

Oktobar 2020.

e-Turističke novine



turizamsrbije.info

- Kreirajte turističku vest
- Najavite događaj
- Promovišite svoju turističku destinaciju
- Predstavite svoju turističku ponudu
- Budite u toku sa dešavanjima u srpskom turizmu
- Oglasite se u e-Turističkim novinama
- Emitujte svoj promo spot na našem internet portalu
- Postavite svoj baner

The screenshot shows the homepage of turizamsrbije.info. At the top is a large banner featuring a scenic view of a lake and mountains, with the "Turizam Srbije" logo in the upper left corner. Below the banner, there's a section titled "3,8 ZA SRBIJU" with a sub-section about an adventure survey. To the right is a newsletter sign-up form. Further down, there are sections for "TOZ: Leto 2020.", "Zlatibor", "Ivanjica: Nuščajeda", and "Sokobanja: Zeleno srce Srbije", each with a video thumbnail. On the right side, there are logos for the Ministry of Tourism, Communications and Information, the e-Tourist logo, and the Garantija Putovanja logo.



Turizam
Srbije

SADRŽAJ:

4. Ubi nas ova neizvesnost



5. „Nova realnost“ našeg turizma



8. Orientisani smo ka domaćim turistima i turistima iz regiona



10. Turističke agencije na kolenima



12. Zlatibor – destinacija za sve generacije



14. 50 godina Udruženja banja Srbije



15. 100 godina Liga



16. Muzej Čokolade



17. Tri pitanja za...



18. Bitno ne samo sačuvati, već i unaprediti naš receptivni turizam



20. Vitez Marko



23. Rajac raj na zemlji



IZMEĐU REDOVA

Željko Milinković*

Ubi nas ova neizvesnost

Sa Koronom skoro da smo naučili da živimo. Češće peremo ruke, nosimo maske, držimo socijalnu distancu. Ipak, i dalje postoji rizik da obolimo. I dokle tako? Sve dok medicinari ne pronađu neki spasonosni lek ili vakcinu. Kada će to biti? Ne znamo!

Svet se izgleda prilagodio. Nema više zatvaranja u kuće i stanove - privreda mora da radi! Tako je bar za sada. A ako se pandemija razbukta izgleda da ćemo svi, opet u opštu izolaciju. Što bi rekli naši stari – može da bidne ali ne mora da znači!

A kako stoji stvar sa turizmom? Uprkos velikoj želji i našim navikama, putujemo kad moramo, gde možemo (u zavisnosti od graničnih režima država) i kada se epidemija malo primiri. I dokle tako? Opst ne znamo!

U međuvremenu računaju se ekonomski gubici, izgubljena radna mesta, daju se procene, predlažu i donose mere ... Svetska turistička organizacija (UNWTO) nedavno je izašla sa procenom da je u periodu januar – jun 2020. izgubljeno oko 460 milijardi dolara prihoda od međunarodnog turizma i da će za povratak na



nivo dolazaka međunarodnih turista iz 2019. biti potrebno od $2\frac{1}{2}$ do 4 godine. Kada je Srbija u pitanju po proceni nadležnog ministra izgubićemo oko milijardu evra usled nedolaska stranih turista, a da o proceni o oporavku srpskog turizma možemo da govorimo tek od marta sledeće godine.

To su sve ipak samo procene. Niko sa sigurnošću ne može da kaže dokle će ovo da traje. I to je ono najgore!

O merama koje su donosile neke države pa i naša u oblasti turizma pisali smo u prethodnom broju e-Turističkih novina. Zajedničko za sve mere je to da su kratkoročne. Ne želim da ulazim u to da su dovoljne ili nedovoljne. Bitno je da su donete pa kakve su takve su i naravno da je svaka pomoći ma kakva ona bila u ova teška vremena dobrodošla. Ono što komplikuje ovu situaciju je upravo neizvesnost – pogotovo u turizmu, jer kada bi se znalo dokle će ovo da traje lakše bi se donosile odluke.

*Glavni i odgovorni urednik e-Turističkih novina

IZDAVAC: TURIZAM SRBIJE - BEOGRAD; E-MAIL: TURIZAMSRBIE.INFO@GMAIL.COM ● REDAKCIJA: GLAVNI I ODOGOVORNI UREDNIK: ŽELJKO MILINKOVIĆ; TEL. 063/10 69 440; E-MAIL: turistickenovine@gmail.com ● GRAFIČKI UREDNIK: RADOJICA ĐURIĆ ● SARADNICI U BROJU: LIJANA STANKOVIĆ, ALEKSANDAR SENIČIĆ, VLADIMIR IVANOVIĆ, MILOJE OSTOJIĆ, NEVENA ČUPIĆ, MIRKO LEVAJAC ● FOTOGRAFIJE U BROJU: TOS, TO ZLATIBOR, TO IVANJICA, TO LJIG, TO POŽAREVAC, UDRUŽENJE BANJA SRBIJE, MUZEJ ČOKOLADE, SERBIAN PRIVATE TOURS, VLADIMIR IVANOVIĆ, ANDĚLA IVANOVIĆ, ŽELJKO MILINKOVIĆ, ARHIVA E-TURISTIČKIH NOVINA ● NASLOVNA STRANA: NA PUTU ZA IVANJICU, Autor fotografije: MILOJE OSTOJIĆ ● IZVRŠNA PRODUKCIJA: AGENCIJA "PUTOKAZ" - BEOGRAD; E-MAIL: zexxx.m@gmail.com

Prof. dr. Renata Pindžo, pomoćnik
ministra trgovine, turizma i
telekomunikacija zadužena za turizam

„Nova realnost“ našeg turizma

e-TN: Nakon niza rekordnih godina za srpski turizam došla nam je i ova zbog Korone "baksuzna" 2020. Možete li u ovom trenutku sagledati njene posledice po naš turizam?

Na žalost, ove 2020. godine je usled pandemije nastupila „nova realnost“ što je dovelo do brojnih izazova sa kojima su se turistička i ugostiteljska privreda suočile. Sasvim sigurno smo očekivali nastavak odličnih turističkih rezultata i novu rekordnu godinu za srpski turizam, posebno imajući u vidu pokazatelje ostvarenih rezultata u prva dva meseca ove godine. Međutim, desio se COVID 19, koji je u potpunosti izmenio ne samo naš i svetski turizam, već i naše živote i naše navike.

Kada govorimo o posledicama, one su u ovom trenutku nesagledive, a gubici su veliki i na domaćem i na međunarodnom tržištu. Zbog zatvaranja granica, pored prevoznika, prva su na udaru bila preduzeća i destinacije koje su dominantno bile okrenute stranim turistima koji su u Srbiji, posebno u prvoj polovini 2020. godine, na mesečnom nivou beležili prosečan pad dolazaka za oko 90%. U julu je pad broja dolazaka stranih turista iznosio 88,7%, a u avgustu 83,7%.

Takođe, procenjuje se da su u Srbiji, turističkim agencijama, vodičima, pratiocima, hotelima posebno gradskim, ali i manjim ugostiteljima, organizatorima kongresa i drugih događaja i manifestacija, prevoznicima i drugim poslovnim subjektima u turizmu, prihodi drastično niži u odnosu na prošlogodišnje. Posebno su ugrožene turističke agencije, turistički vodiči i pratioci, s obzirom da ne možemo u ovom trenutku govoriti o organizovanim turističkim putovanjima u grupama, posebno kada je o strancima reč.

Poslednje grube procene govore, da će turizam u Srbiji ove godine zbog epidemije izazvane korona



virusom pretrpeti štetu od oko milijardu evra, pre svega zbog nedolazaka stranih turista, odnosno, umanjenog deviznog priliva. Naravno, treba uzeti u obzir i gubitke turističkih agencija, vodiča, organizatora događaja, manifestacija ali i drugih učesnika i brojnih povezanih delatnosti koji kreiraju lanac vrednosti u turizmu.

e-TN: Podsetite nas šta su sve Vlada i njeno resorno ministarstvo do sada učinila da se ublaže negativne posledice ove pandemije po srpsku turističku industriju?

Vlada Republike Srbije je od početka pandemije donela više mera koje su predstavljale spas za ukupnu privredu, pa tako i za značajan deo sektora turizma. Donet je paket od 4 seta ekonomskih mera: odlaganje plaćanja dospelih poreskih obaveza, direktna davanja preduzećima za zarade zaposlenih - 3 minimalne zarade, očuvanje likvidnosti privrednih subjekata u uslovima krize i nakon nje - kroz program za dodelu kredita za održavanje likvidnosti i obrtnih sredstava za kompanije iz segmenta preduzetnika, mikro, malih i srednjih privrednih subjekata, poljoprivrednih gazdinstava i zadruga preko Fonda za razvoj Republike Srbije i kroz garantne šeme za podršku privredi za kredite za održavanje likvidnosti i obrtnih sredstava preko komercijalnih banaka koje posluju u Republici Srbiji, i dodela 100 eura svim punoletnim građanima. Prethodno je NBS smanjila referentnu kamatnu stopu.

Nakon toga, Vlada je usvojila mere podrške za najugroženije sektore: turizam, ugostiteljstvo i prevoz putnika, koje se odnose na povoljne kredite

za likvidnost i obrtna sredstva iz posebnog programa Fonda za razvoj Republike Srbije. Krediti se odobravaju na period do pet godina, sa grejs periodom do dve godine i rokom otplate do tri godine i po kamatnoj stopi od 1% godišnje. Nadalje, Vlada je odobrila sredstva za dodatnih 400 hiljada vaučera, što je, sa ranije odobrenih 160.000 vaučera, otvorilo mogućnost da 560.000 građana naše zemlje provede bar deo godišnjeg odmora u Srbiji uz podršku države. Pored toga, doneta je i Uredba o ponudi zamenskog putovanja za turističko putovanje koje je otkazano ili nije realizovano u zemlji ili inostranstvu usled pandemije COVID-19, a koje je uplaćeno delimično ili u celini, do 15. marta 2020. godine. Navedena Uredba je dala pravni okvir za rešavanje problema pre svega građana kojima turističke agencije nisu zbog navedenih okolnosti bile u mogućnosti da vrate novac za delimično ili u celini uplaćena putovanja. Ona je otvorila mogućnost putnicima, da u dogovoru sa agencijama, nađu najbolje rešenje za svoja uplaćena sredstva, jer ne treba zaboraviti da osiguravajuće kuće ne isplaćuju odštetne zahteve u slučajevima vanrednog stanja odnosno više sile.

Donet je i sledeći paket pomoći za privredu koji je podrazumevao isplatu dva puta po 60 odsto minimalne zarade za dva meseca: jul i avgust, kao i odlaganje poreza i doprinosa na zarade za jedan mesec, ali i poseban paket mera podrške hotelskoj industriji Srbije - osim hotelima u banjskim i planinskim mestima, koji su ipak ostvarili određeni promet i zaradu u letnjim mesecima, a koja se nisu našla na listi odobrenih turističkih mesta koji je predviđao jednokratnu direktnu subvenciju svakom hotelu od 350 evra po individualnom ležaju i dodatno još 150 evra po smeštajnoj jedinici.

e-TN: Svi smo zabrinuti zbog aktuelnih problema u kojima su se našle naše turističke agencije. Da li se naziru neka rešenja?

Reč je o veoma složenom i višeslojnem problemu, ali svakako o nezavidnoj poziciji u kojoj su se našle naše turističke agencije. Resorno ministarstvo svakodnevno komunicira sa predstvincima PKS, Udruženja banaka, osiguravajućih kuća i turističkih agencija i njihovih udruženja u cilju iznalaženja najboljih rešenja. Verujemo da smo blizu rešenja u danima koji su pred nama.

Takođe, treba reći da su nakon niza konstruktivnih razgovora, osiguravajuće kuće "Triglav osiguranje", "Globos" i "Dunav osiguranje" izrazile spremnost da nastave sa izdavanjem polisa osiguranja turističkim agencijama, u cilju obezbeđivanja licenci za njihovo normalno poslovanje. Prema informacijama sa kojima ministarstvo raspolaže, ove tri osiguravajuće kuće su uputile dopise agencijama u kojima se traže podaci o poslovanju i bilansima, kako bi proces izdavanja polisa konačno otpočeo. Takođe, dopunjeno je Pravilnik o garancijama putovanja sa odredbama u vezi procedure izdavanja i aktiviranja bankarskih garancija kao drugog modela garancije putovanja. Podsećam da je sistem garancija putovanja u potpunosti uskladen sa Direktivom EU o paket aranžmanima, ali i našim Zakonom o zaštiti potrošača.

e-TN: Koliko je do 01. oktobra podeljeno vaučera za godišnji odmor u Srbiji i da li će se neutrošena sredstva koja su budžetu Srbije bila namenjena za njih preusmeriti za neku drugu vrstu pomoći našim turističkim preuzećima?

Od početka godine do 1. oktobra je ukupno podneto blizu 272 hiljade prijava građana za korišćenje vaučera. Prva tura od 160 hiljada vaučera je podeljena već do 26. februara, dok je u okviru mera Vlade za ublažavanje posledica pandemije, od 13. maja građanima bilo na raspolaganju dodatnih 460 hiljada.

Kako interesovanje građana zbog zdravstvene situacije i pojedinih epidemioloških mera koje su ostale na snazi nije pratio opredeljeni broj, određena sredstva su preusmerena za podršku hotelskoj industriji koja od početka pandemije, posebno u gradskim sredinama takođe trpi velike gubitke.

e-TN: Posle probnog, krenuo je i da tako kažem redovan rad e-Turiste. Kakvi su prvi rezultati i kakva su Vaša очekivanja od ovog ambicioznog projekta?

E turista je jedinstven i centralizovan elektronski informacioni sistem, koji sadrži sve relevantne podatke o turistima, zatim o pružaocima usluge smeštaja i objektima za smeštaj, preko koga se vrši njihova evidencija i unose drugi podaci proistekli iz obavljanja turističkih delatnosti. Jedan od ciljeva uspostavljanja elektronskog sistema prijave i odjave turista je objedinjavanja svih podataka o pružaocima usluga smeštaja, skraćivanje i smanjivanje broja i troškova administrativnih procedura, ali i bolja kontrola

naplate boravišne takse i izmirenja poreskih obaveza ugostitelja, smanjenje sive ekonomije i bespravnog rada, posebno fizičkih lica pružaoca usluga smeštaja.

Dobijeni podaci o turistima omogućiće kreiranje fokusiranje marketinške politike, preciznije statističko praćenje domaćih i stranih turista kao i podizanje konkurentnosti turističke ponude Republike Srbije. Novi sistem će značajno uticati i na unapređenje bezbednosti, povezujući podatke o prijavi i odjavi turista sa podacima MUP-a, odnosno Uprave granične policije.

Važno je reči da je pristup centralnom informacionom sistemu u oblasti ugostiteljstva i turizma za sve ugostitelje besplatan.

Dosadašnjim rezultatima ne možemo biti nezadovoljni, jer je ovo tek početak implemenatacije jednog velikog sistemskog rešenja. Naravno, ovo je period i otklanjanja nekih eventualnih problema u samom sistemu koji se mogu uočiti jedino u praksi. Do 15. oktobra 2020. godine u sistemu E turista je u Srbiji evidentirano više od 16.300 ugostiteljskih objekata za smeštaj svih vrsta, odnosno oko 8000 ugostitelja različitog tipa.

e-TN: *Koje je sve vrline i mane našeg turizma otkrila Korona?*

Odavno govorimo o tome i svesni smo da Srbija nije zemlja "mora i peska", ali upravo nam je ova situacija sa pandemijom pokazala da smo itekako destinacija gde turisti mogu da provedu kompletan ili deo svog godišnjeg odmora. Ovo je izuzetno važno sa aspekta domaćih turista jer smo svesni da su mnogi naši sugrađani po prvi put ove godine putovali po svojoj zemlji kao turisti, posebno ukoliko izuzmemmo naše najpoznatije turističke destinacije. Tako je u međuvremenu došlo do afirmacije, do sada, nedovoljno istraženih destinacija, posebno kada je reč o planinama, brojnim etno selima, salašima, jezerima, odnosno onim destinacijama koje su nudile autentične i atraktivne proizvode za aktivran odmor u prirodi.

Sa druge strane, videli smo u jeku turističke sezone da nam u nekim destinacijama nedostaju dodatni sadržaji i atrakcije, smeštajni kapaciteti, a ono što se kao izazov provlači već godinama su turistička signalizacija, putna infrastruktura, ali i obrazovani mladi kadrovi koji će ići u korak sa modernim zahtevima i tehnologijama koje se primenjuju u savremenom turizmu.

Resorno ministarstvo je, u skladu sa razvojnom politikom koju vodi Vlada RS, godinama unazad preko konkursa izdvajalo sredstva za projekte unapređenja turističke infrastrukture, projekte promocija, manifestacija i edukacija u turizmu, a bili su dostupni i povoljni krediti za unapređenje kvaliteta turističke ponude iz posebnog programa koje resorno ministarstvo već godinama realizuje u saradnji sa Fondom za razvoj RS.

Ovo je samo jedan od načina da sve potencijale kojima Srbija obiluje u narednom periodu pretvorimo u komparativne prednosti koje će biti stavljene u svrhu unapređenja i domaćeg i inostranog turizma. Samo tako, kroz sinergiju javnog i privatnog sektora i zalaganjem svih aktera turističke privrede, Srbija može u narednom periodu povratiti i unaprediti svoj položaj na međunarodnoj turističkoj mapi, te postati konkurentna i atraktivna turistička destinacija, što nam je svima zajednički cilj.

e-TN: Imajući u vidu da će ova zdravstvena, a samim tim i ekonomska kriza po svojoj prilici još potrajati da li se mogu očekivati neke nove mere u okviru naše turističke politike i šta se još mora uraditi da nas turisti, da tako kažem, ne zaborave?

Razumevajući ozbiljnost situacije i probleme turističke i ugostiteljske privrede, resorno ministarstvo će i u narednom periodu nastojati da u okvirima svoje nadležnosti i mogućnosti, a u saradnji sa drugim resorima, preduzimati dodatne aktivnosti u cilju sagledavanja rešenja za one aktere turističke privrede koji možda nisu ili ne u dovoljno meri obuhvaćeni prethodnim merama u cilju prevazilaženja krize u sektoru turizma i ugostiteljstva nastale epidemijom bolesti COVID-19.

Verujem da će turizam ponovo pokazati svoju elastičnost i kao više puta do sada oporaviti se brže od ostalih privrednih grana. Takođe, verujem da naše gostoprivredstvo i našu autentičnost strani turisti neće zaboraviti. Moramo da nastavimo da unapređujemo kvalitet naše turističke ponude i ukupnu konkurentnost Srbije kao turističke destinacije, kroz permanentno unapređenje imidža. Srbija treba da bude atraktivna i autentična turistička destinacija prepoznatljiva i dobro pozicionirana na međunarodnom turističkom tržištu.

Željko Milinković

**Marija Labović, direktor
Turističke organizacije Srbije o
promotivnim aktivnostima TOS-a
u vremenu Korone i posle nje**

Orjentisani smo ka domaćim turistima i turistima iz regiona

e-TN: Ova godina je počela obećavajuće, a onda je došla Korona i sve je zaustavila. Stranih turista gotovo da i nema, a domaći su se polako u julu i avgustu oslobođili straha i svoj odmor proveli u Srbiji. Šta nas po Vama čeka do kraja godine?

Ne bi bilo ozbiljno davati bilo kakve prognoze u trenutku kada se epidemiološka situacija menja, gotovo iz sata u sat. Aktivnosti TOS-a usmerene su kako na domaće, tako i na strana tržišta, prilagođena trenutnoj epidemiološkoj situaciji. Na našem sajtu www.srbija.travel do 16.10.2020. sprovodimo anketu sa željom da saznamo koju su avanturu, domaći turisti izabrali ovog leta. Cilj ove ankete je da prikupimo utiske domaćih turista o destinacijama u Srbiji i uvažimo njihove sugestije radi daljeg unapređenja turističke ponude. Nadamo se da će ili vakcina i li prestanak pandemije iz nekog drugog razloga vratiti turiste, kako na naše ulice, tako i na sve destinacije u svetu. Imamo razloga za optimizam jer smo, kao i druge nacionalne turističke organizacije nastavili sa prilagođenim promotivnim aktivnostima kriznoj situaciji, kroz online kanale komunikacije. Želimo da nas turisti sa udaljenih destinacija ne zaborave i da planiraju da posete našu zemlju u budućnosti. TOS je krajem prošle godine obezbedio veliki projekat koji finansira Evropska turistička komisija, i uz pomoć tih sredstava sada se radi pojačana onlajn kampanja kako u Kini tako i u SAD. Imali smo i uključenja uživo, putem čuvene Alibabine platforme Fligi, a potpisali smo sporazum i sa jednom od najpoznatijih turističkih internet kompanija Tuniu u Kini. Kineski turisti su i u ovoj, teškoj godini za turizam, među top pet stranih turista koji su posetili Srbiju i zato verujemo i dobijamo signale iz te zemlje da možemo da očekujemo kineske turiste, čim se za to steknu uslovi.

Povratak turizma na nivo iz 2019. u pogledu dolazaka turista tražeće, kako procenjuju u svetskoj turističkoj organizaciji, između 2,5 i 4 godine.



e-TN: Kada ste već pomenuli Kinu, njihovih turista sada gotovo i da nema, međutim Srbija je i dalje prisutna na tom tržištu. Da li zato možemo sa sigurnošću da očekujemo njihov masovniji "povratak"?

Državljanji te zemlje nam već daju signale da će Srbija biti prva destinacija u Evropi koju će posetiti nakon krize. Podsećamo da su tokom prošle godine kineski turisti ostvarili 269 000 noćenja u našoj zemlji, što je 50% više nego prethodne godine. U 2018. raj rast je bio 89%, a 2017. 181%.

TOS je krajem prošle godine obezbedio veliki projekat koji finansira Evropska turistička komisija, i uz pomoć tih sredstava sada se radi pojačana onlajn kampanja kako u Kini tako i u SAD. Imali smo i uključenja uživo, putem čuvene Alibabine platforme Fligi, a potpisali smo sporazum i sa jednom od najpoznatijih turističkih internet kompanija Tuniu u Kini. Kineski turisti su i u ovoj, teškoj godini za turizam, među top pet stranih turista koji su posetili Srbiju i zato verujemo i dobijamo signale iz te zemlje da možemo da očekujemo kineske turiste, čim se za to steknu uslovi.

e-TN: Ipak ova pandemija nije zaustavila promotivne aktivnosti Turističke organizacije Srbije?

TOS je u ovom trenutku najviše orijentisan ka domaćim turistima i onima koji dolaze iz regiona. Tokom letnje kampanje na digitalu i u štampanim

medijima, kao i na TV i radiju, promovisali smo Srbiju kao destinaciju za odmor pod sloganom «Izaberis svoju avanturu! #vidisrbiju». Cilj nam je bio da pokažemo da su svaki korak, zaveslaj, staza... u Srbiji nova avantura. O omiljenim destinacijama za odmor u našoj zemlji, za naše društvene mreže govorile su poznate ličnosti – sportisti, glumci, pevači... Intenzivna digitalna kampanja TOS-a, je uz napomenu da treba odgovorno putovati, usmerena ka domaćim ali i turistima iz BIH, Bugarske, Nemačke, Španije, Francuske, Mađarske, Italije, Makedonije, Rumunije, Rusije, Turske.

e-TN: Letnja kampanja se uglavnom sprovodila na društvenim mrežama. Kakve su reakcije?

U periodu 01.06.2020 – 31.08.2020. sveukupno na Facebook-u, Twitter-u i Instagram-u bilo je ukupno: 58,223,363 impresija, to je rast od 70.8%, ostvareno je 1,555,672 interakcija sa objavama, bilo je 126,395 klinova na linkove, a ukupan broj pratilaca nam je porastao za 12.2%. Ukupni broj pregleda video sadržaja je bio 2,099,764. Kad je u pitanju Google display kampanja, a to su baneri, bilo je 42,506,897 impresija i 410,849 je klikova koji vode na naš sajt.

e-TN: Da li će biti i kako će izgledati zimska kampanja TOS-a?

Zimska kampanja TOS-a biće prilagođena epidemiološkoj situaciji, tako da ćemo najviše biti usmereni na digital i kampanju na društvenim mrežama. Trudićemo se da na emitivnim tržištima ostanemo prisutni, podsetićemo turiste iz tih zemalja zašto treba da posete Srbiju, čim se za to steknu uslovi. Nastavićemo i sa promocijom Srbije domaćim turistima koji su ovog leta, pokazali veliko interesovanje da odmor provedu u zemlji. U ovom trenutku je teško praviti dugoročne planove jer pratimo situaciju sa korona virusom iz dana u dan, a u skladu sa tim će biti i naše promotivne aktivnosti.

e-TN: Na koje potencijalne turiste možemo računati kada se granice budu otvorile?

Nameravamo da poseban akcenat stavimo na zemlje bivše Jugoslavije, region, ona emitivna tržišta sa kojih poslednjih godina imamo najviše

turista, a teritorijalno su nam najbliži i imaju lak pristup Srbiji kopnenim saobraćajem. Planiramo da promovišemo Srbiju kao bližu destinaciju za siguran boravak i bezbedan odmor. Statistički podaci za avgust, pokazuju da je i tokom prethodnog teškog perioda za turizam, u Srbiji bilo najviše turista iz BIH, Turske, Nemačke, Rusije i Poljske.

e-TN: Srbija je nedavno postala deo čuvene Mišelin gastronomskog porodice. Kada će prvi restorani dobiti zvezdice i koliko je to značajno za Srbiju?

U decembru 2020. godine, čuveni vodič MICHELIN otkriće koji je njihov izbor restorana u srpskoj prestonici - Beogradu. U kvalitet gastronomске ponude Srbije, njihovi inspektorji su se uverili u anonimnim posetama restoranima. To je važno za pozicioniranje Srbije kao gastronomске destinacije, a bitno je i sa stanovišta turističkog prometa jer Mišelinove zvezdice i oznake mnogo znače za privlačenje visokoplatežnih stranih turista. Veliki broj naših restorana koji nude kvalitetne lokalne sastojke i autentična domaća jela skrenuli su pažnju ovog svetski poznatog vodiča na Srbiju kao turističku i gastronomsku destinaciju. Tako je došlo do partnerstva sa Turističkom organizacijom Srbije jer u našoj zemlji gastronomija zauzima posebno mesto u turističkoj ponudi. Kada govore o utiscima iz naše zemlje, turisti najčešće ističu upravo prirodu, kulturno-istorijsko nasleđe i gastronomiju. Zato ćemo sledeću godinu posvetiti tim aktivnostima.

e-TN: Na kraju svake godine TOS nagrađuje najbolje iz oblasti turizma. Da li će ove godine biti "Turističkih cvetova"?

2020. godina se epidemijom korone najsnažnije je pogodila turizam i to najviše hotele, organizatore putovanja, agencije, vodiče i ostale učesnike u realizaciji turističkih usluga.

Turski cvet kao nagrada postoji da bi se izdvojile institucije ili pojedinci zbog izuzetnog doprinosa turizmu, s obzirom na to da je ovo godina u kojoj je turizam najviše stradao a oni najviše na udaru, a i zbog preporuka u vezi sa epidemiološkom situacijom, odlučeno je da se cvet ove godine ne dodeljuje.

Željko Milinković

Turističke agencije na kolenima

Aleksanar Seničić*

Turističku industriju u Srbiji čini nekoliko elemenata. Svaki od njih je specifičan, ali su svi pretrpeli, a nažalost, i dalje trpe, orgomnu štetu usled pandemije novog virusa.



Nakon 6 meseci vanrednih okolnosti stanje u turističkoj industriji je izuzetno zabrinjavajuće. Tokom i nakon pandemije korona virusa, hoteli su ostali bez gostiju, pa tako i bez mogućnosti da servisiraju obaveze prema finansijskim institucijama, komunalnim preduzećima, državi... Veliki broj hotela je dobio ili će dobiti pomoć od države pa će se daljem tekstu fokusirati na položaj nas ostalih koji takođe činimo veliki deo naše turističke industrije.

Turistički vodiči su bez posla od februara meseca kada su počela otkazivanja dolazaka stranih grupa. Radi se o slobodnom zanimanju i najveći broj vodiča se nalazi u izuzetno teškoj materijalnoj situaciji. Rent a car kompanije su očekujući jednu od najboljih turističkih sezona, prema rezervacijama i najavama obezbedili veći i kvalitetniji vozni park. Usled okolnosti koje je prouzrokovao COVID 19, našli su se u situaciji da su morali da otkazuju nabavku vozila i otpuste deo radnika.

Posla nema, pa nema

Turističke agencije se suočavaju sa nekoliko izazova. Posla nema od kraja februara ove godine. Veliki broj putovanja je usled pandemije otkazan, kako za planiranu letnju sezonu, tako i za veliki broj prolećnih putovanja. Po ugledu na većinu zemalja

EU, a pre svega na zemlje u koje naši putnici odlaze u najvećem broju (Grčka, Italija, Španija, Bugarska, Crna Gora, Turska) predložili smo isti sistem nadokande putnicima sa kojim se i suočavaju turističke agencije na svim ovim destinacijama - potvrde o zamenskim putovanjima. Velika većina zemalja je podržala finansijski svoj turistički sektor, kao sektor privrede koji je uz javni drumski prevoz, avio industriju najviše stradao i koji beleži najveće gubitke. Uz finansijsku podršku, ove države su omogućile vlasnicima smeštaja da novac koji su primili kao rezervacije, ne moraju da vrate već da se usluge mogu iskoristiti do kraja 2021. godine, pa tek nakon tog roka, ukoliko se ne iskoriste, da se izvrši povraćaj novca. Po istom modelu, na naš predlog Vlada Republike Srbije je 30. aprila donela Uredbu o zamenskim putovanjima. Ova Uredba je svakako u datom trenutku i okolnostima bila jedno od rešenja koje je omogućilo da najveći broj agencija ne proglaši insolventnost i stečaj sa veoma neizvesnim ishodom za obeštećenje putnika. Ali ovu meru ne možemo posmatrati kao pomoć turističkim agencijama, već samo kao prelazno rešenje jedino moguće u datim okolnostima. Obaveza za izvršenje putovanja ostaje i samo se prolongira kao i obaveza vraćanja novca putnicima u vremenu koje Uredba predvidela, a koji je određen po istom principu kao i mogućnost naplate od naših ino partnera dakle počev od 01.01.2022 godine.

Ovog trenutka turističke agencije, uostalom kao i cela turistička industrija je na kolenima. Dodatne sektorske pomoći nema i pored svih obećanja. Opšta pomoć privredi nije bila dovoljna da se zadrži veći broj radnih mesta, pa sada možemo konstatovati da je oko 50 % zaposlenih u agencijama ostao bez posla. Ovaj trend otpuštanja će se sigurno progresivno nastaviti i u narednim mesecima ukoliko ne bude dodatne sektorske pomoći. Dobar primer jeste pomoć koja je odobrena hotelijerima. Iz tog razloga potrebno je odmah po uspostavljanju nove Vlade i novog Ministarstva zaduženog za turizam ustanoviti sličan princip bespovratne pomoći ostatku turističkog sektora: turističkim agencijama, turističkim vodičima i rent a car kompanijama.

Molba za sektorskiju pomoć koja je dostavljena

na sve relevantne adrese u državi sadrži nekoliko osnovnih i važnih tačaka:

- Bespovratna jednokratna pomoć turističkim agencijama prema uvedenoj kategorizaciji agencija (četiri kategorije organizatora putovanja i jedna kategorija posrednika), kao i rent a car kompanijama
- Bespovratna jednokratna pomoć turističkim vodičima (kriterijum bi morao biti, obavljanje poslova vodiča u prethodnom periodu koji su ugovoreni po ugovorima o povremenim i privremenim poslovima i ugovorima o delu i na koje je plaćen porez)
- Moratorijum na kredite i lizinge produžen minimum na dodatnih 6 meseci
- Ukidanje akontacionog poreza na dobit, jer u godini kada je promet umanjen 92% dobiti sigurno neće biti.
- Ukidanje ili odlaganje plaćanja poreza i doprinosa za period opšte pomoći privredi

Da zlo bude još veće

Pored već pojašnjenih problema sa egzistencijom najvećeg broja agencija, od 01.10.2020 godine turističke agencije se suočavaju i sa dodatnim problemom – obnovom licence, odnosno produženja garancije putovanja. Naime osiguravajuće kuće koje su do sada izdavale ovu vrstu polisa, objavljiju 15 dana pre ovog datuma da neće ubuduće izdavati polise usled povećanog rizika u trenutnim uslovima. Druga mogućnost predviđena Pravilnikom o garancijama su bankarske garancije, koje nikad nije koristio. I to iz razloga što takva mogućnost nije bila razrađena, kao ni određen „titular“ ili nosilac bankarske garancije. Apsurdna situacija u kojoj su se našle turističke agencije kulminira, jer od 01.10 se više ne mogu prodavati aranžmani usled nedostatka garancije putovanja predviđene Zakonom o turizmu. Sa jedne strane ostaje obaveza zadržavanja radnika po osnovu opšte pomoći privredi, a sa druge strane nemogućnost da se obavlja osnovna privredna deslatnost.

Ministarstvo turizma je objavilo novi Pravilnik sa detaljima i određenjem ko može biti nosilac bankarske garancije, i odnosi se na udruženja i asocijacije turističkih agencija. Nažalost sa iznosima

garancije u vrednosti od 200.000 do 400.000 evra ova opcija je uglavnom nedostupna za 95% postojećih turističkih agencija. Neophodno je da bi se problem rešio, pre svega u razgovoru sa osiguravačima naći model produženja postojećih polisa osiguranja na tri meseca, da bi se u tom međuvremenu, dogovorio model buduće saradnje, imajući u vidu trenutne okolnosti poslovanja. Naime, bilo bi apsolutno odgovorajuće da se u narednom periodu premija osiguranja obračunava na osnovu ostvarenog prometa, jer situacija oko poslovanja ne zavisi od turističkih agencija već od epidemiološke situacije. Sa druge strane dok agencije ne rade i ne prodaju aranžmane nema rizika za osiguravače, pa je ovaj način obračuna apsolutno realan i jedino izvodljiv.

Takođe je neophodno po uspostavljanju novog Ministarstva turizma, ubrazano raditi na izmeni kompletног pravilnika o garancijama putovanja, a u skladu sa trenutnom situacijom na polju turističkih usluga.

Sadašnji iznosi garancija putovanja, kao i modeli rangiranja agencija su nerealni i mora se naći način da kroz Pravilnik pronađemo dugoročno održivo rešenje.

Bez rešenja nema perspektive

Oporavak svih segmenata turističke privrede zavisiće od mnogo faktora, pre svega od protokola o zdravstvenoj bezbednosti, prilagođavanja tim novim merama i protokolima, ali i od agilnosti i želje države da pronađe pravi i adekvatan način za pomoći i podršku ovom sektoru. Rešenja moraju biti brza i delotvorna, celovita i sa mogućim trenutnim efektima, jer bez takvih mera gotovo da nema šanse za oporavak srpskog turizma, ili bar onog dela koji uspe da to i dočeka. Bez takvih rešenja ovaj sektor nema nikakvu perspektivu i preti da se vrati u neka prošla vremena.

*direktor YUTA-a

Zlatibor – destinacija za sve generacije

Godina za turizam nepovoljna, a u njoj turistička poseta odlična. To je učinak protekле glavne sezone na Zlatiboru, najposećenijoj planini Srbije, koja s pravom nosi epitet lidera medju planinskim centrima i veoma razvijene turističke destinacije.

Poznato je da je Zlatibor planina izuzetne lepote prema kojoj je priroda bila više nego darežljiva. Okitila ju je talasastim visoravnima, mirisnim livadama, borovim šumama, prošarala potocima i bistrim izvorima. Pored opuštajućeg dejstva živopisnih pejzaža, Zlatibor je blagotvoran i u terapeutskom smislu. Od davnina je poznato da je zlatiborski vazduh poseban i lekovit, što je bio razlog da planina dobije status vazdušne banje koji ponosno nosi duže od 120 godina.. Idealnih 1.000 metara nadmorske visine, umerena klima i izuzetno priјatan ambijent učinili su da Zlatibor bude poznat kao planina pogodna za odmor, oporavak i lečenje, mesto za potpun predah od brzog tempa i briga urbane svakodnevice. Sa jedne strane pruža uživanje u potpunom miru i tišini, a sa druge u samom turističkom centru na raspolaganju su različiti turistički sadržaji, koji mogu zadovoljiti i najzahtevnije turiste.



Iako po mnogo čemu specifična i nesvakidašnja, minula letnja sezona na Zlatiboru obeležena je obaranjem rekorda u posećenosti. Zlatibor je tokom letnjih meseci bio najposećeniji planinski centar

Srbije, a zlatiborski spomenik prirode Stopića pećinu od početka godine posetilo je više od 100.000 turista, što je absolutni record od otvaranja pećine za posete.

Prirodne blagodeti razlog su da Zlatibor i predstojeće zime bude pravi izbor za sve ljubitelje skijanja i odmora na planini. A mnogobrojni sadržaji koji su na raspolaganju turistima učiniće da zimski boravak na Zlatiboru bude ispunjen zabavom i avanturom.

Mnoge pogodnosti i povoljne cene, novi i postojeći sadržaji – glavne su odlike predstojeće turističke sezone na najposećenijoj planini Srbije. Jednoj od retkih turističkih destinacija u širem okruženju koja se može pohvaliti da je gostima dostupna čitave godine te da svojom letnjom i zimskom sezonom, kao i velikim brojem seminara, kongresa, rekreativnih nastava u vansezoni, na godišnjem nivou ostvaruje odličnu popunjenošću smeštajnih kapaciteta.

Postalo je napisano pravilo da Zlatibor pred svaku sezonu goste dočeka novim turističkim sadržajima, pa ta praksa neće izostati ni pred nastupajuću zimu. Kraljev trg u centru planine u potpunosti je



rekonstruisan, jezero očišćeno i ispunjeno čistom izvorskim vodom. Turističko središte planine bogatije je za nove sportske sadržaje, trim staze, teretane na otvorenom koje su na raspolaganju svim gostima potpuno besplatno. U sezoni koja je pred nama očekuje se otvaranje "Gold gondole",

koja će sa svojih devet kilometara dužine, vožnjom putnika u modernim kabinama sa impresivnim pogledom iz vazduha, povezivati centar Zlatibora sa Tornikom, najvišim vrhom planine.

Već nekoliko meseci veliku pažnju turista na Zlatiboru privlači novootvoreni "El Paso City", poznatiji kao Kaubojski grad, koji je otvoren na



Vodicama, 14 km udaljenim od centra Zlatibora. Grad u vestern stilu je retka atrakcija koja spaja dve kulture – s jedne strane reke je američki grad, a sa druge srpsko selo. Pored ovog tematskog grada na Vodicama, veliki broj posetilaca u samom centru planine privlače Dino park i Avantura park sa mnoštvom sadržaja, kako za najmlađe tako i za starije. Dino i Avantura park će svoju ponudu prilagoditi zimskoj sezoni, pa će tako u oba zabavna parka biti skijališta, sankališta i ski školice.



Svim ljubitelji zimskih sportova na raspolaganju će biti deset kilometra skijaških staza na Torniku, a kao i prethodnih godina u funkciji će biti skijalište

na Obudovici sa velikim brojem ski škola za decu i početnike. Na nekoliko lokacija u turističkom mestu za najmlađe posetioce Zlatibora biće pripremljena sankališta za nezaboravnu zabavu na snegu.

Za one koji odluče da jesenji i zimski odmor provedu na Zlatiboru hotelijeri su pripremili posebne pogodnosti, tako da se u hotelima visoke kategorije mogu odmarati po nešto povoljnijim uslovima. Popusti se ostvaruju za rane rezervacije, a gostima su na raspolaganju i brojni promo paketi. Smeštaj je moguće rezervisati i u nekom od mnogobrojnih vila, apartmana i kuća za odmor. Očuvana prirodna sredina, zdrava hrana, čista voda, ljubazni domaćini doprinose da gostima posebno budu zanimljiva zlatiborska sela, pa su seoska domaćinstva idealna za takvu vrstu odmora.



Sa Zlatibora se redovno organizuju izleti po okolini, tako da je boravak na ovoj planini moguće iskoristiti i za posetu jedinstvenom Muzeju na otvorenom „Staro selo“ u Sirogojnu, atraktivnom vodopadu u Gostilju, spomeniku prirode Stopića pećini, Šarganskoj osmici, planinama Zlataru i Tari...

Uživanju i odmoru na Zlatiboru pogoduje i to što su domaćini nadaleko poznati po gostoprимstvu, a planina po jedinstvenim gastronomskim specijalitetima – najboljoj pršut, jagnjetini, komplet lepinji... – što boravak ovde dodatno čini posebnim i nezaboravnim.

50 GODINA UDRUŽENJA BANJA SRBIJE

Jedno od najstarijih turističkih strukovnih udruženja u Srbiji obeležilo je prvi 50 godina rada

Ovaj značajan jubilej Udruženje banja

Srbije proslavilo je Svečanom akademijom i izdavanjem monografije „Prvi 50 godina“.

Burna vremena su obeležila rad ovog Udruženja. Samoupravni socijalizam, raspad nekad velike države, ratovi, inflacija, bombardovanje, privatizacija... Za sve ovo vreme ostali su verni svom osnovnom cilju – razvoju i promociji srpskih banja. Davali su inicijative, predlagali rešenja, govorili o značaju naših banja sa medicinskog ali sa turističkog stanovišta, promovisali banjski turizam. Skromni su i kažu: „Nekad smo imali uspeha nekad nismo“. Poznajući ih znamo – od svojih ciljeva neće odustati!

IZLOŽBA „SRBIJA MOJA DESTINACIJA“

U okviru proslave 50 godina Udruženja banja Srbije priređena je na Savskoj promenadi u Beogradu izložba fotografija koje su svojevrsna pozivnica građanima da odmaraju u svojoj Srbiji.

Učesnici izložbe koja traje do 15. novembra su lokalne turističke organizacije, zimski centri, banjski i gradski hoteli, kao i seoska domaćinstva i etno kompleksi.



U okviru Svečane Akademije zahvalili su se svima koji su ih prethodna pola veka podržavali.

Čestitamo im ovaj jubilej i želimo im da još dugo, dugo vremena vredno rade, kao do sada, i da ostvare svoju viziju o banjama Srbije!



MONOGRAFIJA UDRUŽENJA BANJA SRBIJE „PRVIH 50 GODINA“

„Ova knjiga odiše istorijom, tradicijom, entuzijazmom, ambicijom, ponosom i ljubavlju prema poslu koji svi mi u banjama i za banje obavljamo“ - napisao je Vladan Vešković, Generalni sekretar Udruženja banja Srbije u uvodniku monografije.

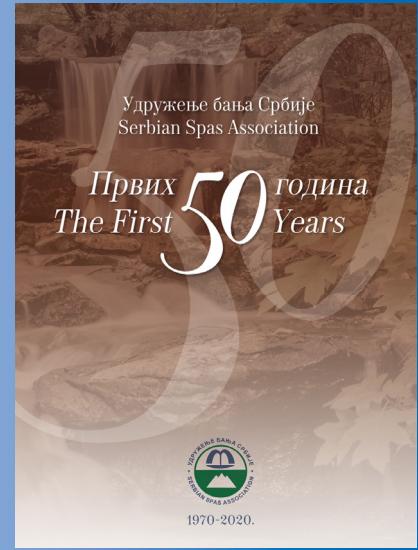
U monografiji se opisuje kako je Udruženje nastalo, šta je radilo ovih 50 godina, kako su nastale i kako su se razvijale naše banje.

Monografija Udruženja banja Srbije

Srpsko – englesko izdanje, pun kolor, 440 strana, tvrdi povez.

Monografiju možete poručiti na:

<https://ubas.org.rs/sr/2019/03/20/50-godina-postojanja/>





100 Godina Ljiga

Ljig je ušao u drugi vek svog postojanja. Prošlo je 100 godina od proglašenja Ljiga za varošicu, 3. septembra 1920. (i objavljuvanja Ukaza 15. septembra), varoš uvek na granici dva sreza, dve banovine, dve parohije, Šumadije i Kolubare, a danas na ukrštanju Ibarske magistrale i auto puta "Miloša Velikog".



Na teritoriji današnje Ijiške opštine vođena je slavna Kolubarska bitka, a sam, tada general Živojin Mišić, je sa štabom Prve armije bio u Ljigu nekoliko dana u novembru 1914. godine.

Završio se svetski rat, počeo je mirnodopski život za oko 200 stanovnika sa desne strane reke Ljig. Potreba za napretkom, za razvojem, postojala je među trgovcima, zanatlijama, pre svega, a jedan papir, jedna odluka, omogućavala je baš to, vizu za bolju budućnost. I tako, "po milosti Božjoj i



"volji narodnoj" prestolonaslednik Aleksandar Prvi doneo je Ukaz o proglašenju dela sela Gukoši za varošicu Ljig, a dužnost da Ukaz sproveđe pripala je Miloradu Draškoviću, koji je poznavao Ljig, budući da mu je sestra živela u ovom mestu.

Status varošice omogućavao je da se formiraju i institucije – banka (1922), pijaca, nešto kasnije



osnovana je zdravstvena zadruga i otvorena apoteka, a prva apotekarka Savka Ristić, iz centra Beograda došla je u malu varoš. Dobio je Ljig i Sokolsko društvo (1927), druga udruženja toga vremena, počeo je i sportski život, loptanje, najpre.

Temelji Ijiške crkve osvećeni su 14. septembra 1930, a svoju duhovnu misiju započela je 1939. godine. Do tada su parohijani išli u moravačku crkvu.

O svakodnevnom životu nekadašnjih Ljižana, o lepim i tužnim događajima, o odjecima zbivanja u velikom svetu na život u mirnoj varošici, čulo se u dvorištu Ijiške biblioteke. Sećanja na naše pretke kroz dokumenta, fotografije, predmete, zavičajne knjige, a nadasve, priče o ljudima, izuzetnim ili samo posebnim, oživelia su jedno sasvim drugačije vreme.

Ima i zavičajnih knjiga kao čuvara sećanja, a najznačajnija je "Fotomonografija Ljiga", autora Dragoslava Marjanovića Cila, sa oko 700 fotografija i drugih dokumenata, kao važan izvor za dalja proučavanja prošlosti Ijiško-kačerskog kraja. U pripremi je nova monografija Liga, delo više ljudi koja će na sveobuhvatniji način prikazati Ljig i njegove žitelje, sve do današnjih dana.

Muzej Čokolade

Saznajte sve o čokoladi i osladite se

Od ove godine Srbija se može pohvaliti da ima muzej posvećen kraljici slatkiša – čokoladi. Ovaj jedinstveni muzej nalazi se u Beogradu u ulici Tadeuša Košćuška 18.



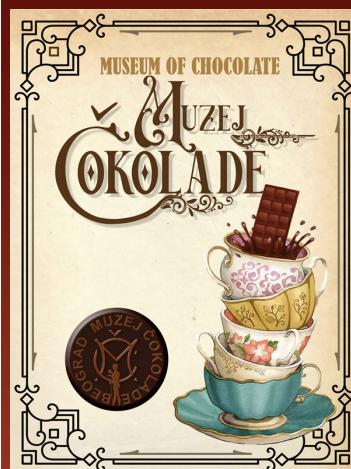
U izložbenoj postavci su postavljeni eksponati vezani za istoriju pravljenja čokolade kao i sve što je u vezi sa njom. Kustos Dušan Alić će Vas uz obaveznu degustaciju proizvoda od čokolade povesti u 45-minutni obilazak 4 sobe.

Prva soba muzeja je Prašuma i njoj posetioci mogu videti kako izgleda plod kakaoa i kako od njega nastaje čokolada.

Druga soba – Evropa posvećena je dolasku kakaoa u Evropu i kada je počela masovnija proizvodnja čokolade.

U trećoj sobi muzeja saznaćete kada se Srbija upoznala sa čokoladom, a starije generacije će se podsetiti svojih omiljenih čokolada iz perioda socijalizma.

Nakon sobe Srbija, ulazi se u sledeću prostoriju koja se zove Fashion Room. Ovde se mogu videti predmeti izrađeni od čokolade.



Na kraju ovog čokoladnog putovanja ljubazni domaćini će Vam ponuditi da kupite čokoladnu uspomenu ili da možda kupite neki čokoladni poklon i njime obradujete svoje najdraže.

Idejni tvorac Muzeja čokolade Nenad Radulović obećava da će u narednom periodu

biti još mnoštvo eksponata posvećenih čokoladi i njenoj proizvodnji i ističe: „Dalji razvoj muzeja odvijaće se neprestano pred očima posetilaca, a postavka muzeja će biti sve bolja i potpunija“.

Tekst: Željko Milinković

Foto: Muzej čokolade



3 pitanja za...

Janko Grbić – v.d. direktor Turističke organizacije opštine Ivanjica

Predstavite ukratko Ivanjicu?

Ivanjica je mesto u jugozapadnoj Srbiji. Nalazi se u kotlini u podnožju Golije, Mučnja i Javora na obali reke Moravice koja izvire na planini Goliji, i nalazi se na nadmorskoj visini od 468m. 2002. godine proglašena je za vazdušnu banju.

Ivanjica kao jedna od najvećih opština u Srbiji koja se može se pohvaliti velikim turističkim potencijalom i mnoštvom manifestacija. Smatra se **kolevkom seoskog turizma** u Srbiji gde je gostoprimstvo ljudi nadaleko poznato.

Zašto turisti da posete vaš grad i okolinu?

Ivanjički kraj krase mnoge lepote, od kojih će nabrojati samo neke.

Golija je bez sumnje jedna od najlepših i šumama najbogatija planina u Srbiji. Nju je zbog niza specifičnosti i karakteristika Vlada Srbije proglašila Parkom prirode prve kategorije, da bi je UNESCO- v program „Čovek i biosfera” u okviru Parka prirode proglašio rezervatom biosfere. Bogata je bujnim pašnjacima, potocima, rekama, bajkovitim jezerima i mnogobrojnim izvorima čiste vode, od kojih su poznata jezera Dajićko, Nebeska suza (Okruglica), Košaninova jezera i slapovi Izubre. **Mučanj** je planina u jugozapadnom delu Srbije koja se nalazi u blizini sela Katići. Najviša tačka planine je Jerinin grad sa nadmorskom visinom od 1534m. Tu je i **Javor** jedna od najlekovitijih planina u Srbiji.

Hadži Prodanova pećina je kombinacija važnog turističkog, speleološkog i arheološkog



objekta i jednostavno je treba videti. U njenoj blizini se nalazi i nedavno otvoreni Zip line koji toplo preporučujem ljubiteljima avanture.

Nušićijada je kolaž festival po kome se prepoznaće Ivanjica i o njoj se mnogo toga zna. Reći ću samo da je to praznik humora i veselja, gde ne izostaje dobra atmosfera, kafana, druženje i šala.

Od kulturno-istorijskih spomenika izdvojiću Crkvu Sv. Cara Konstantina i Carice Jelene, Kameni most na reci Moravici koji je najveći jednolučni most na balkanu, Električnu centralu na Moravici koja je izgrađena 1911. godine, nedavno je podignut i spomenik đeneralu Draži Mihailoviću koji se nalazi u centru grada. Nadomak grada se nalazi Palibrčki grob na kome je podignuta crkva na grobu Boška Jugovića (Kosovskog junaka), pa Manastir Kovilje koji potiče iz 13 veka i udaljen je 25km od Ivanjice.

Sve su to razlozi da se poseti Ivanjica!

Koji su dalji pravci razvoja Ivanjice kao turističke destinacije?

Turistička organizacija opštine Ivanjica će nastaviti da radi na unapređenju turističke ponude grada i uređenju turističkih lokaliteta, kako bi turisti pored čistog vazduha i zdrave hrane imali i aktivan odmor u prirodi. Trudićemo se da dovodimo goste ugostiteljima. Cilj nam je da doprinesemo boljitetu i daljem razvoju Ivanjice.



Bitno je ne samo sačuvati već i unaprediti naš receptivni turizam

Mirko Levajac*

Već i vrapci na grani znaju da je turizam jedna od privrednih grana koja je najviše pogodjena pandemijom Covid-a

19. Na nama iz turističke branje umesto kukanja ne preostaje ništa drugo već da ovo vreme, gotovo bez stranih turista, iskoristimo najbolje što možemo i da se dobro, koliko nam to mogućnosti dozvoljavaju, pripremimo za vreme kada se granice otvore.

Situacija u kojoj se nalazi srpski turizam je više nego jasna. To pokazuju svi najnoviji statistički podaci o broju dolazaka, noćenja i strukturi turista. Iz njih se može zaključiti da bez stranih turista nema ni daljeg razvoja turizma u našoj zemlji. Zato sam mišljenja da u ovom tajm-autu (vremenu u kome gotovo da nema stranih turista) stvorimo dobru startnu poziciju kad je u pitanju privlačenje stranih turista.

Sačuvajmo receptivne turističke agencije

Prvi preduslov je da sačuvamo turističke agencije koje se bave receptivnim turizmom. Jasno je da ove agencije od početka ove zdravstvene i ekonomске krize nemaju nikakvih prihoda, već imaju samo obaveze prema državi, zaposlenima a tu su i drugi redovni troškovi. Dosadašnja pomoć države ogledala



se u linearnom davanju 3 mesečne plate po 30.000 dinara i 2 meseca dela plate po 18.000 din, bez umanjenja poreza i doprinosa, što jeste pomoć koju treba ceniti, ali je u receptivu pomoć je proizvela dejstvo u meri kofe prolivenе vode po krovu zapaljene kuće, jer postavlja se pitanje šta sad i kako dalje? Bez neke konkretne adekvatne i pravpovremene (hitne) pomoći države turističke agencije, i one koje se bave inicijativnim turizmom i one koje se bave receptivom, jednostavno će otpustiti svoje zaposlene i neminovno se ugasi. Jasno je da to nije dobro ni za koga u našoj državi. Činjenica je da se relativno mali broj turističkih agencija bavi samo receptivnim turizmom, ali baš one dovode strane goste i doprinose ukupnom deviznom prilivu od turizma.

Sada je aktuelan još jedan problem koji doliva ulje na vatru, a to je pitanje polisa osiguranja od insolventnosti svih turističkih agencija (garancija putovanja), pa i onih koje se isključivo bave receptivnim turizmom. Samo da podsetim, ako turistička agencija nema odgovarajuću polisu osiguranja onda automatski gubi licencu i prava na rad. Ispada da su one turističke agencije koje se bave receptivom kolateralna šteta važećeg pravilnika, jer su praktično svi turisti koji dolaze iz inostranstva već osigurani nekom sličnom adekvatnom polisom ili lično ili preko svojih organizatora putovanja, pa niti znaju da postoji neka naša polisa osiguranja, niti im je tako nešto potrebno pored postojećeg. Uz to, treba dodati da se do nije poznat slučaj da je neki inostrani gost koji je koristio usluge u Srbiji naših receptivnih agencija imao potrebu da aktivira polis. Sve to ukazuje da je osiguranje tih putnika koji dolaze u Srbiju praktično nepotrebno inostranim gostima. Za domaće turiste za aranžmane u Srbiji ovakvo osiguranje je potrebno, ali ni blizu u obimu i propisanim iznosima koji se odnose na organizaciju putovanja u inostranstvo u paket aranžmanu sa avio prevozom.

Dakle, ovo je prvi problem koji treba rešiti i samim tim stvoriti kakav takav preduslov za vreme koje će sigurno doći.

Formiranje operativnog tela zaduženog za praktičnu podršku receptive Srbije

Imajući u vidu da se strategijom receptivnog turizma, po svom zaduženju globalno bave TOS, PKS, delom i resorni deo MTTT ali i to da nedostaje efikasna i stručna implementacija aktuelne strategije

receptivnog turizma na čitav spektar operativnog dela receptive koja je neuvezana i ipak prepuštena svojim kapacitetima, što skupa ne proizvodi jedinstvenu i kvalitetnu osnovu za sprovođenje usvojene strategije razvoja turizma, pa tako naša receptiva (pogledajmo se u oči) tapka u mestu i tumara, jer nema operativno telo koja bi ustrojila receptivu u uvezan, snažan i efikasan sistem sposoban da iznese strategiju razvoja receptive, napravi ozbiljniji prodor na međunarodnom turističkom tržištu i konačno izbori svoje mesto u podeli kolača od međunarodnog turizma..

Smatram da nam je za efikasnu i uspešnu receptivu, razradu i implementaciju strategije razvoja turizma i koordinaciju od „trojstva“ ka činiocima receptive neophodno da se iz svakog od ovog „trojstva“ izvuku i prebace na novo telo one njihove periferne ingerencije- ali koje su upravo od velikog značaja za uvezivanje i jačanje operativnih delatnosti u receptivi.

Osnivanjem ovog stručnog, savetodavnog i koordinatorskog tela za podršku receptivnom turizmu (koje postoje u svim komparativnim turističkim privredama u vidu Agencije, Saveta ili Komore), čija zaduženja mogu biti bezbrojna, omogućile bi sa jedne strane „trojstvu“ da se više usresrede na globalna i strateška pitanja. Sa sa druge strane bi lokalni projekti, izdvojena značajna sredstva i niz aktivnosti vezanih za razvoj receptive bi sigurno ostvarili bitno veći i trajniji efekat nego do sada, kako je već dokazala praksa u uzornim turističkim zemljama. Deo očekivanih povećanih prihoda mogao bi ići u fond za razvoj receptive, vraćao se u organizacione tokove, težeći da se iz godine u godinu stvara sve veći fond za podršku receptivi i u nekoj perspektivi do stanja samoodrživosti...

Neophodan je "pravi svetski" kongresni centar u Srbiji

Internacionalni kongresni turizam, (kao i druge poslovne ili umetničke manifestacije) je odličan receptivni turistički proizvod koji donosi velike prihode i međunarodnu reputaciju zemlje, i o kome šira javnost nedovoljno zna. Realno naša, da tako kažem, kongresna infrastruktura je jako loša, a brine to da se činjenici i ne primećuje. Govorim o velikom broju svetskih i evropskih kongresa od preko 30.000 učesnika i isto toliko pratioca učesnika i angažovanih lica u kongresnim aktivnostima. Za ozbiljnije bavljenje organizacijom velikih kongresa neophodan nam je savremeni

kongresni centar velikog kapaciteta sa svom potrebnom pratećom infrastrukturom. Po mom mišljenju, ključni nedostatak Beograda u ovom trenutku je nedovoljno razvijena saobraćajna infrastruktura za udar 30.000-40.000 putnika na prevozna sredstva u roku od jednog jutarnjeg sata pre početka kongresa, u toku dana i konačno oko 18h nakon završetka kongresnog dana. Da o postojećoj saobraćajnoj gužvi i kapacitetu javnog prevoza da ne pričamo.

Po uzoru na svetske kongresne gradove, rešenje leži u spremnosti naše države na ogromnu investiciju koja se sastoji u formirajući veće lokacije van grada, po pravilu, najbolje u regiji bliže aerodromu, a u pravcu grada i drugih saobraćajnih čvorišta, kako bi se uspostavila na prvom mestu železnička linija koja bi u prvi mah povezala aerodrom sa kongresnim centrom i centrom grada, a u drugoj fazi ta linija bi se produžila na obe strane...

Centralni deo te lokacije bi bio kongresni centar sa pratećim sadržajem, a u blizini poslovni hoteli, tržni centar i zabavni park... Ovaj paket multifunkcionalnih namenskih objekata bi obezbedio dobru posećenost i van datuma kongresa. Realnu potrebu za ovakvim kompleksom podržava

ingenjera da se u poslednjih desetak godina, zbog nepostojanja novih centara veći kongresi ponavljaju po treći put u istim mestima. To je sa jedne strane razumljivo jer organizatori opravdano teže razrađenim destinacijama. Imajući u vidu da se na kongres ide delom i zbog čistog turizma, koji u ovom slučaju gubi na intezitetu zbog ponavljanja destinacija, potpuno je opravdano otvaranje novih kongresnih destinacija u Evropi i svetu. Zato je potrebno da se ovom vidu turizma ozbiljnije posvetimo.

Lokalne samouprave treba da podrže razvoj receptivnog turizma

Svi mi koji se bavimo receptivnim turizmom dobro znamo sa kojim se problemima suočavamo na terenu. Počev od slabijeg razumevanja zajednice i svesti učesnika pružanja usluga prema turistima odnosno ovom izvoru prihoda. Spomenući hronično ispuštanje planiranja, regulisanja i uređenja prostora za saobraćanje, zaustavljanje i parkiranje turističkih vozila, čak i u Beogradu. Shodno tome, poznati su primeri komunalne policije koja kažnjava vozače turističkih autobusa pri urednom zaustavljanju ispred hotela

radi unosa prtljaga i primanja putnika iz hotela. O radnom vremenu muzeja koje prati radno vreme državne službe nema potrebe da duže pišem.

Zato lokalnim samoupravama predlažem da se ugledaju na neke druge uređene evropske gradske destinacije i nađu (prilagode) određena rešenja za takve probleme sa kojim se suočava naša receptiva.

Konferencija o razvoju receptivnog turizma u Srbiji

Radi kontinuiranog unapređenja našeg receptivnog turizma potrebna nam je konferencija na kojoj bi učešće uzeli svi relevantni činioci koje se bave receptivnim turizmom u našoj zemlji. Na tom stručnom

skupu koji bi se održavao jednom godišnje i koji trajao par dana razmenjivala bi se mišljenja i iskustva, vršila edukacija kadrova koji se isključivo bave receptivnim turizmom, davali predlozi i usvajali zaključci koji bi bili putokaz svima koji se bave ili koji će se baviti turizmom. Rad ove konferencije bi bio po sekcijama i ne bi se po tematiki sudarao sa Turističkim forumom koji sada tradicionalno organizuje Turistička organizacija Srbije.

*direktor Rubicon travel, predsednik Yuta chapter-a za receptivni turizam

Vitez Marko

Bez višebojaca nema ni Ljubičevskih konjičkih igara. Ovi fantastični momci već 57 godina privlače publiku na požarevački hipodrom. Predstavljamo vam živu legendu među višebojcima Marka Milenkovića. Ovaj sjajan momak dosada je pobedio 5 puta, a od toga je 3 puta uzastopno i jedini je dobio u trajnu vlasništvo sablju koja je uz plaš zaštitni znak viteza.

e-TN: Marko, reci nam nešto o sebi.

Rođen sa 11. Avgusta, relativno davne 1990-e godine u Požarevcu. Detinjstvo sam proveo u porodičnoj kući koja je, iz nekog razloga, baš preko puta hipodroma. U konjički sport sam ušao sasvim slučajno, iz znatiželje, viška slobodnog vremena i na preporuku mojih vršnjaka. Sećam se prvih treninga na malim konjima kod čuvenog Radeta Miljkovića, koji je, ne samo kod mene, već i kod drugih napravio odličnu startnu osnovu. Ubrzo sam uvideo da imam talenta i da brzo napredujem.



Nakon samo par godina provedenih u školi jahanja, dobijam ponudu za rad u trkačkoj stali, gde počinjem da upoznajem čari galopskog sporta. Uz razna takmičenja, revijalnih trka, endurance trka

(40 i više kilometara) sa svojih 19 godina debitujem u ljubičevskom višeboju i bivam drugoplasiran.

e-TN: I onda kreću uspesi!

Od tog trenutka pa narednih godina kreću da se nižu uspesi, a bivalo je i kikseva. Ti kiksevi su u nekoj meri i doprineli da se usavršim. Pored nekoliko rekorda koje sam postavio, držim i jedan zanimljiv, a to je da sam jednom bio drugi sa 14 poena, odmah iza tadašnjeg višestrukog viteza Siniše Stokića koji je tada, bio drugi čovek u istoriji koji je pobedio sa maksimalnih 15 poena. Inače, takmičim se punih 12 godina bez prestanka i za to vreme iza sebe imam 5 prvih, 3 druga, 2 treća, 1 šesto i 1 osmo mesto. Jedini sam u istoriji koji ima tri titule sa maksimalnih 15 poena i tri vezane. Držim rekord u disciplini kurirsko jahanje u vremenu od 22.50sek. Broj pobjeda u polufinalima i ne brojim, mada ni ona ne zaostaju za zvaničnim titulama.

e-TN: Koja je disciplina tebi najdraža?

Sve te discipline su izuzetno teške i ne bih mogao da se odlučim koju najviše volim jer svaka



od njih ima neku svoju priču i težinu. Sve su jedinstvene i čine jednu celinu. To se jednostavno mora doživeti jer reči ne mogu opisati.

e-TN: Kako je tvoj drugar Narval? Da li se uobrazio?

Za sada, najveću zahvalnost dugujem njegovom visočanstvu, grlu Neval. Mom vernom drugu, saborcu. On je u vlasništvu porodice Kresoje kojoj ovom prilikom izražavam beskrajnu zahvalnost. On sada ima 19 godina što je ekvivalent 60 ljudskih. Savršene je naravi, kako za početnike, tako i za one napredne. Jako je



druželjubiv i obožava da se slika. Bio je glavna zvezda u raznim spotovima naših poznatih estradnih umetnika. Prelepi dorat, atraktivnog izgleda i sa prepoznatljivim brojevima na vratu „333“. A čista je koincidencija to sto imamo 3 vezane i tri pobjede sa maksimalnim poenima.

e-TN: Šta treba da kralji ljubičevskog višebojca?

Vitezova ima u svim sferama života, ne samo sa sabljom i na konju. Vitez je stanje duha, vrlina. Njega krase poštjenje, pravednost, istrajnost i želja za konstantnim uspehom. Svaki višebojac je junak ogromnom srca koji ne zna za strah. Veština jahanja mora biti na zavidnom nivou kao i baratanje raznim rezvizitima kao sto su topuz, luk i strela, kopanje i sablja.

e-TN: Poslednjih 5 godina nije pitanje ko će pobediti, već da li će Marko pobediti? Dokle tako?

Prilično je teško odgovoriti na to pitanje jer ne želim da potcenjujem druge. Jednostavno se sticajem okolnosti tako namestilo, neko mora biti najbolji. Ja nisam izabrao ovaj sport, on je izabrao mene. A dokle, vreme će pokazati.

Željko Milinković

Foto: TO Požarevac

Šta su to samovodeće ture?

Indivual Travels je receptivna turistička agencija koja razvija brend Serbian Private Tours u čijem fokusu su privatne ture i samovodeće ture

Koncept Serbian Private Tours je pokrenut 2013. godine i nastao je kao reakcija na činjenicu da strani turisti po Srbiji sve češće putuju individualno. „Trudimo se da stranci upoznaju celu Srbiju, a ne samo Beograd ili Novi Sad i težimo tome da kada vodimo goste budimo u ulozi pravog domaćina, svojevrsnog lokalnog prijatelja, i da im pored nekih osnovnih informacija pružimo iskustvo kako je to živeti i putovati po Srbiji”, kaže Miljan Miljević, vlasnik i direktor agencije. Iz tog razloga kreirali su #YourSerbiaHost koji uvek provlače po društvenim mrežama.

Privatne ture

Tržišna niša Serbian Private Tours-a su inostrani turisti koji u našu zemlju dolaze individualno. Počeli su gradskim turama i jednodnevnim izletima.



Trenutno u svojoj ponudi imaju 5 gradskih tura i 17 jednodnevnih izleta. Zatim su krenuli sa višednevnim privatnim turama po Srbiji i regionu. Njih trenutno ima 5. Kako to izgleda u praksi? Posetite njihov sajt (www.serbianprivatetours.com), izaberete gradsku turu, izlet ili višednevno putovanje, najavite sa



koliko osoba putujete, dogovorite se za mesto susreta sa njihovim timom i avantura može da počne. Velika prednost ovoga koncepta se ogleda u tome što putujete sa svojom ekipom (porodicom, prijateljima...) a društvo vam pravi član tima Serbian Private Tours-a koji vam je ujedno vodič i vozač.

Samovodeće ture

U avgustu ove godine lansirali su nov turistički proizvod – samovodeće ture. Kako one funkcionišu? Putujete samostalno sa porodicom, bez grupa, bez vodiča, bez masovnog prevoza, uz budno i brižno oko #YourSerbiaHost ekipe koja će organizovati vaše putovanje i biti stalno na raspolaganju za pitanja, smernice i uputstva dok ste na putu. Koristite svoj automobil, spavate kod proverenih domaćina, jedete gde hoćete. Ako želite možete dobiti preporuku za neki provereno dobar restoran. Dobijate detaljan plan puta, opise lokaliteta, kontakt osobe i brojeve telefona, rezervisan smeštaj, plaćene ulaznice, pripremljene aktivnosti i još puno toga. Povrh svega toga tim Serbian Private Tours-a biće vam na raspolaganju tokom putovanja za pitanja, asistenciju ili drugu potrebu. Njihova podrška će vam biti tokom putovanja stalno dostupna putem telefona/Viber/WhatsApp-a ili imejla.

U svojoj ponudi imaju različite itinerere (planove puta), kako po koncepciji, tako i po dužini trajanja, od tri do sedam dana. Ukoliko želite putovanje po svojoj želji, samo im recite i oni će za specijalno za vas napraviti itinerer po želji. Svako samostalno putovanje uključuje: smeštaj, aktivnosti, ulaznice, detaljan plan puta sa uputstvima i kontakte.

Ovaj koncept je verovatno budućnost individualnih putovanja. Iako je prevashodno namenjen stranim turistima svako od nas uz „domaćinsku“ ekipu Serbian Private Tours-a može upoznati Srbiju na način na koji je do sada nije video.

Željko Milinković

Foto: Serbian Private Tours

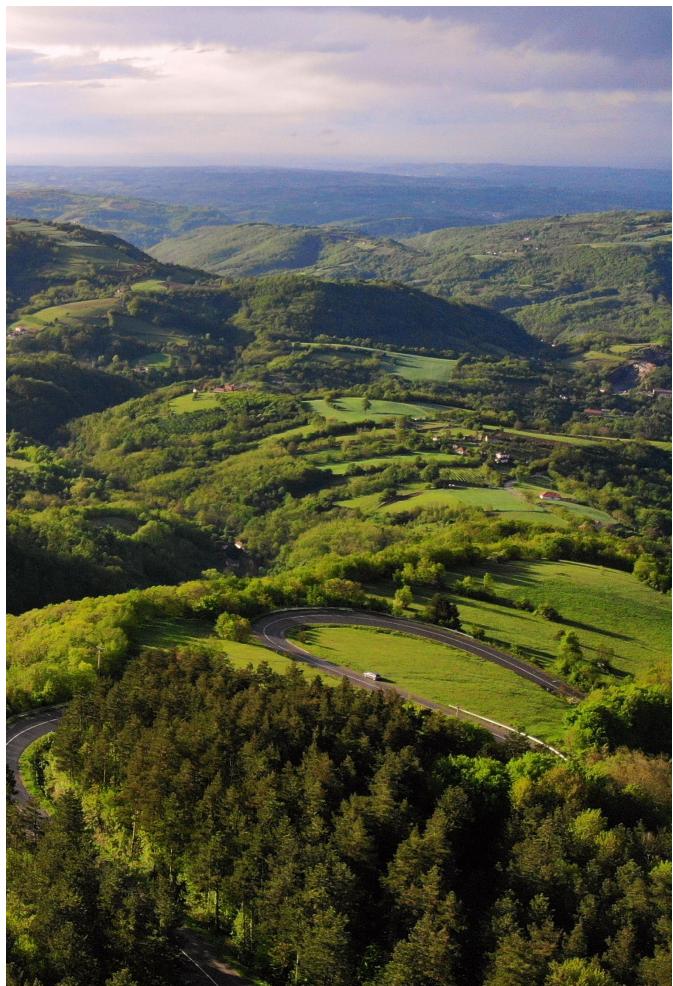
Rajac raj na zemlji

Pitomi pejzaži s jasno obeleženim stazama za hodanje i vožnju bicikla, prirodna lepota šuma i proplanaka, rečica i potočića, jama i pećina, kao i kulturno-istorijski spomenici i atraktivne manifestacije, učinili su da na ovaj dragulj Valjevskih planina preko cele godine dolaze sportisti, turisti, đaci i ljubitelji seoskog turizma

Rajac je zapravo ime za vrh i visoravan na planini Suvobor na 848 metara nadmorske visine, koju karakteriše biogeografska raznovrsnost. Preovlađuju šume bukve, hrasta, breze, jasena i cera, a u najvišoj zoni se nalaze četinari, jela i bor. Od životinjskih vrsta mogu se videti fazani, srndači, lisice, divlje svinje i zečevi.



Šetnja po pitomim, predivnim proplancima ispresecanim potocima i rečicama, te livade sa planinskom travom nezaboravan su doživljaj. Zbog dobro pozicioniranih putokaza i info tabli boravak planinara, biciklista, letača i ljubitelja seoskog turizma zaista je udoban i bezbedan. Skoro svakog petka, subote i nedelje organizuju se planinarske akcije, pa se može reći da od 52 vikenda, na Rajcu se planinari bar 40 puta u toku godine.



Na ovu prirodnu lepoticu dolaze i speleolozi i ljubitelji jama i pećina, jer ih na teritoriji Rajca ima dosta, a najpoznatija je Rajačka pećina, ukupne dužine kanala 286 metara. Avanturistički obilazak bajkovitih pećina s podzemnim vodama koje protiču kroz pećinske dvorane i formiraju podzemne vodopade i jezerca je impresivan. Najveća dvorana visoka 15 metara, široka sedam do 10 metara i duga imponantnih 30 metara.

Zbog velikog broja ugodno vetrovitih dana tokom godine Rajac se smatra i vrlo privlačnim mestom za poletanje paraglajdera. Nagrada za hrabrost letenja u tandemu je čudesan pogled odozgo na drveće i šume koje se smanjuju na veličinu bonsaija, crvene krovove seoskih kuća i sićušne traktoriste. Sve u svemu, jedno fascinantno iskustvo tišine u oblacima, dodira vetra i ljljuškanja na vazdušnim strujama. Po lepom



vremenu poletalište na Rajcu se šareni od raznobojnih paraglajdera pristiglih iz cele Srbije.

Rajac je idealna lokacija za aktivan odmor, ima toliko toga da se vidi i doživi da ko jednom dođe, uvek se ponovo vraća. Seoski turizam je razvijen, urađene su detaljne mape biciklističkih staza,



Planinarski dom



jedan broj poljoprivrednih proizvođača orijentisao se na proizvodnju organske hrane, pa u šetnji kroz pitome pejzaže ove dobroćudne planine mogu da se degustiraju izvrstan kajmak, sir i med, na koje su lokalni domaćini vrlo ponosni.

Čist vazduh i hodanje po mirisnim livadama garantuju dobar san i osveženje duha i tela, pa nije ništa neobično što ljubitelji prirode ovde dolaze toliko često da će vam slučajni prolaznik



Kosidba na Rajcu

na nekoj od mnogobrojnih staza zdravlja očas posla objasniti gde se nalazi najbliže polje nane ili kako najbrže da stignete do Rajačke pećine.

Zbog bistrog vazduha i autentične lepote nedirnute prirode, protkane šumarcima i livadama prepunim poljskog cveća i lekovitog bilja, stari putopisci su Rajac, najatraktivniju planinu na zapadu Srbije, nazivali rajem na zemlji.

Tekst: Vladimir Ivanović

Foto: Vladimir Ivanović i Anđela Ivanović

Veliko priznanje za Turističke novine

Povodom obeležavanja velikog jubileja 50 godina od osnivanja Udruženja banja Srbije Turističke novine su doobile Povelju za dugogodišnju podršku u radu Udruženja i za doprinos u promociji banjskog turizma



Zahvaljujemo se Udruženju banja Srbije na ovom za nas velikom priznanju!

ИЗАБЕРИ СВОЈУ
АВАНТУРУ!

#vidisrbiju



Туристичка организација Србије