

ПРОГРАМ РАЗВОЈА
ТУРИЗМА ОПШТИНЕ
НОВА ВАРОШ 2025-2028.

Садржај

1	Увод.....	4
2	Методологија рада	5
3	Плански основ за израду Програма развоја туризма општине Нова Варош	6
4	Опште информације о општини Нова Варош.....	11
4.1	Географске, климатске и демографске карактеристике	11
4.1.1.	Рељеф	11
4.1.2.	Хидрологија и водни ресурси	12
4.1.3.	Заштићена подручја	14
4.1.4.	Клима	15
4.1.5.	Основни демографски показатељи	16
4.2	Културно-историјско наслеђе	18
4.3	Саобраћајна, комунална и туристичка инфраструктура	20
4.3.1	Комунална инфраструктура	22
4.3.2	Туристичка инфраструктура	24
4.4	Степен привредног развоја.....	30
4.4.1.	Туризам	31
4.4.2.	Пољопривреда	32
4.4.3.	Тржиште рада и запосленост.....	32
5	Анализа постојећег стања развоја туризма општине Нова Варош.....	33
5.1.1	Доласци и ноћења туриста	33
5.2	Организације туристичког сектора	39
5.2.1	Туристичке организације	39
5.2.2	Општинска управа општине Нова Варош	42
5.2.3	Регионална развојна агенција „Златибор“	43
5.2.4	Специјални резерват природе „Увац“	43
5.2.5	Јавно предузеће за управљање шумама „Србија шуме“	44
5.2.6	Носиоци културне делатности.....	44
5.2.7	Други актери	46
5.2.8	Координација и сарадња	47
5.2.9	Маркетинг и дистрибуција (тренутно стање).....	47
5.3	Анализа постојећих кључних туристичких производа	48
5.4	Анализа понуде туристичко-угоститељских капацитета	58
5.4.1	Угоститељство и пратеће услуге	59
5.5	Анализа људских ресурса у области туризма и угоститељства.....	60
5.6	Активности на развоју туристичких производа.....	62
5.6.1	Пројекти, програми и манифестације	62
5.6.2	Маркетинг и ПР активности	74
5.7	Пресеци и хоризонталне теме.....	75
5.7.1	Приступачност	75
5.7.2	Приступачност за особе са инвалидитетом	75
5.7.3	Путање за бицикле.....	75
5.7.4	Дигитална присутност и е- репутација	75
6	SWOT анализа - предности и недостаци развоја туризма општине Нова Варош	76
6.1	Људски ресурси.....	76
6.2	Инфраструктура и саобраћај.....	77
6.3	Туристички производи	78
6.4	Усклађеност са другим делатностима	78
6.5	Маркетинг и дистрибуција	80
7	Дефинисање кључних туристичких производа.....	81
7.1.	ПРИОРИТЕТНИ ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ.....	81
7.1.1.	Еко-туризам	81

7.1.2. Рурални туризам.....	83
7.2. Перспективни туристички производи.....	84
7.2.1. Активни туризам.....	84
7.2.2. Едукативни туризам.....	85
7.2.3. Специјални интереси.....	87
7.3. ПРОИЗВОДИ СА ДОДАТОМ ВРЕДНОШЋУ.....	88
7.3.1. Културни туризам.....	89
7.3.2. Манифестациони туризам.....	90
8 <i>Анализа кључних туристичких тржишта од значаја за развој туризма и маркетинг активности</i>.....	93
9 <i>Развојни модел, циљеви и пројекције одрживог развоја туризма општине Нова Варош</i>.....	96
9.1 ПОСЕБНИ ЦИЉЕВИ.....	98
10 <i>Анализа и план конкурентности са предлогом кључних инвестиционих пројеката</i>.....	109
11 <i>Модел управљања туристичком дестинацијом</i>.....	112
11.1 Увод.....	112
11.2 Принципи.....	113
11.2 Модел управљања по областима деловања.....	114
11.3 Улоге кључних актера.....	115
11.4 Опис механизма координације управљања туристичком дестинацијом.....	117
12 <i>Акциони план</i>.....	119
13 <i>Закључна разматрања</i>.....	0
14 <i>Попис табела, графика и слика</i>.....	0
15 <i>Коришћена литература и извори података</i>.....	0
16 <i>Објављивање и ступање на снагу</i>.....	0

1 Увод

Узимајући у обзир значај туризма за локални економски развој и унапређење квалитета живота становништва, Општина Нова Варош приступила је изради *Програма развоја туризма за период 2025–2028. године* (у даљем тексту: Програм), као кључног документа јавне политике који дефинише правце, циљеве и мере развоја туризма у Општини, у складу са важећим националним планским документима и оквиром Туристичке регије Западна Србија.

Општина тренутно има Програм развоја туризма за период 2018–2027. године, али је у извештају Државне ревизорске институције констатовано да не садржи акциони план, што отежава управљање динамиком спровођења мера. Сходно томе, након добијања сагласности од стране Министарства туризма и омладине, покренута је ревизија ради усклађивања са важећим прописима (превасходно са Законом о туризму, Стратегијом развоја туризма Републике Србије, Законом о планском систему и др.), као и ради даљег планског развоја туристичког сектора у складу са савременим приступима одрживом развоју.

Програм развоја туризма за период 2025-2028. године дефинише кључне туристичке производе у три групе:

- приоритетни: еко-туризам, рурални туризам;
- перспективни: едукативни туризам, активни туризам, специјални интереси;
- туристички производи са додатом вредношћу: културни туризам, манифестациони туризам.

Документ утврђује и кључна туристичка тржишта, план подизања конкурентности и модел управљања туристичком дестинацијом. *Програмом* се утврђују визија, општи и посебни циљеви развоја туризма у општини Нова Варош до краја 2028. године, уз Акциони план који садржи детаљан преглед мера, са инвестиционим пројектима и активностима, роковима реализације, носиоцима мера, процењеним трошковима, начинима финансирања и очекиваним показатељима учинка за сваку од мера.

Програм развоја туризма Општине Нова Варош за период 2025–2028. године усвојен је на седници Скупштине општине Нова Варош одржаној дана _____ године.

2 Методологија рада¹

Методологија израде Програма развоја туризма општине Нова Варош 2025–2028. године заснована је на принципима свеобухватности, стручности и партиципативности, у складу са *Правилником о садржини и начину израде програма развоја туризма*². Ово поглавље даје преглед примењених метода и техника истраживања, начина прикупљања и обраде података, као и процеса израде документа.

За израду Програма развоја туризма општине Нова Варош, председник Општине именовao је Комисију за израду документа која броји пет чланова. Комисија је имала задатак да координира цео процес израде, прикупља и анализира податке, организује консултације са релевантним актерима и у сарадњи са екстерно ангажованим тимом консултаната, припреми финални текст документа.

У процесу израде Програма примењене су комбинације *кабинетских* и *теренских истраживања*, као и *партиципативне методе* које су омогућиле активно учешће свих заинтересованих страна.

Кабинетско истраживање обухватило је анализу званичних статистичких података у сектору привреде и туризма, релевантних планских и стратешких докумената – од националних и регионалних, до локално усвојених. Посебна пажња посвећена је анализи претходних пројеката реализованих у области туризма.

Теренско истраживање спроведено је кроз консултације са заинтересованим странама и кроз две радионице које су окупиле представнике јавног, приватног и цивилног сектора. Учесници радионица активно су допринели процесу израде својим искуствима, предлозима и сугестијама, чиме је осигурано да процес буде партиципативан.

Поред тога, као важан истраживачки алат примењене су и **анкете** усмерене на две циљне групе:

(1) локални актери у туризму – у оквиру анкете „*Како заједно можемо унапредити туризам у Новој Вароши?*“ - Прилог 1. Анализа, која је дата у Прилогу 1, приказује налазе анкете спроведене међу локалним актерима у туризму општине Нова Варош, са циљем да се боље разумеју перцепције о тренутном стању, кључним мотивима доласка, изазовима и приоритетима развоја. Анкета је трајала од 06. августа 2025. до 10. октобра 2025. Укупно је прикупљено 76 попуњених упитника. Према секторској припадности, узорак чине: јавни сектор 42% (N=32), приватни 53% (N=40) и цивилни 5,0% (N=4).

(2) туристи и посетиоци општине Нова Варош – ради добијања података о њиховим ставовима, искуствима и очекивањима- Прилог 2. Анализа дата у Прилогу 2 приказује налазе анкете спроведене међу туристима/посетиоцима општине Нова Варош, са намером да се боље разумеју мотиви доласка, искуство боравка, перцепције квалитета услуга и приоритети за унапређење понуде. Анкета је трајала од 16. септембра 2025. до 10. октобра 2025. Укупно је прикупљено 37 попуњених упитника (36 на српском и једна на енглеском језику). Анкета је била отворена за добровољно учешће. Испитаници су се самостално опредељивали да је попуне (самоселекција). Због тога узорак није случајан нити статистички репрезентативан за целокупну популацију посетилаца.

¹ Изрази у мушком роду у овом документу имају родно неутрално значење и односе се подједнако на жене и мушкарце

² Сл. гласник РС“, бр. 86/2020

Резултати ових анкета представљају значајан извор информација за разумевање постојећег стања и потреба у области туризма и детаљно су приказани у прилозима документа.

3 Плански основ за израду Програма развоја туризма општине Нова Варош

Правни основ за израду Програма заснива се најпре на *Закону о планском систему Републике Србије*³ којим је дефинисано да је програм документ јавне политике који, по правилу, разрађује посебан циљ стратегије или неког другог планског документа. Руководећи се тиме, Програм развоја туризма општине Нова Варош се стратешки наслана на План развоја општине Нова Варош за период 2022–2029. године, који представља највиши и дугорочни документ развојног планирања локалне самоуправе, у којем је туризам препознат као један од приоритетних сектора развоја. На тај начин, овај Програм разрађује посебни приоритетни циљ у области туризма, дефинисан у Плану развоја и обезбеђује његову оперативну примену у предстојећем трогодишњем периоду. Даље, у нормативном смислу, Програм развоја туризма општине Нова Варош израђује се не само поштујући ове законске одредбе, већ и одредбе секторског *Закона о туризму*⁴, док је методолошки и концептуално исти израђен према *Правилнику о садржини и начину израде програма развоја туризма*⁵ који прецизира обавезне елементе и структуру документа, укључујући обавезну израду акционог плана као његовог саставног дела. Стратешки гледано, дефинисана логика интервенција Програма је усклађена са Стратегијом развоја туризма Републике Србије 2016–2025. као и другим важним планским документима у сектору туризма на националном и регионалном нивоу, као што је Програм развоја туризма туристичке регије Западна Србија 2020–2025.

У наставку овог поглавља извршићемо детаљнији преглед најзначајнијих законских аката и планских докумената којима је била руковођена израда Програма у нормативном и методолошком контексту.

Закон о туризму Републике Србије

Развој туризма у Републици Србији уређен је *Законом о туризму*⁶, којим су дефинисани услови и начин планирања и развоја туризма, улога туристичких организација и агенција, врсте услуга у туризму, као и сва друга питања од значаја за унапређење ове привредне гране. Овај закон поставља темељни нормативни оквир унутар кога се дефинишу и доносе сви плански документи у области туризма, укључујући и Програм развоја туризма јединица локалне самоуправе.

Према члану 2. Закона, уређење односа у области туризма заснива се на принципима интегралног и одрживог развоја, одговорног управљања туристичким простором, партнерства јавног и приватног сектора, као и поштовања људских права, равноправности и забране дискриминације у туризму. Посебан значај има и начело планирања политике

³ Сл. гласник РС“, бр. 30/2018

⁴ Сл. гласник РС. Бр 17/2019

⁵ Сл. гласник РС“, бр. 86/2020

⁶ Сл. гласник РС“, бр. 17/2019

развоја туризма у складу са Стратегијом развоја туризма Републике Србије, што представља основу за координисано деловање свих нивоа власти и институција у овој области. Законом је у члану 5. прописано да планска документа у области туризма обухватају Стратегију развоја туризма Републике Србије, стратешки мастер план, стратешки маркетинг план, програм развоја туристичких производа, програм развоја туризма и програм промотивних активности. Овом хијерархијом јасно се утврђује да су програми развоја туризма документи нижег реда, који морају бити усклађени са националном стратегијом као највишим планским актом у области туризма.

Из наведеног произилази да је израда *Програма развоја туризма општине Нова Варош за период 2025–2028. године* заснована на потреби усаглашавања са законским и стратешким оквиром Републике Србије. Поштовање ових одредаба обезбеђује да програм буде у складу са принципима одрживог развоја, да као што је раније напоменуто, садржи све елементе прописане Правилником о садржини и начину израде програма развоја туризма⁷, као и да његова структура, циљеви и мере допринесу остваривању ширих националних приоритета у области туризма.

На овај начин, Програм развоја туризма општине Нова Варош представља документ који, осим што дефинише локалне развојне правце, уједно обезбеђује пуну усаглашеност са законом, стратешким документима више хијерархије и принципима који гарантују уравнотежен, конкурентан и друштвено одговоран развој туризма.

Стратегија развоја туризма Републике Србије 2016-2025

Полазећи од законских одредаба које прописују обавезу усклађивања локалних планских докумената са националним стратешким оквиром, израда Програма развоја туризма општине Нова Варош заснива се на циљевима и приоритетима дефинисаним у Стратегији развоја туризма Републике Србије за период 2016–2025. године, коју је донела Влада Републике Србије. Циљеви стратегије су:

1. одрживи економски, еколошки и социјални развој туризма у Републици Србији;
2. јачање конкурентности туристичке привреде и са њом повезаних делатности на домаћем и међународном тржишту;
3. повећање директног и укупног учешћа сектора туризма у бруто домаћем производу (у даљем тексту: БДП) Републике Србије, као и повећање директног и укупног броја запослених у сектору туризма и његовог учешћа у структури укупног броја запослених у Републици Србији;
4. унапређење укупног имиџа Републике Србије у региону, Европи и свету.

У документу су дефинисани визија, пословна мисија и кључни циљеви развоја туризма, уз избор приоритетних *туристичких производа* и *дестинација* које представљају окосницу националне туристичке понуде. На тај начин, Стратегија поставља смернице за даљи развој туризма заснованог на конкурентности, одрживости, културној препознатљивости и регионалној уравнотежености.

⁷ Сл. гласник РС“, бр. 86/2020

Процес дефинисања приоритетних *туристичких производа* у оквиру Стратегије заснивао се на анализи економских трендова, тражње на релевантним тржиштима и потенцијала различитих сегмената туристичке понуде. Производи су позиционирани на матрици конкурентности и атрактивности, што је омогућило идентификацију четири основна правца државне подршке: развој нових производа, интензивнији маркетинг, подстицање повољне економске климе и јачање промоције и информисања. На овај начин, Стратегија је дефинисала приоритете који усмеравају не само националну, већ и регионалну и локалну туристичку политику.

Дестинације су оквирно дефинисане према критеријуму досада развијене инфраструктуре и супраструктуре, доступности и оствареног туристичког промета, а важне су за комплетирање туристичких производа.

Једна од 18 приоритетних дестинација дефинисаних у Стратегији јесте *Туристичка регија Западна Србија*, која обухвата простор планина Златар, Златибор, Тара, као и подручја Мокре Горе и Увца. Као посебне вредности ове дестинације истичу се природна богатства, културно наслеђе, реке и језера, заштићена подручја као што су Национални парк Тара, Специјални резерват природе Увац и Парк природе Мокра Гора, као и бројне културно-историјске целине међу којима се издваја манастир Милешева. У оквиру ове регије, локалне самоуправе као што су Чајетина, Ужице, Бајина Башта, Пријепоље, Прибој, Сјеница и Нова Варош препознате су као полови развоја. За дестинацију Западна Србија, Стратегија је дефинисала кључне туристичке производе који обухватају екотуризам, етнотуризам, здравствени и *spa & wellness* туризам, туризам специјалних интереса, манифестациони и рурални туризам, културно-тематске руте и планински туризам. Управо ти производи представљају основне правце развоја и у оквиру Програма развоја туризма општине Нова Варош, који је усмерен ка унапређењу постојеће понуде, диверзификацији садржаја и повезивању локалних атракција у интегрисане туристичке целине.

Сходно наведеном, Програм развоја туризма општине Нова Варош за период 2025–2028. године представља инструмент локалног планирања који је у потпуности усклађен са националним приоритетима.

Програм развоја туризма туристичке регије Западна Србија 2020-2025.

Пратећи смернице Стратегије развоја туризма Републике Србије 2016–2025, у којој је као једна од осамнаест приоритетних туристичких дестинација дефинисана *Туристичка регија Западна Србија*, локалне самоуправе овог подручја приступиле су изради заједничког Програма развоја туризма туристичке регије Западна Србија. Овај документ представља кључни стратешки оквир регионалног нивоа који усмерава развој туризма у простору обухваћеном планинама Златибор, Златар, Тара, као и подручјима Мокре Горе и Увца, те локалним самоуправама које чине овај простор: Чајетина, Ужице, Бајина Башта, Ариље, Пожега, Косјерић, Пријепоље, Прибој, Сјеница и ***Нова Варош***.

Визија развоја туризма регије Западна Србија до 2025. године усмерена је ка стварању интегрисаног туристичког производа региона који ће задовољити највише стандарде и захтеве савремених туриста, уз доследно поштовање принципа одрживог развоја и очувања природних и културних ресурса. Такав приступ омогућава усклађено деловање

јавног и приватног сектора, развој инфраструктуре и подизање квалитета услуга, чиме се обезбеђује дугорочна препознатљивост дестинације.

Пословна мисија *туризма регије Западна Србија* усмерена је на постизање стратешке позиције лидерске туристичке регије у области планинског, руралног, здравственог и туризма специјалних интереса, уз нагласак на регионалну сарадњу, умрежавање локалних самоуправа и развој комплементарних туристичких производа.

Програм развоја туризма регије Западна Србија дефинише *низ циљева* који се односе на унапређење туристичког промета, побољшање квалитета понуде и подизање нивоа конкурентности. Кључни циљеви су повећање броја долазака и ноћења туриста, посебно страних, подизање квалитета туристичких производа, проширење асортимана услуга и побољшање инфраструктуре која подржава туризам. Поред тога, документ предвиђа валоризацију културно-историјског наслеђа, примену савремених модела управљања дестинацијом, јачање запослености у сектору туризма, смањење сиве економије и агресивнију промоцију регије као јединственог туристичког брэнда.

На основу националне стратегије, анализа тржишта и маркетинг плана регије, у оквиру Западне Србије идентификовани су *приоритетни туристички производи* који представљају основу будућег развоја. То су: планински туризам, рурални и етно туризам, туризам специјалних интереса, еко-туризам, здравствени и spa & wellness туризам, манифестациони туризам, културно-тематске руте, транзитни и пословни (MICE) туризам, као и у мањем обиму наутички туризам. Ови производи обухватају комплементарне облике туристичке понуде и представљају темељ за регионалну сарадњу и интеграцију туристичких садржаја у јединствену дестинацију која повезује градске центре, планинска подручја, бање и руралне зоне.

Програм развоја туризма туристичке регије Западна Србија представља кључни оквир за дефинисање и унапређење локалних политика у области туризма. Сходно томе, Програм развоја туризма општине Нова Варош 2025–2028 у потпуности је усклађен са овим документом, и његови приоритети, мере и активности директно доприносе остваривању регионалних циљева.

План развоја општине Нова Варош 2022-2029.

План развоја општине Нова Варош за период 2022–2029. године представља највиши дугорочни документ развојног планирања на локалном нивоу. Његов задатак је да постави визију, развојне правце и приоритете који ће усмерити све јавне политике, програме и пројекте Општине у наредном седмогодишњем периоду.

Визија развоја Општине формулисана је као заједничка слика будућности коју становници желе да граде:

„Живим у граду из кога не желим да одем.

Општина здраве и очуване животне средине, јединствене туристичке понуде, чији су традиционални производи високо позиционирани на тржишту, и привреде базиране на одрживом коришћењу природних ресурса. Нова Варош је општина једнаких могућности за образовање, спорт, културу и друге аспекте друштвеног живота, како у граду, тако и у селу. Нова Варош ствара услове и пружа шансу младим и образованим људима да развијају заједницу.“

Овом визијом *туризам* је јасно препознат као један од кључних развојних потенцијала Општине, уз природне ресурсе и значајне локалитете. Наглашава се потреба да се туристичка понуда развија на одржив начин, као интегрални део локалне економије, који доприноси очувању животне средине, промоцији културе и унапређењу квалитета живота становништва. Туризам је, у овом контексту, не само економска делатност већ и средство за афирмацију локалног идентитета и стварање нових могућности за запошљавање, предузетништво и останак младих у заједници.

У складу са визијом, један од четири развојна правца дефинисаних Планом је „Одрживи економски развој“, у оквиру кога је туризам препознат као приоритетна област. Као први приоритетни циљ овог развојног правца дефинисан је следећи приоритетни циљ:

„Усаглашене и примењене политике одрживог туризма који ствара радна места и промовише природне вредности, локалну културу и производе.“

Ради остварења овог циља, у Плану развоја су дефинисане следеће мере које подразумевају:

- (1) усаглашавање планске документације развоја туризма са заштитом животне средине,
- (2) даљи развој приоритетних туристичких производа дестинације Златар и изградњу недостајућих капацитета у туризму,
- (3) развој ланаца вредности у туризму,
- (4) реорганизацију Туристичке организације „Златар“,
- (5) едукацију и промоцију пружалаца услуга у сектору туризма,
- (6) као и информисање и едукацију туриста и посетилаца о значају очувања животне средине.

Овако постављен циљ и мере представљају добру подлогу за израду и спровођење Програма развоја туризма општине Нова Варош 2025–2028, који се ослања на овај стратешки оквир и служи као инструмент његове реализације у области туризма.

Средњорочни план општине Нова Варош 2025-2027.

У складу са Законом о планском систему Републике Србије⁸, јединице локалне самоуправе имају обавезу да израђују и усвајају средњорочне планове као свеобухватне документе развојног и буџетског планирања. Према члану 26. Закона, средњорочни план се доноси за период од три године и представља инструмент који повезује јавне политике са средњорочним оквиром расхода, обезбеђујући спровођење стратешких приоритета уз одговорно управљање јавним средствима.

Средњорочни план општине Нова Варош за период 2025–2027. године усвојен је у циљу операционализације Плана развоја општине Нова Варош 2022–2029. и осталих докумената јавних политика. Он омогућава прецизније програмирање и финансијско планирање активности које доприносе остваривању дугорочних циљева, међу којима је и развој туризма. У оквиру Средњорочног плана, област туризма је обухваћена кроз неколико планираних мера, у оквиру којих су дефинисани пројекти и активности.

Мера 1.1.1: Даљи развој приоритетних туристичких производа дестинације Златар и стварање услова за изградњу недостајућих капацитета у туризму,

⁸ Сл. гласник РС, бр. 30/2018

Мера 1.1.2. Усаглашавање планске документације развоја туризма са заштитом животне средине.

У оквиру сваке мере, Средњорочни план предвиђа конкретне пројекте и активности који ће се спроводити у периоду 2025–2027. године, чиме се обезбеђује континуитет између стратешког, програмског и финансијског планирања у области туризма.

4 Опште информације о општини Нова Варош

Општина Нова Варош представља значајну географску тачку у југозападном делу Републике Србије. Подручје карактерише брдско-планински рељеф богат културним наслеђем, што јој даје посебну важност у контексту регионалног развоја и туризма. Положај општине Нова Варош отвара могућности за разноврсну туристичку понуду, од активног одмора у планинама до *”релакс”* програма на језерима. Анализом природних и људских ресурса се пружа слика о потенцијалима и ограничењима Општине за успешно позиционирање на туристичкој карти Републике Србије.

Нова Варош, простирући се на 581 km², обједињује 33 насељена места у 13 месних заједница⁹, чинећи специфичан просторни мозаик. На територији Општине живи 14.054 становника, формирајући насељеност са густином од 24 становника/km². Стога, као неразвијено подручје из IV категорије¹⁰, пружа посебне изазове у искоришћавању туристичких потенцијала и премошћавању ограничења економског развоја, ослањајући се на локалне и регионалне ресурсе. Тежиште развоја лежи у креирању уравнотежене туристичке понуде која уважава ограничења, а истовремено стимулише привредни раст. Нова Варош, упркос изазовима, поседује јединствен потенцијал за развој и представља природну везу између планинских масива и речних токова.

4.1 Географске, климатске и демографске карактеристике

Општина Нова Варош богата је разноврсним и живописним рељефом који представља кључни фактор атрактивности за развој туризма. Планински масиви, котлине, речне долине и језера чине јединствен спој природних елемената који привлаче посетиоце различитих интересовања.

4.1.1. Рељеф

Главну геоморфолошку карактеристику општине Нова Варош чине планински масиви којима је окружена. Најзначајнија планина је **Златар**, који се издиже изнад града Нове Вароши и доминира панорамом. Златар је део Динарских планина које се протежу све до Јадранског мора. Налази се између река Лима, Увца, Бистрице и Милешевке. Ова планина је посебно значајна због својих климатских карактеристика, с обзиром да представља спој

⁹ <https://rsjp.gov.rs/cir/analiticki-servis/>

¹⁰ Уредба о утврђивању јединствене листе развијености региона и јединица локалне самоуправе за 2014. годину (СГ бр. 104 од 1. октобра 2014.)

медитеранске и планинске климе. Највиши врх је Велика Кршева са висином од 1.627 метара изнад нивоа мора и пружају изванредан поглед на околину.

Поред Златара, значајне су и планине Јавор, Чемерница и Муртеница, које доприносе разноврсности рељефа и нуде могућности за планинарење, бициклизам и друге активности у природи. Значајну карактеристику рељефа општине Нова Варош чини и планина **Јавор**, која се налази на тремеђи општина Нова Варош, Сјеница и Ивањица, дуж границе Србије и Црне Горе. Планина Јавор, са својим врхом Василин врх на 1.519 метара надморске висине, представља доминантни елемент овог подручја. Због своје нетакнуте природе, чистог ваздуха и богатства флоре и фауне, Јавор постаје све популарнија дестинација међу туристима који траже мир, тишину и аутентичан доживљај природе. **Чемерница** се простире између Мучња, Јавора и Тисовице, Пресјечке реке и Уваца, на пола пута између Ивањице и Нове Вароши. Овај положај чини планину лако доступном из различитих праваца и омогућава интеграцију са другим туристичким дестинацијама у региону. Чемерница је кречњачка висораван са највишим врхом Белом стеном (или Бијела стена) висине 1.494 метра изнад мора. Планина има динарски смер пружања, што је карактеристично за овај део Србије. Источни и средишњи предео Чемернице је огољен, док у мањој мери има шуме. Претпоставља се да је планина добила име по чемерици – отровној биљци из рода *Veratrum*. **Муртеница** је највећи масив планине Златибор и простире се југоисточним делом, од Борове главе до реке Увац. Масив обухвата и Торнички масив (источни Златибор), села Доброселицу, Јабланицу и Стубло. Муртеница је прекривена боровом и брезовом шумом и представља најшумовитији део Златибора, чиме пружа идеалне услове за развој екотуризма и активности у природи.

Подручје Нове Вароши карактеришу и простране котлине, које се простиру између планинских масива. Котлине су плодне и погодне за развој пољопривреде, што представља основу за развој сеоског туризма и производњу локалне хране.

4.1.2. Хидрологија и водни ресурси

Хидрографска мрежа општине Нова Варош, испреплетена рекама, потоцима и вештачким језерима, представља кључни елемент природног капитала и битно обележје предела. Ови водени токови и акумулације, не само да обликују живописне пејзаже, већ имају и важну улогу у функционисању екосистема и развоју различитих видова туризма.

Река Увац се простире између планина Златибор и Златар. Увац извире југоисточно од Јадовика и има више притока које формирају његов ток дуг 119 km и слив површине 1.334 km². Река Увац се улива у Лим и припада Црноморском сливу, па једним делом свога тока залази на територију Босне и Херцеговине. Списак притока Уваца сведочи о разгранатости мреже. Десне притоке: Кладничка река, Вршевина, Тисовица, Шупљица, Негбинска река, Сенички поток, Ресничка река, Поток Прскала, Ћоски поток, Тустити поток, Доброселачка река, река Грижа и леве притоке: Вељушница, Мићораца, Злошница, Дубоки поток, Вранешки поток, Пјански поток, Рикача, Ловнички поток, Јабучки поток, Сурдуп поток, Трначки поток, Брзена река. Река је специфична по својим вијугавим меандрима који су уклесали кањон богат нетакнутом природом, ретком флором и фауном. Увац се одликује великом активношћу хидроелектрана које су подигнуте на бранама које секу његов ток.

Места на којима су подигнуте бране су опште позната, јер су се око њих формирала језера приступачна за посетиоце. Увац је најпознатији по својим акумулационим језерима. Ова језера су, осим своје технолошке улоге, преузела и улоге туристичких атракција. На обалама језера ничу угоститељски објекти, спортски терени, а њихова природа се може истражити на разне начине: Увачко језеро – код села Акмачићи, Златарско језеро – код Кокиног Брода и Радоињско језеро – код села Радоиње.

Са циљем заштите природних лепота и туристичког капацитета, читав појас долине Увца стављен је под заштиту Специјалног резервата природе „Увац“. Тиме су сва његова језера, пећине, флора и фауна заштићени законом и од тада се негују као природни споменици од великог значаја. Специјални резерват природе Увац обухвата 11.750 ha на деловима општина Ивањица, Нова Варош, Пријепоље и Сјеница. Тај простор, законом заштићен, нуди уточиште природним драгоценостима и привлачан туристички амбијент. Одлуком Владе Србије из 2006. године, Увац је проглашен за природно добро изузетног значаја, гарантујући очување његових јединствених карактеристика и богатог биодиверзитета. Срце резервата чини клисура реке Увац (2.717 ha), а тај драгуљ је дом реликтној птици белоглавом супу, реткој врсти лешинара која се сматра светом птицом, чистачем природе. Суп је највећа птица у Србији, са распоном крила од 2,5 метра. Управо на овом простору свој дом је нашло преко стотину врста птица, чинећи га оазом за орнитологе и љубитеље природе. Познати меандри реке Увац и **белоглави суп** чине овај резерват једним од најфотогеничнијих предела Србије.

Река Бистрица, чији је извор познат као Црвене воде на Златару и припада сливу реке Лим, прима бројне притоке (Варошки поток, Ригина вода, Власински поток, Љешки поток, Речица, Златарска река, Радовића врело, Црно врело), формирајући речни ток дужине 11 km, односно 18 km ако се узме у обзир Златарска река. Њено сливно подручје обухвата 79 km², док сама река, иако регулисана ради заштите од поплава и повезана са магистралним путем Београд-црногорско приморје, захтева сталну пажњу ради очувања њене еколошке вредности и улоге у развоју туризма.

Река Лим, иако протиче само мањим делом кроз општину Нова Варош, у зони хидроцентрале „Бистрица“, оставља значајан печат кроз језеро „Потпећ“. Регулисано и проширено корито елиминисало опасност од плављења, а сама акумулација дужине око 20 km, са браном високом 46 m у близини Прибоја и средњим годишњим протицајем од око 85 m³/s, чини важан хидрографски елемент, чији мањи део припада општини Нова Варош.

Трудовачка река, десна притока Тисовице која се накнадно улива у Дрину и део је црноморског слива, са дужином од 1,7 километара, тече кроз питоми предео који крије традиционални шарм — иако мања, краси је низ воденица, сведока некадашњег живота и симбол складне коегзистенције човека и природе. Иако директно не поседује значајнији туристички потенцијал, нетакнута природа у њеном окружењу и могућност посете старим воденицама чине је потенцијално интересантном за одређене циљне групе туриста.

Иако мање познате од Увца, **реке Злошница и Рикача** такође доприносе хидролошкој разноврсности општине Нова Варош. Злошница, повремено плавећи мањи део пута Нова Варош-Акмачићи, представља подсетник на снагу природе и динамику предела. Са друге стране, река Рикача обилујући водом током топљења снега и јаких падавина, плави део земљишта поред реке, стварајући плодне ливаде.

Увачко језеро, смештено на импресивној висини од 988 метара надморске висине, представља један од највреднијих природних ресурса општине Нова Варош. Са запремином воде од 213 милиона m^3 и површином од $5,7 km^2$, ово језеро је прави рај за љубитеље природе и активног одмора. Настало је преграђивањем реке Увац код села Акмачићи, а и данас служи као важан хидроенергетски ресурс, али и извор пијаће воде. Окружено је живописним стеновитим кланцима, док његова кристално чиста вода одражава лепоту околних планина и шума. Значајно: Меандри реке Увац, који се могу видети са видиковца Молитва, представљају један од најлепших приказа у Србији. Због своје величине и погодне климе, Увачко језеро пружа могућност за наутичке спортове, риболов и купање.

Радоињско језеро, смештено у подножју живописних планинских предела општине Нова Варош, представља праву оазу мира и природних лепота. Иако мање од Златарског и Увачког, ово језеро има своју посебну привлачност. Као компензациони базен за хидроелектрану "Бистрица", Радоињско језеро је дубоко повезано са производњом електричне енергије, али и са очувањем еколошке равнотеже. Налази се на 805 метара надморске висине и достиже дужину од 11 km, док му површина износи $0,55 km^2$. Завојито корито Увца даје језеру посебан облик, а околни крајолик умирујућу ноту. Током летњих месеци, Радоињско језеро привлачи посетиоце жељне купања и риболова, али и оне који траже тишину и бекство од градске вреве. Због положаја у кланцу, најбоље је уживати у вожњи чамцем по језеру.

Златарско језеро, једна од највећих вештачких акумулација у Србији, представља незаобилазну дестинацију за све љубитеље природе и активног одмора. Изграђено седамдесетих година прошлог века, преграђивањем реке Увац код Кокиног Брода, Златарско језеро лежи на надморској висини од 888 метара. Његова локација омогућава лак приступ како из Београда, тако и са црногорског приморја. Са површином од $7,25 km^2$ и дужином од 27 km, Златарско језеро нуди импресиван приказ. Максимална дубина језера износи 75 метара, пружајући идеалне услове за развој наутичког туризма и риболова. Брана хидроелектране Кокин Брод, висока 83 метра и дугачка 1.264 метра, доминира околним пејзажом и представља значајан грађевински подухват¹¹.

4.1.3. Заштићена подручја

На територији општине постоји богат и разноврстан биодиверзитет, са ретким и заштићеним врстама. Најпрепознатљивији је белоглави суп, чија популација након опоравка броји 307 јединки, али и многе птице грабљивице као што су: орао змијар, сури орао, осичар, сиви соко и друге врсте. Подручје општине припада Листи међународно значајних орнитолошких подручја (*IBA/Important Bird Areas*), као *IBA* подручје „Увац-Милешевка“. Подручје Златара припада Листи подручја одабраних за дневне лептире (*PBA/Prime Butterfly Areas*). ЕМЕРАЛД мрежи припада Увац чиме представља део европске еколошке мреже.

Очување и заштита природне и животне средине су од стратешког значаја за општину Нова Варош и представљају одличан потенцијал за развој туризма. Да би се заштитиле природне целине, држава је под заштиту ставила:

¹¹ Извор: wikipedia.org

- Специјални резерват природе „Увац“ – природно добро I категорије, које захвата површину од 11.750 ha. Око 2/3 резервата (око 7.833 ha) налази се на територији општине Нова Варош, док се 1/3 налази на територији општине Сјеница.
- Парк природе „Златибор“ заузима 5.169 ha на територији општине Нова Варош
- Планина Златар – ваздушна бања. Највиши врх је Голо брдо са надморском висином од 1.627 m. Покренут поступак заштите Специјалног резервата природе „Златар“ који обухвата катастарске општине Пријепоља и Нове Вароши у укупној површини од 7.864 ha.
- Споменик природе „Пећина Буковик“, II режим заштите, заузима површину од 97.8 ha
- Споменик природе „Црни бор – Лира“,
- Споменик природе „Мунике“,
- Предео нарочите природне лепоте „Парк шума Ивље“ заузима 76,4 ha територије
- Специјални резерват природе „Велики Рзав“-заштићено подручје I категорије према Студији заштите из 2022. године.

Према подацима из Просторног плана општине Нова Варош, изузимајући површину СРП „Златар“, око 23% територије општине је под неким режимом заштите природе, односно укупно око 13.176 ha.

Мониторинг и контролу врше Министарство заштите животне средине, Завод за заштиту природе, републички инспекцијски органи и локалне самоуправе у зависности од надлежности које обављају односно које су им поверене.

Крајем 2024. године Министарство заштите животне средине покренуло је поступак заштите Специјалног резервата природе Златар, као природног подручја I категорије, и то дела планине који припада општинама Нова Варош и Пријепоље. У том смислу, Министарство је израдило Нацрт уредбе о проглашењу и покренуло поступак проглашења, а укупна површина овог заштићеног подручја износиће 7.864 хектара, од чега је више од половине територије у државном и јавном власништву (52,74%), док је остатак у приватном.

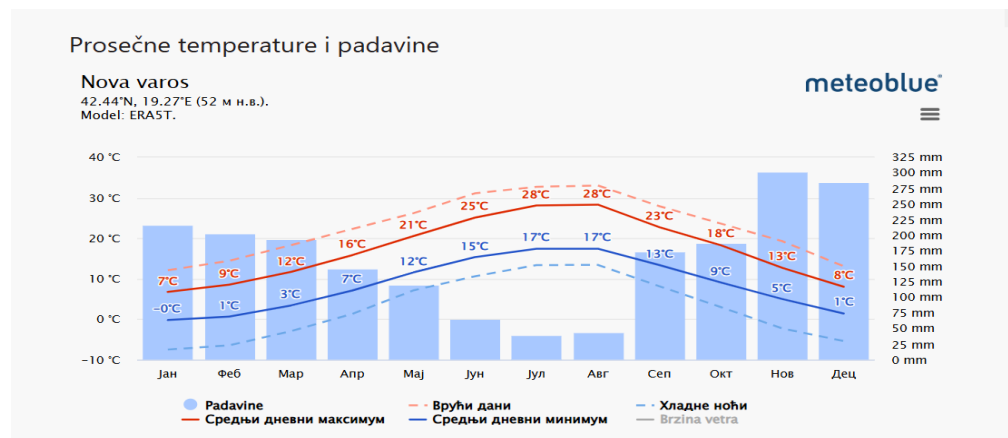
4.1.4. Клима

Умерено-континентална клима, са надморском висином између 600 и 1.100 метара и 4 јасна годишња доба, одликује климу Нове Вароши. Блага лета и умерено хладне зиме, са топлијим јесенима него пролећима, чине боравак у овом крају пријатним током већег дела године. Већина падавина се излучује током зиме, пролећа и јесени, док су летњи месеци нешто сувљи. Само највиши предели имају слабије изражена обележја субпланинске климе (прохладна лета, оштре зиме и топлије јесени од пролећа). Просечна количина падавина износи 875 mm. Врхунац падавина забележан је у мају (98,3 mm), док је секундарни максимум у новембру (65,4 mm). Јануар је месец са најмање падавина (41,8 mm), а август бележи секундарни минимум (54,0 mm). Снежни покривач током године траје просечно 96,2 дана, најдуже у јануару¹².

¹² Извор: <https://www.hidmet.gov.rs/>

Просечна максимална температура ваздуха износи 12,9 °C, а просечна минимална температура је 1,2 °C. Средњи броја мразних дана у току године је 142, а тропских само 5. Просечна влажност ваздуха на годишњем нивоу износи 75 %.¹³

Графикон 1. Основни климатски показатељи општине Нова Варош¹⁴



Климатске промене утичу на интензитет и учесталост временских непогода. На територији Нове Вароши протеклих година, забележене су обилне снежне падавине и екстремне суше. Снег може да донесе озбиљне проблеме као што су непроходност путева, пре свега сеоских, нестанак електричне енергије који условљава нестанак воде и грејања што отежава рад школа и других институција. Такође, у летњим месецима се општина Нова Варош суочава и са ризиком од шумских пожара. Последњих година високе температуре и суша могу допринети брзом ширењу пожара. Потребно је превентивно деловање локалне власти и грађана како би се смањио потенцијал за настајање пожара и штете.

4.1.5. Основни демографски показатељи

Демографска структура је кључан фактор развоја одређеног подручја, узимајући у обзир да одређује радну снагу, потрошачку базу и социјалне потребе заједнице. Старосна дистрибуција, стопа фертилитета и миграцијски обрасци директно утичу на економски раст, образовне потребе, здравствену заштиту и планирање инфраструктуре. Демографски трендови су стога неопходни за анализу јер пружају увид у будуће изазове и могућности, омогућавајући доносиоцима одлука да развију стратегије које ће подржати одрживи развој и благостање становништва.

Основни демографски показатељи општине Нова Варош приказани су у Табели 1.

Табела 1: Основни демографски показатељи

Основни подаци	Вредност	Година
Површина (км ²) ¹	581	(2023)
Број насеља ²	33	(2023)
Становништво – процена средином године ³	13035	(2024)

¹³ Извор: <https://www.hidmet.gov.rs/>

¹⁴ Извор: www.meteoblue.com

Густина насељености (број становника/км ²) ³	22	(2024)
Стопа живорођених ³	6	(2024)
Стопа умрлих ³	17	(2024)
Стопа природног прираштаја ³	-11	(2024)
Очекивано трајање живота живорођених (просек година) ³	76	(2024)
Просечна старост (у годинама) ³	50	(2024)
Индекс старења (60+ год. / 0–19 год.) ³	274	(2022)
Просечан број чланова домаћинства ⁴	2,41	(2022)
Пројектован број становника - средња варијанта	5023	(2052)

Извор: РЗС, ДевИнфо, профил Општине

Општина Нова Варош, са површином од 581 км² и укупно 33 насеља, има процену броја становника од 13.035 људи, што резултира густином насељености од свега 22 становника¹⁵ по км². Ова густина насељености указује на средње густу насељеност која може имати утицаја на локалне услуге и инфраструктуру. Стопа живорођених, која износи 6 на 1000 становника, заједно са стопом умрлих од 17 по 1000 становника, резултира негативном стопом природног прираштаја од -11. Просечна старост становништва од 50 година такође указује на демографске изазове са којима се општина Нова Варош суочава, посебно у погледу смањења популације. Поред тога, просечан број чланова домаћинства од 2,41 може указивати на мањи број породица са децом и већи број једночланих или парова без деце. Оваква структура домаћинстава може бити одраз шире социјалне динамике, укључујући урбанизацију, промене у традиционалним породичним системима, или економске факторе који утичу на одлуке о формирању породице. Пројекције броја становника за 2052. годину износе забрињавајућих 5.023 становника.

Табела 2. Становништво према старосним групама и полу¹⁶

Становништво према старосним групама и полу, 2023–2024.					
	2023			2024	
	Ж	М		Ж	М
Деца старости до 6 година (предшколски узраст)	300	340		290	324
Деца старости 7–14 година (узраст основне школе)	361	387		350	375
Деца старости 15–18 година (узраст средње школе)	254	249		242	236
Деца старости 0–17 година	849	902		812	872
Број младих (15–29 година)	865	902		812	872
Радни контингент становништва (15–64 година)	3769	4115		3627	3975

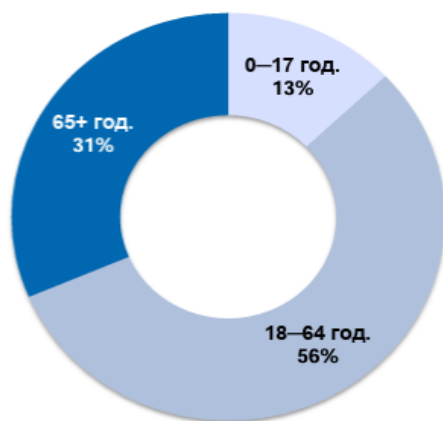
¹⁵ Извор: <https://rsjp.gov.rs/cir/analiticki-servis/>

¹⁶ Извор: <http://devinfo.stat.gov.rs/>

Укупан број становника	6559	6744		6423	6612
-------------------------------	-------------	-------------	--	-------------	-------------

Извор: Процене становништва, РЗС

Графикон 2: Становништво према старосним групама¹⁷



У општини Нова Варош, највећи удео становништва чини радно способна популација у старосној групи од 18 до 64 године, која обухвата 56%. Ово указује на потенцијал који општина има у својој радној снази. Са друге стране, млади до 17 година чине свега 13%, док старији од 65 година заузимају значајних 31% становништва односно скоро трећину суграђана, што наглашава потребу за адекватним здравственим услугама и социјалном подршком за старије.

4.2 Културно-историјско наслеђе

Због свог повољног географског положаја, територија општине Нова Варош је била насељена још од давнина. Археолошки налази сведоче о животу на овом подручју још 3000. године пре нове ере, а неолитска насеља, попут Бјелине и Пљосне стене, сведоче о развијеној култури током млађег каменог доба. Касније, Илири насељавају ово подручје и развијају насеобине попут Радоиње, Рутоша и Радијевића. Римљани су крајем другог века нове ере оставили свој траг у бројним некрополама. Током средњег века, подручје је у саставу Прве српске државе, где је трговина са Дубровником цветала. Турска власт доноси промене, а Скендерпашина паланка постаје важно трговачко место. Под окриљем Српске капетаније, Нова Варош добија на значају. Међутим, устаници и буне доводе до миграција становништва у 18. веку.

Културно-историјско наслеђе општине Нова Варош¹⁸ представља драгоцен мозаик који сведочи о бурној прошлости и богатом духовном животу овог краја. Најзначајнији део овог наслеђа чине бројни манастири који су вековима били центри очувања вере, писмености и културе.

Међу њима се посебно издваја манастир Дубница у Божетићима, који историчари често називају "духовним средиштем старих Влаха". Његова историја сеже у далеку прошлост, а

¹⁷ Извор: Процене становништва, РЗС

¹⁸ Извор: <https://www.novavaros.rs/index.php/istorijat.html>

данас представља место ходочашћа и духовног укрепљења. Поред Дубнице, значајни су и манастир Светог Јоакима и Ане у селу Рутоши, манастир Светих Козме и Дамњана на Воденој Пољани, обновљени манастир Увац и црква Свете Тројице у Новој Вароши, која својим архитектонским стилем сведочи о дугој историји града. Такође, вредна помена је и црква у етноселу Штитково, као пример традиционалне архитектуре и очувања културне баштине.

Посебну драгоценост околине Нове Вароши представљају цркве брвнаре, јединствени споменици народног градитељства, настале као израз посебних услова живота и доказ стваралачких способности човека. Једна од њих, посвећена Покрову Пресвете Богородице, налази се у Радијевићима на Златару, а друга, посвећена Вазнесењу Христовом, смештена је у селу Кућани.

Управо код Кућана, на огранку Муртенице, окружена венцем борова, пространим ливадама и пашњацима, налази се најмања, а можда и најстарија, црква брвнара у овом крају. Заштићена као споменик од изузетног значаја, црква је, према неким подацима, изграђена нешто пре 1780. године, док је припрата дограђена 1838. године. У цркви се налазе царске двери, рад Симеона Лазовића, иконописца из Бијелог Поља. Према запису, двери су сликане 1780. године, што се претпоставља да је било у време градње самог храма. Црква је посвећена рођењу Пресвете Богородице.

Изграђена од масивних борових талпи-брвана, са кровом од шиндре, чије дубоке стреје заклањају велики део зидова, црква у Кућанима одаје утисак скромности и топлине. Заједно са олтарским простором и припратом, дугачка је 6,5, а широка 3 метра. Висина од пода до таванице износи само 2 метра. Западна и северна врата висока су само 112 см, додајући јој посебан шарм. Под је поплочан каменим плочама неправилног облика, а западна врата на припрати, за која се може претпоставити да су из времена градње цркве, украшена су веома декоративно. Иако мала, ова црква је значајки рађена и представља значајну творевину народних градитеља из Старог Влаха, који су током XIX века и почетком XX века били цењени и познати у цитавој западној Србији, где су куће брвнаре и цркве брвнаре највише и грађене. Легенда каже да је минијатурна црква за ноћ изграђена и пренета на скровито место – у шумарак, међу борове.

Вековно присуство Отоманске империје оставило је трајни печат на овај простор, обојивши га мултикултуралношћу, што се огледа у бројним споменицима исламске културе. У самом центру Нове Вароши налази се једина џамија, подигнута у периоду између 1887. и 1894. године, а репрезентативни објект исламске архитектуре је зграда турске Кајмакаме, грађена крајем 19. и почетком 20. века. Раскошна и модерна, у исламском стилу, представља ретку грађевину турске грађанске епохе.

Завичајни музеј у Новој Вароши, отворен 1. новембра 2012. године поводом обележавања стогодишњице ослобођења нововарошког краја од турске власти и Јаворске битке 1. новембра 1912. године, смештен је у згради Кајмакамије. Музејска збирка има 240 оригиналних експоната и три реплике оригинала: печат кнеза Стројимира из IX века, сабљу кнеза Михаила Рашковића из 1516. године и официрску сабљу генерала Фрање Заха, команданта Јаворске војске у Српско-турском рату 1876-1878. године. Музејска збирка прати време од неолита до краја Првог светског рата и распоређена је у 4 одељења: археолошко, етнолошко, историјско одељење и одељење историје уметности. Објект је грађен у преплитању традиционалног исламског и модерног европског архитектонског

стила, па оставља утисак пријатне складности, лепоте и доминације у односу на друге грађевине у чаршији оног времена, а и данас. У њој су тада биле смештене многе турске установе, среско начелство, турски суд, турски срески јавни тужилац, пореска управа...

Збирка Завичајног музеја укључује:

- Печат кнеза Стројимира из IX века, који представља најстарији материјални доказ о постојању српске државе на Балканском полуострву. На печату, израђеном од злата грчким писмом пише: "Боже, помози Стројимиру". Оригинал печата се налази у Историјском музеју Србије.
- Сабљу кнеза Михаила Рашковића из 1516. године. Оригинал сабље се налази у Војном музеју у Београду. Рашковићи су стара властелинска породица овог краја и имају велики значај у његовом привредном, културном и духовном развоју, а дали су велики допринос у тежњи српског народа са овог подручја да се ослободи од турске власти. Такође су утицали да процес исламизације српског народа буде мањи. Њихови потомци су породица Калаитовић.
- Официрску сабљу генерала Фрање Заха, команданта Јаворске војске у Српско-турском рату 1876-1878. године. Ослобођење Рашке области у овом рату било је од великог значаја. Најзначајнијом, Јаворском битком, командовао је генерал Зах, који је на Калипоље послао главнину српске војске. Оригинал сабље се налази у Историјском музеју у Београду.

У оквиру Етнолошког одељења налазе се тематске поставке: Старе сеоске и градске куће у нововарошком крају; Начин одевања градског и сеоског српског и муслиманског становништва; Предмети материјалне културе коришћени у нововарошким кућама. У оквиру Историјског одељење најзначајнији експонати су: Јатагани - белошапац и црношапац; Пушка "Танчица" или "Арнаутка", рађена у Призрену између XVII-XIX века.

Посетиоци ове љупке вароши могу уживати у изложбама Завичајној музеја и Галерији Квадратура круга у Новој Вароши, или посетити Калипоље, место чувеног боја за независност Србије 1876. и 1877. године.

4.3 Саобраћајна, комунална и туристичка инфраструктура

Општина Нова Варош има стратешки важан географски положај, с обзиром на то да се налази на траси магистралног пута М-21, који представља значајну саобраћајну артерију која повезује Београд са Јадранским морем. Ова позиција омогућава директан приступ како регионалним, тако и међународним тржиштима, што је од великог значаја за економски развој општине.

Саобраћајна повезаност насељених места у општини обезбеђена је развијеном путном мрежом, која укључује 99,5 km регионалних и 192 km локалних путева. Приближно 80% ове мреже је асфалтирано, док остатак чине путеви са другим врстама коловоза. Додатну повезаност обезбеђује и мрежа некатегорисаних путева, укупне дужине преко 400 km.

Табела 3: Путна мрежа¹⁹

Показатељ	Јединица мере	Вредност показатеља		
		2021	2022	2023
Дужина путева	км	718	719,36	719,36
Густина путева	км/км ²	1,2	1,2	1,2

У погледу пружног саобраћаја, југозападним делом општине, пратећи долину реке Лим, пролази важна међународна пруга Београд – Бар. За потребе становништва и привреде Нове Вароши, изграђена је железничка станица Бистрица, која је удаљена 17 км од центра града. Ова станица омогућава приступ железничком саобраћају за путнички и теретни транспорт.

Структура путне мреже, посматрано по категоријама, обухвата 42 km магистралног пута, 60 km регионалних путева и 407 km локалних путева. Магистрални пут је у потпуности савремени коловоз, док је код регионалних путева 53 km савременог коловоза, а код локалних путева 38 km²⁰.

Иако Општина располаже значајном дужином путне мреже, њено стање није у потпуности задовољавајуће. Брдско-планински рељеф Општине и разуђеност насеља представља велики изазов за одржавање и унапређење путне инфраструктуре. Значајан део локалних путева није асфалтиран, док су асфалтирани путеви често у лошем стању. Поред тога, ширина локалних и регионалних путева често не одговара техничким стандардима, што може представљати проблем за несметано одвијање саобраћаја.

У циљу унапређења саобраћајне инфраструктуре општине, неопходно је континуирано радити на модернизацији и рехабилитацији путне мреже, као и на изградњи нових саобраћајница. Посебна пажња мора се посветити одржавању постојећих путева, посебно током зимског периода, како би се обезбедила сигурност и проходност саобраћаја.

На територији града све саобраћајнице обележене су прописно саобраћајном сигнализацијом. Иста је постављена у складу са пројектом саобраћаја који је израђен за сваку улицу посебно. Као таква, примљена је од органа МУП-а о чему је издато стално решење у сврху полагања практичног дела наставе (обука возача и полагање возачког испита).

Све наведено у складу је са Стратегијом о безбедности саобраћаја општине Нова Варош за период 2025-2028.година и подржано Акционим планом.

Паркинг у граду је подужни (улични) и налази се у улицама Светог Саве и Карађорђевој. Постоје и паркинг простори који се налазе испред јавних предузећа, стамбених заједница, маркета, који су уредно и законски обележени саобраћајном сигнализацијом и који су доступни свим грађанима. Није успостављена служба јавног паркирања и не врши се наплата паркинга. Највећа потреба за решавањем јавног паркинга за аутомобиле и аутобусе намеће се у зони језера и центру туристичке зоне Златар, као и у градском центру.

¹⁹ Извор: <https://rsjp.gov.rs/cir/analiticki-servis/>

²⁰ Извор: Општине и региони у Републици Србији, 2024

4.3.1 Комунална инфраструктура

Упркос значајном водном потенцијалу којим општина располаже, анализа показује да је обухват домаћинства са обезбеђеним и континуираним приступом пијаћој води испод националног просека, што представља један од приоритетних изазова за развој инфраструктуре.

На **водоводну мрежу**, дужине 83 km, прикључено је 4.210 домаћинства, односно 71,3% домаћинства, што је ниже од просека Златиборског округа (87,2%) и просека Републике Србије (86,7%)²¹. Испоруку воде за пиће на подручју које обухвата 55% становника општине, и то градску средину, село Дрмановиће, део Горње Бистрице, Бурађу, део Божетића и Амзиће, врши Јавно предузеће за комуналну делатност „3. септембар”²². Водоводна мрежа која покрива то подручје (без осталих села) износи 64 km, капацитет резервоара је 2.500 m³, а прикључено је 3.445 домаћинства. Водоводни систем се снабдева водом из изворишта подземне воде и то: Гачево врело, Лакомица, Шапоњића и Црно Врело, док се повремено користе два мања изворишта за допуну система, Мукића Јама и Шопот. Ради обезбеђивања стабилности снабдевања, одвојени мањи системи су међусобно повезани цевоводом како би била омогућена допуна из једног у други систем. Присутне су велике осцилације у доступној количини воде током године, тако што се у сушном периоду током позног лета и ране јесени, издашност извора смањује на минимум. Систем је стабилан и нема значајнијих проблема по питању притисака у мрежи, с обзиром да су дефинисане висинске зоне, док губици у систему износе 35-45%. Квалитет воде из изворишта Гачево Врело и Лакомица припадају класи високо квалитетних изворских вода и у највећем делу године се могу користити за пиће након основне дезинфекције хлором. 2020. године покренут је пројекат водоснабдевања са изворишта „Ђурчића врело” којим ће бити обезбеђена вода за МЗ Божетиће, а у наредној фази и за туристичку зону Златар и МЗ Акмачићи и Дрмановићи. До сада је изграђена каптажа, 3 резервоара са укупним капацитетом 300 m³, 2 црпне станице, 2 трафостанице, око 5 km гравитационог цевовода и 3 km потисног цевовода. Вода је доведена до центра МЗ Божетићи (Боровита главица) одакле ће даље бити дистрибуирана магистралним водом и секундарном мрежом. Укупна вредност инвестиције за претходних 5 година износила је више од 150 милиона динара. На подручјима на којима не постоје водоводни системи, становништво се снабдева водом из локалних изворишта и бунара.

Дужина **канализационе мреже** износи 36 km и на њу је према подацима представљеним у DevInfo бази прикључено 4.150 домаћинства. (Према подацима којима располаже ЈП „3. септембар” 2.860 домаћинства је прикључено на мрежу и додатно, око 50 домаћинства има септичке јаме). Покривеност домаћинства канализационом мрежом од 70,3% је виша од просека Златиборског округа (66,4%) и просека Републике Србије (63,2%)²³.

Отпадне воде које се сакупљају кроз канализацију се испуштају без пречишћавања директно у површинске водотокове. Систем за одвођење атмосферских вода не постоји. У претходних десет година није било проширења канализационе мреже. Започете су припреме за изградњу постројења за пречишћавање отпадних вода Нове Вароши.

²¹ Извор: <https://rsjp.gov.rs/cir/analiticki-servis/>

²² Извор: План развоја општине Нова Варош 2022-2029

²³ Извор: <https://rsjp.gov.rs/cir/analiticki-servis/>

Управљање отпадом на територији општине није успостављено према прописаним стандардима. Просторни обухват општине који је покривен прикупљањем отпада износи око 75%, а покривеност домаћинства је око 85%. Рециклира се максимално од 1-2% прикупљеног отпада, док се остала целокупна количина одлаже на несанитарну депонију. Отпад који се не сакупља завршава на дивљим депонијама и сметлиштима. Чврсти комунални отпад се редовно сакупља из домаћинства и привредних субјеката у градском и приградским насељима, док се отпад из појединих сеоских насеља прикупља три до четири пута месечно (Дрмановићи, Акмачићи, Комарани, Божетићи, Кокин Брод, Вранеша, Радоиња, Рутоши, Бистрица и Дражевићи). Количине генерисаног отпада се током година постепено повећавају, тако да су се годишње количине отпада са 2.500 до 3.000 тона, повећале и до 3.900 тона. Целокупна количина сакупљеног отпада се одлаже на несанитарну депонију „Дубоки поток” у Друглићима у општини Прибој, којом наизменично управљају јавна комунална предузећа из Нове Вароши, Прибоја и Пријепоља²⁴.

С друге стране, **снабдевање електричном енергијом** је универзално, те сва насељена места и практично сва домаћинства у општини имају приступ електричној енергији током целе године, изузев у ситуацијама неповољних временских услова и ванредних ситуација изазваних обилним снежним и олујним кишним падавинама. Од укупно 8 проглашених ванредних ситуација на територији општине, 6 је проглашено због обилних снежних падавина које су утицале на немогућност испоруке струје и воде, односно 75% ванредних ситуација проглашено је због обилних снежних падавина. На територији општине Нова Варош регистровано је преко 9.300 индивидуалних прикључака. Постоји потреба за заменом дрвених стубова у сеоским подручјима, као и за реконструкцију далековода на подручју месне заједнице Акмачићи. Изградња објеката у широј туристичкој зони у претходних 8 година је интензивнија, чиме је и потреба за повећањем капацитета снабдевања електричном енергијом израженија. Планирана је инвестиција у изградњу ТС 35/10KV на локацији Брдо и вођење каблвода 35KV из ТС 110/35KV Нова Варош.

Табела 4: Статистика издатих докумената за изградњу објеката на територији општине²⁵

Документ	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.	2025.
Локацијски услови	34	47	69	65	32	58	45
Грађевинске дозволе	19	32	46	54	33	35	32
Решења по чл.145	10	16	54	42	122	60	67
Употребне дозволе	1	3	7	4	6	19	3

²⁴ Годишњи програм коришћења буџетског фонда за заштиту животне средине

²⁵ Извор: Одељење за урбанизам ОУ Нова Варош

Покривеност **телефонском мрежом** је такође потпуна, а у свим месним центрима су присутне јединице градске поште, уз пружање услуга од стране поштанских радника и у другим насељеним местима.

Кључни недостатак у инфраструктури општине Нова Варош представља одсуство система за пречишћавање отпадних вода. Отпадне воде са територије Општине се не пречишћавају, већ се директно испуштају у Варошку реку, односно реку Бистрицу, путем колектора. У општини није успостављен катастар загађивача, а мали број предузећа има обавезу израде процене утицаја на животну средину. Сеоска домаћинства нису обухваћена канализационом мрежом, што доводи до неконтролисаног испуштања отпадних вода у окружење.

На територији Општине нема јавних тоалета. Највећа потреба за решавањем овог питања намеће се у заштићеним подручјима, нарочито у зони језера која трпе велики притисак посетилаца вишечасовних организованих тура.

4.3.2 Туристичка инфраструктура

Према Закону о туризму (члан 3, став 33) под појмом туристичке инфраструктуре су објекти за информисање, предах, снабдевање, рекреацију, едукацију и забаву туриста, и то: скијалишта, купалишта и плаже, тематски и забавни паркови, туристички информативни центри, центри за прихват туриста и посетилаца, одморишта поред путева, објекти наутичког туризма, терени за голф, тениски терени, отворени и затворени објекти спортске рекреације, мале вештачке акумулације са купалиштем, базени за купање, велнес објекти, забавно рекреативне стазе и путеви (трим стазе, стазе здравља, видиковци, панорамски путеви, бициклистичке стазе, пешачке стазе, стазе за моторне санке и сл.), уређене обале река и језера, објекти за посматрање природних реткости, објекти за предах и краће задржавање туриста, објекти за авантуристичке активности и др.

Добра туристичка инфраструктура привлачи туристе и осигурава да се они осећају добродошло и угодно. То није само питање посећености, већ и дужине боравка и спремности на потрошњу. Када се туриста осећа удобно и има лак приступ разним активностима и услугама, већа је вероватноћа да ће продужити свој боравак и истражити све што дестинација има да понуди.

Економски утицај добро развијене туристичке инфраструктуре је неоспоран. Приходи од туризма подстичу локалну економију, отварају нова радна места и омогућавају инвестиције у даљи развој, од малих породичних предузећа до великих хотелских ланаца. Кроз порезе, накнаде и директну потрошњу туриста, локална заједница добија финансијску подршку за унапређење јавних услуга и инфраструктуре.

Диверсификација туристичке понуде је још један важан аспект. Развијена инфраструктура омогућава привлачење различитих група туриста, од породица са децом до авантуриста и културних ентузијаста. Ова разноликост смањује зависност од једне врсте туризма и чини дестинацију отпорнијом на сезонске флукуације и промене у трендовима путовања.

На крају, развој туристичке инфраструктуре мора бити у складу са принципима одрживости. То значи да треба пажљиво планирати и управљати ресурсима, како би се заштитила природна и културна баштина за будуће генерације. Улагање у зелене технологије, енергетску ефикасност и одговорно управљање отпадом нису само еколошки императиви,

већ и начин да се створи атрактивна и пожељна дестинација за еколошки свесне туристе. У суштини, добра туристичка инфраструктура није трошак, већ инвестиција у будућност. То је темељ на коме се гради одржив и просперитетан туристички сектор, који доноси корист не само посетиоцима, већ и целој локалној заједници.

4.3.3.1. Објекти за информисање

Туристички информативни центри

Туристички информативни центар (ТИЦ Златар) је отворен 2018. године и радио је до 2024. године. Позициониран је у центру Туристичке зоне Златар, у непосредној близини паркинга Хотела „Панорама“. Туристичка организација „Златар“ управљала је ТИЦ. Центар је радио сваки дан у току летње туристичке сезоне у 2 смене. Просечан број запослених у центру је био 3-4 радника, са познавањем енглеског језика и искуством из туристичког сектора. ТИЦ се показао као најбољи сервис пружања информација на дестинацији. Искуство координацијом рада Инфо центра од 7 година, дало је значајан ефекат. Гости су добијали тражене комплетне информације на једном месту, а са друге стране пружаоци услуга су се информисали и актуелним дешавањима на дестинацији уједно обавештавајући локалну ТО о сопственој понуди. У оквиру ТИЦ били су доступни промо материјали, туристичке мапе, обавештења о актуелним дешавањима... ТИЦ није обављао послове продаје аранжмана и резервације, као и продаје сувенира. У зони се налазе објекти са сувенирницама, међу којима су аутентичне биле сувенирнице УГ „Стари занати за ново доба“. ТИЦ не ради од половине 2024. године. У плану је изградња новог ТИЦ у оквиру Туристичке зоне Златар, као и новог објекта за Туристичку организацију „Златар“ на градском тргу у Новој Вароши. Општина развија пројекат изградње Туристичко визиторског центра „Растоке“ на брани Увачког језера. Визиторски центар у Кокином Броду, који је изграђен пре 15 година, није стављен у функцију. Овим Визиторским центром управља Резерват природе „Увац“ доо. Увиђа се потреба за успостављањем ТИЦ у централној туристичкој зони и зонама језера.

Други информативни пунктови

Туристичка организација поседује 7 билборда и 2 лед екрана, чији садржај се мења 3 пута годишње и 30 инфо-табли. Билборди су постављени на следећим локацијама: улазак на територији општине из правца Златибора, Стадион „Браношевац“, излазак „Радача“, почетак зоне „Брдо“, центар зоне „Златарски златник“, градски трг, Акмачићи – правац ка Растокама. ЛЕД екрани су позиционирани у центру туристичке зоне поред Коначишта „Златарски златник“ и на раскрсница испод РХ „Центра“²⁶. Садржаји који се промовишу односе се на слогане и манифестације, односно најаве програма манифестација које се организују под покровитељством општине и ТО, као и на пејзажне фотографије природних лепота и атракција општине. Инфо табле су распоређене на свим кључним локацијама са смештајним капацитетима, нарочито у широј туристичкој зони са циљем обележавања пружалаца услуга смештаја. Са друге стране, више од 30% табли постављено је на атрактивним локацијама попут Водене пољане, Штиткова, Драглице, Вранеша, меандри у

²⁶ Извор: ТО Златар

Радоињи, којима су представљене информације о природним атракцијама и вредностима тих подручја.

Интернет презентација Туристичке организације „Златар“ се налази на адреси www.zlatar.org. Вебсајт представља информативну платформу општине Нова Варош и садржи основне информације о дестинацији. Сајт је модеран и прегледан, пружа информације о смештају, атракцијама, активностима и догађајима. Коришћен је једноставан веб дизајн. Функционалност је доста ограничена и вебсајт не поседује могућност за резервације смештаја. На сајту не постоје интерактивне мапе и контакт форма је доста једноставна. Одржавање сајта поверено је екстерном администратору. Последњи редизајн сајта је био почетком 2024. године и од тада има 12.500 прегледа, а за 3 године пре редизајна 5.500 прегледа.

Мобилна апликација са туристичким информацијама није дизајнирана нити је до сада била предмет планирања. Савремени канали комуникације и доступност информација крајњим корисницима туристичких услуга намећу потребу о разматрању и оваквом приступу маркетингу.

Објекти за предах

Локално становништво је пределе планине Златар и излетишта на пропланцима, поред речица и потока, користило од почетка развоја туристичке понуде, а то је нешто више од 90 година, како бележе списи и фотографије, објаве у чланцима о варошким породицама и њиховим летњиковцима. Данас постоји неколико уређених одморишта за предах и краће задржавање туриста. Пројектом прекограничне сарадње уређено је 5 одморишта на следећим локацијама поред пешачких стаза и путева које користе туристи у шетњама: Водена пољана, црква на Златару, Батаковићи, Вранеша и Ваганица. Ова одморишта су обележена инфотаблама, приступачна и изгледом су такозване дрвене печурке.

У последњих 7 година промовисани су многобројни видиковци у широј туристичкој зони Златара, меандара Увца у Радоињи као и на подручју СРП Увац. Изнад увачких меандара у Радоињи, у близини Етно еко села Вранеша, постављено је 5 видиковаца означених инфотаблама. Неки од њих су захтевнији за прилаз али их туристи обилазе и радо фотографишу. Међу најатрактивнијим видиковцима издваја се видиковац на Хоџиној стени који није у функцији последње 2 године због прилаза кроз приватне парцеле. Видиковац у близини Балон хале, у центру туристичке зоне Златар редовно се одржава и занавља опремом: постављена је дрвена печурка, љуљашка за фотографисање, пар дрвених клупа и канти за отпатке. Дуж пешачких стаза и путева у широј зони туристичког центра постављене су дрвене клупе као одморишта за предах туриста и посетилаца. Једино излетиште које се уређује и одржава је парк у Вировима, поред реке Злошнице које је опремљено роштиљима, дрвеним сетовима за седење, местима за роштиљ, парковским мобилијаром за најмлађе. Ово излетиште је ограђено и такође означено инфотаблом. Веома велико интересовање локалног становништва и туриста је пешачка стаза кроз Шопот (шума изнад градског насеља, према туристичкој зони) која се у једном делу шири у пропланак са чесмом. Ово излетиште је веома посећено и представља прави предах у шетњама у широј зони центра.

На подручју СРП Увац постоји неколико веома атрактивних и посећених видиковаца којима управља Резерват.

Чистоћу на излетиштима, видиковцима и одмориштима одржава ТО „Златар“ у сарадњи са комуналним службама, али и локална еколошка удружења и грађанима који у последњих пар година показују изузетну ангажованост за решавање питања заштите природе, нарочито локалитета који су најпосећенији: Шопот, Златар, Вилови итд. С обзиром на локације и опремљеност видиковаца, одморишта и излетишта није редак случај да се управљачи сусрећу са вандализмом, уништавањем мобилијара и крађом истих.

Објекти за снабдевање

Трговински и угоститељски објекти у Новој Вароши играју кључну улогу у туристичком искуству, међутим, анализа показује одређене слабости које утичу на укупну перцепцију дестинације. У угоститељским објектима, уочава се претежна оријентација на индустријске производе, док је понуда локалних специјалитета и традиционалних јела недовољно заступљена. Иако су у центру Златара постављене нове продајне кућице атрактивног изгледа, асортиман у њима није у потпуности усклађен са локалном понудом, што може створити утисак нејасне стратегије у управљању тим простором. Недовољна комуникација и неумреженост између пружалаца туристичких и угоститељских услуга додатно отежава креирање кохерентне туристичке понуде. Такође, велики број сметлишта у заштићеном подручју негативно утиче на имиџ дестинације. Иако се квалитет услуге код пружалаца услуга излета бродовима разликује, код неких постоји простор за побољшање, укључујући поштовање времена туриста и улагање у едукацију водича. Недостатак минималних услова за вишечасовни боравак у природи, као што су тоалети и могућност куповине воде, додатно смањује квалитет понуде. У самом туристичком центру Златара, уочава се недостатак локалних производа у понуди, чак и у угоститељским објектима који би требало да представљају огледало локалне гастрономске традиције.

Објекти за рекреацију

Отворени и затворени објекти спортске рекреације: На територији општине Нова Варош у функцији су следећи спортско-рекреативни садржаји:²⁷

- Фудбалски стадион Браношевац са травнатим тереном и тартан атлетском стазом
- Мини пич терен на Браношевцу са подлогом од вештачке траве
- Градска мултифункционална хала за рукомет, одбојку, кошарку и мали фудбал
- Мултифункционална балон хала на Златару
- Трим стаза код РХЦ Златар са справама у дужини од 2.300м
- Авантура парк код хотела Панорама у дужини од 340м
- Спортски терени у Насељу - терени за тенис, одбојку, кошарку, рукомет, мали фудбал, теретана на отвореном и терен одбојке на песку

Плаже и купалишта на језерима нису уређени од стране локалне самоуправе и локалне туристичке организације. Језера и њихова приобаља припадају заштићеном подручју СРП Увац. Понтонска плажа на Кокином Броду је уклоњена пре пар година. Посетиоци користе приобаље у сопственој организацији, исказујући велику заинтересованост за уређењем плажа и купалишта на овим атрактивним локацијама.

²⁷ Извор: *Програм развоја туризма општине Нова Варош 2018-2027*

Забавно рекреативне стазе и путеви:

Подручје општине Нова Варош пружа изванредне могућности за љубитеље природе и планинског бициклизма. Уколико неко трага за активним одмором, на располагању му је прилика да ужива у очуваној природи Златара, Мучња, Јавора и Муртенице, возећи се бициклом кроз ове прелепе пределе. Осим рекреативних вожњи асфалтираним и макадамским путевима, доступно је неколико уређених и обележених бициклистичких рута, које доприносе укупном доживљају. Стазе воде са Златара до језера Увац, до манастира Милешева у Пријепољу или пак све до Пештерске висоравни. За оне који желе да уживају у природи на овај начин, на располагању су бицикли за изнајмљивање у хотелу Панорама, у туристичком центру планине Златар. На располагању су три стазе за бициклизам:²⁸

Рута: Златар – Увац

Ознака руте: ZS – ZLTR – UV1

Путања: Дрмановићи – Акмачићи – Комарани – Увачко језеро (брана)

Дужина руте: 10,9 km

Висинска разлика: 179 m

Укупан успон: 459 m

Опис руте: Ова узбудљива бициклистичка авантура креће из села Дрмановићи, које се налази у подножју планине Златар, познате као ваздушна бања западне Србије. Пут се даље благо спушта до Липе, а затим поново пење до Планске школе и села Акмачићи. Наредна дестинација је шармантно село Комарани, смештено у кањону реке Увац, одакле се пружа величанствен поглед на Златарско језеро. Кањон Увца је специјални резерват природе, заштићено природно добро и уточиште за многе животињске врсте, међу којима се посебно истичу белоглави суп и риба младица. Крај руте се налази код импозантне бране Увачког језера (Сјеничког језера), смештеног између Златара и Јавора, које је настало преграђивањем реке Увац и изградњом бране код села Акмачићи.

Рута: Манастирски пут

Ознака руте: ZS – ZLTR – ZP1

Путања: Златар – Водена пољана – Манастир Милешева – Пријепоље

Дужина трасе: 23 km

Висинска разлика: 1060 m

Укупан успон: 802 m

Опис руте: Полазна тачка ове инспиративне стазе се налази на златарском Превоју, одакле се пут наставља ка Воденој пољани и Потконику. На Воденој пољани, врху Златара, налази се јединствена црква-брвнара „Свети Козма и Дамјан“, пружајући духовни мир на овом високом месту. Стаза даље води ка Шумарској кући, која се налази на надморској висини од 1400 метара, где супланинска клима изузетно прија за скијаше. Након тога следи силазак ка извору Чардак, у чијој близини се налазе Тубића извор и једне од најдужих пећина у Србији, Ушачка и Тубића пећина, пружајући прилику за истраживање и авантуру. Следећа

²⁸ Извор: <https://www.zlatar.org/>

станица је манастир Милешева, данас седиште епископије СПЦ под заштитом УНЕСКО-а. Овај манастир је подигао краљ Стефан Владислав у XIII веку, а светски познато ремек-дело из манастира је фреска Белог Анђела. Након преласка преко Беговог моста и Трга Ослободилаца, стиже се до Милешевског моста у Пријепољу и последње тачке руте, центра Пријепоља, који лежи на ушћу реке Милешевке у Лим.

Рута: Сјеница – Златар – Нова Варош

Ознака руте: ZS L1

Путања: Сјеница – Златар – Нова Варош

Дужина трасе: 36 km

Висинска разлика: 404 m

Укупан успон: 2103 m

Опис руте: Ова авантура почиње у Сјеници, граду који се налази на надморској висини од 1030 метара у кречњачкој области Пештерске висоравни и познат је као један од најхладнијих градова у Европи. У средњовековној Србији, Сјеница је била седиште породице Немањић, а о томе сведочи локалитет Царичина, где се налази летњиковац царице Јелене, супруге цара Душана. Стаза затим пролази поред Старе сјеничке основне школе, преко Пријепољске раскрснице и Лијепе равни до брда Говењак, пратећи регионални пут Сјеница-Нова Варош. Од села Горачице, преко Горачанске реке и засеока Аљиновићи, стиже се до Сувог бора, највише тачке руте, а затим следи благи спуст ка Бакаровини. Пут даље води ка Превоју на Златару и насељима Дрмановићи и Гнездо, удаљеним 4 km од Нове Вароши. Рута се завршава проласком кроз нововарошка насеља Шанац и Браношевац. Оно што Нову Варош чини посебно препознатљивом је присуство белоглавог супа, чије се природно станиште налази у кањону реке Увац, нудећи јединствен приказ и прилику за посматрање ове величанствене птице."

Објекти за едукацију

У Новој Вароши тренутно недостају едукативни садржаји, изложбе и радионице у центрима за прихват туриста и посетилаца, што представља пропуштену прилику за обогаћивање туристичке понуде. Постоји реална потреба за креирањем таквих садржаја који би на атрактиван начин представили природне лепоте, културно наслеђе и традицију овог краја. Едукативни програми би могли бити намењени различитим циљним групама, од деце и омладине до одраслих и специјализованих група. Успостављање центара са интерактивним изложбама и радионицама би допринело продужењу боравка туриста и повећању њиховог задовољства. Промоцијом ових садржаја кроз различите канале комуникације, Нова Варош би могла да се позиционира као дестинација која нуди више од пасивног одмора, пружајући посетиоцима прилику за учење и лични развој.

Објекти за авантуристичке активности:

У последњих 10 година развијају се различити видови авантуристичких садржаја у приватном сектору: кајакаштво на Увачком, Златарском и Радоињском језеру, као и off road туре на Златару, према меандрима Увца, обилазак објеката верског и културно-историјског наслеђа и слично. Туре могу бити организоване индивидуално - у самосталној режији, уз добијање мапа или у пратњи пружалаца и организатора ових понуда.

Објекти наутничког туризма

Иако је општина Нова Варош богата воденим ресурсима, укључујући језера и реке, објекти наутничког туризма тренутно нису развијени у значајној мери. Постојећи потенцијал за развој наутничког туризма, као што су уређење пристаништа, шеталишта и места за риболов, остаје недовољно искоришћен. Упркос повољним природним условима, недостатак инвестиција у ову област и неразвијена инфраструктура ограничавају понуду наутничког туризма. Развој ове гране туризма би могао да привуче нове групе туриста и допринесе диверзификацији туристичке понуде општине. Искоришћавањем природних лепота и улагањем у развој наутичке инфраструктуре, Нова Варош би могла да постане атрактивна дестинација и за љубитеље водених спортова и рекреације.

Остали објекти

Љубитељима скијања на Златару је на располагању око 3 км уређених стаза²⁹, које чине стазе „Златар – 1“, „Златар – 2“ и ски-пут. Ски стаза „Златар – 1“ се спушта до самог центра Нове Вароши, што је чини изузетно приступачном и атрактивном. Опремљена је модерном четвороседном жичаром, капацитета 1200 особа на сат, дужине 900 метара, што омогућава брз и удобан приступ врху стазе.

Ски стаза „Златар – 1“ је дуга око 1300 метара и простира се кроз прелепе зимске пејзаже. Целом својом дужином опремљена је системом за вештачко оснежавање, што гарантује одличне услове за скијање током целе сезоне, чак и у случајевима недостатка природног снега. Додатно, стаза је осветљена, те се током сезоне редовно организује ноћно скијање, пружајући јединствену и незаборавну атракцију за све љубитеље белог спорта. Због својих карактеристика, стаза се сврстава у категорију „црвене“, што значи да је погодна за искусније скијаше и оне са добром техником скијања.

Ски стаза „Златар – 2“ је дуга око 800 метара, а њу опслужује ски-лифт „сидро“, капацитета 600 скијаша на сат. Ова стаза је категоризована као „плава“, што је чини идеалном за рекреативце, почетнике и оне који су тек завршили школу скијања. Њена благост и питомост пружају сигурност и опуштеност током скијања.

На скијалишту се налази и ски ресторан „Огњиште“, капацитета 400 места, где се скијаши могу пријатно одморити и окрепити у паузи након скијања. Уз топле напитке и укусна јела, гости могу уживати у панорамском погледу на Златар и околину, чинећи свој зимски доживљај још потпунијим.

4.4 Степен привредног развоја

Општина Нова Варош, када је реч о привредном развоју, суочава се са изазовима карактеристичним за рурална подручја Србије. Ту се пре свега мисли на демографске проблеме и застарелу инфраструктуру, који усмеравају Општину ка потреби диверзификације привреде и улагање у секторе који имају потенцијал раста, као што су одрживи туризам, зелена енергија и мала привреда. Тренутно, на територији општине Нова

²⁹ Извор: <https://www.zlatar.org/skijaliste-zlatar/>

Варош најзначајније привредне гране које представљају и стратешку основу развоја општине Нова Варош су: енергетика, прерађивачка индустрија, туризам и пољопривреда.

Графикон 3: Број привредних друштава и предузетника на територији општине Нова Варош



Извор: Регистар мера и подстицаја привредног развоја, Агенција за привредне регистре (линк [>>](#)).

* Последње ажурно стање се односи на период 01.01 - 30.06.2025. године

У 2024. години, економски пејзаж општине Нова Варош био је обликован присуством 842 пословних субјеката, са дистрибуцијом која укључује 103 привредних друштава и 739 предузетника. Последњих три године бележи сталан раст, пре свега захваљујући предузетничкој иницијативи. Привредна активност општине Нова Варош је стратешки усмерена на четири кључна сектора: енергетику, прерађивачку индустрију, туризам и пољопривреду.

Енергетски сектор представља критичан сегмент економије, с обзиром на значајан потенцијал општине у производњи електричне енергије. Овај потенцијал се заснива на искоришћавању водних ресурса и обновљивих извора енергије, чиме се доприноси енергетској независности на националном нивоу. Кључни актери у овом сектору су Дринско-Лимске ХЕ ДОО и планирани пројекат ХЕ Бистрица 2. Поред хидроенергије, дрвна биомаса представља значајан енергетски ресурс, што је довело до повећања инвестиција у приватне капацитете за производњу пелета, углавном намењених извозу.

Прерађивачка индустрија игра значајну улогу у економском развоју општине. Структура овог сектора је разнолика, с тим да највећи удео у укупним приходима остварују прерада пластике и прерада дрвета, док остале делатности чине преостали део.

4.4.1. Туризам

Нова Варош је део Регије Западне Србије, која је идентификована као приоритетна туристичка дестинација. Развојни потенцијал се огледа у екотуризму, етнотуризму, здравственом и спа туризму, специјалним интересима, манифестацијама, руралном туризму и културно-тематским рутама. Туристички сектор у општини Нова Варош поседује значајне предиспозиције за даљи развој. Природни ресурси, укључујући планину Златар, Специјални резерват природе Увац и језера (Златарско, Увачко и Радоињско), као и културно-историјско наслеђе (верски објекти, споменици и институције културе)

представљају кључне атракције. Заштићено подручје под државном контролом обухвата око 23 % територије општине, изузимајући површину СРП Златар.

Низак ниво запослености у угоститељском сектору указује на потребу за додатним улагањима у развој људских ресурса. Неповољна смештајна структура додатно ограничава развој туристичке понуде. Бивши РХ Центар Златар, некада кључни покретач туризма, је затворен и чека поновно стаљање у функцију од стране приватног власника, што би значајно допринело развоју туристичког сектора. Туристичка организација "Златар" је кључни актор у промоцији и развоју туризма у општини.

4.4.2. Пољопривреда

Географске карактеристике општине Нова Варош (брдско-планински терен, надморска висина и умерена планинска клима) пружају повољне услове за развој сточарства. Око 40% површине је намењено пољопривредној производњи. У општини је регистровано 2.934 пољопривредних газдинстава која обрађују 17.729 хектара земљишта³⁰. Пољопривреда се углавном заснива на сточарству и производњи млечних производа, с тим да је златарски сир један од најпознатијих производа. Постоји потенцијал за даљи развој воћарства, пчеларства и прераде шумских плодова.

Међу главним трендовима у развоју пољопривреде су: недовољна развијеност задругарства, ограничени кадровски капацитети пољопривредних удружења, повећана улагања у производњу, неискоришћени потенцијали за органску производњу, организован откуп млека и јагодичастог воћа и недовољно организован откуп меса.

4.4.3. Тржиште рада и запосленост

Укупан број запослених у општини у 2023. години износи 2,872. Већина ради у правним лицима, затим код предузетника. Последњих година бележи се пад укупног броја запослених. Најзаступљеније делатности су прерађивачка индустрија, трговина, државна управа, саобраћај и образовање. Просечна зарада у општини је нижа од републичког просека.

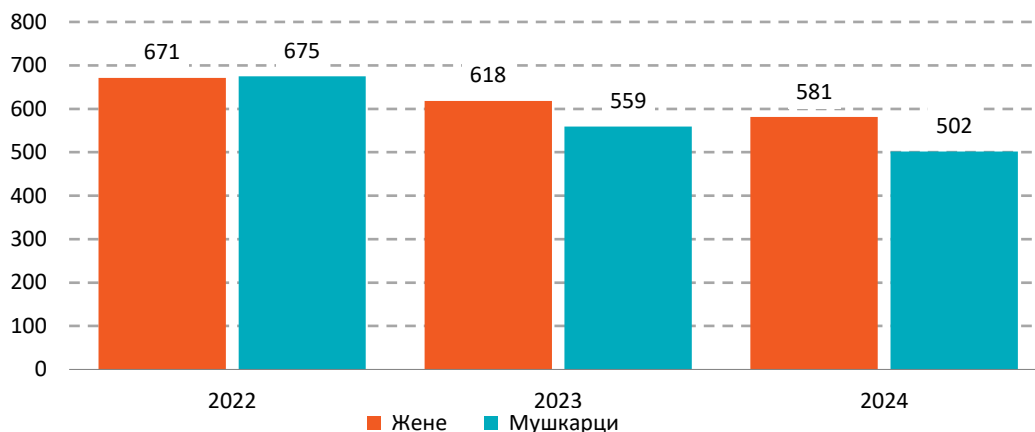
Табела 5: Кретање запослености у периоду 2019-2023³¹

Показатељ	Вредност показатеља				
	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
Број запослених	2.987	2.868	2.834	2.848	2.872
Број запослених као % становништва старости 15 и више година	23,5	22,9	23,1	23,4	24,1
Број незапослених лица	1.594	1.481	1.592	1.346	1.177
Број незапослених лица на 000 становника	111	105	116	99	88

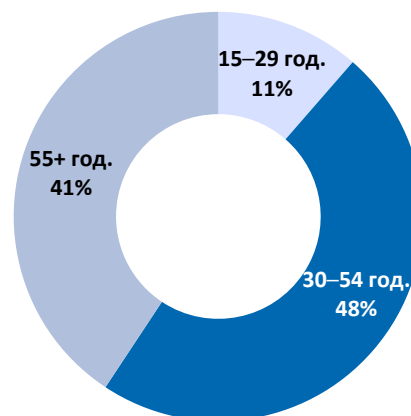
³⁰ Извор: Регистар пољопривредних газдинстава

³¹ Извор: <https://rsjp.gov.rs/cir/analiticki-servis/>

Графикон 4: Регистровани незапослени према полу, 2022–2024.³²



Графикон 5: Учешће незапослених према старосним групама у укупном броју незапослених, 2024.³³



Број запослених током последњих година стагнира или има благи пад. Незапосленост је у константном паду и охрабрује да је на 1.000 станованика иде 88 незапослених лица.

5 Анализа постојећег стања развоја туризма општине Нова Варош

5.1.1 Доласци и ноћења туриста

За анализу долазака и ноћења туриста коришћени су званични подаци из два извора: Републичког завода за статистику и Централног информационог система (ЦИС) еТуриста³⁴.

³² Извор: Национална служба за запошљавање, стање на дан 31.12.2024.

³³ Извор: Национална служба за запошљавање, стање на дан 31.12.2024.

³⁴ Централни информациони систем у области угоститељства и туризма (еТуриста) је јединствен и централизован електронски информациони систем, који садржи релевантне податке о корисницима (пријави и одјави, домаћих и страних туриста) и пружаоцима услуге смештаја и објектима за смештај, преко којих се врши евиденција туриста и уносе други подаци проистекли из обављања угоститељске, наутичке и ловнотуристичке, односно туристичке делатности или услуга у туризму. Републички завод за статистику

Приликом анализе података, треба имати у виду да је туриста свака особа која у месту изван свог пребивалишта проведе најмање једну ноћ у угоститељском или другом објекту за смештај туриста. То значи да званична статистика не обухвата посетиоце, излетнике и лица у транзиту који посећују подручје Нове Вароши. Долазак туриста представља број туриста који су се пријавили и остварили ноћење у објекту који пружа услугу смештаја. Туриста се региструје у сваком угоститељском објекту (који пружа услугу комерцијалног смештаја) у којем борави. Због тога у случају промене објекта долази до његовог поновног евидентирања. На основу тога, статистика туризма евидентира број долазака туриста, а не број туриста. Ноћења туриста представљају број регистрованих ноћи туриста у објектима који пружају услуге смештаја.

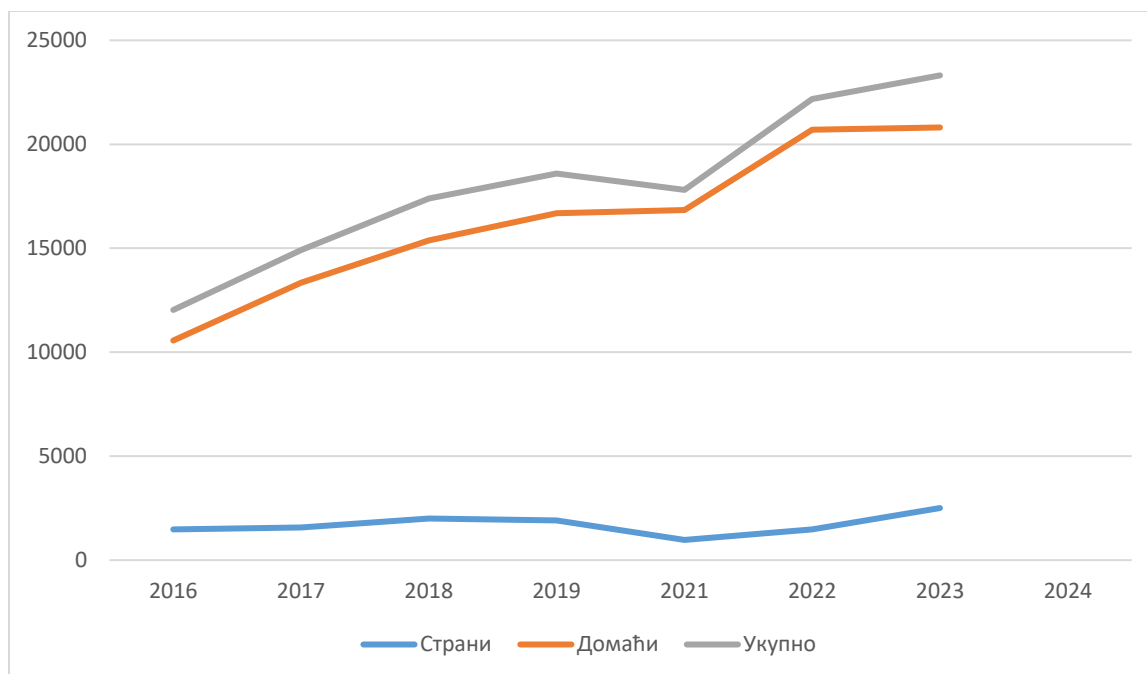
Табела 6. Укупан број долазака и ноћења туриста на територији општине Нова Варош у периоду 2016-2024. година, према подацима Републичког завода за статистику (РЗС)

Година	Укупно долазака туриста			Укупно ноћења			Просечан број ноћења туриста		
	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно
2016.	10562	1471	12033	32347	2543	34890	3.1	1.7	2.9
2017.	13338	1574	14912	46473	2865	49338	3.5	1.8	3.3
2018.	15382	2005	17387	48875	4057	52932	3.2	2.0	3.0
2019.	16682	1916	18598	55003	3466	58469	3.3	1.8	3.1
2020.	11364	278	11642	37314	652	37966	3.3	2.3	3.3
2021.	16839	972	17811	61953	2033	63986	3.7	2.1	3.6
2022.	20694	1482	22176	86762	2669	89431	4.2	1.8	4.0
2023.	20809	2505	23314	83801	4827	88628	4.0	1.9	3.8
2024.									

Извор: Статистички годишњаци Републике Србије, РЗС

Према званичним статистичким подацима **укупан број долазака туриста** у периоду 2016-2023. године има тренд раста - у 2023. години је број долазака туриста био скоро два пута већи у односу на 2016. годину (индекс: 194). Такође, сваке године је укупан број долазака туриста растао у односу на претходну годину. Изузетак је 2021. година у којој је забележен мањи број долазака у односу на 2019. годину. (Напомена: У овој анализи изузета је 2020. година, као година пандемије COVID-19, а овакав резултат у 2021. години је такође последица пандемије.)

Графикон 6. Графички приказ кретања броја долазака домаћих и страних туриста у општину Нова Варош у периоду 2016-2024. године



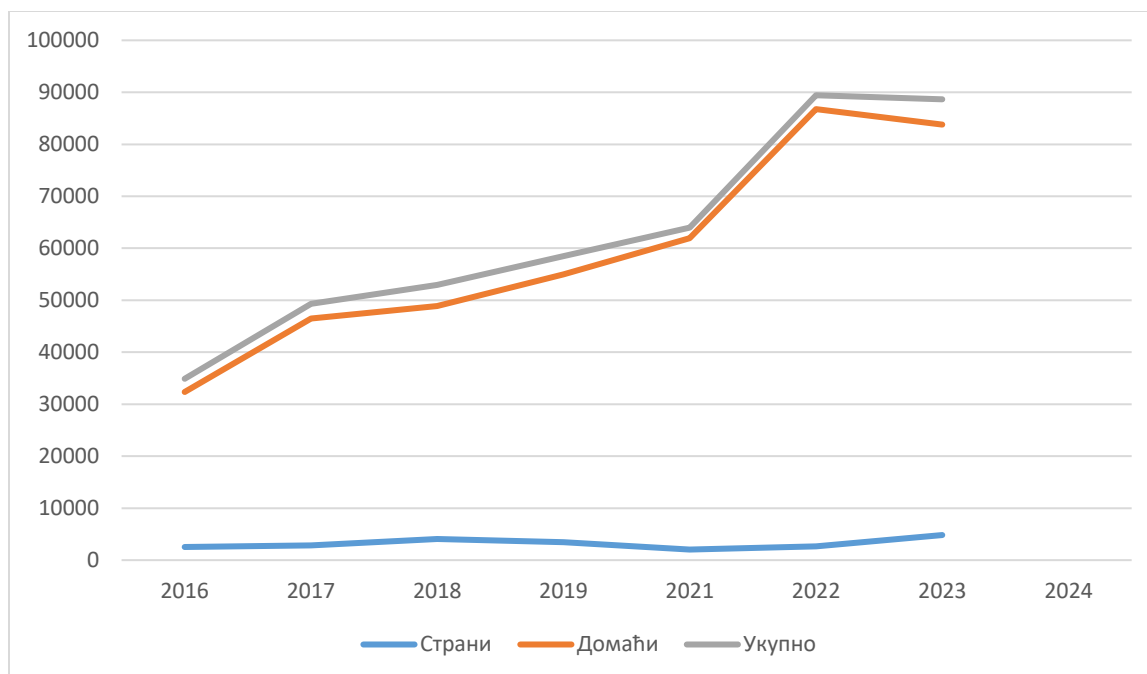
Извор: Статистички годишњаци Републике Србије, РЗС; Напомена: Из графичког приказа изузета је 2020. година – година током које је била пандемија COVID-19.

Број долазака домаћих туриста је у периоду 2016-2023. године забележио тренд раста. Сваке године је број долазака домаћих туриста растао у односу на претходну годину, тако да је у 2023. години број долазака домаћих туриста био скоро два пута већи у односу на 2016. годину (индекс: 197).

Број долазака страних туриста нема уједначен тренд у истом периоду. Најмањи број страних туриста (када се из анализе изузме 2020. година – година пандемије COVID-19) је забележен у 2021. години – години која је уследила након пандемије. У 2022. години је Нову Варош је посетио број страних туриста који је на нивоу броја страних туриста из 2016. године. Највећи број страних туриста је био у 2023. години (2.505) и он је за 69% већи него у претходној, 2022. години и за 70% већи него у 2016. години.

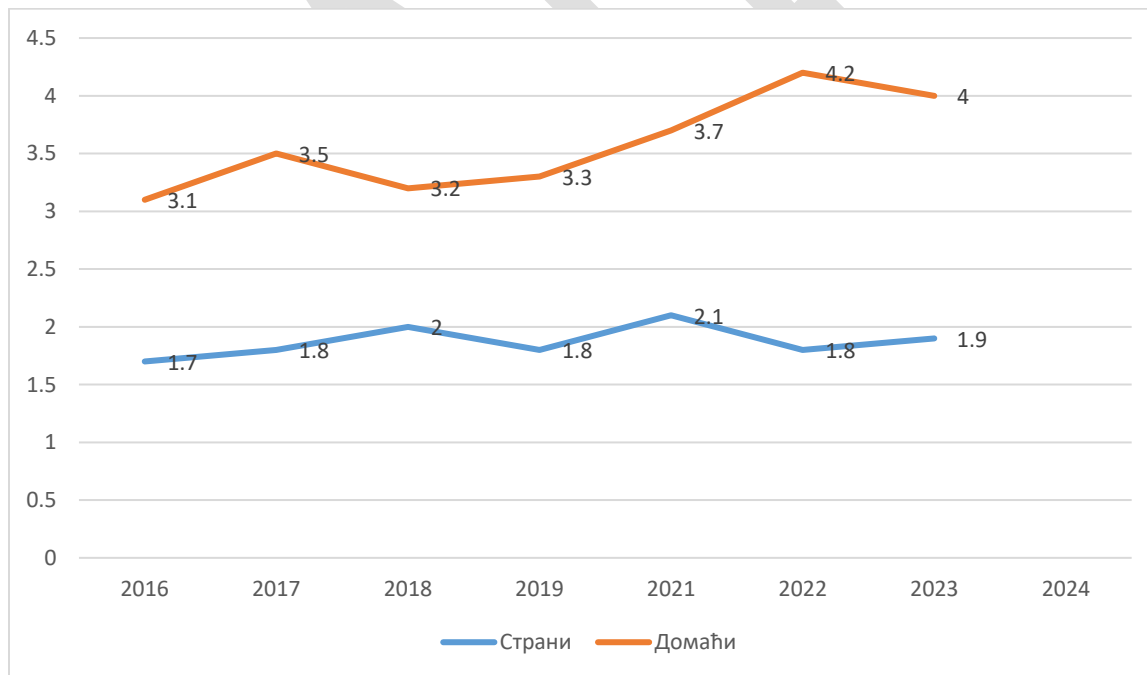
Укупан број ноћења је континуирано растао у периоду 2016-2022. године (из анализе је изузета 2020. година), док је у 2023. години забележена блага стагнација у односу на претходну годину. Исти тренд се односи и на **број ноћења домаћих туриста**. Највећи **број ноћења страних туриста** остварен је у 2023. години и тај број је за 90% већи него у 2016. години и за 81% већи него у 2022. години.

Графикон 7. Графички приказ кретања укупног броја ноћења и ноћења домаћих и страних туриста у општину Нова Варош у периоду 2016-2024. године



Извор: Статистички годишњаци Републике Србије, РЗС; Напомена: Из графичког приказа изузета је 2020. година – година током које је била пандемија COVID-19.

Графикон 8. Графички приказ просечног броја ноћења домаћих и страних туриста у општину Нова Варош у периоду 2016-2024. године



Извор: Статистички годишњаци Републике Србије, РЗС; Напомена: Из графичког приказа изузета је 2020. година – година током које је била пандемија COVID-19.

Просечна дужина боравка гостију у Новој Вароши у периоду 2016-2023. године износила је 3,4 дана. Домаћи гости боравили су дуже (3,5 дана) у поређењу са страним гостима (1,9 дана). Најнижи просечан број ноћења домаћих туриста остварен је у 2016. години (3,1), а највиши у 2021. години (4,2), док је просечан број ноћења страних туриста највиши био у 2021. години (2,1), а најнижи у 2016. години (1,7).

Према подацима из месечних саопштења о туристичком промету Републичког завода за статистику, **број долазака туриста** у Србију је у 2024. години (остварено 4.432.751 долазака) био за 5,7% већи него у 2023. години. У планинским центрима број долазака у 2024. години (остварено 936.929 долазака) је био за 11,3% већи него у претходној години. Златар и Тара су једина два планинска центра која нису остварила повећање укупног броја долазака – Тару је посетило 1,6% мање туриста у 2024. години (67.300 долазака) него у 2023. години, а код Златара је број долазака (16.776) у 2024. години смањен за 23,8%.

Слична ситуација је и по питању **броја ноћења**. У Србији је остварено за 1,8% више ноћења у 2024. години (остварено 12.662.151 ноћења) него у 2023. години. Код планинских центара је број ноћења (остварено 2.906.154) повећан за 3,1%, јер је код свих планинских центара, изузев Таре, Дивчибаре и Златара, дошло до повећања броја ноћења у 2024. години у односу на 2023. годину. Број ноћења на планини Дивчибаре (198.228) смањен је за 1%, на Тари (242.267) за 6,2%, а на Златару (63.932) за 25,5%.

Графикон 9. Месечна дистрибуција туристичке тражње на планини Златар у 2024. години



Извор: Месечна саопштења о туристичком промету јануар-децембар 2024. године, РЗС

Посматрајући временску дистрибуцију туристичког промета у дестинацији Златар, за посматрани временски хоризонт јануар-децембар 2024. године, можемо закључити да је на овој дестинацији изражена летња сезона (мај-август), а у доста мањој мери зимска сезона (јануар-фебруар). Број посета у фебруару је најближи просечном броју посета на годишњем нивоу. Изнад тог броја бележе се у јулу (највећи број долазака), потом у августу, јуну и мају. Током осталих месеци број долазака је испод просека.

Графикон 10. Месечна дистрибуција туристичке тражње на планини Златар у 2024. години



Извор: Месечна саопштења о туристичком промету јануар-децембар 2024. године, РЗС

Очигледно је да постоји потреба да се правац будућег развоја турзма усмери на смањење сезоналности.

Према подацима са портала еТуриста, највећи број долазака, као и броја ноћења међу страним туристима остварују углавном туристи из суседних земаља – Босне и Херцеговине, Мађарске, Црне Горе и Северне Македоније, а потом и туристи из Руске Федерације.

Табела 7. Земље из којих је остварен највећи број долазака и ноћења туриста на територији општине Нова Варош у периоду 2020-2024. година, према подацима еТуриста

	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.
Број долазака страних туриста	1. Босна и Херцеговина 2. Црна Гора	1. Мађарска 2. Црна Гора	1. Мађарска 2. Босна и Херцеговина	1. Руска Федерација 2. Мађарска	1. Мађарска 2. Црна Гора

Број ноћења страних туриста	1. Босна и Херцеговина	1. Северна Македонија	1. Мађарска	1. Босна и Херцеговина	1. Црна Гора
	2. Црна Гора	2. Црна Гора	2. Црна Гора	2. Мађарска	2. Руска Федерација

Извор: еТуриста, <https://www.eturista.gov.rs/> Напомена: Подаци за 2020. годину односе се на период 20. октобар – 31. децембар 2020.

Укупна годишње наплаћена боравишна такса у периоду 2020-2024. године кретала се од 2,7 до 3,6 милиона динара на годишњем нивоу. Од 70 до 80% прихода од боравишне таксе се оствари од правних лица, а 20-30% од физичких лица.

Табела 8. Наплаћене боравишне таксе у периоду 2020-2024. године (у РСД)

	Наплаћена боравишна такса (РСД)				
	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.
Правна лица	2.345.940,00	2.721.200,00	2.674.750,00	2.727.000,00	2.438.450,00
Физичка лица	412.184,07	615.907,38	667.032,00	899.402,83	1.005.300,33
Укупно	2.758.124,07	3.337.107,38	3.341.782,00	3.626.402,83	3.443.750,33

Извор: Одељење за финансије и буџет ОУ Нова Варош, књижење по изводима

5.2 Организације туристичког сектора

5.2.1 Туристичке организације

Локална установа која се бави развојем и промоцијом туризма јесте **Туристичка организација „Златар“** (у даљем тексту: ТО „Златар“).

ТО „Златар“ је 2001. године основала Скупштина општине Нова Варош за предузимање потребних мера и радњи ради задовољења потреба грађана у области туризма, а све у циљу промоције и унапређења туризма, подстицаја, развоја, унапређења, очувања и заштити туристичких вредности на територији општине Нова Варош, развоја информативно-пропагандне делатности, унапређења општих услова за прихват и боравак туриста, координације активности носилаца туристичке понуде, као и других послова промотивне делатности.

ТО „Златар“ има статус правног лица, односно послује као установа у складу са прописима којима се уређују јавне службе. У складу са *Законом о туризму*³⁵, одлукама оснивача и Статутом, као туристичка организација јединице локалне самоуправе, ТО „Златар“ обавља следеће послове:

- промоција и развој туризма јединице локалне самоуправе,
- координирање активности и сарадње између привредних и других субјеката у туризму који непосредно и посредно делују на унапређењу развоја и промоцији туризма и на програмима едукације и усавршавања вештина запослених у туризму,
- доношење годишњег програма рада и плана промотивних активности у складу са Стратегијским маркетинг планом, плановима и програмима ТОС-а,

³⁵ „Сл. гласник РС“ бр. 17/2019

- обезбеђивање и унапређивање информативно-пропагандног материјала којим се промовишу туристичке вредности јединице локалне самоуправе (штампане публикације, аудио и видео промотивни материјал, онлајн средства промоције – интернет презентација, друштвене мреже и пратеће дигиталне активности, сувенири, итд.),
- прикупљање и објављивање информација о целокупној туристичкој понуди на својој територији, као и друге послове од значаја за промоцију туризма,
- организовање и учешће у организацији туристичких, научних, стручних, спортских, културних и других скупова и манифестација,
- организовање туристичко-информативних центара (за прихват туриста, пружање бесплатних информација туристима, прикупљање података за потребе информисања туриста, упознавање туриста са квалитетом туристичке понуде, упознавање надлежних органа са притужбама туриста и др.),
- посредовање у пружању услуга у домаћој радиности и сеоском туристичком домаћинству,
- подстицање реализације програма изградње туристичке инфраструктуре и уређења простора,
- израда, учешће у изради, као и реализација домаћих и међународних пројеката из области туризма,
- припрема и прикупљање података, састављање упитника, анализа и других информација,

Установа послује као јединствена, радна и технолошка целина. Тренутно има 5 запослених и то на радним местима:

- Директор
- Аналитичар за промоцију туристичке понуде
- Координатор за пројекте у туризму и међународну сарадњу
- Организатор за развој и промоцију туристичких производа
- Информатор у туристичко – информативном центру

Поред наведених радних места, у ТО „Златар“, систематизована су и следећа радна места:

- Аналитичар за развој и унапређење туристичког производа
- Реализатор активности на пројектима у туризму

Туристичка организација „Златар“ средства за рад и извршавање послова из свог делокруга обезбеђује из следећих извора:

- Из буџета Општине Нова Варош;
- Из сопствених прихода;
- Из средстава привредних и других субјеката заинтересованих за активности од заједничког интереса;
- Од донација и спонзорства;
- Из других извора.

Из буџета Општине Нова Варош за рад и извршавање послова ТО „Златар“ у периоду 2022-2024. година на годишњем нивоу опредељена су финансијска средства у износима од 87 милиона динара (2023.) до 104 милиона динара (2022. године).

Са друге стране, у 2025. години планирани су доста нижи износи финансијских средстава (37 милиона динара). Разлог за то је у следећем - Туристичка организација „Златар“ је у периоду од 2013. године до 2024. године била купац Хотела „Панорама“. Због пружања услуге у објекту за смештај и исхрану са капацитетом преко 250 лежајева, било је потребно ангажовати између 45-60 особа, обезбедити потребна средства за одржавање објекта, енергенте, материјал за припрему хране и сл. Због свега тога буџет је био већи до 2024. године у односу на 2025. годину. Свакако да су већинска средства била сопствена, а да је поменути објект остваривао између 20.000-25.000 ноћења, али је било неопходно обезбедити и финансијска средства из буџета ЈЛС.

Табела 9. Планирана буџетска издвајања Општине Нова Варош за рад ТО „Златар“, по годинама (у РСД)

Извор	2022.	2023.	2024.	2025.
Из буџета Општине Нова Варош	104.000.000,00	87.000.000,00	100.000.000,00	37.000.000,00

Извор: Планови и Извештаји Туристичке организације „Златар“

ТО Златар један је од оснивача **Туристичке организације регије Западна Србија** (у даљем тексту: РТО Западна Србија).

Туристичка организација регије Западна Србија основана је ради развоја и унапређења туризма и очувања туристичких вредности градова и општина: Ужице, Бајина Башта, Чајетина, Нова Варош, Пријепоље, Сјеница, Косјерић, Пожега, Ариље, Ивањица, Чачак и Лучани. Регија је диференцирана као: природа и планине у креативном окружењу док имиџ регије представља: забавна атмосфера, радост живота и иновативност³⁶.

Главни задаци Туристичке организације регије Западна Србија су: промоција и презентација туристичких вредности и потенцијала овог краја (планинског, сеоског, здравственог, посебних интереса, конгресног и других видова туризма), доношење планова и програма промотивних активности у складу са националном Стратегијом развоја туризма као и са програмима и плановима Туристичке организације Србије, израда информативно-пропагандног материјала којим се промовишу туристичке вредности регије, прикупљање и прослеђивање свих врста туристичких информација, подстицање изградње туристичке инфраструктуре, спортско – рекреативних и других пратећих садржаја јавног карактера значајних за унапређење квалитета туристичке понуде...

На свом сајту РТО Западна Србија истиче да је Западна Србија прожета мањим урбаним центрима, руралним пределима са идиличним туристичким локалитетима као и планинама које чине основ туризма ове регије. Златибор, Тара, Златар, Голија, Пештерска висоран, Потпећка и Стопића пећина, музеји под отвореним небом „Старо село“ у Сирогојну и „Дрвенград“ у Мокрој Гори, пруга уског колосека „Шарганска осмица“, манастири Милешева и Рача као и бројне цркве брвнаре, кањон реке Увац, водом богата Дрина, Прибојска бања, „Чобански дани“ Косјерића, ариљска малина, ужичка пршута, златарски сир, ужичка ракија, комплет лепиња... само су неке од атрактивности ове регије. Будућност

³⁶ <https://westserbia.org/o-nama/>

овог краја се креира кроз упечатљиву културу, иновативну понуду здравља и специјалних интереса. **Централни идентитет регије је: *Откривање живота у традицији и природи***³⁷.

Туристичка организација Србије (ТОС) учествовала је у оснивању РТО Западна Србија и има свог представника у Управном одбору. У маркетинг плановима ТОС-а подручје Западне Србије се врло високо рангира, а посебно Златибор, Тара, Златар, Голија, Овчарско-кабларска клисура и Мокра Гора. Утицај ТОС-а на унапређење туризма у Западној Србији огледа се у наступима са РТО и локалним туристичким организацијама на сајмовима и промоцијама у иностранству, организацији студијских путовања за новинаре и туристичке агенције.

5.2.2 Општинска управа општине Нова Варош

У **Општинској управи општине Нова Варош** не постоји систематизовано радно место нити опис послова за надлежности из области туризма у Општинској управи, јер је основана туристичка организација јединице локалне самоуправе која се бави развојем и промоцијом туризма. Не постоји систематизовано место локалног туристичког инспектора. У *Правилнику о организацији и систематизацији радних места у Општинској управи и Општинском правобранилаштву Општине Нова Варош* дефинисана су радна места која се баве економским развојем и инвестицијама:

- у Одељењу за привреду и ЛЕР систематизована су 2 радна места за области послова локалног економског развоја;
- у Одељењу за финансије, буџет и ЛПА систематизована су 2 радна места: Послови из области рачуноводства Туристичке организације и Материјално-финансијски послови Туристичке организације;
- у Одељењу за инвестиције и јавне набавке, систематизована су 2 радна места која се баве инвестицијама у туризму: Послови инжењера за инвестиције и одржавање јавних објеката и Послови инжењера у комуналној инфраструктури;
- у оквиру Кабинета председника општине, главни администратор е-Туристe, послови секретарице.

Не постоји посебан савет/одбор/комисија за питања и надлежности из области туризма. Не постоји већник задужен за ову надлежност.

У оквиру сталних радних тела Скупштине општине Нова Варош постоји Комисија за економски развој од 5 чланова коју именује Скупштина општине у складу са чланом бр.76 и 77 Пословника о раду СО Нова Варош. Комисија разматра и даје стручна мишљења о нацртима и предлозима плана друштвено-економског развоја општине, разматра и даје иницијативе и предлоге за утврђивање заједничких циљева и интереса у развоју општине, разматра и даје иницијативе за утврђивање стратегије развоја општине за стварање услова за усклађивање међусобних економских односа у развоју привреде, друштвене делатности и других питања из области економских и социјалних потреба грађана општине.

³⁷ <https://westserbia.org/o-nama/>

5.2.3 Регионална развојна агенција „Златибор“

Општина Нова Варош је један од оснивача **Регионалне развојне агенције „Златибор“** (у даљем текст: РРА „Златибор“).

Мисија РРА „Златибор“ је да допринесе одрживом социо-економском развоју и стабилности, подстицањем конкурентних заједница погодних за живот, рад и пословање, применом стратешког планирања, промоцијом погодног пословног окружења, маркетингом територије и реализацијом развојних иницијатива заједнице.

РРА „Златибор“ има свог представника у Управном одбору РТО Западна Србија и реализује пројекте из области туризма. РРА „Златибор“ сарађује са Општином Нова Варош и ТО „Златар“ на припреми и имплементацији пројеката из области туризма, најчешће финансираних из средстава страних донаторских организација и Европске уније.

Сарадња између Регионалне развојне агенције Златибор и Туристичке организације Златар представља стратешки партнерски однос усмерен на свеобухватни развој туризма на подручју општине Нова Варош. Сарадња има за циљ креирање одрживог и конкурентног туристичког окружења кроз интегрисано планирање и развој кључних туристичких производа у складу са националним стратешким документима. Кључни аспекти сарадње укључују: стратешко планирање туризма (развој и имплементација планских докумената којима се унапређује туристичка понуда); развој туристичких производа (креирање и унапређење постојећих туристичких производа и услуга који одговарају потребама и очекивањима туриста што доприноси атрактивности и диверсификацији туристичке понуде); унапређење људских ресурса (реализација обука и едукација, развој капацитета запослених у сектору туризма чиме се подиже квалитет пружених услуга); унапређење туристичке инфраструктуре (улагања у инфраструктурне објекте и садржаје који подржавају развој туризма, укључујући саобраћајну, смештајну, промотивну и информативну инфраструктуру); подршка малим и средњим предузећима у туризму (МСП сектору се пружа подршка за добијање бесповратних и/или кредитних средстава за унапређење пословања кроз развој услуга, проширење понуде, модернизацију објеката и повећање конкурентности што директно доприноси расту прихода и запошљавању).

Сарадња је усмерена на стварање повољног окружења и услова за привлачење инвестиција у сектор туризма чиме се подстиче економски раст и развој локалних заједнице. Основни циљ је повећање задовољства туриста и корисника туристичких услуга, што директно доприноси расту прихода од туризма у јавном и приватном сектору. Кроз координиране активности, сарадња РРА Златибор и Туристичке организације Златар тежи јачању туристичког потенцијала општине Нова Варош и његовој интеграцији у обједињену туристичку понуду туристичке регије Западна Србија.

5.2.4 Специјални резерват природе „Увац“

Специјални резерват природе „Увац“ је установљен Уредбом Владе РС о заштити Специјалног резервата природе „Увац“, 2006. године. Управљање Специјалним резерватом природе „Увац“ поверено је Друштву с ограниченом одговорношћу за управљање специјалним резерватом природе „Увац“, са седиштем у Новој Вароши (у даљем тексту: Друштво). Друштво управља заштићеним подручјем, спроводи режим заштите и управља природним и створеним вредностима у Специјалном резервату природе „Увац“ са

посебним освртом на заштиту и унапређење популације белоглавог супа, ретке и заштићене врсте птица – орлова лешинара. Осим тога, Друштво се бави: заштитом, гајењем и унапређењем риболовне фауне; презентацијом и популаризацијом комплетног подручја и непосредне околине; организацијом истраживачких радова у области заштите и развоја. Друштво је овлашћено да: утврђује услове и начин коришћења природног добра, као и услове за обављање научноистраживачких радова, фотографисање и снимање простора и постављање привремених објеката; обавља стручне послове који се односе на заштиту и развој, води податке, анализе и другу документацију из оквира делатности, као и податке за израду просторних и урбанистичких планова и уређење локација; врши надзор над спровођењем утврђених услова и мера заштите природе; врши мониторинг на природним вредностима и културним добрима; контролише и обавља научно-истраживачке радове. Општина Нова Варош остварује добру сарадњу са Друштвом. **Сарадња ТО „Златар“ и Друштва** односи се на заједничке промоције и брендирање локација, као и развој мањих туристичких садржаја и инфраструктуре.

5.2.5 Јавно предузеће за управљање шумама „Србија шуме“

Јавно предузеће за управљање шумама „Србија шуме“, Шумско газдинство Пријепоље, Шумска управа Нова Варош остварује сарадњу са Општином Нова Варош и ТО „Златар“ у делу промоције Златара и Нове Вароши, природних вредности и њихове заштите, али и кроз заједничке пројекте уређења и очувања локација на подручју општине за које постоји интересовање туриста.

Предузеће управља „Шумарском кућом“, категорисаном као врста објекта ловачка кућа, на Воденој пољани, Златар, капацитета 20 индивидуалних лежајева.

Министарство заштите животне средине 6. децембра 2024. године обавестило је јавност о поступку покретања заштите природног подручја I (прве) категорије, као Специјални резерват природе „Златар“³⁸ које ће бити поверено на управљање „Србија шумама“.

5.2.6 Носиоци културне делатности

Носиоци културне делатности у општини Нова Варош су Дом културе „Јован Томић“, Библиотека „Јован Томић“, Народни музеј Ужице - Завичајни музеј Нова Варош, образовне институције (Музичка школа Пријепоље - издвојено одељење Нова Варош и др.) и удружења грађана. Носиоци културне делатности остварују уску, везану и тематску сарадњу са општином Нова Варош и ТО „Златар“ на развоју културног идентитета и очувања културног наслеђа као ресурса за унапређење туристичке понуде Нове Вароши. Сарадња се огледа у организацији догађаја, манифестација, заједничком наступању на сајмовима, реализацији заједничког промотивног материјала, подршком са промоцијом и презентацијом делатности установа и удружења.

Дом културе „Јован Томић“ је носилац културних дешавања и промотер културне баштине општине Нова Варош. Организатор је многобројних културних дешавања као што су: професионалне и аматерске представе, изложбе фотографија и радова ликовних аутора, концерата професионалних и аматерских извођача и ансамбала. У оквиру Дома културе

³⁸<https://www.ekologija.gov.rs/obavestenja/zastita-prirode/obavestenje-o-postupku-pokretanja-zastite-specijalnog-rezervata-prirode-zlatar>

постоје: фолклорни ансамбл са ансамблом народних игара, ансамблом народне музике и певачком групом, који у свом репертоару имају више од 20 кореографија са аутентичним костимима; секције: тамбурашки оркестар и аматерско позориште. Дом културе „Јован Томић“ један је од носилаца Националног фестивала филма и телевизије „Златибор“ (NAFFIT) који је успостављен 2025. године под покровитељством Министарства културе. Фестивал се одржава на Златибору, у Прибоју и Новој Вароши.

Библиотека „Јован Томић“ је регистрована као самостална установа и носи име првог управника Народне библиотеке Србије пореклом из Нове Вароши, Јована Томића. Новембра 2003. године Библиотека је усељена у реновирану, некадашњу зграду Општинске управе и Турског суда – Кајмакамију. Библиотека данас има око 40.000 књига, 500 чланова и 3 одељења: позајмно, дечје и завичајно. Фокус деловања Библиотеке је на припреми тематских програма и изради монографија на тему историје варошице Нова Варош, а програмски садржаји Библиотеке, као носиоца програма културе у Новој Вароши односе се на: промоције књига завичајних стваралаца, познатих аутора и дечијих писаца, музичко- сценски колажи у којима учествују нововарошки глумци, певачи, музичари и млади, радионице, сталне манифестације.

Народни музеј Ужице, регионални је музеј надлежан за територију осам општина Златиборског управног округа. У склопу Народног музеја Ужице налази се **Завичајно одељење Музеја у Новој Вароши** које је отворено 1. новембра 2012. године поводом обележавања стогодишњице ослобођења нововарошког краја од турске власти. Смештено је у згради Кајмакамија (Бела голубица) изграђеној 1909. године. Зграда има статус непокретног културног добра. Музејска збирка има 600 оригиналних експоната и три реплике оригинала. Музејска збирка прати време од неолита до краја Првог светског рата и распоређена је у 4 одељења: археолошко, етнолошко, историјско одељење и одељење историје уметности, док се посебно издваја „Спомен-соба војводе Петра Бојовића и нововарошки крај у Великом рату.

Удружења грађана која на простору општине Нова Варош делују у области културе су: Истраживачко издавачки центар „Стари Влах“, Хуманитарна организација „Стара Рашка“, Ликовни клуб „Златарска палета“, Друштво за неговање традиционалног певања „ИЗВИКА“, Удружење „Златарци“, Удружење жена „Стари занати за ново доба“.

Међу најистакнутијим удружењима грађана, значајно је споменути новоформирани **Истраживачко издавачки центар „Стари Влах“** (у даљем тексту: ИИЦ „Стари Влах“), основан 2022. године. Основни циљеви Центра су: да окупља ствараоце из свих области, да истражује непознату прошлост, афирмише успешне, објављује капиталне књиге које доприносе бољем упознавању Старог Влаха; да организује хуманитарне и друге акције; да буде „ветар у леђа“ ствараоцима разних профила и да подстиче културни, друштвени и привредни живот нововарошког краја; да развојним пројектима побољша услове живота, подстиче толеранцију и разумевање између етничких и конфесионалних структура.

ИИЦ „Стари Влах“ је приредио неколико значајних издања: Библиографија радова о нововарошком крају, Монографија „Нова Варош“, „Кроз Стари Влах“, реиздање списа проте Јевстатија Караматијевића, „Од новинарства до књижевности, изабрани чланци, записи и осврти на Милинка Бујишића“.

ИИЦ „Стари Влах“ је током 2024. године обележио 170 година од рођења краља Милана Обреновића, реформатора и ослободиоца, организујући конгресе на Златару. ИИЦ је

организатор многобројних конгреса у области обележавања значајних датума, промоције културног и историјског наслеђа, сликарских и фотографских колонија, конгреса здравствених радника...

Сарадња са Општином Нова Варош, заснива се на међусобној подршци у организацији свих наведених активности која се остварују кроз уску сарадњу са ТО „Златар“ и установама културе.

Хуманитарна организација „Стара Рашка“ делује на територији општине Нова Варош у многобројним активностима и пројектима, значајно доприносећи очувању културног и историјског наслеђа и идентитета простора.

Ликовни клуб „Златарска палета“, који постоји 20 година, броји 27 чланова од којих 10 академски образованих уметника (архитекте, дизајнери...) и једини је клуб таквог типа у Златиборском округу. Клуб окупља појединце који се професионално и аматерски баве стваралачким радом, неговањем културе и уметности, као и форми фрескосликарства и иконописања. Овај клуб организује изложбе, смотре аматера, публикување уметничке литературе и каталога.

Друштво за неговање традиционалног певања „ИЗВИКА“ је основано са циљем очувања, неговања, промовисања и заштите традиционалног певања извика и етно-музиколошког истраживања. Старо, двогласно певање „извика“, карактеристично је за нововарошки крај. Певање извика, елемент нематеријалног културног наслеђа из домена усмених традиција и израза и извођачких уметности, уписано је 2012. године у Национални регистар нематеријалног културног наслеђа Србије. Са још 23 предлога конкурише за Репрезентативну светску листу. Друштво активно сарађује са музичким стручњацима, наступа на преко 30 смотри етно музике годишње у земљи и иностранству и броји преко 80 чланова. Општина подржава рад удружења, а сарадња са ТО „Златар“ односи се на заједничке наступе у оквиру промотивних активности.

Удружење „Златарци“ основано је ради очувања културног наслеђа фолклорног стваралаштва, песме и игара нововарошког краја. Удружење блиско сарађује са фолкорним ансамблом Дома културе и кроз партнерску сарадњу реализују гостовања и смотре у земљи и иностранству.

Удружење жена „Стари занати за ново доба“ броји око 20 активних чланица. Својим прегалаштвом и вештинама, њихове вредне руке чувају од заборава традиционалне вештине: плетење, вез, шивење. У простору који им је Општина дала на коришћење, настају најлепши сувенири који се носе са Златара: рукавице, капе, шалови, торбе... Остварују добру сарадњу са локалном самоуправом и ТО „Златар“ промовишући Нову Варош на локалним и регионалним манифестацијама.

5.2.7 Други актери

Рекреативни, здравствени и спортски туризам представљају конкурентне нише сектора који има потенцијал за даљи развој. Интерес показују **спортске установе и удружења**, организујући међуопштинска и регионална такмичења, турнире и сл. у многим спортским дисциплинама: кошарка, шах, мали фудбал, одбојка на песку, рукомет... Припреме спортских екипа представљају понуду која из године у годину показује тренд раста у бројности спортиста и дужини боравка на Златару. Сарадња локалне самоуправе, ТО

„Златар“ и спортских установа и удружења базира се на промоцији овог потенцијала и на подршци у организовању такмичења.

5.2.8 Координација и сарадња

Општина Нова Варош доноси одлуке о капиталним пројектима и инвестицијама у инфраструктуру од значаја за развој туризма. Финансирање и имплементација капиталних пројеката води се од стране стручних служби Општинске управе и ТО „Златар“.

Маркетинг и промоција општине поверена је ТО „Златар“ и базирана је на медијској промоцији путем класичних канала комуникације, али и промоцијом на регионалним, националним и међународним сајмовима. Интернет промоција и промоција путем друштвених мрежа развија се у последњих 5 година од стране ТО „Златар“.

5.2.9 Маркетинг и дистрибуција (тренутно стање)

Бренд идентитет: Слоган за Златарфест је: „На правом месту, на доброј висини!“, док се на промотивним материјалима користи слоган: „Срце јаче куца“.

Канали: Канали на којима се оглашава и промовише ТО „Златар“ су сајт www.zlatar.org као и профили на FB (<https://www.facebook.com/tsczlatar2016/>) и Instagramu (to_zlatar, zipline_zlatar). Управљање сајтом и мрежним профилима поверено је ангажованим администраторима. У сарадњи са ТО Србија и ТО Регијом западна Србија реализују се промотивне активности на бројним манифестацијама и сајмовима у земљи (7) и Европи (у претходних 5 година 3 сајма). Бројни инфлуенсери, фотографи, портали интензивно сарађују са ТО „Златар“. Промоције су у организацији ТО „Златар“ и РТО Западна Србија. Гоставања на ТВ станицама са националном фреквенцијом (РТС, ПИНК, Прва ТВ, *Happy*), локалним и регионалним ТВ станицама, радио станицама, итд. Многе ауторске емисије које се емитују на више ТВ станица („Србија у кадру“, „Срцем кроз Србију“, „*Balkantrip*“).

Посетилачки инфо систем: Туристички инфо центар (ТИЦ) се показао као најбољи сервис пружања информација на дестинацији.

ТО „Златар“ штампа брошуре од 2019. до 2024. године као што су: "Нова Варош-општа брошура" (тираж 4.050); „Сеоско рекреативни туризам“ (тираж 4.200); „Златна идила златарских села“ (тираж 4.200); „Златни инфо“ (тираж 3.200); „Златне нити златарске баштине“ (тираж 9.000); Туристичке мапе (тираж 12.000); Туристички каталог (тираж 3.300); Од 2024. године у штампи је брошура „Путокази Златовања“ (тираж 2.000 комада). У понуди од 2025. године је брошура „Пет стаза за хиљаду доживљаја Златара“ (тираж 1.000 комада), која се штампа на српском и енглеском језику. Теме се бирају у складу са актуелном туристичком понудом, манифестацијама и интересовањима посетилаца, при чему се води рачуна о промоцији природних лепота, културно-историјског наслеђа као и локалних манифестација.

Од 2022. године у изради је и "Џепна карта" (тираж 2.000 комада). Од 2019-2025. године ТО „Златар“ поставила је преко 50 клупа, 30 канти за отпатке, уредила 1 видиковац, поставила панорамску љуљашку, уредила 5 одморишта, око 3,5 km пешачких и трим стаза, обележила 100 km пешачких и трим стаза, поставила осветљење на преко 6 km пешачких и трим стаза, набавила 5 бицикли, 10 електричних бицикли и 10 електричних тротинета.

5.3 Анализа постојећих кључних туристичких производа

У Програму развоја туризма општине Нова Варош 2018-2027. године, идентификовани су кључни туристички производи, и то:

- Екотуризам
- Специјални интереси
- Здравствени, spa&wellness
- Пословни туризам и MICE
- Рурални туризам
- Културно тематске групе
- Манифестације
- Планински туризам.

У Табели 10 ови кључни производи детаљно су представљени (што је преузето из *Програма развоја туризма општине Нова Варош 2018-2027. године*), док је у Табели 11 дата оцена досадашњег нивоа развоја идентификованих туристичких производа у Новој Вароши направљена од стране Комисије за координацију и израду Програма развоја туризма општине Нова Варош за период 2025-2028. године (у даљем тексту: Комисија за координацију). Оцена представља резултат анализе одговора добијених од стране анкетираних актера у туризму општине Нова Варош, анкетираних туриста, као и оцену квалитета понуде, доступност, атрактивност и маркетиншку промоцију од стране Комисије за координацију.

Табела 10. Кључни туристички производи, идентификовани у Програму развоја туризма општине Нова Варош 2018-2027. године

Туристички производ	Основне претпоставке	Циљна тржишта	Циљне групе	Тржишна комуникација	Канали продаје
Екотуризам	– језера: Радоињско, Златарско, Увачко – позиционирање и промоција језера као алтернативе за одмор на морима – промоција секундарних мотива за посету (забава, релаксација, гастрономија и сл.)	– Србија (Београд, Војводина, већи градови) – страни резиденти у Србији – земље бивше СФРЈ – земље централне и југоисточне Европе (Мађарска, Румунија, Бугарска, Грчка, Чешка, Словачка) – земље западне Европе (Италија, Велика Британија, Аустрија, Немачка)	– скијаши и сноубордери – породице са децом – активни индивидуалци (до 45 година старости) – омладина (18-25 година) – пензионери	а) Пасивна: оглашавање; публикације; промотивни пакети; Интернет презентација дестинације; каталози одмора на планинама и језерима б) Активна: специјализовани сајмови туризма; промотивне кампање у медијима и студијске посете новинара; фото и видео материјали; база података; сувенири	– организатори путовања – специјализоване агенције – директан маркетинг (телемаркетинг, маилинг, е-маилинг) – глобални резервациони системи – портали организатора путовања, агенција и хотела – Интернет презентације дестинације
Специјални интереси	– формирање пакета постојећих производа посебних интересовања – осмишљавање, формирање и промоција пакета нових производа посебних интересовања – повезивање са европским удружењима за посебна интересовања – повезивање посебних интересовања са другим туристичким производима регије	– Србија – земље западне Европе (Италија, Велика Британија, Аустрија, Немачка, Француска) – земље Бенелукса и Скандинавије – земље централне и југоисточне Европе (Мађарска, Румунија, Бугарска, Грчка, Чешка, Словачка) – земље бивше СФРЈ	– породице са децом и без деце – активни индивидуалци – групе пријатеља – особе са посебним интересовањима у специфичним областима	а) Пасивна: оглашавање; публикације; промотивни пакети; Интернет презентација дестинације; каталози понуде туризма посебних интересовања; б) Активна: специјализовани сајмови туризма; промотивне кампање у медијима и студијске посете новинара; фото и видео материјали; база података; сувенири	– специјализовани организатори путовања – специјализоване агенције – удружења и клубови за посебна интересовања – директан маркетинг (маилинг, е-маилинг) – портали специјализованих организатора путовања и агенција – Интернет презентације дестинације НАУТИКА

Туристички производ	Основне претпоставке	Циљна тржишта	Циљне групе	Тржишна комуникација	Канали продаје
Здравствени, spa&wellness	– тржишно раздвајање здравствених центара од wellness понуде у хотелима и – wellness центрима – позиционирање дестинације као лидера у Европи по ценама здравствених и wellness третмана – нагласак на природном и холистичком приступу лечењу – осмишљавање различитих пакета (викенд, beauty, анти-стрес, релаксациони и сл.) – осмишљавање секундарних мотива посете здравственим центрима (активности, туристичке атракције, култура)	– Србија – земље бивше СФРЈ – Русија – земље западне Европе (Аустрија, Немачка, Велика Британија, Француска, Италија) – земље централне и југоисточне Европе (Мађарска, Румунија, Бугарска, Грчка, Чешка, Словачка, Пољска)	– индивидуални гости којима су потребни здравствени и wellness третмани – парови без деце – старији парови са одраслом децом – мале групе	а) Пасивна: - оглашавање; публикације; промотивни пакети; Интернет презентације; каталози понуде здравственог туризма б) Активна: - специјализовани сајмови туризма; промотивне кампање у медијима и студијске посете новинара; фото и видео материјали; база података; промоција продаје (природни козметички производи)	– организатори путовања – специјализоване агенције – здравствене установе – директан маркетинг (телемаркетинг, маилинг, е-маилинг) – глобални резервациони системи – портали организатора путовања и агенција – Интернет презентације дестинације
Пословни туризам и MICE	– хотели високе категорије и конгресни капацитети (сале) – формирање Конгресног бироа дестинације и/или DMC (Destination Management Company) – повећање броја пословних скупова	– Србија – страни резиденти у Србији – земље бивше СФРЈ – балканске земље и земље централне и југоисточне Европе	– организатори конгреса из Србије и региона – струковна и професионална удружења – корпорације – пословни људи – владине и невладине организације	а) Пасивна: - оглашавање; публикације; промотивни пакети; Интернет презентација конгресног бироа / DMC-а; каталози MICE понуде б) Активна: - специјализовани сајмови туризма; промотивне кампање у медијима и студијске посете новинара;	– <i>meeting</i> планери – специјализоване агенције – конгресни бирои (дестинације и Србије) – директан маркетинг (телемаркетинг, маилинг, е-маилинг) – Интернет презентација конгресних бироа

Туристички производ	Основне претпоставке	Циљна тржишта	Циљне групе	Тржишна комуникација	Канали продаје
	– продужетак боравка пословних гостију (пре и пост туре)			студијске посете организатора конгреса; фото и видео материјали; база података; промоција продаје	– портали агенција – Интернет презентације дестинације и предузећа
Рурални туризам	– промоција различитих облика смештаја и услуга у сеоском туризму (етно село, најам собе у домаћинству, најам куће за одмор, и сл.) – осмишљавање одмора на селу у аутентичном руралном амбијенту – промоција камповања као облика/дела сеоског туризма – сарадња у промоцији са европским удружењима руралног туризма	– Србија (Београд, Војводина, већи градови) – страни резиденти у Србији – земље централне и југоисточне Европе (Мађарска, Румунија, Бугарска, Грчка, Чешка, Словачка, Пољска) – земље бивше СФРЈ – земље западне Европе (Италија, Аустрија, Немачка)	– породице са децом – парови без деце (пензионери) – активни индивидуалци – групе са посебним интересовањима	а) Пасивна: – оглашавање; – публикације; – промотивни пакети; – Интернет презентација руралног туризма дестинације; – каталози понуде руралног туризма; б) Активна: – специјализовани сајмови туризма; – промотивне кампање у медијима и студијске посете новинара; – фото и видео материјали; – база података; – сувенири	– специјализовани организатори путовања – специјализоване агенције – рурална удружења – појединачне Интернет презентације – директан маркетинг (телемаркетинг, маилинг, е-маилинг) – резервациони системи – портали специјализованих агенција – Интернет презентације дестинације
Културно тематске групе	– маркетиншко повезивање и улазак дестинације Златибор-Златар у туре које повезују више земаља у региону – осмишљавање и комерцијализација различитих врста тура и итинерера – одређивање туристичких атракција/ локалитета	– земље западне Европе (Италија, Аустрија, Немачка, Велика Британија, Француска) – земље централне и југоисточне Европе (Мађарска, Румунија, Бугарска, Грчка, Чешка, Словачка, Пољска) – земље Бенелукса и Скандинавије	– старији парови без деце – млађи парови без деце – индивидуални туристи (пензионери)	а) Пасивна – оглашавање – публикације – промотивни пакети – Интернет презентације – каталози понуде кружних путовања б) Активна – сајмови туризма – промотивне кампање у медијима и студијске посете новинара – фото и видео материјали	– организатори путовања – туристичке агенције – ауто-мото удружења – директан маркетинг (телемаркетинг, маилинг, е-маилинг) – портали организатора путовања и агенција – Интернет презентације дестинације

Туристички производ	Основне претпоставке	Циљна тржишта	Циљне групе	Тржишна комуникација	Канали продаје
	посете за туре којима је обухваћена дестинација – стварање секундарних мотива посете и њихова тржишна промоција	– далеке земље (САД, Кина, Јапан, Хонг Конг) – домаћи туристи и страни резиденти у Србији – земље бивше СФРЈ		– база података – промоција продаје (наградне игре)	
Манифестације	– професионализација водећег менаџмента организације догађаја – професионално осмишљавање, паковање и комерцијализација фестивала и догађаја – повезивање са другим туристичким производима дестинације	– Србија – страни резиденти у Србији – земље бивше СФРЈ – земље централне и југоисточне Европе – земље западне Европе	– индивидуални гости – групе – парови без деце – старији парови са одраслом децом	а) Пасивна: оглашавање; публикације; промотивни пакети; Интернет презентације; каталози – календари догађаја; б) Активна: специјализовани сајмови туризма; промотивне кампање у медијима и студијске посете новинара; фото и видео материјали; база података; промоција продаје	– организатори путовања – специјализоване агенције – европска удружења – организациони комитети – директан маркетинг (телемаркетинг, маилинг, е-маилинг) – Интернет презентација међународног удружења фестивала и догађаја – портали агенција – Интернет презентације догађаја
Планински туризам	– планински предели Златара – промоција планина као дестинација за летњи и зимски одмор – промоција секундарних мотива за посету (забава, релаксација, гастрономија и сл.)	– Србија (Београд, Војводина, већи градови) – страни резиденти у Србији – земље бивше СФРЈ – земље централне и југоисточне Европе (Мађарска, Румунија, Бугарска, Грчка, Чешка, Словачка)	– скијаши и сноубордери – породице са децом – активни индивидуалци (до 45 година старости) – омладина (18-25 година) – пензионери	а) Пасивна оглашавање; публикације; промотивни пакети; Интернет презентација дестинације; каталози одмора на планинама и језерима; б) Активна: специјализовани сајмови туризма; промотивне кампање у медијима и	– организатори путовања – специјализоване агенције – директан маркетинг (телемаркетинг, маилинг, е-маилинг) – глобални резервациони системи

Туристички производ	Основне претпоставке	Циљна тржишта	Циљне групе	Тржишна комуникација	Канали продаје
		– земље западне Европе (Италија, Велика Британија, Аустрија, Немачка)		студијске посете новинара; фото и видео материјали; база података; сувенири	– портали организатора путовања, агенција и хотела – Интернет презентације дестинације

Извор: Програм развоја туризма општине Нова Варош 2018-2027. године

Табела 11. Оцена досадашњег нивоа развоја туристичких производа у Новој Вароши

Туристички производ	Коментар
Екотуризам	Екотуризам је у раној фази развоја: потенцијал је врло висок, али производ још није довољно оформљен. Резултати анкета показују да природне атракције (Кањон Увца и белоглави суп, Златар и Златарско језеро) имају најјачи мотивишући ефекат – већина посетилаца долази због природних лепота (84% анкетираних) и одмора и релаксације (62%). Највише се посећују језера и активности на отвореном (шетња/бицикл/видиковци). Истовремено, 86–89% би се вратило и препоручило дестинацију. С друге стране, недовољан је број организованих активности и разноврсност понуде, односно еко-производ није довољно артикулисан. „Мека“ инфраструктура (стазе, сигнализација, инфо-табле, видиковци, одморишта) постоји али ни актери у туризму, а ни туристи нису довољно упознати са тим. Изражени су проблеми приступа и недостатак јавног превоза. Практично, посета се често своди на самостално разгледање видиковаца и основне шетње. Недостају доследна сигнализација, јасно информисање на лицу места и пратећа посетилачка инфраструктура (санитарни чворови, корпе/канте за отпад, мања паркиралишта — паркинг-цепови). Питања чистоће/отпада и контроле градње такође су препозната као важна у контексту еко-искуства. Ризици ако се не приступи координисаном развоју: • Притисак на осетљиве зоне без управљања посетама (ерозија стаза, узнемиравање заштићених врста, дивље сметлиште); • Нестабилан квалитет услуге (сезоналност/особље, неуједначен рад стаза/понуде); • Ослањање на један мотив, уз осетљивост на временске прилике и режиме заштите. • Незадовољство посетилаца услед неиспуњених очекивања (маркетинг и промоција изнад реалног стања/ без покрића производа незадовољство).

Туристички производ	Коментар
Специјални интереси	Туризам специјалних интереса је на почетном нивоу развоја –потенцијал је висок (Златар, мрежа стаза, фотогенични видиковци, језеро, транзитни токови, сликарске колоније, лов и риболов), али програми и логистика нису довољно оформљени, а пут до резервације није јасан. Гости најчешће самостално шетају/разгледају, без јасно дефинисаних вођених тура по нивоу тежине (лако/средње/захтевно), без јединственог календара догађаја/полазака и јединствене резервације. На терену недостају јасне, конзистентне ознаке и информације, GPX/KML трасе и QR кодови ка мапама и правилима, као и пратећа посетилачка инфраструктура (тоалети, канте, мања паркиралишта). Анкета посетилаца показује да су најчешће бирани језера (73% испитаника), планинарење/бициклизам/пешачење (49%). То показује да је интересовање за активан боравак велико, али недостају „упаковани“ програми са добром логистиком и информацијама. За разлику од еко-туризма (који је тесно везан за заштићене зоне и строжи режим), велики део специјалних интереса може да се развија ван најосетљивијих подручја (Златар, урбане/језерске зоне), уз унапређење стаза, означавање и услугу. Потенцијални ризици уколико се овај сегмент не уреди: – Безбедност и репутација: инциденти/повреде услед неозначених стаза и одсуства протокола; – Гужве на малом броју тачака/локација и лошије рецензије; – Непланирани утицаји на осетљива подручја ако се трасе и термини не усагласе.
Здравствени, spa&wellness	Овај туристички производ је тренутно пратећи и хотелски вођен, није носећи на нивоу дестинације. Потенцијал „добробити у природи“ (чист ваздух, тишина, стазе) је висок, али дестинацијски СПА капацитет (ван појединачних хотела/смештаја) је ограничен и без јединственог „СПА идентитета“. Анкете показују да здравствени/СПА није мотив доласка. Доминира природа (Увац, Златар, језера) и активни боравак. Очекивања попут „бањски“ ниво (као у водећим бањама Србије) могу остати испод очекивања ако се комуникација не усагласи са реалним стањем. С обзиром на недостатак капацитета у оквиру здравственог туризма, специјализованог за кардиоваскуларне и плућне болести/рехабилитацију, могуће је искористити потенцијале <i>crossbranding</i>-а са Прибојском бањом – умрежавање понуда на релативно малом простору, ширење понуде јер реално је да туристи који се задржавају на територији општине дуже од 3 дана, обавезно посете – Увац, Милешеву и Прибојску бању.
Пословни туризам и MICE	Овај производ је тренутно пратећи и малог формата. Дестинација нема капацитет ни логистику за велике конгресе, али има реалан потенцијал за мале формате (до ~50 учесника) (корпоративни краћи боровци тима, састанци/радионице ван седишта, активности за изградњу тима, мале семинаре, радионице) у комбинацији са програмима у природи („рад + природа“).

Туристички производ	Коментар
Рурални туризам	Снага дестинације је природа и мир (Увац–Златар–језера), не урбани конгресни центар. За клијенте нема јасног каталога сала, опреме и капацитета. Премало је организованих активности и недовољна разноврсност (за програме ван сале) - активности за изградњу тима постоје ад хок, без стандарда и календара. Координација и промоција су слабе — нема јединствене тачке за B2B упите, нити „пакета“ за групе. Потражња је била мала - само 5% анкетираних туриста је „посао/конгрес“ навело као мотив за посету Новој Вароши. Ово је најслабије развијен туристички производ. Положај дестинације и слаба ванконгресна понуда утичу на то да овом сегменту не би требало придавати пажњу у наредном трогодишњем периоду, јер су потребна превелика улагања како би Златар био конкурентан у односу на центре конгресног туризма као што су Златибор, Врњачка бања, Аранђеловац, Фрушка гора и др. Рурални туризам је у раној фази развоја и тренутно пре свега пратећи производ уз еко и туризам специјалних интереса. Потенцијал је висок (природни амбијент, мир, чист ваздух, шуме; раст смештаја у сеоским домаћинствима), али организованих активности је мало, понуда је недовољно разноврсна, а мека инфраструктура у мањем обиму постоји (стазе, одморишта), али није довољно видљива, а додатно приступ локацијама је ограничен (приступни путеви, сигнализација). Недостаје јасна дистрибуција/резервација и повезивање са локалним производима/занатима. Гости најчешће сами шетају/возе без структурираних руралних доживљаја (домаћински ручак, радионица, фарма-обилазак, берба/шумски плодови, занати). Са друге стране, анкете потврђују високе оцене љубазности, гостољубивости и хигијене смештајних објеката, ресторана и друго, што је одлична основа за рурални производ који почива на домаћинству и „људском фактору“. Ризици уколико се овај сегмент не уреди: – „Туризам само за смештај“ (без дневног програма) води ка кратком боравку и малој потрошњи. – Непоуздан квалитет без мини-стандарда (услуга, хигијена, безбедност). – Фрагментација и дуплирања без координације; слаба видљивост без заједничког календара/резервације.
Културно тематске групе	Овај туристички производ је тренутно у раној фази развоја и пре свега пратећи у односу на главне мотиве доласка (природа/планина/језеро). Потенцијал постоји кроз локални идентитет, приче и занате, гастро-традицију и „фотогеничне“ локалитете, али су програми недовољно артикулисани, календар расут, а пут до резервације нејасан. Посетиоци углавном самостално разгледају, нема конзистентних тематских тура са утврђеним трајањем, ценом и местом поласка; ограничена понуда за школске/хоби групе; резервација је нејасна. Сигнализација и информисање на терену су недовољни; пратећа посетилачка микро-инфраструктура је непотпуна. У оквиру овог туристичког производа постоје потенцијали за развој верских тематских група (значајан део гостију их посећује). Овај сегмент је само препознат као потенцијал али недовољно истражен и концепиран. На свакој

Туристички производ	Коментар
Манифестације	рути постоји неки од верских објеката који се могу обићи. Потенцијал повезивања са манастиром Милешевом је изузетан. Производ има смисла развијати као пратећи производ који продужава боравак и даје садржај радним данима. Градити га на аутентичним причама, занатима и гастро идентитету, уз минималне инфраструктурне интервенције, јасне сценарије тура и једну B2B/B2C тачку за информације и резервације и јасан календар. Манифестације су тренутно пратећи, али важан ослонац: могу да подигну видљивост, продуже боравак и попуне рамене термине, али су програми, календар и логистика недовољно уређени. Испитаници их виде као „брзу победу“, док истовремено указују на недостатак организованих активности, слабу разноврсност, недовољну промоцију, слабу сарадњу међу актерима и неусклађен/непостојећи заједнички календар дешавања. Мањак радне снаге и јаз у вештинама отежавају организацију и волонтерску логистику Манифестације могу бити „појачивачи“ главних производа (природа/активно/рурално), при чему се ради о манифестацијама малог и средњег формата који могу да продуже боравак током радних дана и ван сезоне. Не односи се на организовање великих, скуних мега-фестивала. Кључно је да се направи заједнички календар, успостави стандард и „комплет за догађај“ (нпр. преносна сцена/шатор, основно озвучење/струја, мобилне ограде, сет табли/усмераваача), јасна процедура дозвола и партнерства — и строго поштовање правила у заштићеним подручјима — што, у суштини захтева редизајн манифестација као важног пратећег елемента, „појачивача“ главних туристичких производа Нове Вароши.
Планински туризам	Планински туризам је у раној фази развоја, са јасним носиоцем у Златару и јаким мотивима „природа/погледи/свеж ваздух“. Потенцијал је висок, али су организоване активности оскудне, разноврсност недовољна, а „мека“ инфраструктура (стазе, сигнализација, одморишта, видиковци) недовољно уређена. Проблеми у вези са приступним саобраћајницама, јавним превозом и комуналним услугама (нпр. водоснабдевање, управљање отпадом) додатно ограничавају искуство. Маркетинг и продаја су испод потенцијала — нема једне тачке за информације/резервације, нити јавног календара тура. Анкете потврђују да гости најчешће бирају језера и <i>outdoor</i> активности (шетња/бицикло/видиковци), високо оцењују гостољубивост/љубазност, док су информације, сигнализација и организовани излети међу најслабијим елементима. Планински туризам је један од носећих туристичких производа за општину Нова Варош - уз екотуризам и специјалне интересе. У краткорочном и средњорочном периоду развој планинског туризма се не односи на велике капиталне зимске инвестиције, све док се не стабилизује основна 4-сезонска понуда. Мере треба да буду усмерене на уређење и означавање рута, безбедност, видљивост, јасан пут до резервације, едукацију – неопходна је једна тачка информације/продаје, GPX/KML каталог, мини-логистика (шатл, сервис), „мека“ инфраструктура и доследна сигнализација — да Златар постане употребљив 365 дана, а не само „леп за разгледање“.

Извори: Анализа анкете актера у туризму; Анализа анкете туриста; Ставови чланова Комисије за координацију;

НАЧЕРТ

5.4 Анализа понуде туристичко-угоститељских капацитета

Према последњим доступним подацима на порталу *е-Туриста* из јула 2025. године, на територији општине Нова Варош регистровано је укупно **1.533 индивидуалних лежаја**, од којих се 1.038 (67,71%) налази код физичких лица, а 495 код правних лица.

Табела 12. Структура смештајних капацитета за територију општине Нова Варош, према подацима са портала еТуриста

Структура смештаја код правних лица			Структура смештаја код физичких лица		
Врста објекта	Број објекта	Број индивидуалних лежаја	Врста објекта	Број смештајних јединица	Број индивидуалних лежаја
Хотел	1	34	Соба	51	117
Мотел	1	36	Породична кућа	102	199
Преноћиште	4	95	Студио	89	201
Коначиште	6	152	Апартмани	239	521
Вила	2	41			
Одмаралиште	2	117			
Ловачка кућа	1	20			
УКУПНО:	17	495	УКУПНО:	481	1.038

Извор: еТуриста, <https://www.eturista.gov.rs/>, јул 2025. године

Укупан број активних регистрованих физичких лица (са 481 смештајних и 1.038 индивидуалних лежаја) је 139, а међу њима је 54 жена (или 38,85%). Код правних лица, од укупно 17 активних правних лица који воде 17 објекта са 495 лежаја, код три правна лица власници су жене (или 17,65%).

Табела 13. Структура смештајних капацитета према категоризацији регистрованих објекта, према подацима са портала еТуриста

Категорија	Број регистрованих смештајних јединица					Број индивидуалних лежаја				
	1*	2*	3*	4*	Укупно	1*	2*	3*	4*	Укупно
Соба	2	19	28	2	51	4	43	64	6	117
Породична кућа	3	16	20	13	52	10	58	78	53	199
Студио	5	8	13	1	27	40	50	101	10	201
Апартман	4	35	96	54	189	10	88	273	150	521
Мотел/хотел	1	/	1	/	2	36	/	34	/	70
Укупно:	15	78	158	70	321	100	239	550	219	1.108

Извор: еТуриста, <https://www.eturista.gov.rs/>, јул 2025. године

У категорисаним смештајним јединицама регистровано је 1.108 лежаја, а од тога највише у категорији 3* - 550 лежаја или 49,64%.

У некатегорисаним смештајним јединисама (коначишта, конаци, виле, одмаралишта) регистровано је 425 индивидуалних лежаја.

Табела 14. Смештајни капацитети изражени у броју индивидуалних лежаја у оквиру главних локација

Локација	Број индивидуалних лежаја
Брдо – центар туристичке зоне	864
Дрмановићи	55
Акмачићи	36
Нова Варош – град	239
Вранеша	90
Радијевићи	46
Укупно:	1.330

Извор: еТуриста, <https://www.eturista.gov.rs/>, јул 2025. године

Највећи број индивидуалних лежаја је на локацији Брдо – центар туристичке зоне Златар (56,36% од укупног броја индивидуалних лежаја на територији општине Нова Варош).

По категорији, највећи број индивидуалних лежаја на овој локацији је у објектима са 3* - 342 лежаја или 39,58% од укупног броја лежаја на локацији Брдо.

Табела 15. Број индивидуалних лежаја по категорији смештаја у центру туристичке зоне Златар – Брдо

Категорија	Број индивидуалних лежаја
1*	22
2*	86
3*	342
4*	188
Коначишта	113
Виле	41
Одмаралишта	72
Укупно:	864

Извор: еТуриста, <https://www.eturista.gov.rs/>, јул 2025. године

5.4.1 Угоститељство и пратеће услуге

Према подацима Агенције за привредне регистре у 2024. години, у односу на укупан број регистрованих привредних субјеката (842), број привредних субјеката према делатности - угоститељства је 82, од тога 10 привредних друштава и 72 предузетника. Структура носилаца угоститељске делатности:

- Хотели и сличан смештај: 6
- Услуге припреме и послуживања пића: 27
- Делатност ресторана и покретних угоститељских објеката: 25
- Делатност туристичких агенција: 1
- Делатност тур-оператера: 1
- Делатност туристичких водича: 1
- Делатност кампова, ауто-кампова за туристичке приколице: 1
- Производња хлеба, свежег пецива и колача: 11

- Остале услуге припреме и послуживања хране: 9

Еко-гастро понуда

На територији општине Нова Варош, према подацима АПР за 2024. годину, регистровани су следећи привредни субјекти који се баве прерадом млека, производњом сира и кајака и производа од житарица:

- Млекара "Златарка" д.о.о. - прерада млека и млечних производа (сир, павлака, кисело млеко, паприка у павлаци итд.)
- Млекара "Брђанка" - прерада млека и млечних производа
- Млекара "Интеграл В" - прерада млека и млечних производа
- Газдинство "Тртовић" - производња оригиналног златарског сира
- Данијела Лојаничић - прерада млека и производња сирева
- Слађана Пушичић - прерада млека и производња сирева
- "Агро-Златар" - органска производња спелте и брашна од хељде

Многобројна пољопривредна газдинства баве се прерадом поврћа и воћа, израђујући традиционалну зимницу, џемове, слатка, као и производњом меда и сличних производа итд. Не постоје званични подаци о броју таквих газдинстава, већ се њихови производи могу видети на локалним манифестацијама.

Објекти за изнајмљивање

- 3 објекта за изнајмљивање ски опреме
- 1 објекат за изнајмљивање кајака
- 1 објекат (ТО "Златар") врши изнајмљивање електричних тротинета и бицикли.

Велнес/спа центри

- „Етно село Вранеша“ - спа центар
- „Златар ресорт и спа“ - сауна и хидромасажна када

Rent-a-car Не постоји.

Трговина - 137 регистрованих трговина на велико и мало (извор: АПР, 2024.година)

Бензинске станице – 3.

5.5 Анализа људских ресурса у области туризма и угоститељства

У општини Нова Варош укупна запосленост према општини пребивалишта, према подацима Републичког завода за статистику³⁹ у 2023. години је износила 3.915, од чега 2.233 мушкараца и 1.682 жена. Учешће лица старости од 15 до 25 година у укупној запослености износило је 16,3%. Поређења ради, на нивоу Републике Србије учешће је 17,6%, у Региону Шумадије и Западне Србије 18,3%, а у Златиборској области 17,2%. Број запослених на 1.000 становника у Новој Вароши је у 2023. години износио 294. На нивоу

³⁹ Извор: Публикација „Општине и региони у Републици Србији, 2024“, РЗС

Републике Србије забележено је 356 запослених на 1.000 становника, док је на нивоу Региона Шумадије и Западне Србије тај број 326, а код Златиборске области 330.

Број запослених према општини рада (у 2023. години је износио 2.871) је у општини Нова Варош доста нижи од броја запослених према општини пребивалишта (у 2023. години је евидентирано 3.915), што указује на то да један значајан део радно способног становништва Нове Вароши је запослено у пословним субјектима ван ове општине.

У следећој табели дат је преглед укупног броја запослених према општини рада, као и у сектору услуге смештаја и исхране за период 2019-2024. године.

Табела 6. Преглед укупног броја запослених у општини Нова Варош (према општини рада) и учешће сектора услуге смештаја и исхране у структури регистроване запослености према општини рада у општини Нова Варош, Златиборској области, Региону Шумадије и Западне Србије и Републике Србије у периоду 2019-2024. године

Година	Укупан број запослених у општини Нова Варош (према општини рада)	Број запослених у сектору услуге смештаја и исхране у општини Нова Варош	Учешће сектора услуге смештаја и исхране у структури регистроване запослености према општини рада			
			Општина Нова Варош	Златиборска област	Регион Шумадије и Западне Србије	Република Србија
2019.	2.987	164	5,5%	5,7%	4,2%	3,8%
2020.	2.869	152	5,3%	5,6%	4,1%	3,9%
2021.	2.834	166	5,9%	5,7%	4,1%	3,8%
2022.	2.849	162	5,7%	6,0%	4,2%	3,8%
2023.	2.871	170	5,9%	6,4%	4,4%	3,9%
2024.	2.799	169	6,0%	6,5%	4,5%	4,2%

Извор: Статистички годишњаци Републике Србије, РЗС;

Као што се из Табеле 16 види, у 2024. години **у сектору услуге смештаја и исхране у општини Нова Варош запослено је 6,0% од укупног броја запослених**. То је изнад просека Републике Србије и Региона Шумадије и Западне Србије, а испод просека Златиборске области.

Најновији подаци, који су добијени од стране Националне службе за запошљавање показују да је у септембру 2025. године на евиденцији било 1.084 незапослених лица, међу којима је 76 лица (од тога 59 жена) припада неком од угоститељско-туристичких профила, а што је детаљно приказано у Табели 17.

Табела 7. Структура незапослених лица угоститељских и туристичких профила, по старосној и квалификационој структури

Профил	Укуп.	Укуп. жене	Старосна структура									
			15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64
Конобар, III CCC	19	11	0	0	0	0	0	8	2	1	3	5

Профил	Укуп.	Укуп. жене	Старосна структура									
			15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64
Кувар, III CCC	23	22	0	0	0	2	3	8	2	2	5	1
Конобар, IV CCC	5	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Кувар, IV степен	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
Хотелско-туристички техничар	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Туристички техничар	22	19	0	3	10	4	1	0	0	0	1	3
Економиста за туризам	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Специјалиста струковни економиста (путовања, туризам)	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0

Извор: Национална служба за запољшавање, стање на дан 30.09.2025. године

И по питању зарада, у Новој Вароши је ситуација лошија него што је то на нивоу Златиборске области, Региона Шумадије и Западне Србије и Републике Србије.

Табела 8. Просечне месечне зараде без пореза и доприноса (РСД по запосленом)

Година	Општина Нова Варош	Златиборска област	Регион Шумадије и Западне Србије	Република Србија
2019.	44.300	46.800	46.826	54.919
2020.	47.958	50.890	51.068	60.073
2021.	52.638	55.995	55.901	65.864
2022.	57.704	62.637	62.687	74.933
2023.	65.790	71.302	71.642	86.007
2024.				

Извор: Статистички годишњаци Републике Србије, РСЗ;

5.6 Активности на развоју туристичких производа

5.6.1 Пројекти, програми и манифестације

Општина Нова Варош је у периоду од 2019. године до октобра 2025. године реализовала **различите пројекте који доприносе развоју туристичких производа**.

У периоду 2019-2020. године изграђен је **спортски терен** у оквиру туристичке зоне Златар намењен висинским припремама. У финансирању је поред Општине Нова Варош учествовало и Министарство туризма. Управљање је поверено ЈУ „Спортски објекти“.

Током 2019. године постављен је **zipline систем** са 2 сајле, укупне дужине 1.000 m. Управљање је поверено ТО „Златар“.

2020. године на стени која је позната као Хоџина стена, са које се пружа поглед на град Нову Варош, источно и долину Бистрице, са западне стране, монтиран је **видиковац са терасом за сликање и посматрање**, али он још увек није у функцији. У току је решавање приступа видиковцу.

Уређене су пешачке и бициклическе стазе. Током 2021. године уређена је **пешачка стаза „Шопот“** која води од градског насеља до скијалишта „Бријежђа“, дужине око 1,5 km. У периоду 2021-2022. године уређене су **пешачке и трим стазе у централној туристичкој зони Златар и у Батровцу**, укупне дужине око 2,5 km са постављеним справама на делу трим стазе. Успостављене су и обележене бициклическе стазе, намењене МТБ корисницима – обухваћени су некатегорисани сеоски путеви који су мапирани и означени у катастарским општинама Штитково, Дебеља, Комарани, Вилови, Амзићи и Вранеша.

Поред тога, изграђене су и **уређене стазе у центру туристичке зоне Златар**, где су постављени и дрвени објекти за продају сувенира.

У оквиру реализације пројекта **„Линијски парк Златар“** реконструисан је **део стазе око објекта „Златарски златник“** у дужини од 200 m.

Детаљне информације о свим овим и другим пројектима који су реализовани или покренути у периоду 2019-2025. године дате су у Табели 19.

У наредној, Табели 20, дат је преглед свих **програма и манифестација** које се током године организују на подручју општине Нова Варош. У табели су такође приказане и оне манифестације које су раније постојале, али се не организују током последњих година, зато што постоје иницијативе да се и те манифестације обнове (као што су: Сретењски ноћни слалом и Златарска хајка на вука).

Највећи износ финансијских средстава се издваја за **„Златарфест“** који се одржава крајем јула на две локације – у Новој Вароши и на Златару. Том приликом се представљају туристички и привредни потенцијали Нове Вароши и Златара. Промовише се традиција, природне и културне вредности. Организују се спортска такмичења, изложбе, концерти, трибине. То је манифестација која има највећи број посетилаца – више од 3.000. Манифестација се све више развија као летњи фестивал који промовише културу, спорт и туризам и потребан је њен редизајн у наредном периоду.

Табела 9. Инвентар пројеката (у периоду 2019-2025. године)

Назив пројекта и локација	Кратак опис	Статус ⁴⁰	Носилац	Вредност и извори финансирања	Период реализације	Следећи кораки и друге напомене
Изградња терена за висинске припреме	Изграђен спортски терен у оквиру туристичке зоне Златар, са постављеном заштитном оградом, алуминијумским головима, мрежом, капијом, затрављена површина терена 100x48m, са 3 хидранта за прскалице	У функцији, управљање поверено ЈУ „Спортски објекти“	Општина Нова Варош	41.000.000 РСД, Министарство туризма и Општина Нова Варош	2019-2020. година	Постављање наменских трибина, инсталирање заливног система. Процена трошкова 7.000.000 РСД
Zipline „Златар“	Zipline систем са 2 сајле, укупне дужине 1.000m	У функцији, управљање поверено ТО „Златар“	Општина Нова Варош, ТО „Златар“	5.000.000 РСД, Министарство туризма и Општина Нова Варош	2019. година	
Видиковац „Хоџина стена“	Видиковац са терасом за сликање и посматрање, монтиран на стени која је позната као Хоџина стена, са које се пружа поглед на град Нову Варош, источно и долину Бистрице, са западне стране	Ван функције	Општина Нова Варош, ТО „Златар“	3.000.000 РСД, Министарство туризма и Општина Нова Варош	2020. година	Решавање приступа видиковцу
Изградња фекалне канализације Златар	Изградња фекалне канализације обухвата потез Златар – крак Брдо – Црвене воде – Дрмановићи и подразумева сепаратни систем канализације отпадних и атмосферских вода. Укупна дужина јавне канализационе мреже биће 1.951 m.	Ван функције	Општина Нова Варош	35.000.000 РСД Министарство привреде и Општина Нова Варош	2021. год. - и даље	Стављање у функцију након решавања судског спора
Пешачка стаза „Шопот“	Стаза води од градског насеља до скијалишта „Бријежђа“, дужине око 1,5km	У функцији	Општина Нова Варош, ТО „Златар“	5.000.000 РСД Министарство туризма и Општина Нова Варош	2021. година	

⁴⁰ Статус може подразумевати: у функцији/ван функције/ реконструкција/ планирано...

Назив пројекта и локација	Кратак опис	Статус ⁴⁰	Носилац	Вредност и извори финансирања	Период реализације	Следећи кораци и друге напомене
Пешачке и трим стазе Златар, Батровац	Уређење пешачких и трим стаза у централној туристичкој зони и у Батровцу, укупне дужине око 2,5 km са постављеним справама на делу трим стазе	У функцији	Општина Нова Варош, ТО „Златар“	6.000.000 РСД Општина Нова Варош	2021-2022. година	
Расвета у централној туристичкој зони „Златар“	Постављање расвете око балон-хале	У функцији	Општина Нова Варош, ТО „Златар“	4.200.000 РСД Општина Нова Варош	2022. година	
CULT BIKE ROUTE	Успостављање и обележавање бициклистичких стаза, намењених МТБ корисницима, на територији 12 општина Србије и Црне Горе. Од 6 општина РС, Нова Варош је једна од укључених. Траса кроз Нову Варош обухвата некатегорисане сеоске путеве који су мапирани и означени у кат.општинама Штитково, Дебеља, Комарани, Вилови, Амзићи и Вранеша. Постављено 26 знакова за усмеравање на рути и добијено 5 бицикли на коришћење	У функцији	Студентска организација Саобраћајног факултета у Београду, Општина Нова Варош	IPA II програм прекограничне сарадње Србије и Црне Горе. Није било директне финансијске подршке, Општина је учествовала као заинтересована страна	2022-2023. година	Повезивање са осталим стазама, креирање базе и промоција стаза
Изградња и опремање центра туристичке зоне „Златар“	Изградња и уређење стазе и постављање 15 дрвених објеката за продају сувенира	У функцији	Општина Нова Варош, ТО „Златар“	37.000.000 РСД Министарство туризма и Општина Нова Варош	2023-2025. године	Партерно уређење локације у оквиру пројекта Линијског парка Златар
Линијски парк „Златар“	Реконструкција дела стазе око објекта „Златарски златник“, у дужини од 200m, фаза 1.	У функцији	Општина Нова Варош	26.000.000,00 РСД Министарство туризма и Општина Нова Варош	2024-2025.	Наставак изградње Линијског парка „Златар“, фаза 2, дужине 400m – прибављена грађевинска дозвола, пројектовани износ изградње са

Назив пројекта и локација	Кратак опис	Статус ⁴⁰	Носилац	Вредност и извори финансирања	Период реализације	Следећи кораци и друге напомене
						опремањем локације Пројекција трошкова 2.фазе 40.000.00 РСД.
Изградња Туристичко-визиторског центра Растоке	Изградња наменског центра за посетиоце Увачког језера, у близини бране на Растокама	Пројекат у припреми	Општина Нова Варош	Процењена вредност око 100.000.000,00 РСД	2023-2025.	Исходовање дозволе за изградњу комплекса и обезбеђивање финансијских средстава за реализацију и изградњу у наредном периоду
Михољски сусрети села	Организација манифестације под називом „Михољски сусрети села“ од 2022. године подразумева такмичарски, ревијални и изложбени програм: избор најбољег Златарског сира (Златарска сиријада) и хељдопите, смотру нардоног стваралаштва и вишебој	У функцији 4 године заредом	Општина Нова Варош, ТО „Златар“, ДК „Јован Томић“, ОШ „Кнезова Рашковића“, удружења певача извика и старих заната	Укупно:3.000.000 РСД Министарство за бригу о селу и Општина Нова Варош	2022-2025. године	Наставак реализације манифестације у наредним годинама, редизајн садржаја и програма
Заједничке акције за развој руралног туризма	Пројекат се бави значајем руралног туризма за економски развој неразвијених општина, улогом и позицијом сеоских домаћинстава у руралном туризму и функцијом природних ресурса у развоју туристичке понуде прекограничног подручја. Осмишљено, мапирано и обележено 5 планинских стаза укупне дужине 56,5km; успостављено 5 мини-ботаничких башти са 5 инфо табли о биљкама које расту на тим локацијама; постављено 5 одморишта са 5 инфо-	У функцији	Туристичка организација „Златар“	Реализацију пројекта суфинансира ЕУ кроз Програм прекограничне сарадње Србија - Црна Гора 2014 - 2020, у оквиру инструмента претприступне помоћи (IPA II), при чему је тело за уговарање Министарство	2023-2025. година	

Назив пројекта и локација	Кратак опис	Статус ⁴⁰	Носилац	Вредност и извори финансирања	Период реализације	Следећи кораци и друге напомене
	табли; набављено 10 е-тротинета и 10е-бицикли; постављено 100 знакова туристичке сигнализације, на сајту ТОЗ подстранице Стазе Златара.			финансија РС, Сектор за уговарање и финансирање програма из средстава Европске уније (CFCU). Пројекат партнерски реализују Регионална развојна агенција за Бјеласицу, Комове и Проклетије, општина Шавник и ТО Златар, у износу од 264.724 евра, од чега ЕУ обезбеђује 225.016 евра (85%). кофинансирање: 39.708,71 евра		

Извори: Одлуке о буџету и одлуке о завршним рачунима Општине Нова Варош, Средњорочни план општине Нова Варош за период 2024-2026. године, Извештаји Туристичке организације „Златар“

Табела 20. Програми и манифестације

Назив и локација	Датум	Организатор	Опис	Профил публике и број посетилаца	Приходи/трошкови (мин.оквир)	Трендови
Божји турнир у малом фудбалу	3-5. јануар	Спортски савез	Традиционално такмичење у малом фудбалу	Љубитељи малог фудбала Оквирни број посетилаца: 1.200	700.000 динара	
Божји чесница, Храм Свете Тројице, Нова Варош	7. јануар	ТО „Златар“	Ломљење традиционалне чеснице у порти Храма Свете Тројице, уз доделу дуката и других пригодних награда за најмлађе учеснике	Породице са децом и православни верници Оквирни број посетилаца: 300	100.000 динара	Очување традиције, обичаја и верског идентитета у заједници
Дочек Православне нове године, Трг војводе Петра Бојовића, Нова Варош	13. јануар	ТО „Златар“	Дочек Православне нове године по јулијанском календару, уз музику и кувано вино на градском тргу	Манифестација привлачи локално становништво из града и околних села, породице са децом и туристе Оквирни број посетилаца: 300	50.000 динара	Важан елемент културног идентитета заједнице, могуће увођење додатних садржаја као и ширење промоције
Пливање за Богојављенски крст - Кокин Брод	19. јануар	ОУ Нова Варош, ТО "Златар" и СРП "Увац"	Пливање у дужини од 33 метра у част и спомен на Христове године живота	Верници и локално становништво, туристи и људи који воле културне и религијске манифестације Оквирни број посетилаца: 300	100.000 динара	Манифестација постаје све значајнији догађај који чува традицију и доприноси развоју заједнице и културног идентитета
Сретењски ноћни слалом, ски-стаза	15. и 16. фебруар	Спортски савез и Планинарско-смучарско друштво "Златар"	Традиционално ноћно такмичење скијаша на ски стази "Златар" осветљеној бакљама. Манифестација се <u>не одржава</u> задњих пар година	Љубитељи скијања и активног туризма, породице са децом и локални посетиоци, посетиоци из региона и туристи		Иницијатива за обнављање манифестације
Дани културе, Нова Варош	фебруар/март	Дом културе „Јован Томић“	Промоција културног стваралаштва. Позоришне представе, концерти, изложбе,	Локално становништво, посетиоци из околних општина, туристи Оквирни број посетилаца: 1.500	1.500.000 динара	Повећање квалитета и атрактивности културног програма

Назив и локација	Датум	Организатор	Опис	Профил публике и број посетилаца	Приходи/трошкови (мин.оквир)	Трендови
			промоције књига, културна дешавања.			
Бајрамска софра, Нова Варош	Почетак марта	ТО „Златар“ КЗМ Нова Варош	Празнична трпеза и јавно окупљање које се организује поводом Рамазанског Бајрама, једног од најважнијих исламских празника	Локално становништво ,посетиоци/туристи из околних места као и туристи који бораве на Златару Оквирни број посетилаца: 100	50.000,00 хиљада динара	Раст препознатљивости и институционализација догађаја, култура заједништва и међурелигијска отвореност
Златарска хајка на вука Златар	Фебруар/март	Ловачко удружење	Туристичко-ловна манифестација / популаризације лова, ловачког духа и дружења. Манифестација се <u>не одржава</u> годинама у назад	Ловци, туристи који бораве на Златару, локално становништво – љубитељи лова и природе	/	Иницијатива за обнављање манифестације
Обележавање Васкрса Христос Воскресе-Ваистину Воскресе	април	ТО „Златар“			100.000,00 динара	
Златарска џипијада „ZLATAR trophy“	Мај	АМК „Златар“ 4x4 од 2022.године	Вожња теренских возила - џипова по неприступачним пределима Златара за све љубитеље теренаца и адреналинских спортова, ревијални и такмичарски део	Љубитељи моторизма, авантуристи и посетиоци заинтересовани за екстремни спорт Оквирни број посетилаца: 200	100.000 дин. Општина, 300.000 дин. спонзорства, 800.000 дин. котизација учесника	Растућа популарност теренских спортова, афирмација Златара као туристичке дестинације, потребна подршка за даље одржавање
Златарска шаранијада, засеок Шиповик, Увачко језеро	Мај/јун	Риболовачко-спортско друштво „Златар“	Манифестација је такмичарског карактера, окупља велики број риболоваца из Нове Вароши и околине који	Љубитељи риболова, спортски риболовци, туристи заинтересовани за природу Оквирни број посетилаца: 100	200.000 динара удружење	Растућа популарност спортског риболова као рекреативне и туристичке активности, посебно у природи

Назив и локација	Датум	Организатор	Опис	Профил публике и број посетилаца	Приходи/трошкови (мин.оквир)	Трендови
			се надмећу у лову на шарана.			
Златарске џаде, Златар - Мушковина	7. јул	ТО „Златар“	Надметање у традиционалним дисциплинама; извлачење трупаца на воловској запрези, надвлачење конопца, бацање камена са рамена, избор најлепше девојке...	Мештани и љубитељи традиције, туристи и посетиоци који су заинтересовани за традиционалне обичаје и игре Оквирни број посетилаца: 300-500	200.000 динара	Значајан догађај у региону који привлачи све више посетилаца, манифестација не промовише само традиционалне вештине и обичаје, већ и доприноси развоју туризма
Петровдански вашар у Рутошима	12. јул	Мештани села Рутоши	Такмичење у малом фудбалу, вуча на влаци, у прављењу најбоље чорбе, певање извика, кување ловачког котлића, промоција локалних производа и остали забавни програм	Локално становништво и становници околних села Оквирни број посетилаца: 300-500	/	Привлачење већег броја посетилаца и учесника, интеграција са локалном заједницом
Сабор омладине на Јавору, Калипоље	12. јул	Општине Нова Варош и Ивањица, ХО „Стара Рашка“	Сабор омладине из матице и дијаспоре са смотром фолкора и народног стваралаштва, у знак сећања на Јаворски рат и битку на Калипољу 1876.године	Локално становништво и становници околних села, гости из околине и дијаспоре Оквирни број посетилаца: 300-500	200.000 Општина Нова Варош	Привлачење већег броја посетилаца и учесника, повезивање са дијаспором
МОСИ	Јул	Спортски савез Нове Вароши, Општина Нова Варош ТО „Златар“	Међуопштинске омладинске спортске игре, учествују спорттисти из више од 30 општина са тремеђе Србије, Црне Горе и Босне и Херцеговине,	Спортисти из Србије, Црне Горе и БиХ, локално становништво, посетиоци из околних општина и региона Оквирни број посетилаца: више од 3.000	Оквирно годишње издвајањ из буџета 1,2 милиона динара	Растући интерес за окупљања и такмичења у спортским дисциплинама, развој спортског духа и јачање веза између општина на тремеђи

Назив и локација	Датум	Организатор	Опис	Профил публике и број посетилаца	Приходи/трошкови (мин.оквир)	Трендови
			такмичења у више од 15 дисциплина, локација се мења сваке године			
Игре младих	Мај/Јун	Игре младих Србије	Републичко такмичење у одбојци на песку/ Регионално такмичење у одбојци на песку/ Регионално такмичење у кошарци 3x3 за двојнице и дечаке	Оквирни број посетилаца: 100	100.000 динара	
Предфест – летње загревање, Дом културе „Јован Томић“ Нова Варош	Крај јула	Дом културе „Јован Томић“	Позоришне представе, музички програм, програм за децу и регионална смотра фолкора	Локално становништво, становници околних општина, посетиоци и туристи на Златару, фолклорни ансамбли из суседних општина и региона Оквирни број посетилаца: 500	700.000,00 динара	Повећање квалитета и атрактивност културног програма
ЗЛАТАРФЕСТ Нова Варош, Златар	Крај јула	ТО „Златар“ Општина Нова Варош	Представљање туристичких и привредних потенцијала Нове Вароши и Златара. Промоција традиције, природних и културних вредности. Спортска такмичења, изложбе, концерти, трибине.	Локално становништво, становници околних општина, посетиоци и туристи на Златару Оквирни број посетилаца: више од 3.000	8.000.000,00 динара	Манифестација се све више развија као летњи фестивал који промовише културу, спорт и туризам Потребан редизајн манифестације
Златне руке Златара, Нова Варош	Крај јула, у оквиру ЗЛАТАР-ФЕСТА	ТО „Златар“, Општина Нова Варош, Локална удружења	Изложбено-продајна манифестација ручно рађених домаћих прехранбених, текстилних и других предмета различите употребне вредности,	Локално становништво, туристи, посетиоци из суседних крајева који посећују „Златарфест“ Оквирни број посетилаца: 300	120.000 динара	Разноврсна понуда производа, повећан број излагача, продајни карактер и већа комерцијализација, повезивање са туризмом

Назив и локација	Датум	Организатор	Опис	Профил публике и број посетилаца	Приходи/трошкови (мин.оквир)	Трендови
			сувенира, меда и пчелињих производа			
Сабор певања извика, Нова Варош	Крај јула, у оквиру ЗЛАТАР-ФЕСТА	Друштво за неговање традиционалног певања извика	Очување културне вредности нововарошког краја која је уписана у Национални регистар нематеријалног културног наслеђа	Средња генерација и старији људи који су одрасли уз ову врсту певања, такмичари, посетиоци и туристи Оквирни број посетилаца: 150	150.000 динара	Очување и промоција нематеријалног културног наслеђа кроз све већу регионалну заступљеност, институционалну подршку и интеграцију у туристичко-културну манифестацију
Златарска регата Кокин Брод	Крај јула, у оквиру ЗЛАТАР-ФЕСТА	ТО „Златар“, Општина Нова Варош	Сплавање Златарским језером, возња педалина и игре без граница	Љубитељи природе који воле активности на води, туристи, локално становништво, Оквирни број посетилаца: 500	400.000 динара	Расте број учесника, туристичка атракција
Меморијални турнир “Пепо и Лака” / Меморијални турнир “Бранко Грбић”	Крај јула, у оквиру ЗЛАТАР-ФЕСТА	Спортски савез Нове Вароши, Општина Нова Варош	Турнири у малом фудбалу и кошарци	Љубитељи спорта Оквирни број посетилаца: 150	300.000 динара	
Дани села Вранеша	19. август	„Етно село Вранеша“	Музички програм, изложбено-продајни штадови ручних радова и домаћих производа, хуманитарни турнир у малом фудбалу	Локално становништво, посетиоци из околних општина и региона Оквирни број посетилаца: више од 2.000	/	Разноврстан програм и активности, све већи број посетилаца
Михољски сусрети села, Божетићи	28. август	Општина Нова Варош, ТО „Златар“ и Министарство за бригу о селу, Дом културе „Јован Томић“	Традиционална манифестација чији је циљ очување и промоција културне баштине, обичаја, игара и традиције сеоских заједница	Локално становништво, мештани околних села, посетиоци заинтересовани за традиционалне обичаје Оквирни број посетилаца: 450	500.000 динара МБС, 300.000 динара ТОЗ	Јачање културне баштине и традиције, већи фокус на промоцију сеоског туризма, манифестација повезује

Назив и локација	Датум	Организатор	Опис	Профил публике и број посетилаца	Приходи/трошкови (мин.оквир)	Трендови
						различите сеоске заједнице
Златарска сиријада Божетићи	28. август, у оквиру Михољских сусрета села	ТО Златар, Општина Нова Варош, Локална удружења	Изложбено-продајна манифестација Златарског сира са заштићеним географским пореклом. Такмичење у прављењу најкусније хељдопите.	Публика која воли традицију, локалну гастрономију и домаће производе, локално становништво и становништво околних општина, туристи који бораве на Златару Оквирни број посетилаца: 100	200.000 динара ТОЗ, 100.000 динара удружења	Повећан број учесника и излагача, разноврстан програм и активности
Сеоска олимпијада Јасеново-Бела река	Летњи месеци	ТО Златар	Надметање у спортским дисциплинама: мали фудбал, баскет, одбојка, шах, стони тенис, пикадо, спортски риболов, скок у даљ, бацање камена с рамена, надвлачење кличка и конопца.	Локално становништво, млади заинтересовани спорт и традицију Оквирни број посетилаца: 300	50.000 динара	Растући интерес за очување традиције окупљања и такмичења кроз спорт, развој спортског духа и јачање заједнице
Национални фестивал филма и телевизије NAFFiT	септембар	Културни центар „Златибор“, Дом културе „Јован Томић“ Нова Варош, Дом културе „Пиво Караматијевић“ Прибој	Пројекције филмова и серија домаће и стране продукције у 3 биоскопске сале. Такмичарски део за животно дело и ауторска постигнућа	Локално становништво, туристи и посетиоце Златибора, Прибоја и Нове Вароши, уметници и филмски ствараоци, љубитељи телевизије и филма, новинари	Први фестивал финансиран средствима Министарства културе у износу од 35 милиона динара	Успостављање првог националног фестивала, подизање техничких капацитета и вредности продукције, као и подизање промоције локација за снимање

Извори: Општина Нова Варош, ТО „Златар“, Дом културе „Јован Томић“, Спортски савез Нова Варош

5.6.2 Маркетинг и ПР активности

Туристичка организација „Златар“, све више се усмерава ка промотивним активностима преко *web marketinga*, пратећи трендове маркетинга у окружењу.

Користи се промоција на друштвеним мрежама:

- Facebook (<https://www.facebook.com/tsczlatar2016/>),
- Instagram (to_zlatar, zipline_zlatar),
- Web sajt (<https://www.zlatar.org>),

које ТО „Златар“ допуњава новим садржајима, фотографијама, категорисаним објектима, сервисним информацијама, за што бољи боравак туриста на самој дестинацији и што прецизнијим описом понуде потенцијалним туристима.

Туристичка организација „Златар“, увек се одазивала на учешћа на сајмовима, како највећим у земљи, тако и на еминентним сајмовима туризма у Европи и свету, самостално или у оквиру „Регије западне Србије“. У Србији су то следећи сајмови:

- 1) Међународни сајам туризма у Београду, фебруар;
- 2) Београдска променада, Београд, мај;
- 3) Београдски манифест, платформа за промоцију туристичких дестинација, мај;
- 4) Промо сајам на Авали;
- 5) Промо сајам Београд –Кнез Михајлова улица;
- 6) Сајам туризма у Новом Саду, октобар;
- 7) Сајам туризма и сеоског туризма у Крагујевцу, новембар;

Поред наступа на сајмовима у Србији, ТО „Златар“ има и регионалне наступе у суседним земљама, туристичким форумима, иностраним међународним сајмовима које организује Туристичка организација Србије и Туристичка организација „Регија западне Србије“, као што су:

- 8) Сајам у Берлину;
- 9) Сајам у Бечу;
- 10) Сајам у Торину;
- 11) Сајам у Лондону;
- 12) Промоција туризма у Херцег Новом и Требињу;
- 13) Промоција туризма у Сарајеву.

ТО „Златар“ наставља са организовањем снимања емисија на својој дестинацији, обједињујући понуду Златара као планинског центра и ваздушне бање, затим језера, кањона Увац, флоре, фауне и гастрономије, пружајући увид у комплетан садржај туристичког производа. Путем емитовања колажних емисија, путописа, квизова, емисија о кулинарству, на најсликовитији начин, дестинација постаје ближа потенцијалном купцу. Истакнуте емисије су:

- Шареница
- Прело у мом сокаку
- Србија у кадру
- Балкан трип
- Срцем кроз Србију

- Кухиња мога краја⁴¹.

Са друге стране, резултати анкете која је спроведена међу туристима који су посетили Нову Варош показује да је најчешћи извор преко кога су сазнали за туристички садржај и понуду општине Нова Варош „блиска особа“ (54 %) и „ранији боравак“ (38 %). Одговор „путем онлајн медија“ је на трећем месту (16 % анкетираних). Ниједан анкетирани није навео да је сазнања добио у туристичкој агенцији или на сајму туризма или путем електронских медија (ТВ, радио).

5.7 Пресеци и хоризонталне теме

5.7.1 Приступачност

На територији општине је организован локални превоз у смислу минибусева које су обезбедили Министарство за бригу о селу и Општина Нова Варош. Овакав организован јавни превоз користи се за превоз путника на сеоским подручјима у последњих 4 године. Минибусеви саобраћају два пута седмично, једна линија и обухвата превоз кроз 6 насељених места. Доступан је и такси превоз: тренутно су регистрована 22 предузетника, који превоз обављају са 37 возила. Постоји и ванлинијски превоз који обављају 3 предузетничке радње - комби возила која превозе раднике до других општина. Међуградски превоз уредно функционише по устаљеним деценијским линијама.

5.7.2 Приступачност за особе са инвалидитетом

На територији Општине има 25 приступачних места за особе са инвалидитетом: школе (градске и сеоске), спортски објекти (Балон хала и Градска хала), зграда општине, болница, Центар за социјално, суд, НСЗ итд.)

5.7.3 Путање за бицикле

Успостављена и обележена бициклистичка стаза намењена МТБ корисницима у оквиру пројекта прекограничне сарадње и део је трасе која пролази кроз 12 општина Србије и Црне Горе. Од 6 општина РС, Нова Варош је једна од укључених. Траса кроз Нову Варош обухвата некатегорисане сеоске путеве који су мапирани и означени у катастарским општинама Штитково, Дебеља, Комарани, Вилови, Амзићи и Вранеша. Постављено 26 знакова за усмеравање на рути и добијено 5 бицикли на коришћење. Стаза је дужине око 46 km.

5.7.4 Дигитална присутност и е- репутација

Општина Нова Варош и Туристичка организација „Златар“ су видљиви на Google и Google Maps платформама, као и туристички потенцијали Општине и саме планине Златар. Већина смештајних капацитета су видљиви на Booking платформи. Свега неколико пружалаца услуге смештаја користи Airbnb платформу, док мањи део користи и Trip платформу.

⁴¹ Извор: ТО „Златар“

Што се тиче оцена и коментара у великој мери су заступљени, што преко платформи за букинг, што усмених и писмених утисака гостију. Оцене и коментари су углавном позитивни. По претрази на GoogleTrends платформи резултати показују ниво интересовања за планину Златар током дана је до 100 претрага. Интересовање према подрегиону је претежно северни део Србије, а за Нову Варош приближно је иста ситуација.

6 SWOT анализа - предности и недостаци развоја туризма општине Нова Варош

6.1 Људски ресурси

Снаге	Слабости
• Спремност на заједничке иницијативе - добар социјални капитал за брзе акције; • Широка база за умрежавање и размену знања (јавни, приватни и цивилни сектор); • Локални идентитет, добро познавање локалних обичаја, традиције и природних ресурса; • Гостољубивост локалног становништва и љубазност запослених;	• Одлив радно способног становништва - младих/сезонаца; • Недовољна обученост актера у јавном сектору; • Недостатак квалификоване радне снаге са искуством у туризму и угоститељству у приватном сектору • Недовољан број радника (стална и сезонска радна снага); • Недовољна видљивост и понуда локалних водича; • Јаз у практичним вештинама: интерпретација природе/културе, вођење краћих тура, дигитална продаја • Старије становништво – недовољно искуства и знања за селективне облике туризма
Шансе	Претње
• Програми финансирања/ко-финансирања обука и запошљавања у туризму (државни, донаторски); • Мрежа школа/факултета у Региону Шумадије и западне Србије као извор праксе и сезонског кадра; • Раст тражње за вођеним активностима у природи (тржишни тренд); • Крос-дестинацијска пракса (Прибојска бања, Златибор) за размену знања.	• Наставак одлива радне снаге ка већим центрима/конкурентним дестинацијама; • Сезоналност и непоузданост сезонске радне снаге; • Негативни демографски трендови (старосна, образовна структура); • Пад угледа ако расте потражња а нема обучених људи (ризик лоших рецензија);

6.2 Инфраструктура и саобраћај

Снаге	Слабости
• Добра локација на транзитном коридору („на пола пута до мора“); • Постојећа мрежа видиковаца, бициклистичких и пешачких стаза, спортских терена - погодних за брза унапређења; • Раст понуде смештаја (хотели, пансиони, виле, апартмани и сеоска туристичка домаћинства); • Релативно добар интернет/Wi-Fi у главним зонама (позитивније оцене код туриста);	• Недовољно развијена „мека“ туристичка инфраструктура (сигнализација и инфо-табле – недоследне/недовољне; стазе (пешачке, планинске, бициклистичке), видиковци – неуједначено означени, неуређени; недостају и неуређена полазишта (посебно на Увцу)); • Незадовољство становништва/стејхолдера степеном постојеће и нове (Златар) заштите подручја, којима се ограничавају инвестиције и улагања у инфраструктуру • Лоша приступна путна инфраструктура до атракција и недостатак јавног превоза ка локацијама; • Приступ особама са инвалидитетом најлошије оцењен код туриста; • Недостатак објеката за смештај који могу примити веће групе гостију; • Недостак прихватних центара за туристе на кључним локацијама Растоке и Златар, као и недостатак ТИЦ • Проблеми са водоснабдевањем на појединим тачкама; • Проблем паса луталица; • Нелегална градња на језерима;
Шансе	Претње
• Национални програми за саобраћајну и комуналну инфраструктуру; • Доступност националних, ЕУ и других програма за „меку“ инфраструктуру и туристичке производе; • Донаторски и корпоративни програми подршке за опремање стаза, видиковаца и мобилијара (брзе, видљиве интервенције); • Обновљиви извори енергије за изградњу и одржавање еколошке инфраструктуре	• Притисак на осетљиве зоне (кањон/гнезда) ако се не управља посетама; • Ризик од загађења и угрожавања безбедности на води ако се комуналне, безбедносне и друге мере одлажу; • Буџетска ограничења и споро међуинституционално деловање; • Негативне рецензије због отпада/санитарних услова/безбедности - брзо утичу на видљивост онлајн.

6.3 Туристички производи

Снаге	Слабости
• Јасно позициониране водеће атракције - кањон Увца и белоглави суп, Златар и Златарско језеро - богатство природних ресурса – погодно за развој еко и агро туризма; • Природни амбијент (природа, мир, чист ваздух, шуме, повољна клима) и мрежа стаза; • Компактан радијус атракција (Увац–Златар–Златарско језеро) и разноврсност доживљаја у оквиру исте дестинације (планински/језерски); • Лојалност и препорука гостију (86–89% би се вратили/препоручили)	• Премало организованих активности за госте; • Премало организованих кратких тура/излета и нејасан пут до резервације; • Недовољна разноврсност понуде (породично/адреналин/деца и вечерњих/културних програма); • Слаба повезаност елемената (смештај–гастро–активности–догађаји); • Рурални доживљаји (ручкови, фарме, радионице) нису систематизовани ни календараски подржани • Угоститељски објекти у редовним менијима најчешће не нуде локалне производе, јела и пића од локалних сировина, нити презентују локалне специјалитете, или се они ни не припремају
Шансе	Претње
• Транзитна позиција на рути ка Црној Гори и велики проток путника; • Раст потражње за природом и искуствима посматрања птица/дивљег света; • Географска близина и комплементарност са суседним дестинацијама (Златибор, Пештер...) – потенцијал за умрежене руте;	• Усмереност потражње на једну водећу атракцију и висока осетљивост на временске прилике, режиме заштите природе и ограничене пријемне капацитете; • Повећана понуда приватног смештаја у региону и појачан ценовни притисак, са ефектом снижавања прихода по госту; • Раст очекивања гостију и велика видљивост преко интернет рецензија - повећан ризик по углед дестинације ако понуда остане испод очекивања;

6.4 Усклађеност са другим делатностима

Снаге	Слабости
• Спремност на заједничке иницијативе; • Разноврсна база актера (јавни/приватни/цивилни сектор) – потенцијал за синергију;	• Неусаглашене стратегије/координација/заједничко планирање; • Недовољна сарадња локалне самоуправе/локалних актера са националним нивоом као и управљачем СРП

- Природна комплементарност туризма и локалних пољопривредних производа (гастро-идентитет, кратки ланци);
- Слаба сарадња између јавног и приватног сектора;
- Изузетно слаба понуда услуга и производа приватног сектора (сувенирнице, ресторани, локалне продавнице и др.)
- Недовољна сарадња унутар јавног сектора;
- Недовољна укљученост цивилног сектора

Шансе

- Постојећи правни/организациони оквири за кластере и јавно-приватна партнерства;
- Спремност суседних општина и управљача заштићених подручја на заједничке пројекте и производе;
- Донаторски програми за управљање туристичком дестинацијом и међусекторску сарадњу;
- Доступност приступачних дигиталних алата и платформи за заједничко планирање, календар догађаја и размену података.

Претње

- Продубљивање секторске изолованости и губитак сезоне због неусаглашених активности.
- Дуплирање напора и трошкова и неповезана комуникација, што погоршава искуство госта;
- Осипање мотивације актера и пад поверења, ако рано најављене „брзе победе“ изостану.

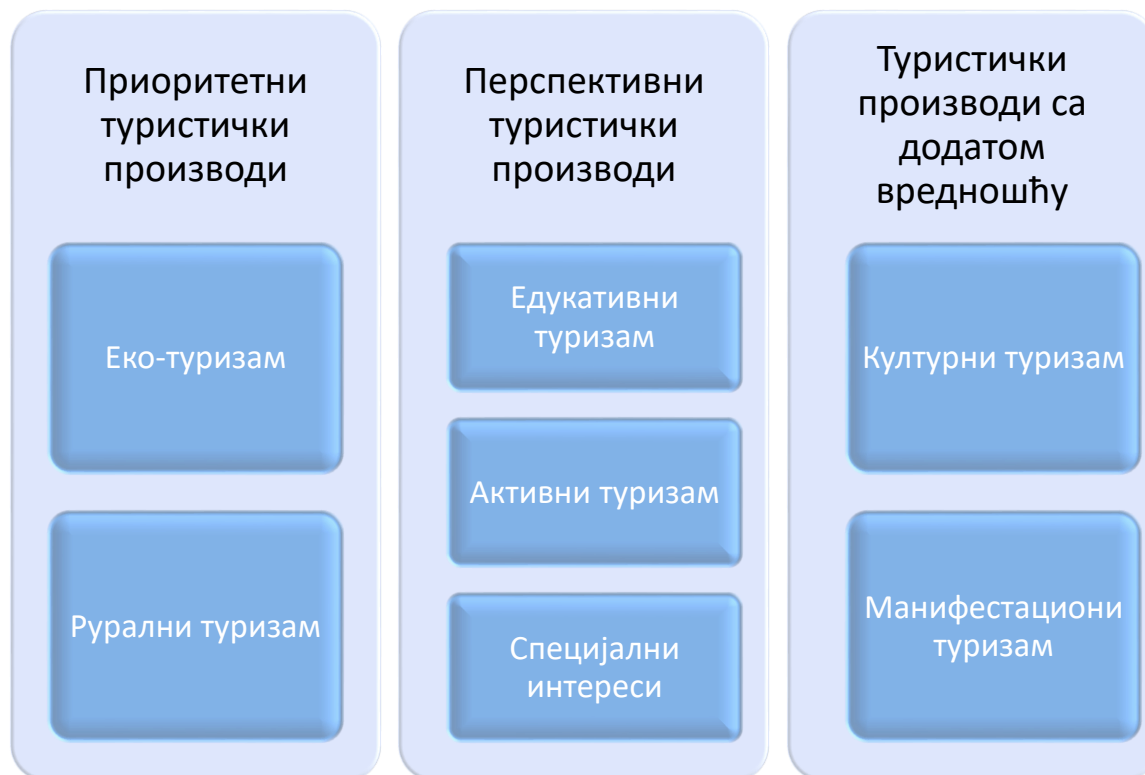
6.5 Маркетинг и дистрибуција

Снаге	Слабости
• Јасно позициониране водеће атракције и висока визуелна препознатљивост (Увац, Златар, Златарско језеро) — лаке за комуникацију у медијима и на мрежама. • Природни амбијент и „фотогеничне“ локације (видиковци, језеро) који природно привлаче пажњу публике. • Компактност дестинације и јасан наратив (планина + језеро) — погодни за јасне поруке и тематске кампање.	• Непостојање бренда дестинације • Недовољна промоција дестинације у целини; • Недостаје платформа за руте/календар/резервације (B2C и B2B) • Недовољна сарадња са спољним актерима (агенције/инфлуенсери/медији/платформе); • Недовољно развијено дигитално присуство; • Ниска видљивост тура у комуникацији; слаба Google/Maps присутност „<i>Things to do</i>“
Шансе	Претње
• Раст значаја дигиталних канала и кратких видео-формата за природне теме и дестинације; • Ширење онлајн платформи за продају активности и пакет-аранжмана (лакши улаз у продају и наплату); • Отвореност B2B партнера у региону (туристичке агенције, суседне дестинације) за заједничке руте и промотивне наступе;	• Засићеност канала и раст трошкова оглашавања, са падом органског домета. • Зависност од правила и алгоритама платформи (друштвене мреже) и учестале промене услова. • Интензивне кампање блиских конкурентских дестинација са већим буџетима и бољом дистрибуцијом. • Брза ескалација негативних искустава онлајн (погрешне информације, недостајуће услуге)

7 Дефинисање кључних туристичких производа

На основу претходно израђене анализе, као и консултација са локалним актерима, дефинисани су кључни туристички производи, који се могу посматрати кроз три основне групе туристичких производа, а то су: приоритетни туристички производи, перспективни туристички производи и туристички производи са додатом вредношћу.

Графикон 11. Туристички производи на територији општине Нова Варош



7.1. ПРИОРИТЕТНИ ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ

Приоритетни туристички производи су они који се већ нуде туристима на дестинацији, односно производи по којима је дестинација већ препознатљива на тржишту. Приоритетни производи најчешће захтевају унапређење, осавремењавање, иновативна решења, едукацију или улагања у инфраструктуру, како би пратили тржишне трендове и захтеве циљаних тржишних сегмената.

7.1.1. Еко-туризам

Еко туризам је туристички производ усмерен на одрживост и очување природе, где туристи и посетиоци обилазе подручја уз минималан утицај на животну средину. Еко-туризам је производ по којој је дестинација – општина Нова Варош већ препозната, иако се налази у

раној фази, односно није довољно развијен, а и сама оперативна логистика није у потпуности заокружена. Ресурси за развој еко-туризма на територији Општине су изузетни, а ту су пре свега: Кањон Увца и белоглави суп, Златар и Златарско језеро⁴², што омогућава организацију различитих активности и излета као што су: орнитолошки туризам, посматрање птица, дивљачи, фото-сафари, организацију различитих радионица (лековито биље, традиционалне рецептуре (храна, медицина), вођене туре кроз заштићено подручје, тематске стазе и др. У наредном периоду потребна је координација свих актера – локалне самоуправе, туристичке организације пружалаца туристичких/угоститељских услуга, управљача заштићеним подручјима и локалне заједнице – у циљу планирања, очувања ресурса и контроле раста посета. Поред координације и сарадње, непоходно је стратешки приступити развоју еко-туристичке понуде кроз јачање „меке“ инфраструктуре (означавање стаза, постављање инфо-табли, видиковаца и одморишта) и унапређење пратећих садржаја (санитарни чворови, корпе за отпад, мања паркиралишта). Посебан акценат треба ставити на креирање организованих активности у природи како би се обогатила понуда и продужило задржавање посетилаца. Питања као што су чистоћа/отпад и контрола градње такође су препозната као важна у контексту еко-искуства. Уколико овај приоритетни туристички производ не постаје координисан и оперативно-логистички организован, очекује се слабљење тражње, краћи боровци, већи утицај сезоне (и на туристе и на радну снагу), угрожавање биодиверзитета, као и негативан маркетинг од стране незадовољних посетилаца.

Примарне циљне групе: најчешће из градова, парови, индивидуалци, породице (често и са децом), пензионери. Веома занимљив производ и за стране туристе.

Основне карактеристике туриста: нису строго везани за сезону, очекују очувану природу, мир и аутентичност, практикују умерену физичку активност, очекују локалну храну у објектима (примарно сезонску), очекују укљученост локалне заједнице у понуду производа и услуга (презентација и продаја локалних сировина и специјалитета у смештајним и угоститељским објектима)

Очекивања туриста када је смештај у питању: објекти од природних материјала са енергијом на одрживим принципима, не очекују луксуз у класичном смислу већ "low-impact comfort", очекују могућност сепарације отпада, уштеде природних ресурса (вода, струја), амбијент у објектима инспирисан локалном традицијом, најчешће који се налази у природи, приступ интернету није пресудан.

Очекивања по питању инфраструктуре: путна приступачност (обележен и безбедан пут, не нужно асфалтиран), тоалети и тушеви по могућности на еколошким принципима, одрживу мобилност (бицикли, електрична возила), помоћне услуге (инфо табле о биодиверзитету, еко-правилима боровка, брошуре о локалним обичајима и сл.).

Канали комуникације: онлајн платформе специјализоване за одрживи туризам, друштвене мреже, сајтови и блогови са причама гостију, локалним причама, слање новости о сезонским дешавањима, попустима, еколошким радионицама, склапање партнерстава са еко-иницијативама и организацијама (еко-кампање, волонтирање, еко-фестивали),

⁴² Већина посетилаца долази због природних лепота (84% анкетираних)

сарадња са школама, сарадња са малим нишним агенцијама које нуде "slow travel" ili "green travel".

О чему водити рачуна, шта еко-туриста не прихвата: загађену околину, превише бетонске инфраструктуре, масовни туризам, пластичну амбалажу, нетранспарентност у вези са одрживим праксама, комерцијализовану понуду, превише индустријских производа и сировина када су храна и пиће у питању.

7.1.2. Рурални туризам

Рурални туризам је производ који обухвата боравак у сеоским подручју, интересовање за културу, традицију, обичаје, активности на селу, где туристи и посетиоци најчешће очекују и само учешће у сеоским активностима (припрема и дегустација локалних јела, прављење сира, учешће у берби, припрему зимнице, мужу крава, прављење сира и сл.). Рурални туризам доноси значајне приходе локалном становништву, даје допринос економском развоју села и очувању културне баштине, али је уједно и веома захтеван по питању знања и искустава домаћина у пружању оваквих услуга, као и испуњавање свих прописаних стандарда. Тренутно, на територији општине Нова Варош, рурални туризам се не може сматрати развијеним, већ евентуално у раној фази развоја, као пратећи производ других туристичких производима. Не постоји јасна понуда, организоване активности, довољно развијена "мека" инфраструктура, нити су домаћини обучени за пружање оваквих врста услуга, већ гости самостално истражују и организују активности. Оно што треба нагласити, а што је анализа (кроз анкету) и потврдила, подручје карактерише гостољубивост домаћина и висока оцена хигијене смештајних и угоститељских објеката, што је одлична основа за развој руралног туризма. Рурални туризам треба развити као конкретан сет „малих, аутентичних доживљаја“ који допуњују боравак у природи: кратки домаћински ручкови/дегустације, фарма-обиласци, радионице (хлеб, сир, хељда, занати), бербе/шумски плодови и „дан у селу“. Кључ је стандардизација основног квалитета, јасна резервација, означавање и логистика последњег километра (приступ, паркинг-цепови, санитарни чвор). Посебну пожњу треба посветити видљивости (календар/резервације). Уколико се не уреди овај туристички производ, туристи ће и даље кратко боравити, посматрајући дестинацију као транзит, односно "само за смештај", а тренутна понуда у домаћинствима остати неорганизована и под упитном контролом.

Примарне циљне групе: породице (са и без деце), старији туристи

Основне карактеристике туриста: траже лагани одмор, воле домаћу атмосферу, оброке припремљене од локалних састојака, традиционална јела која се спремају на лицу места (често и да учествују у припреми), занима их традиција, култура и обичаји подручја, очекују аутентично искуство у аутентичним селима, воле да их домаћини лично дочекају, да чују приче о локалним обичајима, историји, али и да се друже са домаћинима и локалним становништвом.

Очекивања туриста када је смештај у питању: смештај у традиционалним кућама, брвнарама и сл. са елементима народне архитектуре, тишину, чист ваздух, без гужве, топлу (породичну) атмосферу, заједнички простори где могу да седе и да се друже са домаћинима и учествују у њиховим свакодневним активностима (летњиковац, огњиште,

башта, трема), не очекују луксуз, већ удобност у складу са сеоским амбијентом (али чиста постељина, удобан лежај, топла вода), активности/реквизити (бицикли, друштвене игре, књиге, мапе стаза и сл.).

Очекивања по питању инфраструктуре: добро обележени путеви у солидном стању, сигуран и близу смештаја паркинг, чисти санитарни чворови.

Канали комуникације: Booking и Airbnb (аутентичне фотографије и добар опис), специјализоване платформе за рурални туризам, друштвене мреже, сајт ТО са блогом и мапом (прича о домаћинству, фотографије, рецепти, локалне легенде, препоруке за излете у околини, манифестације, занати), директна комуникација са домаћином (телефон, вибер), сарадња са школама, удружењима и камповима.

О чему водити рачуна, шта рурални туриста не прихвата: неудобност и недовољну хигијену у објектима за смештај и исхрану, неаутентичност, скупа понуда без покрића у квалитету, непрофесионалну комуникацију и нељубазност домаћина, недовољно информација пре доласка.

7.2. Перспективни туристички производи

Перспективни туристички производи су они који захтевају значајна улагања у туристичку инфраструктуру, објекте за смештај и исхрану, едукацију, промену свести становништва, често издвајање значајних финансијских средстава, укључивање шире заједнице, удружења, али истовремено имају висок потенцијал пласмана, узимајући у обзир ресурсну основу и актуелне тржишне трендове.

7.2.1. Активни туризам

Активни туризам је туристички производ који обухвата све облике рекреативних и спортских активности у природи, као што су пешачење, планинарење, бициклизам, кајакаштво, пецање, јахање и др. Активни туризам се базира на изазову и авантури, али није увек и нужно у складу са еколошким принципима. Зато је веома битно да буде плански и организационо у тесној вези са еко-туризмом, односно, у пракси их интегрисати у циљу поштовања еколошких стандарда од стране пружалаца услуга и корисника истих, као и очувању природног амбијента. На територији општине Нова Варош овај производ има изузетно високо потенцијал, али је за активирање истог потребно, пре свега, уређење простора, едукација, а затим и адекватна промоција. Код активног туризма се отварају додатне могућности запошљавања у организацији оваквих излета, затим вођењу, али исто тако и изнајмљивању опреме (водити рачуна о одрживој мобилности када је реч о возилима – аутомобили, бицикли и др.). Уколико овај туристички производ остане неуређен, постаје значајан извор ризика (безбедност туриста, деградација животне средине, негативно искуство туриста, пропуштене могућности зараде) и престаје да буде одржив туристички производ, односно развијаће се стихијски.

Примарне циљне групе: авантуристи и адреналин туристи старости 20–45 година, рекреативни спортисти, породице са децом, школске и омладинске групе, *outdoor lifestyle & wellness* туристи старости 25-60 година, спортски клубови.

Основне карактеристике туриста: воле изазов, физичку активност, често остају краће на дестинацији, воле флексибилан распоред (јер често излазе рано због активности у природи), енергетску и здраву храну као послужење (јаја, локални сиреви, воће), да су им доступне мапе, временска прогноза, савети домаћина у смислу познавања терена и временских прилика, бројеви хитних служби, да имају могућност ангажовања локалних водича.

Очекивања туриста када је смештај у питању: смештај прилагођен активностима (планинарски домови, кампови, хостели), близина активности (смештај у близини стаза за бициклизам, планинарење, пецање....), директан приступ природи без потребе за дугим транспортом, функционалност пре луксуза, безбедан и практичан смештај, чист, без вишка декора, обавезно могућност прања и сушења ствари, безбедан простор за одлагање опреме (бицикли, ранчеви, кајаци и сл.), топли тушеви, простор за истезање, опоравак, прва помоћ и комплети за поправке (нпр. алат за бицикл).

Очекивања по питању инфраструктуре: очекују паркинг близу смештаја за аутомобиле и приколице, могућност превоза до полазник тачака као и трансфер опреме, добро уређене и обележене стазе за планинарење, бициклизам и др., потенцијално са пунктовима за одмор и освежење, добар интернет (за проверу рута, постављање GPS трагова, слање порука).

Канали комуникације: специјализоване платформе и форуми, друштвене мреже, сајт нпр. ТО са динамичним садржајем (детаљан опис тура, тежина, трајање, карте, пријаве за активности, цене, услови, фотографије), *Google Maps & TripAdvisor* (изузетно је битно присуство на мапама јер многи туристи долазе самостално), посебно су значајне оцене и искуства других, *outdoor* манифестације и спортски догађаји, сајмови, сарадња са клубовима.

О чему водити рачуна, шта активни туриста не прихвата: превисока цена у односу на квалитет услуге, временска ограничења (улазак и излазак из објекта), немогућност уношења опреме у објекат (нпр. бицикла), неинформисаност домаћина (нпр. не зна где су стазе), недостатак основне логистике (нпр. нема где да осуши опрему, или алат да нешто поправи), слаба интернет презентација и мапе.

7.2.2. Едукативни туризам

Едукативни туризам до сада није био развијен на подручју општине Нова Варош, нити препознат као потенцијал претходним Програмом развоја туризма, а свакако представља један од најодрживијих модела развоја туристичке понуде, посебно у подручјима која су под заштитом. Из наведених разлога едукативни туризам треба позиционирати као један од приоритетних праваца у даљем развоју – не само као туристички производ, већ и као алат за едукацију, очување животне средине и активирање локалне заједнице. Подручје

општине Нова Варош пружа изузетне услове за организовање едукативних садржаја на отвореном – кроз школе у природи, еколошке радионице, кампове, истраживачке боравке, тематске туре и интерактивне програме за децу, младе, студенте и све заинтересоване за упознавање биодиверзитета, геонаслеђа, културне баштине и традиције. Едукативни туризам није, у правом смислу, развијен у Републици Србији, посебно кад говоримо о заштићеним подручјима и могућностима за едукацију какве они нуде, што представља посебно битну информацију за подручје општине Нова Варош, која има могућност да се специјализује за организацију оваквих програма. Кроз подстицање учења, подизање еколошке свести и одговорно понашање према природи, без нарушавање природних вредности, Општина може да привуче велики број оваквих посетилаца и туриста. Активирање овог туристичког производа захтева велике логистичке напоре и укљученост значајног број људи, али исто тако отвара могућност прилива туриста и посетилаца који у пракси долазе и неколико пута годишње, остају више дана, а као резултат често буду радови, чланци и други материјали о подручју који се објављују како у земљи тако и у иностранству. За развој производа потребно је успостављање сарадње са универзитетима, научним институцијама, невладиним сектором и управљачима заштићених подручја. Као део иницијативе, предлаже се покретање **годишње Конференције посвећене заштићеним подручјима, са центром дешавања на Златару/Увцу**, што би допринело умрежавању актера, размени искуства и промоцији овог концепта шире. Такође, едукативни туризам се може надоградити спортско-рекреативним компонентама (за шта постоји одговарајућа инфраструктура), у смислу припремних кампова, организације тренинг центара. **Тренинг центар женске кошарке** је свакако један од пројеката који би био веома значајан, а о ком се на подручју већ дуго размишља. Укључивањем спортско-рекреативне компоненте проширује се циљна група и јача целокупна туристичка понуда. Развој едукативног туризма на територији општине Нова Варош може представљати значајну конкурентску предност због неразвијености овог производа на другим дестинацијама у Републици Србији, али и због специфичности каква подручје општине Нове Вароши нуди.

Примарне циљне групе: основне и средње школе, факултети, истраживачи из области екологије, биологије, шумарства, орнитологије, географије, научни радници, као и породице са децом, млади активисти и волонтери, водичи, едукатори, страни туристи са посебним интересовањима, спортски клубови. Потребно је успостављање сарадње са универзитетима, научним институцијама, невладиним сектором и управљачима заштићених подручја.

Основне карактеристике туриста: воле учење кроз искуство, често имају (или се томе уче ако су деца у питању) висок ниво одговорности према природи и заједници (еколошка свест, поштовање локалне културе и обичаја), контакт са локалним занатима, баштином и људима (традиционалне радионице), воле јасан програм, обучене локалне едукаторе и водиче, фокус није на луксузу већ на садржају и квалитету едукације, воле да оставе траг – чланак, видео, фотографије, дневник, презентацију.

Очекивања туриста када је смештај у питању: функционалан смештај прилагођен групама (смештај за ученике, студенте, истраживаче – могућност колективног боравка), фокус није на луксузу, чисте собе, адекватан број купатила, просторије за рад (учионице, сале за

радионице и сл.), јасан кућни ред и безбедност, табле, пројектори, добар интернет, спољни садржаји за учење око објекта, исхрана прилагођена групама (школе, дечји кампови) - локално, здраво, сезонски, могућност пакованих оброка за терен, могућност ангажовања стручних водича, биолога, кустоса, могућност практичног рада (узорковање, израда хербаријума, експерименти).

Очекивања по питању инфраструктуре: простори за учење у природи (нпр. летња учионица), пожељно струја у просторима за учење на отвореном, очишћени простори од смећа, клупе, летњиковци, инфо-панои, терени за спортско-рекреативне активности у близини смештаја, добар приступ терену (шуме, реке, стене, геолошки профили, споменици културе), добро обележене стазе, интерактивне поставке, изложбе.

Канали комуникације: директна сарадња са институцијама (школе, универзитети, министарства, завод за заштиту природе) и циљани приступ (понуде школама и агенцијама специјализованим за образовна путовања), каталози и брошуре за професоре, присуство на образовним сајмовима и научним скуповима, сајт ТО са представљањем програма, календара догађаја, едукативним видео материјалом (како изгледа камп, шта се учи, ко држи радионице), интервјуи са учесницима (деца, професори, родитељи), друштвене мреже.

О чему водити рачуна, шта туристи који долазе због едукације не прихватају: недостатак безбедносних протокола и организације, нема стручних лица за едукацију, лоша логистика (касна храна, нема превоза, лоша комуникација), нејасан програм, непоуздан или недоступан локални партнер.

7.2.3. Специјални интереси

Туристички производ "специјални интереси" подразумева путовања која су мотивисана специфичним хобијима, интересовањима, темама, и као такав разликује се од масовног туризма, јер је прилагођен ужим циљним групама које траже дубље, интерактивно искуство. Примарно, фокус није на одмору, већ на јасно дефинисаном интересу као што је учење, истраживање, лични развој. Оваква интересовања и хобији су најчешће: лов, риболов, пешачење, брзо ходање, посматрање птица, активан одмор и активности у природи, адреналинске туре, сплаварење, кањонинг, бициклизам, параглајдинг, мото-туризам и сл. Овај туристички производ има изузетно велик потенцијал на подручју општине Нова Варош, а може се рећи да је у почетној фази развоја и да је потребно још много напора (програм и логистика) да би се у потпуности ставио у функцију. Природно окружење на подручју општине Нова Варош веома погодује развоју овог селективног облика туризма, развој ловног и риболовног туризма, посматрање птица (укључујући заштићеног белоглавог супа), планинарењу, пешачењу, вожњи бицикла и брдском бициклизму, као и адреналинским активностима попут кањонинга, параглајдинга и мото-тура. Простране, нетакнуте области чине овај производ аутентичним, мирним и погодним за активан, али и индивидуалан или тематски одмор. Развој „специјалних интереса“ доприноси продужетку туристичке сезоне и привлачењу нових тржишних ниша. Ове је такође битно споменути и могућност развоја тзв. *off-road type*, што подразумева вожњу ван путева (по неравном, природном терену), најчешће теренским возилима, џиповима, мотоцилима,

четвороточкашима и сл. Оваква тура може бити организована као визиторска, али исто тако и као такмичарска.

Примарне циљне групе: хобисти и ентузијаста (љубитељи птица, гљива, старих заната, вина, гастрономије, фотографије...), путници у потрази за "смислом" – волонтери, духовни путници, *slow travel* публика, организатори тематских екскурзија и излета, мали специјализовани клубови или удружења (планинари, астрономи, спелеолози, бајкери...), индивидуалци.

Основне карактеристике туриста: високо мотивисани и информисани пре доласка – често знају више од просечног водича, путују индивидуално или у мањим, циљано организованим групама, фокусирани на садржај и доживљај, не на комерцијалну понуду, спремни да плате више за аутентично и квалитетно искуство, често се враћају на дестинацију више пута.

Очекивања туриста када је смештај у питању: није луксуз у фокусу него функционалност, могућност смештаја у мањим, аутентичним објектима (кампови, етно-домаћинства), добра хигијена, топли оброци, добри технички услови (струја, вода, интернет...), простор за рад и складиштење опреме (научни прибор, фото опрема, пецаљке и сл.).

Очекивања по питању инфраструктуре: функционална, тематски прилагођена и поуздана инфраструктура, у складу са активностима којима се баве, приступачност теренима - уређене и обележене стазе, инфо табле, путокази, теренске учионице, санитарни и безбедни услови на терену.

Канали комуникације: друштвене мреже, сајтови и публикације клубова и удружења, специјализоване платформе и форуми, сарадња са стручним водичима и организацијама, сајмови и тематске конференције.

О чему водити рачуна, шта туристи који долазе због едукације не прихватају: недостатак стручности у комуникацији (локални водич, домаћини), "површни" комерцијални програми без креативности (преузети, копирани), масовни туризам, "забавни парк" приступ, слаба комуникација пре доласка (неодовољно информација, не одговарање на мејлове и поруке и сл.).

7.3. ПРОИЗВОДИ СА ДОДАТОМ ВРЕДНОШЋУ

Туристички производи са додатом вредношћу су они који нису примарни мотив посете дестинацији, али повећавају квалитет искуства и задовољство туриста и посетилаца. Најчешће су то савремено осмишљене атракције, иновативни или аутентични изрази локалне средине. На територији општине Нова Варош таквим производима можемо сматрати културни и манифестациони туризам.

7.3.1. Културни туризам

Културни туризам има изузетно велики потенцијал на територији општине Нова Варош, а налази се у веома раној фази развоја и представља пратећи у односу на примарне туристичке производе. Подручје карактерише јак локални идентитет (који није довољно представљен, испромовисан, а и упитна је координација у његовом одржавању и унапређењу). Из наведеног можемо рећи да општина Нова Варош до сада није валоризовала своје потенцијале у развоју културног туризма. Наслеђе битно за развој овог вида туризма огледа се како у материјалним тако и нематеријалним вредностима, са посебном вредношћу која се огледа у народној уметности, старим занатима и гастрономији, археолошким налазиштима и верским објектима. Све ово представља јаку ресурсну основу за развој тематских рута, фестивалских садржаја и радионица. Поред богатог наслеђа, директно наслањање на заштићена подручја, омогућава креирање интегрисаних програма у смислу "спајања природе и културе", а дигитализација оваквих програма кроз савремене технологије (аудио водичи, QR туре, апликације), омогућила би бољу доступност и атрактивност понуде. Развој културног туризма у Новој Вароши пружа прилику за оживљавање сеоских заједница, подстицање креативних индустрија и ангажовање локалног становништва као активних чувара културног идентитета. Идентификовани изазови који тренутно онемогућавају развој културног туризма су недовољно артикулисани програми, расут календар, непостојање јасне координације и сарадње између локалних актера. Ово доводи до тога да туристи и посетиоци, без конзистентних тематских рута, самостално разгледају, што свакако доводи до мањих прихода локалној заједници, расипања ресурса и неискоришћених прилика. Битну улогу би овде требало да одигра Дом културе, у сарадњи са Туристичком организацијом и локалном самоуправом, уз укључивање удружења из области. Посебан ресурс представља могућност развоја верских тематских рута, узимајући у обзир да су то локалитети који су већ свакако посећени. Овде је битно не заборавити и културу хране, односно јак гастро идентитет подручја, за који можемо рећи да је заборављен и занемарен, односно да старије становништво нема довољно мотивације и знања да се овом темом бави, док су млади недовољно анимирани, информисани и укључени. Све ово указује на потребу боље координације, сарадње, подизања свести и едукације.

Примарне циљне групе: старији туристи 50+, љубитељи историје и културног наслеђа, породице са децом, студенти, професори, страни туристи заинтересовани за аутентичне локалне приче и традицију, дијаспора, колумнисти и путописци.

Основне карактеристике туриста: траже причу и аутентичност изнад свега, заинтересовани су за уметност, историју, археологију, архитектуру, веру, детаљно се информишу пре путовања и раније планирају овакав пут, нису посебно заинтересовани за комерцијалне садржаје, воле да посећују музеје, галерије, уче и сликају.

Очекивања туриста када је смештај у питању: чистоћа, конфор, аутентични амбијент, добра локација у смислу близине културних садржаја и лак приступ, могућност оброка са локалним специјалитетима, понекад и тематски уређен смештај у духу прошлости са елементима културне баштине.

Очекивања по питању инфраструктуре: уређени локалитети (етно села, верски објекти, археолошки локалитети...), изложбени простори, занатске радионице, музеји, галерије, туристичка сигнализација, инфо табле (пожељно на више језика), паркинг, присуство водича, тумача, преводилаца, примена савремених технологија (аудио водичи на више језика, дигитални експонати, мобилне апликације).

Канали комуникације: тематски блогови, YouTube канали о историји, култури, наслеђу, друштвене мреже – странице које промовишу културу и традицију, сарадња са амбасадама, универзитетима и школама, специјализовани сајмови и портали, веб сајтови установа културе и туроператори.

О чему водити рачуна, шта туристи који долазе због културних садржаја не прихватају: лоше очуване и неприступачне објекте културе, неприпремљене и нестручне водиче, масовне комерцијалне догађаје без садржаја, гужву и нарушену атмосферу места од културног значаја, неаутентичност реконструисаног објекта, непостојање тумача / преводиоца.

7.3.2. Манифестациони туризам

Манифестације су веома битан облик туристичке понуде, данас само пратећи, али за развој веома значајан, могу да продуже боравак гостију у великој мери. Манифестациони туризам може да да брзо видљиве резултате, далеко брже од других туристичких производа. Сматра се туристичким производима са додатом вредношћу на овом подручју, да може да буде додаток главним производима, посебно да продужи боравак ван сезоне. Такође, има изузетно снажан потенцијал за промоцију културног идентитета, локалне гастрономије, народне традиције, музике и савременог стваралаштва. Подручје општине Нова Варош има изузетно велики број манифестација, што је и приказано кроз претходну анализу, али свакако захтева додатна, пре свега нематеријална, улагања, едукацију, удруживање, заједнички календар, укључивање у остале туристичке производе и изузетно добру логику.

За одрживи развој манифестационог туризма потребно је улагање у инфраструктуру, развој партнерстава са туристичким и културним сектором, добра временска расподела манифестација у току године (активирање туриста и ван сезоне), као и унапређење комуникације и промоције. Добро организоване манифестације могу значајно допринети видљивости дестинације, продужењу туристичке сезоне и повећању прихода за локалну заједницу.

Примарне циљне групе: туристи из региона, дијаспора, млади (фестивали музике, културе, спортске манифестације), породице, страни гости (аутентични локални догађаји).

Основне карактеристике туриста: кратак и средњи боравак (до 3 дана), траже забаву, културни или спортски садржај, дружење, често организују путовање у друштву (породица, пријатељи, удружења, клубови), може се догодити да долазе први пут на дестинацију искључиво због конкретног догађаја (искорисити прилику, упознати их са другим програмима, како би поновили посету).

Очекивања туриста када је смештај у питању: флексибилни су код пријаве/одјаве (манифестације трају до касно), често траже могућност групног смештаја (целе куће, приватни смештај, кампови), смештај близу места на ком се одржава манифестација, често повољнији смештај, очекују информације о програму манифестације од домаћина смештаја.

Очекивања по питању инфраструктуре: паркинг, јавни превоз, јавни тоалети, пунктови за освежење и прву помоћ, промо материјал на лицу места, сигнализација, могућност конзумирања храна и пића на месту догађаја, добро организован простор за одржавање манифестације.

Канали комуникације: друштвене мреже (редовна објава садржаја), сајтови туристичке организације и локалне самоуправе, регионални медији, инфлуенсери и јавне личности везане за манифестацију, препорука.

О чему водити рачуна, шта туристи који долазе због манифестације не прихватају: лоша организација манифестације (кашњење, гужва, лоше озвучење или видљивост, дуго чекање на улаз и сл.), безбедносни пропусти, лоша промоција (недовољно или нетачне информације), комерцијализација (небрига о локалном имиџу, аутентичности).

Поред горенаведене три основне групе туристичких производа, овде је битно навести и да одређену перспективу развоја има и **здравствени туризам**. Упркос природним потенцијалима попут чистог ваздуха, надморске висине и мирног окружења погодног за опоравак и превентивни боравак, здравствена инфраструктура практично не постоји. Недостају специјализовани објекти, стручни кадар, као и партнерство са здравственим установама, што значајно ограничава могућност развоја овог вида туризма. Са одговарајућим улагањима и планирањем, здравствени туризам би могао постати додатна вредност у понуди дестинације, посебно за старију популацију и особе у рехабилитацији. Када је општина Нова Варош у питању, а на шта и статистика јасно указује, било је и биће подручје које прима велики број **транзитних туриста**, који остају кратко, не користе садржаје и атракције, већ искључиво траже смештај у транзиту у повратку са мора или одласку. Ово је група туриста, која није занемарљива, и којом је потребно посебно се бавити, у смислу пронаћи алате којима би им се могло прићи са додатном понудом, у циљу продужетка њиховог боравака, али исто тако и у проширењу капацитета и квалитета понуде смештаја и исхране.

Примери могућности развоја туристичких производа

Еко-туризам "Стазама Увца – учи, поштуј, чувај"	• Оснивање едукативно-интерпретативне еко-стазе на Увцу • Обука локалних водича за еко-туризам • Постављање инфо-табли, QR кодова, мобилне апликације • Пратеће радионице о заштити животне средине и биодиверзитету • Укључивање локалних школа и волонтера
Рурални туризам: "Живот села на Златару"	• Развој (оснаживање, едукација) руралних домаћинстава за пријем гостију (етно-смештај) • Организовање дана отворених врата у сеоским газдинствима

	• Промоција домаће хране, заната и обичаја (кување, прављење сира, бербе лековитог биља...) • Путем сарадње са удружењима жена и пољопривредним произвођачима
Едукативни туризам: "Златар – школа у природи"	• Организација едукативних кампова за ученике и студенте (екологија, географија, биологија) • Партнерство са факултетима, истраживачким институцијама и НВО • Израда тематских програма и наставних материјала • Коришћење природних ресурса као учионице на отвореном
Активни туризам: "Златар Outdoor Week"	• Годишња спортско-рекреативна манифестација: планинарење, бициклизам, кајакаштво, параглајдинг • Маркирање стаза, постављање инфо-тачака, израда outdoor мапа • Партнерство са спортским клубовима и водичима • Промоција кроз outdoor инфлуенсере и специјализоване портале
Специјални интереси: "Лековито биље Златара"	• Пешачке / вођене туре кроз природне станишта где расте лековито биље • Едукативне радионице • Дегустације / чајеви / мирисне сесије • Израда малог приручника / брошуре „Лековито биље Златара“ • Фотографске / визуелне шетње и креативне радионице • Сезонски догађаји • Сарадња са стручњацима
Културни туризам: "Путевима културе – од Старе вароши до манастира"	• Креирање културне руте (манастир Дубрава, стара чаршија, традиционална архитектура...) • Увођење тематских тура са локалним водичима • Уређење културних локалитета и дигитализација садржаја • Повезивање са гастрономским и занатским понудам
Манифестациони туризам: Филмски фестивал — „ЗлатарФилм“	• Проширење фестивалског програма – тематски орјентисани филмови, млади аутори, документарци природе • Спортски, гастро и музички догађаји као пратилац фестивала • Радионице и панел дискусије са редитељима • Филмске пројекције уз шетње, туристичке руте, излетишта, видиковци • Организован смештај / пакети уз фестивал (преко локалних смештаја, домаћинстава) • Укључивање локалних ресторана / гастро понуде као део фестивалског искуства • Фестивал се организује у периоду када је туристичка флукуација нижа, да би се продужила сезона • Делимично програмирани садржаји током целе године као предфестивал или постфестивал

8 Анализа кључних туристичких тржишта од значаја за развој туризма и маркетинг активности

Према спроведеној анализи, на дестинацији општине Нова Варош најактивнији су туристи током лета, док је зимска далеко мање заступљена. Највећи број долазака бележи се у јулу и августу, а потом у мају и јуну. Оваква статистика, нажалост, потврђује да је дестинација примарно препозната као транзитна, узимајући у обзир да се налази на путу за црногорско приморје. У прилог овом говори и чињеница да је, посматрано у периоду 2016 – 2023. године дужина боравка домаћих туриста била 3,5 дана, док страних 1,9. Свакако број туриста у посматраном периоду показује тренд раста, односно број је у 2023. готово два пута већи него што је био у 2016. години.

Значајан је и број посетилаца (без ноћења), и то пре свега туриста који бораве на Златибору и дестинацију посећују у облику једнодневнoг излета најчешће организованих од стране туроператора или индивидуално.

Што се тиче кључних туристичких тржишта, највећи број долазака и ноћења је међу туристима из Републике Србије, док је међу страним туристима највише оних из суседних земаља – Босна и Херцеговина, Црна Гора, Мађарска и Северна Македонија, а од 2023. значајан је и број туриста из Руске Федерације.

Уколико не посматрамо транзициони туризам, и говоримо о тржишним сегментима који могу дати реалне развојне учинке, то су примарно еколошки одговорни сегменти са специјалним интересима, који немају посебне захтеве по питању инфраструктуре.

У наредној табели приказани су тржишни сегменти на које би општина Нова Варош у наредном периоду требала да стави највећи акценат.

Табела 21. Тржишни сегменти

Тржишни сегмент	Опис	Канал комуникације
Љубитељи природе и активног одмора: индивидуални туристи, млади, планинари, бициклисти, орјентирци, спортисти (овде се може ставити акценат на стране туристе)	• Воле активности на отовореном • вреднују тишину, чист ваздух, мир • траже некомерцијалне аутентичне дестинације • спремни да плате више	• Друштвене мреже (Instagram, YouTube, TikTok) – кроз авантуристички, outdoor и travel садржај • Специјализовани форуми и групе (Reddit, Facebook групе: hiking, biking, eco travel) • Outdoor и спортски блогови / travel блогери и инфлуенсери • Booking и outdoor платформе (npr. AllTrails, Komoot) • Google/YouTube рекламе циљане по интересовањима и географији
Школе, универзитети, еколошке организације, стручна удружења, институти и сл.	• заинтересованост за учење о птицама, шумским екосистемима, о биодиверзитету • високо еколошка свест	• Директна комуникација (мејл, позиви) – сарадња са школама и универзитетима (улога националног нивоа)

	• спремни да плате више, посебно уколико је реч о организованом програму/вођеним турама (истраживачке туре, посматрање птица, радионице на терену, едукативни кампови....)	• Едукативне конференције и сајмови (еко, образовање, туризам) • Образовни портали, билтени и часописи • LinkedIn – за контакт са организацијама и институцијама • Сарадња са еколошким и образовним НВО-има (за промоцију кроз њихове канале)
Породице са децом (године 30-50)	• нису захтевни по питању луксуза, битно им је да је чисто и мирно, сигурно окружење за децу • битна им је домаћа храна (сертификација/безбедност), • природа и простор без градске гужве (лаки излети, возње бродићима, обилазак сеоских домаћинстава, дечија игралишта/уређене стазе за шетњу/бициклизам, радионице за децу)	• Facebook, Instagram – оглашавање породичног садржаја (безбедност, активности за децу) • Google претраге (SEO и Ads): „породични излет“, „одмор са децом у Србији“ • Блогови и портали за родитеље • Породични пакети на сајтовима за резервације (Booking, AirBnB Experiences) • Часописи о породици, путовањима
Сениори 55+	• често планирају дужи боравак • активни су ван сезоне веома често (пред/пост сезона) • заинтересовани за мир, тишину, природу и прикладне климатске услове (активности као што су шетње, лагани излети, посета сеоским домаћинствима, приче из прошлости, лековито биље и лечење) • није им битан луксузан смештај • могуће рачунати на стране туристе.	• Телевизија и радио • Штампани медији – дневне новине, часописи за старије • Удружења пензионера – директни контакти, сарадња • Туристичке агенције које нуде организоване туре • Facebook (лакше га користе него друге мреже)
Дигитални номади	• Остају дуже, али траже мало боље услове живота и рада: добар интернет, опремљен простор за рад и одмор и у објекту и ван њега,	• Друштвене мреже (Instagram, YouTube, Reddit – r/digitalnomad) • Платформе за дигиталне номаде (NomadList, Remote Year, WorkFrom)

	• воле да им је све организовано, често се подразумева и достава хране • сигурни закупци смештаја • могуће рачунати на стране туристе	• Coworking и coliving портали (Outsite, Selina) • Airbnb, Booking – профилирана понуда (дугорочан смештај, WiFi) • Google Ads + блогови са причама из прве руке
Транзитни туристи и викенд посетиоци	• смештај (повољнији) • најчешће породице у повратку/одласку на море • кратки излети • ручак у домаћинствима /ресторанима	• Google Maps, TripAdvisor, Waze – видљивост „на путу“ • Outdoor рекламе (билборди, путокази, туристичка сигнализација) • Instagram и Facebook рекламе циљане по локацији (геотаговање) • QR кодови и флајери на пумпама, хотелима, инфо центрима • Сајтови за last-minute и викенд понуде

Готово већина дефинисаних тржишних сегмената није захтевна по питању инфраструктуре (што је због ограничења у вези са заштитом веома битно за општину Нова Варош), док су веома захтевни и траже следећа залагања/улагања: добра организација, водичи, умреженост атракција, партнерства са домаћинствима, доступне онлајн информације, љубазни домаћини који имају информације о подручју, атракцијама и догађајима, уређена и чиста животна средина (чисте и безбедне стазе, без дивљих сметлишта и сл.).

На основу постојећих података и трендова, у наредном периоду препоручује се фокусирање на следеће **географске сегменте**:

- **Домаће тржиште (Република Србија)** – као примарни извор туриста, посебно у летњој сезони (програми који треба да продуже боравак транзитних туриста и посетилаца – излетника). Фокус свакако да буде на продужетку боравка и бољој дистрибуцију програма и садржаја током године (*ванпик* периоди – јесен и зима).
- **Регионално тржиште (суседне земље)** - туристи који лако долазе индивидуално или путем аранжмана; потенцијал за викенд и кратке боравке. Овде је веома важно ојачати сарадњу са туроператорима и промоцију преко друштвених мрежа и портала.
- **Нова растућа тржишта (туристи из Руске Федерације)** - овде је битно упознати се са обичајима и културом ових туриста, прилагодити понуду, садржај, језик, обезбедити водиче, пружити могућност исхране и пића у складу са обичајима (време, ресторани без дуванског дима и сл.) и **дијаспора** – промоција, анимирање и комуникација са туроператорима посебно у време празника и у периоду значајнијих манифестација и културних и спортских догађаја.

- **Посетиоци** (најчешће туристи са Златибора или других дестинација) који долазе на једнодневне излете у циљу обиласка неких од најпознатијих атракција (вожња бродом) – развити понуде за једнодневне излете (водичи, гастро-туре, тематски догађаји) и и мотивисати дуже задржавање кроз повезане активности.

9 Развојни модел, циљеви и пројекције одрживог развоја туризма општине Нова Варош

Када је реч о развојном моделу, за подручје као што је општина Нова Варош (демографски угрожено, великим делом под заштитом – ограничењима када је реч о градњи) потребна је добро испланирана стратегија која би укључивала интегрални приступ обавезно обухватајући економску одрживост кроз различите облике подстицаја, пре свега нематеријалних, кроз умрежавање, координацију, сарадњу, едукацију и подизање капацитета уопште. Ово упућује на потребу коришћења елемената (у мери којој је то могуће) "стратегије заокрета", као што су:

- хитне мере интервенције, које би дале ефекте у кратком року (мерење одмах краткорочних промена);
- организационе промене (реорганизације, прерасподелу активности, дефинисање нових тела/група, радних места, послова);
- активан рад на промени начина размишљања и свести како становништва, пружалаца услуга, тако и доносилаца одлука;
- прелазак на активан приступ и управљање туризмом, са пасивног/последичног.

Због проблема депопулације, пре свега одлива младих, интервенције морају бити хитне и брзе, подстаћи становништво, а пре свега младе за бављење туризмом, на одрживим принципима, заштиту екосистема, социо-културну одрживост (локална традиција, обичаји, култура) и промоцију истих. Препознавање нових тржишта, креирање иновативних производа уз очување биодиверзитета, велики је изазов, али једнако и велика шанса, за диференцијацију подручја општине Нова Варош, у односу на туристичке понуде свих других дестинација.

Даље, дефинисани развојни модел мора бити постављен на јакој институционалној подршци. Поред улоге локалне самоуправе као подршке и иницијатора развоја, не сме се заборавити и **национални ниво подршке**, јер подручје које је у толикој мери под заштитом представља посебан национални интерес, а тиме и велику националну обавезу. Ово је управо показала и анализа, као и закључци са одржаних радионица, да до сада није постојала добра вертикална координација и сарадња (национални-локални ниво), и да се у циљу развоја подручја оваква координација мора успоставити.

ВИЗИЈА

Нова Варош – Златар је водећа „slow“ планинска дестинација Западне Србије, симболисана меандрима Увца и белоглавим супом, где се током целе године у јединственом простору Увца, Златара и језера доживљавају мир, чист ваздух и аутентични укуси — уз пример одговорног туризма који чува природу и доноси трајну корист локалној заједници.

ОПШТИ ЦИЉ

Кроз усаглашене и примењене политике одрживог туризма успоставити Нову Варош – Златар као целогодишњу „slow“ планинску дестинацију која одговорно управља посетама и природом, штитећи станишта, воде, шуме и пејзаж, док повећава вредност доживљаја и приход локалне заједнице, отвара нова радна места и промовише природне вредности, локалну културу и производе

Општи циљ Програма развоја туризма дефинисан је по угледу на приоритетни циљ у оквиру Плана развоја општине Нова Варош 2022 – 2029. којим је обухваћен сектор туризма, чиме је испоштована хијерархија докумената на локалном нивоу. Показатељи на нивоу општег циља свакако представљају показатеље дефинисане на нивоу приоритетног циља у Плану развоја, и као такви биће праћени током спровођења Програма развоја туризма

Табела 22. Показатељи који се односе на Општи циљ са базним и циљним вредностима

Показатељ	Базна год.	Базна вредност	Циљна година	Циљна вредност		Извор провере
				Скромна пројекција	Оптимистна пројекција	
Број туриста на годишњем нивоу	2023.	23.314	2029.	35.000	45.000	„Општине у Србији“, РЗС
Број ноћења на годишњем нивоу	2023.	88.628	2029.	120.000	170.000	„Општине у Србији“, РЗС
Наплаћена боравишна такса на годишњем нивоу (000 РСД)	2024.	3.444	2028.	8.000	12.000	Буџет Општине Нова Варош
Број пружалаца услуга смештаја	2025.	150	2028.	180	220	Е-турист Министарство туризма и омладине

Показатељ	Базна год.	Базна вредност	Циљна година	Циљна вредност		Извор провере
				Скромна пројекција	Оптимистна пројекција	
Број запослених у туризму и угоститељству	2024.	169	2028.	250	350	„Општине у Србији“, РЗС

За достизање Општег циља, дефинисана су три посебна циља, што је у складу са Законом о планском систем (за програме развоја потребно је дефинисати до три посебна циља), а у оквиру сваког посебног циља дефинисане су мере чија реализација је услов остваривања постављених посебних циљева.

9.1 ПОСЕБНИ ЦИЉЕВИ

Посебни циљ 1. Успоставити јасан локални правни и организациони оквир, ефикасну координацију актера и систем развоја људских ресурса за управљање „slow“ дестинацијом

Нова Варош је дестинација са изузетним потенцијалом за развој одрживог туризма, захваљујући очуваној природи, културној баштини, повољном географском положају и ресурсима попут Златарског и других језера, планине Златар и богатог биодиверзитета. Међутим, упркос порасту интересовања за боравак у природи и аутентичне туристичке доживљаје, развој туризма у Новој Вароши и даље није у потпуности праћен одговарајућим институционалним и нормативним основама. Недостаје системска координација међу актерима, као и дугорочан приступ развоју људских ресурса у туризму. Овај посебан циљ би требао да постави темељ за ефикасно управљање дестинацијом у складу са принципима „slow“ туризма, кроз унапређење правног, организационог и кадровског оквира на локалном нивоу. Неопходно је успостављање одрживих механизма координације, кроз формирање радних група, Савета за туризам у оквиру Привредног савета и редовне састанке релевантних актера. Важан сегмент представља и унапређење нормативног оквира – преиспитивање постојећих одлука, дефинисање нових, али и доследна примена прописа, укључујући запошљавање локалног туристичког инспектора. Посебан фокус треба да буде стављен и на успостављање функционалног и доступног система обука и едукација за све актере у туризму – од јавне управе и туристичке организације, преко приватног и цивилног сектора, до самих грађана који желе да започну бизнис или унапреде постојеће услуге. Активности ће се базирати на мапирању потреба, представљању добрих пракси, организовању студијских путовања и практичних тренинга у областима као што су кулинарство, локална гастрономија, угоститељство и одговорни туризам. Такође, развој подршке за постојеће и потенцијалне пружаоце услуга је кључан – кроз правовремено информисање, објаву конкурса, стручну помоћ при аплицирању и припреми

документације, као и директну саветодавну подршку унутар општинских служби. На овај начин, грађанима ће бити омогућен приступ средствима за унапређење капацитета и инфраструктуре, као и лакше повезивање са домаћим и страним донаторима. Једна од важних компоненти овог циља је и активно укључивање становништва у развој туризма – кроз едукацију, информисање и заједничке акције које промовишу свест о значају очувања природе и културног наслеђа. Планира се успостављање база података, оснаживање младих као амбасадора промена, формирање удружења (бициклисти, планинари и др.) и стварање механизма који локалном становништву омогућавају директну корист од туризма. Овај скуп мера поставља основу за стварање самосталне, добро координисане, ефикасне и одрживе туристичке дестинације, у којој локална заједница има централну улогу – као пружалац услуга, чувар ресурса и партнер у дугорочном развоју.

За реализацију Посебног циља 1, планирано је спровођење следећих мера

Мера 1.1: Категоризација туристичког места
Мера 1.2: Успостављање одрживих механизма координације
Мера 1.3: Успостављање система обука и развоја људских ресурса у туризму
Мера 1.4. Стручна и техничка подршка приватном и цивилном сектору, као и становништву, пружаоцима туристичких и угоститељских услуга, и онима који желе да отпучну бизнис у оквиру овог сектора
Мера 1.5: Унапређење нормативног оквира (комунални ред, туризам)
Мера 1.6: Едукација и укључивање становништва у одговорни туризам

Показатељи успеха реализације посебног циља 1, односно смернице за праћење напретка који би се могли мерити у планском периоду:

- Број усвојених и/или ажурираних планских и програмских докумената који подржавају концепт „slow“ туризма
- Број успостављених механизма/тела за координацију туристичког развоја (нпр. туристички савет, партнерство, међусекторска радна тела)
- Број институција/организација укључених у формалну сарадњу у области развоја туризма
- Број реализованих програма обуке/едукација за туристичке раднике и представнике локалне заједнице
- Проценат актера у туризму који је похађао бар један програм стручног усавршавања
- Степен задовољства локалних актера учешћем у доношењу одлука (мерено анкетом или истраживањем)

Посебни циљ 2. Уредити и одржавати кључну туристичку инфраструктуру и алате за управљање простором, у складу са режимима заштите, ради бољег доживљаја и мањих притисака

Један од главних изазова у развоју одрживог туризма у Новој Вароши је недовољно искоришћена постојећа, пре свега изграђена туристичка инфраструктура (проблем управљача истим), као и недостатак алата за управљање просторним развојем у складу са режимима заштите природе. Природна богатства и амбијентална вредност подручја као што су Златар, Увац, језера и околна заштићена природна добра пружају изузетан потенцијал за развој селективних видова туризма. Међутим, тај потенцијал не може бити у потпуности искоришћен без уређене, безбедне и очуване инфраструктуре која доприноси бољем доживљају посетилаца, али истовремено не нарушава природне вредности. Циљ овог скупа мера је да се постојећа туристичка инфраструктура ревитализује и стави у функцију – што подразумева процену, санацију и активирање објеката и садржаја који већ постоје, али су запуштени, неефикасно коришћени или једноставно немају адекватног управљача. Поред тога, биће спроведене активности уређења приоритетних локалитета (видиковци, излетишта, приступне тачке и слично), као и означавање, уређење и повезивање пешачких, планинарских и бициклистичких стаза, чиме ће се створити повезана и логична мрежа кретања на терену. Посебна пажња биће посвећена развоју мале (*small-scale*) туристичке инфраструктуре – као што су инфо-табле, клупе, видиковци, мобилијар, места за одмор – уз поштовање ограничења која проистичу из заштите природе и просторних планова. Уместо масовних или инвазивних интервенција, предност ће имати решења која поштују природни карактер простора и естетику пејзажа. У циљу бољег управљања просторним ресурсима, израдиће се и јавна мапа ограничења и могућности за изградњу и уређење инфраструктуре, као и правила боравка у природи. Та мапа ће служити као водич како за јавну администрацију и инвеститоре, тако и за саму локалну заједницу и туристе, чиме ће се смањити просторни конфликти, убрзати доношење одлука и допринети заштити природних вредности. Овим мерама стварају се предуслови за квалитетнији и безбеднији боравак, бољу расподелу туристичког притиска на простор, очување животне средине и унапређење туристичког доживљаја, што је у складу са циљевима одговорног и туризма ка којем Нова Варош стреми.

За реализацију Посебног циља 2, планирано је спровођење следећих мера

Мера 2.1: Стављање у функцију постојеће туристичке инфраструктуре
Мера 2.2: Уређење постојећих локалитета
Мера 2.3: Означавање, уређење и повезивање стаза
Мера 2.4: Планирање и уређење мини туристичке инфраструктуре (<i>small-scale</i>) у складу са режимима заштите
Мера 2.5: Развој мреже презентацијских и продајних места локалних производа
Мера 2.6: Израда јавне мапе ограничења и могућности за инфраструктуру и правила боравка у природи

Показатељи успеха реализације посебног циља 2, односно смернице за праћење напретка који би се могли мерити у планском периоду:

- Повећање броја посетилаца уређених локација (по локацији/укупан раст у %)
- Степен задовољства посетилаца инфраструктуром и уређеношћу простора (преко анкета)
- Смањење нелегалних интервенција у заштићеним подручјима (број пријава, процена управљача)
- Пораст броја туристичких објеката са еколошким стандардима/сертификатима (ако се прати)
- Број инвестиција које су реализоване у складу са мапом ограничења (или број корисника мапе у процесу планирања)

Посебни циљ 3. Оснажити локални бренд, креирати програме и увести мерљиве стандарде квалитета, те обезбедити стабилне B2B/онлајн канале продаје носећих програма

Да би туристичка понуда Нове Вароши била препозната, конкурентна и одржива, неопходно је развити снажан локални бренд, увести стандарде квалитета и обезбедити ефикасне канале комуникације и продаје. Туристи данас траже аутентичне доживљаје, висок квалитет услуге и лак приступ информацијама – а све то захтева добро осмишљен систем који повезује понуду, производе, услуге и вредности једне дестинације. Овај циљ подразумева развој регионалне ознаке квалитета „**Најбоље са Златара**“, која ће објединити домаће производе, услуге и доживљаје који испуњавају утврђене критеријуме аутентичности, одрживости и квалитета. Уз саму ознаку, планирана је и подршка пружаоцима услуга и произвођачима у достизању тих стандарда, кроз едукације, саветовање и видљивост. У циљу диверзификације понуде, идентификоваће се локални пружаоци услуга који могу активно учествовати у развоју селективних облика туризма – као што су примарно еко-туризам, рурални туризам, активни туризам и др. На тим основама развијаће се носећи туристички програми и пакети – осмишљени тако да комбинују више услуга у целину која је атрактивна за тржиште и прилагођена „slow“ приступу. Мере такође укључују повезивање са тур-операторима и креирање стабилних B2B сарадњи, што је важно за професионалну комерцијализацију понуде. Поред тога, радиће се на микробрендирању – развоју идентитета појединачних производа, доживљаја или микро-локација у оквиру дестинације. Биће оформљена презентацијска и продајна места за локалне производе, како би се ојачала локална економија и унапредила видљивост понуде. Коначно, важан сегмент овог циља је успостављање савремене, интегрисане дигиталне платформе – типа „one-stop-shop“ – која ће пружати туристима све информације на једном месту: календар догађаја, доступне туре, цене, резервације, саобраћајне информације, правила боравка у природи и сл. Овакав дигитални алат биће кључан за савремен приступ управљању туристичком понудом и искуством посетилаца. Овим мерама, Нова Варош гради свој јединствени идентитет као „slow“ дестинација, повезујући квалитетну локалну понуду са потребама модерног тржишта, а локално становништво поставља у центар туристичког развоја.

За реализацију Посебног циља 3, планирано је спровођење следећих мера

Мера 3.1 : Развој локалног бренда „Најбоље са Златара“ – регионална ознака квалитета
Мера 3.2: Подршка пружаоцима услуга/ произвођачима за достизање стандарда ознаке.
Мера 3.3: Идентификација и активирање локалних пружалаца услуга у селективним облицима туризма
Мера 3.4: Развој и увођење носећих туристичких програма и пакета
Мера 3.5: Повезивање са тур-операторима и успостављање B2B сарадње
Мера 3.6. Креирање идентитета дестинације (микробрендирање)
Мера 3.7: Развој јединствене дигиталне платформе/сајта („one-stop“: информације, календар, поласци, цене, резервације, паркинзи/превоз, правила).

Показатељи успеха реализације посебног циља 3, односно смернице за праћење напретка који би се могли мерити у планском периоду:

- Проценат испитаника / туриста који препознају слоган или визуелни идентитет Нова Варош – Златар
- Удео туриста који кажу да су прво чули за дестинацију преко дигиталне платформе или промоције бренда
- Број туристичких програма/ пакета развијених и понуђених под новим стандардима
- Број носећих програма који се продају кроз B2B / онлајн канале
- Проценат укупног прихода или броја резервација које долазе преко B2B партнера и онлајн резервација
- Број споразума са тур-операторима / B2B партнерима
- Проценат пружалаца адресираних мера који су испунили ознаку квалитета / критеријуме бренда
- Ниво задовољства туриста о квалитету услуга и понуди (анкете)
- Број посета/корисника дигиталне платформе/сајта месечно / годишње
- Удео садржаја произведених у сарадњи са инфлуенсерима / блогерима укупно
- Проценат потрошње туриста у локалној економији (угоститељство, смештај, услуге)
- Проценат прихода у вансезони у односу на укупну годишњу зараду туристичких програма
- Број понуда / пакета / тура које су активне ван главне сезоне
- Број посета/корисника дигиталне платформе/сајта месечно / годишње
- Удео садржаја произведених у сарадњи са инфлуенсерима / блогерима укупно

С обзиром на то да је значајан део територије општине Нова Варош већ стављен под режим заштите (Специјални резерват природе Увац), као и да се планира проглашење резервата Златар, јасно је да овакве одлуке државе указују не само на природну вредност подручја, већ и на одговорност националног нивоа у обезбеђивању услова за одрживи развој локалне заједнице. Заштита природе подразумева ограничења у изградњи и коришћењу

простора, што директно утиче на могућности економског развоја. Управо зато, неопходно је да Република Србија, поред формалне заштите, обезбеди и већу институционалну и финансијску подршку – кроз програме, пројекте и подстицаје који ће омогућити живот, рад и останак становништва на овом простору. Одрживо управљање заштићеним подручјима мора да подразумева и равноправно укључивање локалне заједнице, како би се заштита природе претворила у развојну шансу, а не ограничење. Ово посебно упућује на обавезу локалне самоуправе и других локалних актера на тесну, континуирану комуникацију и сарадњу са националним нивоом, у планирању активности и развојних праваца за локалну заједницу.

Улога развоја одрживог туризма на територији општине Нова Варош је изузетна и даје допринос достизању циљева националне стратегије развоја туризма, али исто тако допринос циљевима одрживог развоја (УН - Агенда 2030).

Табела 23. Повезаност Програма развоја туризма општине Нова Варош 2025-2028. са Циљевима одрживог развоја и Стратегијом развоја туризма Републике Србије 2026-2030

Посебни циљеви Програма развоја туризма општине Нова Варош 2025 – 2028.	Циљеви одрживог развоја (Агенда 2030)	Циљеви Стратегије развоја туризма Републике Србије 2026-2030
Успоставити јасан локални правни и организациони оквир, ефикасну координацију актера и систем развоја људских ресурса за управљање „slow“ дестинацијом	СДГ 4, СДГ 5, СДГ 8, СДГ 10, СДГ 17	Посебан циљ 4. Повећање броја квалификованог и обученог особља у туризму
Уредити и одржавати кључну туристичку инфраструктуру и алате за управљање простором, у складу са режимима заштите, ради бољег доживљаја и мањих притисака	СДГ 9, СДГ 11, СДГ 12, СДГ 15	Посебан циљ 6. Унапређење одрживости туристичког сектора
Оснажити локални бренд, креирати програме и увести мерљиве стандарде квалитета, те обезбедити стабилне В2В/онлајн канале продаје носећих програма	СДГ 8, СДГ 9, СДГ 2, СДГ 17	Посебан циљ 1. Повећање туристичког промета и подстицање целогодишњег туризма

Табела 24. Преглед посебних циљева и мера, са описом мера

Посебни циљеви	Мере	Опис мере
Посебан циљ 1: Успоставити јасан локални правни и организациони оквир, ефикасну координацију актера и систем развоја људских ресурса за управљање „slow“ дестинацијом	Мера 1.1. Категоризација туристичког места	МЕРА се тренутно спроводи од стране ТО „Златар“
	Мера 1.2. Успостављање одрживих механизма координације	Циљ мере је стварање ефикасног, дугорочно одрживог система сарадње и комуникације између свих релевантних актера у туризму – локалне самоуправе, туристичке организације, приватног сектора, удружења, установа и локалног становништва – ради унапређења планирања, имплементације и промоције туристичког развоја. Спровођење мере подразумева именовање од стране локалне самоуправе координационог тима/радне групе , израду годишњи оперативног плана; одржавање редовних састанака координационог тима/радне групе и формирање Савет за туризам у оквиру Привредног савета
	Мера 1.3. Успостављање система обука и развоја људских ресурса у туризму	Циљ мере је стварање функционалног, континуираног и пракси оријентисаног система обука и развоја капацитета свих актера у туризму, уз посебан фокус на учење кроз праксу, примере добре праксе, и оснаживање локалне заједнице за понуду аутентичних и одговорних туристичких услуга. Кроз имплементацију мере успоставља се функционалан систем обука у туризму који обухвата мапирање потреба приватног и јавног сектора, идентификацију доступних програма обука и тренинга и мера запошљавања, континуирано информисање актера и организовање практичних тренинга и специјализованих радионица. Програми треба да обухвате подизање капацитета јавног сектора (ЈЛС, ТО, други), као и пружалаца услуга у туризму/угоститељству, укључујући и цивилни сектор, и то примарно кроз организацију студијских путовања и едукативних програма у форми „учења кроз праксу“ и презентацију примера добре праксе. Едукативни програми би требали да обухвате све од кулинарства, презентације локалних специјалитета и производа, до едукације власника објеката за укључивање више домаћих производа уместо индустријских (све од сира, меда, чаја...).

Посебни циљеви	Мере	Опис мере
	Мера 1.4. Стручна и техничка подршка приватном и цивилном сектору, као и становништву, пружаоцима туристичких и угоститељских услуга, и онима који желе да отпочну бизнис у оквиру овог сектора	Циљ мере је омогућити лакши приступ доступним изворима финансирања и другим облицима подршке за развој туристичких и угоститељских капацитета, подизање квалитета услуга и покретање нових послова, кроз систематску, правовремену и прилагођену стручну и техничку помоћ од стране локалне самоуправе. Мера подразумева организацију подршке у оквиру ЈЛС (препоруча КЛЕР), и то стручне и техничке, а која би подразумевала: правовремено објављивање отворених конкурса за аплицирање за објекте, опрему, запошљавање, едукације, студијска путовања и др., као и најаве отварања, затим одржавање састанака, отворених врата, информисање путем општинског сајта, мејлом, као и пружање подршке у припреми апликационих пакета, попуњавању документације, прегледу доуменације и друго. Циљ мере је повлачење средстава од домаћих и међународних донатора за унапређење инфраструктуре (смештај, исхрана), подизање капацитета и др.
	Мера 1.5. Унапређење нормативног оквира (комунални ред, туризам)	Циљ мере је стварање уређеног, безбедног и атрактивног окружења за развој туризма кроз унапређење локалних прописа, јачање контроле њихове примене и укључивање грађана у креирање правила која утичу на квалитет живота и туристичког боравка. Мера би требало да обухвати: измену Одлуке о комуналном уређењу уз партиципативно учешће грађана; нове одлуке/акте по потреби; доследну контролу спровођења; запошљавање локалног туристичког инспектора
	Мера 1.6. Едукација и укључивање становништва у одговорни туризам	Циљ спровођења мере је промена перцепције становништва о заштићеном подручју, подстицање партнерства и активног учешћа у развоју одговорног туризма као шансе за локални развој, очување ресурса и стварање додате вредности. Мера обухвата активности континуиране комуникације са становништвом у циљу преокрета перцепције „ <i>заштита = препрека</i> “ у „ <i>заштита = понос и шанса</i> “, тако да становништво (и пружаоци услуга) постану активни партнери и чувари природних вредности, са директном користи од одговорног туризма. Затим, потребно је направити базу оних који се баве или би желели да се баве одабраним селективним облицима туризма, одржавање контакта са њима и њихово укључивање. Потребно је спровести информисање и едукацију становништва (као и пружалаца услуга) о правилима заштите и користима од одговорног туризма; креирати осећај „ <i>власништва</i> “ кроз учешће у програмима, укључити мале награде/признања и јавну видљивост доприноса; практичне акције које повезују заштиту и приход (локални производи, носећи програми, волонтерске „ <i>тихе патроле</i> “); укључити млађе чланове домаћинства (амбасадори

Посебни циљеви	Мере	Опис мере
		промена) у едукативне програма које органзују и воде млади (активно учешће КЗМ), у циљу укључивање у туристичке програма и активности (услуга у оквиру домаћинства, вођене туре и сл.); формирати локална удружења бициклиста, планинара и сл. – подршка из буџета (диверзификација туристичке понуде и активирање становништва)
Посебан циљ 2: Уредити и одржавати кључну туристичку инфраструктуру и алате за управљање простором, у складу са режимима заштите, ради бољег доживљаја и мањих притисака	Мера 2.1. Стављање у функцију постојеће туристичке инфраструктуре	Циљ мере је омогућити активно коришћење постојећих, али запуштених/ занемарених/ некоришћених неупотребљаваних туристичких објеката и садржаја, кроз санацију, ревитализацију и обезбеђивање управљача. Мера подразумева пре свега израду елабората/студије или сличног документа у циљу идентификације могућег модела управљања постојећим ресурсима – изграђеном инфраструктуром. Након провере модела управљања, имовинско-правног статуса, безбедности, заштите природе и сл., ставити у функцију инфраструктуру попут ски-лифта, зип-лајна, балон сале, Визиторског центра „Кокин Брод“ и др.
	Мера 2.2: Уређење постојећих локалитета	Циљ мере је унапређење изгледа и функционалности постојећих туристичких локалитета ради подизања нивоа туристичког искуства и очувања животне средине. Мера обухвата уређење прилазних путева и стаза, место укрцавања на бродове, уређење паркинга, постављање јавних тоалета, унапређење система управљања отпадом и решавање проблема сметлишта и депоније које озбиљно онемогућавају отварање идеје немасовног скупог туризма базираног на еколошким принципима.
	Мера 2.3. Означивање, уређење и повезивање стаза	Циљ мере је да обезбеди јасно означену, безбедну и функционалну мрежу пешачких, планинарских и бициклистичких стаза ради усмеравања кретања и боље територијалне повезаности туристичке понуде (повезати стазе).
	Мера 2.4. Планирање и уређење мини туристичке инфраструктуре (<i>small-scale</i>) у складу са режимима заштите	Циљ мере је планирање и постављање мале туристичке инфраструктуру која је дозвољена по режимима заштите, ради боље доступности, уређености и смањења притисака на простор – нпр. платформе за камповање, глампинг, мобилна решења за управљање отпадом, мала заклоништа, клупе, столове, видиковце, инфо табле, места за одмор, пунктови за воду/хидратацију. Од посебног значаја је поставка мобилних решења за управљање отпадом, као и мобилних тоалета на локалитетима. Приликом улагања пројекте колико је могуће базирати на одрживим изворима енергије.
	Мера 2.5. Развој мреже презентацијских и	Циљ мере је да се омогући боља видљивост, приступачност и могућност продаје локалних производа кроз интеграцију у туристичку инфраструктуру и промоцију локалне гастрономије, занатства и културе. Претходно изграђене и постављене кућица на Златару је потребно активирати, водећи рачуна да се оне предају на коришћење удружењима

Посебни циљеви	Мере	Опис мере
	продајних места локалних производа	произвођача, пружаоцима туристичких услуга и сл., како би добиле своју праву функцију. У оквиру мере, планирана је и изградња Визиторског центра Растоје, као и инфо центра у Новој Вароши (у склопу пројекта реконструкције централног градског трга)
	Мера 2.6. Израда јавне мапе ограничења и могућности за инфраструктуру и правила боравка у природи	Циљ мере је да обезбеди транспарентан и приступачан алат за планирање инфраструктурних и туристичких интервенција, уз уважавање заштите природе и просторних ограничења. У том смислу, планира се израда мапе ограничења/могућности у циљу транспарентног прегледа зона заштите, правила боравка и дозвољених (и недозвољених) интервенција у простору, ради бољег планирања инфраструктуре, усмеравања посетилаца и смањења притисака на природу. Мапа треба да буде видљива и јавно доступна.
осебан циљ 3: Оснажити локални бренд, креирати програме и увести мерљиве стандарде квалитета, те обезбедити стабилне B2B/онлајн канале продаје носећих програма	Мера 3.1. Развој локалног бренда „Најбоље са Златара“ – локална ознака квалитета	Циљ мере је успоставити локалну ознаку квалитета „Најбоље са Златара“ као алат за препознавање, стандардизацију и промоцију аутентичних производа, услуга и доживљаја из Нове Вароши, у циљу јачања имиџа дестинације, поверења потрошача и позиционирања на туристичком тржишту. Ознака треба да указује на порекло и квалитет за производе и услуге из дестинације Нова Варош – Златар (храна, домаћи занатски производи, угоститељство, вођене активности, друго), ради стварања заједничке понуде, подизања стандарда и видљивости.
	Мера 3.2: Подршка пружаоцима услуга/ произвођачима за достизање стандарда ознаке	Циљ мере је да се омогући произвођачима и пружаоцима услуга да унапреде квалитет, организацију и презентацију својих производа/услуга ради испуњавања критеријума за добијање ознаке „Најбоље са Златара“. Мера има и едукативну и техничку функцију – да помогне у развоју локалних капацитета и подстакне примену стандарда квалитета у пракси.
	Мера 3.3. Идентификација и активирање локалних пружалаца услуга у селективним облицима туризма	Циљ мере је идентификовати, умрежити и подржати постојеће и потенцијалне пружаоце услуга у селективним облицима туризма (нпр. активни, еко, рурални и др.), ради формирања целогодишње, стандардизоване и препознатљиве понуде дестинације Нова Варош – Златар. У оквиру мере планира се активирање локалних пружалаца услуга (оне који се баве или желе да се баве одабраним селективним облицима туризма), и то кроз израду и вођење базе понуђача (постојећих и потенцијалних); континуиран контакт и информисање о програмима/стандардима/обукама; укључивање у програме и пакете
	Мера 3.4. Развој и увођење носећих	Циљ мере је креирати и оперативно увести у понуду стандардизоване, целогодишње туристичке програме и пакете базиране на вредностима одговорног и селективног туризма,

Посебни циљеви	Мере	Опис мере
	туристичких програма и пакета	који циљају специфичне интересне групе, подстичу локалну економију и равномерну територијалну расподелу туристичких токова. У пракси ово значи и планира се креирање и стављање у редовну понуду конкретне, квалитетом стандардизоване програме/пакете (½ дана, 1 дан, викенд) за мале групе, са јасним ценама, правилима и терминима — током целе године. Акценат ће бити на диверзификацији понуде, усмеравању ка специјализованим тржишним сегментима (масовни vs селективни туризам, односно одговорни/одрживи туризам).
	Мера 3.5: Повезивање са тур-операторима и успостављање B2B сарадње	Циљ мере је да се осигурају стабилни B2B канали продаје за носеће туристичке програме, кроз успостављање партнерстава са тур-операторима, обезбеђење услова који гарантују висок квалитет услуге и подстицај понуда у вансезони, ради повећања продаје, видљивости дестинације и равномерне туристичке сезоне. У оквиру мере се препоручује и оснивање водичке службе у оквиру ТОЗ.
	Мера 3.6. Креирање идентитета дестинације (микробрендирање)	Циљ мере је да се осмисли и промовише јединствен идентитет дестинације Нова Варош – Златар који одражава њену аутентичност, природну чистоћу, непознатост, другачије приче и доживљаје природе. Микробрендирање би обухватило израду неких добрих слогана који би били препознатљиви, а у целокупан процес би били укључени локални актери. Микробрендирање би требало да отвори нова тржишта, представи старе производе и услуге на нови, савремени начин, укључујући модерне алате.
	Мера 3.7 Развој јединствене дигиталне платформе/сајта („one-stop“: информације, календар, поласци, цене, резервације, паркинзи/превоз, правила).	Циљ мере је да се обезбеди дигитални централни канал („one-stop“ платформа / сајт) за дестинацију Нова Варош – Златар који ће пружити све потребне информације за туристе: шта видети/радити, календар догађаја, поласци тура, цене, резервације, паркинзи, транспорт / шатл, правила понашања у заштићеним зонама; укључити блогере и инфлуенсере у промоцију и креирање садржаја како би се повећала видљивост дестинације и олакшала посета — посебно ван сезоне.

10 Анализа и план конкурентности са предлогом кључних инвестиционих пројеката

Туризам на територији општине Нова Варош развија се у специфичном контексту – на подручју од изузетне природне вредности, али истовремено и у условима који значајно ограничавају шире инфраструктурне интервенције. Значајан део територије налази се под заштитом, а у току је и процес проширења територије формирањем новог заштићеног подручја. Управо ова чињеница позиционира Нову Варош као дестинацију са високим потенцијалом за развој селективних и одрживих облика туризма, али и са великим изазовима када је реч о инвестицијама, развојним политикама и задржавању становништва.

Кључни изазови и уско грло развоја и конкурентности

- Недостатак транспарентности и информација, као и слаб ниво партиципативног доношења одлука на локалном нивоу доводи до неусаглашености интереса и недовољне мобилизације локалних ресурса;
- Слаба комуникација и сарадња између локалне самоуправе, локалних актера и управљача заштићених подручја, као и изостанак координације са националним институцијама;
- Заштита подручја као ограничење за инвестиције – незадовољство код становништва и привреде због немогућности улагања у инфраструктуру и градњу.
- Слабо развијена путна и туристичка инфраструктура, уз присуство нелегалне градње, посебно око језера, што нарушава визуелни идентитет простора и доводи у питање одрживост, укључујући и проблем дивљих сметлишта;
- Демографска угроженост – старије становништво, мали број младих, низак ниво дигиталне и туристичке писмености, посебно када су у питању савремени, селективни туристички производи;
- Неразумевање могућности активирање локалних ресурса, посебан проблем угоститељства и гастрономије, слаба укљученост локалних производа и сировина у угоститељску понуду.

Потенцијали и шансе

- Заштићено подручје као ресурс, а не као ограничење – атрактивност подручја лежи у његовој очуваности, дивљини, биолошкој и пејзажној разноврсности. То представља компаративну предност у односу на друге, урбанизоване дестинације.
- Растући интерес туриста за еколошки туризам, активни одмор, домаћу храну, локалне занате и културно наслеђе, нарочито међу платежно способнијим и еколошки свесним сегментима.
- Развој селективних туристичких производа без потребе за масовном инфраструктуром – рурални и еко-туризам, едукативни туризам и др.
- Употреба постојећих ресурса и објеката – уместо изградње нових, фокус ставити на ревитализацију, адаптацију и паметно коришћење онога што већ постоји (активирање проналаском адекватних управљача)

- Волонтеризам и млади – ангажовање кроз кампове, пројекте, едукације и радне акције може постати снажан покретач друштвеног и туристичког развоја.

План јачања конкурентности

- Искључиво оријентисати развој ка моделу одрживог туризма, у складу са режимима заштите и ограничењима, уз очување природних и културних вредности као основног развојног ресурса;
- Ојачати вертикалну координацију и сарадњу између локалних актера и националних институција, као и успоставити механизме редовне размене информација и учешћа (састанци, форуми, радне групе) - обезбедити већу финансијску и институционалну подршку националног нивоа.
- Уложити у едукацију и оснаживање локалног становништва, кроз: студијска путовања, тренинзи и радионице, програми дигиталне писмености, развој локалне гастрономске понуде (домаћа храна и сировина доступне и свим објектима – трговинским, угоститељским), водичке услуге, рукотворине и сл.
- Фокусирати се на мале, али квалитетне пројекте који не захтевају масовну инфраструктуру, али доносе велику додатну вредност (нпр. маркирање стаза, мобилне апликације, тематски фестивали, гастро понуда).

Конкурентност туризма општине Нова Варош не лежи у броју туриста или величини смештајних капацитета, већ у квалитету простора, аутентичности доживљаја, очуваности природе и снази и координисаности локалне заједнице.

Улагање у одрживост, знање и сарадњу представља основ за развој мале, одрживе али препознатљиве и дугорочно успешне туристичке дестинације.

У наредној табели налази се преглед кључних инфраструктурних пројеката које је могуће планирати до 2028. године, узимајући у обзир финансијске могућности и већ поменуто ограничења

Табела 10. Преглед кључних инвестиционих пројеката

Пројекат: Изградња туристичко-визиторског центра Растоке	
Усклађеност са националном стратегијом:	
Усклађеност са Планом развоја:	
Веза са посебним циљем програма развоја туризма:	
Опис: Изградња наменског центра за посетиоце Увачког језера, у близини бране на Растокама	
Пројекат у планској документацији ЈЛС:	да
Процењена вредност пројекта	Укупна инвестиција: XXXX До сада уложено: XXXX
Имовинско-правни статус	Решен /

	Пројекат у припреми (Исходовање дозволе за изградњу комплекса и обезбеђивање финансијских средстава за реализацију и изградњу у наредном периоду)
Носилац реализације	Општина Нова Варош
Начин и извор финансирања	Буџет општине Нова Варош
Рок реализације	2028.
Очекивани ефекти	Већи број туриста и посетилаца који дуже бораве на дестинацији - боља логистика и организација програма, презентације, пријем група туриста, место окупљања и координације локалних актера
Пројекат: Изградња Линијског парка „Златар“ и летње позорнице	
Усклађеност са националном стратегијом	
Усклађеност са Планом развоја	
Веза са посебним циљем програма развоја туризма	
Опис пројекта: Реконструкција дела стазе око објекта „Златарски златник“, у дужини од 200 m фаза 1, Позорница?	
Пројекат у планској документацији ЈЛС:	да
Процењена вредност пројекта	
Имовинско-правни статус	решен
Носилац реализације	Општина Нова Варош
Начин и извор финансирања	
Рок реализације	
Очекивани ефекти	Повећан број посетилаца и туриста Већи број манифестација, развој манифестационог и културног туристичког производа
Пројекат: Изградња инфо центра – туристичка зона Златар	
Усклађеност са националном стратегијом	
Усклађеност са Планом развоја	
Веза са посебним циљем програма развоја туризма	
Пројекат у планској документацији ЈЛС	да
Процењена вредност пројекта	
Имовинско-правни статус	решен
Носилац реализације	Општина Нова Варош
Начин и извор финансирања	
Рок реализације	
Очекивани ефекти	
Пројекат: Кружни ток на Браношевцу	
Усклађеност са националном стратегијом	
Усклађеност са Планом развоја	

Веза са посебним циљем програма развоја туризма	
Пројекат у планској документацији ЈЛС	да
Процењена вредност пројекта	
Имовинско-правни статус	решен
Носилац реализације	Општина Нова Варош
Начин и извор финансирања	
Рок реализације	
Очекивани ефекти	

11 Модел управљања туристичком дестинацијом

11.1 Увод

Према *Закону о туризму* „**Туристичка дестинација** је одредиште туристичког путовања које својом опремљеношћу омогућава прихват и боравак путника“⁴³.

У стручној литератури појам туристичке дестинације је и шире постављен. „Под туристичком дестинацијом подразумева се шири, интегрисани простор, који свој туристички идентитет гради на концепцији кумулативних атракција, које су због доживљаја што га омогућују и с додатном туристичком инфраструктуром, простор интензивног окупљања туриста“⁴⁴.

Другим речима, туристичке дестинације нису, дакле, само места туристичке потрошње, већ и места у којима људи живе, раде и одмарају се, у којима они могу имати јак осећај припадности и власништва. А управљање туристичком дестинацијом представља пословну активност која спаја и координира рад свих елемената исте, на основу стратегијског приступа којим се повезују сви битни делови, а све то у циљу јачања и унапређења туризма дестинације, повећања конкурентности на ширем туристичком тржишту, као и остварења оптималних економских учинака.

У овом поглављу дефинише се модел управљања туристичком дестинацијом општине Нова Варош. Према члану 11. *Правилника о садржини и начину израде програма развоја туризма*⁴⁵, „**модел управљања туристичком дестинацијом** јединице локалне самоуправе садржи анализу кључних заинтересованих страна за развој туризма јединице локалне самоуправе, предлог и опис механизма координације кључних заинтересованих страна за развој туризма јединице локалне самоуправе којима се усклађују њихови интереси, циљеви и задаци у циљу успешне реализације Програма и унапређења туризма на територији јединице локалне самоуправе“.

Ово поглавље утврђује како се, у оквиру постојећих надлежности организација туристичког сектора (описаних у поглављу 5.2 „Организације туристичког сектора“) и без

⁴³ Закон о туризму, „Сл. гласник РС“ бр.17/2019

⁴⁴ Кошић, К. (2013). Менаџмент туристичке дестинације, Департман за географију, туризам и хотелијство, Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду

⁴⁵ Правилник о садржини и начину израде програма развоја туризма, „Сл. гласник РС“ бр. 86/2020

оснивања нових организација или институција, организује заједничко деловање актера туристичке дестинације Нова Варош – Златар.

Модел полази од анализе кључних заинтересованих страна и преводи је у једноставан, оперативан оквир: **области деловања** (координација, маркетинг према гостима/посетиоцима/туристима (у даљем тексту: „маркетинг B2C“ (*Business-to-Consumer*)), маркетинг према тржишним партнерима (туроператори, агенције, онлајн туристичке агенције, превозници, корпоративни клијенти) (у даљем тексту: „маркетинг B2B“ (*Business-to-Business*)), инфраструктура и стазе, догађаји, заштита, подаци и квалитет) и **јасне одговорности и обавезе.**

Документ не замењује годишње програме рада ТО „Златар“, нити акциони план Програма развоја туризма, већ их усклађује кроз једногодишњи оперативни план – тзв. „кишобран“ оперативни план.

11.2 Принципи

Модел управљања туристичком дестинацијом Нова Варош – Златар је заснован на следећим принципима:

- Без нових организација/институција – примена Програма развоја туризма не подразумева оснивање нових организација/институција за управљање туристичком дестинацијом, већ се користе надлежности и капацитети постојећих актера;
- Управљање је организовано по областима деловања: координација, маркетинг према госту/посетиоцу/туристи (B2C), маркетинг према тржишним партнерима (B2B), инфраструктура и стазе, догађаји, заштита, подаци и квалитет. За сваку област одређује се одговорни носилац.
- „Кишобран-оператива“ - Сваке године усаглашава се једноставан оперативни план дестинације који усклађује све остале планове и програме. То је годишња обједињена табела активности која утврђује обавезе свих актера са јасним роковима и очекиваним исходима. Задаци се додељују према законским надлежностима и постојећим капацитетима.
- Периодично (на пример: квартално) се одржавају координациони састанци, а по потреби се организују тематски оперативни састанци (пред сезону или пред веће догађаје).
- Јавно-приватно партнерство - За конкретне пројекте користи се удруживање ресурса јавног и приватног сектора.
- Заштита простора као предуслов - Све туристичке активности усаглашене су са режимима заштите; у заштићеним подручјима надлежни управљач има последњу реч.
- Одлуке засноване на подацима - ТО „Златар“ редовно објављује преглед кључних показатеља учинка како на својој интернет страници, тако и на интернет страници Општине Нова Варош;
- Транспарентност и инклузивност – Информације су доступне актерима, а релевантни субјекти се благовремено укључују у припрему и усаглашавање одлука.

- Фокус на исходима - Примарни циљеви су већи број туриста, већа потрошња по госту, дужи боравак и очуван квалитет природе и доживљаја.

11.2 Модел управљања по областима деловања

Област деловања: Координација	
Носилац:	ТО „Златар“
Партнери:	<u>Увек присутни:</u> Општина Нова Варош, Резерват Увац доо , ЈП „Србијашуме“, РРА „Златибор“, РТО Западна Србија. <u>Проширени круг:</u> представници приватног сектора, представници установа и организација из области културе и спорта, комунална/путна предузећа, безбедност/саобраћај, представници удружења грађана, ТОС.
Пракса која се задржава/ наставља:	Редовни радни састанци; Сарадња између Општине Нова Варош и ТО „Златар“.
Нова пракса/треба појачати:	Редовни координациони састанци са свим актерима; Усаглашавање једногодишњег оперативног плана од стране актера;
Област деловања: Маркетинг B2C	
Носилац:	ТО „Златар“
Партнери:	РТО Западна Србија, ТОС, приватни сектор, Општина Нова Варош
Пракса која се задржава/ наставља:	Присуство на мрежама; Присуство на сајмовима;
Нова пракса/треба појачати:	Заједничке кампање током године; <i>Public relations</i> (PR);
Област деловања: Маркетинг B2B	
Носилац:	ТО „Златар“
Партнери:	РТО Западна Србија, ТОС, приватни сектор
Пракса која се задржава/ наставља:	Присуство на сајмовима; Умрежавање;
Нова пракса/треба појачати:	У циљу укључивања већег броја туроператора: • Студијска путовања (<i>fam trip</i>) и B2B презентационих турнеја (<i>roadshow</i>); • Каталогизација понуда;
Област деловања: Инфраструктура и стазе	
Носилац:	Општина Нова Варош
Партнери:	Резерват Увац доо , ЈП „Србијашуме“, ТО „Златар“, ЈП за комуналне делатности, ЕД Ужице – огранак Нова Варош
Пракса која се задржава/ наставља:	Текуће одржавање;

Нова пракса/треба појачати:	Предсезонско усаглашавање приоритета;
Област деловања: Догађаји и програми	
Носилац:	Организатор (култура/спорт/Канцеларија за младе/удружења грађана/ТО „Златар“ ...)
Партнери:	Општина Нова Варош, ТО „Златар“, Резерват Увац доо, комунална предузећа, безбедност
Пракса која се задржава/ наставља:	Постојеће манифестације
Нова пракса/треба појачати:	Јединствени календар; досије догађаја;
Област: Заштита и одрживо коришћење	
Носилац:	Резерват Увац доо - за СРП „Увац“ ЈП „Србијашуме“ - за Парк природе Златибор и у наредном периоду за нови СРП „Златар“
Партнери:	ТО „Златар“, Општина Нова Варош;
Пракса која се задржава/ наставља:	Услови и надзор;
Нова пракса/треба појачати:	Годишње смернице/услови за активности;
Област: Подаци и квалитет	
Носилац:	ТО „Златар“
Партнери:	РРА „Златибор“, Општина Нова Варош, приватни сектор
Пракса која се задржава/ наставља:	е-Туриста; анкете
Нова пракса/треба појачати:	Редован преглед остварених показатеља; канал за притужбе.

11.3 Улоге кључних актера

У овом делу документа утврђују се улоге кључних актера у управљању дестинацијом **Нова Варош – Златар**. Улоге се ослањају на постојеће надлежности и праксе описане у поглављу 5.2 овог документа и допуњују се обавезама које су потребне за спровођење модела управљања који је описан у овом поглављу.

Кључни актери	Постојеће надлежности и праксе	Проширена улога у моделу управљања
ТО „Златар“	Промоција, координација са Општином, наступи на сајмовима, присуство на друштвеним мрежама, јавни наступи, рад	Носилац за координацију управљања туристичком дестинацијом и маркетинг (B2C/B2B): годишње усклађивање оперативног плана; заједничке кампање са РТО/ТОС и приватним сектором;

Кључни актери	Постојеће надлежности и праксе	Проширена улога у моделу управљања
	ТИЦ/инфо функције, партнерства са РТО Западна Србија и ТОС. Анализе понуда и развој туристичких производа.	систематска В2В сарадња (<i>fam trip</i> , презентације) и каталози понуда у договору са партнерима. Категоризација туристичког места.
Општина Нова Варош	Финансијска и оперативна подршка ТО „Златар“, улагања у јавну инфраструктуру и стазе.	Улога власника инфраструктурних пројеката (планирање/ одржавање/ брже отклањање неправилности) и редовно укључење у координационе састанке и годишње „кишобран“ оперативно планирање и спровођење договореног. Унапређење нормативног оквира (измене/допуне постојећих и доношење нових одлука о управљању отпадом у туристичким зонама, комуналном уређењу и сл.).
Резерват Увац доо	Управљање заштићеним подручјем и режимима заштите, презентација резервата.	Статус кључног актера за давање сагласности за активности у зони заштите („последња реч“у процесу планирања догађаја, стаза, обележавања и сл. у зони заштите) и редовни канал података о оптерећењу простора ка ТО/Општини.
ЈП „Србијашуме“	Редовно газдовање и сарадња на стазама/обележавању Управљање Парком природе Златибор и новим СРП „Златар“.	Формалан договор са ТО/Општином за приоритетно одржавање и означавање стаза у туристичким зонама.
РТО Западна Србија	Заједничке промоције, наступи на сајмовима и медијски наступи са ТО „Златар“	Регионалне В2В активности у које се укључује Златар (<i>roadshow, fam trip</i>) и уклапање златарских рута/производа у регионалне каталоге.
Туристичка организација Србије (ТОС)	Сарадња у кампањама и студијским путовањима, подршка наступима на страним сајмовима.	Каналисање националних прича/кампања где Златар/Увац имају јак мотив (природа, активни одмор) и укључење Златара у приоритете за тематска путовања.
РРА „Златибор“	Развојна и пројектна партнерства са Општином и ТО „Златар“ (ЕУ/донаторски програми)	Улога носиоца припреме апликација за инфраструктуру, тематске руте и дигитализацију понуде за Нову Варош. Развој нових туристичких производа.

Кључни актери	Постојеће надлежности и праксе	Проширена улога у моделу управљања
Комунална/ путна предузећа и безбедност/ саобраћај	Текуће одржавање приступа, јавних површина и сигнализације	Део послова које обављају улази у годишњи оперативни план – нарочито оне активности које се односе на послове које треба завршити пред сезону или пред организацију догађаја, за приоритетне локације и сл.
Установе културе и спортске организације	Програми и догађаји (култура, спорт) који се већ организују.	Учешће у усклађивању календара на нивоу дестинације (да се избегну преклапања); заједнички комуникациони пакети са ТО „Златар“.
Приватни сектор (смештај, угоститељи, водичи, агенције)	Умрежавање са ТО, учешће у промоцијама, сарадњу са каналима промоције и дистрибуције	Активни партнер у В2С/В2В (заједничке понуде и цене у кампањама; улога домаћина за <i>fam trips</i> ; комерцијални пакети) и редовно пријављивање података (попуњеност/цене/приговори) ради доношења одлука на основу података.
Образовне установе, Канцеларија за младе и удружења грађана	Учешће у волонтерским и едукативним акцијама.	Укључивање у програме којима се подиже квалитет услуга (обуке за домаћинства, угоститеље, водиче; „амбасадор“ програми за младе). Едукација актера, туриста и становништва о одрживом развоју.

11.4 Опис механизма координације управљања туристичком дестинацијом

Координација управљања туристичком дестинацијом спроводи се кроз **годишњи оперативни план** у коме се, за сваку меру/активност/задатак, усклађују носиоци, рокови и начин сарадње међу кључним заинтересованим странама у развоју туризма.

Скупштина општине Нова Варош доноси одлуку о успостављању **координационог тима/радне групе** за координацију управљања туристичком дестинацијом, односно за израду и спровођење оперативног плана дестинације, на основу које председник Општине именује чланове координационог тима/радне групе у ужем и ширем саставу.

Координациони тим/радну групу за координацију израде и спровођења оперативног плана дестинације у ужем саставу чине представници: ТО „Златар“ (има улогу носиоца и секретаријата), Општина Нова Варош, Резерват Увац доо, ЈП „Србијашуме“, РРА „Златибор“. Чланови координационог тима/радне групе у **проширеном** саставу (установе културе, спортске организације, јавна предузећа, образовне установе, КЗМ, приватни сектор сектора (смештај, угоститељи, водичи, агенције), удружења грађана, РТО Западне Србије, ТОС) укључују се по теми.

Координациони тим/радна група: (1) припрема и усаглашава оперативни план, (2) прати спровођење и предлаже корективне мере.

Оперативни план је једногодишњи, практичан списак **приоритетних ставки** без којих сезона не може да крене нормално (нпр. предсезонско уређење стаза, јединствени календар догађаја, главни маркетиншки таласи, услови за активности у СРП, минимални сет извештавања). Омогућава да се све приоритетне ставке представе на једном месту, поједностављено, са јасним носиоцем и роком.

Оперативни план није дупликат годишњег програма рада ТО „Златар“, нити копија акционог плана Програма развоја туризма. У њему се не набраја све што се ради, већ само оно што мора да буде усклађено између више актера.

Нацрт оперативног плана се припрема и усаглашава међу заинтересованим странама – члановима координационог тима/радне групе. ТО „Златар“ годишњи оперативни план доставља Скупштини општине Нова Варош као прилог свог годишњег плана и програма. По истом принципу, извештај о спровођењу оперативног плана доставља се уз извештај о раду ТО „Златар“.

Састанци координационог тима/радне групе одржавају се периодично (на пример квартално), у циљу израде, усаглашавања, а потом и праћења спровођења оперативног плана. Свака организација/установа/институција учествује на састанцима када је тема из њене надлежности, уз обавезу да достави тражене информације и материјале у договореном року.

12 Акциони план

Табела 11. Акциони план 2025-2028.

Посебни циљ 1. Успоставити јасан локални правни и организациони оквир, ефикасну координацију актера и систем развоја људских ресурса за управљање „slow“ дестинацијом						
Назив мере	Инвестициони пројекти / Активности за спровођење мере	Рок реализације	Носилац активности	Процењени трошкови (у 000 РСД)	Начин финансирања	Очекивани показатељи мере
Мера 1.1. Категоризација туристичког места	- Спровођење поступка анализе испуњености услова за категоризацију - Прикупљање и систематизација података за пријаву у систем еТуриста - Израда и усвајање потребне документације на локалном нивоу - Подношење захтева за категоризацију Министарству туризма и омладине					- Усвојена одлука о категоризацији туристичког места - Туристичко место је званично категорисано у складу са Законом о туризму
Мера 1.2. Успостављање одрживих механизма координације	- Формирање координационог тела - Израда правилника /пословника о раду координационог тела - Одржавање редовних координационих састанака - Мапирање и укључивање релевантних актера (приватни, цивилни сектор, институције) - Размена добрих пракси са другим дестинацијама					- Формирано је координационо тело (туристички савет, радна група, партнерство итд.) и донет пословник о раду или сличан оквир за функционисање - Одржано је најмање 5 састанака координационог тела годишње - Укључено је најмање 40 локалних актера у рад тела

	- Израда годишњег оперативног плана					(јавни, приватни, цивилни сектор) Израђена 3 годишња оперативна плана (за 2026, 2027. и 2028. годину) Број актера укључених у израду једногодишњег оперативног плана
Мера 1.3. Успостављање система обука и развоја људских ресурса у туризму	1. Мапирање потреба за обукама у туризму: - Спровођење анкета/фокус група међу пружаоцима услуга, представницима ЈЛС, ТО, цивилним сектором и становништвом - Идентификација кључних знања и вештина које недостају (нпр. кулинарство, вођење тура, дигитална писменост) 2. Идентификација и каталогизација постојећих програма обука и мера запошљавања - анализа постојећих програма и повезивањ актера са расположивим програмима обуке (НСЗ, донатори, удружења, школе, преквалификације и сл) 3. Успостављање програма локалних едукација и радионица - Организација тематских радионица у области: кулинарства и презентације хране (локални специјалитети, сервирање, гастро-туре); услуга смештаја (хигијена,					- Одржано најмање 5 различитих програма обука и едукација - Најмање 100 учесника на обукама (по категоријама: угоститељи, водичи, пољопривредници...) - Развијени курикулуми/садржаји обука - Број партнера (институција, школа, НВО) укључених у реализацију

	комуникација са гостима, домаћи производи у понуди); водичких услуга (основна интерпретација наслеђа, природа, традиција); дигиталног присуства и комуникације (Booking, Google Maps, друштвене мреже), управљања гостопримством у сеоским домаћинствима (од пријема до комуникације); укључивање сертификованих тренера и локалних експерата 4. Студијска путовања и обуке на терену (учење кроз праксу): - организација посета успешним дестинацијама са акцентом на добрим праксама у руралном и еко-туризму (нпр. Словенија Бохињ – „Bohinjsko from Bohinj; Херцег кућа, Требиње) 5. Формирање едукативне платформе или програма обука на нивоу општине - онлајн платформа/архива свих реализованих обука, приручници и видео-материјали 6. Промоција локалних аутентичних производа кроз обуке - едукације власника објеката за угоститељство и смештај о употреби домаћих намирница уместо индустријских - подршка у брендирању и презентацији локалних производа (сир, мед, џемови, чајеви)					
--	--	--	--	--	--	--

	- умрежавање са локалним произвођачима ради набавке/продаје					
Мера 1.4. Стручна и техничка подршка приватном и цивилном сектору, као и становништву, пружаоцима туристичких и угоститељских услуга, и онима који желе да отпучну бизнис у оквиру овог сектора	- Формирање инфо-пулта или саветодавног центра (препоруча Канцеларија за ЛЕР) - Организација „отворених врата“ и консултација, у циљу информисања грађана - Подршка у припреми пројеката, бизнис планова и апликација - Умрежавање са институцијама /донаторима/ организацијама које дају подстицаје (комуникација од стране Канцеларије за ЛЕР) - Према потреби и за конкретне позиве и сл. припрема мини водича, брошура, презентација					- Најмање 30 корисника је добило индивидуалну подршку/менторинг - Одржано најмање 20 инфо-сесија, консултација или радионица - Припремљено најмање 15 пословних планова/предлога пројеката едукација, запошљавање) - Поднето најмање 10 апликација за аплицирање код домаћих и међународних донатора (изградња/реконструкција објеката, набавка опреме, едукација, запошљавање) – грантови, субвенције, кредити за приватни и цивилни сектор
Мера 1.5. Унапређење нормативног оквира (комунални ред, туризам)	- Анализа постојећих прописа на локалном нивоу - Припрема и усвајање нових/ревидираних одлука (нпр. о комуналном реду, рекламирању, туристичком порезу, туристичком инспектору, друго) - Јавне расправе и консултације са грађанима и привредом - Едукација актера о новим правилима					- Број усвојених или ревидираних локалних одлука/прописа - Број надзора/инспекцијских контрола у складу са новим прописима - Број промотивних активности у вези са новим правилима (обуке, брошуре итд.)

	- Праћење и извештавање о примени					
Мера 1.6. Едукација и укључивање становништва у одговорни туризам	1. Едукација актера о новим правилима: - јавне трибине, презентације, округли столови у селима и месним заједницама; - креирање комуникационих порука: „Заштита = шанса“ - израда инфо-материјала, кратких видео-клипова, флајера 2. Формирање базе локалних актера заинтересованих за укључење у туристичке активности: - пријава и анкетање заинтересованих (онлајн и у папирној форми) - сегментација по типу интересовања: смештај, водичке услуге, производи, храна-гоститељство, активности 3. Едукација становништва и пружалаца услуга: - обуке о принципима одрживог/одговорног туризма - упознавање са режимима заштите и правилима понашања у заштићеном подручју - информације о могућностима финансирања, подстицајима и примерима добре праксе 4. Програми јавне видљивости и мотивације - додела симболичних признања/захвалница за допринос очувању и туризму					- Број становника укључених у програме за одговорни туризам - Број реализованих јавних трибина, кампања или радионица - Ниво информисаности становништва о принципима одрживог туризма (мерено анкетом) - Број иницијатива или предлога грађана у вези са развојем туризма

	- јавно представљање примера добрих пракси (нпр. у билтену или на сајту ТО/општине) 5. Практичне акције које повезују заштиту и туризам - волонтерске „тихе патроле“ – становници као чувари природе и реда - сајмови и пијаце домаћих производа – етикете „из заштићеног подручја“ - вођене тематске туре/ манифестације са укљученим домаћинствима 5. Укључивање младих као амбасадора промена - програми едукације за средњошколце и младе (вођење тура, рад у туризму) - активно учешће Канцеларије за младе у планирању и реализацији активности - укључивање младих у комуникационе кампање - подршка формирању локалних удружења (бициклисти, планинари, занатлије...) - позив за удруживање и бесплатна техничка и правна помоћ (оснивање, регистрација) – КЛЕР и КзМ - финансијска подршка из буџета за почетне активности удружења - повезивање са туристичким програмима и промоција у оквиру ТО					
--	---	--	--	--	--	--

Посебан циљ 2: Уредити и одржавати кључну туристичку инфраструктуру и алате за управљање простором, у складу са режимима заштите, ради бољег доживљаја и мањих притисака

Назив мере	Инвестициони пројекти / Активности за спровођење мере	Рок реализације	Носиоци активности	Процењени трошкови (у 000 РСД)	Начин финансирања	Очекивани показатељ мере
Мера 2.1. Стављање у функцију постојеће туристичке инфраструктуре	- Израда анализе стања (елабората, студије) неискоришћених објеката (ски-лифт, зип-лајн, балон сала, ВЦ „Кокин Брод“ и др.) - Израда акционог плана за стављање у функцију приоритетних објеката (где је потребна санација, реконструкција, или само проналазак управљача) - обезбеђивање управљача за објекте кроз ЈПП, концесије или поверавање управљања ТО или удружењима - радови на санацији/реконструкцији постојећих објеката туристичке инфраструктуре, где је утврђено да је то потребно - промотивна кампања поновно активираних објеката					- израђена анализа/ елаборат/студија - број ревитализованих постојећих (неактивних) туристичких објеката - број објеката којима је одређен управљач - повећање броја посетилаца на ревитализованим локацијама или поново активираним (у % или апсолутно)
Мера 2.2. Уређење постојећих локалитета	- Уређење и опремање видиковаца (навести којих) - Уређење излетишта (навести којих) - побољшање приступне инфраструктуре (паркинзи, стазе, саобраћајна сигнализација)		Општина Нова Варош			- број уређених туристичких локалитета (видиковаца, излетишта др.) - површина уређених јавних простора (у m² или ha) - број спроведених интервенција (уређење

	- постављање мобилијара (клупе, столови, канте, мобилни тоалети, осветљење) - изградња Линијског парка „Златар“ и летње позорнице као нових садржаја на постојећем локалитету					прилаза, чишћење, постављање опреме) - позитивне оцене посетилаца (на основу анкета)
Мера 2.3. Означавање, уређење и повезивање стаза	- мапирање постојећих стаза (у сарадњи са планинарским клубовима и ТО) - обнова и означавање стаза (маркирање, путокази, табле) - повезивање стаза између локалитета (где је могуће) – навести конкретно - постављање инфо-табли на улазним тачкама - израда дигиталне мапе стаза (у апликацији или на сајту ТО) - обука локалних водича - координација и сарадња са локалним удружењима		Општина Варош	Нова		- укупна дужина означених стаза (у км) - број новоозначених или уређених стаза - број повезаних локација кроз мрежу стаза - израђена 1 мапа стаза (дигитална) - број постављених инфо табли на улазним тачкама - број обучених водича
Мера 2.4. Планирање и уређење мини туристичке инфраструктуре (small-scale) у складу са режимима заштите	- израда стандардизованог дизајна за мобилијар у складу са амбијентом - постављање туристичке сигнализације на свим прилазима кључним локалитетима - израда и постављање урбаног мобилијара у оквиру Линијског парка - уређење паркинга и кружног тока на Браношевцу у туристичком стилу (са елементима добродошлице)		Општина Варош СРП Увац	Нова		- број постављених елемената мини инфраструктуре (клупе, табле, канте, инфо панели и др.) - број локација на којима је постављена мала инфраструктура - број елемената израђених од еколошки прихватљивих материјала - број интервенција прилагођених режимима заштите

Мера 2.5. Презентацијска и продајна места локалних производа	- идентификација и регистрација локалних произвођача (мед, сир, сувенири, лековито биље итд.) - изградња мањих продајних пунктова, нпр у Линијском парку - Изградња Визиторског центра Растоке - Изградња инфо центра у оквиру реконструисаног трга у Новој Вароши - активирање кућица на Златару у препознатљивом стилу за продају локалних производа и туристичких услуга - организација „пијаца“ на туристичким локацијама током сезоне, на отвореном, без значајнијих улагања - израда визуелног идентитета - обука произвођача за продају и комуникацију са туристима		Општина Варош	Нова		- изграђен 1 визиторски центар (да ли је у питању мултифункционални објекат?) - изграђен 1 инфо-центар - број успостављених презентацијско-продајних места - број укључених локалних произвођача, занатлија, удружења - број туристичких рута/локација у које су интегрисани локални производи (није могуће мерити број посетилаца продајним местима? или неком анкетом раст продаје код малих произвођача због излагања на тим местим?)
Мера 2.6. Израда јавне мапе ограничења и могућности за инфраструктуру и правила боравка у природи	- прикупљање просторних података: режим заштите, просторни план, ограничења, дозволе - креирање ГИС базе података - Израда дигиталне и штампане мапе са следећим информацијама: дозвољене и забрањене зоне за инфраструктуру, приоритетне зоне за инвестиције, правила понашања у природи (паљење ватре, камповање, отпад и др.) - јавно представљање мапе инвеститорима и грађанима		Општина Варош	Нова		- број обухваћених зона у мапи (са ограничењима/могућностима) - број корисника мапе (администрација, инвеститори, грађани) - број одлука/пројеката донетих уз коришћење мапе

	- интеграција мапе у сајт општине, ТО, ЈКП, удружења и др. – транспарентност, јавна објава (информисање путем медија) - организација обука за управљање подацима и коришћење мапе					
Посебан циљ 3: Оснажити локални бренд, креирати програме и увести мерљиве стандарде квалитета, те обезбедити стабилне B2B/онлајн канале продаје носећих програма						
Назив мере	Инвестициони пројекти / Активности за спровођење мере	Рок реализације	Носиоци активности	Процењени трошкови (у 000 РСД)	Начин финансирања	Очекивани показатељ мере
Мера 3.1. Развој локалног бренда „Најбоље са Златара“ – локална ознака квалитета	1. Креирање концепта бренда „Најбоље са Златара“: дефинисање критеријума (квалитет, порекло, аутентичност, локална производња), одређивање категорија производа и услуга (нпр. гастрономија, смештај, вођене туре...) 2. Укључивање локалних актера у процес (учешће произвођача, услужног сектора, удружења, ТО) 3. Израда визуелног идентитета бренда (лого, етикета, паковање, графички стандард) 4. Израда правилника о додели ознаке и процедура сертификације 5. Промоција бренда у јавности и међу корисницима: јавни позив за пријаву, инфо радионице и консултације, приче					- број производа/услуга који су добили ознаку „Најбоље са Златара“ - пораст препознатљивости бренда међу туристима (мерено анкетама) - повећање продаје производа/услуга са брендом - број корисника који настављају да испуњавају стандарде након прве године - број B2B или онлајн продајних канала у којима је бренд присутан

	о произвођачима / носиоцима ознаке 6. Пилот имплементација: одабир првих корисника (до 10), евалуација процеса и фидбек 7. Израда брендираних материјала: етикете, натписи за објекте, материјал за продајне пунктове (столови, заставице, каталози) 8. Интеграција ознаке у сајт ТО и у туристичке руте и пакете					
Мера 3.2. Подршка пружаоцима услуга/ произвођачима за достизање стандарда ознаке	1. Идентификација потенцијалних корисника ознаке: креирање базе локалних пружалаца услуга и произвођача, иницијални разговори и процена потреба (где су у односу на стандард) 2. Организација радионица и обука са темама: стандарди квалитета, хигијена, услужно искуство, безбедност хране, доживљај за туристе, одрживост, специјализоване обуке по секторима: угоститељи, сеоска домаћинства, занатлије, туристички водичи, и сл. 3. Техничка подршка за појединачне субјекте: консултације за унапређење производа/услуге, подршка у брендирању и етикетирању, помоћ у увођењу HACCP, домаће радиности, органске производње и др.					- број субјеката који су унапредили своје услуге/производе у складу са стандардом - број субјеката који су добили ознаку након учешћа у подршци - пораст задовољства туриста услугом и производима (мерено анкетама) - број субјеката који одржавају стандард и након 12 месеци - број нових туристичких пакета/партнерстава насталих кроз стандардизовану понуду

	4. Менторска подршка и посете терену: тим (или ангажовани консултанти) обилази субјекте и даје персонализоване препоруке 5. Мини-грантови или субвенције (уколико је могуће): за набавку опреме, побољшање услова, амбалажу, дигиталне алате и сл. 6.Израда приручника / водича за примену стандарда: једноставно написани, визуелно атрактивни водичи по секторима 7. Промоција позитивних примера: корисници који су успешно имплементирали стандарде добијају видљивост					
Мера 3.3. Идентификација и активирање локалних пружалаца услуга у селективним облицима туризма	1. Израда критеријума и оквира за селективне облике туризма фокус на претходно дефинисане примарне, перспективне и оне са додатом вредношћу 2. Мапирање постојећих и потенцијалних пружалаца услуга: водичи, домаћинства, произвођачи, рекреативни клубови, занатске радионице.... 3. Израда и ажурирање базе података о понуђачима са контактима, типом услуге, нивоом припремљености, интересовањем за сарадњу 4. Организација консултативних састанака и радионица: ради мотивације, информисања и успостављања поверења,					- број понуђача који су унапредили услугу или постали активни у туризму - број укључених понуђача у нове туристичке програме/пакете - повећање туристичког ангажмана током вансезоне (мерено бројем понуда или броју ангажмана у периоду октобар–април) - пораст поверења и задовољства локалних понуђача (мерено анкетом или интервјуима)

	представљање стандарда, примера добре праксе, могућности укључивања 5. Континуирана комуникација и информисање: билтени, Viber групе, е-маил листе, директан контакт; теме: трендови, обуке, позиви, могућности финансирања 6. Формирање тематских група/кластера по типовима понуде: нпр. група водича, група домаћинства, outdoor пружаоци и сл. 7. Укључивање понуђача у развој туристичких програма и пакета: дефинисање улога у понуди (нпр. водич за руту, домаћинство за ручак, произвођач као део доживљаја); припремање за онлајн и B2B презентацију					
Мера 3.4. Развој и увођење носећих туристичких програма и пакета	1. Идентификација и избор носећих тема за туристичке програме, као што су активности у природи (Увац, Златар, пешачење, бициклизам, кајак), етно-гастро доживљаји (посете домаћинствима, дегустације, радионице), природно-научни програми (биодиверзитет, посматрање птица, истраживање пећина, посебан акценат на конгресном и стручном туризму нпр. <u>покретању Конференције заштићених подручја на Увцу</u>), спортски и едукативни програми (школе у природи, кампови за					- број реализација носећих програма у првој години - број туриста који су користили нове програме - повећање учешћа „селективних“ туриста у укупној посети - број програма који функционишу ван главне сезоне - број локалних партнера који су приходовали од нових пакета - број школа / универзитета /

	припрему спортиста, посебан акценат на формирању Кампа за женску кошарку 2. Укључивање актера у дизајн програма: ЈЛС, ТО, управљачи заштићених подручја, удружења, школе, спортски клубови, НВО, локални водичи 3. Развој конкретних прототипа програма: минимум 5 програмских формата (½ дана, 1 дан, викенд), сценарио + временски оквир + носиоци + локације + опрема + трошковник + циљна група 4. Тестирање прототипа (пилот туре): организовање пробних излета/тура са циљним групама (школе, планинари, тур-оператори) 5. Стандардизација понуде: израда шема за резервацију, упутстава, цена, правила понашања, безбедности, увођење визуелног идентитета и јединственог формата 6. Промоција и стављање у понуду: кроз ТОЗ, платформу „Најбоље са Златара“, В2В мреже, онлајн резервације, туроператоре, позвати и новинаре на пилот туру, припрема презентација за туристичке сајмове, догађаје и конференције 7. Партнерски програми: тренинг центар за женску кошарку –					организација укључених у програме
--	--	--	--	--	--	--

	развој sport&wellness пакета; сарадња са академским институцијама – развој истраживачких и едукативних туризам програма; кључивање средњих школа и НВО у реализацију (нпр. као водичи, едукатори, промотери) 8. Одржавање годишње конференције/сајма носећих програма: Конференција свих заштићених подручја на Увцу — као промотивно-стручни догађај					
Мера 3.5: Повезивање са тур-операторима и успостављање B2B сарадње	1. Сагледавање тренутног стања: провера да ли већ постоје споразуми са тур-операторима (локалним, регионалним, националним, међународним); идентификација потенцијалних тур-оператора заинтересованих за понуде селективног туризма. 2. Развој понуде која ће бити атрактивна B2B партнерима: комбиновање носећих програма/пакета у B2B формату (путем преговора, прилагођавања за групне туре, корпоративне клијенте, агенте); израда каталога понуда (онлајн и штампаних) за тур-операторе. 3. Услови сарадње и стандарди: успостављање критеријума и стандарда које понуде морају да испуне да би их туристички оператори урачунали у своје					- број туристичких група доведених преко тур-оператора на носеће програме - повећање продаје програма/тура кроз B2B канале (у % или апсолутном броју) удео вансезонске продаје туристичких пакета у укупној продаји - повратне информације тур-оператора о задовољству квалитетом (анкете) - број понуђача / оператора који стално сарађују

	портфолије (квалитет смештаја, услуге, водича, еколошки/ одрживи услови, трансфери, превоз); разрада уговорних облика (споразуми) са операторима: цене, задатак, услови плаћања, одговорности, гарантна осигурања итд. 4. Изградња и / или унапређење водичке службе: разматрање оснивања водичке службе у оквиру Туристичке организације Златар која ће служити као посредник између оператора и локалних водича; обуке за локалне водиче са фокусом на B2B захтеве (упознавање са очекивањима оператора, стандарди, језици, презентација). 5. Маркетинг и директна комуникација са тур-операторима: учествовање на туристичким сајмовима (националним и међународним); организација B2B састанака („fam trips“ / обиласци) за тур-операторе да виде понуду на лицу места; развој дигиталних канала за B2B продају (посебан B2B портал/секција на сајту, каталог, презентације, PDF-ови, видео-презентације). 6. Промоција вансезонских термина и специфичних сегмената: понуде које су атрактивне током вансезоне					
--	--	--	--	--	--	--

	(фебруар, март, април, октобар, новембар), попусти или пакети за групе из тур-оператора за те термине.					
Мера 3.6. Креирање идентитета дестинације (микробрендирање)	1. Попис и укључивање актера: идентификовати све релевантне актере: ЈЛС, Туристичка организација, управљачи природних заштићених подручја, локалне заједнице, школе, становништво, локални туристички водичи; сарадња са актерима ради прикупљања прича, легенди, карактеристика дестинације које људи цене. 2. Радионице / креативне сесије за дефинисање порука и слогана: организовање креативних радионица са локалним актерима, маркетерима и стручњацима за бренд и комуникацију; прикупљање предлога и одабир неколико слогана који најбоље осликавају идентитет. 3. Израда визуелног идентитета дестинације: дизајн логоа, бојне шеме, типографије, визуелни елементи (стил фотографија, иконографија); упутства / бренд водич за примену: како и где користити визуеле, формати (флајери, постери, онлајн материјали, сајт, друштвене мреже). 4. Креирање слогана и порука: развој неколико варијанти					- повећање препознатљивости дестинације Нова Варош – Златар међу туристима / потенцијалним посетиоцима (мерено путем анкета / истраживања) - повећање интересовања / упита за посете дестинацији који долазе због новог бренда / маркетиншких кампања - удео промоција / материјала које су у складу са новим идентитетом у укупној промоцији дестинације - побољшање визуелног квалитета туристичких приказа дестинације (фотографије, рекламни материјал) — може се мерити корисничким перцепцијама или стручним оцењивањима - број нових канала промоције / медија који користе визуелни идентитет и поруке бренда

	слогана; тестирање слогана (анкете, фокус групе, онлајн / локално) да се види која варијанта највише резонује. 5. Израда промотивних материјала уз нови идентитет: брошуре, постери, дигитални банери / огласи, видео-клипови, водич за фотографе и визуелне приче; прилагођавање фотографија, визуала да буду доследни новом стилу. 6. Лансирање бренда и маркетиншка кампања: лансирање јавне кампање: на друштвеним мрежама, веб сајту, локалним медијима, туристичким сајмовима; коришћење хасхтагова, прича, визуелног садржаја, позивање публике да деле „доживљај Златара“. 7. Контрола и одржавање доследности бренда: успостављање бренд водича који ће служити као референт за све промоције; бука људи у ТОЗ, ЈЛС, медијима за коришћење бренда; редовна ревизија маркетиншких материјала и порука да ли су у складу са идентитетом.					
Мера 3.7 Развој јединствене дигиталне платформе/сајта („one-stop“:	1. планирање и припрема архитектуре платформе: дефинисање секција: информације / водич / шта видети / шта радити / туре /					- број посета / корисника платформе месечно / годишње

информације, календар, поласци, цене, резервације, паркинзи/превоз, правила)	календар / цене / резервација / паркинзи / шатл / правила понашања у заштићеним зонама; функције: мобилна верзија, резервациони модул, интерактивна мапа, FAQ, контакт, мултимедијалне галерије 2. Израда садржаја: опис туристичких атракција, стаза, водича; распоред тура и полазака, цене, услови резервација; информације о паркинзима, превозу, приступним путем, правила понашања у природи / у заштићеним зонама 3. Техничка имплементација: избор платформе, интеграција резервационог система, осигурање да је сајт оптимизован за мобилне уређаје, брзина учитавања, кориснички интерфејс / UX, визуелни дизајн 4. Креирање садржаја путем блогера и инфлуенсера: сарадња са блогерима/ инфлуенсерима који ће посетити локације, направити фото/видео садржаје, постове, приче; гостујући постови на блогу платформе или на њиховим каналима; промоције путем YouTube, Instagram, TikTok 5. Лансирање платформе и маркетинг: јавни догађај /					- број резервација које су обављене преко платформе - повећање процента туриста који користе платформу при планирању посете - побољшање перцепције посетиоца да је информација доступна и поуздана (по анкетама) - удео вансезонских резервација и посета остварених уз помоћ платформе - број споразума / партнерстава са тур-операторима који користе платформу као продајни / презентациони канал
--	--	--	--	--	--	---

	онлајн презентација платформе; оглашавање на друштвеним мрежама, преко инфлуенсера, преко ТОЗ, локалних медија; оптимизација за претраживаче (SEO), садржајни маркетинг (како би се платформа видела у претрагама) 6. Одржавање, ажурирање и организација ресурса: стално ажурирање календара догађаја, тура, паркинга, превоза; корисничка подршка / контакт тачке за резервације и информације; праћење корисничког фидбека и побољшање UX (корисничког искуства) 7. Интеграција са другим платформама и алатима: повезивање са платформама тур-оператора, сајмовима, Booking, TripAdvisor и сл.; интеграција мапа (Google Maps или други).					
--	--	--	--	--	--	--

13 Закључна разматрања

14 Попис табела, графикона и слика

15 Коришћена литература и извори података

16 Објављивање и ступање на снагу