



Raška se nalazi u istoimenoj oblasti koja obuhvata dolinu reke Ibar, od Kraljeva, preko Raške do Novog Pazara, gde je u XII veku, osnivač srpske dinastije Nemanjić, Stefan Nemanja, počeo obnovu srpske države. Ovaj predeo poznat je i kao Dolina kraljeva, Dolina jorgovana ili Dolina vekova i treba ga posmatrati kao destinaciju, ne kao lokaciju, jer u domenu kulturnog nasleđa tvori nerazdvojivu celinu.

Upravo su tu vladari iz dinastije Nemanjić podizali manastire: Studenicu, Gradac, Staru i Novu Pavlicu, Petrovu crkvu, Sopoćane, Žiču, u kojoj je krunisano sedam srpskih kraljeva i koji je bio prvo sedište Srpske arhiepiskopije. Zato srpska Dolina kraljeva pruža jedan kompleksan turistički proizvod i sa aspekta kulturnog turizma i savremenog trenda, aktivnog odmora. - Voleo bih da kažem, ali ne mogu, da su domaći turisti za kulturno nasleđe podjednako zainteresovani kao i strani turisti. Međutim, turisti iz Kine, Rusije, iz evropskih zemalja pokazuju daleko veće interesovanje, bilo da se radi o daljoj ili bližoj prošlosti - kaže gospodin Radenko Cvetić, direktor Turističke organizacije Raška. Prema njegovim rečima, sasvim je drugačiji odnos domaćih gostiju prema domaćim proizvodima iz ovog kraja. I dok domaći turisti kupuju plodove i prerađevine karakteristične za ovaj kraj, ino turiste privlači boravak u nekom domaćinstvu, gde kroz boravak i rad upoznaju kompletan proces proizvodnje. Sve veći broj turista zainteresovan je da bude deo proizvodnog sistema, prerade i pripreme hrane, koja takva pruža potpuniji doživljaj. Upravo je letnji program manifestacija, baziran na prirodnim plodovima, šumskim ili iz potkopaoničkih bašta, zalaganjem turističkih radnika, vratio Kopaonik na listu traženih letnjih turističkih destinacija, a letnju sezonu po broju turista izjednačio sa zimskom. Saradnja sa lokalnim udruženjima i turističkim subjektima ovog planinskog centra na Ravnom Kopaoniku, učinila je da je tokom cele sezone ponuda domaćih proizvoda izvanredna. - Jedan od aduta u ovoj eri hemijske industrije je pristup zdravoj hrani. Priča je mnogo, ali na terenu ima jako malo mogućnosti da se doživi i uživa u njoj. Kopaonik i njegovo podnožje pruža takve mogućnosti pre svega jer je takvo podneblje i način života ljudi, zaostao u proizvodnji u industrijskom smislu. Da ovo nije marketinški trik govore miris i ukus hrane, prisutan na ovom prostoru stotinama godina. Ono što ovde turisti mogu da dožive uz proizvode iz programa primarne poljoprivredne proizvodnje resursa ovog kraja, uz stare recepte ljudi ovog kraja, začinjeno je gostoljubivošću domaćina, a gosti to umeju da cene – kaže gospodin Cvetić i dodaje da je Kopaonik u velikom procentu iskorišćen, ali da Raška ima i drugih zanimljivih turističkih potencijala. Ističe da je Kopaonik, kao industrijski resurs u turističkom smislu, dostigao ozbiljan nivo kako na domaćem tako i ino tržištu. S druge strane Golija je „sačuvana“ planina, i priča o prirodnim resursima i zdravoj hrani više povezana sa ovim krajem. Po pitanju turizma, Golija „kaska“ za Kopaonikom, ali u tome turistički poslenici vide prednost, i da se „greške“ jednom učinjene,

neće ponoviti. Direktor izdvaja Jošaničku Banju kao treći veliki potencijal ove regije i njene hipertermalne izvore temperature 78,5°C, pre svega u smislu zdravstveno-rekreativnog turizma. Treba podsetiti da se Jošanička Banja nalazi u neposrednoj blizini Kopaonika i Golije, što joj daje dodatnu vrednost. - Raška ima ozbiljne potencijale s obzirom da može da uklopi tri najbitnije komponente koje karakterišu srpski turizam: kulturu, prirodu i banju. Imamo mogućnost da turistima ponudimo jedan kompleksan turistički proizvod, jednu od najinteresantnijih, a samim tim i najstraženijih turističkih destinacija - saopštio je naš sagovornik, uz napomenu da ove godine nije u dovoljnoj meri iskorišćen projekat Turistička regija Kopaonik: - Na kraju ovog leta, svih deset članica ove regije imale su pojedinačnih uspeha, ali nismo uspeli da to valorizujemo kao celinu. U narednom periodu imamo zadatak da ovu regiju predstavimo na sve zahtevnijem turističkom tržištu, kao jedan kompleksan a ne pojedinačan proizvod. Smatram da predstavljanjem ujedinjene regije, započeto u prethodnom periodu mirimo ponudu i tražnju, odnosno blagodeti našeg podneblja usklađujemo sa zahtevima moćnih tržišta. Raška ima još jedan adut. Svakog 14. oktobra u gradu se održava vašar ili panađur - jedan od tri najveća u zemlji. Od 1860. godine to je najvažnije i najmasovnije društveno okupljanje. Vašar je nekada bio domaćin brojnim trgovcima i posetiocima namernim da se zabave, zaigraju, vide prijatelje. TO Raška je od 2013., u okviru vašara otvorila „Ulicu dobrih domaćina Domaćinsku“, i pored izložbeno-prodajnog programa, uvela i kulturno-zabavne sadržaje.