

БРЕНДИРАЊЕ АВАЛЕ У ЦИЉУ РАЗВОЈА ТУРИСТИЧКОГ ПОТЕНЦИЈАЛА БЕОГРАДА И РЕГИОНА

Вук Мирчетић¹

Доц. др Адриана Радосавац²

Проф. др Срђан Новаковић³

Резиме: Један од главних туристичких продуката Републике Србије је туризам руралних предела. Београд представља спој урбане средине и руралног подручја у којем се налази планина Авала, специфична по томе што се територијално налази у руралном подручју.

Истовремено појам Авалског торња, као туристичког комплекса и неискоришћени предели на овој планини отварају бројне могућности у циљу развијања туристичког потенцијала региона и Београда.

Брендирање Авале не омогућава искључиво раст и развој туристичко –привредног потенцијала Београда, већ остварује индиректан утицај на решавање проблема руралних средина, као што су смањење броја пољопривредника, одласка младих у градска подручја.

У раду је описано тренутно стање и искоришћеност туристичког потенцијала Авале, анализирани су предузете активности које су засноване на потенцијалима овог подручја, урађена упоредна анализа постојећих података у вези са бројем туриста који су посетили Авалу у односу на период пре и после изградње туристичког комплекса на Авали. У односу на добијене параметре, дати су конкретни предлози за додатно унапређење туристичко-привредног потенцијала Авале.

Кључне речи: рурални туризам, туристичко-привредни потенцијал, брендирање, Авала, Авалски торањ.

¹Институт за право и финансије, Србија, info@vukmircetic.com

²Доцент, научни сарадник, Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије Београд, Универзитет Привредна академија Нови Сад, Србија, adriana.radosavac@mef.edu.rs

³Ванредни професор, Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије Београд, Универзитет Привредна академија Нови Сад, Србија, srdjan.novakovic@mef.edu.rs