

UNLOCK THE BEAUTIES
OF SUMADIJA
OTKLJUČAJTE
LEPOTE ŠUMADIJE



VODIČ ZA SEOSKE DOMAĆINE



Градска турристичка организација
•КРАГУЈЕВАЦ•





VODIČ ZA SEOSKE DOMAĆINE

Put do uspeha u nekoliko koraka



Ova publikacija deo je projekta
"Podsticanje ruralnog turizma za održivi
lokalni ekonomski razvoj", koji sprovodi
Razvojni biznis centar Kragujevac, sa
partnerima-Grad Kragujevac i Gradska
turistička organizacija Kragujevac,
uz finansijsku podršku Ambasade
Kraljevine Norveške u Beogradu, u okviru
programa malih grantova.

Izdavač: *Razvojni biznis centar Kragujevac*
Dizajn: *Design Studio Box*
Tiraž: 250 primeraka

PARTNERI



Градска туристичка организација
•КРАГУЈЕВАЦ•

*Ova publikacija napravljena je uz
pomoć Ambasade Kraljevine Norveške u
Beogradu. Sadržaj ove publikacije isključiva je
odgovornost organizacije Razvojni biznis centar
Kragujevac i ne predstavlja stavove Ambasade
Kraljevine Norveške u
Beogradu.*



NORWEGIAN EMBASSY

SADRŽAJ

Pre uvoda ... 5

Uvodni deo ... 6

- Turizam, definicija i pojam, turistički promet i devizni priliv
- Seoski turizam, opšti podaci i značaj

Vodič za seoske domaćine ... 8

Zašto seoski turizam? ... 8

Potencijali, novi trendovi, mogućnost samozapošljavanja

Seoski turizam – perspektiva razvoja lokalnih zajednica ... 9

Kategorizacija domaćinstva u 5 koraka ... 10

1 / Odlazak u lokalnu turističku organizaciju

2 / Odlazak u Skupštinu grada ili nadležnu opštinsku službu

3 / Popunjavanje Zahteva

4 / Dodatno opremanje domaćinstva

5 / Kategorizacija, dolazak nadležnog lica u domaćinstvo

Zakon o turizmu (najznačajnije odredbe za seoski turizam) ... 13

Autentična ponuda destinacije (šta očekuju turisti) ... 15

Objekti za smeštaj gostiju ... 15

Gastronomija ... 17

Uređenje dvorišta ... 19

Prateći sadržaji u seoskom turizmu (interaktivne radionice) ... 20

– Poljoprivredni radovi ... 20

– Tradicionalni običaji ... 20

– Aktivan odmor ... 21

– Kulturno istorijski spomenici i manastiri ... 22

– Manifestacije ... 23

Ponuda za različite ciljne grupe ... 24

Doček gostiju i komunikacija ... 24

Bezbednost gostiju ... 25

Promocija ... 26

Promocija na sajmovima, manifestacijama

Štampani i elektronski mediji



Propagandni materijal
Interaktivni izlog
Internet promocija
(Fejsbuk, Triter, Instagram, Pinterest, Forskver)

Turistički informativni centar (promocija i prodaja usluga)
Cenovnik, Knjiga utisaka, Kućni red, Inventar lista ... 31

Umesto zaključka ... 33

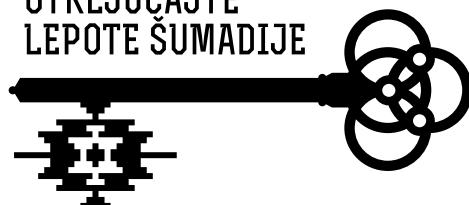
Literatura i izvori ... 34

PRILOG ... 35

- Zahtev za određivanje kategorije kuće, apartmana i/ili sobe
- Izjava o ispunjenosti standarda za razvrstavanje seoskog domaćinstva u određenu kategoriju
- Izjava o ispunjenosti minimalnih tehničkih uslova za uređenje i opremanje ugostiteljskih objekata za smeštaj (seosko turističko domaćinstvo)
- Izjava o ispunjenost sanitarno-higijenskih uslova

UNLOCK THE BEAUTIES
OF SUMADIJA

OTKLJUČAJTE
LEPOTE SUMADIJE



PRE UVODA

Vodič, koji je pred vama, nastao je u okviru projekta "Podsticanje ruralnog turizma za održivi lokalni ekonomski razvoj", koji sprovodi Razvojni biznis centar Kragujevac, u saradnji sa lokalnim partnerima: Grad Kragujevac i Gradska turistička organizacija Kragujevac, a uz finansijsku podršku Ambasade Kraljevine Norveške u Beogradu. Neformalni partner je Udruženje Domaćini za seoski turizam, čiji članovi su takođe i korisnici projekta.

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. Aktivnosti projekta usmerene su na postizanje sledećih rezultata: a) Izrada strategije razvoja turizma Kragujevca; b) Unapređeni kapaciteti i konkurentnost postojećih domaćinstava koja se bave seoskim turizmom; c) Unapređena svest, znanje i motivacija novih porodica i pojedinaca za bavljenje seoskim turizmom i d) Razvijena jedinstvena turistička ponuda Šumadije i unapređena promocija seoskih domaćinstava.

Vodič su pripremili saradnici udruženja Seoski turizam Srbije, tako da na jednostavan i razumljiv način daje prikaz najvažnijih informacija za bavljenje ruralnim turizmom, od toga zašto se baviti ovom vrstom delatnosti, preko postupka kategorizacije, važećih zakona i propisa, bezbednosti gostiju, do promocije i izrade jedinstvenog programa boravka gostiju.

UVODNI DEO

Vodič za seoske domaćine

Razlog dolaska velikog broja turista u seoska područja, pre svega gostiju iz velikih gradova su netaknuta priroda, čist vazduh, zdrava voda za piće, tradicionalni specijaliteti naših krajeva (gastronomija), ali i tradicionalno, srpsko gostoprimstvo. Srbija ima veliki potencijal, koji uz dobre ideje, rad i finansijska ulaganja može da postane model uspeha i prosperiteta lokalnih zajednica.

Turizam predstavlja skup odnosa i pojava koje proizilaze iz putovanja i boravka posetilaca u nekom mestu, ako taj boravak ne podrazumeva promenu prebivališta i nije vezan za sticanje zarade. Turizam je svako putovanje koje nema za cilj obavljanje neke privredne delatnosti. Turista je osoba koja putuje najmanje 24 sata izvan mesta stalnog boravka. Reč turizam potiče od francuske reči „tour“ što znači putovanje, obilazak, ekskurzija.

Turizam obuhvata raznovrsne oblasti poslovanja i različite učesnike, pa se može reći i da se sastoji od većeg broja privrednih i neprivrednih delatnosti koje podmiruju potrebe domaćih i stranih turista. Osnovu turističke privredne delatnosti čine ugostiteljstvo, saobraćaj, turističke agencije, trgovina na malo, zanatstvo i razne komunalne delatnosti. Što se neprivrednih delatnosti tiče, treba istaći kulturno-umetničke, sportske i druge aktivnosti.

Za oblast turizma značajni su rad turističkih institucija i organizacija, kao i brojnih drugih udruženja i organizacija na lokalnom, regionalnom, nacionalnom i međunarodnom nivou, koje na direktni ili indirektni način učestvuju u formiranju turističkog proizvoda i turističke ponude.

Devizni priliv od turizma u Srbiji od 2010 - 2013. godine Prema podacima sa sajta Narodne banke Srbije, ostvareni devizni priliv od turizma u 2013. godini iznosi je 1,053 milijardi \$, 16 % više u odnosu na 2012. godinu.

Tabela 1. Podaci u evrima (€):

Godina	Devizni priliv	Devizni odliv	Deficit
2010	605 miliona € (-2%)	724 miliona € (+6%)	119 miliona €
2011	710 miliona € (+17%)	791 milion € (+9%)	81 milion €
2012	708 miliona € (0%)	795 miliona € (+1 %)	87 miliona €
2013	792 miliona € (+10%)	841 milion € (+4%)	49 miliona €

*prikazani procenti su u odnosu na prethodnu godinu

Turistički promet u Republici Srbiji od 2010. Do 2013. Godine

Tabela 2. *Ukupan broj dolazaka i noćenja, po godinama*

DOLASCI				NOĆENJA		
God.	Ukupno	Domaći turisti	Inostrani turisti	Ukupno	Domaći turisti	Inostrani turisti
2010. ¹⁾	2,000.597	1,317.916	682.681	6,413.515	4,961.359	1,452.156
2011. ¹⁾	2,068.610	1,304.443	764.167	6,644.738	5,001.684	1,643.054
2012. ¹⁾	2,079.643	1,269.676	809.967	6,484.702	4,688.485	1,796.217
2013. ¹⁾	2,192.435	1,270.667	921.768	6,567.460	4,579.067	1,988.393

1) Bez podataka iz AP Kosovo i Metohija

Seoski turizam predstavlja odlazak turista u ruralne sredine, potrošnju i promet u cilju boravka, konzumiranja tradicionalnih specijaliteta, upoznavanja sa tradicijom, kulturom življenja na selu, zbog odmora i zadovoljenja rekreativnih, zdravstvenih i drugih potreba turista.

Putovanja ka seoskim destinacijama su u trendu. U visokorazvijenim zemljama oko 25% turističkih tokova usmereno je ka ruralnim destinacijama, dok je na svetskom nivou interesovanje manje i iznosi oko 10%. U Evropi ima oko 200.000 registrovanih domaćinstava i procenjuje se da je oko pola miliona ljudi direktno ili indirektno zaposleno u seoskom turizmu koji raspolaze sa oko 2.000.000 ležajeva. Godišnja turistička potrošnja u seoskom turizmu Evrope iznosi oko 26 milijardi evra a broj direktno i indirektno zaposlenih procenjuje se oko 500.000. Što se zemalja u okruženju tiče, seoski turizam je najrazvijeniji u Sloveniji i većina naših domaćina odlazi u studijske posete domaćinstvima u ovoj bivšoj jugoslovenskoj Republici.

Ovaj vid turizma počinje da se razvija kada su žitelji velikih gradova, urbanih i ekološki zagađenih sredina počeli da beže od gradske buke tražeći mir, tišinu i zelene oaze čistog vazduha i sveže izvorske vode. Daleko od industrijskih, urbanih naselja, u kojima je vazduh neretko zagađen fabričkim dimnjacima.

Prema podacima nekadašnjih turističkih saveza krajem osamdesetih godina u Srbiji je seoski turizam kao delatnost prepoznat u 50 sela koja su raspolagala sa oko 3.000 kreveta u oko 800 domaćinstava. Nekadašnja Jugoslavija je do 1980. godine bila među prvih 25 svetskih turističkih destinacija.

Svetska turistička organizacija procenjuje da je seoski turizam u ekspanziji. Poslednjih 15-20 godina ova grana turizma beleži kontinuirani rast. Svetska turistička organizacija (WTO) preporučila je Srbiji da razvija seoski turizam.

Vodič za seoske domaćine

Ovaj Vodič namenjen je svima koji imaju poljoprivredno gospodarstvo, farmu, odnosno domaćinstvo na selu, uslove za pružanje usluge smeštaja i ishrane gostima i žele da počnu da se bave seoskim turizmom. Neophodno je ispoštovati zakonsku proceduru, registrovati, tj kategorisati domaćinstvo i obezbediti neophodne preduslove a potom i savladati znanja i veštine kako bi iskoristili mogućnost samozapošljavanja, odnosno sticanja profita u sopstvenom domaćinstvu.

Ukoliko seosko domaćinstvo namerava da postane deo turističke privrede, onda domaćin mora da ima želju i volju, znanje i umeće da ostvari ideju i ispunji očekivanja gostiju, mora da poznaje zakon, zadovolji tražene standarde i poštuje propise.

Seoski turizam u savremenim uslovima poslovanja usklađuje ekonomski razvoj i zaštitu životne sredine, povezuje turizam i agrobiznis i podrazumeva racionalno korišćenje postojećih resursa, uz očuvanje, promociju i unapređenje kvaliteta tradicionalnih materijalnih i duhovnih vrednosti. Upravo ovaj vid turizma ima koristan uticaj na lokalno stanovništvo kroz poslovne aktivnosti u proizvodnji hrane, trgovini, zanatstvu, prehrambenoj industriji itd.

Zašto seoski turizam?

Potencijali za razvoj seoskog ili ruralnog turizma u Srbiji su veliki. Naša sela obiluju prirodnim lepotama, kulturno-istorijskim znamenitostima i na njihovom području ili u neposrednoj blizini održavaju se brojne manifestacije. Takođe, veći deo ukupne teritorije Srbije zauzima ruralno područje na kojem živi preko 40% ukupnog broja stanovnika. Istovremeno, upravo se na ruralnim destinacijama neguju narodni običaji, narodna radinost i stari zanati koji privlače sve veću pažnju zainteresovanih posetilaca.

Novi trendovi na turističkom tržištu ukazuju na činjenicu da sve više turista želi da boravi na ruralnim turističkim destinacijama, sve više njih se odlučuje za kraća putovanja i boravak u jedinstvenom prirodnom okruženju, daleko od gradske vreve, gužve koja je prisutna u popularnim odmaralištima poznatih destinacija i sve više gostiju želi da upozna kulturu različitih delova Srbije i da uživa u tradicionalnim specijalitetima, gastronomiji, domaćoj hrani i pićima. Nove, neistražene destinacije izazivaju sve veće interesovanje.

Mogućnost samozapošljavanja, prodaje poljoprivrednih proizvoda i zarada. Bavljenje seoskim turizmom domaćinima omogućava upošljavanje svih članova domaćinstva, ali i prodaju namirnica koje su proizveli tokom godine, zimnice, pa i predmeta narodne radinosti. Plasman proizvoda u sopstvenom domaćinstvu, osim ostvarenja zarade od prodaje, omogućava i zнатне uštede, zato što domaćin ne mora da finansira troškove odlaska na gradske pijace i višečasovni boravak na prodajnim mestima. Ovi proizvodi, pre svega zimnica, slatko, džemovi, sokovi, domaće vino i rakija itd, treba da budu lepo upakovani i dostupni gostima.

SEOSKI TURIZAM – PERSPEKTIVA RAZVOJA LOKALNIH ZAJEDNICA

Prema podacima Turističke organizacije Srbije u našoj zemlji ima 950 registrovanih domaćinstva za bavljenje seoskim turizmom na teritoriji 67 gradova i opština. Turistima je na raspolaganju oko 5.500 kreveta. Cene su različite i u zavisnosti od kvaliteta usluge kreću se od nekoliko stotina dinara, 500-600 dinara (za prenoćište bez doručka) do 15-16.000 dinara za iznajmljivanje ekskluzivnih seoskih kuća. U proseku, pun pansion u seoskom domaćinstvu u Srbiji košta oko 2.000 dinara.

Broj registrovanih domaćinstava se svake godine uvećava a ovaj vid turizma posebno je razvijen u Zapadnoj Srbiji, Vojvodini, Centralnoj Srbiji. Srbija je prošle godine dostigla više od milijardu dolara deviznog priliva od turizma. Međunarodni ekonomski stručnjaci izdvajaju turizam i poljoprivrednu kao perspektivne privredne grane od kojih Srbija može da ima suficit.

Vlada Republike Srbije je u Strategiji razvoja malih i srednjih preduzeća i preduzetništva u Republici Srbiji, među sektore koji mogu da podstaknu ekonomski razvoj, povećaju zaposlenost i devizni priliv, uvrstila i turizam. Mogućnost razvoja seoskih područja sadržane su u njihovoj modernizaciji, uz očuvanje socio-kulturnih obeležja. Izgradnjom infrastrukture, unapređenjem komunalnih usluga i stvaranjem uslova za zapošljavanje naša sela bi oživela i to bi mogao da bude razlog ostanka mlađih u seoskim sredinama.

Ovakva očekivanja utemuljena su na iskustvima razvijenih zemalja. Brojna mala i srednja preduzeća, radnje, pogoni, kooperativne itd naslonjeni su reprodukcijom na primarni sektor i obezbeđuju nova radna mesta i dohodak. Pored proizvodnje i prerade poljoprivrednih proizvoda, transporta, otkupa, skladištenja, servisiranja poljoprivredne mehanizacije, treba maksimalno iskoristiti i mogućnosti pokretanja proizvodnje predmeta domaće i zanatske radinosti.

Turizam je kompleksna delatnost i sadrži širok spektar pozitivnih uticaja na selo, njegovu ekonomiju, stanovništvo i okruženje. Dakle, usluge smeštaja i ishrane nisu jedino što turisti „kupuju“. Zadovoljan turista će kupiti namirnice od domaćina, suvenire, predmete domaće radinosti, platiće organizovane izlete, robu široke potrošnje, prevoz itd. Zato je itekako važno da država i lokalna samouprava imaju sluha i podstiču razvoj sela, poljoprivrede i seoskog turizma, da planiraju i sprovode mere ekonomske politike koje će podsticati razvoj ruralnih destinacija.

Međutim, treba voditi računa i o tome da nekontrolisani razvoj ove delatnosti može da ima i negativne posledice. Neophodno je očuvati kulturu stanovanja i življenja na selu od urbanizacije i unošenja netipičnih arhitektonskih elemenata i razvijati tradicionalne kulturne vrednosti. Takođe, u skladu sa preporukama i standardima EU treba voditi računa o životnoj sredini. Poljoprivreda je najznačajnija, a često i jedina delatnost na selu. Republika Srbije je pretežno ruralna zemlja, 54% od ukupnog broja naseljenih mesta su eksplisitno ruralna, 12% je skoro ruralno, a 34% naselja je urbano.

KATEGORIZACIJA

Na početku, preporučujemo da u pet koraka pređete put do početka rada u seoskom turizmu.

1. Korak – odlazak u lokalnu turističku organizaciju Većina lokalnih turističkih organizacija u Srbiji sposobljena je da svim potencijalnim seoskim domaćinima pruži osnovne informacije o tome koje uslove treba da ispune i šta prvo treba da urade. Zato je najbolje da se obrate zaposlenom koji poznaje ovu problematiku i koji može da pruži najbolja uputstva za predstojeće aktivnosti.

Po zakonu, svako domaćinstvo koje se bavi seoskim turizmom mora da bude kategorisano i posao može da obavlja

- preko lokalne turističke organizacije (provizija, odnosno administrativni troškovi su minimalni i iznose oko 4% ukoliko domaćin sam dovede goste, odnosno oko 8% ukoliko lokalna turistička organizacija obezbedi dolazak gostiju)
- preko turističke agencije (provizija je najčešće 20%)
- ili firme koja je registrovana za pružanje ugostiteljskih usluge, odnosno preko drugog privrednog subjekta.

Ukupni troškovi kategorizacije domaćinstva su oko 800 dinara. Obrazac košta 20 dinara, dok je za plaćanje republičke takse potrebno izdvojiti 760 dinara. Tokom godine domaćini nisu u obavezi da plaćaju mesečne takse, poreze, doprinose itd. Dakle, jedini trošak koji domaćini imaju je kategorizacija koja košta oko 800 dinara (teritorija Kragujevca) i oni nemaju druge obaveze prema državnim, gradskim ili opštinskim institucijama.

2. Korak – odlazak u Skupštinu grada ili nadležnu opštinsku službu

Gradovi i opštine u nadležnim upravama ili službama imaju zaposleno lice koje je zaduženo za kategorizaciju smeštajnih kapaciteta. Zakon u Srbiji ne razlikuje smeštaj u seoskom turizmu od privatnog smeštaja na području gradova i opština, tj pravila su ista. Preporučujemo da od nadležnog lica potražite sve potrebne informacije i da razgovarate pre nego što predate dokumentaciju za kategorizaciju Vašeg objekta. Najveći broj domaćina želi veću kategoriju odnosno veći broj zvezdica. Nadležno lice može da Vam da konkretna uputstva šta je neophodno da obezbedite za eventualno dodatno opremanje vašeg domaćinstva kako biste za malu svotu novca, od oko 5-6 hiljada dinara, dobili višu kategoriju. Zahtev možete da kupite na šalteru u zgradi grada, odnosno opštine.

* Lica zainteresovana za kategorizaciju treba da popune

- *Zahtev za određivanje kategorije kuće, apartmana i/ili sobe*
- *Izjavu o ispunjenosti standarda za razvrstavanje seoskog domaćinstva u određenu kategoriju*
- *Izjavu o ispunjenosti minimalnih tehničkih uslova za uređenje i opremanje ugostiteljskih objekata za smeštaj (seosko turističko domaćinstvo)*
- *Izjavu o ispunjenost sanitarno-higijenskih uslova*

Izjava o ispunjenosti sanitarno-higijenskih uslova (na teritoriji Kragujevca) može da se dobije u Institutu za javno zdravlje Kragujevac i košta oko 1.950,00 dinara, a izdaje se na period od 6 meseci.

3. Korak – popunjavanje Zahteva

Domaćin treba da popuni nekoliko dokumenata, ukoliko želi da kategorije objekat, kuću, apartamn/e ili sobu/e i zato popunjava Zahtev za određivanje kategorije kuće, apartmana i sobe. Zahtev sadrži:

- podatke o fizičkom licu koje podnosi Zahtev
- podatke o objektu
- podatke o kapacitetima objekta

U zavisnosti kakav objekat želi da kategorije zainteresovani popunjava podatke za kuću, apartaman ili sobu, tj za objekat kojim raspolaže.

Uz Zahtev i dokaz o uplati takse, lice koje želi da kategorije objekat treba da doneće fotokopiju lične karte i Vlasnički list koji se dobija u katastarskoj službi. (Pošto veliki broj domaćina često ima problem da dobije Vlasnički list, Komisija može da uvaži i dokaz o plaćanju poreza.)

Ukoliko domaćin želi da kategorije seosko turističko domaćinstvo, on treba da ima registrovano poljoprivredno gazdinstvo.

* Za kategorizaciju je zadužen nadležni organ lokalne samouprave, najčešće Grad-ska ili Opštinska uprava, odnosno Sekretariat za privedu, koji formira Komisiju za kategorizaciju ugostiteljskih objekata. Dokument o kategorizaciji izdaje se u roku od 30 dana od podnošenja Zahteva za kategorizaciju. Rešenje koje izdaje nadležni organ ima rok važenja od 3 godine. Ukoliko je lice koje je podnelo Zahtev nezadovoljno izdatim Rešenjem, sve zamerke na akt o kategorizaciji može da prijavi nadležnom ministarstvu, u roku od 15 dana. U novoj vlasti Republike Srbije za turizam je zaduženo Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija kojem nezadovoljni domaćin može da uputi Žalbu. Pri tom treba platiti administrativnu republičku takšu u iznosu od 370 dinara. Rešenje se dostavlja podnosiocu Zahteva, Agenciji za privredne registre, lokalnoj turističkoj organizaciji/turističkoj agenciji/privrednom subjektu i A/A (pisarnici).

4. Korak – dodatno opremanje domaćinstva

U Izjavi o ispunjenosti standarda za razvrstavanje seoskog domaćinstva u određenu kategoriju, postoje dve kolone, jednu popunjava ugostitelj/vlasnik a drugu kontrolor. Oznakom, tj slovom „M“ označana su polja, tj neophodni elementi koje domaćinstvo/apartman/soba itd mora da ima za određenu kategoriju. Imajući u vidu da viša kategorija podrazumeva i bolji kvalitet, svima je stalo do većeg broja zvezdica a dodatni bodovi često mogu da se dobiju dodatnim opremanjem koje ne košta mnogo. Primera radi, za manju svotu novca, možete pre nego što kontrolor dođe da kupite opremu koja donosi dodatne bodove. Zato i preporučujemo da pre kategorizacije posetite najpre lokalnu turističku organizaciju, odnosno lice koje je zaduženo za turizam u lokalnoj samoupravi kako biste na vreme mogli da se pripremite.

Obratite pažnju na dodate sadržaje, tj dodatne aktivnosti koje gotovo uvek svaki domaćin može da ponudi gostima, imajući u vidu da već poseduje gazdinstvo u kojem može posetiocima da omogući da učestvuju u poljoprivrednim radovima, branju šumskih plodova, pripremanju zimnice, sakupljanju letine, itd. Takođe, u dogovoru sa turističkom organizacijom, turistima treba ponuditi flajere u kojima se nalaze potrebne informacije o kulturno-istorijskim i prirodnim znamenitostima koje mogu da posete u neposrednoj blizini mesta boravka.

* *Pravilnik o standardima za kategorizaciju ugostiteljskih objekata za smeštaj („Sl. glasnik RS“ br. 41/10 i 103/10)*

Član 1.

Ovim pravilnikom propisuju se standardi za kategorizaciju ugostiteljskog objekata za smeštaj vrste hotel, motel, turističko naselje, kamp, pansion, kuća, apartman, soba i seosko turističko domaćinstvo i to: standardi za pojedine vrste objekata, posebni standardi, kategorije kao i način sticanja i promene kategorije ugostiteljskog objekta.

Član 2.

Standardi za kategorizaciju ugostiteljskog objekata sadrže obavezne elemente označene znakom "M" i izborne elemente utvrđene za određenu kategoriju na osnovu kojih se određuje broj dodatnih bodova, u skladu sa ovim pravilnikom.

5. Korak – kategorizacija, dolazak nadležnog lica u domaćinstvo

Lice zaduženo za kategorizaciju mora da popuni podatke tačno i precizno, a domaćin ne sme da pruži lažnu sliku o uslugama koje može da ponudi. Nikada ne insistirajte na tome da dobijete veću kategoriju od one koju zaslužujete zato što u savremenim uslovima organizovanja putovanja gosti znaju šta mogu da dobiju za određenu kategoriju. Ukoliko izneverite očekivanja i poverenje posetilaca oni nikad više neće doći kod Vas. Istovremeno, zadovoljan gost će se vratiti ili će Vaše domaćinstvo preporučiti rođacima, priateljima, kolegama i svim zainteresovanim. Istraživanja pokazuju da je reklama „od usta do usta“ zapravo i najbolja za pružaoce usluga.

Takođe, broj zvezdica nije presudan za izbor mesta na kojem će neko provesti odmor, ali je svakako bitan. Primeri iz prakse dokazuju da su domaćini koji su ispunili očekivanja gostiju i pružili uslugu koju su garantovali, vremenom stekli ugled i imali sve više posetilaca, a njihov posao je, u većini slučajeva, vremenom proširen dodatnim smeštajnim kapacitetima i različitim aktivnostima.

Zato je neophodno da reputaciju steknete kvalitetnom uslugom, gostoprимstvom i ponudom koja će zadovoljiti ukus turista.

Domaćin mora da popuni i Izjavu o ispunjenosti minimalnih tehničkih uslova za uređenje i opremanje ugostiteljskih objekata za smeštaj. Ovaj obrazac sadrži podatke o snabdevanju domaćinstva vodom za piće, električnom energijom, grijanju i osvetljenju prostorija, odlaganju otpadaka i odvođenju otpadnih voda, telefonskom priključku, prilazu do ulaza, opremljenosti i uređenosti objekta. Ta-

kođe, ova Izjava sadrži i podatke o posebnim uslovima za seosko turističko domaćinstvo koji se odnose na opremljenost kuhinje za pripremanje i posluživanje hrane (npr seoski domaćini mogu da pružaju uslugu ishrane i pića na otvorenom), zatim na kupatila, sobe, pomoćne prostorije i eventualno recepciju.

* *Pravilnik o uslovima i načinu obavljanja ugostiteljske delatnosti, načinu pružanja ugostiteljskih usluga, razvrstavanju ugostiteljskih objekata i minimalno tehničkim uslovima za uređenje i opremanje ugostiteljskih objekata („Službeni glasnik RS“, br. 48/2012)*

Posle popunjavanja Izjave o ispunjenosti standarda za razvrstavanje seoskog domaćinstva u određenu kategoriju i Izjave o ispunjenosti minimalnih tehničkih uslova za uređenje i opremanje ugostiteljskih objekata za smeštaj, na osnovu broja bodova, domaćin može na licu mesta da sazna koju kategoriju može da dobije.

Komisija izdaje Rešenje o kategorizaciji najkasnije za 30 dana, na osnovu ove dokumentacije popunjene na terenu, uz potpisano Izjavu o ispunjenosti sanitarno-higijenskih uslova i već popunjen Zahtev za kategorizaciju, kao i dokaz u uplati takse, koji je predat nadležnom organu za kategorizaciju.

ZAKON O TURIZMU

(*odredbe koje se odnose na seoski turizam, tj na ugostiteljske usluge u domaćoj radinosti (8) i ugostiteljske usluge u seoskom turističkom domaćinstvu (9)*)

Član 76

Fizičko lice koje pruža ugostiteljske usluge u seoskom turističkom domaćinstvu može da pruža turistima ugostiteljske usluge

- smeštaja,
- pripremanja i usluživanja hrane i pića
- u objektima smeštajnih kapaciteta do 30 ležajeva,
- organizovanoj turističkoj grupi do 50 turista koja ne koristi usluge smeštaja, već samo ugostiteljske usluge pripremanja i usluživanja hrane i pića.

Fizičko lice iz stava 1. ovog člana može da pruža usluge pripremanja, usluživanja hrane i pića koje je pretežno sam proizveo.

Fizičko lice koje pruža ugostiteljske usluge u domaćoj radinosti mora da ispunjava zdravstvene uslove i redovno obavlja zdravstvene preglede u skladu sa zakonom kojim se uređuje zdravstvena zaštita.

Kuća, apartman i soba moraju da ispunjavaju propisane minimalne tehničke i sanitarno-higijenske uslove i da budu kategorisani.

Član 77

Fizičko lice pruža ugostiteljske usluge u domaćoj radinosti

- preko lokalne turističke organizacije
- turističke agencije
- privrednog subjekta ili drugog pravnog lica registrovanog za obavljanje privredne delatnosti, na osnovu ugovora.

Fizičko lice Ugovor dostavlja radi evidentiranja nadležnom organu jedinice lokalne samouprave. Nadležni organ jedinice lokalne samouprave vodi evidenciju kategorisanih kuća, apartmana i soba kao povereni posao i dužan je da Registru turizma kvartalno dostavlja evidenciju koju vodi u pisanoj (štampanoj i elektronskoj) formi.

Član 75

Fizičko lice koje pruža ugostiteljske usluge u domaćoj radinosti dužno je

1. da u kući, apartmanu i sobi koju izdaje turistima istakne propisanu oznaku kategorije određenu rešenjem nadležnog organa
2. održava prostorije i opremu i pruža usluge prema propisanim standardima za kategoriju kuće, apartmana i sobe koja mu je određena rešenjem nadležnog organa
3. vidno istakne cene usluga koje pruža i iznos boravišne takse i pridržava se istaknutih cena
4. utvrđi normative hrane ako pruža uslugu ishrane i pridržava se utvrđenih normativa
5. vodi evidenciju gostiju dnevno i uredno

Obaveze iz stava 1. ovog člana odnose se i na fizičko lice koje pruža ugostiteljske usluge u seoskom turističkom domaćinstvu.

Ministar uz saglasnost ministra nadležnog za unutrašnje poslove propisuje oblik, sadržinu, mesto i način vođenja evidencije gostiju u domaćoj radinosti i seoskom turističkom domaćinstvu.

Član 79

Ministar bliže propisuje

- uslove i način obavljanja ugostiteljske delatnosti,
- način pružanja ugostiteljskih usluga,
- razvrstavanje ugostiteljskih objekata,
- minimalne tehničke uslove za uređenje i opremanje ugostiteljskih objekata u zavisnosti od načina usluživanja i vrste usluga koje se pretežno pružaju u ugostiteljskom objektu i van ugostiteljskog objekta, u pokretnom objektu, u domaćoj radinosti i u seoskom turističkom domaćinstvu.

Ministar nadležan za poslove zdravljia bliže propisuje

- sanitarno-higijenske uslove za uređenje i opremanje ugostiteljskih objekata u zavisnosti od načina usluživanja i vrste usluga koje se pretežno pružaju u ugostiteljskom objektu i van ugostiteljskog objekta, u pokretnom objektu, u domaćoj radinosti i seoskom turističkom domaćinstvu, kao i za
- uređenje i opremanje ugostiteljskog objekta i pružanje usluga za osobe sa invaliditetom.

Posle završenog postupka kategorizacije treba razmotriti kakvu uslugu gosti očekuju u seoskom domaćinstvu. Gosti očekuju

- Ponudu koja odgovara ceni
- Kvalitetnu uslugu
- Dostupnost proizvoda i usluga
- Mir i tišinu - pasivan odmor (meditacija, velenje, relaksacija, masaža, razgledanje, posmatranje ptica, odmaranje u seoskim ležaljkama, društvene igre i sl.)
- Rekreaciju - aktivan odmor (šetnja markiranim stazama, branje lekovitog bilja i šumskih plodova, uključivanje u svakodnevne aktivnosti domaćina npr pomoći tokom poljoprivrednih radova, vožnja bicikla, lov, ribolov, planinarenje, spremanje hrane, stari zanati, jahanje i sl.)

AUTENTIČNA PONUDA DESTINACIJE – TO JE ONO ŠTO OČEKUJU TURISTI

Objekti za smeštaj gostiju

Često se dešava da su domaćini mišljenja da im je neophodan moderno izgrađen objekat, višespratnica za koju je nužno obezbediti značajna finansijska sredstva, kako bi obezbedili odgovarajući smeštaj u domaćinstvu. Međutim, to nije nužnost. Naprotiv, narodno graditeljstvo obiluje prelepim primercima kuća sagrađenih od prirodnih materijala, na odličnim lokacijama, koji odolevaju svim izazovima vremena i prostora. Prirodni materijali dali su posebnu draž starim srpskim kućama.

Objekat treba da ispunjava propisane standarde o kojima smo govorili u pretvodnim poglavljima, ali, smeštaj u objektima autentičnim za podneblje u kojem živate su upravo ono što gosti očekuju. Kuće izgrađene u stilu karakterističnom za kraj u kojem se nalaze, upravo se mogu smatrati pravom ponudom seoskog turizma. Poželjno je da turistima budu dostupni objekti u kojima mogu da vide pokućstvo koje su naši preci koristili, da vide kako se nekad pripremala hrana, kako su se odlagale i skladištile namirnice, prerađivali poljoprivredni proizvodi itd. Zato mlekar, koš, stari podrum, sušare, „trpeza“, tronosci, burad, kace, vedra, testije, verige, bakrač, sač, furuna, pa i poljoprivredna mehanizacija mogu da postanu atrakcija u seoskom domaćinstvu. Dakle, stare objekte ne treba rušiti, naprotiv, treba ih obnoviti, rekonstruisati i učiniti dostupnim.

Preporučljivo je da, u skladu sa prirodnim okruženjem, po nekom posebnom odredištu, nečemu što je karakteristično za domaćinstvo, vlasnik izabere ime po kojem će biti prepoznatljiv na tržištu i po kojem će se razlikovati od drugih.

Naziv domaćinstva treba da održava posebnost njegove ponude i bude privlačan za turiste. Neka od lepih primera su Rajske konaci, Zeleni čardaci, Dunavsko gnezdo, Karađorđev vajat, Etno selo Latkovac (Slatkovac), Kuća pored reke, Vasića koliba, Vodenica Cicića, Kuća Pavlovića, Lovačka kuća itd.

Geografsko podneblje, priroda i mogućnosti pojedinca, ali i političke, društvene i kulturne prilike umnogome su uticale na stil gradnje. Takođe, u zavisnosti od reljefa, tj planinskih ili ravničarskih delova Srbije, razlikuje se i stil gradnje zato što je graditeljima na raspolaganju bio različit građevinski materijal. No, činjenica je da su stare kuće izgrađene na odlično izabranim lokacijama, pretežno su od drveta, kamena i zemlje (prirodnih materijala), imaju jednostavan ali funkcionalan raspored prostorija u kojem je smeštena porodica koja tu priprema hrana, obeduje, izrađuje odeću i obuću i vodi društveni život, ali i obrađuje zemlju i gaji stoku. Kuća je skromna, ali se u njoj rado boravi, najčešće pored ognjišta, koje je i najpoštovanije mesto u kući. Upravo se iz tog razloga u našem narodu s kolena na kolena prenosi značaj očuvanja doma, kuće, porodice, kroz izreku „čuvanje i odbrane kućnog ognjišta“.

Tradicija i kultura života na selu su sastavni deo turističke ponude i upravo je to bogatstvo jedan od oslonaca razvoja turizma u ruralnim sredinama. Autentične, stare seoske kuće i nove zgrade prilagođene potrebama porodice i prirodnom okruženju, uz očišćene, renovirane i ponovo osposobljene stare objekte, moguće bi da postanu atrakcija koju će turisti poželeti da posete. U novije vreme, u doba modernizacije, izgrađeno je mnogo nezgrapnih objekata koji se ne uklapaju u prirodno okruženje, odudaraju od sredine u kojoj se nalaze, a neretko su i blistavi primeri kiča, neukusa i malograđanštine.

U savremeno opremljenim seoskim kućama trebalo bi koristiti drvo, kamen i ciglu. Trebalo bi voditi računa da dnevni boravak i trpezarija budu ušuškani, topli i obasjani svetlošću, sa pogledom koji „puca“ na okolinu, šumu, pašnjake, potok, lepo uređeno dvorište... Kuhinja treba da ima potrebnu tehniku, aparate za pripremanje u čuvanje hrane i pića. Opremanju kuhinje mora se pristupiti pažljivo, kao i skladištenju, ostavama za namirnice, zato što osim funkcionalnosti treba da zadovolje i sanitарне i higijenske uslove. Zato je dobro koristiti materijale koji mogu da obezbede efikasno čišćenje i održavanje. Zajednička kupatila su prevaziđena i današnji standardi podrazumevaju da svaki gost/porodica ima sopstveno kupatilo. Spavaće sobe su mesta na kojima gosti provode najmanje vremena, ali i one, osim toga što treba da budu jednostavno opremljene, moraju da budu čiste, uredne i svetle, i bilo bi lepo ukrasiti ih šarenim čilimom, čaršafima sa ručno veženom bordurom, starim kovčegom, škrinjom, starinskim stočićem i stolicom, tronošcem itd.

„Gradjenjem se prepoznaje narod, njegove osobenosti, duh, njegov identitet.“ (Stare srpske kuće kao graditeljski podsticaj, Radomir Stanić, Gornji Milanovac 2002)

Osim objekata za stanovanje u seoskom gazdinstvu postoje i objekti koji pripadaju takozvanom ekonomskom delu (štale, obori za stoku, povrtnjaci, voćnjaci...). Ekonomski objekti treba da budu odvojeni od objekata za stanovanje, ogradi, travnjacima, špalicom voća i slično. Drveće i zelenilo između kuće i stajskih prostorija predstavlja svojevrsnu zaštitu od neprijatnih mirisa, insekata, vetra. Boljо zaštiti svakako će doprineti i odgovarajuća izolacija objekata za stanovanje.

Ukoliko domaćinstvo ima poljski toalet, on mora da bude udaljen od objekta za stanovanje i uvek mora da bude ispod visinske tačke na kojoj se nalazi bunar.

Takođe, *treba voditi računa da pristup domaćinstvu bude dobar*, ne mora da bude asfaltiran, ali gostima treba da omogući lak u bezbedan dolazak automobilom. Turistička signalizacija je neophodna, u smislu usmeravanja turista ka krajnjem odredištu. Ukoliko je moguće, treba postaviti streličaste putokaze koji upućuju turiste ka seoskom turističkom domaćinstvu, ali i tablu dobrodošlice i eventualno info tablu sa ucrtanim najznačajnijim lokalitetima, kulturnim, verskim i prirodnim znamenitostima, pešačkim stazama itd.

Nezaobilazno pitanje je koliko je selo udaljeno od nekog velikog grada i kakvi su putevi, kako se do domaćinstva stiže.

U savremenim uslovima življenja, od domaćina se očekuje da gostima pruži mogućnost komuniciranja putem interneta, da ima dobre telefonske veze, signal mobilne telefonije..

U objektima za smeštaj treba da postoji info-kutak, na vidnom mestu, u kojem će biti propagandni materijal, katalozi, brošure, flajeri, mape, pa i razglednice. Na takvom mestu gosti mogu da dobiju sve potrebne informacije o znamenitostima u neposrednom okruženju, spomenicima, značajnim istorijskim lokalitetima, manastirima, termalnim i drugim izvorima, pećinama, vodenicama, o svim značajnim i zanimljivim mestima koja mogu da posete, a koja se nalaze u neposrednoj blizini objekta u kojem su smešteni.

Gastronomija

Tradicionalna srpska kuhinja je sastavni deo ponude seoskog turizma. Gastronomija je neretko, jedan od presudnih elemenata za dolazak turista, što uz tradicionalno srpsko gostoprstvo predstavlja idealan spoj. Hrana i piće koji se serviraju i seoskim sredinama treba upravo da zadrže autentičnost podneblja u kojem se nalaze. Gotove proizvode treba izbegavati a jela iz kolekcije starih recepata naših baka biće pravo osveženje za goste iz urbanih sredina.

Negovanjem nacionalne kuhinje, uz tradicionalnu zdravicu i dobrodošlicu, gostima se pruža jedinstven, autentičan, nezaboravan gastronomski užitak za trpezom.

Turisti očekuju na trpezi domaće specijalitete, pogaču, proju, sir, kajmak, suvo meso, pite i gibanice, sarmu od zelja ili kiselog kupusa, domaću piletinu, jagnjetinu ili svinjetinu, domaće džemove, slatka i sokove, salčiće, poljupčiće, puslice, štrudlu, domaću rakiju i posebno vina, i zato im upravo to i treba ponuditi. Treba izbegavati gazirane sokove, mleko u tetrapaku, kupovna alkoholna pića, sve ono što i sami mogu da nabave u prodavnici. Domaći sok od višnje, kajsije, zove, jabuke, kruške ili kupine svakako ima prednost u odnosu na fantu i koka-kolu. UKUS I KVALITET KUPOVNOG PECIVA NE MOŽE SE MERITI SA DOMAĆOM GIBANICOM, ZELJANICOM I PROJANICOM. Tradicionalni specijaliteti i pomalo zaboravljeni stari recepti, pravi su izbor domaćica koje, osim pripremanja, treba da povedu računa i o serviranju i posluživanju hrane i pića. Pružanje ove usluge je itekako važno, a toplinu seoskog doma može da upotpuni vedrina domaće atmosfere i lepo obučenih domaćina u

tradicionalne nošnje naših krajeva. To bi mogao da bude doživljaj koji se pamti, nešto zbog čega će vam se gosti uvek rado vraćati!

Zbog lakšeg pripremanja obroka, namirnice su podeljene u 7 grupa:

1. Žito (brašno, hleb, testa, zrnavlje)
2. Mleko i mlečni proizvodi (sir, kajmak, slatko i kiselo mleko, jogurt, pavlaka, kačkavalj)
3. Meso, riba, jaja (živiljsko meso, svinjetina, teletina, ovčetina, morske i rečne ribe, jaja kokoške, guske, čurke, patke.. i divljih ptica)
4. Masti biljnog i životinjskog porekla (maslac, margarin, ulje, svinjska mast)
5. Povrće (luk, šargarepa, peršun, celer, paškanac, krompir, spanać, zelje, paradajz, krastavac, kupus, boranija, grašak, rotkvice, tikvice..)
6. Voće (bobičasto, agrumi, sirovo i sušeno)
7. Slatkiši (slatko, džem, med, čokolada)

Pravilna ishrana podrzumeva korišćenje žitarica koje su glavni nosioci energije a potom voće i povrće koji su bogati vitaminima i mineralima. Korišćenje namirnica životinjskog porekla preporučuje se u manjim količinama, pre svega mleka i mlečnih prerađevina, umesto masnih treba koristiti posna mesa i ribu. Jaja treba konzumirati 2-3 puta nedeljno, a masti i šećere obazrivo koristiti. Izbor jela može se napraviti i sa gostima, posebno ako oni imaju poseban režim ishrane, ako su vegetarijanci ili iz zdravstvenih, preventivnih i drugih razloga ne konzumiraju određene namirnice.

Hrana i piće su elementarna usluga koju domaćin nudi. Upravo iz tih razloga treba posebno voditi računa o ispravnosti namirnica i higijeni opreme i prostorija u kojima se namirnice skladište i pripremaju. Osnovno je da lica koja pripremaju i služe hrani i pića imaju sanitарне knjižice. Ugrožavanje zdravlja gostiju bila bi prava katastrofa i zato svako ko bi mogao da bude klicanoša ne sme da bude blizu hrane koja će biti servirana gostima. Ukoliko postoji bilo kakva, pa i najmanja sumnja da namirnica nije ispravna, ne sme se koristiti.

Imidž dobrog domaćina je nešto što se gradi i stiče tokom dužeg vremenskog perioda, a redovni sanitarni pregledi, lična higijena i čišćenje i održavanje aparata, kuhinjske opreme i ostave se podrazumevaju.

Bezbednost hrane je itekako važna. U svetu se godišnje od hrane otruje čak 76 miliona ljudi, 325.000 obolelih završi u bolnici i čak 5.000 ljudi umre od trovanja, 14 ljudi dnevno u svetu umre od posledica trovanja hranom. Kod nas se takođe zapaža trend rasta ove vrste oboljenja. (B. Miholjić)

Dakle, lica koja pripremaju i služe hrani moraju da budu zdrava i da imaju sanitarnu knjižicu, moraju da znaju kako se bezbedno čuva, sprema i servira hrana i treba da imaju propisnu odeću i obuću. Prostorije moraju da budu čiste i da prate tehnološki proces pripreme, a pribor, sudovi, aparati i oprema treba da budu redovno održavani.

Uređenje dvorišta

Tačno je da su kuće centralni objekti na placevima i da su njihovo uređenje i opremljenost veoma važni, ali je za seoski turizam itekako bitno i lepo uređeno dvorište u kojem turisti mogu da provode slobodno vreme, pripremaju hranu ako žele, čitaju, rekreiraju se, zabavljaju i uživaju. Uvek je važno ne izneveriti očekivanja gostiju, a gosti u selima očekuju seosku idilu, boravak i odmor u travnatim dvorištima, u kojima miriše cveće i čuje se cvrkut ptica. Uređenje dvorišta treba da bude zadovoljstvo, nešto u čemu će domaćini uživati. Mnogo je bolje iskoristiti svo staro pokućstvo, alatke, pa i stara seoska kola, očistiti ih, ofarbatи i ukrasiti biljkama koje su i naše bake sadile.

Lepo pokoseni travnjaci blistavih zelenih nijansi su prava blagodet seoskih dvorišta. Na travnatim zelenim površinama domaćin može da postavi sto i stolice koje ne moraju da budu moderne, još je bolje ako su napravljene od starog bureta i isečenih panjeva, ručno napravljene od posećenih stabala. Takvi materijali, kao i stari krčazi mogu da se iskoriste, da se u njima posadi cveće i da ih domaćini „razbacaju“ po travnjaku. Ukoliko u dvorištu postoji dovoljno jako drvo, na njemu može da se postavi ljužaška, kakve smo nekad imali, lepo obrađena daska, vezana za užad. Klupe i ležaljke za odmor gostiju, sunčanje i relaksaciju, roštilj za samostalnu pripremu hrane i rekviziti za rekreaciju upotpunjaju mogućnost za odmor i uživanje.

Cvetne bašte i vrtovi nalaze se pored seoskih kuća i u njima bi trebalo da bude zasađeno starinsko cveće, kadifica, hrisantema, lepi jova, lepa kata, petunija, a tu su i pravi mali vrtovi, ružičnjaci koje domaćice brižljivo neguju. Srpske kuće odvajkada su mirisale na bosiljak i ruzmarin i ove biljke treba da rastu u blizini naših kuća. Brižljivo ofarbani prozori i balkoni, na lepo okrećenim kućama, ukrašeni saksijama raznobojnih muškatli i rozetlom (koja daje specifičnu aromu slatkom od šljiva) biće pravi užitak za goste jer pružaju osećaj domaće atmosfere, topline i užitka. Cveće ulepšava dvorišta a lekovito bilje je korisno. U seoskim avlijama mogu, u zavisnosti od podneblja, da se posade matičnjak, nana, žalfija, ruzmarin, lavanda itd.

Domaćice iz različitih delova Srbije nepogrešivo znaju šta „uspeva a šta ne uspeva“ u njihovim dvorištima, sokacima i baštama.

Stara kruška ili jabuka, drvo trešnje, kajsije, breskve ili šljive treba iskoristiti i pružiti priliku gostima da sami uberu voćku i okuse domaći proizvod, dok je u periodu letnjih vrućina odmor u hladovini ispod krošnje velikog drveta pravo osveženje. Stari Sloveni su uz kuću sadili lipu koja početkom leta divno miriše, tokom godine daje blagotvornu hladovinu a od njenih plodova priprema se čaj i pčele sakupljaju med.

U zavisnosti od vrste usluge za koju se specijalizuju, domaćini mogu da prilagode sadržaje koje nude. Oni koji su se specijalizovali za izletnički turizam svakako će opremiti prostor pod tremom, vajat ili verandu za, primera radi, doček i ručak grupe od oko 50 gostiju. Domaćinstva specijalizovana za boravak porodica sa decom obezbediće klackalice, ljužaške, drvene konjiće, pasulj i kukuruz za mice na improvizovanom „terenu“ i niz zanimljivih sadržaja, onako, kako se nekad živilo i radilo u srpskim selima. Možda čak i krpenjaču.

U svakom slučaju, treba voditi računa i o bezbednosti pa sva „rizična“ oprema i alati treba da budu sklonjeni iz dvorišta u kojem gosti, a naročito deca mogu da se igraju i odmaraju.

Suština je da dvorišta izgledaju lepo, ali da za njihovo održavanje ne treba mnogo vremena.

Prateći sadržaji u seoskom turizmu (interaktivne radionice)

→ Poljoprivredni radovi

Boravak na selu može postati nezaboravan turistički doživljaj. Sve veći broj turista želi da aktivno provede odmor, da nešto novo nauči, da se rekreira, obogati saznaja o istoriji, kulturi i tradiciji našeg podneblja. Pri tom, ne sme se poremetiti harmonija gazdinstva koje živi, poslovi koji se redovno obavljaju, radovi u polju, gajenje stoke, obrađivanje zemlje, prerada poljoprivrednih proizvoda, izrada predmeta domaće radinosti. Ali, u gotovo sve poslove domaćini mogu da uključe goste.

Ukoliko su zainteresovani, *gosti mogu da učestvuju u poljoprivrednim radovima*, da vide kako se obrađuje zemlja, beru kukuruz, grožđe, jabuke i kupine, kose livade, uberu paradajz i papriku, iščupaju luk i šargarepu, da sami pripreme zimnicu, ajvar, džem, slatko, domaći sok, i uz određenu nadoknadu ponesu kući proizvode koje su pod budnim okom domaćice pripremili. Tokom leta mogu da učestvuju u branju lekovitog bilja, nauče kako se suši i od njega pripremaju čaj tokom zimskih meseci. Ovakve aktivnosti mogle bi da postanu prava atrakcija. Zdrava, nezagadžena hrana, proizvedena bez upotrebe pesticida je na ceni i stvar prestiža. Prednost seoske sredine je nezagadžena priroda, ekološki zdrava hrana. To je i mogućnost povećanja vanpansionske potrošnje.

Već smo napomenuli da domaćini treba na vidnom mestu, u zajedničkim prostorijama, hodniku i slično da imaju policu, vitrinu, kredenac na kojem će biti izloženi lepo upakovani proizvodi na kojima treba da bude vidno istaknuta i cena. Zadovoljan gost će kupiti i poneti sa sobom namirnice za koje zna da su zdrave, ukusne i kvalitetne a samim tim štedi vreme i novac proizvođača koji bi morali da putuju u grad, plaćaju prevoz i trguju na gradskim pijacama.

→ Tradicionalni običaji

Turisti mogu da nauče mnogo o životu i običajima na selu zahvaljujući domaćoj radnosti. To je deo narodne baštine. Gosti u našim selima mogu da nauče kako se češlja i prede vuna, tkaju čilimi, štrikaju džemperi, prsluci i čarape, kako se veze i hekla, ali i kako rade kovači, grnčari, abadžije i užari.

Dobar primer je Zlakusa u kojoj je vlasnik osmislio edukaciju, pa gosti mogu da gledaju i uče kako se proizvodi grnčarija. Grnčarski proizvodi iz Zlakuse postali su prepoznatljivi na tržištu i veliki broj gostiju kupuje ove proizvode, kao upotreбne predmete i suvenire.

Nekadašnja posela i prela okupljala su veliki broj meštana. Tom prilikom žene i devojke su pevale i radile. Na poselima su se seljani zabavljali, uz pesmu i igru,

dok je na prelima češljanje vune, prepredanje i pletenje bilo propraćeno pesmom u kojoj su momci uživali. Ovakvi tradicionalni običaji mogli bi da privuku veliki broj posetilaca i u novije vreme.

Na selima se posebno neguju tradicionalni običaji poput unošenja Badnjaka, slavljenja Božića uz lomljene česnice, osveštavanja loze u vinogradima o Svetom Trifunu, na Cveti se bere cveće u ranu zoru i devojke se umivaju vodom u koju je bilo poptopljeno kako bi cele godine bile lepe, za najveći hrišćanski praznik, Uskrs se i danas na starinski način farbaju jaja, za Đurđevdan se pletu venčići u kojima je i đurđevak i slavi se dolazak proleća, za slavu se od mešenja kolača do dočeka gostiju obavi niz priprema... Veliki broj i danas sačuvanih običaja predstavlja bogatstvo srpskog naroda koje treba sačuvati od zaborava.

Pečenje rakije kraj kazana i pravljenje vina su atraktivni kako za domaće, tako i za goste iz inostranstva. Njihov put ka našim selima mogao bi da vodi upravo kroz upoznavanje naše tradicije i kulture.

→ Aktivan odmor

U novije vreme gosti iz urbanih sredina, u kojima se brzo živi a dani su ispunjeni brojnim obavezama, dolazak u ruralna područja gotovo da uslovjavaju mogućnostima za aktivan odmor. Mapirane planinarske, pešačke i biciklističke staze gotovo da postaju neophodnost. Turistima su privlačni i rafting, paraglajding, jahanje, istraživanje pećina, pa i napuštena rudarska okna. Posebnu grupu posetilaca predstavljaju lovci i ribolovci. Većina njih zainteresovana je i za posete okolnim manastirima i kulturno istorijskim spomenicima.

U lokalnim turističkim organizacijama treba potražiti sve propagandne materijale u kojima gosti mogu da dobiju potrebne informacije o mogućnostima za aktivan odmor na selu. Istovremeno, domaćini treba da poznaju sve lokalitete u svom kraju i budu vodiči gostima, a druga mogućnost je da turisti sami planinare, pešače, voze bicikl, prošetaju do obližnjeg izvora, ali uz precizna uputstva i eventualna upozorenja na nebezbedan teren i potencijalne opasnosti koje vrebaju.

Na teritoriji Kragujevca, koji se nalazi na tromeđi triju planina, Gledičkih planina, Rudnika i Crnog vrha, najpoznatije *planinarske staze* su Gledička transverzala, staza Žeželj – Bešnjaja, manastirske staze (Raletinac, Denkovac, Sarinac) i Rudničke staze (polazište iz centra Stragara, kod spomenika Tanasku Rajiću). Planinarske staze vode pokraj manastira i izuzetnih prirodnih atrakcija, potoka, vodopada, izvora, vidikovaca, lovačkih kuća, vodenica, pećina, šuma i pašnjaka, kroz šljivike i proplanke. Ovaj vid aktivnog odmora otklanja stres, oporavlja organizam, krepi, održava kondiciju, preventivno deluje na organizam, opušta i utiče pozitivno na raspoloženje.

Pešačke, planinarske i biciklističke staze trebalo bi da budu vidno obeležene i da imaju pokrivena odmorišta, ukoliko je moguće pored rečica, izvora i vodopada, ali treba voditi računa i o očuvanju i zaštiti čovekove okoline.

U okolini Kragujevca poletišta za *paraglajding* nalaze se na Ramačkim visovima, iznad Vodojaže i na Žeželju. U ovom slučaju želja za avanturizmom mora da bude zadovoljena uz kontrolu stručnog osoblja koje prati sve aktivnosti.

Jahanje je omogućeno u privatnim ergelama, uz odgovarajući stručni nadzor instruktora koji mogu da obuče zainteresovane pojedince u školi jahanja. Deca mogu da jašu ponije, a gostima su na raspolaganju i fijakeri u kojima mogu da uživaju panoramski razgledajući prelepo prirodno okruženje. Na teritoriji Kragujevca konjičkim sportom gosti mogu da se bave u Kutlovu i u Jovanovcu.

Lov i ribolov su specifični vidovi turizma. Njihove aktivnosti najčešće su usklađene sa kalendarom odstrela i ribolova. U tom slučaju bilo bi dobro uključiti lokalna udruženja lovaca i ribolovaca, pošto je reč o specifičnim vidovima sportskog turizma. Gosti koji dolaze zbog lova i ribolova imaju posebne zahteve i vrlo često borave kod domaćina koji su i sami zaljubljenici u ovaj vid aktivnosti. Za ove goste može da se formira poseban turistički proizvod, boravak od nekoliko dana, npr produženi vikend, koji osim odstrela divljači i pecanja podrazumeva celovečernje aktivnosti, pripremanje lovačkog gulaša ili ribljeg kotlića itd. Na području Kragujevca nalaze se tri lovišta „Lepenica“, „Srebrnica“ i „Rudnik“ u kojima je zastupljena sitna divljač (fazani, prepelice, grlice, jarebice i zec), ima i krupne divljači (divlja svinja i srneća divljač) a ima i predatora (lisica, šakal, divlja mačka i kuna). U jezerima i rečicama Šumadije ribolovci mogu da pecaju od šaranskih vrsta ribe do pastrmki.

Plaže kraj reka i jezera omogućavaju turistima kupanje, plivanje i bavljenje sportovima na vodi. Takođe, domaćini mogu u ponudu da stave i posetu otvorenim i zatvorenim sportskim centrima i bazenima u obližnjim gradovima i opštinama.

Branje lekovitog bilja, šumskih plodova i pečuraka, takođe može da bude atraktivno posetiocima. Primer dobre prakse su domaćini iz Stragara koji u narodnoj nošnji, u sezoni, kad gosti odsedaju kod njih, vode turiste kroz prelepo prirodno okruženje, pevaju pesme i pripovedaju legende iz svog kraja. Sastavni deo njihove priče je koja biljka je dobra za lečenje određenih bolesti. Domaćica potom goste uči kako da čuvaju, skladište ili prerade ove namirnice, naprave domaći sok, džem i slatko od šumskih plodova. Što se pečuraka tiče, samo lica koja su stručna da odvoje jestive od otrovnih pečuraka mogu da budu vodiči i bilo bi dobro da se ove aktivnosti organizuju u saradnji sa udruženjima gljivara.

Osim ovih aktivnosti u novije vreme postoje zahtevi gostiju za posebnim avanturičkim sadržajima u nedirnutoj prirodi. Ekstremni sportovi iziskuju posebne pripreme, odgovarajuću opremu, stručne konsultacije i nadzor, ali i posebne pripreme i proceduru zbog rizika koje nose.

→ Kultурно istorijski spomenici, arheološki lokaliteti i manastiri

Imajući u vidu činjenicu da savremeni turista tokom putovanja želi što sadržajniji turistički proizvod, treba mu na najbolji mogući način omogućiti da proširi vidike, sazna nove činjenice i upozna kraj u kojem boravi. Upravo zato domaćini treba da ponude što kvalitetniji turistički proizvod, odnosno postojeću ponudu treba da obogate novim sadržajima. Turistima treba ukazati na mogućnost da posete značajne lokalitete u neposrednom okruženju, *kulturne i istorijske spomenike* vezane za ljude i događaje iz različitih vremenskih perioda, ustanaka, ratova i buna, donošenja važnih odluka, početaka pismenosti, razvoja industrije itd. Priča treba da bude zanimljiva i potkrepljena važnim podacima. Neko od članova domaćinstva može da bude i vodič do predloženog odredišta.

Ako u neposrednom okruženju postoje *arheološka nalazišta*, ona takođe mogu da budu veoma atraktivna za turiste. Ovakvi lokaliteti kao autentično svedočanstvo davnih vremena i dokaz da su se vekovima unazad na našim prostorima odvijali značajni događaji, uvek izazivaju uzbudjenje a priče o njima plene pažnju slušalaca. Zato domaćini treba da poznaju istoriju kraja u kojem žive kao i kulturno nasleđe.

Poslednjih godina *verski turizam* je u ekspanziji. Sve više turista posećuje manastire koji su bili važni duhovni, ali obrazovni centri u pojedinim razdobljima. Posetioci mogu da prošetaju do manastira, razgledaju ih, upoznaju sestinstvo/bratstvo, prisustvuju liturgiji i kupe proizvode koju većina manastira ima, med, vino, meleme itd.

→ Manifestacije

Država Srbija manifestacije smatra jednim od najvažnijih potencijala za razvoj turizma. Organizovani događaji okupljaju veliki broj posetilaca, koji troše novac na destinaciji i postaju konzumenti različitih usluga.

Manifestacije pružaju velike mogućnosti za privlačenje turista (domaćih i stranih) a privredni efekti njihovog dolaska koji se odnose na broj posetilaca, broj noćenja, potrošnji, itd su izuzetno važni. Prema istraživanju Turističke organizacije Srbije (TOS) manifestacije su prve na listi turističkih motiva za dolazak stranih turista u našu zemlju. To je razlog da manifestacioni turizam bude istaknut u „Strategiji razvoja turizma Srbije“ kao veoma značajan segment, ali i kao komparativna prednost domaćeg turizma.

Manifestacije su istovremeno neraskidivi deo tradicije našeg naroda, ali i moćno sredstvo da se turisti zainteresuju za posetu organizovanim događajima. U odnosu na broj stanovnika smo sigurno među prvima u svetu po broju organizovanih događaja, te se slogan „Srbija – zemљa manifestacija“ nije bez razloga nametnuo.

U Srbiji se godišnje organizuje više od hiljadu različitih manifestacija (sajmova, sabora, festivala itd). Manifestacije su veoma važne za kulturni identitet lokalne zajednice. Većina manifestacija u varošicama i seoskim sredinama nastala je kako bi se obeležio neki značajan datum za lokalnu sredinu ali i kako bi se meštani okupili, zabavili i proveselili. Međutim, organizatori vremenom uviđaju da manifestacije predstavljaju izvor dodatne zarade, pa se delokrug rada proširuje. U najvećem broju slučajeva na seoskim manifestacijama nastupaju folklorni ansamblji i izvodi se prigodan muzički program. Istovremeno, organizovane su izložbe narodne radinosti, starih zanata, hrane i pića, a posebna pogodnost je što na taj način gazdinstva plasiraju proizvode na tržište dok je posetiocima omogućeno da kupe robu koja je uglavnom dostupna samo u specijalizovanim trgovinama.

Tokom ovakvih manifestacija dostupni su svi kulturni sadržaji ali su i lokalne kafane uglavnom pune.

U selima oko Kragujevca svake godine organizuju se već prepoznatljive manifestacije „Šumadijski dani šljive“, „Dani otvorenih dvorišta“, „Prođoh Levač, prođoh Šumadiju“, „Milenini izvori“, „Dobričini dani“, Šumadijska čajanka, Sabori narodnog stvaralaštva itd.

Ponuda za različite ciljne grupe

Ponuda treba da bude prilagođena ciljnoj grupi, tj određenom tržišnom segmentu. Tуristi su često veoma zahtevni, pa sadržaj treba da bude usmeren ka određenoj ciljnoj grupi.

Za turiste „treće dobi“ domaćini mogu da organizuju šetnju, posetu kulturno-istorijskim znamenitostima, manastirima i crkvama, kao i odlazak na likovne kolonije, pesničke smotre, smotre narodnog stvaralaštva, lov, ribolov, interaktivne radionice čija su teme narodna radinost i stari zanati, razne animacije, učenje tkanja, heklanja, slikanja na staklu i drvetu itd. Oni mogu da igraju šah, domine, karte.

Mladima treba ukazati na mogućnosti bavljenja sportom i ponuditi im rekreaciju, jahanje, planinarenje, pešačenje, posetu kulturno-istorijskim znamenitostima, velves, splavarenje i plivanje, odnosno razne mogućnosti za edukaciju, zabavu i uzbuđenje.

Za porodice sa decom preporučuje se šetnja, sport i rekreacija, vožnja bicikla, poseta kulturno-istorijskim znamenitostima, odlazak u vodenicu, lovački dom, igre u prirodi, na travnjacima, uz korišćenje pripremljenih rekvizita, oni mogu da vide domaće životinje i nauče nešto o njima itd.

Ljudima sa invaliditetom treba ponuditi velves i posebne aktivnosti prilagođene njihovim potrebama i mogućnostima u zavisnosti od pristupačnosti lokaliteta.

Boravak gostiju biće produžen ukoliko im domaćin ponudi više različitih sadržaja, proizvoda i kvalitetnijih usluga, kao i što više raznovrsnih informacija i mogućnost posete manifestacijama!

Doček gostiju

Kada gosti dođu, treba im poželeti i *prirediti dobrodošlicu* koju će da pamte, po mogućству na tradicionalan način. U našim selima zadržao se običaj posluženja, tu su slatko i voda na poslužavniku prekrivenom heklanim miljeom, pogača i so, rakija ili domaći liker uz kafu, ako neko želi, možda neki specijalitet koji ima veze sa sezonskim dešavanjima. Tradicionalna srpska *gostoljubivost* je neophodna, ona se podrazumeva, gosti to očekuju.

Veoma je važno da od samog početka *komunikacija* između domaćina i gostiju буде dobra. Ona počinje od prvog kontakta, razgovora telefonom ili putem mejla, odvija se tokom rezervacije smeštaja, nastavlja se dolaskom u seosko domaćinstvo, traje tokom boravka turista, podrazumeva odgovarajući ispraćaj, eventualnu razmenu kontakata i čestitanje praznika i rođendana kada gost otpituje kući. Takođe, ukoliko gosti i domaćini razmene telefone ili mejlove, onda domaćin može da obaveštava goste o eventualno novim uslugama koje nudi, novim proizvodima ili pogodnostima.

Znanje stranog jezika je posebna prednost posebno ukoliko dolaze gosti iz inostranstva. Među stranim gostima u našoj zemlji najviše je posetilaca iz bivših jugoslovenskih republika, Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Slovenije, ali i iz Rusije, Nemačke i Italije.

Domaćin mora da se pridržava cenovnika i ugovorenih usluga koji zadovoljavaju propisane standarde. Kada turisti dođu u domaćinstvo domaćin treba da im po kaže prostorije koje su im na raspolaganju i eventualno okućicu, dvorište, farmu.

Bilo bi dobro da domaćin pripremi sve informacije pre dolaska gostiju, npr fasciklu u kojoj su osim Kućnog reda, Knjige utisaka, Inventarske liste i mapa gazdinstva i okoline, flajeri o programima za goste itd. Domaćin treba da zna geografske odlike sredine u kojoj živi i može da bude vodič po potrebi, osim za posebne programe kada su neophodni profesionalni, licencirani vodiči.

Sa gostima treba usaglasiti vreme i način služenja obroka, i informisati ih o ponudi hrane i pića, kao i o infrastrukturi (sportski objekti, bazen, tehnika, internet, struja, vodosnabdevanje, kanalizacija).

Bezbednost gostiju (faktori rizika)

Pre polaska na put gost traga za informacijama o udaljenosti, pristupačnosti, smeštaju, prirodnim i antropogenim vrednostima (etnografskim, umetničkim, pajzažnim, ambijentalnim i atraktivnim, zabavnim i rekreativnim sadržajima). *Istraživanja su pokazala da veliki broj gostiju na prvo mesto, prilikom odabira destinacije za odmor, stavlja bezbednost*. Iz tog razloga brojni organizatori putovanja najpre proveravaju bezbednost određenih lokacija i objekata za smeštaj, dok su cena i atraktivnosti u drugom planu. Zato se ovoj oblasti treba posebno posvetiti kako bi se izbegle sve eventualne neugodnosti.

Boravak u selu i u seoskom domaćinstvu spada u rizičnije vidove turizma, jer su mnoga dogadjanja nepredvidiva. Pošto bezbednost ima više aspekata, rizik postoji kako za goste, tako i za domaćine. Ipak, domaćini moraju da preduzmu preventivne mere i da turiste informišu o mogućim rizicima.

Dosadašnja praksa pokazala je da većinu gostiju u seoskom turizmu čine ljudi koji nisu problematični. Treba imati u vidu da gost može da bude i neko ko želi da ostane anoniman, što može biti rizik za domaćina. Način zaštite i sigurnosti je vođenje knjiga gostiju i u slučaju bilo kakvog incidenta, preduzimanje mera preko policije. Zaključavanje soba i pravilno rukovanje ključevima je drugo sredstvo sigurnosti. Sve vrednije stvari trebalo bi poveriti domaćinu na čuvanje, uz pisano potvrdu. Sigurnost se postiže osiguranjem kod zvaničnih institucija. Osiguranje imovine i stvari plaća domaćin, a lično osiguranje gost po sopstvenom opredeljenju.

Vlasnicima automobila treba da bude omogućeno da vozila parkiraju na bezbednom mestu. Ukoliko je to moguće, gostima bi trebalo da bude na raspolaganju garaža ili natkriveni prostor u dvorištu.

Međutim, tokom boravka u prirodi, nepoznatom okruženju ili izvođenjem aktivnosti koje inače ne upražnjavaju kod kuće, turisti se izlažu nizu nepredviđenih rizika. Stoga domaćin mora obezbediti informacije za goste o mogućim opasnostima u kući i bližoj okolini, naročito za decu (na primer upozorenje gde se nalaze bunar, poljska furuna, rupa, reka, jama, psi i slično).

U nedostatku signalizacije, domaćini treba sami da postave znake i informišu turiste o potencijalnim opasnostima. Takođe, oni treba da se uzdrže od čuvanja

agresivnih vrsta pasa i da gostima, naročito deci, omoguće bezbedno „druženje“ sa domaćim životinjama, pri tom vodeći posebno računa u ovakvim situacijama pošto turisti uglavnom ne poznaju čud životinja.

Seosko domaćinstvo koje se bavi turizmom treba da ima standardni komplet za prvu pomoć na označenom mestu.

Serum protiv zmijskog ujeda, stršljena i slično, treba da imaju sva domaćinstva u čijoj neposrednoj okolini postoji izražena takva opasnost.

* Trenutna situacija u Srbiji ukazuje na činjenicu da većina domaćih pansiona ne ispunjava bezbednosne standarde kakve zahteva svetsko tržište. Video nadzor je jedna od mogućnosti zaštite. Međunarodni standardi predviđaju i mogućnost SOS poziva iz kupatila, da u sobama vidno istaknuta naznaka za strujni napon, obezbeđenje sefova za čuvanje dragocenosti, dok bi npr za lovce trebalo da budu obezbeđeni posebni sefovi za oružje i hladnjače za odstreljenu divljač. Sa ulaskom u Evropsku uniju bezbednosni parametri postaće mnogo zahtevniji. Domaćinstva koja se ozbiljno bave seoskim turizmom treba da razmišljaju o osavremenjivanju sistema zaštite, ali u svakom slučaju, ovi i brojni drugi propisi za nas u Srbiji trenutno nisu obavezujući.

Promocija

Posle kategorizacije i formiranja turističkog proizvoda za sve konkurentnije tržište, neophodno je ozbiljno pristupiti promotivnim aktivnostima. Najbolji proizvod koji ima najpovoljniju cenu neće naći put do kupca ako za njega niko ne zna. S druge strane, često se dešava da lošiji i skuplji proizvod ili usluga koja je dobro marketinški pokrivena ima odličan plasman na tržištu. Zato promociji, marketingu, reklamiranju, oglašavanju itd treba posvetiti značajnu pažnju.

Domaćini mogu da promovišu uslugu koju nude na sajmovima i brojnim drugim organizovanim događajima, štampanjem propagandnog materijala (brošura, kataloga, flajera, mapa, razglednica i izradom suvenira) i posebno, putem interneta tj društvenih mreža (Fejsbuka, Tvitera, Instagrama) koje su postale najmasovniji i verovatno najeffтинiji vid promocije seoskog turizma. Interaktivni izlog je još jedno sredstvo promocije, jedan od nafunkcionalnijih digitalnih info sistema.

Promocija na sajmovima turizma, pre svega, ali i drugim manifestacijama, sabo-rima, smotrama i festivalima je jedna od najkorisćenijih mogućnosti za promicanje potencijalnih gostiju. Najčešće je organizovana u saradnji sa lokalnom turističkom organizacijom ili agencijom, tj privrednim subjektom preko kojeg domaćin radi. Gotovo je uobičajeno da uz muziku i pesmu, tradicionalne folklorne nastupe grupa i pojedinaca, seoski domaćini izlože deo proizvoda koje posetioci ovih manifestacija mogu da degustiraju. Istovremeno, oni imaju mogućnost da na video bimu, led ekranima i plazmama vide promotivne video filmove i spotove o domaćinstvima čija je promocija u toku, da dobiju promotivne materijale i direktno dogovore eventualnu buduću saradnju. Na ovakve događaje organizatori zovu novinare koji medijski prate upravo dešavanja u ovoj oblasti, ali i potencijalne poslovne partnerne kojima nude uslugu koju promovišu. Postoji i mogućnost angažovanja promotera, neke poznate ličnosti koja je zbog posla kojim se bavi (bavi se etno muzikom, glumi u seriji ili filmu čija je tema selo, sportista itd) pravo lice za promotivnu kampanju.

Osim zajedničkog nastupa svih domaćinstava na štandu turističke organizacije, zainteresovani pojedinci mogu da organizuju i samostalnu promociju tokom koje će celokupni događaj biti u funkciji promocije jednog domaćinstva, njegovih smeštajnih kapaciteta, punude hrane i pića i svih dodatnih aktivnosti koje nudi.

Takođe, seoski turizam treba da bude promovisan i na svim seoskim svečanostima, saborima, smotrama i drugim okupljanjima i domaćini treba da koriste svaku mogućnost reklamiranja, posebno ako je ono besplatno i ako postoji mogućnost uspostavljanja dobrih kontakata.

Štampani i elektronski mediji su itekako važan segment promocije. Omogućavaju brzo i efikasno obaveštavanje javnosti o svim dešavanjima, novitetima u poslovanju, trendovima na tržištu i praćenje konkurenčije. Osim emitovanja rubrika u informativnim emisijama (koje su po pravilu najgledanije) na nacionalnim, regionalnim i lokalnim medijima, važno je pojavljivanje u specijalizovanim emisijama, programima koji imaju obrazovni ili zabavni karakter. Zahvaljujući televiziji, radiju i štampi seoski turizam postaje prepoznatljiv a seoski domaćini vidljivi na domaćem i/ili međunarodnom tržištu.

Ukoliko domaćin, organizacija ili neka druga institucija želi da organizuje promociju u medijima, treba pažljivo da odabere sa kim će raditi, odnosno kako će ostvariti najbolji efekat, rezultate. Istovremeno, svi koji daju zvanične informacije novinarima treba da imaju odgovarajuću obuku kako bi na pravi način istakli ono što je najbitnije, najbolje i gostima najprivlačnije.

U novije vreme *propagandni materijal* (*brošure, katalozi, flajeri, mape, razglednice i po mogućству sitni suveniri, kačketi, šolje, upaljači, olovke, privesci, kese itd*) je sve kvalitetniji, a grafički dizajneri nude vrhunska rešenja. Uz odlične tekstove i fotografije, štampani materijali postaju prepoznatljivi izborom boja ili idejnih rešenja. Međutim, njihova priprema i štampa je prilično skupa, pa ove materijale uglavnom obezbeđuje lokalna turistička organizacija preko koje većina domaćina posluje. Ima slučajeva da domaćini sami finansiraju pripremu i štampu brošure/ flajera u kojem je ponuda jednog domaćinstva, ali takvi primeri su ređi.

Fotografije su veoma važne za dobru promociju. Kvalitetna fotografija na kojoj se vide zadovoljna lica potrošača, u ovom slučaju turista koji konzumiraju određene usluge, može da bude prevashodna u izboru destinacije.

Bilo bi lepo a i praktično da svaki domaćin ima bar vizit kartice i po mogućству flajere koji sadrže najvažnije informacije.

Turističke organizacije su u novije vreme u mnogim sredinama osavremenile poslovanje i usluge koje nude postavljanjem interaktivnog izloga. Ovaj izuzetno atraktivni i funkcionalni informativni sistem podrazumeva pristup bazi podataka non-stop, 24 sata dnevno, 7 dana u nedelji. *Interaktivni izlog* objedinjuje sve informacije o jednoj destinaciji, njenoj istoriji i kulturi, lokalitetima koje gosti mogu da posete, gde mogu da odsednu, u kojim lokalima da probaju nacionalnu ili internacionalnu kuhinju, u kojim kafeima mogu da slušaju "živu svirku" i o manifestacijama kojima mogu da prisustvuju.

Sve informacije o seoskom turizmu su takođe dostupne svakom licu koje jednostavnim postupkom, dodirom tač skrina (touch screen) može da lista bazu po-

dataka. Interaktivni izlog na početnoj strani ima slajd šou, a svim korisnicima ove usluge dostupne su fotografije u punoj rezoluciji koje verno odslikavaju život na selu i informacije o kompletnoj ponudi, uključujući i aktivan odmor.

Jedan od lepih vidova promocije je i običaj da domaćini dočekuju goste u narođnim nošnjama. Po tome njihovo domaćinstvo postaje prepoznatljivo.

→ Internet promocija

Internet danas koristi oko 500 miliona ljudi u svetu i njihov broj je sve veći. Prema nekim istraživanjima u Srbiji je na internet priključeno oko 1.500.000 ljudi. Tržište je ogromno, imajući u vidu još oko 1.000.000 naših ljudi koji trenutno žive u inostranstvu, a koji traže informacije na „našim“ sajtovima. Zbog posebnog značaja promocije usluga preko interneta ovom poglavljju posvećujemo posebnu pažnju.

Upotreboom *internet promocije*, poslednjih deset godina, mnogo se toga promenilo u seoskom turizmu u Srbiji. Pre svega, promenila se struktura gostiju. To više nisu turisti sa uniformisanim potrebama, kao deo masovne tražnje, čije su zadovoljenje potreba imali za cilj pružaoci usluga u prošlom veku, već turisti sa iskustvom, koji tačno znaju šta očekuju i za šta su spremni da plate.

Današnji turisti imaju malo slobodnog vremena, žele da se odmore, da tokom sve kraćeg boravku na selu mnogo toga novog vide, nauče, osete, probaju nešto novo ili poznato od domaće hrane. Za sve to, zahvaljujući internetu, imaju veoma široku mogućnost izbora. Stoga seoska turistička domaćinstva, pored toga što treba da znaju kako izaći u susret potrebama i očekivanjima savremenog turiste, kako pridobiti gosta i kako ga zadržati - moraju da imaju svoje mesto na globalnoj mreži. Internet je pomerio sve granice i uspostavio jasnju vezu između turističke ponude i tražnje kojom se jednostavno, brzo i neprekidno obavlja dvosmerna komunikacija, razmena informacija, bez obzira na geografsku udaljenost. Na seoskim domaćinstvima je da to iskoriste.

Na Internetu potrošač sam bira kada i kojim informacijama želi da pristupi, nije samo pasivni primalac poruke koju je onaj koji se reklamira unapred sastavio. Pored ovog značajnog razvoja odnosa sa korisnicima, za domaćinstvo je posebno značajno to što je odnos obima i cene reklamne poruke daleko povoljniji od oglasa u štampanim ili elektronskim medijima. Nema ograničenja broja slova i sekundi trajanja. Troškovi su zanemarljivi ako se u obzir uzmu koristi koje domaćinstvu donosi internet promocija, posebno ako se ima u vidu da je zadobijanje lojalnosti i zadržavanje postojećih potrošača pet puta jeftinije od pridobijanja novih.

Pružaoci usluga u turizmu su danas bliže turistima nego ikada. Ne moraju da imaju poslovnicu na prometnim bulevarima i da čekaju korisnike da dođu i rezervišu aranžman. Svi objekti u turizmu pa i seoska turistička domaćinstva postavljanjem informacija o uslugama koje nude na internet dobijaju neograničeno tržište, stalnu reklamu, niske troškove promocije, laku merljivost rezultata i efekata svih marketinških aktivnosti na internetu.

Seoska turistička domaćinstva mogu da se promovišu na internetu postavljanjem sopstvenog internet sajta ili plasiranjem informacija o svojoj ponudi na nekom od Internet portala za promociju seoskog turizma, kao i na sajtu lokalne turističke

organizacije. Osim reklamiranja na različitim sajтовима, домаћinstva mogu da kreiraju naloge na nekoliko nezaobilaznih društvenih mreža na internetu. Kreiranje individualnog veb sajta домаћinstva treba da povere specijalizovanim agencijama ili pojedincima. Prednost sopstvenog sajta je neograničen prostor za fotografije i informacije o домаћinstvu, a nedostaci su relativno mala posećenost u odnosu na portale koji se bave promocijom ukupne ponude seoskog turizma, kao i činjenica da za kreiranje i održavanje ipak treba izvojiti određena sredstva.

Selo.rs je vodeći Internet sajt za promociju seoskih домаћinstava u Srbiji. Objavlјivanje informacija o ponudi seoskog turističkog домаћinstva na internet portalu Selo.rs je vrlo jednostavno i dostupno svima koji imaju osnovna informatička znanja. Na portalu je objavljeno vrlo detaljno uputstvo o unošenju informacija, pa домаћini sami postavljaju fotografije i podatke, a ako za to nemaju uslova za njih to besplatno rade lokalne turističke organizacije, ili administratori portala.

Registracijom na portal Selo.rs, dobija se pristup administrativnom panelu i vlasnik (ili neko u njegovo ime) unosi osnovne podatke o nazivu, lokaciji, vrsti objekta, specifičnostima домаћinstva, cenama usluga, strukturi smeštajnih jedinica, opremljenosti objekta, proizvodima koji se mogu kupiti u домаћinstvu itd. Unose se aktivnosti, sadržaji i turistički programi ako se organizuju u домаћinstvu ili okolini, a sve podatke je moguće uneti na više jezika. Ovako detaljan unos omogućava turistima da na sajtu Selo.rs pretražuju домаћinstva po lokaciji, vrsti objekata, tipu домаћinstva, destinaciji, cenama, opremljenosti ili dodatnim sadržajima u домаћinstvu ili okolini. Na izbor домаћinstva za odmor utiču i komentari koje po povratku sa sela pišu oni koji su ih posetili.

Promocija na ovom portalu je potpuno besplatna, bez provizije i članarine, a домаћinstva preko ovog sajta ostvaruju od 300-1.500 noćenja godišnje.

Domaćini mogu da koriste i sajtove www.booking.com i www.airbnb.com, preko kojih mogu da se promovišu. Međutim, ovi sajтовi imaju određene stanarde koje primenjuju u poslovanju a postavljanje ponuda nije baš jednostavno. Booking.com naplaćuje 7-10% od cene aranžmana koji se prodaju gostima preko tog sajta, a sve obaveze su precizirane Ugovorom koji potpisuju sa домаћinima.

U promociji turističkih usluga danas su nezaobilazne i brojne društvene mreže. Neke su kao stvorene za širenje informacija o ponudama seoskog turizma.

Fejsbuk je globalno najmasovnija društvena mreža. Koriste ga svi, od najmlađih do penzionera. Fejsbuk je i izuzetno jako marketinško sredstvo pa se često koristi u promotivne svrhe.

Vlasnici домаћinstva na Fejsbuku mogu da otvore profil ili stranicu домаћinstva. Pretraživači kao što je Gugl, vide samo Fejsbuk strane. Često će se Fejsbuk strana seoskog домаћinstva naći na boljoj poziciji u rezultatima pretrage nego sajt домаћinstva. Isto tako, gotovo sve Fejsbuk strane mogu da se pregledaju bez potrebe da se neko uloguje na Fejsbuk. Znači da i kada neko nema Fejsbuk, on može da nađe ponudu seoskog turizma, najčešće putem pretraživača interneta. Kao što je u klasičnom poslovanju najbolja reklama – preporuka prijatelja, tako se na Fejsbuku poverenje pravih fanova mora zaslužiti, a oni šire preporuke o dobrim uslugama u turizmu, svojim prijateljima i na mreži i u realnom životu.

Tviter je društvena mreža na kojoj svako od korisnika može napraviti svoj profil, postaviti svoju naslovnu i profilnu sliku (npr logo domaćinstva) i krenuti u interakciju sa ostalim korisnicima. Svaki status na Tviteru ograničen je na 140 karaktera (slova, razmaka, znakova). Statusi se nazivaju tvitovi, a postavljanje tvitova – tvitovanjem.

Tviter je jedna od najmanje formalnih društvenih mreža. Korisnici ne očekuju strogu i zvaničnu komunikaciju. Ovo je posebno karakteristično u turizmu, zato što je to delatnost koja se zasniva na odmoru, zabavi i razonodi. Ljudi na Tviteru vole neposredniji i nezvaničan odnos.

Instagram je društvena mreža za deljenje fotografija, i naročito je pogodna za korišćenje putem savremenih prenosivih pametnih uređaja mobilnih telefona, tablet računara itd. Sa marketinške tačke gledišta, Instagram može da bude odlično sredstvo za povezivanje sa gostima, kao i za izgradnju imidža domaćinstva.

Pinterest je društvena mreža koja se bazira na vizuelnim sadržajima - slikama i fotografijama. Poznato je da su ljudi vizuelna bića i da slika privlači mnogo više pažnje od samog teksta ili informacija.

Pinterest društvena mreža koja se bazira na fotografijama i turisti je koriste za pretragu fotografija destinacija koje žele da posete, kao i fotografija domaćinstava i ostalih sadržaja na toj destinaciji. Na taj način, uz pomoć Pinteresta i fotografija, turisti odlučuju o putovanju.

Forskver je lokacijska društvena mreža. Turisti mogu da vide šta se nalazi u mestima koja posećuju, da pronađu informacije o smeštaju, restoranima, atrakcijama, dešavanjima, zanimljivim lokalitetima, skrivenim mestima, i da dobiju savete drugih korisnika.

Takvi saveti su izuzetno vredni turistima zato što predstavljaju prava i lična iskustva ljudi koji su već posetili ta mesta, što je mnogo objektivnije od bilo koje plaćene reklame. Svoje lokacije sa Forskvera turisti mogu da dele i na ostale društvene mreže, pa savet o lokaciji mogu da dobiju i od prijatelja na Fejsbuku. Turista može da obavesti prijatelje na ostalim mrežama da se trenutno nalazi u određenom seoskom domaćinstvu, pa će tako i ostali saznati za taj objekat, a oni koji nisu daleko mogu i da se pridruže, pa tako samo zahvaljujući Forskveru, umesto jednog, domaćinstvo može da dobije više gostiju.

Za domaćinstva je vrlo važno, bez obzira za koju društvenu mrežu se odluče, da potpuno popune svoj profil. Bitno je uneti sve informacije o objektu, staviti link svog sajta ili link ka stranici domaćinstva na nekom portalu. Postavljanje potpunih informacija na svim nalozima društvenih mreže je vrlo bitno jer turisti i po tome cene ozbiljnost određene ponude.

Markitinški naziv domaćinstva je po pravilu i naziv naloga. Turistima dobro zvuči, vezuju se za ime, a time se stvara prepoznatljivost ponude.

Najaktivnija domaćinstva razmišljaju o strategiji nastupa na društvenim mrežama. Domaćini stavljuju na papir niz prvih tvitova, postova, vesti itd.

Iskusni domaćini ne pišu samo o svojoj ponudi, oni dele informacije koje su korisne, a koje su relevantne za njihovu okolinu, postavljaju korisne informacije o selu, atrakcijama u okruženju, manifestacijama i slično. Manje promotivnog, a više korisnog sadržaja je nešto što privlači buduće korisnike usluga.

Najveći broj turista u današnje vreme putovanje na selo počinju na internetu. Planiranje i odabir destinacije obavlja se pretraživanjem na Guglu i društvenim mrežama. Interesuju ih cene, specifičnosti ponude, informacije o tipu domaćinstva, iskustva drugih, žele da vide fotografije okoline i samih seoskih turističkih domaćinstava, kako bi stvorili vizuelnu predstavu o selu ili domaćinstvu, pre nego donesu odluku na kojoj će lokaciju da provedu odmor.

Turističk informativni centar (promocija i prodaja usluga u seoskom turizmu)

Posle kategorizacije i potpisivanja Ugovora sa lokalnom turističkom organizacijom preko kojih većina domaćina u Srbiji radi (zbog najpovoljnijih uslova, u većini slučajeva) svaka ugovorna strana treba da se pridržava obaveza navedenih u Ugovoru. Naime, lokalna turistička organizacija (LTO) promoviše domaćine na svim manifestacijama u zemlji i inostranstvu na kojima se pojavljuje, reklamira ih na svom sajtu, ali i na drugim sajtovima ukoliko je to moguće, objavljuje informacije o njima u propagandnim materijalima, promoviše ih u medijima i preko društvenih mreža, kao i na interaktivnom izlogu (ako ga ima). Takođe, zaposleni u LTO obaveštavaju domaćine o aktuelnim konkursima i projektima u kojima mogu da učestvuju i pruža im svu potrebnu podršku prilikom popunjavanja dokumentacije.

Istovremeno, domaćini imaju obavezu da prijavljuju goste i plaćaju boravišnu takšu, koja zavisi od kategorizacije turističkog mesta, ali je najčešće simbolična (na teritoriji Kragujevca iznosi 50 dinara za smeštaj u seoskom turizmu). Problem koji je uočen na teritoriji cele Srbije je da veliki broj vlasnika objekata u privatnom smeštaju ne plaća boravišnu takšu i ne prijavljuje goste, što predstavlja kršenje propisa i podrazumeva zakonske kazne, što je u nadležnosti turističke inspekcije.

Domaćini mogu da ponude samo uslugu smeštaja, iznajmljivanja objekta za smeštaj gostiju ili samo uslugu pripremanja i posluživanja hrane, a mogu i da se specijalizuju za izletnički turizam. Njihova usluga treba da bude dostupna korisnicima, međutim, ukoliko iz nekog razloga domaćinstvo ne može da se bavi seoskim turizmom tokom određenog vremenskog perioda, neophodno je da o tome obavesti organizaciju preko koje radi, u ovom slučaju zaposlene u Turističkom informativnom centru.

Cenovnik usluga koje domaćin pruža, noćenje sa doručkom, polupansion, pun pansion, iznajmljivanje kuća i apartmana, organizovanje izleta itd mora da bude istaknut na vidnom mestu. Domaćin je dužan da se pridržava cenovnika i da kvalitetom usluge zadovolji standarde propisane određenom kategorijom. Takođe, domaćini treba da istaknu kategoriju koju imaju.

Knjiga utisaka bi trebalo da bude dostupa svim gostima. Domaćin može da je izloži u hodniku, na polici gde su propagandni materijali, u info kutku za turiste, ili u dnevnom boravku. Komentari, pohvale i primedbe mogu da budu smernica

u budućem radu. Sugestije, predloge i eventualno uočene probleme navedene i Knjizi utisaka domaćini treba da iskoriste kako bi unapredili poslovanje. Naravno da je najlepše kada su u utisci pozitivni, kada zadovoljni gost hvali domaćina i zahvaljuje se na nezaboravnom doživljaju.

Kućni red može da propiše sam domaćin. Ovim dokumentom propisuju se pravila ponašanja u domaćinstvu, kojih gosti treba da se pridržavaju. Treba da bude istaknut na vidljivom mestu.

Inventar lista može ali ne mora da bude izložena. Ako je domaćin ima, onda ona treba da bude na vidljivom mestu, najčešće u spavaćoj sobi.

UMESTO ZAKLJUČKA

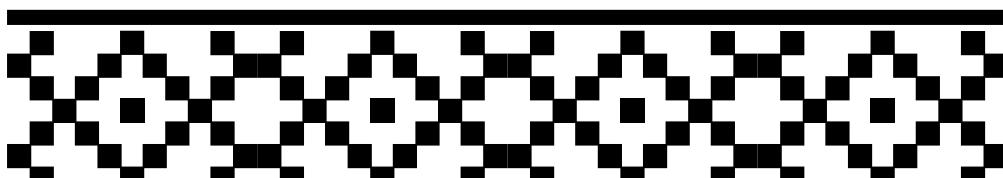
Seoski turizam je jedna od najperspektivnijih grana turizma.

U Evropi i svetu vlada sve veće interesovanje za našu zemlju. Broj dolazaka i noćenja iz godine u godinu je sve veći. U trendu su kraća putovanja i sve veće interesovanje vlada za ruralna područja. Srbija obiluje prirodnim lepotama, izuzetnim spomenicima kulture, manastirima i mogućnostima za aktivan odmor koji je posebno tražen na međunarodnom tržištu, i ima izvanrednu gastronomsku ponudu.

Zato seoski turizam jeste razvojna šansa za naše domaćine, naša poljoprivredna gazdinstva i farme, tj za naša sela. Domaćini ne bi trebalo da propuste ovu šansu. To je mogućnost da uposle sve članove porodice i prodaju sve što tokom godine proizvedu.

Ujedno, seoski turizam je razvojna šansa ne samo za pojedinca, već i za celo selo, za određenu destinaciju. Primeri izvanrednog uspeha u seoskom turizmu Srbije ukazuju na činjenicu da su pojedini krajevi oživeli od ovog posla. Sjajni primeri su Zlakusa i Latkovac (Slatkovač). Od jednog registrovanog seoskog domaćinstva, čiji su vlasnici imali odlične ideje, uložili veliki trud, dobro poslovali i proširivali ponudu danas imamo primer „oživelih sela“. Kad domaćin više nije mogao da primi sve goste, komšije su registrovale domaćinstva i počele da se bave seoskim turizmom (Zlakusa). Sastavni deo ponude je edukacija iskusnih grnčara čije proizvode turisti mogu sami da prave, ali i da ih kupe. Kuće su autentične, kao i ucionice u kojima su se nekad školovali žitelji ovog kraja... Slična je situacija u Latkovcu gde su stare kuće zablistale novim sjajem, rade svi ukućani a kad više nisu mogli da postignu, u posao se uključio čitav kraj. I verovatno više нико не razmišlja o odlasku iz sela u koja svi sada dolaze!

Počnite sopstveni posao tamo gde živate.



Literatura i izvori:

1. Zakon o turizmu, „Službeni glasnik RS“, br 36/2009 i 88/2010
2. Priručnik za seoski turizam, grupa autora, Valjevo 2008
3. Turizam i Agrobiznis (Milica Vujičić, Predrag Jovanović, Lela Ristić), Novi Pazar 2008
4. Priručnik za seoski turizam, Darko Đurović, Agro centar berba, Užice
5. www.srbija.travel
6. www.selo.co.rs
7. www.mtt.gov.rs/

ЗАХЕВ
за одређивање категорије куће, апартмана и собе

1. Подаци о физичком лицу (подносиоцу захтева)

- 1.1. Име и презиме:**
- 1.2. Подаци о пребивалишту физичког лица**
 - 1.2.1. Општина:**
 - 1.2.2. Место:**
 - 1.2.3. Број и назив поште:**
 - 1.2.4. Улица и број:**
- 1.3. Регистарски број личне карте:**
- 1.4. ЈМБГ:**
- 1.5. Контакт подаци:**
 - 1.6.1. Телефон:**
 - 1.6.2. Факс:**
 - 1.6.3. Е-пошта:**
 - 1.6.4. Интернет адреса:**

2. Подаци о објекту

- 2.1. Адреса на којој се објекат налази**
 - 2.1.1. Општина:**
 - 2.1.2. Место:**
 - 2.1.3. Број и назив поште:**
 - 2.1.4. Улица и број:**
 - 2.1.5. Број стана (односи се на апартмане и собе)**
- 2.2. Контакт подаци:**
 - 2.2.1. Телефон:**
 - 2.2.2. Факс:**
 - 2.2.3. Е-пошта:**
 - 2.2.4. Интернет адреса:**
- 2.3. Подаци о лицу овлашћеном за заступање:**
 - 2.3.1. Име и презиме:**
 - 2.3.2. Телефон:**
 - 2.3.3. Е-пошта:**

3. Подаци о објекту

- 3.1. Врста и категорија под којом објекат тренутно послује:**
- 3.2. Врста угоститељског објекта за коју се подноси захтев и тражена категорија(означити):**

- кућа 4* 3* 2* 1*
- апартман 4* 3* 2* 1*
- соба 3* 2* 1*

- 3.3. Година завршетка изградње објекта:**
- 3.4. Година последње адаптације/реконструкције објекта:**
- 3.5. Објекат послује:**
 - 3.5.1. током целе године**

3.5.2. сезонски: од до

4. Капацитет објекта

4.1. Кућа

Структура смештајних јединица	Број соба	Број кревета	Површина ** смештајне јединице
Једнокреветне собе			од ____ м2 до ____ м2
Једнокреветне собе са француским креветом			од ____ м2 до ____ м2
Двокреветне собе			од ____ м2 до ____ м2
Двокреветне собе са француским креветом			од ____ м2 до ____ м2
Трокреветне собе			од ____ м2 до ____ м2
УКУПАН БРОЈ:			

**Напомена: Површина смештајне јединице обухвата површине свих просторија у оквиру смештајне јединице.

4.2. Апартман

Структура	Број апартмана	Број кревета	Површина ** смештајне јединице
„Studio“			од ____ м2 до ____ м2
Апартман једном просторијом за спавање			од ____ м2 до ____ м2
Апартман са две просторије за спавање			од ____ м2 до ____ м2
УКУПАН БРОЈ:			

**Напомена: Површина смештајне јединице обухвата површине свих просторија у оквиру смештајне јединице.

4.3. Соба

Структура собе	Број соба	Број кревета	Површина ** смешта на единице
Једнокреветна соба без купатила			од _____ м ² до _____ м ²
Једнокреветна соба са купатилом			од _____ м ² до _____ м ²
Двокреветна соба без купатила			од _____ м ² до _____ м ²
Двокреветна соба са купатилом			од _____ м ² до _____ м ²
Трокреветне собе без купатила			од _____ м ² до _____ м ²
Трокреветне собе са купатилом			од _____ м ² до _____ м ²
УКУПАН БРОЈ:			

**Напомена: Површина смештајне јединице обухвата површине свих просторија у оквиру смештајне јединице.

Овим изјављујем да под моралном материјалном и кривичном одговорношћу гарантујем за тачност података у овом захтеву.

Место и датум

Потпис подносиоца захтева

И З Ј А В А

О ИСПУЊЕНОСТИ САНИТАРНО-ХИГИЈЕНСКИХ УСЛОВА

Изјављујем да угоститељски објекат _____, у _____, улица _____, број _____, за који подносим захтев за разврставање у категорију, у целости испуњава санитарно-хигијенске услове за уређење и опремање угоститељских објекта прописане Правилником о минималним техничким и санитарно-хигијенским условима за пружање угоститељских услуга у домаћој радиности и у сеоском туристичком домаћинству („Службени гласник РС”, број 41/10 и 48/12- др.правилник).

Место и датум

Давалац изјаве

НАЗИВ УГОСТИТЕЉСКОГ ОБЈЕКТА: _____

ИЗЈАВА О ИСПУЊЕНОСТИ СТАНДАРДА ЗА РАЗВРСТАВАЊЕ СЕОСКОГ ТУРИСТИЧКОГ ДОМАЋИНСТВА¹ У КАТЕГОРИЈЕ
Правилник о стандардима за категоризацију угоститељских објеката за смештај („Сл. гласник РС“ бр. 41/10 и 103/10)

***Приликом попуњавања ове изјаве користите симбол (+) за означавање одговора на односно питање

Област за Елементи категоријама ²	Ред.бр. Критеријум Обавезни елементи	Бодови изборне по	Попуњава угоститељ
	елементе <u>знак „М”¹</u> <u>знак „/”³</u>		
		1* 2* 3* 4*	

СПОЉНИ ИЗГЛЕД ОБЈЕКТА И ХОРТИКУЛТУРНО УРЕЂЕЊЕ

Хортикултурно уређење	1	Уређено и одржавано двориште (окућница) са травњаком, стазама и платоима	1		M	M	M	
Стандардан изглед	2	Материјали који су коришћени у обради површина стандардног квалитета, општи утисак одаје:	једноставан изглед	-	M	/	/	
			добар изглед	1		M	/	/
			изглед вишег квалитета, у складу са традицијом краја у којем се налази	2			M	/
Првокласан изглед	3	Материјали који су коришћени у обради површина високог квалитета, општи утисак одаје усклађеност у облику, боји и материјалу у складу са традицијом краја у којем се налази	3				M	
Ексклузиван изглед	4	Материјали који су коришћени у обради површина највишег квалитета, општи утисак одаје ексклузивност у складу са традицијом краја у којем се налази	4					

ПАРКИНГ И ГАРАЖЕ³

	5	Наткривено паркинг место у сеоском туристичком домаћинству	1					
	6	Могућност коришћења гараже у близини сеоског туристичког домаћинства	2					
	7	Гаража уз сеоско туристичко домаћинство	3					

УЛАЗ								
	8	Улазна капија у двориште сеоског туристичког домаћинства ⁶	2			M	M	
	9	Наткривен главни улаз у објекат/ објекте сеоског туристичког домаћинства	1			M	M	
	10	Врата са звучном изолацијом или дупла врата	3					
	11	Додатна опрема за закључавање врата	1				M	

ПРИЈЕМ ГОСТИЈУ								
	12	Особа за пријем госта обезбеђена по потреби	1				M	
	13	Особа за пријем гостију говори један страни језик	1				M	
	14	Проспект сеоског туристичког домаћинства	2			M	M	
	15	Информације о туристичким садржајима краја и околине	1				M	

ОПРЕМЉЕНОСТ ПРОСТОРИЈА У ОБЈЕКТИМА СЕОСКОГ ТУРИСТИЧКОГ ДОМАЋИНСТВА								
Просторија за боравак гостију	16	ТВ пријемник	2		M	M	M	
	17	Друштвене игре (карте, монопол, мица и сл.)	2				M	
	18	Библиотека – књиге, ревије, часописи	2				M	

Просторија за спавање (спаваћа соба)	19	Минимана површина спаваће собе	једно креветне	-	7 M ²	7 M ²	8 M ²	9 M ²		
			дво креветне	-	9 M ²	9 M ²	10 M ²	11M ²		
			тро креветне	-	11M ²	11M ²	12M ²	13M ²		
			четворо креветне	-	13M ²	13M ²	14M ²	15M ²		

	20	Кревет минималних димензија 90x190 цм или француски кревет минималних димензија 140x190цм за једну особу	1			M	M		
	21	Француски кревет ⁷ минималних димензија 160x190цм за две особе ⁸	1			M	M		
	22	Уметак за заштиту мадраца ⁹	1			M	M		
	23	Дечји кревет на захтев госта	2			M	M		
	24	Додатни јастук	1		M	M	M		
	25	Два јастука за сваки кревет односно госта	1						
	26	Додатни покривач	-	M	M	M	M		
	27	Прекривач за сваки кревет	1			M	M		
	28	Гарнитура за седење	2				M		
	29	Додатно осветљење над собним столом	1				M		
	30	Прекидач поред кревета за регулisanje комплетног осветљење у соби	2						
	31	Огледало за целу фигуру	1				M		
	32	Декорација зидова	1		M	M	M		
	33	Инвентарска листа, ценовник услуга и кућни ред исписани на српском и најмање једном страном језику	-	M	M	M	M		
	34	Обавештење о садржајима и услугама које се нуде госту у сеоском тур. дом. исписане на српском и најмање једном страном језику	1		M	M	M		

Кухиња за самосталну припрему хране и простор за ручавање	35	Судопера са текућом топлом и хладном водом	-	M	M	M	M		
	36	Машина за прање посуђа	2				M		
	37	Расхладни уређај за чување хране и пића	-	M	M	M	M		
	38	Термички уређај за кување са	најмање две плоче	1		M	M		
			најмање две плоче и дерном	1			M	M	
	39	Уређај за одвод дима, паре и мириза изнад термичког уређаја	1				M		
	40	Електрични апарат за грејање воде (за прављење кафе, чаја) са прибором	2			M	M		
	41	Тостер	2						

	42	Роштиљ	2						
	43	Микроталасна перна	3						
	44	Кухињски елементи са посебним одељцима и полицама за одлагање намирница, посуђа и прибора за припремање, сервирање и конзумирање хране, пића и напитака	-	M	M	M	M		
	45	Посуђе за припремање хране, пића и напитака	-	M	M	M	M		
	46	Прибор за конзумирање хране, пића и напитака према броју кревета	-	M	M	M	M		
	47	Прибор за прање и брисање посуђа	-	M	M	M	M		
	48	Хигијенска посуда за отпадке	-	M	M	M	M		
	49	Трпезаријски сто и столице према броју кревета	-	M	M	M	M		
	50	Столњак или појединачни подметач, папирне или платнене салвete	-	M	M	M	M		

Купатило	51	Туш кабина или када	-	M	M	M	M		
	52	Простишка за ноге	-	M	M	M	M		
	53	Козметичко огледало	1						
	54	Сушачи пешкира	2						
	55	Пена за купање или гел за туширање	1			M	M		
	56	Шампон	1		M	M	M		
	57	Козметички артикли (нпр. капа за туширање, турија за нокте, прибор за бријање, четкица за зубе, паста за зубе, влажне марамице и друго)	1 бод за сваки артикал, а највише 3						
	58	Средство за неутралисање мириса	1			M	M		
	59	Хигијенске врећице	1			M	M		
	60	Додатни пешкир	1				M		
	61	Баде мантил	2						
	62	Вага	1						
	63	Одвојен тоалет ¹⁰ опремљен	WC шољом	2		M	/		
			WC шољом и умиваоником	2			M		

КВАЛИТЕТ УРЕЂЕЊА И ОПРЕМЕ									
Стандардно уређење и типска опрема	64	Намештај из великих серија	једноставног квалитета	-	M	/	/	/	
			средњег квалитета	1		M	/	/	
			вишег квалитета и комфора	2			M	/	
Првокласно уређење и опрема	65	Намештај из мањих серија високог квалитета. Ентеријер усклађен у облику, боји и материјалу.	3					M	
Ексклузивно уређење и опрема	66	Намештај јединственог дизајна (стилски или модеран) највишег квалитета (луксузан) и комфора. Ентеријер усклађен у облику, боји и материјалу.	4						

ОСТАЛА ОПРЕМА, САДРЖАЈИ, УСЛУГЕ И ПОГОДНОСТИ УОБЈЕКТУ/ОБЈЕКТИМА СЕОСКОГ ТУРИСТИЧКОГ ДОМАЋИНСТВА

67	Просторија са излазом на терасу или балкон	1			M	
68	Двориште опремљено баштенском гарнитуром (сто, столице, клупе)	2		M	M	
69	Лежаљке, сунцобранни и сл. на располагању госту	2			M	
70	Уређено место за роштиљ	1		M	M	
71	Игралиште за децу ¹¹ у издвојеном делу дворишта	3			M	
72	Прозори са звучном изолацијом	3				
73	Клима уређај	2			M	
74	Машина за прање рубља	2			M	
75	Опрема за пеглање рубља	1			M	
76	Услуга прања и пеглања рубља гостију	3				
77	Прибор и средства за одржавање хигијене	-	M	M	M	M
78	Промена постељине и пешкира на захтев госта	1		M	M	
79	Услуга поспремања куће у току боравка госта	на захтев госта	1		M	M
		свакодневно	2			M
80	Сталак за кофере		1			M
81	Прибор за чишћење обуће и кашика за ципеле		1			
82	Папуче за једнократну употребу		2			
83	Прибор за шивење		1	M	M	M

84	Прибор за писање	1		M	M	M
85	Адаптер за струјуј	1				M
86	Фен за косу	1		M	M	M
87	Додатни телефон са имеником услуга и SOS бројевима телефона у случају опасности на српском и најмање једном страном језику.	1			M	M
88	Телевизор са даљинским управљачем	-	M	M	M	M
89	Додатни телевизор у објекту са две спаваће собе	2				M
90	Сателитска антена ¹²	2				M
91	Кабловска антена ¹³	2				M
92	ЦД-Плејер	2				
93	ДВД-Плејер	2				
94	Приступ интернету	2			M	
95	Рачунар на захтев госта	3				
96	Понуда дневних новина и часописа	1			M	
97	Могућност чувања вредности гостију	1			M	

	98	Кутија прве помоћи са прибором	1		M	M	
	99	Могућност изнајмљивања спортске опреме (нпр. бицикли, ски опрема, кајак и сл.)	3				
	100	Организовано учешће у сеоским активностима (брање плодова, сакупљање летине и сл.)	3				
	101	Организоване додатне активности за госте (нпр. припрема хране на традиционални начин , брање лековитог биља, плетење, млевење житарица , печенje хлеба у фуруни и сл.)	1 бод за сваку активност, а највише 3				

	102	Базен за пливање	отворен	6							
			затворен	8							
	103	Могућност смештаја кућних љубимаца		3							
	104	Могућност резервације путем електронских резервационих система		3							
	105	Приступ и саобраћајна повезаност	добр	1							
			одличан	2							
	106	Положај објекта на локацији	добр	1							
			одличан	2							

Обавезе по основу изборних елемената		Минимални број бодова
		20 30 40 50

1/ Сеоско туристичко домаћинство је објекат или група објеката у којем се пружају услуге смештаја, исхране и пића или само исхране и пића, који се налази у руралном (сеоском) окружењу са елементима локалног обележја и наслеђа

2/ Категорије изражене бројем звездица

3/ Знак „M“ - обавезни елемент за назначену категорију

4/ Знак „ / “ - елемент се не односи на назначену категорију

5/ Обавеза постојања паркинга и гаража не односи се на сеоска туристичка домаћинства лоцирана на месту недоступном за моторна возила или на месту са забраном промета моторних возила, односно на простору заштићеног природног добра или непокретног културног добра и његове заштићене околине.

6/ Обавеза за сеоска туристичка домаћинства са ограђеним двориштем

7/ Приступ француском кревету је омогућен са обе стране кревета.

8/ Спаваћа соба има површину четврорукреветне собе.

9/ Уметак за заштиту мадраца није обавеза ако су мадраци од сламе или другог природног материјала.

10/ Обавеза за објекат са више од две спаваће собе.

11/ Опремљено са најмање 4 различите врсте справа за играње (клацкалице, љуљашке, тобогани, вртешке, базен са песком, и сл.)

12/ Или кабловска антена

13/ Или сателитска антена

<p>НАЗИВ УТОСТИТЕЉСКОГ ОБЈЕКТА:</p> <hr/>	<p>ИЗЈАВА О ИСПУЊЕНОСТИ МИНИМАЛНО ТЕХНИЧКИХ УСЛОВА ЗА УРЕЂЕЊЕ И ОПРЕМАЊЕ УТОСТИТЕЉСКИХ ОБЈЕКАТА ЗА СМЕШТАЈ ВРСТЕ СЕОСКО ТУРИСТИЧКО ДОМАЋИНСТВО!</p> <p>- Правилник о условима и начину обављања утоститељске делатности, начину пружања угоститељских услуга, развијставашу угоститељских објеката и минимално техничким условима за уређење и опремање угоститељских објеката („Службени гласник РС”, бр. 48/2012)</p>	<p>Коментар</p>	<p>Општи минимални технички услови за уређење и опремање угоститељских објеката</p>
<p>Снабдевање водом за пиће</p>	<p>Логотип Ljonyhara kohtporod</p>	<p>Логотип Ljonyhara vroctnereb</p>	<p>Razvojni biznis centar Kragujevac / 47</p>

1.	У употребитељском објекту обезбеђено је снабдевање текућом хигијенски исправном водом за грађе из:	јавне водоводне мреже	јавне водоводне мреже	јавне водоводне мреже	јавне водоводне мреже	јавне водоводне мреже	јавне водоводне мреже
		покалних водних објеката					
		сопствених бунара					
Снабдевање електричном енергијом							
2.	У употребитељском објекту обезбеђено је стално снабдевање електричном енергијом путем:	јавне електрична мрежа	јавне електрична мрежа	јавне електрична мрежа	јавне електрична мрежа	јавне електрична мрежа	јавне електрична мрежа
		сопственог бензумног енергетског извора					
Одлагање отпадака и одвођење отпадних вода							
3.	У употребитељском објекту обезбеђено је одлагање чврстих отпадних материја у контejnerima или кангама са поклоњачима истог квалитета						
4.	Контеинери или канте смештени су на посебно одређеном простору						
5.	У употребитељском објекту обезбеђено је одвођење отпадних вода преко:	јавне канализационе мреже	јавне канализационе мреже	јавне канализационе мреже	јавне канализационе мреже	јавне канализационе мреже	јавне канализационе мреже
		сопствене канализације					
		центричке јаме					
Грејање просторија							
6.	Све просторије и простори у употребитељском објекту у којима бораве или се задржавају гости домаћај обезбеђено грејање?						

7.	Temperatura u prostorijama u kojima borave ili se zadržavaju gosti iznosi najviše 18,5 stepeni C.			
	Telefonski priključak			
8.	Ugostiteljski objekat je priključen na javnu telefonsku mrežu?			
9.	Ugostiteljski objekat ima načinje jedan telefon na raspolaženju gostima (fiksni ili mobilni telefon).			
	Prilaz do ulaza			
10.	Ugostiteljski objekat ima posebno uređen prilaz do ulaza za goste.			
11.	Priklazi do ulaza, ulaz u ugostiteljski objekat i naziv ugostiteljskog objekta osvetljeni su u vreme rada objekta noću.			
	Osvetljenje prostorija			
12.	Sve prostorije ugostiteljskog objekta imaju osvetljenje.			
13.	Sve prostorije, odnosno prostorije u kojima se kreću ili zadržavaju gosti noću su osvetljeni potpuno ili oriјentacionom svetlošću.			
	Opremljenost i uređenost objekta			
14.	Spoljni izlaz ugostiteljskog objekta, podovi, zidovi, tavaniće, stolarija, uređaji i oprema redovno se održavaju u čistom, ispravnom i funkcionalnom stanju.			

15.	Угоститељски објекат опремљен је и уређен на начин којим се омогућава:	рационално коришћење простора несметано и сигурно кретање и боравак гостију и запосленог особља несметан пренос ствари.					
14.	Угоститељски објекат у којем се пружају услуге и особака са инвалидитетом, има улаз у објекат, као и врата, опрему и простор за манипулатцију у просторијама које користе димензионисане и уређене у складу са потребама особа са инвалидитетом.						
15.	Улазна врата смештајне јединице за особе са инвалидитетом означена су одговарајућим ознакама.						
16.	Просторије ⁴ у угоститељском објекту осветљене су и проветрене и редовно се чисте и спремају.						
17.	Просторије односно простори у угоститељском објекту су међусобно функционално повезане хоризонталним и вертикалним комуникацијама: ходницима, стазама, степеништима и лифтовима.						
18.	Подови ходника и степеништа који су намењени гостима имају заштиту од хлопања и затпљења, подним облогама једноставним за чишћење, прање и дезинфекцију.						
19.	Сеоско туристичко домаћинство у којем се пружају услуге припремава и услугујицања хране, пића и напитака дома кухини ⁵ и просторију односно простор за услуговање. ⁶						

Посебни услови за угоститељски објекат за смештај врсте сеоско туристичко домаћинство

Опрема кухиње за припремање хране и простора за услуговање									
20.	Кухиња за припремање хране и простор за услугивање има просторију или део просторије за припремање хране и ручавање која је опремљена са:	судопером са текућом топлом и хладном водом	раскладним уређајем за чување хране и птића	термичким уређајем за кување са најмање две плоче	кухинским елементима са посебним одељцима и полицама за одлагање намирница, посуђа и прибора за припремање, сервисирање и конзумирање хране, птића и напитака	посуђем за припремање хране, птића и напитака, прибором за конзумирање хране, птића и напитака према броју лежаја	прибором за прање и брисање посуђа	хигијенском посудом за отпадке	трпезариским столом и столицама преко броју лежаја, столњаком или појединачним подметачима, папирним или платненим салвегама

23.	У соби постељина се меня најмане сваки седми дан, пешкири најмање сваки трећи дан, као и после сваке промене госта.											
Kупатило												
	Купатило има:											
24.	обезбеђену природну или вентилацију вентилацију топлу и хладну текућу воду лежењу или туш каду											
	умивачник са текућом хладном и топлом водом											
	полиду за тоалетни прибор и опледало											
	утчинцу за електричне апарате са ознаком напона струје											
	WC штолу са даском за седење и испирањем текућом водом											
	држач за пенкир											
	тоалет напир											
	корпу за отпадке											
	вешалицу за одлагање одеће											
	прибор за чишћење WC поље или за други начин обезбеђено чишћење WC поље осветљење које се укључује код улаза у купатило											
	чашу у хигијенској фолији по особи											

25.	Купатило се редовно чисти и дезинфекције.							
26.	Помоћне просторије ¹⁰ , сервисно технички просторије ¹¹ и магацини							
27.	Сеоско туристичко домаћинство у коме лице које пружа услуге, односно радио ангажовани код лица које пружа услуге, станује у истом објекту и у оквиру просторија за стапавање има обезбеђене просторије за своје санитарне, хигијенске и друге потребе, не мора имати посебне помоћне просторије које спадају за санитарне, хигијенске и друге потребе запосленог особља.							
28.	Сеоско туристичко домаћинство има сервисно-техничке просторе, аместо магацина може имати оставу за складиштење хране, пива и предмета опште употребе.							
29.	Остава је организована у зависности од врсте и количине хране, пива, предмета опште употребе која се складиши у њој и опремљена одговарајућим пописака.							
30.	Уколико се у оквиру сеоског туристичког домаћинства чувају докаша животиње, објекти у којима се чувају докаша животиње су физички и видно одвојени од објекта у којем се пружају услуге смештаја, исхране и пива.							
	Објекти у којима се чувају докаша животиње постављени су на локацији која је добро проветрена да не би дошла до штетења непријатих мириза у објекту у којем се пружају услуге смештаја, исхране и пива.							

ИМЕ И ПРЕЗИМЕ ОВЛАШЋЕНОГ ЛИЦА

МЕСТО:

ДАТУМ:

- 1/ Сеоско туристичко домаћинство је угоститељски објекат или група угоститељских објекта за смештај, у којем се пружају услуге смештая, исхране и пића или само исхране и пића, који се налази у руралном (сеоском) окружењу са елементима локалног обележја и наслеђа.
- 2/ Осим у угоститељским објектима који послују само у летњем периоду.
- 3/ Осим ако не постоје техничке могућности за прикључење.
- 4/ Просторија у угоститељском објекту, у смислу овог правилника, представља издвојену функционалну целину која у организационом смислу може да се састоји из више делова - простора, који могу бити и визуелно одвојени. Просторије у угоститељском објекту су међусобно функционално повезане и чине техничко-технолошку целину.
- 5/ У кухињи сеоског туристичког домаћинства гости могу самостално припремати храну
- 6/ У сеоском туристичком домаћинству у којем се пружају услуге исхране и пића, ове услуге се могу пружати и на отвореном простору.
- 7/ Име презиме и број телефона особе за пријем гостију мора бити видно истакнуто у смештајним јединицама угоститељског објекта за смештај.
- 8/ Смештајне јединице сеоског туристичког домаћинства су собе са или без купатила.
- 9/ Осим у собама у којима је истакнута забрана пушења
- 10/ Помоћне просторије се сastoјe од просторија које служe за санитарне, хигијенске и друге потребе запосленог особља (гардероба односно простор за пресвлачење, простор за одмор, тоалети, купатила, просторија за пушење и др.). У угоститељском објекту за смештај се обезбеђују помоћне просторије уређене и опремљене у складу са прописима којима се уређују санитарно-хигијенски услови.
- 11/ Сервисно-техничке просторије (овде: простори) угоститељског објекта за смештај сastoјe сe од просторија или простора у којима су смештене котларнице, инсталације и други уређаји, које служe за сервисирање и одржавање уређаја и опреме угоститељског објекта за смештај.

BELEŠKE:

Razvojni
biznis centar
Kragujevac

Nikole Pasica 7/II-9,
Kragujevac

Tel: +381 34 206 853
Fax: +381 34 206 854
info@rbcentar.org
www.rbcentar.org

GTO "Kragujevac"
Gradska turistička
organizacija „Kragujevac“

Kralja Aleksandra I
Karadorđevića 44
Kragujevac, Srbija

Tel: +381 34 33 21 72
Fax: +381 34 33 48 83
E-mail: info@gtokg.org.rs
www.gtokg.org.rs
крагујевацтуризам.срб



