



Turistička organizacija pravi hrabre iskorake u Srbiji, u regionu i svetu, na sajmovima, u medijima, gde god treba da reprezentuje Srbiju i region. Gospođa Ljiljana Čerović ispred Turističke organizacije Srbije bila je prisutna na III Međunarodnoj naučnoj agrobiznis konferenciji - MAK 2016, koja je, u organizaciji Etno centra "Gegula" i Opštine Raška, održanoj 29. i 30. januara u hotelu "Grand" na Kopaoniku, na kojoj je iznela "sveže" statističke podatke o turističkom prometu za 2015. godinu po kojima je ukupni turistički promet domaćih i stranih turista porastao za 11,2% (od toga 12,2% domaćih a stranih 10,1% više u odnosu na prošlu godinu).

Proteklih godina dolazak stranih turista je u stalnom porastu, a i domaći turisti su počeli Srbiju da prepoznaju kao turističku destinaciju. Brojne aktivnosti TOS-a sigurno su doprinele ovom rastu. S obzirom na sve aktivnosti koje su TOS i Vlada Srbije pripremile za ovu godinu očekuje se još veći broj turista. - Brojne akcije TOS-a prošle, a i ove godine biće usmerene na domaće tržište, zbog toga što smatramo da naši ljudi još ne prepoznaju Srbiju kao turističku destinaciju, i da treba da im ukažemo na sva ona mesta gde mogu da se odmaraju, šta mogu da rade. Paralelno teče proces ulaganja u saobraćajnu infrastrukturu, koji je jedan od najvažnijih uslova za razvoj turizma. Smatram da su u turizmu, kojem i nije davana neka deklarativna podrška, neke stvari započete upravo prošle godine. Sama činjenica da je celu kampanju pred leto promovisao premijer, a nakon toga i Ministarvo krenulo sa akcijom podele vaučera koja je dala dobre rezultate, govori o značaju koji je turizmu dat. Taj proces je nastavljen i ove godine i trajaće do novembra, kako prijavljivanje objekata tako i korisnika vaučera - izjavila je tom prilikom gospođa Čerović. Ove godine mesec februar je proglašen mesecom turizma, a TOS se pridružuje promotivnoj kampanju i pored promocija u raznim medijima, po sajmovima i info centrima će deliti flajere, kako bi turisti lakše mogli da dođu do informacija. Mesec turizma počće sa promocijom WiFi-a, odnosno slobodne internet konekcije na graničnim prelazima, prvo na Horgošu i Batrovcima, a tokom godine i na ostalim. U toku je izrada android aplikacije sa detaljnim informacijama o turističkoj ponudi Srbije, posebno za tranzitne pravce. Tokom februara TOS planira promocije ukupne turističke ponude u tržnim centrima u Beogradu, Nišu i Novom Sadu. Udruženje vodiča će za Dan vodiča 21. februara besplatno voditi građane i sve zainteresovane u obilazak i upoznavanje gradova. Ovom akcijom će biti obuhvaćeno desetak gradova. Pred TOS-om je Sajam turizma u Beogradu (18-21.02.) koji je bio motiv da se ceo mesec proglasi mesecom turizma. Na njemu će biti predstavljena celokupna ponuda Srbije, ali i turistička ponuda 75 zemalja iz celog sveta. Osim nastupa na Beogradskom sajmu turizma, tokom prva tri meseca, najdinamičnija u toku godine kada je ova privredna grana u pitanju, TOS je nastupao i nastupaće na sajmovima „Vakantiebeurs" u Utrehtu ( Holandija), Turističkom

sajmu za široku publiku u Štutgartu, Sajmu turizma u Istanbulu, Holiday&Spa Expo u Sofiji, „MITT“ u Moskvi...

U daljim planovima TOS-a za 2016. godinu je akcija na promociji vrednosti turističke ponude na domaćem tržištu. Tokom prošle godine je bio dobro praćen promotivni karavan "Moja Srbija", koji je obišao više gradova. Ove godine se planira obilazak desetak gradova, a u organizaciju će osim TOS-a biti uključene sve lokalne organizacije koje žele da predstavljaju turističku ponudu jedne destinacije. Na ovaj način, u želji da krajnjim korisnicima dođu "na noge", turistički radnici im približavaju sve ono što Srbija ima. Radi boljeg sagledavanja potreba, želja i navika turista, posle mnogo godina sprovodi se i istraživanje. Reprezentativni uzorak od dve hiljade ispitanika trebao bi da odgovore na pitanja gde treba da se pojača aktivnost TO, gde nije dovoljno izražena, šta građani očekuju od TO itd. Rezultati će javnosti biti predstavljeni u maju, pre svega partnerima i svima onima koji se bave turizmom, kako bi što pre usmerili ili promenili svoje aktivnosti. TOS se sa stare adrese, iz Čika Ljubine seli u Dom omladine gde dobija prostor pristupačniji turistima. U vreme održavanja MAK 2016, na Kopaoniku su gosti TOS-a bili organizatori putovanja, agencije iz Belorusije i Nemačke, i obilazili destinaciju kako bi je uvrstili u svoju ponudu. - Radimo punom parom i s pravom očekujemo da će rezultati i dalje biti dobri. Drago mi je što se pored vaučera planiraju subvencije agencijama koje se bave receptivnim turizmom, kao motivacija da dovedu što više stranaca u našu zemlju. TOS pozdravlja i meru Ministarstva da podeli raspust u dva dela, i na taj način popuni turističke kapacitete i u zimskom periodu. Kopaonik je sada pun iako je ranijih godina ovaj period bio proglašavan kao "mrtva sezona". Osim hotela, ovim produženim raspustom biće uposleni i restorani, kafići, marketi, domaća radinost, pošta, jer turizam je taj koji pokreće druge privredne grane i sigurno može da bude zamajac nekog ukupnog razvoja - zaključila je Ljiljana Čerović.