика Плана доноси и спроводи Локална самоуправа која је организована је у складу са Законом о локалној самоуправи, Статутом општине Велика Плана и другим законским актима и одлукама општине Велика Плана. Општина Велика Плана је оснивач три јавна предузећа и седам установа, од којих су нека у тесној вези са развојем туризма:

- ЈКП „Милош Митровић“
- Предузеће за водоснабдевање „Морава“
- ЈКП „Градска Топлана“
- Туристичка организација „Велика Плана“
- Библиотека "РАДОЈЕ ДОМАНОВИЋ"
- Центар за културу „Масука“
- Дом здравља Велика Плана: "ДР Милан Бане Ђорђевић"
- Апотекарска установа Велика Плана
- Центар за социјални рад
- Предшколска установа "ДЕЧИЈЕ ЦАРСТВО"

Поред ових, значајно је напоменути и постојање Економско-угоститељске школе „Вук Караџић“, која је основана 1962. године и школује профиле кувар, конобар, туристичко-угоститељски техничар и посластичар, као и друге из области економије.

Општина Велика Плана највећи део националног дохотка ствара из сектора пољопривреде (око 35-40%), затим следи индустрија са око 15-20%, трговина са око 15-20%, транспорт са око 7% и остале делатности од 8-25%. Од укупно запослених у 2022. години (10.605), највећи број лица радио је у прерађивачкој индустрији и сектору трговине, док је у сектору услуга смештаја и исхране било запослено свега 371 или 3,4%³.

У области инвестиција јавних средстава из буџета локалне самоуправе, Општина Велика Плана је у претходном периоду, постигла значајне резултате на плану капиталних инвестиција и улагања у реконструкцију и изградњу путне и комуналне инфраструктуре на територији целе општине, посебно у руралним подручјима. Улагања у реновирање школа, вртића, у развој туристичких капацитета и спровођење активних мера запошљавања допринела су повећању запошљавања и побољшању услова живота локалне заједнице.

³ РЗС: Општине и региони у Србији 2023.

Табела 1: Издавања буџетских средстава у сврху развоја туризма

Год.	Укупно извршени буџет	Укупно за развој туризма	Управљање развојем туризма	Промоција туристичке понуде	Инфраструктурне инвестиције	Намењено за туризам кроз друге програме
2022	1.367.246.146,58	39.134.374,69		37.130.839,48	2.003.535,21	
2021	1.283.801.919,28	45.139.702,90	3.870.000,00	33.244.775,26	8.024.927,64	
2020	1.096.409.133,60	34.115.487,93		25.689.444,73	8.426.043,20	
2019	1.120.780.859,59	34.266.785,88	31.289.647,14		2.847.964,00	129.174,74
2018	988.457.625,05	27.654.395,52	1.756.014,98		277.700,00	25.620.680,54

Извор: Извршење буџета Општине Велика Плана 2018-2022.

Значајан напредак је остварен кад је у питању спортска инфраструктура, и то изградњом спортске хале и отвореног базена. Изградња мини-пич терена у Великој Плани, као и уређених тениских терена у Великој Плани и Великом Орашју повећало је потенцијале за одвијање спортских и рекреативних активности. Свако насеље поседује игралиште за мале спортове, а као посебне вредности се истичу обележена планинарска стаза на Радовањским брдима (као једна од могућих рекреативно-туристичких зона) и постојање два хиподрома – у Лозовику и Великој Плани – који представљају базу за развој коњичког спорта.

4. АНАЛИЗА ПОСТОЈЕЋЕГ СТАЊА РАЗВОЈА ТУРИЗМА

4.1. Кључни показатељи туристичког промета

Анализирајући службене статистичке податке о боравку туриста на територији општине, евидентно је да се највећи број посетилаца задржава у највећем проценту један дан и посете су претежно излетничког карактера. Укључују обиласке природних и културно – историјских локалитета и оброк и одмор у неком од угоститељских објеката општине. Према проценама ТО, Велику Плану годишње посети између 30.000 и 40.000 посетилаца, најчешће мотивисани обиласком кључних атракција или посетом неке од локалних манифестација које саме привуку 2.000-3.000 посетилаца. Међутим, запажа се такође и све већа заинтересованост туриста за дужим боравком (у највећој мери се односи на продужене викенде). На основу званично пријављених остварених ноћења у периоду од 2018. до 2022. године на територији општине долази се до следећих података:

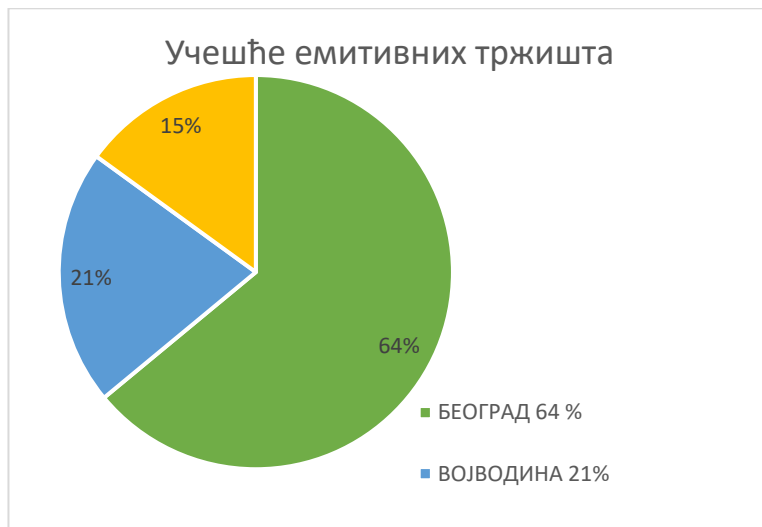
Табела 2: Кључни показатељи туристичког промета, 2018-2022.

	2018	2019	2020	2021	2022	Индекс 2018/2022, %
ДОЛАСЦИ						
Укупно	4,462	15,892	6,310	10,871	8,486	47.42%
Домаћи	3,899	5,124	4,033	6,614	3,203	-21.73%
Страни	563	10,768	2,277	4,257	5,283	89.34%
НОЋЕЊА						
Укупно	5,822	18,581	9,217	22,512	15,569	62.61%
Домаћи	5,111	6,946	6,039	15,949	5,386	5.11%
Страни	711	11,635	3,178	6,563	10,183	93.02%
ПРОСЕЧНА ДУЖИНА БОРАВКА						
Укупно	1.29	1.22	1.45	1.98	1.80	28.69%
Домаћи	1.3	1.4	1.5	2.4	1.7	22.05%
Страни	1.3	1.1	1.4	1.5	1.9	34.48%

Извор: РСЗ: Општине и региони у Србији 2019-2023.

Овакви подаци се у великој мери могу повезати и са објективним околностима туристичких кретања на националном нивоу, на које је у значајној мери утицала и ситуација са ковидом. У сваком случају, уочљив је тренд раста посебно страних туриста, од којих највећи број проведе у просеку 1-2 дана у транзиту. Шта се тиче домаћих туриста, на основу података Туристичке организације општине Велика Плана, добијени испитивањем тржишта на терену (у сеоским домаћинствима, на манифестацијама, у угоститељским и смештајним објектима) од 2018. до 2022. године, утврђено је да је највећи проценат туриста који посећују општину из Београда (као највећег емитивног тржишта) и износи 64 %, Војводине са 21%, док су 15% заступљени већи градови из окружења.

Графикон 2: Заступљеност кључних емитивних тржишта на територији општине Велика Плана



Извор: Статистички подаци Туристичке организације Велика Плана 2018-2022. године

Из приложеног је евидентно да Велика Плана у предстојећем периоду треба у још већој мери искористити близину Београда и осталих већих емитивних центара у Србији, као и свој транзитни положај (посебно код страних туриста).

Сходно горенаведеним подацима, у периоду од 2018. до 2022. године јасан је и тренд раста уплаћених боравишних такси, које представљају изворни приход локалног буџета.

Графикон 3: Приход од боравишних такси за период од 2018-2022. године



Извор: Извршење буџета Општине Велика Плана 2018-2022.

4.2. Организације туристичког сектора на нивоу јединице локалне самоуправе

Туристичке активности се великим делом одвијају кроз рад Јавне установе Туристичке организације општине Велика Плана која организује послове свих облика рецептивних туристичких услуга, организације спортских програма за такмичарске и рекреативне групе, учешће у организацији културних, уметничких, спортских и других манифестација на подручју општине и информативно - пропаганду делатност за сопствене и туђе потребе. ЈУ ТСЦ "Велика Плана" је јавна установа основана за спровођење надлежности локалне самоуправе у области спорта и туризма.

Туристичка организација општине Велика Плана обавља послове:

- **Промоције и развоја туризма** општине Велика Плана;
- **Координирања активности и сарадње** између привредних и других субјекта у туризму који непосредно и посредно делују на унапређењу развоја и промоцију туризма и на програмима едукације и усавршавања вештина запослених у туризму;
- **Доношења годишњег програма рада и плана промотивних активности** у складу са Стратегијским маркетинг планом, плановима и програмима ТОС-а;
- **Обезбеђења и унапређења информативно-пропагандног материјала** којим се промовишу туристичке вредности општине Велика Плана (штампане публикације, аудио и видео промотивни материјал, on line средства промоције – интернет презентација, друштвене мреже и пратеће дигиталне активности, сувенири итд.);
- **Прикупљања и објављивања информација о целокупној туристичкој понуди** на територији општине, као и друге послове од значаја за промоцију туризма;
- **Организовања** и учешћа у организацији туристичких, научних, стручних, спортских, културних и других скупова и манифестација који доприносе развоју туризма у општини;
- **Организовања туристичко – информативних центара** (за прихват туриста, пружање бесплатних информација туристима, прикупљање података за потребе информисања туриста, упознавање туриста са квалитетом туристичке понуде, упознавање надлежних органа са притужбама туриста и др.);
- **Управљача туристичког простора;**
- **Подстицања реализације програма изградње туристичке инфраструктуре и уређење простора;**
- **Израде, учешћа у изради, као и реализације домаћих и међународних пројеката из области туризма;**
- **Припреме и прикупљања података, састављање упитника, анализа и других информација;**
- Друге активности у складу са законом, Оснивачким актом и Статутом.

Поред ових, Туристичка организација израђује годишњи план и програм рада у општини Велика Плана којим се дефинишу основни циљеви развоја туризма са аспекта стратешког приступа развоја туризма и активности на реализацији планова и програма са потребним финансијским средствима. Такође, са Економско-угоститељском школом „Вук Караџић“ – смер туристички техничар ради се на образовању кадрова и стручном оспособљавању за

рад у струци, у циљу ставрања услова за повећање кадрова који ће бити запослени у туризму.

Актуелне промотивне активности су релативно скромне и захтевају додатна унапређења, посебно у смислу фокусирања информација везаних за локалну туристичку понуду:

- У простору Виле Клефиш у самом центру општине, 2019. године је успостављен и **Туристичко-информативни центар**, који има информативну улогу за све субјекте који намеравају да посете и у посети су општини Велика Плана, а планира се његово техничко-технолошко унапређење.
- **Профили на друштвеним мрежама**
- **Наступи на домаћим сајмовима туризма (Београд, Нови Сад, Крагујевац...),** као и на Етно-сајму хране и пића у Београду
- **Штампани промотивни материјал**

Подршком развоју туризма обезбеђује се даља изградња Велике Плана као туристичке дестинације на националном тржишту и охрабрују приватне компаније и предузетници да наставе са улагањем у туристичке објекте и просторе. Овај циљ могуће је реализовати значајним повећавањем буџетских издвајања за реализацију програма подршке руралном туризму, изградњу туристичке инфраструктуре на кључним локалитетима са потенцијалом за развој туризма, формирању и промоцији јединственог туристичког производа, валоризацију културно-историјских туристичких ресурса. Значајну улогу у реализацији овог циља имаће јачање Туристичке организације општине и стратешко планирање развоја туризма општине Велика Плана и повезивање пружалаца услуга у сектору туризма, стварање бољих односа свих актера у локалној заједници са интересима у области туризма.

Табела 3: Кључни локални актери у сектору туризма

Сектор	Локални ниво	Регионални ниво	Национални ниво
Јавни	Туристичка организација општине Велика Плана	Регионална привредна комора Пожаревац	Министарство надлежно за послове туризма
	Општина Велика Плана	Регионална развојна агенција „Браничево-Подунавље“	Туристичка организација Србије
	ЦЗК „Масука“	Регионални завод за заштиту споменика Смедерево	Министарство културе
	Библиотека „Радоје Доманић“	Локалне самоуправе и туристичке организације из окружења	Завод за заштиту природе Србије
	Економско-угоститељска школа „Вук Караџић“		Републички завод за заштиту споменика културе

	ЈКП „Милош Митровић“		Министарство заштите животне средине
Приватни	Угоститељски објекти за смештај и исхрану	Медији	Туристичке агенције и туроператори
	Локалне туристичке агенције		Медији
	Пољопривредна газдинства – произвођачи хране и пића		Српска православна црква
	Дестилерије и винарије		
Цивилни	Спортска, рекреативна, уметничка и хуманитарна удружења	Релевантна удружења и окружни савези	

Извор: ТО Велика Плана

4.3. Анализа постојећих кључних туристичких производа

Кључни туристички производи општине Велика Плана, који се у неком обиму и степену развоја трнутно нуде били јесу:

■ Транзитни туризам

Положај општине и сама фреквениција путника који пролазе кроз територију општине Велика Плана пружа добру основу за задржавање потенцијалних домаћих и страних туриста на овом подручју. Постојање једног дела туристичке инфраструктуре свакако подржава могућности за даљи развој ове врсте туризма. Ово се посебно огледа у постојању одређене угоститељске понуде која је препознатљива међу великим процентом популације и кроз свој бренд већ има формиран степен тражње (нпр. светски познат ланац „Mc Donald's"). Оно што у великој мери карактерише транзитни туризам у Великој Плани је одређен проценат страних посетилаца (у највећој мери транзитни путници из Турске и Пољске) посебно у сезони одмора (у земљама Западне Европе).

■ Културно наслеђе

Општина Велика Плана је препозната по својој богатој историји (везано за Први и Други српски устанак, посебно за име Карађорђа) што чини одличан ресурс за развој оваквог туристичког производа. Посебна предност је и сама близина општина (посебно се издвајају Пожаревац и Петровац на Млави) где је могуће формирање тематских културних рута посвећених овом делу националне историје. Општина је препознатљива по одређеном броју сакралних објеката (црква и манастира) на релативно малом подручју. Туристичка организација је формулисала понуду једнодневнoг обиласка кључних културно-историјских и весрских атракција и као такву је нуди посетиоцима.

■ Рурални / Етно туризам

Културни и природни потенцијал који поседује општина Велика Плана, као и изузетно повољан географско-саобраћајни положај ствара овом подручју одличну основу за развој туризма у руралним пределима. Одликује се и (на туристичком тржишту већ препознатим) комплексом „Етно село Моравски Конаци“, винаријама „Радовановић“ и „Амбелос“, као и већим бројем локалних произвођача које би требало активније укључити.

■ Специјални интереси

Рељефне карактеристике општине и близина великих градова (посебно Београда) условиле су да општина постане потенцијална дестинација за љубитеље различитих рекреативних и авантуристичких активности (планинарење, бициклизам...). Посебан значај има и река Морава која протиче кроз општину, као и постојање могућности за развој туристичких садржаја везаних за различите активности које би чиниле примаран мотив или комплементарну понуду више активности (коњички спорт...). У општини одређен степен развоја бележи и ловни туризам.

■ Манифестације

Манифестације различитог карактера и тематике свакако представљају добар туристички садржај који туристима приближава културу и традицију овог краја. Исто тако стварају квалитетан садржај и заокружен туристички производ, као и извор додатних прихода локалном становништву. Општина Велика Плана је већ препознатљива по одређеним манифестацијама (позитивно је што неке имају значајан континуитет одржавања кроз године) међутим, неопходан је њихов даљи развој, осавремењавање и боља интеракција са постојећим и потенцијалним посетиоцима. По свом потенцијалу и традицији се издвајају манифестације „Масукини дани“ и „Вождови дани“, док велики потенцијал такође имају „Мораска регата“ и новоуспостављена манифестација посвећена локалној гастрономији и произвођачима хране и пића „Укуси Велике Пlane“.

Кроз детаљнију анализу различитих стандардних аспеката туристичког производа, закључено је о нивоу њихове тренутне развијености, што је приказано у наредој табели:

Табела 4: Анализа постојећих туристичких производа

Туристички производ	Постојећи сегменти понуде	Атракције	Туристичка инфраструктура	Визиторске услуге	Недостајући елементи	Циљна група посетиоца	Процена нивоа развијености (1-5)
Транзитни туризам	Угоститељски капацитети позиционирани на транзитној локацији и присуство McDonald'sa (препознатљивост франшизе) Специфични угоститељски објекти (Моравски конаци)	Близина туристичких ресурса (природних и културних), Локална гастрономија и препознатљивост одређених локалних произвођача Значајан број заштићених сакралних објеката	Саобраћајна инфраструктура (савремено уређен паркинг, одморишта) Туристичко – информативне табле на транзитним локацијама Сувенирнице и специјализоване продавнице локалних производа	ТИЦ Туристичко информативне табле Витрине са локалним сувенирима и локалним производима	Туристичка инфраструктура (сигнализација, дигитализација, мобилне апликације...) Инфраструктура везана за реку Мораву Инфо-пулт на транзитним тачкама (у склопу угоститељских објеката) Квалификовани људски ресурси у угоститељским објектима (познавање страних језика...), Туристички програми, присутност локалних производа у угоститељским капацитетима, адекватна промоција	Домаћи посетиоци (породице са децом, парови, туризам трећег доба, екскурзије) Страни посетиоци (Бугарска, Турска, Мађарска, Пољска, Македонија, Босна и Херцеговина, Словенија)	4
Културно наслеђе	Манифестације Угоститељски објекат са тематским садржајима везаним за традицију и културу „Моравски конаци“ Сакрални објекти	Покајница Радовањски луг Копорин	Савремено уређен паркинг Већи број тоалета	ТИЦ	Специјализовани програми обиласка (пример: Програм обиласка – индустријализација – Клефиш, обилазак манастира, програми везани за лик и дело Карађорђа) Визиторски центар (потенцијално везаног за 1. и 2. СРПСКИ УСТАНАК и Карађорђа) Музеј Галерије Локални туристички водичи Туристичка инфраструктура (туристичка сигнализација, туристичко – информативних	Екскурзије Стручно – тематски тржишни сегмент (студентске посете, тематске посете, MICE) Породице са децом Туризам трећег доба	3

	Објекти заштићени као културна добра				табли, тотема, дигитализација, мобилне апликације) Уређене сувенирнице и инфо пултови Својеврсни концепт-простор за продају локалних производа и умрежавања људи који се баве локалном традицијом и културом (HUB) Савременији програми везани за постојеће манифестације које се везују за историјске личности и културни идентитет Прилагођени садржаји – „story telling“		
Рурални /Етно туризам	Висок степен природних и културних садржаја у руралним срединама Угоститељски комплекси Винарије Терени за пешачење и планинарење Ловишта	Река Морава Манастири и цркве „Моравски Конаци“ Винарије	Уређене стазе Одморишта	ТИЦ Ловачке куће, Планинарски дом	Адекватна туристичка инфраструктура прилагођена тражњи сигнализација, Туристичко – информативне табле Потенцијална промена намене одређених објеката у руралним срединама Уређене обале реке Визиторске тачке (сафари лов, bird watching) Смештај у руралним срединама – сеоска туристичка домаћинстава... Информисаност Подстицај за бављење туризмом у руралним срединама Умрежавање (смештај, локални произвођачи, угоститељски објекти...) Дифузни хотели	Парови IT сектор путника Породице са децом Љубитељи природе и активног начина провођења слободног времена	2

Специјални интереси	Културно – историјски садржаји Сакрални објекти Историјске личности Манифестације ловишта	Карађорђе Манастири Мото скуп Винарије Атрактивни терени за боравак у природи Река Морава	Уређене стазе за шетњу, планинарење, бициклизам Одморишта	ТИЦ Локални специјализовани водичи, спасиоци Мапе Удружења	Сарадња између општина Умрежавање Адекватна инфраструктура (уређење стаза, обала река...) Специјализовани програми обиласка Аниматори Уређење тематских целина Сигнализација Уређење обала реке Простори за кампинг Специјализовани програми посете и обиласка Дигитализација (QR кодови на објектима културе) Аниматори	уско одређени тржишни сегменти посетилаца – љубитељи активног боравак у природи (бициклисти, планинари, ловци, посматрачи птица и животиња) Туристи одређених интересовања – тематске руте (вински путеви, културно – тематски обиласци)	3
Манифестације	Различите манифестације посвећене локалном укусу, културно – историјски садржајима фестивали	Локални производи Локације самих манифестација	Простор за одржавање манифестација	ТИЦ	Савременији програми везани за постојеће манифестације у складу са тржишним захтевима Туристичка инфраструктура (Паркинг, Сигнализација Тоалети...) Адекватни сувенири, Сувенирница Инфо пулт Аутентичност Сарадња са туристичким агенцијама	Сениори Породице са децом	2

					Укључивање у туристички производ Тематске радионице у склопу манифестација Промотивни материјал		
MICE туризам	Дефинисане туристичке зоне Угоститељски и смештајни објекти Природни и културни туристички ресурси Транзитност	Манастири Винарије Угоститељски комплекси	саобраћајнице		Spa / Wellness Садржаји прилагођени оваквом тржишном сегменту Смештајни и угоститељски капацитети (луксузнијег типа) Тематски хотели – spa i wellness Конгресне сале Савремено уређени и обезбеђени паркинг простори Квалитетна мобилна и интернет мрежа Локални туристички водичи Инфо пултови у хотелима Специјализовани програми обиласка намењени овој групи туриста (посете винаријама, домаћинствима са квалитетном локалном производњом...)	IT стручњаци Компаније – семинари, конгреси, team building Потенцијални инвеститори	1

Извор: Радна група

Према Стратегијском маркетинг плану туризма РС до 2025. године, подручје општине Велика Плана сврстава се у слабо развијене туристичке дестинације - где процена развоја туристичких производа указује на потребу за додатним радом на развоју елемената туристичког производа (СМПТРС, 2021). За валоризацију перспективних туристичких производа постоји добра основа како у природним, тако и у културним ресурсима. Сам положај јој поред изузетне транзитне улоге, отвара многе могућности комплементарне понуде са другим општинама посебно у сегменту развоја културно-историјских рута, понуде специјалних интереса и руралног туризма, као и самосталну улогу у даљем формирању специфичног брэнда и сопственог профилисања на националном и међународном туристичком тржишту.

4.4. Анализа понуде туристичко-угоститељских капацитета

Општину Велика Плана одликује пораст угоститељских капацитета различитих садржаја. Кад су у питању смештајни капацитети доминира смештај хотелског, односно мотелског типа укупног капацитета 209 лежаја, који већини актуелних туриста и одговара (транзит). Главне компоненте које их одликују и које могу саме по себи чинити добру платформу за додатно привлачење туристичке посете су **локација** и **садржаји** које пружају.

Табела 5: Преглед категоризованих угоститељских објеката са смештај и исхрану, 2023.

Назив угоститеља	Назив објекта	Врста објекта	Категорија	Укупан број смештајних јединица (смештајних структура*)	Укупан број кревета	Укупан број индивидуалних лежаја (капацитет)
Privredno društvo za promet i usluge BELLA P 2013 društvo sa ograničenom odgovornošću Krnjevo	Motel Krnjevo	Мотел	1 звездица	18	22	33
Šumadijski hrast autogrill doo Markovac	Stari Hrast	Мотел	1 звездица	48	48	96
SAMOSTALNA ZANATSKA TRGOVINSKA UGOSTITELJSKA RADNJA MOMENT ZLATKO NIKOLIĆ PR VELIKA PLANA	Moment	Хотел	2 звездице	28	50	60
PROIZVODNO, GRAĐEVINSKO I TRGOVINSKO DRUŠTVO VIR DOO VELIKA PLANA	Vir	Хотел	3 звездице	16	17	20
УКУПНО:				110	137	209

Извор: МТО: Категорисани објекти, октобар 2023.

Чињеница да нема категорисаних објеката домаће радиности и сеоских туристичких домаћинства што представља значајан простор за унапређење понуде. Неопходно је посветити посебну пажњу смештајним капацитетима у руралним пределима. Тиме би се постигао већи ефекат у схватању домаћина на селу да би туризам могао бити важан чинилац у допуни њихових кућних буџета. У даљем периоду потребно је наставити сарадњу са индивидуалним сеоским домаћинствима на територији општине, како због едукације и стручне помоћи, тако и због категоризације и стимулсања већег пласмана локалних производа хране и пића и традиционалних рукотворина. На овај начин побољшаће се услови и заинтересованост за бављење туризмом на широј територији општине (у већем броју сеоских насеља), а самим тим ће се постићи унапређење у смислу проширења смештајних капацитета.

Неопходно је поменути неколико значајних објеката који послују као предузетници или огранци правног лица, а у области туристичко-угоститељских делатности. Ту се посебно истиче објекат Етно-село Моравски конаци који је занимљив по самом начину пружања услуга јер је смештај могућ у адаптираним кућама брвнарама, које су аутентичне и склапане на самој локацији. Оно што је посебно интересантно је да су задржале оригиналан аутентичан изглед, али пружају све погодности које одговарају савременој тражњи. Централни део, уз саму обалу језера, заузима ресторан домаће кухиње. Једна од карактеристика презентације у самом ресторану је и да је особље одевено у српску народну ношњу, а на јеловнику су и стари српски специјалитети. Туристички садржаји су употпуњени кроз организовање дана вина, печења ракије, спремања зимнице, поморавских прела, разних гастро такмичења... У оквиру комплекса се налази и Wellness i spa садржаји. Други значајан објекат је Хотел Кира (бивши Хотел „Плана“) који је недавно реновиран и нуди понешто диференцирану услугу са великим потенцијалом у организацији догађаја и пословног туризма.

Табела 6: Преглед кључних правних лица у делатности угоститељства и смештаја, 2023.

Назив објекта	Укупан број смештајних јединица (смештајних структура*)	Укупан број индивидуалних лежаја (капацитет)	Укупан број кревета
"Етно село Моравски конаци" - Циглана Прогрес доо	50	99	116
Јелена Стојановић ПР, Услуге смештаја "Деликатес РМ"	9	12	15
"Вила Лозовичка чесма" доо	5	9	15
"Кира евент центар" - Обнова петрол доо	25	49	49
УКУПНО:	89	169	195

Извор: Агенција за привредне регистре РС

Што се тиче ресторанске понуде, поред неколико објеката брзе хране и пекара, број већ етаблираних објеката нуди квалитетну храну и пиће, засновану на локалној и националној гастрономији, а неки од најзначајнијих су:

Табела 7: Преглед кључних угоститељских објеката, 2023.

Назив објекта	Капацитет седећих места	Локални специјалитети у понуди
Ресторан "Сплав"	150	Моравска колиба
Ресторан "Маргус"	250	Ђавоља варош
Ресторан "Кафана за два дана"	150	Крњевачка пилетина
Ресторан "Етно село Моравски конаци"	200	Сабља моравски конаци
Ресторан хотела "Вир"	60	Јагњетина испод сача
Ресторан хотела "Момент"	100	Три меса на рузмарину

Извор: ТО Велика Плана

Једна од карактеристика је и постојање страних угоститељских ланаца исхране (МекДоналд`с) који су препознатљиви на глобалном тржишту и који су међу туристима синоним за одређену врсту услуга и степен квалитета. Насупрот томе општину Велика Плана одликује и постојање објеката који су сами по себи већ својеврсни бренд и чији се имиџ у складу са тражњом треба развијати и промовисати у склопу туристичких производа овог дела Србије.

4.5. Анализа људских ресурса у области туризма

Највећи удео становништва у општини Велика Плана представља радно способно становништво (око 60%), али је овај удео мањи у односу на просек у Републици Србији. Удео младих (14,05) је, такође, мањи у односу на републички просек (15,70), а готово је дупло нижи у односу на удео старог становништва (29%). Лоша старосна структура резултат је депопулације (миграције и смањење броја становника) у протеклих неколико деценија. Удео становништва са средњом стручном спремом у укупном броју радно способног становништва је скоро за 10 одсто нижи у односу на просек РС. Слична је ситуација и код удела становништва са високом стручном спремом у односу на просек РС, где Велика Плана има свега 6% становника са високом стручном спремом у укупном броју радно способног становништва.. Радна структура указује на висок удео радно способног становништва са нижим степенима стручне спреме, што је додатно појачано одласком младих и школованих кадрова у друге градске центре.

Табела 8: Кључни индикатори запослености

Индикатор	Вредност	Година
Број запослених	10.065	2022.
Број незапослених	1.850	2023.
Просечна нето зарада (у РСД)	60.021	2022.

Извор: РЗС/НСЗ: ДевИнфо Профил Велика Плана, 2024.

Тренутна понуда профила на тржишту рада углавном задовољава потребе за квалификованим кадром у сектору туризма, међутим у перспективи развоја различитих туристичких производа и повећања посете, свакако ће се јавити недостатак стручних лица (лиценцирани, туристички водичи, спасиоци, планинарски пратиоци и сл.).

Континуирани одлив квалификоване радне снаге свакако представља проблем већ сад. Један од начина спречавања развоја овакве ситуације је развој туристичке привреде и веће повезивање са свим сродним и повезаним секторима и карикама које могу имати утицај на укupan привредни развој и запошљавање становништва.

Кад су у питању млади као кључни ресурс будућег развоја, на територији општине постоје различити мотивишући сегменти за њихову едукацију, останак и укључивање у сектор. На подручју општине постоје три средње школе (Гимназија, Техничка школа и Економско-угоститељска школа). Оваква ситуација је повољна у смислу едукације младих нараштаја и школовања будућих стручњака за рад у областима уско повезаних са туристичком привредом. У општини постоје и Канцеларија за младе која спроводи велики број пројеката на тему превенције насиља, родне равноправности, недискриминације осетљивих и маргинализованих група и вршњачке медијације, а у плану је и даље интензивирање активности. Формиран је и Савета за омладину и спорт као стално Радно тело Скупштине општине Велика Плана. У оквиру својих активности прати и разматра питања из области физичке културе, као и питања са становишта положаја младих и стварања услова за задовољавање њихових потреба.

Општина Велика Плана садржи људске ресурсе и у области унапређења степена опште безбедности што је од изузетног значаја за развој туризма и општи имиџ општине. Кроз функционисање Савета за безбедност разматрају се питања која се односе на безбедности сигурност грађана и општине, заштиту права имовине појединаца, правних лица и општине, ускладу са законом и другим прописима који регулишу област безбедности.

Такође постоји и Савет за родну равноправност. Особе женског пола учествују у раду Скупштине и скупштинских тела у процентуалном односу од 35.9 %. У складу са оваквом ситуацијом мора се напоменути да је туризам једна од водећих грана привреде која посебно особама женског пола пружа широке могућности запошљавања и остваривања прихода. Кроз функционисање различитих Удружења жена пружа се могућност активирања производње везане за старе занате, гастрономију и презентацију традиционалне културе.

Локална самоуправа Велика Плана има одличну сарадњу са НВО сектором. На територији општине Велика Плана постоји преко преко 50 активних удружења грађана које покривају области заштите животне средине, културе, социјалне и дечије заштите, омладинске политике и ванредних ситуација.

4.6. Активности на развоју туристичких производа

У претходном периоду, локална самоуправа и Туристичка организација биле су активне на реализацији многобројних пројеката везаних директно или индиректно за развој туризма.

Највећи број реализованих и пројеката у току тичу се јавне инфраструктуре (унапређења саобраћајница, комуналне и спортско-рекреативне инфраструктуре, итд.) и стварања предуслова за даљи развој туризма.

Неки од најзначајнијих реализованих пројеката у протеклих 5 година су:

- Поплочавање платоа Градског базена (2019-2020, ЕУ/МОС, 10.2 мил. РСД)
- Адаптација ресторана „Воденица“ (2018, МТТТ, 7.2 мил. РСД)
- Маркирање пешачко-бициклических стаза Карађорђевим стопама са мобилијаром и сигнализацијом (2022, ЛС, 1.3 мил. РСД)
- Реновирање крова Старе школе у Крњеву (2023-2024, РЗЗС, 3.6 мил. РСД)
- Израда пројектно-техничке документације за различите пројекте у области туризма (Кружна саобраћајница, Стара Кланица, Авантура парк, Теретана на отвореном, Пластификација базена и др, 2021-2024, ЛС)

Тренутно су такође у припреми различити пројекти везани за израду планске и пројектно-техничке документације за различите инвестиционе и развојне пројекте.

Просторни план општине Велике Плана идентификује неколико зона намењених за развој туризма и рекреације, као значајног полазишта за приватне инвестиције:

- **Радна зона уз аутопут Београд – Ниш** намењена је за изградњу мотела са пратећим садржајима. Земљиште у овој зони је у приватној својини и користи се као пољопривредно. За ову зону је обавезна израда урбанистичког плана како би се решило саобраћајно повезивање будућег комплекса мотела са аутопутем. Зона није комунално опремљена, али обзиром на близину насељене инфраструктуре могућа је изградња комуналних инсталација до саме зоне. Површина ове зоне је око 15 ха.
- **Туристичко-рекреативна зона Жабарски мост** у Плану детљне регулације предвиђа изградњу објеката у функцији туризма, рекреације, угоститељстава и викенд кућа. У непосредној близини моста и уз реку Велику Мораву већ је започета изградња објеката намењених угоститељству и неколико кућа за одмор и рекреацију. Земљиште у овој зони је у приватној својини и очекује се иницијатива приватног сектора за уређење и активирање овог простора уз планирану подршку локалне самоуправе. У овој зони се у току године повремено организују окупљања различитим културним или спортским поводима, тако да у овој зони постоји зачетак организоване туристичке понуде. Површина зоне је око 30 ха.

Општина Велика Плана као приоритетне туристичке производе и активности везане за њихов развој, а у складу са Стратегијом развоја туризма РС, издваја:

■ Транзитни туризам

- Унапређење понуде садржаја за краткотрајни боравак
- Промотивна кампања
- Континуитет у развоју, праћењу и прилагођавању тржишним трендовима

■ **Културно наслеђе**

- Мапирање потенцијалних локација
- Укључивање свих релевантних атракција
- Сарадња са општинама са компатибилним ресурсима
- Развој специјализованих програма и рута
- Промотивна кампања
- Континуитет у развоју, праћењу и прилагођавању тржишним трендовима

■ **Рурални / Етно туризам**

- Информисање и едукација локалног становништва
- Мапирање природних и културних ресурса
- Угоститељски капацитети
- Винарије и дестилерије
- Подстицање пољопривредне производње и прераде
- Категоризација смештаја у руралним срединама

■ **Специјални интереси**

- Сарадња са заинтересованим странама
- Израда база података (заштићена подручја за птице...)
- Израда специјализованих програма
- Прилагођавање постојећој и даљи рад на унапређењу потребне инфраструктуре
- Моравска регата, бициклизам, планинари, ловство (лов камером...), коњички спорт...
- Специјализовани угоститељски објекти са тематским садржајима
- Значајне историјске личности

■ **Манифестације**

- Развој постојећих манифестација
- Увођење нових аутентичних садржаја
- Сарадња са различитим удружењима
- Утврђивање потенцијалне инфраструктуре која би могла да послужи као база за развој појединих манифестација
- Умрежавање са потенцијалним уметничким колонијама
- Угоститељски капацитети и потенцијал за тематске манифестација
- Веза манифестација и аутентичног локалног гастрономског укуса
- Уређење наменских простора за продају локалних производа

■ **MICE туризам**

- Укључивање у различите пословне догађаје
- Мапирање и развој могућности за развој конгресног туризма
- Понуда туристичких садржаја прилагођених захтевима овог тржишног сегмента
- Унапред испланирани пословни сусрети употпуњени туристичким садржајима
- Сарадња са угоститељским објектима
- Одговарајућа маркетиншка кампања

5. SWOT АНАЛИЗА – ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАЦИ РАЗВОЈА ТУРИЗМА

Општина Велика Плана, као потенцијална дестинација за развој више врста туризма још увек није на одговарајући начин позиционирана на тржишту. Основу за развој у овом смеру и промену таквог стања, представља утврђивање јаких и слабих тачака туристичког производа овог краја и анализа односа са утврђеним тенденцијама ка тржишту Србије и шире у окружењу на основу „SWOT” анализе која је израђена у сарадњи са заинтересованим странама. Сама анализа је конципирана кроз области: људских ресурса, инфраструктуре и саобраћаја, туристичких производа, усклађености са другим делатностима, маркетинга и дистрибуције.

Табела 9: Приказ SWOT анализе – Људски ресурси

Предности, снаге (strengths):	Слабости (weaknesses):
• Заинтересованост ЈЛС за развој туризма; • Постојање Туристичке организације, • Добра сарадња свих локалних субјеката који имају ближе или даље везе са туристичком делатношћу; • Заступљеност различитих профила запослених у угоститељским објектима на територији општине; • Традиционално гостопримство људи са овог подручја; • Постојање образовних институција (средња школа)	• Недостатак локалних туристичких водича; • Слабо познавање страних језика; • Низак ниво образовања и информисаности руралног становништва; • Недовољно квалификованог кадра за рад у туризму и угоститељству;
Шансе, могућности (opportunities):	Ограничења, претње (threats):
• Све већа заинтересованост младих забављење туризмом; • Заинтересованост породица за бављење сеоским туризмом и улагања у смештајне капацитете; • Заинтересованост за различите семинаре, радионице, • Преквалификација различитих образовних профила за бављење туризмом; • Програми за унапређење едукације становништва у руралним срединама; • Анимирање и укључивање локалног становништва у руралним срединама забављење туризмом; • Сарадња са свим заинтересованим субјектима; • Подршка младима који остају у руралним	• Недовољна информисаност становништва везана за различите републичке и европске инвестиционе програме; • Одлазак младих из руралних средина;

средионама у виду различитих субвенција и кредита; • Подршка женама у руралним средионама које су заинтересоване за бављење туристичком делатношћу; • Укључивање дијаспоре у различите програме развоја туризма;	
--	--

Табела 10: Приказ SWOT анализе – Инфраструктура и саобраћај

Предности, снаге (strengths):	Слабости (weaknesses):
• Одличан географско – туристички положај (подручје је препознатљиво у географском смислу и транзитној улози); • Близина аутопута Е 75; • Релативна близина Дунава и туристичких атракција на Дунаву; • Реконструисана саобраћајна мрежа; • Добра повезаност аутобуским јавним превозом; • Дobar квалитет великог дела саобраћајница; • Развијена електроенергетска и телекомуникациона мрежа;	• Незадовољавајућа туристичка сигнализација; • Необележеност стаза (пешачких, бициклистичких...); • Недостатак уређених одморишта и видиковаца; • Лоша канализациона и водоводна мрежа у сеоским средионама; • Лош квалитет саобраћајница појединих деоница; • Недовољно уређених паркинг простора; • Нерегулисани имовинско правни односи;
Шансе, могућности (opportunities):	Ограничења, претње (threats):
• Унапређење локалне саобраћајне и комуналне инфраструктуре; • Постављање адекватне туристичке сигнализације; • Уређење пешачких и бициклистичких стаза; • Укључивање у различите пројекте (домаћих и страних фондова) везане за инфраструктуру и туристичку сигнализацију;	• Непоштовање еколошких стандарда при изградњи комуналне инфраструктуре; • Недовољна планска и пројектна документација; • Бесправна изградња; • Елементарне непогоде (поплаве, клизишта...); • Нерешени власнички односи;

Табела 11: Приказ SWOT анализе – Туристички производи

Предности, снаге (strengths):	Слабости (weaknesses) :
• Изузетан саобраћајно – туристички положај (транзитност подручја) • Препознатљивост код страних транзитних путника • Значајан потенцијал везан за природне ресурсе; • Значајан потенцијал културног и историјског наслеђа; • Постојање културног богатства које је под заштитом; • Постојање локалних винарија (препознатих на тржишту) и угоститељских објеката (комплекса) који су већ позициони на туристичком тржишту; • Велики број локалних произвођача;	• Недостатак продајних објеката традиционалних сувенира; • Неповезаност туристичке понуде на нивоу региона у заједнички производ; • Недостатак финансијских средстава за различите пројекте и субвенције;
Шансе, могућности (opportunities):	Ограничења, претње (threats):
• Све више локалних произвођача који се укључују у туристичке токове; • Брендирање локалних туристичких производа; • Укључивање локалних произвођача при изради сувенира; • Потенцијали за развој ловног туризма (hunting safari , bird watching...); • Повећана мобилност; • Формирање заједничких туристичких производа више општина; • Укључивање у различите туристичке тематске путеве ; • Тренд краћих одмора (продужени викенди)и учесталијих путовања; • Сарадња са Туристичком организацијом Србије која се огледа у различитим промотивним кампањама и програмима, • Укључивање смештајног капацитета у руралним срединама (дифузни хотели); • Специјализовани туристички програми обиласка (Клефиш...) • Река Морава; • Пренамена садржаја постојећих објеката (школа у Крњеви, стара циглана ...) • Потенцијалан развој туристичког села;	• Економска ситуација; • Непланска изградња; • Неодговарајућа планска документација нижег реда; • Угрожавање животне средине и природних ресурса;

Табела 12: Приказ SWOT анализе –Усклађеност са другим делатностима

Предности, снаге (strengths):	Слабости (weaknesses):
• Присутност локалних производа у ресторанима на територији општине; • Манифестације које промовишу локалне производе; • Добра сарадња са Установама културе и различитим удружењима; • Присутност локалних винарија на тржишту • Угоститељски објекти и комплекси који су већ присутни на туристичком тржишту;	• Недовољна специјализација понуде у угоститељским објектима; • Недостатак продајних објеката специјализованих за продају локалних производа; • Недостатак пројеката који би увезали туризам са сродним делатностима;
Шансе, могућности (opportunities):	Ограничења, претње (threats):
• Укључивање локалних произвођача у туристичке токове; • Брендирање локалних туристичких производа; • Укључивање локалних произвођача при изради сувенира; • Повезивање различитих садржаја у јединствене туристичке производе;	• Неусклађеност законске регулативе из различитих области; • Угрожавање животне средине и природних ресурса • Недовољна сарадња

Табела 13: Приказ SWOT анализе – Маркетинг и дистрибуција

Предности, снаге (strengths):	Слабости (weaknesses):
• Промотивни материјал; • Сарадња са средствима јавног информисања;	• Непостојање сајта; • Недовољно активна присутност на друштвеним мрежама; • Недостатак сувенирнице и аутентичних сувенира; • Недостатак одговарајуће промоције и презентације (запаженије учешће на сајмовима , већа заступљеност у медијима, израду квалитетнијег штампаног пропагандног материјала, дигитализација...)
Шансе, могућности (opportunities):	Ограничења, претње (threats):
• Дигитализација; • Израда мобилне апликације и VR презентације; • Брендирање општине као нове туристичке дестинације; • Брендирање локалних туристичких производа; • Укључивање локалних произвођача при изради сувенира;	• Лоше осмишљена промотивна кампања • Недовољна сарадња • Неадекватан ПР

Извор: Радна група

Кроз SWOT анализу утврђене су и предности и слабости, односно јаке и слабе тачке туризма општине Велика Плана, као и шансе и претње из окружења. Самим тим могуће је одредити даље кораке неопходне да би се дошло до формирања што квалитетнијег туристичког производа. Неки од тих корака би подразумевали:

- Развој транзитног и пословног туризма
- Формирање туристичких производа везаних за Први и Други српски устанак (културно–историјски тематске руте) и рурални обилазак;
- Даљи рад на очувању природног и културног наслеђа, односно афирмацију ових потенцијала кроз одрживи развој туризма;
- Оживљавање старих заната, чиме би се добио и потенцијал за израду аутентичних сувенира;
- Унапређење туристичке инфраструктуре и сигнализације;
- Формирање и уређење туристичких зона (и међусобно повезивање);
- Даља едукација становништва с циљем повећања заинтересованости за бављење туризмом;
- Унапређење промоције;
- Повећање броја категорисаних домаћинстава у руралним срединама;
- Рад на пројектима везаним за различите туристичке садржаје;
- Мапирање и сређивање туристичких стаза различите намене (trekking, бициклистичких, стаза за четвороточкаше...);
- Израда базе локација намењених инвеститорима заинтересованих за улагање у туристичку привреду (изградња објеката садржаја у туристичке сврхе...)

Утврђивањем јаких и слабих тачака, као и превазилажењем проблема који могу бити створени услед слабости и претњи, може се доћи до квалитетног туристичког производа општине Велика Плана. Посебну пажњу треба усмерити ка бољем коришћењу снага и предности како би се дошло до адекватне препознатљивости и репрезентативног квалитета дестинације на пољу руралног туризма, као и свих комплементарних грана у туризму које би општини и локалном становништву доносило приходе и даљи развој, а посетиоцима ових простора омогућавало што бољи туристички доживљај.

6. ДЕФИНИСАЊЕ КЉУЧНИХ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА

Кроз комплексно формирање туристичког производа посетилац ствара свој доживљај дестинације и на крају боравка са собом носи одређене утиске који ће свакако одређивати и сам имиџ дестинације који се она труди да ствара и њену успешност у томе. У савременим тумачењима под туристичким производом се често посматра чак и почетни тренутак који одлучује на путовање, као и сам доживљај одређеног путовања од почетне тачке (места становања) па до одредишне дестинације, као и повратак са путовања, сумирање утисака и жеља за поновним доласком. Све то формира одређени туристички доживљај, имиџ дестинације и чини комплексан туристички производ.

Општину Велика Плана је у великој мери профилисало неколико кључних одредишних праваца која су од изузетног утицаја на формирање туристичких производа овог подручја. Једна од великих предности је сама доступност дестинације, односно повезаност и одлична саобраћајна инфраструктура која је повезује са кључним емитивним тржиштима на националном нивоу (али отвара и ка европским туристичким рутама). Постојање угоститељских капацитета уз кључне саобраћајне правце, као и присуство светски познатог ланца исхране, у великој мери дају општини транзитну улогу и чине је једном од кључних тачака заустављања великог броја путника. Један од приоритетних задатака у будућности би свакако требало бити и боље представљање туристичке понуде (туристичких производа) општине и потенцијално задржавање транзитних путника на овом подручју.

Савремени туриста има потребу за више различитих, али међусобно повезаних ствари. Као такав туристички производ се треба посматрати као скуп повезаних различитих елемената (где се првенствено мисли на саме атрактивности које дестинација поседује, окружење, смештај, активности, гастрономију...). У складу са тим потребно је повезати све заинтересоване стране (*stakeholdere*) у квалитетан ланац пословања усмерен према тачно одређеним тржишним сегментима.

Један од потенцијалних праваца развоја туристичког производа је усмерен ка специфичној групи туриста којима примарни мотив није туристички доживљај дестинације већ пословни сусрети. Овакви гостима је потребно посредно представити општину и кроз призму туристичких садржаја којима би им се продужио боравак и самим тим остварио профит локалним туристичким капацитетима. Ово се посебно односи на могућност упознавања локалне културе кроз аутентичну гастрономију и специфичне угоститељске објекте који нуде специјализоване садржаје.

Још један од специфичних видова развоја туристичког производа је везан за културно – тематске руте, односно стварање заједничких туристичких производа са општинама које поседују сличну историјско–културну карактеристику коју је могуће представити кроз туристичку понуду. У складу са тим посебна пажња се треба обратити на подручја општине Петровац на Млави и Пожареваца и представљања дела националне историје (Први и Други српски устанак) и најзначајније личности из овог периода. На овај начин може доћи до

специфичног повезивања и стварања комплементарног туристичког производа који би овај део Србије уврстио у незаобилазне тачке у националном културно–туристичком мозаику.

Чиста и очувана природа, здрава животна средина, садржаји који ће омогућити активан, а релаксирајући одмор постали су потреба савременог човека и он настоји да задовољи ту потребу. Све чешће и у све већем броју у рурална подручја стижу гости из урбаних средина. Општина Велика Плана пажњу треба посветити и овом виду туризма, који ће кроз одређене туристичке производе повезане са изузетним историјским и културним предиспозицијама, посетиоцима понудити стварање специфичног и аутентичног доживљаја дестинације.

Општина Велика Плана припада Подунавском региону, док значајним делом гравитира и ка туристичким дестинацијама **Стиг и Кучајске планине и Аранђеловац, Топола – централни део Шумадије** (Стратегије развоја туризма РС 2016–2025.) где су као кључни туристички производи дефинисани:

- **рурални / етнотуризам,**
- **манифестације,**
- **здравствени (spa / wellness) туризам,**
- **специјални интереси, и**
- **културно – тематске руте**

Ово је посебно важно због формирања заједничких туристички производа, који су све интересантнији на туристичком тржишту (регионалном и европском) а за које постоје изузетни потенцијали. На основу дате анализе која свакако представља полазну платформу у формирању кључних туристичких производа општине Велика Плана, кључни производи су дефинисани у 3 ниова према њиховој важности, односно типу:

Графикон 4: Портфолио кључних туристичких производа општине Велика Плана

НОСЕЋИ ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ

- Транзитни туризам / излетнички
- Културно наслеђе / верски туризам, индустријско наслеђе, ликовна култура
- Рурални туризам / Етно-село, производи села, Укуси Плана

ПОТПОРНИ ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ

- Тематске руте / 1. и 2. Српски устанак, Винско-ракијски пут
- Специјални интереси / бициклизам, пешачење, ловни, вински туризам
- Манифестације / Масукини дани, Вождови дани, Укуси Плана, Моравска регата

ПЕРСПЕКТИВНИ ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ

- MICE туризам / конгреси, семинари, *team buildings*

Извор: Радна група

Табела 14: Елементи туристичких производа у односу на кључне туристичке производе и вредности дестинација датих у Стратегији развоја туризма РС

Елементи производа Плана	туристичких општине Велика	Кључне (атрактивности) дестинације Стратегији туризма РС	вредности по развоја	Кључни производи по Стратегији развоја туризма РС
1. ПОКАЈНИЦА РАДОВАЊСКИ КОМПЛЕКС КРЊЕВО	– ЛУГ,	Културно наслеђе		Рурални / Етно туризам Културно-тематске руте Манифестације
2. ГАСТРО-ПОНУДА		Културно наслеђе		Рурални / Етно туризам Манифестације Културно-тематске руте Специјални интереси
3. МАНАСТИРИ И ЦРКВЕ		Културно наслеђе		Рурални / Етно туризам Специјални интереси
4. РЕКА ВЕЛИКА МОРАВА		Природна богатства		Специјални интереси Манифестације
5. Ловни потенцијал – HUNTING & SAFARI	–	Природна богатства		Специјални интереси Манифестације
6. БИЦИКЛИСТИЧКО- ПЛАНИНАРСКЕ СТАЗЕ РАДОВАЊЕ		Природна богатства		Специјални интереси
7. ИНДУСТРИЈСКО НАСЛЕЂЕ – ВИЛА КЛЕФИШ & СТАРА КЛАНИЦА		Културно наслеђе		Културно-тематске руте

Извор: РРА БП

7. АНАЛИЗА КЉУЧНИХ ТУРИСТИЧКИХ ТРЖИШТА ОД ЗНАЧАЈА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА И МАРКЕТИНГ АКТИВНОСТИ

Анализа кључних туристичких тржишта

Најновија истраживања показују промену тражње на туристичком тржишту где се туристи окрећу новим туристичким дестинацијама, где није заступљена масовност и где очекују већу приватност и активности које у себи чине микс различитих врста туризма чиме се постиже комплетно психофизичко окрепљење и јединствен доживљај, чак и својеврсна авантура.

У складу са наведеним, општина Велика Плана бележи тренд да туристи на њеној територији остварују боравак од једног до пет дана (најчешће транзитни туристи, екскурзије, као и туристи који бораве у форми продуженог викенда). Најзначајније емитивне дестинације за општину су Београд као главни град, Крагујевац и Војводина (где преовладавају сви већи градови са севера земље). Од страних туриста територију општине Велика Плана највише посећују туристи из Турске, Бугарске и Пољске. Изузетна транзитна особеност јој ствара могућност турситичке сезоне током целе године, док је за у већој мери усмерена на пролећне и летње месеце.

Туристи у значајном проценту посету општини воле да комбинују и са обиласком суседних општина (овакву ситуацију би требало искористити за формирање туристичког производа, који је изузетно специфичан због постојања више туристичких атракција на релативно кратким релацијама). Оно што је тренд у савременом формирању туристичке понуде је пружање већег броја туристичких садржаја туристима који у сваком тренутку желе испуњен одмор и потпун доживљај дестинације у ширем и ужем смислу. У том концепту, суседне општине не треба доживљавати као конкурентне, већ створити могућности за заједничко појављивање на тржишту и при формирању туристичког производа. На овај начин ће се створити могућности за бољу сегментираност самог тржишта, као и знатно шира лепеза задовољења потреба туриста. Принципом повезивања на различитим нивоима и искоришћењем карактеристике мултипликативности туризма, локалним произвођачима се отвара шире тржиште, као и могућност увезивања туризма са другим привредним гранама.

Повезивањем општина и стварањем услова за прекограничну сарадњу, отварају се врата и различитих фондова и инвестиција. У том смислу при планирању треба узети у обзир и ширу слику сарадње и конкуренцију посматрати у сасвим новом светлу могућности сарадње и подизања квалитета услуга на сасвим нови ниво. Општину Велика Плана одликује близина суседних општина која се огледа у широком спектру туристичких услуга на релативно малом географском простору. То се посебно огледа у релативној близини различитих туристичких атракција (близина Дунава, Виминацијума, Голубачке тврђаве, Сребрног језера, бициклистичке руте Euro velo 6, Хомоља, РУЦ „Ждрело“, Бистричке воденице...) и могућности формирања заједничких туристичких производа (где се посебно издвајају културно – тематске руте и гастрономске туре).

У складу са оваквим стањем општина треба планирати и своје маркетинг активности и привлачење у већем проценту и туриста из других земаља. Ово би свакако морало бити у корелацији са Туристичком организацијом Србије, као и туристичким организацијама свих већих градова у земљи и региону. На основу овакве ситуације у будућности се планира и већи *on line* маркетинг, комуникација преко друштвених мрежа, израда нових флајера и брошура (посвећених превасходним туристичким потребама и интересовањима).

У даљим туристичким маркетинг активностима општине пажња би требала бити усмерена на динамичне промене у тражњи које су пре свега усмерене на већи еколошки квалитет и здравствену и рекреациону функционалност саме општине као рецептивне дестинације, повећање техничко – технолошког нивоа услуга, проширења доступности туристичких садржаја.

Маркетинг мере и активности

Као најважније мере и активности на побољшању промоције, повећању видљивости и присутности на тржишту издвојене су:

Мера 1. Профилисање општине и стварање идентитета на тржишту / брендирање:

1. Развој и реализација програма брендирања као нове атрактивне туристичке дестинације
2. Интензивна промоција новог туристичког бренда на дигиталним медијима и свим великим туристичким догађајима у земљи и свету.

Мера 2. Унапређење промоције и комуникације:

1. Формирање фото и видео архиве
2. Израда краћих промотивних видео садржаја
3. Осавремењавање постојећих и успостављање нових дигиталних алата промоције (сајт, ДМ...)
4. Промоција путем националних интернет платформи
5. Дизајн и израда различитих промотивних материјала
6. Присутност у медијима – различит едукативни и забавни садржај (израда емисија, прилога, спотова, кампања...)
7. Учешће на различитим догађајима (сајмови, фестивали, манифестације, скупови)
8. Повећање капацитета ТО - усавршавање кадрова за дигитални маркетинг, дизајн и видео презентацију и развој иновативних туристичких понуда и производа у складу са трендовима у свету
9. Израда сувенира - специфичних за туристичке атракције у општини (формирање мреже удружења жена ради израде сувенира)

8. РАЗВОЈНИ МОДЕЛ, ЦИЉЕВИ И ПРОЈЕКЦИЈЕ ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА

Развојни модел

Природни и културни потенцијали којима располаже општина Велика Плана, сврставају је у подручја са значајним ресурсима за развој туризма у складу са начелима одрживог развоја и пословања. Овакав развој туризма ствара основу за концепт који ће у равнотежу ставити еколошке, социо-културне, економске компоненте средине и задовољство туриста. Циљ оваквог планирања и пословања је пронаћи оптималан облик туристичког развоја који неће доводити у питање потенцијалну деградацију локалних природних и културних ресурса општине, али исто тако неће утицати и на могућност ускраћивања задовољства туристе.

Општина Велика Плана представља простор са високом концентрацијом природних и антропогених туристичких ресурса, у различитом степену заштите, очуваности и валоризације за потребе туризма. То је простор који је неспорно туристички високо потенцијалан, у коме се прожимају природне специфичности и атрактивности са културом, историјом и традицијом народа који су на овим просторима живели и оних који ту данас живе. Све већи проценат туриста заинтересован за нове облике туризма који су усмерени ка психо-физичком окрепљењу и укључују боравак у очуваној природној или руралној средини, али укључују и елементе културне баштине и локалне гастрономије. Посебним појединачним студијама је у наредном периоду потребно прецизирати за сваки локалитет максималан број посетилаца како не би долазило до деградирања амбијента туристичког локалитета.

Планирање одрживог развоја туризма на територији општине свакако да у себи укључује и сагледавање комплексних постојећих и потенцијалних веза туризма и других привредних грана. Једна од најважнијих је свакако веза пољопривреде и туризма. Ове две гране представљају сегменте водећих приоритета данашњице који се сваким даном развијају и шире. Пољопривреда заузима значајно место у структурном и просторном развоју руралних подручја, а тиме и одређених видова туризма. Читав сплет веза, односа и утицаја са многобројним додирним тачкама доводе до стварања нових облика разноврсности прилагођених жељама и потребама сваког појединца. Улога пољопривреде у развоју туризма општине Велика Плана може бити мултифункционална – може се јавити као снабдевач храном, сировинама и додатном радном снагом; као носилац развоја туризма, као мотив кретања људи... Са повећањем дохотка и стандарда расту захтеви појединих категорија потрошача, како у тражњи за квалитетнијом, разноврснијом и здравствено безбеднијом храном, тако и за разноврснијим туристичким понудама (активни одмори на сеоским газдинствима и учествовање у свакодневним пословима...).

Традиционална гастрономија овог краја се у процесу све веће потребе за специфичном и квалитетном храном може искористити као подршка одржавању начина живота и пејзажа

у пољопривредним подручјима општине и на тај начин их повезати са планираним туристичким зонама. Специфична пољопривредна потрошња, какву захтева одрживи туризам, може се одвијати у неколико праваца. С једне стране, то је подржавање идентитета појединих зона, као битан елемент компатибилног привредног развоја и паралелно с тим производња хране по методама тзв. органске пољопривреде (еколошке, биолошке, алтернативне) која у науци и пракси означава начин обављања биљне и сточарске производње који су супротни систему уобичајене пољопривреде. То је систем пољопривредне производње где су економски принципи доведени у одличан склад са еколошким захтевима (Тодоровић, Милетић, 2008).

Развој суплементарних и компатибилних туристичких садржаја и програма који у себи садрже социјалну, економску и еколошку димензију одрживости чине заокруженост интегралног туристичког развојног процеса са акцентом на стварању могућности за додатне приходе сеоском становништву. Ово се постиже адекватним планирањем развоја, као и промоцијом квалитетних и аутентичних производа овог краја (мед, ракија, вино...). Ако се узме у обзир чињеница да просечан инострани туриста на храну потроши више од трећине својих укупних издатака долази се до закључка да општина Велика Плана има добру основу да и кроз гастрономију приближи своје квалитете потенцијалном туристи.

Општи циљ одрживог развоја туризма општине Велика Плана је препознат туристички производа који је усклађен са природним и културним капацитетом и не угрожава ресурсе на којима се базира. Овакав туристички производ у себи садржи интересовања усмерена ка елементима здраве животне средине, локалне културе и традиције, као и повећање капацитета у складу са начелима одрживости.

Графикон 5: Стратешки и посебни циљеви

Стратешки циљ 1: Повећање туристичког промета за мин. 20% до 2028. године

• **Посебни циљ 1.1:** Повећање броја и унапређење квалитета смештајних и угоститељских капацитета

Посебни циљ 1.2: Унапређење постојећих и развој нових туристичких садржаја

Посебни циљ 1.3: Унапређење промоције и маркетинга

Стратешки циљ 2: Повећање броја запослених у туризму и угоститељству за мин. 20% до 2028. године

• **Посебни циљ 2.1:** Подстицање предузетништва у туризму и повезаним делатностима

• **Посебни циљ 2.2:** Подстицање нових инвестиција

Извор: РРА БП, Радна група

Остварењем наведених циљева и даљим радом на индикаторима за праћење и утврђивање степена одрживости туристичког развоја који приказују :

- економске ефекте привређивања у општини;
- задовољство туриста;
- локалну заједницу;
- степен очуваности културног идентитета и
- стање животне средине,

долази се до интегрисања економских, еколошких, културних, социјалних и чинилаца задовољства туриста које чине туристички развој и сам производ потенцијалне туристичке дестинације комплетним.

Укупни ефекти одрживог развоја туризма, пројектовани су у односу на кључне индикаторе и приказани у наредној табели:

Табела 15: Пројекције индикатора раста

	Полазна основа 2022	Скромна пројекција 2028	Просечни раст %	Оптимистична пројекција 2028	Просечни раст %
Доласци					
Укупно	8.486	9.598,75	13,11	10.871,65	28,11
Домаћи	3.203	3.523,3	10	4.003,75	25
Страни	5.283	6.075,45	15	6.867,9	30
Ноћења					
Укупно	15.569	17.635,05	13,27	19.970,4	28,27
Домаћи	5.386	5.924,6	10	6.732,5	25
Страни	10.183	11.710,45	15	13.237,9	30
Просечна дужина боравка					
Укупно	1,8	1,98	10	2,297	27,63
Домаћи	1,7	1,87	10	2,125	25
Страни	1,9	2,09	15	2,42	30

Извор: РРА БП

9. АНАЛИЗА И ПЛАН КОНКУРЕНТНОСТИ СА ПРЕДЛОГОМ КЉУЧНИХ ИНВЕСТИЦИОНИХ ПРОЈЕКТА

Анализа и план конкурентности

Како се наводи у Стратегији туризма РС већина аутора и аналитичара у области путовања и туризма углавном су сагласни у погледу глобалних трендова који ће трансформисати туризам. Раст броја туриста према UNWTO до 2030. године кретаће се по стопи 3,3 % или 43 милиона годишње да би достигао 1,8 милијарди туриста. Евидентне ће бити и промене њиховог понашања и мотива на које ће свакако утицати и климатске промене, смањивање и несташица ресурса, смањење времена у односу на новац, жељу и мотив (Стратегија развоја туризма РС 2016-2025. стр.19).

Највеће емитивно тржиште за општину Велика Плана је Београд, као главни и највећи град Републике Србије. Највећи број туриста управо из овог града посећује ове крајеве, боравећи у просеку 1 – 3 дана (углавном су то викенди). Релативна близина Београда и добра саобраћајна повезаност су свакако неке од главних конкурентских предности. У складу са савременим тенденцијама у туризму и потребама туриста за краћим одморима праћеним већим бројем садржаја, општине Подунавског и Браничевског округа треба посматрати више комплементарно (велики број туристичких садржаја). Кроз добру организацију, сарадњу и промоцију свака општина ће имати свој део „туристичког колача“.

Општине које би могле представљати главне конкуренте општини Велика Плана на туристичком тржишту (склоп туристичке понуде) могле би бити општине Јагодина и Аранђеловац. У наредној табели наведене су конкурентске предности и недостаци општине у односу на конкуренцију.

Табела 16: Конкурентске предности и недостаци општине Велика Плана

ОПШТИНА	САОБРАЋАЈНА ПОВЕЗАНОСТ	ТУРИСТИЧКИ САДРЖАЈ УСЛОВЉЕН ПРИРОДНИМ РЕСУРСИМА	КУЛТУРНО–ИСТОРИЈСКИ РЕСУРСИ У ФОРМИ ТУРИСТИЧКОГ САДРЖАЈА	ГАСТРОНОМСКА ПОНУДА	ФОЛКЛОРНО НАСЛЕЂЕ	СПЕЦИФИЧНИ ТУРИСТИЧКИ САДРЖАЈИ
ВЕЛИКА ПЛАНА	Удаљеност од Београда око 90 км; Удаљеност од Новог Сада око 180 км	Заштићена природна добра Терени и стазе за бициклизам Планинарење – Радовањска брда Ловишта Терени за	Манастири и цркве; Знамените историјске личности и догађаји; Заштићена	Вино и ракије Локални специјалитети Риба	Обичаји Легенде Ношња Богата историја и знамените личности	Коњички спорт Моравска регата Позоришни фестивал Ловни туризам Ликовне колоније

		спортски риболов Река Морава Паркови, Шуме	културно– историјска Баштина Манифест ације			Мото скуп Винарије „Моравск и конаци“
АРАНЂЕЛ ОВАЦ	Удаљен ост од Београ даоко 75 км; Удаљен ост од Новог Сада око 165 км	Планина ,Пећина Језеро Паркови Термалне воде	Знамен ита места Уметничка дела – скулптуре	Национ ална кухиња, шумади јски специја литети	Орашац Традиција Ношња фолклор	Аква парк Коњички клубSpa / wellness
ЈАГОДИН А	Удаљен ост од Београ даоко 140 км; Удаљен ост од Новог Сада око км; око 230 км	Парк ,Ловишта, Риболовн итерени	Позо риш ни фест ивал	Вино Ђуретина на традицио налан начин	Манифе стације посвеће не фолклор ном наслеђу	Аквапарк Музеј воштаних фигура 300 врт

Извор: РРА БП

Једна од главних конкурентских предности у односу на наведене општине (Аранђеловац и Јагодину) је постојање угоститељске понуде на изразито транзитним тачкама. Ова чињеница је посебно везана за постојање ланца за пружање услуга хране и пића *McDonald's* који је познат на светском нивоу. Овакву ситуацију треба искористити за промовисање остале понуде (туристичке и угоститељске) која се на простору општине Велика Плана може развити у специфичне туристичке производе и понудити „транзитним“ путницима, односно „задржати“ их на простору Велике Плана. Ово се посебно односи и на саму понуду локалних производа у угоститељским објектима (у близини аутопута). На тај начин Велика Плана може постати незаобилазна тачка при сваком путовању, али и дестинација за одмор са одличним саобраћајним положајем и низом туристичких садржаја (прилагођених туристичкој тражњи). У складу са тим треба формирати и имиџ саме општине као доброг домаћина који сваком госту пружа потпуно нови доживљај путовања и одмора.

Оно што би такође могла бити предност је тренутна ситуација у којој све већи број туриста жели да борави у дестинацијама које још увек нису у великој мери туристички активирани (у смислу броја туриста на одређеном простору), а одликују се специфичном туристичком понудом и квалитетним смештајем.

Кроз формирање квалитетних туристичких производа и специјализованих програма обилазака (посвећених историјским личностима попут Клефиша) уз адекватну туристичку инфраструктуру, Велика Плана би на туристичком тржишту добила сасвим нову препознатљивост и значајну конкурентску предност у односу на наведене дестинације.

Предлог кључних инвестиционих пројеката

Идентификовани инвестициони пројекти неопходни за унапређење амбијента у сврху развоја туризма представљени су у следећој табели:

Табела 17: Кључни инвестициони пројекти

РБ	ПРОЈЕКАТ
1.	Пројекат саобраћаја и саобраћајне туристичке сигнализације на територији општине Велика Плана Индикатори успешности: 1. боље сналажење односно упућивање корисника туристичких услуга до туристичких потенцијала и садржаја туристичке понуде, постављањем стандардизоване туристичке сигнализације на целој територији општине 2. санацију дела саобраћајнице – деоница: Цариградски друм, државни пут IIA 158 до раскрснице Радовањски луг
2	Реконструкција платоа испед Центра за културу „Масука“ Индикатори успешности: 1. прилагођавање трга потребама различитих корисника, враћањем његове првобитне намене реконструкцијом и осавремењењем 2. успостављање мултифункционалног простора, комуникацијског, манифестацијског и у функцији објекта ЦзК Масука
3.	Реконструкција зграде Старе кланице Индикатори успешности: 1. Формиран вишенаменски простор за различите културне, пословне и туристичке намене
4.	Кружна саобраћајница Индикатори успешности: 1. Саобраћајно повезане кључне атракције (Радовањски луг, Покајница и Манастир Копорин) 2. Пешачко-бициклистичка стаза
5.	Пејзажно уређење зелених зона и унапређење инфраструктуре за немоторизован транспорт

	Индикатори успешности: 1. Разграничења бициклических и пешачких стаза ниским зеленилом и обезбеђивање хладовине стварањем дрвореда. 2. Уређење парка Карађорђе са стварањем зелене оазе. 3. Уређење прилаза базену.
6.	Изградња авантура-парка на Морави Индикатори успешности: 1. Унапређење туристичке понуде новим садржајима у туристичко-рекреативној зони Жабарски мост

Извор: Радна група, ТО Велика Плана, ЛЕР Велика Плана

10. МОДЕЛ УПРАВЉАЊА ТУРИСТИЧКОМ ДЕСТИНАЦИЈОМ

Туризам као грана привреде значајним делом врши утицај на развој и тржишно функционисање простора на коме се планира и дешава. У његовом деловању сачињавају га различите компоненте за које је директно или индиректно везан. Исто тако, својим развојем ствара различите повратне реакције на многе секторе и заинтересоване стране.

Савремене тенденције у туризму одбацују велике бројке у посетиоцима и масовни туризам као такав. Већа пажња посвећује се самом доживљају на дестинацији, односно перцепцији коју туриста има када дође у одређени крај. Треба му обезбедити, у складу са потребама и жељама, квалитетан и пре свега чист и удобан смештај, аутентичан гастрономски доживљај, локално гостопримство и доступност свих потребних информација, културне и природне садржаје, односно све неопходне елементе који су неопходни да се туриста осећа пријатно. На овај начин све стране које учествују у формирању и реализацији одређеног туристичког производа биће задовољне. Туриста ће из дестинације отићи у добром психо – физичком расположењу, а туризам ће кроз све своје карике, захваљујући великом мултипликативном дејству, остварити приходе на више нивоа. То свакако захтева добру повезаност и координацију свих кључних заинтересованих страна и заједнички рад на свим пољима развоја туризма.

Табела 18: Модел управљања туристичком дестинацијом

р.б	област	кључни чиниоци развоја	заинтересоване стране	облици активности	сарадње,	механизми, контроле, праћења и координације
1	Планска пројектна документација	и	ЈЛС, ТО	приватни сектор, МЗ	партиципација, заједничко учешће у изради документације, суфинансирање	Законски оквир - ЗПИ, Програм развоја општине и туризма, ППО, ПГР
2	Инфраструктурно опремање		ЈЛС, КЈП, Министарства, Путеви Србије, ЕПС	приватни сектор, МЗ, сеоска дом.	суфинансирање, сарадња приликом избора и реализације ИС пројеката	Законски оквир-ЗПИ, Програм развоја општине и туризма
3	Заштита унапређење природног богатства културно	и	ЈЛС – инспекција, ТО, РЗЗСК, РЗЗП	Извиђачи, Удужења, МЗ, приватни сектор	Заједничке акције, израда планова одрживог управљања, Израда програма санације и	Законски оквир-ЗПИ, Закон о заштити природе, Закон о заштити

	историјског наслеђа			рестаурације објеката под заштитом	споменика културе
4	Обезбеђење донација и финансија ван буџета ЈЛС; Презентација и промоција у циљу привлачења инвестиција; Помоћ приватном сектору, удружењима и сеоским домаћинствима у приступу инвестиционим фондовима	ЈЛС – Одсек за ЛЕР, ТО, Министарства, РРА, РПК, БУО	приватни сектор, МЗ, сеоска домаћинства, удружења	Сарадња приликом писања предлога пројекта и конкурса за донације, Организовање радионица за заједничку израду предлога пројекта Заједничка презентација општине као погодног места за инвестиције, ЈПП, Израда мапа слободних локација за инвестиције;	Уредба о управљању капиталним пројектима; Закон о ЈПП; Субвенције; Заједнички пројекти; Подстицајна инвестициона клима; Протокол о сарадњи; Развојне стратегије; Регионална сарадња.
5	Едукација, развој људских ресурса	ТО, РРА, Образовне институције	приватни сектор, МЗ, сеоска домаћинства, удружења,	Заједничка организација едукација, нови образовни профили у средњој школи	Локални акциони план запошљавања, Програм развоја општине и туризма, План за укључивање нових профила у Средњој школи
6	Маркетинг, промоција,	ТО, ТОС, РРА, Образовне институције	приватни сектор, МЗ, сеоска домаћинства, удружења, установе културе, спортски савез	Сарадња на изради промотивног материјала, заједнички наступ на сајмовима, организација изложби, манифестација	Потписивање протокола о партнерству и сарадњи на заједничкој промоцији
7	Одржавање	КЈП, ЈЛС, ТО	приватни сектор, МЗ, сеоска дом.	Израда програма одржавања комуналне чистоће и јавног зеленила, Заједничке акције на чишћењу;	Одлука СО о поверавању послова на одржавању јавних површина у туристичким зонама;

Извор: РРА БП, Радна група

У области туризма, запажа се досадашња добра координација на различитим нивоима сарадње како на локалном, тако и на регионалном и републичком нивоу. Даљи рад свакако треба посветити сагледавању и избору одговарајућих стратегија, кроз које би све заинтересоване стране остваривале напредак, даљу интеграцију, комуникацију и још плоднију међусобну сарадњу. На овај начин долази до повезивања свих заинтересованих страна на територији општине и шире, њихове интеграције, комуникације, сарадње на свим нивоима, односно до стварања ефикасног и флексибилног модела управљања развојем туризма у општини као потенцијалној туристичкој дестинацији. Успостављањем ефикасног модела управљања на нивоу општине стиче се могућност сталног праћења променљиве туристичке тражње и прилагођавања новим захтевима тржишта, унапређења промоције и пропаганде која утиче на повећање броја туриста, као и боље сарадње на свим нивоима (регионалном, националном..).

11. АКЦИОНИ ПЛАН

Акциони план је усмерен на конкретне пројекте и активности које се међусобно допуњавају, прожимају и међусобно су повезане.

Табела 19: Акциони план

Стратешки циљ 1: Повећање туристичког промета				
Посебни циљ 1.1: Повећање броја и унапређење квалитета смештајних и угоститељских капацитета				
Мера	Пројекат/активност	Индикатори	Процењена вредност	Носилац
Повећање категорисаног смештајног капацитета	1. Подстицање и усмеравање локалног становништва за бављење туризмом, (едукација, субвенције) 2. Помоћ и саветодавна функција везано за категоризацију објеката 3. Одређивање простора за камповање, бунгалове 4. Припрема пројектних идеја за инвестиције на проширењу и изградњи нових смештајних капацитета	% повећања смештајних капацитета	5 мил. рсд	- ТО Велика Плана - ОУ Велика Плана
Унапређење квалитета постојећих смештајних капацитета	1. Едукације из различитих области пословања 2. Умрежавање и размена искустава, с преносом добрих пракси 3. Развој и специјализација аутентичне угоститељске понуде		1 мил. рсд	- ТО Велика Плана - ОУ Велика Плана - Туристичка привреда
Посебни циљ 1.2: Унапређење постојећих и развој нових туристичких садржаја				
Мера	Пројекат/активност	Индикатори	Процењена вредност	Носилац

Обезбеђивање предуслова за инвестиције у развој туризма	1. Припрема и усвајање нових планских докумената, студија и пројектне документације 2. Израда пројектно-техничке документације за приоритетне пројекте/локације (Стара кланица, Излетиште на Морави, Визиторски центар на Караули и др.) 3. Решавање имовинско-правних односа у туристичким зонама 4. Припрема пројектних идеја за даљи развој и побољшање туристичке инфраструктуре у циљу развоја појединачних туристичких производа	Број усвојених планских документа - Број узрађених елабората - Број завршене пројектно техничке документације - Број парцела са решеним имовинским односима број израђених пројектних идеја	20 мил. рсд	- ТО Велика Плана - ОУ Велика Плана
Унапређење постојеће и изградња нове туристичке инфраструктуре	1. Уређење, обележавање и ГПС доступност шетачких (trekking) и бициклистичких стаза до кључних атракција (Покајница, Копорин...) и на атрактивних природним локацијама 2. Уређење спортских и дечијих садржаја, забавни паркови, трим стазе, итд. 3. Уређење инфраструктуре за презентацију туристичких потенцијала на постојећим туристичким локацијама - атракцијама (туристичке инфо – табле, инфо – центри, сувенирнице, продавнице локалних производа, визиторски центар,...) 4. Туристичка сигнализација – постављање туристичке сигнализације на целој територији општине 5. Реконструкција и валоризација кључних атракција (Стара кланица, Комплекс Школе у Крњеву, Ресторан Воденица и др.)	-број и дужина уређених стаза, -број нових садржаја; - број нових пројеката: - број реконструисаних објеката	150 мил. рсд	- ТО Велика Плана - ОУ Велика Плана

	6. Успостављање народног/завичајног музеја 7. Активирање старе основне школе у Радовању у функцији туризма 8. Унапређење и проширење капацитета и услуга Планинарског дома (смештајни капацитети) 9. Изградња шеталишта и формирање излетишта у туристичкој зони Мораве 10. Унапређење објекта Дома омладине за спортско-културна дешавања 11. Активирање неискоришћених објеката у сврху туризма (ОШ Карађорђе у Купусини – Школа у природи и др.)			
Мапирање, формулисање и повезивање чиниоца понуде на нивоу туристичке дестинације	1. Анализа постојеће понуде и услуга, стања и сегментираности тржишта, анализа конкуренције 2. Формирање радних група за појединачне туристичке производе 3. Израда планова развоја појединачних туристичких производа 4. Даљи развој постојећих манифестација традиционалног наслеђа, уметности и културе 5. Мониторинг и даља истраживања	Успостављање система за праћење и контролу квалитета услуга, праћење задовољства туриста, истраживање потреба туриста и туристичке потрошње, редовне анкете, праћење рецензија на друштвеним мрежама	1 мил. рсд	- ОУ Велика Плана - ТО Велика Плана - Удружења ликовних уметника, грађана, НВО - ЦзК, Масука
Формирање и даљи развој постојећих елемената туристичког производа	1. Идентификација специфичних локалних производа и активности, развој недостајућих/додатних садржаја и формулисање приоритетних интегрисаних туристичких производа	израђен Програм једнодневних и вишедневних посета -број појединачних туристичких производа	1 мил. рсд	- ОУ Велика Плана - ТО Велика Плана - Културне институције и установе

	2. Сегментација туристичког тржишта за потребе развијања појединачних туристичких производа 3. Даља афирмација пакета једнодневне и вишедневне туристичке понуде у складу са тражњом на туристичком тржишту – израда програма једнодневних и вишедневних посета општини (нпр. програми продужених викенда)			- Туристичка привреда
Посебни циљ 1.3: Унапређење промоције и маркетинга				
Мера	Пројекат/активност	Индикатори	Процењена вредност	Носилац
Профилисање општине и стварање идентитета на тржишту / брендирање	1. Развој и реализација програма брендирања као нове атрактивне туристичке дестинације у Србији, 2. Интензивна промоција новог туристичког бренда на дигиталним медијима и свим великим туристичким догађајима у земљи и свету.	-осмишљен аутентичан бренд -број промоција и посета на друштвеним мрежама	10 мил. рсд	- ОУ Велика Плана - ТО Велика Плана
Унапређење промоције и комуникације	1. Формирање фото и видео архиве 2. Израда краћих промотивних видео садржаја 3. Осавремењавање постојећих и успостављање нових дигиталних алата промоције (сајт, ДМ...) 4. Промоција путем националних интернет платформи 5. Дизајн и израда различитих промотивних материјала 6. Присутност у медијима – различит едукативни и забавни садржај (израда емисија, прилога, спотова, кампања...)	-формирана архива -израђени видео садржаји -израђен нови сајт ТО -број посета и лајкова на друштвеним мрежама; -број нових садржаја на туристичким платформама, тотему -израђена мобилна апликација	20 мил. рсд	- ОУ Велика Плана - ТО Велика Плана

	7. Учесће на различитим догађајима (сајмови, фестивали, манифестације, скупови) 8. Повећање капацитета ТО - усавршавање кадрова за дигитални маркетинг, дизајн и видео презентацију и развој иновативних туристичких понуда и производа у складу са трендовима у свету 9. Израда сувенира - специфичних за туристичке атракције у општини (формирање мреже удружења жена ради израде сувенира)	-израђен нов промотивни материјал -број емисија, прилога, спотова... -број активног учешћа на сајмовима и фестивалима -број обучених радника		
Унапређење сарадње са Туристичком организацијом Србије	1. Учесће у различитим промо кампањама и сајмовима 2. Израда различитих заједничких програма и брошура 3. Презентације, радионице и састанци у организацији ТОС-а 4. Излагање локалног промо материјала у Инфо центру ТОСа	-Број промо кампања -број заједничких програма -број презентација и радионица -број активног учешћа на међународним сајмовима	1 мил. рсд	- ОУ Велика Плана - ТО Велика Плана
Унапређење сарадње и успостављање заједничке туристичке понуде са општинама БП региона	1. Заједничка промоција на различитим туристичким дешавањима 2. Промоција локалних произвођача на фестивалима у организацији других локалних ТО 3. Сарадња на припреми и реализацији заједничких пројеката (финансираних из буџета РС и ЕУ фондова) 4. Заједнички туристички производи	-Број заједничких промоција, наступа, пројеката, туристичких производа	15 мил. рсд	- ОУ Велика Плана - ТО Велика Плана
Сарадња са рецептивним и емитивним туристичким агенцијама и различитим удружењима	1. Сарадња при изради различитих програма посета (понуда туристичких производа општине)	-број израђених програма посета и предлога итинерера	1 мил. рсд	- ОУ Велика Плана - ТО Велика Плана - Туристичке агенције

	2. Пружање различитих видова помоћи везане за интеракцију са туристима, предлози итинерера...			
--	---	--	--	--

Стратешки циљ 2: Повећање броја запослених у туризму и угоститељству

Посебни циљ 2.1: Подстицање предузетништва у туризму и повезаним делатностима

Мера	Пројекат/активност	Индикатори	Процењена вредност	Носилац
Ширење лепезе услуга и предузетништва	- Идентификација недостајућих услуга у области туризма у целој општини и на одређеним локацијама - Подстицање иницијатива у различитим секторима предузетништва везаних за туристичку привреду, посебно у областима идентификованих недостајућих услуга (помоћ у изради пројектних идеја, бизнис планова, субвенције за развој туристичких услуга) - Развој сета подстицаја и субвенција у туризму (посебно за СТД)	Број нових услуга у сектору туризма	20 мил. рсд	- ОУ Велика Плана - ТО Велика Плана
Обука и умрежавање различитих чиниоца (пружаоца) услуга у туризму	- Оспособљавање лиценцираних локалних туристичких водича, планинарских водича, итд. - Едукације за пружаоце услуга смештаја у сеоским домаћинствима и угоститеље - Едукације за носиоце развоја туризма и управљања дестинацијом (ТО, ОУ...) - Студијске посете	-број лиценцираних туристичких водича -број обучених планинарских водича - број одржаних едукација и радионица, студијских путовања	20 мил. Рсд	- ОУ Велика Плана - ТО Велика Плана - НСЗ, РРА БП

Посебни циљ 2.2: Подстицање нових инвестиција				
Мера	Пројекат/активност	Индикатори	Процењена вредност	Носилац
Унапређење и поремање туристичких зона и локалитета	1. Реализација постојећих планова и програма	број уређених зона и реализованих инвестиција	80 мил. рсд	- ОУ Велика Плана - ТО Велика Плана
Обезбеђење и промоција локација и објеката за потенцијалне инвестиције у туризму	1. Решавање имовинских односа 2. Формирање атласа локација са предлогом инвестиционих пројеката 3. Организовање активности везаних за састанке, радионице и презентације са потенцијалним инвеститорима 4. Обезбеђење локација за нове инвестиције у туристичку супраструктуру уступањем парцела у власништву РС	- Број уређених локација Број нових инвестиција	50 мил. Рсд	- ОУ Велика Плана - ТО Велика Плана
Обезбеђење подстицаја за инвестиције у туризму	1. Израда програма подстицаја са пратећим финансијским инструментима за инвестиције у туризму на територији општине	Израђен програм	50 мил. рсд	- ОУ Велика Плана - ТО Велика Плана

ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Општина Велика Плана спада у подручја са значајним природним и културним капацитетима за формирање квалитетних туристичких производа намењених различитим тржишним сегментима. Евидентно је да је у претходном периоду имала одређен степен препознатљивости (пре свега захваљујући различитим екскурзионим и транзитним посетама) али овакав начин развоја туризма у савременим токовима тражње изискује нове тенденције прилагођавања, формирања адекватног имиџа општине и квалитетних туристичких производа.

Кроз стварање адекватне слике, коју би Велика Плана у будућности требала да формира о себи и тиме утиче на своју препознатљивост и аутентичност на туристичком тржишту, могуће је остварити туристички развој и значајан приход од ове привредне гране.

Капацитет исказан кроз квалитетан локални производ, односно локалне произвођаче (попут винарије „Радовановић“) представља један од значајних ресурса који могу привући одређен тип туриста и отворити могућности развоја тематских рута, док потенцијал и традицију које имају одређене локалне манифестације треба надоградити и развити кроз модернији интерактивни приступ обраћања посетиоцима.

Свакако да ће се утицај прелити и на угоститељску понуду у смислу формирања аутентичног локалног залогаја који би укључивао већу заступљеност локалних производа у ресторанима и хотелима, чиме би се створила могућност већег пласмана и значајнијег остваривања прихода локалном становништву, а гостима омогућио квалитетнији доживљај саме дестинације.

Програм развоја туризма за наредни петогодишњи период треба искористити као својеврсну платформу која ће указати на даље правце деловања и одговарајуће комплементарности свих ресурса који се налазе на овом подручју. Даљи развој (туристичке и саобраћајне) инфраструктуре омогућиће квалитетну основу за формирање туристичких програма, док би значајне историјске личности (Карађорђе, Клефиш...) као и природни и културни потенцијали ових простора, свакако требало да буду један од видова инспирације намењених за обраћање будућим посетиоцима (кроз различите специјализоване програме обилазака).

Листа скраћеница

ДМО – *destination management organization*/организација за управљање дестинацијом

ЕУ – Европска унија

ИТП – интегрисани туристички производ

ЈП - јавно предузеће

ЈКП – јавно комунално предузеће

КУД – културно-уметничко друштво

ЛЕР – локални економски развој

ЛС – локална самоуправа

МТО – Министарство туризма и омладине

НВО – невладина организација

ПК – планинарски клуб

ППОВ – постројење за пречишћавање отпадних вода

РРА БП – Регионална развојна агенција „Браничево-Подунавље“ доо

РТО – регионална туристичка организација

РЗС – Републички завод за статистику

ТО – туристичка организација

ТОС – Туристичка организација Србије

ЗЗС – Завод за заштиту споменика

Попис табела

Табела 1: Издвајања буџетских средстава у сврху развоја туризма.....	20
Табела 2: Кључни показатељи туристичког промета, 2018-2022.	21
Табела 3: Кључни локални актери у сектору туризма.....	24
Табела 4: Анализа постојећих туристичких производа.....	26
Табела 5: Преглед категоризованих угоститељских објеката са смештај и исхрану, 2023.....	31
Табела 6: Преглед кључних правних лица у делатности угоститељства и смештаја, 2023.	32
Табела 7: Преглед кључних угоститељских објеката, 2023.	33
Табела 8: Кључни индикатори запослености	33
Табела 9: Приказ SWOT анализе – Људски ресурси.....	37
Табела 10: Приказ SWOT анализе – Инфраструктура и саобраћај.....	38
Табела 11: Приказ SWOT анализе – Туристички производи	39
Табела 12: Приказ SWOT анализе –Усклађеност са другим делатностима	40
Табела 13: Приказ SWOT анализе – Маркетинг и дистрибуција.....	40
Табела 14: Елементи туристичких производа у односу на кључне туристичке производе и вредности дестинација датих у Стратегији развоја туризма РС.....	44
Табела 15: Пројекције индикатора раста	49
Табела 16: Конкурентске предности и недостаци општине Велика Плана	50
Табела 17: Кључни инвестициони пројекти.....	52
Табела 18: Модел управљања туристичком дестинацијом	54
Табела 19: Акциони план.....	57

Попис графикана

Графикон 1: Учесници радионица по секторима	Слика 1: Радионица	5
Графикон 2: Заступљеност кључних емитивних тржишта на територији општине Велика Плана		22
Графикон 3: Приход од боравишних такси за период од 2018-2022. године		22
Графикон 4: Портфолио кључних туристичких производа општине Велика Плана		43
Графикон 5: Стратешки и посебни циљеви		48

Попис слика

Графикон 1: Учесници радионица по секторима	Слика 1: Радионица	5
Слика 2: Положај општине Велика Плана		9
Слика 3: Црква Покајница	Слика 4: Манастир Копорин	13
Слика 5: Радовањски луг		13
Слика 6: Стара школа и Црква у Крњеви		14
Слика 7: Вила Клефиш	Слика 8: Стара кланица	15

Коришћена литература и извори података

Извори:

- <https://velikaplana.rs/wp-content/uploads/2023/06/PLAN-RAZVOJA-OPSTINE-VELIKA-PLANA-2023-2029.pdf>
- https://velikaplana.rs/podaci/zm_kataloski_listovi_200827_finalna_verzija_reduce_200904_91814.pdf
- https://www.velikaplana.rs/podaci/Tekst_151208_41140.pdf
- <https://mto.gov.rs/extfile/sr/201/Strategijski%20marketing%20plan%20turizma%20RS%20do%202025..pdf>
- <https://mto.gov.rs/extfile/sr/207/strategija.pdf>
- <https://mto.gov.rs/tekst/176/podzakonski-akti.php>
- <https://www.rra-bp.rs/uploads/Regionalna%20strategija%20ruralnog%20razvoja%20BP%202016-2020.pdf>
- <https://velikaplana.rs/kratka-istorija/>
- <https://velikaplana.rs/znamenitosti/>
- <https://velikaplana.rs/turisticki-vodic/>
- <https://velikaplana.rs/kulturni-vodic/>
- <https://velikaplana.rs/privredni-vodic/>
- <https://velikaplana.rs/galleries/foto-galerija/>
- https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1pDZijo9fscFm8yg341IO7Htv9GU&hl=en_US&ll=44.335010900000015%2C21.07663750000001&z=17

- http://devinfo.stat.gov.rs/SerbiaProfileLauncher/files/profiles/sr/1/DI_Profil_Velika%20Plana_EURSRB002002007002.pdf
- <https://spomenicikulture.rs/velika-plana/>
- <https://sr.wikipedia.org/sr>
- https://podaci.com/_gRoute/Crkva-brvnara-Krnjevo.html
- <https://publikacije.stat.gov.rs/G2022/pdf/G202213049.pdf>
- <https://www.apr.gov.rs/%d0%bf%d0%be%d1%87%d0%b5%d1%82%d0%bd%d0%b0.3.html>
- <https://www.podrumradovanovic.rs/>
- https://www.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g1077280-d11817282-Reviews-Restoran_Splav-Velika_Plana_Central_Serbia.html
- <https://selo.rs/o/moravski-konaci>
- <https://hotelmoment.rs/>
- https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g1077280-d1082318-Reviews-Motel_Stari_Hrast-Velika_Plana_Central_Serbia.html
- <https://www.hotelvir.rs/>

Коришћена литература:

- Бакић, О. (2002): Маркетинг менаџмент туристичке дестинације, Економски факултет у Београду, Београд
- Ђурђевић, Б. (2001): Основне технике у демографији, Змај Нови Сад, Друштво демографа Југославије, Београд
- Jakimovski, J. (2009): The role of human capital in rural development, The role of knowledge, innovation and human capital in multifunctional agriculture and territorial rural development, European Association of Agricultural Economists, 113th Seminar of the EAAE
- Jelic, S. , Gligic Dumonjic, J. , Kuzman, B. (2010): Serbian family households in respect to rural tourism development, International scientific meeting : Multifunctional agriculture and rural development (V) – regional specificities, I Book, Belgrade
- Jovanovic, M. , Krunić, N. , Lukac, D. (2010): Profit from the rural tourism as a stimulus for the further development of agriculture, International scientific meeting : Multifunctional agriculture and rural development (V) – regional specificities, I Book, Belgrade
- Каниц, Ф. (1986): Србија – земља и становништво, књ. 5, Српска књижевна задруга, Београд
- Knezevic, M. (2010): Agrotourism as a generator of region development, International scientific meeting: Multifunctional agriculture and rural development (V) – regional specificities, I Book, Belgrade
- Кушен, Е. (2001): Туризам и простор, класификација туристичких атракција, Институт за туризам, Загреб
- Мастер план туристичке дестинације „Стиг – Кучајске планине – Бељаница“, 2007,

Економски факултет Београд

- Мастер план „Доње Подунавље“ (2007), Министарство економије и регионалног развоја
- Мастер план „Путевима Римских царева“ (2007), Министарство економије и регионалног развоја
- Миленковић, С. (1994): Пољопривреда и туризам Србије, Вук Караџић, Параћин
- Миленковић, С. (1996): Основне карактеристике односа пољопривреде и туризма Југославије, Пољопривреда и туризам Југославије, Пољопривредни факултет, Београд – Земун
- Novakov, M. , Gligic, P. , Janković, S. (2010): Food culture and development of tourism, International scientific meeting : Multifunctional agriculture and rural development (V) – regional specificities, I Book, Belgrade
- Пејановић, Р. , Његован, З. (2010): Предузетништво као развојни ресурс (агро) привреде Републике Србије, Агроекономика, Департман за економику пољопривреде и социологију села, Пољопривредни факултет, Нови Сад, стр. 5-13
- Регионална стратегија руралног развоја за Браничево и Подунавље, 2016, РРА БП, Пожаревац
- Ромелић, Ј. (2002): Туристичка географија Југославије, Природно – математички факултет, Институт за географију, Нови Сад
- Ромелић, Ј. (2007): Туристичке регије Србије, Друго, делимично измењено издање, Природно – математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство , Нови Сад
- Стојановић, В. (2006): Одрживи развој туризма и животне средине, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно – математички факултет, Нови Сад
- Стојановић, В. (2007): Одрживи развој туризма и животне средине, Природно – математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад
- Stojanovic, Z. , Ognjanov, G. , Filipovic, J. (2010) : Traditional food and its implications for development of rural tourism in Serbia, International scientific meeting : Multifunctional agriculture and rural development (V) – regional specificities, I Book, Belgrade
- Стратегија развоја туризма Републике Србије 2016 - 2025 („Сл. гласник РС", бр. 98/2016)
- Тодоровић, М. (1997): Значај производње хране дефинисаног географског порекла, ИНП, Београд
- Bedrac, M. (2010): Rural tourism and its impact on rural development in Slovenia, Economics of agriculture, International scientific meeting : Multifunctional agriculture and rural development (V) – regional specificities, I Book, Belgrade
- Butler, R. (1998): Rural recreation and tourism, The Geography of rural change, Longman, Harlow, 211 - 232

Објављивање и ступање на снагу

На основу члана 9. став 1. Закона о планском систему Републике Србије ("Службени гласник РС", број 30/18) и члана 25. став 1. тачка 4) Статута општине Велика Плана ("Међуопштински службени лист општина Велика Плана и Смедеревска Паланка", број 10/19),

Скупштина општине Велика Плана, на __ . редовној седници одржаној __. __. 2024. године, донела је

О Д Л У К У О УСВАЈАЊУ

ПРОГРАМА РАЗВОЈА ТУРИЗМА ОПШТИНЕ ВЕЛИКА ПЛАНА

ЗА ПЕРИОД 2024-2028. ГОДИНЕ

Члан 1.

Овом одлуком усваја/доноси се Програм развоја туризма општине Велика Плана за период 2024 – 2028. године.

Члан 2.

Програм развоја туризма општине Велика Плана за период 2024 – 2028. године саставни је део ове одлуке.

Члан 3.

Ову одлуку и Програм развоја туризма општине Велика Плана објавити у "Међуопштинском службеном листу општина Велика Плана и Смедеревска Паланка".

Члан 4.

Ова одлука ступа на снагу осмог дана од дана објављивања у "Међуопштинском службеном листу општина Велика Плана и Смедеревска Паланка.

Број: 011-___/2024-I

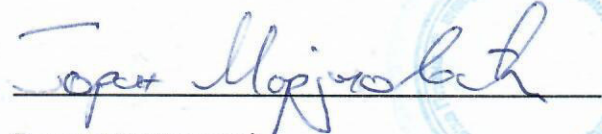
У Великој Плани, __. _____ 2024. године

СКУПШТИНА ОПШТИНЕ ВЕЛИКА ПЛАНА

ПРЕДСЕДНИК

Душан Марић

У Великој Плани, дана 15.03.2024. године



Горан Марјановић

Горан Марјановић,

В.д директор Туристичке организације општине Велика Плана