



Šesti Međunarodni sajam turizma i seoskog turizma i II Sajam zimnice i domaće radinosti, od 27. do 29. novembra na Šumadija sajmu, okupio je preko 120 izlagača i nekoliko hiljada posetilaca. U organizaciji Gradske turističke organizacije Kragujevac ovaj Sajam je naglasak stavio na ruralni turizam i sve one tradicionalne vrednosti koje srpsko selo još uvek čuva, a čemu se sve više stanovnici urbanih sredina vraćaju.

Upravo je i državni sekretar u Ministarstvu trgovine, turizma i telekomunikacija, prof. dr Lukrecija Đeri, akcentovala seoski turizam kao osnovnu smernicu razvoja i opstanka ljudi u seoskim sredinama.

-Novi trendovi na turističkom tržištu ukazuju na činjenicu da sve više turista želi da boravi na ruralnim turističkim destinacijama, u jedinstvenom prirodnom okruženju, daleko od gradske vreve. Sve više gostiju želi da upozna kulturu različitih delova Srbije i da uživa u tradicionalnim specijalitetima, domaćoj hrani i piću.

Od velikog značaja za ovaj Sajam turizma i seoskog turizma je nagrada „Turistički cvet“ kao najprestižnija u ovoj oblasti što je garant kvaliteta i ulaganja u ovu manifestaciju.

Nedavno je održana finalna konferencija pod nazovom „Održivost ruralnog turizma u Srbiji i uticaj na lokani ekonomski razvoj“ u Kragujevcu, na kojoj su predstavljeni najvažniji rezultati projekta „Podsticanje ruralnog turizma za održivi i lokalno ekonomski razvoj“. Projekat je nastao sa ciljem da se unapređuju postojeći i razvijaju novi kapaciteti za bavljenje ruralnim turizmom u Šumadiji, kao vidom malog porodičnog biznisa, čime se dugoročno doprinosi lokalnom ekonomskom razvoju zajednice.

Pored brošure „Otključajte lepote Šumadije i centralne Srbije“, predstavljen je i Vodič za seoske domaćine, koji na jednostavan i razumljiv način daje prikaz najvažnijih informacija za bavljenje ruralnim turizmom - rekla je dr Lukrecija Đeri.

Ona je dodala da iako je u budžetu manje para, država nastoji pomoći domaćinima na razne načine. Ona je sugerisala da svi oni koji žele da počnu da se bave bilo kojim vidom seoskog turizma, da se dobro informišu o uslovima potrebnim za tu vrstu delatnosti datim Zakonskom regulativom, i osim želje treba oslušnuti i potrebe tržište i zahteve turista. Svake godine Ministarstvo putem raznih konkursa pomaže pojedince i NVO, čiji su osnivači lokalne samouprave, da kroz projekte dođu do nekog početnog ili dodatnog kapitala, i ako korisnici tih sredstava kao dobri donaćini dodaju još nešto svoje, i ako učestvuju i na međunarodnim, prekograničnim projektima, iskoriste šanse koje nudi partnerstvo sa drugim gradovima i evropski fondovi, onda se od seoskog turizma može napraviti veoma lepa priča.

Dr Đeri takođe podvlači da moramo imati vrlo kvalitetan i veoma konkurentan turistički proizvod da bi mogli privući veoma zahtevne strane goste. Potrebna je izgrađena infrastruktura

kako bi turisti došli do određene destinacije, mora postojati izuzetna saradnja između lokalne saomouprave i lokalne turističke organizacije, kao i njihova saradnja sa Turističkom organizacijom Vojvodine i Turističkom organizacijom Srbije, kao krovnim organizacijama, i puno rada i truda, uz obaveznu promociju. Najbolji primer za to kakvu snagu promocija ima je Coca Cola, koja u to i dalje ulaže velika sredstva, iako bi narednih 20 godina, i bez reklame, za taj proizvod svi znali. Međutim, promocije takođe koštaju, pa dr Đeri preporučuje povezivanje i udruživanje, i turističkih organizacija opština sa TOS-om i TOV-om, radi zajedničkog učešća na sajmovima i ostalim mestima gde je potrebno i nužno biti viđen i predstavljen.

Na kraju, dr Lukrecija Đeri je iznела svoje pozitivne utiske o Sajmu, pre svega o šarolikosti izlagača, o tome što su mesto za štandom našle i osobe sa invaliditetom i predstavile se na najlepši način svojim rukotvorinama, kao i to što je Sajam prodajnog karaktera.

O tome kakav efekat Sajam ima na opštini i kakve može da ima, podseća da je u ovoj opštini prvo seosko domaćinstvo registrovano 2010. godine, a četiri godine kasnije Kragujevac može da se pohvali sa 15 domaćinstava koja lepo posluju i pozitivno privređuju,

-Seoski turizam je šansa mladim ljudima, i svima koji žive na selu da ostanu, da ne krenu put velikih gradova, da se ta tendencija, koja je počela još davnih dana, zaustavi, jer seoski truizam ne znači samo bavljenje turizmom. Taj vid turizma pokreće za sobom niz privrednih delatnosti, kao što su domaća radinost, proizvodnja pića, hrane... Kroz seoska turistička domaćinstva i ugostiteljstvo, mogu da se plasiraju svi proizvodi proizvedeni u kućnim uslovima, i to je šansa da i mladi i stari ostanu na selu - zaključila je dr Lukrecija Đeri.