



Razvojni biznis centar Kragujevac, u saradnji sa Gradskom turističkom organizacijom Kragujevac, su Dan Sv. Ilije, 2. avgust, odabrali da brojnim predstavnicima medija iz zemlje, pokažu ono o čemu su do skora samo pričali: seoski turizam šumadijskog kraja.

Ovo je bila sjajna prilika da se novinari na licu mesta upoznaju sa bogatstvom i prirodnim lepotama Šumadije, njenom gastronomijom, turističkim potencijalima, ukratko sa mogućnostima za boravak gostiju na ovom području.

Snežana Milisavljević, direktorka Gradske turističke organizacije Kragujevac je tom prilikom istakla da su prednost ovog kraja različita domaćinstva za različite vrste gostiju. Sadržaji su takvi da mogu da zadovolje ukuse različite klijentele, onih koji žele boravak u autentičnom, etno ambijentu, i onih koji žele sav luksuz i komfor u kućama sa saunom i bazenom sa hidromasažerima. Tu je i posebna ponuda za različite grupe gostiju, za mlade, nešto starije, mlade poslovne ljude, bračne parove sa decom i sve one koji imaju afinitet prema kulturnim sadržajima, rekreativnim aktivnostima u prirodi ili jednostavno one koji žele da se odmaraju.

Iako je utisak da bi skoro svako seosko domaćinstvo na ovom terenu moglo da ispiča posebnu turističku priču, još uvek je prisutna višedecenijska loša slika o Srbiji, o selima koja odumiru, a nekada prelepa seoska domaćinstva, propadaju. Međutim, mnogi ljudi su silom prilika, morali da se vrate na sopstvena ognjišta ili ognjišta svojih predaka, ukoliko su iz sela otišli put grada u potrazi za poslom.

Snežana Milisavljević je iznela činjenicu, potvrđenu od međunarodnih, ekonomskih stručnjaka, da su turizam i poljoprivreda mogućnosti razvoja Srbije. Pri tom su neophodna ulaganja, kako pojedinaca, kojima najčešće nedostaju finansijska sredstva da bi osposobili domaćinstva i vratili sliku starih autentičnih kuća za podneblje u kojem se nalaze, jer je upravo različitost, naše bogatstvo.

-Naša ideja je bila da oživimo stara seoska domaćinstva, da zaposlimo ljude, da oni rade u svojim domaćinstvima, i naravno da pri tom zarade. Benefit toga je da oni ne moraju da gube vreme putujući ka velikim urbanim sredinama kako bi prodali svoje poljoprivredne proizvode, već to mogu da urade u domaćinstvima u kojima borave. Sve poljoprivredne proizvode koje imaju u svojim baštama, stoku, pilad, zimnicu koju proizvedu tokom godine, mogu da iznesu gostima na trpezu ili da tim istim gostima te proizvode prodaju. Nudeći usluge boravka, smeštaja i hrane u svojim domaćinstvima oni mogu da ostvare dodatne prihode.

Seoski turizam omogućiva i radno angažovanje svih članova porodice, i to je jedna velika prednost.

Osim toga, ako jedno domaćinstvo, ne može da izađe u susret svim zainteresovanim gostima, što se često dešava, daje mogućnost drugim domaćinstvima u okruženju, da se registruju i

prima goste. Jedan primer dobre prakse u seoskom turizmu je inicijalna kapisla i za druge domaćine da počnu da se bave ovim poslom.

Ono što je dobro u ovom trenutku, i nadam se da će tako i ostati, je to što seoski domaćini nisu opterećeni velikim finansijskim izdacima, za registraciju domaćinstva i početak bavljenja ovim poslom, ali potreban im je kapital da bi obezbedili neophodan komfor, koji danas podrazumeva sobu sa kupatilom, da se gostu obezbedi mogućnost pripremanja i posluživanja hrane. Imajući u vidu trenutnu situaciju, mislim da je potrebno da lokalne samouprave investiraju i obezbede neka sredstva za pomoć fizičkim licima, a da država bude ta koja će pokazati dobru volju i koja će omogućiti seoskim domaćinima da počnu da rade i da sami opstaju u nekom kasnijem periodu, bez pomoći lokalne samouprave ili republičkih institucija - izjavila je Snežana Milisavljević.

Veliki uspeh Gradske turističke organizacije Kragujevac je što je raznim aktivnostima doprinela razvoju ruralnog područja. Naime, akcija „Otvorena dvorišta“ kojom se svake godine biraju najlepša seoska dvorišta, rezultirala je sve većim brojem uređenih dvorišta na prostoru centralne Srbije.

Razvoju ruralnog područja doprinelo je i angažovanje na marketinškom planu. Cilj GTO Kragujevac je bio da novinarima, „mostu između pružalaca usluga i krajnjih korisnika“ na najbolji način pokaže i promoviše šta je to što Šumadija ima, i da te informacije na ovaj način, dopru do krajnjih potrošača. GTO Kragujevac će se u narednom periodu truditi da dovede i što više korisnika u svoj kraj, kako bi na licu mesta „otključali“ prirodne lepote Šumadije.

GTO Kragujevac je uspela da se za relativno kratko vreme nametne sa Međunarodnim sajmom turizma i seoskog turizma, kao centar ruralnog turizma.

-Mislim da je profilisanje sajma u Kragujevcu, kao sajma seoskog turizma, bio odličan izbor, imajući u vidu da su i kretanja na turističkom tržištu takva da je sve više zainteresovanih za boravak i odmor u prirodi, uz mogućnost uživanja u kulturnoj ponudi, u rekreaciji, relaksaciji, spa&wellness sadržajima... Ukratko, ruralne turističke destinacije i kraća sadržajnija putovanja su sve traženija i turisti se sve češće odlučuju za ovu vrstu turizma – zaključila je Snežana Milisavljević, dodajući da smo zanemarili našu kulturu, tradiciju, način življenja, zanemarili smo nešto što je zaista predstavljalo veliki potencijal i što je naš kulturni identitet, a razvoj ruralnog turizma može to da popravi.