



МАРИЈА ЛАБОВИЋ, В. Д. ДИРЕКТОРКА ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ,
ЗА „НАЦИОНАЛНУ РЕВИЈУ“

Креативношћу одржати раст

Није довољно само саградити хошел. Туризам је доживљај, искуство, туризам су атракције, природа, културно наслеђе, људи, креативност и тојотримство. Неопходан је развијен маркетиншки приступ, квалитетан резервациони систем, као и низ праћећих програма. Савременом туризму је најважнија година вредности. А у стваришном смислу, наравно, изградња и модернизација инфраструктуре је кључна

Пише: Бане Велимировић

Придружити се пословном тиму ТОС-а, који је и до сада показао способност да нашу земљу чини све привлачнијом дестинацијом и страним и домаћим туристима, за мене је било подстрек, али и одговорност – каже у разговору за Националну ревију Марија Лабовић, која је крајем прошле године именована за директора националне туристичке организације. – Желим да заједничким напорима, кроз још успешније и ефикасније пројекте, даље промовишемо Србију као изузетну туристичку дестинацију. ТОС је непрестано у активностима за привлачење туриста. Први од задатака био је спровођење кампање „Зима прија свима“. Надовезало се промовисање празничне туристичке понуде Србије. У јануару су придодате активности усмерене ка иностраним гостима, кроз учешће на међународним сајмовима туризма. Као перфекциониста, верујем да простор за унапређење пословних процеса увек постоји.

Које битне елементе ћете Ви унети у развојну стратегију српског туризма?

Креирањем нове стратегије развоја туризма Србије бави се Национални савет за туризам, регулаторно тело чији сам члан. Задаци Националног савета су успостављање координације и комуникације свих страна укључених у развој српске туристичке индустрије,

обезбеђивање јавности и одговорности у том послу, развој туристичких производа Србије и повећање степена њихове конкурентности, унапређење пословне климе у туризму.

Моје сугестије се односе на иновативност у креирању промотивних активности, да би се допринело побољшању позиције Србије на мапи туристичке понуде Европе. Улагањем у развој алата за такав вид промоције, и пратећи тренд технолошких унапређења, били бисмо на добром путу да станемо раме уз раме са развијенијим туристичким дестинацијама Европе.

ВАУЧЕРИ ЗА ПОВРАТАК СЕБИ

Током прошле године започета је широк акција поделе ваучера за домаће

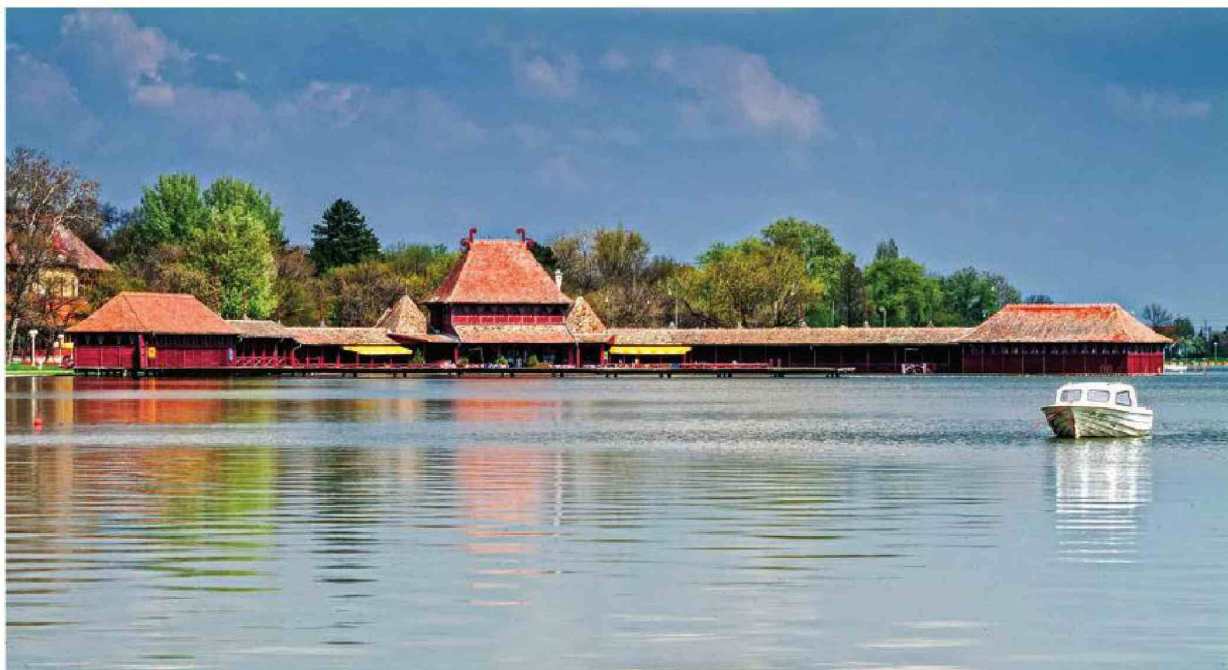


Фото:

Архива ТОС-а,
Лазар Лазућ,
Розана Сазућ

Нова промотивна филозофија

– После вишегодишњег негативног тренда, ТОС је успела да у 2015. унапреди домаћи туристички промет. Годишње повећање броја домаћих туриста од 12 одсто јесте успех, али и подстрек да се новим промотивним активностима одржи тренд раста. Зато су у фокусу ТОС-а ове године што интензивнија сарадња са домаћим и иностраним медијима, појачано присуство на друштвеним мрежама, креирање и спровођење кампања е-маркетинга... Важан елемент је и побољшање презентацијских техника на иностраним тржиштима, попут представљања на иностраним сајмовима и организовања студијских тура по Србији за представнике иностраних медија и туроператера.



▲ Палићко језеро

туристичке дестинације, а најављено је да ће бити настављена и у 2016. Какви су досадашњи ефекти и перспективе те акције?

Ова мера Владе Србије за подстицај домаћем туризму дала је одличне резултате. Повећан је број домаћих туриста који су одмор провели у Србији и значајно је продужен њихов боравак на одабраним дестинацијама. Туристичка организација Србије је својим промотивним активностима дала велики допринос овој акцији, указујући на дестинације у Србији које не заостају за оним у туристички развијеним земљама.

Министарство трговине, туризма и телекомуникација наставило је од 1. јануара 2016. доделу ваучера за субвенционисани одмор домаћих гостију. ТОС, у складу са овим значајним пројектом Владе, реализоваће своје промотивне кампање током читаве године и представљати бројне туристичке атракције у Србији. За само три и по месеца у 2015. години, 14.000 грађана је искористило ваучере и имало 118.000 ноћења. Ова подстицајна мера омогућила је продужење боравка домаћих туриста на 8,5 дана. Најчешће овако посећиване дестинације су Пролом Бања, Сокобања, Врњачка Бања, Копаноник, Луковска Бања. Процена ресорног министарства је да ће ове године бити реализовано 46.000 ваучера.

По Вашем мишљењу, шта су главне врлине, а шта мане садашње српске туристичке понуде?

По мом мишљењу, Србија има немерљив потенцијал у туристичком смислу, богатство различитости које је чине привлачном дестинацијом и за најзахтевније госте. Наши туристички адути нису само градски одмори, планински и бањски туризам, гастрономија, ски центри и активан одмор, национални паркови и програми у вези са културно-историјском баштином. Верујем да се наш значајан адут непосредност и гостопримство наших људи. То су квалитети који су једнако привлачни и домаћим и страним туристима.

Развијање дестинација је непрекидан процес. Неопходно је пратити трендове и ослушкивати потребе туриста да би се одржао континуитет у понуди и потражњи. Туристичку понуду не чини само квалитет смештајног капацитета или могућности излета, већ и квалитетна путна инфраструктура и бројни субјекти који креирају услове за квалитетан одмор. Верујем да ће и будуће удруживање приватног, јавног и цивилног сектора у процесу стварања понуде и у промотивним активностима дати праве резултате.

НОВА ПОДИЗАЊА ЛЕСТВИЦЕ

Каква су Ваша очекивања од овогодишњег Сајма туризма у Београду?



Сајам туризма у Београду из године у годину помера границе и подиже очекивања. Верујем да ће и ове године бити још више земаља, излагача и посетилаца. Напори које туристичка привреда Србије улаже током целе године омогућавају на овом сајму да посетиоци резервишу путовања по знатно нижим ценама. Добра је то прилика и за све оне који желе да послују у овом делу региона.

У Хали 4, где ће се представити и Туристичка организација Србије, очекујем новине у сајамском наступу код представника домаћих локалних туристичких организација. Верујем да ће програм на штанду ТОС-а посетиоцима бити привлачан.

Како сте осмислили наступ Туристичке организације Србије?

У представљању туристичке понуде Србије, посебна пажња биће посвећена промоцији кампање „Дунав и водено благо Србије“ (што је главна промотивна тема ТОС-а у 2016), као и обележавању 160. годишњице рођења великог српског научника Николе Тесле.

Предвиђен је и низ презентација туристичке понуде, као и богат уметнички програм. Већ традиционални квиз за посетиоце „Колико познајеш Србију“ овог пута ће бити у знаку српског издања популарне друштвене игре „монопол“. Изда-

јамо и промоцију ваучера за одмор у Србији, промоцију интернет сајта и мобилне апликације „52 викенда у Србији“. Биће то прилика да се туристички потенцијали представе на сасвим нов начин, коришћењем савремених технологија.

У оквиру овог сајма, ТОС у Хали 3а организује и дванаести Сајам сувенира „Посетите Србију“. На 70 изложбених пултова биће представљени сувенири из свих регија Србије. Мајстори старих и уметничких заната представиће производе који су рађени традиционалним техникама, али прилагођени потребама данашњице. Представници Едукативног центра „Етно мреже“ представиће радове својих чланова. ♦

▲ *Врхунски ујођај: Дејустација српских вина*

ГДЕ СЕ ПРЕДАЈУ ЗАХТЕВИ?

На интернету: www.tos.rs или лично: www.tos.rs

КАКО ЋЕТЕ ДОБИТИ ВАУЧЕР?

Валериски ваучери износа 5.000 динара

Валериски ваучер, поред основних елемената, садржи одговарајуће податке о карактеристикама (име, презиме, адреса, ПИБ)

Валериски ваучер може користити лице на које је валериски ваучер издан

По изградњи пута, користи се од 1. новембра 2016. године

ИМАТЕ ПИТАЊА?

Додатне информације:

Министарство туризма, спорта и односа са страном

www.mts.gov.rs

Телефон: 011/32-2853, 011/32-2867

ОДМАРАЈТЕ СЕ У СРБИЈИ

КАКО ДО ВАУЧЕРА