



Часопис из области економије
менаџмента и информатике
Година 2016, волумен 7, број 2, стр. 1-13



Journal of Economics, Management
and Informatics
Year 2016, Volume 7, Number 2, pp. 1-13

Прегледни рад/ Reviewing paper

УДК/UDC: 338.48-44(497.11-21 Крагујевац)

DOI: 10.5937/bizinfo1602001P

ГРАДСКИ ТУРИЗАМ КАО РАЗВОЈНА ШАНСА ТУРИЗМА ГРАДА КРАГУЈЕВЦА

URBAN TOURISM AS A CHANCE OF TOURISM DEVELOPMENT OF KRAGUJEVAC

Милена Подовац¹

Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам и
Врњачкој Бањи, Србија

Сажетак: Предмет анализе представља градски туризам као значајан сегмент туристичке понуде. Рад анализира потенцијале Крагујевца за развој градског туризма. На основу анализе ресурса, који су неопходни за развој градског туризма, у закључку су изведене смернице за унапређење имиџа Крагујевца као градске туристичке дестинације.

Кључне речи: Градски туризам, град, дестинација, Крагујевац, туристичка понуда.

Abstract: The subject of analysis is the urban tourism as an important segment of the tourist offer. The paper analyzes the potential for urban tourism development development of Kragujevac. Based on the analysis of resources, which are essential for the development of urban tourism, in the conclusion are derived guidelines for improving the image of the city of Kragujevac as a tourist destination.

Key words: Urban tourism, city, destination, Kragujevac, tourism offer.

1. УВОД

Градски туризам представља мултифункционални облик туризма, који својом понудом задовољава различите потребе туриста. Као облик

¹ milena.podovac@kg.ac.rs

туризма, који је доживео експанзију у другој половини 20. века, настао је као последица интензивног развоја туристичке инфраструктуре и туристичког производа, што је омогућио процес урбанизације у местима која су првобитно називана периферним (Azizi, 2011). Под градским туризмом подразумева се путовање у градове, који обезбеђују различите друштвене, културне и економске активности, којима се туристи баве у граду и у којима активности за провођење слободног времена и забаву представљају највећи део услуга (Wilks, Page, 2003, p. 197). Градови се константно мењају, изграђују, трансформишу, континуирано напредују и у константном стању промена обезбеђују својим посетиоцима искуства и производе, које они очекују и ти производи и искуства се стално мењају у циљу прилагођавања растућој туристичкој тражњи (Ивановић, Алкиер, Милојица, 2015, стр.58). Градски туризам развија се у градовима, који су врло специфичне природе. Представљају велике привредне, културне и политичке центре, у којима је развијен велики број других делатности са којима је туризам директно, односно индиректно повезан. Градски туризам представља значајан генератор економских користи за развој привреде у погледу повећања запослености, прихода од туризма, девизног прилива и др.

У овом раду, анализирани су потенцијали Крагујевца за развој градског туризма. Повољно пословно окружење, природне и антропогене вредности и развијена привреда створили су позитиван имиџ Крагујевца као значајног пословног центра. Његова постојећа туристичка понуда је релативно скромније искоришћена за понуду градских одмора у односу на главне административне центре Републике Србије. У циљу повећања броја туриста у самом граду, неопходне су мере у погледу конципирања јединствене туристичке понуде намењене задовољењу потреба туриста током краћег одмора у градској средини.

2. ТУРИЗАМ У ГРАДОВИМА

Савремена теорија тумачи туризам као битан сегмент развоја привреде једне нације. У укупном привредном развоју, туризам представља битан извозни производ и покретач целокупног економског развоја (Вујко, Гајић, 2013, стр. 1). Чињеница да туристи данас чешће путују током године, условили су значајну улогу градова у развоју масовног туризма. Градови као туристичке дестинације имају двоструку улогу. Прво, представљају јака емитивна подручја туристичке тражње, али су истовремено и значајни као рецептивне дестинације имајући у виду географски положај и мотивско наслеђе (Јовичић, Ивановић, 2008, стр. 239). Повољан геостратешки положај је основни предуслов добре повезаности са емитивним тржиштима. Међутим, снага туристичке привлачности градова садржана је у разноврсној и квалитетној

ресурсној основи за развој туризма као и у чињеници да је градски туризам у тесној вези са другим облицима туристичких активности, који се развијају у градовима.

У литератури се градски туризам дефинише на различите начине. Law (2002, р. 4) дефинише градски туризам као *туризам у градским срединама*. Ова дефиниција не даје довољно прецизан оквир теоријског одређења градског туризма. Према Franklin-у (2003, р. 68), градски туризам представља растући сегмент туристичког сектора, који обједињује производе, креативности и читав низ различитих активности различитог порекла и историје, који су повезани у таксономију туристичког предузећа. Истичући економски значај градског туризма, Goeldner и Ritchie (2003, р. 113) наводе да је овај облик туризма заправо све значајнији извор прихода и повећања запослености у градским подручјима. Бавећи се анализом развоја туризма у градском језгру, Jansen Verbeke (1986, р. 83) истиче да је градски туризам заправо путовање људи из места сталног пребивалишта у место, у коме користи услуге за провођење слободног времена. Gârbea (2013, р. 195) указује на значај градског туризма као скупа ресурса, који се налазе у градовима и који су доступни туристима у циљу забаве, пословних мотива путовања и др. Анализирајући туризам као значајан фактор развоја градова, Јерковић и Тодоровић (2010, стр. 307) истичу да градови доживљавају своју трансформацију развојем туризма, односно да изградњом објеката туристичког карактера, градови мењају своју физиономију. Поред тога што се развија у градским срединама, које поседују широко обједињену туристичку понуду различитих туристичких активности, градски туризам је производ, који је атрактиван за туристе током читаве године. Таква тенденција указује на незнатан утицај сезоналности, што није случај са другим типовима туристичких дестинација.

Према Стратегији развоја туризма Републике Србије (2005, стр. 63), основне карактеристике градског туризма као туристичког производа, подразумевале би следеће:

- Кратки одмор у трајању од два до четири дана.
- Представља други, трећи или четврти одмор у години.
- Главни мотиви путовања у градове су: посао, историјско наслеђе, шопинг, забава и др.
- Тржиште кратких одмора је подељено између организованих путовања (пакет аранжмана) и индивидуално организованог одмора.
- Туристички производ, који нема сезонални карактер и ценовно је еластичан.

Специфична структура ресурса градова у погледу бројности, квалитета и приступачности условљава развој различитих активности за туристе током боравка у граду. Велики број мотива путовања на одмор у градове указује на могућност честих поновних посета у циљу потпунијег упознавања са самом понудом града као туристичке дестинације. Економска снага градског туризма огледа се у могућности успешног развоја градова у оним сферама привреде, које су уско повезане са туризмом. Значај туризма у градовима огледа се не само у апсорпцији бројних економских користи, већ и у смислу подизања еколошке свести и валоризације саме локалне заједнице и њених основних карактеристика као дела туристички понуде.

3. АНАЛИЗА ПОТЕНЦИЈАЛА ГРАДА КРАГУЈЕВЦА ЗА РАЗВОЈ ГРАДСКОГ ТУРИЗМА

Крагујевац се налази у средишњем делу Републике Србије, тачније у Шумадијском округу, који обухвата и општине Аранђеловац, Лапово, Баточину, Кнић, Рачу и Тополу. Према попису становника из 2011. године, у Крагујевцу живи 189.721 становника, док је самом граду живи око 146.373 становника, што га чини четвртим по величини градом у Републици Србији (Град Крагујевац, 2011, стр. 16).

Историјски посматрано, Крагујевац је врло значајан град за настанак и развој друштва и привреде Републике Србије. Први пут се помиње у турском пописном дефтеру из 1476. године као „Крагујфоча“. Назван је по птици крагуј, врсти јастреба, која се у средњем веку користила за лов. Поред тога што је био прва престоница модерне српске државе (1818-1841), Крагујевац је значајан по првој основаној гимназији, првом суду, првом позоришту, Лицеју-претечи Универзитета, првој апотеци и др. (Веселиновић, Макојевић, 2015, стр. 3).

Крагујевац представља привредни, образовни и културни центар Шумадије. Његов привредни развој заснован је на индустрији, што указује на то да туризам није идентификован као примарна привредна делатност. Међутим, реструктурирање привреде и тенденција развоја услужних делатности указује на немерљив значај туризма за економски раст. Постојање квалитетне структуре природних и антропогених ресурса, манифестационог садржаја и богат културни живот указују на реалне могућности за креирање понуде, која би била фокусирана на туристичке активности унутар самог града Крагујевца. Развој туризма у Крагујевцу може допринети бољој промоцији града као значајног пословног и културног центра уз адекватнију валоризацију туристичких ресурса и понудом истих ширим тржишним сегментима. У складу са наведеним, значајне активности би биле везане за интензивнију сарадњу

јавног и приватног сектора, агресивнију промоциону политику усмерену на домаће и међународно тржиште, унапређењу туристичке инфра и супраструктуре као и подизању свести локалне заједнице о значају туризма за будући развој града Крагујевца.

3.1. ПРИРОДНИ РЕСУРСИ

Град Крагујевац се налази на 44°22' северне географске ширине, 20°56' источне географске дужине и надморској висини од 185 до 220 m. Заузима површину од 835 km². Географски положај је изузетно повољан јер се налази на обалама реке Лепенице у Крагујевачкој котлини, где су повезани огранци планина Рудник, Црни врх и Гледићке планине. Позиција у централном делу Србије условљава утицај умерено континенталне климе, која погодује развоју великог броја делатности, па самим тим и туризму. Хидрографски потенцијал Крагујевца чине подземне и површинске воде (реке, извори и вештачка језера). Највећа и најзначајнија река је Лепеница, која извире на Гледићким планинама и представља леву притоку Велике Мораве. На територији Крагујевца, нису евидентирана природна језера. Значајан хидрографски потенцијал представљају вештачка језера Грошница као најстарије вештачко језеро у Србији, језеро у Спомен парку у Шумарицама, Бубањ и Гружа. Повољни природни услови створили погодне станиште великог броја биљних и животињских врста (Град Крагујевац, 2009). У значајне природне атракције, са аспекта туризма, сврстани су (<http://gtokg.org.rs/srb/>):

- Акваријум, који представља први јавни акваријум у Републици Србији. Смештен је у просторијама Природно математичког факултета на површини од 300m². У њему се налази велики број животињских врста са подручја Азије, Африке, Аустралије и др.
- Ботаничка башта заузима простор од 18 ха и служи очувању флоре и њених различитих врста са поднебља Балкана, Азије, Еворпе и др.
- Значајан потенцијал за развој рекреативног туризма представљају вештачка језера, чија је околина искоришћена и уређена за потребе развоја туризма.

3.2. КУЛТУРНИ РЕСУРСИ

Према Миленковићу и Бошковићу (2014, стр. 123), Крагујевац поседује већи потенцијал антропогених, посебно културних атрактора у односу на природни потенцијал, што је последица богате културне и историјске прошлости. Културни ресурси представљају један од главних разлога посете граду Крагујевцу. Најзначајнији културни ресурси, који имају изражену туристичку атрактивност су спомен парк „Шумарице“, који

представља меморијални парк посвећен страдалим жртвама 21.10.1941. године (352 ха) и комплекс „Милошев венац“, који обухвата зграде, које осликавају историјски развој града од периода када је Крагујевац био престоница до почетка 20. века (обухвата Стару цркву кнеза Михаила, зграду Старе скупштине, Амицин конак, конак кнеза Михаила, зграду Крагујевачке гимназије, зграду Театра, зграду Градске тржнице и Споменик палим Шумадинцима). На територији Крагујевца, постоји велики број сакралних објеката, који су значајни за развој верског туризма, међу којима се издвајају манастири Благовештење, Никоље, Денковац, Драча, Дивостин и др. Постоје подаци о томе да су најстарији манастири изграђени крајем 13. и почетком 14. века (Град Крагујевац, 2011). Културне атракције града Крагујевца представљају компаративну предност у односу на друге дестинације градског туризма у Србији. Његов потенцијал може бити искоришћен за организацију екскурзија, али и као пратећи садржај за пословне туристе.

3.3. ИНФРАСТРУКТУРА

Квалитет инфраструктуре је важан предуслов за сигурно и комформно путовање до туристичке дестинације. На територији града Крагујевца егзистира следећа категорисана путна мрежа: државни путеви I реда - два путна правца, државни путеви II реда - четири путна правца и општински путеви - 36 путних праваца. Изражено је велико учешће локалних путева (74,2%) у односу на остали део категорисане мреже. Учешће коловоза са савременим коловозним застором износи 82,7% на локалној путној мрежи, што је знатно изнад републичког просека. Према железничким прописима железничка пруга Лапово-Крагујевац-Краљево је неелектрифицирана једноколосечна пруга, класификована као на пруга са највећим допуштеним оптерећењем по осовини вагона до 200кН и највећом дозвољеном брзином возова до 60 км/х. За снабдевање водом Крагујевца данас се користе три изворишта: површинске воде из сливова река Грошнице и Груже акумулиране у акумулацијама *Грошница* и *Туџачки напер* и подземне воде из алувиона Велике Мораве у реону села Брзан. Град Крагујевац је у електроенергетски систем Србије укључен преко два далековода 400 кВ. Што се тиче телекомуникација, Крагујевац је транзитно подручје са једном транзитном центра-лом. Поред ове транзитне централе постоји и једна реонска централа, 22 дигиталне крајње централе и 28 дигиталних подцентрала. Заступљена је и мобилна телефонија (Службени лист града Крагујевца, 2010, стр. 47-54). Општа инфраструктура и саобраћај у граду Крагујевцу нису на задовољавајућем нивоу усаглашени са туристичким развојем саме дестинације. Лош саобраћајни положај, као велики проблем, могуће је ублажити прожимањем регије уз усмеравање будућих пројеката према изградњи ауто-шута кроз Централну Србију

(Бјелановић, Димитровски, Илић-Чантрак, 2012, стр. 111). Битан сегмент инфраструктуре, са аспекта развоја туризма, представља свакако туристичка сигнализација, која је неопходна за несметано и лакше кретање туриста у оквиру града.

3.4. СМЕШТАЈНА ПОНУДА

Смештајна понуда градова као туристичких дестинација представља битан сегмент туристичке понуде. У табели 1., приказана је структура смештајне понуде града Крагујевца.

Табела 1. Структура смештајних капацитета града Крагујевца

Врста објекта	Укупан број објеката	Број соба	Број апартмана	Број лежајева
Хотел (4*)	1	6	6	42
Хотел (3*)	4	260	17	444
Хотел (2*)	2	36	3	85
Гарни хотели	5	55	14	136
Преноћишта	7	29	24	128
Приватни смештај у убраној средини	5	22	3	55
Приватни смештај у руралној средини	10	32	/	66
Укупно	34	440	67	956

Извор: Град Крагујевац, 2014, стр. 53-54.

Према приказаним подацима, може се закључити да град Крагујевац поседује развијену смештајну понуду, у којој доминира хотелски облик смештаја. Међутим, у смештајној понуди су најзаступљенији хотели са три звездице и гарни хотели. Туристи могу користити услуге смештаја и у приватном објектима, при чему су исти класификовани у зависности од тога да се налазе у граду или у руралним срединама. Имајући у виду да је Крагујевац индустријски град и велики трговински центар, смештајну понуду би требало употпунити пословним хотелима са високим квалитетом услуге и додатним садржајима. Са друге стране, као универзитетски град, Крагујевац привлачи велики број младих, што указује на неопходност постојања хостела као ценовно конкурентног облика смештаја за млађу туристичку популацију.

3.5. КАРАКТЕРИСТИЧНИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА

Захваљујући великом броју природних и антропогених ресурса, који су део туристичке понуде града Крагујевца, развијени су различити облици туризма, који привлаче туристе током читаве године. Носиоци развоја туризма Крагујевца представљају следећи туристички производи (Бјелановић, Димитровски, Илић-Чантрак, 2012, стр. 112-113):

- **Пословни туризам.** Дуга традиција индустријског развоја оставила је траг на урбану архитектуру и обележила модерну историју града. Крајем 19. и почетком 20. века, постао је јак трговачки центар, који привлачи велики број досељеника. Долазак „Фијата“ у Крагујевац условио је развој привреде и масовну производњу аутомобила, што је даље допринело стварању мреже коопераната у виду малих и средњих предузећа. Такве тенденције у развоју привреде утичу на побољшање имица Крагујевца као значајне дестинације пословног туризма уз прилагођавање понуде захтевима пословних туриста.
- **Градски туризам.** Представља огроман потенцијал за развој града Крагујевца због чињенице да поседује препознатљиве и аутентичне туристичке вредности као и познату манифестацију „Велики школски час“, која се одржава у Спомен парку „Крагујевачки октобар“. Градско језгро је, са урбанистичког аспекта, јединствено у Србији уз адекватно укомпоновану културну баштину.
- **Сеоски туризам.** Представља алтернативу градском туризму. Иако није истакнут као примарни туристички производ, овај облик туризма омогућава комбиновање понуде градског туризма и природних лепота околине града. Потенцијал за развој овог облика туризма представљају нетакнута природа са разноврсним рељефним, хидрографским и вегетацијским привлачностима специфичним за Шумадију.
- **Спортско-рекреативни туризам.** Овај облик туризма има велику развојну шансу у погледу организације спортских такмичења и дуге традиције у неговању спорта и различитих спортских дисциплина. Крагујевац располаже великим бројем терена (Градски стадион „Чика Дача“, спортска хала „Језеро“, градски базени, терени за мале спортове и др.).
- **Ловни туризам.** Традиција ловства датира из 1887. године када је оформљена прва Крагујевачка ловачка дружина. Данас Ловачко удружење „Шумадија“ газдује ловиштем „Лепеница“ са површином од 66.000 ха и спада у ред највећих ловачких организација Србије.
- **Екскузионо-манифестациони туризам.** Значајан сегмент туристичке понуде Крагујевца представљају манифестације

„Велики школски час“, „Јоаким Фест“, „Октобру хододарје-ОКТОЦ“ и др. Најпосећенија дестинација са аспекта екскурзија и излета је свакако спомен парк „Крагујевачки октобар“.

Савремене тенденције на туристичком тржишту указују на неопходност прилагођавања туристичке понуде града Крагујевца захтевима софистициране туристичке тражње. Сама туристичка понуда обједињује велики број туристичких производа, који се међусобно допуњују и пружају квалитетан туристички доживљај. Компаративна предност Крагујевца као туристичке дестинације огледа се у комплементарности туристичких производа и међусобној сарадњи различитих туристичких субјеката у процесу пружања услуга туристима.

3.6. КВАНТИТАТИВНИ РЕЗУЛТАТИ НА ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ

Квантитативни показатељи конкурентности изражавају се у виду туристичког промета. У табели 2., приказан је туристички промет града Крагујевца у периоду 2010.-2015. година.

Табела 2. Укупан број туриста, који су боравили у Крагујевцу, 2010-2015.

Година	Домаћи	Страни	Укупно	Учешће у туристичком промету РС
2010.	16.494	10.188	26.682	1,33
2011.	16.606	13.896	30.502	1,47
2012.	14.726	20.238	35.054	1,68
2013.	16.300	15.814	32.114	1,46
2014.	17.940	15.680	33.620	1,53
2015.	21.686	17.501	39.187	1,61

Извор: Прилагођено према подацима Републичког завода за статистику

Током посматраног периода, забележен је раст броја туриста у Крагујевцу уз одређене осцилације у туристичком промету током година. Повећање броја иностраних гостију директно је повезано са доласком великих међународних компанија у овај град. На основу приказаних података у табели 2., може се закључити да је у укупном броју туриста доминантно учешће домаћих туриста. Учешће туристичког промета у укупном броју туриста Републике Србије креће се у просеку око 1,5 % , што је недовољно у односу на друге градове у Србији.

Табела 3. Укупан број ноћења туриста у Крагујевцу, 2010-2015.

Година	Домаћи	Страни	Укупно
2010.	32.464	23.231	55.695
2011.	39.828	44.819	84.647
2012.	34.417	83.052	117.469
2013.	32.528	50.911	83.439
2014.	32.535	33.836	66.371
2015.	38,967	37.272	76.239

Извор: Прилагођено према подацима Републичког завода за статистику

У табели 3., приказани су остварени резултати у погледу броја ноћења туриста у Крагујевцу. На основу приказаних података, могу се уочити у осцилације у укупном броју ноћења туриста, док је изражен тренд повећавања броја ноћења иностраних гостију, који је 2012. био рекордан и износио 83.052 ноћења. Главни узрок остварених квантитативних показатеља огледа се у недовољној афирмацији Крагујевца као туристичке дестинације, првенствено на иностраном туристичком тржишту. У циљу привлачења већег броја туриста из иностранства, неопходна су континуирана улагања у унапређење туристичке понуде и садржаја као и већи акценат на промоцију Крагујевца као туристичке дестинације путем савремених средстава комуникације у циљу веће препознатљивости истог на иностраном тржишту.

4. ЗАКЉУЧАК

Главни административни центри Републике Србије, Београд и Нови Сад, генеришу највећи део туристичког промета. Као такви, Београд и Нови Сад носе епитет градских туристичких центара. Београд апсорбује 60 % промета страних туриста, док заједно Београд, Нови Сад, Ниш и Суботица генеришу 75 % укупног броја туриста и око 30 % укупног броја ноћења (Бјелановић, Димитровски, Илић-Чантрак, 2012, стр. 117). И други мањи градови у Србији имају квалитетно упориште у туристичким ресурсима за развој производа градских одмора.

Крагујевац је значајна туристичка дестинација Шумадијског округа, али недовољно препозната и означена као градска дестинација. Он представља град са богатом историјом, културном и традицијом. Његова препознатљивост као историјски значајног града за настанак данашње Србије може бити важан фактор привлачења већег броја туриста. Са друге стране, богата културна баштина, која се презентује као део туристичке понуде и постојање активности за провођење слободног времена попут спортско-рекреативног садржаја, шопинг центара,

клубова и других објеката за забаву, ресторани и др., омогућавају креирање интегрисане туристичке понуде за савременог туристу. Повољна инвестициона клима и долазак иностраних компанија на домаће тржиште створили су имиџ Крагујевца као перспективног и значајног града за капитална улагања. Привлачењем инвеститора отвара се могућност за долазак великог броја људи из иностранства и профилисање Крагујевца не само као пословног центра, већ и као туристичке дестинације. У циљу развоја градског туризма у Крагујевцу, неопходно је ускладити постојећу туристичку понуду са захтевима савремених туриста. Будући развој града Крагујевца као дестинације градског туризма зависиће од:

- Усклађивања туристичке понуде са захтевима туристичке тражње са посебним усмерењем на пословне људе и млађу туристичку популацију.
- Унапређења квалитета смештајне понуде и додатних садржаја у смештајним објектима (конференцијске сале, spa&wellness центри, играонице, услови за организацију различитих врста догађаја).
- Инвестирања у нове смештајне капацитете као што су градски хотели и хостели.
- Агресивне промоционе политике засноване на савременим средствима комуникације са туристичком тражњом (Интернет, друштвене мреже и др.).
- Организације већег броја туристичких манифестација током године.
- Улоге туристичке организације у повезивању јавног и приватног сектора и интензивирању сарадње истих у креирању јединствене и атрактивне туристичке понуде.
- Обједињавања понуде градског са сеоским, ловним, излетничким и другим облицима туризма.
- Квалитетне туристичке сигнализације.
- Ценовне конкурентности туристичких услуга.
- Квалитетних кадрова у туристичком сектору града.

На основу анализе ресурса града Крагујевца, може се закључити да поседује потенцијал да се уврсти на листу значајних градских туристичких центара Србије. Компаративна предност Крагујевца огледа се у богатој културној баштини, манифестационом садржају, природним атракцијама и постојање великог броја туристичких производа. Сходно постојању разноврсних и квалитетних ресурса, реално је очекивати да Крагујевац уз значајнија инвестициона улагања у туристичку инфраструктуру и промоцију, буде значајна градска дестинација, која може задовољити различите потребе софистицираних туриста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Azizi, A., 2011. Investigating the Aspects of Urban Tourism in Developing countries (With particular reference to Kohgoliyeh and Boyer Ahmad Province in Iran). *Journal of American Science*, 7(5), 892-895.
2. Бјелановић, Д., Димитровски, Д., Илић Чантрак, Т., 2012. Стање и правци развоја туристичког производа града Крагујевца. *Економика*. 58 (4), 106-117.
3. Веселиновић, П., Макојевић, Н., 2015. Стање и тенденције у развоју економских активности на подручју града Крагујевца. *Тематски зборник Стање и перспективе економског развоја града Крагујевца*, Економски факултету у Крагујевцу, 3-26.
4. Вујко А., Гајић, Т., 2013, Конверзацијска функција туризма као генератор економског развоја дестинација. *Часопис из области економије, менаџмента и информатике БизИнфо*, 1-12.
5. Gârbea, R. V., 2013. Urban tourism between content and aspiration for urban development. *Management & Marketing*, 11(1), 193-201.
6. Goeldner, C., R. & Ritchie, J., R.,B., 2003, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley & Sons, New York.
7. Град Крагујевац, 2011. *Стратегија одрживог развоја града Крагујевца 2012-2017*. Крагујевац.
8. Град Крагујевац, 2009. *Локални еколошки акциони план града Крагујевца за период 2010-2014*. Крагујевац.
9. Ивановић, С., Алкиер, Р., Милојица, В. 2015. Development Perspectives of City Tourism Offer of Rijeka. *Прва међународна конференција из области туризма и хотелијерства "SITCON-2015"*, 25.09.2016., 58-64.
10. Jansen-Verbeke, M., 1986. Inner-City Tourism: Resources, Tourists and Promoters. *Annals of Tourism Research*, 13 (1), 79-100.
11. Јерковић, С., Тодоровић, М. 2010. Урбани туризам на прагу 21. века. *Гласник Српског географског друштва*, Свеска ХС, бр.1, 307-332.
12. Јовичић, Д., Ивановић, В., 2008. *Туристичке регије света*. ТонПлус, Београд.
13. Law, C. M., 2002. *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*. Continium.
14. Миленковић, С., Бошковић, Н., 2014. Обликованње Крагујевца као туристичке дестинације. *Тематски зборник Стање и перспективе економског развоја града Крагујевца*. Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, 119-129.

15. Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије., 2005. *Стратегија развоја туризма Републике Србије – први фазни извештај.*
16. Службени лист града Крагујевца, 2010. *Просторни план града Крагујевца.* Крагујевац.
17. Franklin, A., 2003. *Tourism. An Introduction*, SAGE Publications, London.
18. Wilks, J. & Page, J.P., 2003. *Managing Tourist Health and Safety in the New Millenium.* Elsevier Scinece Ltd.
19. Републички завод за статистику, *Статистички годишњак.* [online] Доступно на: <<http://webrzs.stat.gov.rs/>> [Датум приступа 15.10.2016.].
20. Туристичка организација града Крагујевца, [online] Доступно на: <<http://gtokg.org.rs/srb/>> [Датум приступа 18.10.2016.].

Рад је примљен: 15.11.2016.

Прихваћен за објављивање: 20.11.2016.

Received: 15 November 2016

Accepted: 20 November 2016

