

Na osnovu člana 12. Zakona o turizmu („Službeni glasnik RS“, br. 36/09, 88/10, 99/11-dr. zakon, 93/12 i 84/15) i člana 33. stav 1. tačka 4. Statuta Grada Subotice („Službeni list Opštine Subotica“, br. 26/08 i 27/08-ispravka i „Službeni list Grada Subotice“, br. 46/11 i 15/13), Skupština Grada Subotice, na 34. sednici održanoj dana 12. novembra 2015. godine, donela je Odluku o donošenju Programa razvoja turizma regiona jezera Palić („Službeni list Grada Subotice“ br. 38/15)

## PROGRAM RAZVOJA TURIZMA REGIONA JEZERA PALIĆ

# UVOD

## POLAZIŠTE

---

Gradonačelnik Grada Subotice, Trg Slobode 1, Subotica, je 15. decembra 2014. godine objavio poziv za podnošenje ponuda u otvorenom postupku javne nabavke za izradu Master plana razvoja regiona jezera Palić (Master Plan Palić 2015) pod oznakom JN P 16/14.

Projekat razvoja turističkog kompleksa Palić (Master plan 2006) urađen je 2006. godine (Odluka o donošenju projekta razvoja turističkog kompleksa Palić – Master plan, „Službeni list Opštine Subotica“ br. 12/07) i na osnovu ovog projekta je Vlada Republike Srbije, nakon toga, donela "Odluku o proglašenju dela naseljenog mesta Palić i dela jezera Palić sa priobaljem za prostor od značaja za razvoj turizma". Ovim dokumentom otvoren je put planskog razvoja čitavog resorta, zaustavljena neplanska gradnja, postupak razrade planskih dokumenata i konstatovana faktička nemogućnost urbanizacije prostora prema instrukcijama u Master planu 2006.

S tim u vezi, neophodno izvršiti temeljnu reviziju važećeg dokumenta, posebno u delu koji se odnosi na koncept prostora, na novo usmerenje lokalne zajednice i koncept razvoja turističkih proizvoda i razvojnih projekata, ali i u odnosu na novonastali kontekst – usmerenje lokalne zajednice, kao i na koncept razvoja (turističkih proizvoda i razvojnih projekata).

Svrha izrade ovog dokumenta je da obezbedi odgovarajuću plansku osnovu za dalji razvoj turizma na Palićkom jezeru. Radi se o sagledavanju realnog potencijala razvoja turističke privrede i postavljanju turističke razvojne strategije, sa konceptom razvoja prostora. Konkretni predlozi projekata i njihove lokacije su dati isključivo kao indikacija u okviru odgovarajuće zone, pa je neophodna dalja razrada u postupku prostornog planiranja i izrade projektne i tehničke dokumentacije za svaki od projekata pojedinačno. U tom pogledu, Master plan ne predstavlja zamenu za odgovarajuća urbanistička i arhitektonska rešenja koja su neophodna u konkretizaciji sadržaja predloženih ovim planom.

Program razvoja turizma regiona jezera Palić - Master Plan 2015 ( u daljem tekstu: Master plan) nudi odgovore i na sledeća pitanja:

- Koji je način usklađivanja interesa ključnih interesnih subjekata: lokalnih vlasti, institucionalnih investitora, turističkih subjekata, šire javnosti;
- koji su predlozi projekata koji su tržišno utemeljeni, njihova identifikacija;
- koje su faze realizacije identifikovanih projekata;
- koji su načini na koje se pokreću raspoloživi resursi (prirodni, stvoreni i ljudski) da bi se postigli ciljevi turističkog razvoja;
- koji su neophodni preduslovi da bi se plan ostvario.

## Sadržaj

1	PRISTUP I METODOLOGIJA	7
1.1	PRISTUP	7
1.1.1	Polazni okvir	7
1.1.2	Pristup u izradi master plana	8
1.2	METODOLOGIJA	9
1.2.1	Faze rada	9
1.2.2	Metodologija	10
2	PROSTORNO-TEHNIČKA OCENA PODRUČJA	12
2.1	ANALIZA PODRUČJA PALIĆ	12
2.1.1	Opis lokacije projekta	12
2.1.2	Klima	13
2.1.3	Balneološke karakteristike Banje Palić	13
2.1.4	Saobraćajna dostupnost	13
2.1.5	Opšta infrastruktura	16
2.1.6	Ocena ekonomskih uslova okruženja	16
2.2	PROSTORNI OBUHVAT I PLANSKA OSNOVA TURISTIČKE DESTINACIJE PALIĆ	17
2.2.1	Prostorni obuhvat	17
2.2.2	Planska osnova i urbanistička situacija	19
2.2.3	Vlasnička struktura	22
2.2.4	Stanje jezera i režimi zaštite	24
2.3	EVALUACIJA RESURSNE I ATRAKCIJSKE OSNOVE	27
2.4	ANALIZA POSTOJEĆEG TURISTIČKOG SISTEMA	30
2.4.1	Smeštajni kapaciteti	30
2.4.2	Ugostiteljski kapaciteti	32
2.4.3	Ostala turistička infrastruktura	33
2.5	EVALUACIJA TRŽIŠTA TURISTIČKE DESTINACIJE PALIĆ I ŠIREG PODRUČJA SA GRADOM SUBOTICOM	34
2.5.1	Turističke performanse Srbije i Vojvodine	34
2.5.2	Turističke performanse destinacije Palić - Subotica	35
2.5.3	Performanse hotelskog tržišta Palić - Subotica	39
2.6	SWOT ANALIZA	40
2.7	ZAKLJUČAK	42
3	TRENDOVI RAZVOJA RELEVANTNIH TRŽIŠTA I BENČMARK ANALIZA	45
3.1	TRENDOVI RAZVOJA RELEVANTNIH TRŽIŠTA	45
3.1.1	Trendovi razvoja zdravstvenog turizma	45
3.1.2	Trendovi razvoja kongresnog turizma	47
3.1.3	Trendovi u turizmu porodičnih odmora	48
3.2	BENČMARK ANALIZA	48
3.2.1	Pregled odabranih benčmark projekata	48
3.2.2	Zaključak	55

4	STRATEŠKI OKVIR I KONCEPT RAZVOJA	58
4.1	STRATEŠKI KONTEKST	58
4.1.1	Strateške prednosti	58
4.1.2	Strateški nedostaci	58
4.1.3	Strateška uporišta	59
4.2	VIZIJA I TRŽIŠNO POZICIONIRANJE	59
4.2.1	Vizija	59
4.2.2	Tržišno pozicioniranje	60
4.3	KONCEPT RAZVOJA	63
4.3.1	Razvoj proizvoda	63
4.3.2	Opis ključnih proizvoda za Palić	64
5	FIZIČKI MASTER PLAN	77
5.1	Obuhvat	77
5.2	Fizički master plan – Zlatni i Srebrni krug – iskustvene zone	77
5.3	Pregled sadržaja u Zlatnom i Srebrnom krugu – indikativna KARTA namene površina	78
6	KLJUČNI INVESTICIONI I RAZVOJNI PROJEKTI	81
6.1	UVOD	81
6.2	PROJEKTI ZLATNOG KRUGA	82
6.2.1	Zona Zlatni krug 1 – health & spa:	82
6.2.2	Zona Zlatni krug 2 – indoor & outdoor water fun	87
6.2.3	Zona Zlatni krug 3 – Lido / promenada	88
6.3	PROJEKTI SREBRNOG KRUGA	89
6.3.1	Zona Srebrni krug 1 (Marine & Lifestyle)	90
6.3.2	Zona Srebrni krug 2 (culture & heritage)	95
6.3.3	Zona Srebrni krug 3 (sport, active & creative)	98
6.4	REKAPITULACIJA KLJUČNIH INVESTICIONIH PROJEKATA	103
6.5	PREDLOG MOGUĆIH PROJEKATA BRONZANOG KRUGA	104
6.6	PREDLOG PROJEKATA POBOLJŠANJA INFRASTRUKTURE	105
6.6.1	Saobraćajna infrastruktura	105
6.6.2	Energetska infrastruktura	106
6.6.3	Ostala infrastruktura	107
6.7	RAZVOJNI PROJEKTI	108
6.7.1	REGIONALNI INSTITUT ZA ZDRAVLJE I SREĆU – EUDAIMONIA INTEGRATED MEDICAL & WELLNESS COMPETENCE CENTER	108
6.7.2	EKO – TURISTIČKI PARK PALIĆ - LUDAŠ	112
6.7.3	PALIĆ SALAŠI	116
6.7.4	UKUSI PALIĆA – VINO I HRANA	120
6.7.5	DEČIJI, OMLADINSKI I OBRAZOVNI TURIZAM	123
6.7.6	STIMULISANJE ORGANSKE POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE U OBUHVATU MASTER PLANA PALIĆ 2015	127
6.8	OSTALI RAZVOJNI PROJEKTI OD ZNAČAJA ZA DESTINACIJU	130
6.8.1	Ostali razvojni projekti	130
6.8.2	Kreiranje baze za doživljaj Palića tokom zimske sezone	132
7	EKONOMSKO – FINANSIJSKA OCENA	135
7.1	UVOD	135

7.2	ZLATNI KRUG	137
7.2.1	Pregled investicija za Palić Spa Rizort	137
7.2.2	Pregled investicija za Palić Water Fun, Lido i Zeleni zabavni park	138
7.2.3	Projekcija prihoda za Palić Spa Rizort	139
7.2.4	Prihod od prodaje apartmana – Palić Spa Rizort	140
7.2.5	Projekcija troškova rada u stabilizovanoj godini – Palić Spa Rizort	140
7.2.6	Projekcija EBITDA za Palić Spa Rizort	141
7.2.7	Ekonomsko – finansijska ocena projekta Palić Spa Rizort	142
7.3	SREBRNI KRUG	143
7.4	ZAKLJUČAK EKONOMSKO – FINANSIJSKE OCENE	149
8	POSLOVNO UPRAVLJAČKI MODEL PROJEKTA	151
8.1	UVOD	151
8.2	UPRAVLJANJE I RAZVOJ TURISTIČKOG PROSTORA "PALIĆ"	153
8.2.1	Poslovna misija Master developer-a	154
8.2.2	Poslovna misija destinacijskog menadžera	155
8.3	AKCIONI PLAN	156
8.3.1	Pripremne i aktivnosti podrške	156
8.3.2	Realizacija projekata i razvojnih programa	158
8.3.3	Realizacija investicionih projekata – rekapitulacija	159
8.3.4	Razvojni projekti i programi konkurentnosti	160
8.3.5	Monitoring i kontrola realizacije	161



POGLAVLJE 1  
Pristup i metodologija rada

# 1 PRISTUP I METODOLOGIJA

## 1.1 PRISTUP

---

### 1.1.1 Polazni okvir

U skladu sa uslovima datim u konkursnoj dokumentaciji, ovaj projekat ima za cilj da objektivizuje resursnu osnovu područja Palić, tržišno-poslovni potencijal celine i pojedinih delova projekta / lokacije. Zato su konkursnom dokumentacijom formulisana tri kruga razvoja:

**Zlatni krug** koji u fokusu ima potencijal iskorišćenja prostora za razvoj zdravstvenog turizma – Medical Spa i Wellness centar (lokacija koja je Master planom 2006 preliminarno predložena između Krvavog jezera i Palićkog jezera);

**Srebrni krug** koji obuhvata neposredno okruženje centra i uključuje objekte koji su sagrađeni / koji su u planu da budu sagrađeni (letnja pozornica, ZOO vrt, Velika terasa, itd.) i koji su u planu da se sgrade

**Bronzani krug** koji obuhvata šire okruženje Turističkog prostora Palić – celo jezero i naselja u okolini kao i jezero Ludaš.

Radi se, dakle, o prostoru na kojem bi trebalo predvideti realizaciju ključnih i pratećih sadržaja putem projekata. Pod ključnim projektima se podrazumevaju oni projekti koji će predstavljati okosnicu razvoja Palića, pre svega sadržaji zdravstvenog turizma, golf terena, MICE kapaciteta sa mogućnošću razvoja i nekih oblika lečilišnog turizma, kako je predviđeno konkursnom dokumentacijom.

Konačno, jedan od ciljeva je i da se identifikuju takvi sadržaji i razviju takvi proizvodi kojima bi se obezbedila odgovarajuća turistička ponuda tokom čitave godine, odnosno da se u postupku upravljanja amortizuju negativni aspekti izražene sezonalnosti turističke tražnje.

U okviru pristupa izradi Master Plana Palić 2015, konstatuju se sledeće okolnosti proizašle iz Master Plana iz 2006:

- Master planom 2006 bilo je, kao jedna od opcija, predviđeno osnivanje posebnog razvojnog preduzeća u formi društva sa ograničenom odgovornošću, koje bi preuzelo imovinu predviđenu projektom i time preuzelo ulogu master developer-a projekta. Sa tom misijom, 2008. godine je osnovano preduzeće "Park Palić d.o.o.", u trojnom vlasništvu Republike, Pokrajine i grada Subotice.
- Na području implementacije Master plana je, zatim, proglašen turistički prostor, shodno važećim odredbama Zakona o turizmu<sup>1</sup>. Preduzeće "Park Palić" d.o.o. imenovano je za upravljača zvanično proglašenim Turističkim prostorom Palić, a na delu turističkog prostora urađen je plan detaljne regulacije u skladu sa preporukama Master plana.
- U prethodnom periodu (od 2007.) u unapređenje kvaliteta prostora Palića uloženo preko 6 miliona evra – radi se o uređenju infrastrukturnih objekata na turističkom području Palića: Velika terasa, Ženski štrand, Veliki park, deo kanalizacije vikend naselja i ulica oko jezera, radi sprečavanja daljeg zagađenja jezera, itd.
- Tokom 2010. godine raspisan je Javni poziv za izbor partnera na turističkom području Palić. Zainteresovana strana, koja je dostavila ponudu je bilo preduzeće Terme Olimia. Nakon pregovora i usaglašavanja ugovora između predstavnika Terme Olimia, Vlade Republike Srbije i grada Subotice, slovenačka firma je odlukom svog nadzornog odbora odustala od posla.

---

<sup>1</sup> Odluka o proglašenju Turističkog prostora "Palić" ("Sl. Glasnik RS", br. 37/2012)

- Parcele za izgradnju spa sadržaja i hotela prema Master planu su tada, u osnovi, pripremljene za izgradnju spa sadržaja i hotela. Međutim, izostao je fokusirani napor za stvaranje uslova za izlazak projekta na tržište kapitala. Potencijalno zainteresovani investitori nisu imali potpunu informaciju o dinamici razvoja rizorta (build-out-u), pošto se na Internet prezentaciji privrednog društva "Park Palić d.o.o." našao veliki broj lokacija, uključujući i one koje nisu urbanistički uređene i infrastrukturno opremljene. Dodatno, gradu Subotici su se javljali zainteresovani za investiranje u delovima Turističkog prostora Palić koji još uvek nije urbanistički uređen i gde se, imajući u vidu izuzetno složenu imovinsko-pravnu situaciju, realizacija koncepta razvoja predviđenog Master planom 2006 ispostavila kao praktično nemoguća i gde je neophodno razmotriti redefinisane predložene sadržaje.
- Od izuzetne važnosti je činjenica da je 2013. donet novi akt o zaštiti zaštićenog područja (Odluka o proglašenju zaštićenog područja Park prirode «Palić» - Sl. List grada Subotice br. 15/13 i 17/13-ispr.), pa je jedan od ključnih razloga za izradu novog Master plana razvoja turizma regiona jezera Palić prilagođavanje novim režimima zaštite, uz uvažavanje potrebe korišćenja resursa u skladu sa merama za očuvanje biološke raznovrsnosti i poboljšanje kvaliteta vode. Formiranje multifunkcionalnih zaštitnih pojaseva (koje je predviđeno Odlukom o proglašenju zaštićenog područja, kao i Planom za unapređenje ekološkog stanja Palićkog jezera i njegove okoline) svakako predstavlja važan korak ne samo u očuvanju prirodnih karakteristika jezera i njegovog priobalja, već i korak ka dugoročnom održivom korišćenju njihovog potencijala u kontekstu razvoja turizma.

### 1.1.2 Pristup u izradi master plana

Master Plan Palić 2015 suštinski predstavlja temeljnu reviziju Master plana 2006, posebno u delu koji se odnosi na viziju i koncept upotrebe prostora. U tom kontekstu, proveravaju se i formulišu ključne komponente novog Master Plana Palić 2015.

Radi se o sledećim komponentama:

- Revizija opštih makroekonomskih, tržišnih i ostalih eksternih uslova i implikacije na projekat Palić;
- Evaluacija situacije i ključnih trendova zdravstvenog, kongresnog i porodičnog turizma u širem području realizacije projekta;
- Tržišno pozicioniranje i koncept turističkog prostora Palić sa ključnim zonama predloženog razvojnog koncepta;
- Portfolio proizvoda / ključni investicioni projekti;
- Provera ključnih tržišno – ekonomskih pokazatelja na prifizibiliti nivou i ukupni efekti na destinacijskom / rizort nivou;
- Predlog revidiranog upravljačkog modela.

Imajući u vidu kompleksnost izrade ovog projekta, ostvaren je izuzetno visok stepen komunikacije i saradnje između Naručioaca i Izvršioca posla, kao i ostalih relevantnih stejkholdera. Koordinacija predstavnika timova je vršena na dnevnom nivou, a u toku izrade pokrenute su i konkretne aktivnosti u vezi sa razvojem prostora i realizacijom predloženih rešenja još za vreme trajanja izrade Master plana.

Sa ciljem da se na objektivan način obezbede smernice razvoja predmetnog područja i da se pruži osnov za približavanje rizorta tržištu potrošača kao i potencijalnom tržištu investitora i/ili partnera, u procesu izrade ovog dokumenta, sprovedene su sledeće procedure:

- Prikupljeni su podaci, kao i pisana i kartografska dokumentacija u vezi sa područjem koje se obrađuje Master planom, a u prikupljanju relevantnih podataka ključan doprinos je dala Radna grupa koju je oformio Naručilac;

- Obavljeni su razgovori i sastanci sa predstavnicima relevantnih institucija i ključnih interesnih subjekata na području Palića. Sastanci održani sa predstavnicima sledećih institucija: grada Subotice, Zavoda za urbanizam, JP Palić Ludaš, Parka Palić, Turističke organizacije Subotice, Hotela Prezident, Ellite Palić, Hotela Patria, Vile Milord, Vinarije Zvonko Bogdan. U interaktivnim radionicama učestvovali i predstavnici institucija za zaštitu prirode i očuvanje biodiverziteta jezera i okoline. Pojedinačni sastanci održani i sa posrednim stejkholderima na temu razvoja i implementacije koncepta zdravog života, na temu razvoja i komercijalizacije golfa, kao i razvoja dodatnih sadržaja – kao što su adrenalinski park i skijanje na vodi;
- Organizovani su radni sastanci u Subotici sa temom vizije i generalnog koncepta Master plana, usaglašavanja projekata i dinamike njihove realizacije.

## 1.2 METODOLOGIJA

---

Realizacija procesa izrade Master plana sadrži ključne aktivnosti i zadatke, prema kriterijumima iz konkursne dokumentacije, poštujući relevantan zakonski okvir i prethodno navedene elemente.

### 1.2.1 Faze rada

U skladu sa Projektnim zadatkom za izradu Master plana razvoja turizma jezera Palić (Master Plan Palić 2015) koji je dat u okviru konkursne dokumentacije, faze izrade Strategijskog master plana su:

- 1) Prvi međufazni izveštaj ("First Interim Report");
- 2) Drugi međufazni izveštaj;
- 3) Nacrt finalnog izveštaja

Prvi međuiizveštaj obuhvata sledeće komponente:

- 1. Prostorno - tehničku ocenu područja turističke destinacije:**
  - prostorni obuhvat i plansku osnovu turističke destinacije Palić;
  - evaluacija postojeće resursne i atrakcijske osnove;
  - analizu ključnih interesnih subjekata (stejkholdera);
  - analizu vlasničko – urbanističke situacije;
  - evaluaciju postojeće imovine na području obuhvata (zemljište, sadržaji, kapaciteti i prateća infrastruktura)
- 2. Strateški okvir Master plana i koncept razvoja:**
  - evaluacija tržišta turističke destinacije Palić, šireg područja za grad Suboticu;
  - viziju i tržišno pozicioniranje šire destinacije Palić;
  - koncept razvoja razmeštaja i mogućih lokacija turističkih objekata (predlog);

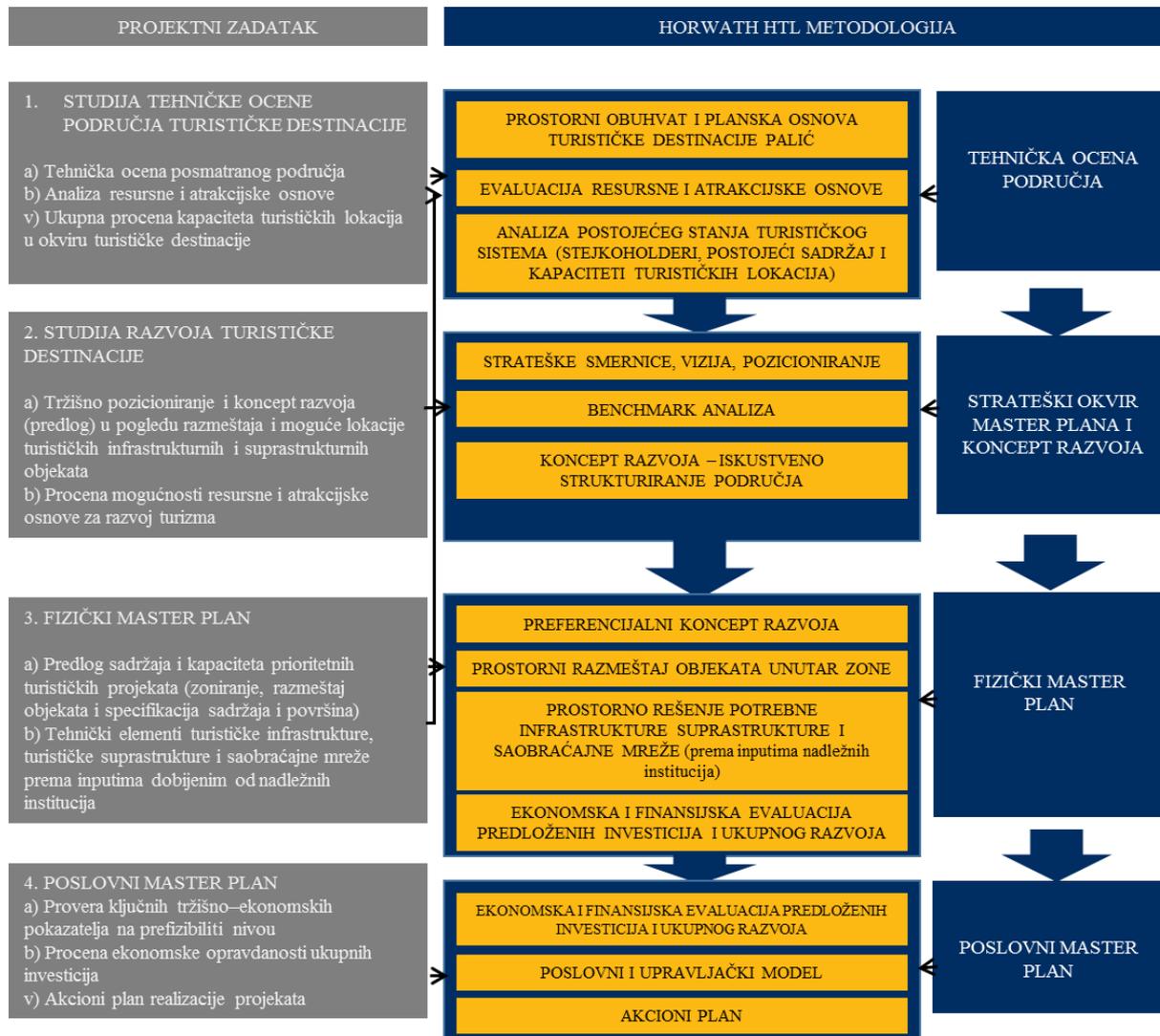
Drugi međufazni izveštaj, pored prethodno navedenih elemenata, uključuje:

- 3. Fizički Master plan:**
  - predlog sadržaja i kapaciteta prioritetnih turističkih projekata (zoniranje, razmeštaj objekata i specifikacija sadržaja i površina);
  - tehnički elementi turističke infrastrukture, turističke suprastrukture i saobraćajne mreže prema inputima nadležnih institucija.

Nacrt finalnog izveštaja dodatno uključuje:

- 4. Poslovni Master plan:**
  - ekonomska evaluacija investicionih projekata javnog i privatnog sektora;
  - procena ekonomske opravdanosti ukupnih investicija;
  - akcioni plan realizacije projekata.

## 1.2.2 Metodologija





## POGLAVLJE 2

### Prostorno-tehnička osnova područja

## 2 PROSTORNO-TEHNIČKA OCENA PODRUČJA

### 2.1 ANALIZA PODRUČJA PALIĆ

#### 2.1.1 Opis lokacije projekta

Park prirode "Palić" se nalazi na severu Vojvodine, južno od granice sa Mađarskom i južno od naselja Palić. Zauzima površinu od 712,36ha sa zaštitnom zonom od 1.698,13ha. Obuhvata zaštićenu prostornu celinu kulturno-istorijske baštine Palića. Osnovu zaštićenog dobra predstavlja Paličko jezero.

Lekovitost vode i mulja alkalnog stepskog jezera je uzrokovala izgradnju kupališta i parka u XIX veku, kada je Palić nastao kao letovalište i banjsko kupalište (1845. godine). Glavno nasleđe dugogodišnje istorije Palića jeste Veliki park sa jedinstvenim ambijentom, koga karakterišu dobro očuvane zelene površine (park – šuma) i specifična arhitektura iz vremena secesije.

Jezero je u međuvremenu postalo izmenjeni ekosistem eutrofnog karaktera, njime se planski upravlja jer se usaglašavaju funkcije prijemnika vode gradskog prečistača i očuvanja tradicionalne turističke uloge.

Turistički kompleks obuhvata severnu i severoistočnu obalu jezera koje, sa svojom okolinom, predstavlja jedan od najbitnijih elemenata turističke ponude područja. Zoo vrt Palić, sa preko 50 vrsta životinja, je uređen kao arboretum i prostire se na površini oko 10 ha. Prihvatilište za divlje životinje je započelo svoj rad 2005. godine, po međunarodno prihvaćenim standardima za objekte Zoo vrta.

Park prirode "Palić" je udaljen oko 7 km od grada Subotice u jugoistočnom pravcu.



## 2.1.2 Klima

Palić se nalazi na severu Vojvodine i odlikuje ga umereno kontinentalna klima. Prosek je 2.100 sunčanih sati godišnje. Prosečna letnja temperatura je 20 °C. Najniža prosečna temperatura je -1.9 °C u januaru. Najčešći pravac strujanja vetrova je severozapad – jugoistok.

Klimatološki, područje ima karakteristike kontinentalne klime (otvorenost prema Panonskoj niziji), sa oštrim zimama i toplim letima i prosečnom godišnjom temperaturom od 10,7°C.

## 2.1.3 Balneološke karakteristike Banje Palić

Izgradnja banje je započeta 1852. godine, a prema tadašnjim autorima bolesnici su na Paliću tražili odmor i ozdravljenje. Lekovita voda jezera i blato su uspešno lečili oboljenja limfnog sistema, kožne bolesti, neuralgije, itd. Palić je počeo da deluje kao banja i kroz prihvata i tretiranje plućnih bolesnika, a poseban karakter područja je kombinacija karakteristika i sinergija vazdušne i termalne banje.

Termalne bušotine su izvedene krajem sedamdesetih i početkom osamdesetih godina XX veka i spadaju u kategoriju natrijum hidrokarbonatnih, sulfidnih i jodnih hipertermi. Na osnovu izvršene fizičko – hemijske analize termalnih voda iz bušotine zbog svojih specifičnih fizičkih i hemijskih karakteristika može da se koristi u balneološke svrhe, kao dopunsko sredstvo lečenja i to kupanjem do odgovarajuće temperature, u sklopu rehabilitacije kod sledećih oboljenja: bolesti lokomotornog aparata (reumatizam, traume i radne povrede, stanja posle preloma kostiju i hirurških intervencija na koštano – zglobovnom sistemu) i kožnih bolesti (psorijaza, hronični ekcem).

Na Paliću su vršena istraživanja na širem području i postoje dve bušotine koje su u funkciji (Pj-1/H i Pj-2/H), njihove dubine iznose 701m i 750m (respektivno), kaptirani kapacitet je 6,88 l/s, odnosno 6.16 l/s, temperatura vode je od 47°C, tj. 48°C.

## 2.1.4 Saobraćajna dostupnost

### Avio saobraćaj

Na približnoj istoj udaljenosti od oko 200km (do 2,5h vožnje) nalaze se tri međunarodna aerodroma: Beograd, Budimpešta i Temišvar. U budućem razvoju destinacije neophodno je uzeti u razmatranje i mogućnost komercijalizacije aerodroma Bikovo.

Imajući u vidu dostupnost, aerodrom Beograd bi trebalo staviti u prvi plan tržišnog nastupa, ali se ne sme zanemariti ni aerodrom Budimpešta.

**Beogradski Aerodrom Nikola Tesla** je u 2014. imao više od 4,6 miliona putnika, što predstavlja rast od skoro 32% u odnosu na prethodnu godinu. Po ovim rezultatima, Beogradski aerodrom je jedan od najbrže rastućih aerodroma u svetu po broju putnika. Dobrom rezultatu doprinosi i nacionalna kompanija Er Srbija, koja pod menadžmentom Eithad Airways, prerasta u vodeću regionalnu kompaniju. Aerodrom karakteriše kontinuirano unapređenje infrastrukture.

U poređenju sa 2009. godinom ukupan broj putnika na beogradskom aerodromu je 2014. godine povećan skoro 2 puta, a prosečna godišnja stopa rasta u posmatranom periodu je 11%. Osim letnjih meseci, meseci april-maj i septembar-oktobar, takođe pokazuju značajan promet putnika. Dinamika putnika, se poklapa i sa izraženom sezonalnošću broja turista.

Trenutno 21 avio kompanija ima redovne avio linije i one omogućuju direktnu vezu sa 61 destinacijom preko ovog aerodroma.

DIREKTNI LETOVI, AERODROM NIKOLA TESLA (Mart 2014)	
Avio-prevoznici	Destinacija
Etihad Airways	Abu Dabi
Aegean Airlines	Athens
Aeroflot Russian Airlines	Moscow
Air France	Paris
Adria Airways	Ljubljana
Allitalia	Rome, Milan
Austrian Airlines	Vienna
Easy Jet	Milano, Geneva, Rome
Fly Dubai	Dubai
Air Serbia	Abu Dabi, Amsterdam, Athens, Banja Luka, Beirut, Berlin, Vienna, Budapest, Bucharest, Zurich, Dusseldorf, Frankfurt, Istanbul, Copenhagen, London, Ljubljana, Milano, Moscow, Paris, Prague, Podgorica, Rome, Sarajevo, Skoplje, Thessaloniki, Sofia, Stockholm, Stuttgart, Tivat, Tirana, Tel Aviv, Warsaw, Zagreb
Lufthansa German Airlines	Frankfurt, Munich
Montenegro Airlines	Podgorica, Tivat
Romanian Air Transport	Bucharest
Norwegian Air Shuttle	Oslo, Stockholm
LOT Polish Airlines	Warsaw
Pegasus Airlines	Istanbul
Swiss International	Zürich, Geneva
Tunisair	Monastir, Tunis
Qatar Airlines	Doha
Wizz Air	Eindhoven, Bazel, Brussel, Dortmund, Gotheburg, Larnaca, London, Malmo, Memmingen, Paris, Stockholm
Turkish Airlines	Istanbul

Izvor: Aerodrom Nikola Tesla

Prema podacima Aerodroma Beograd, najveći promet ostvaruje Er Srbija (41% ukupnog prometa), sledi Wizz Air (11%), Lufthansa (9%), Montenegro Airlines (8%) i Swiss (5%).

**Aerodrom Budimpešta List Ferenc** je u 2014. godini, prema zvaničnim podacima Aerodroma, imao preko 8.9 miliona putnika, i nakon dve godine uzastopnog pada, doživljava povećanje ukupnog prometa putnika. Osim letnjih meseci, meseci april-maj i septembar-oktobar, takođe pokazuju značajan promet putnika.

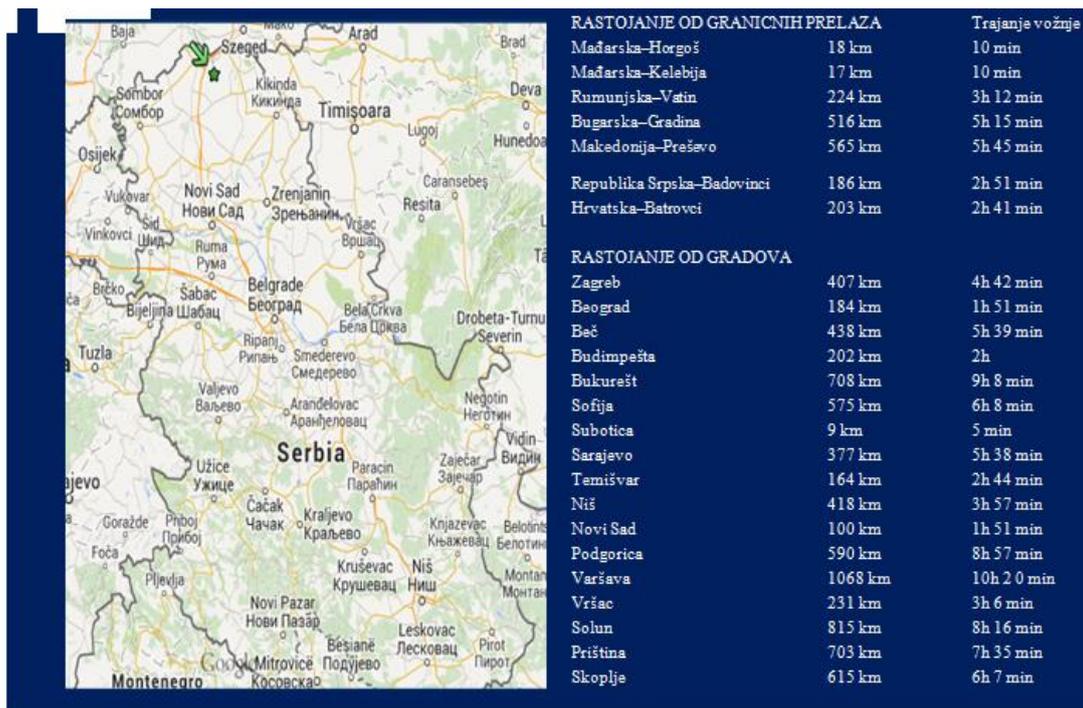
Trenutno 39 kompanija nude usluge prevoza od/do Budimpešte, uključujući i najveće *lowcost* prevoznike na svetu Ryanair, Wizz Air, Easy Jet, Norwegian koji imaju značajno učešće u ostvarenom prometu pored komercijalnih kompanija poput Lufthansa, KLM i Swiss.

Sa aerodroma u Beogradu i Budimpešti ne postoji redovna organizovana autobuska linija do Palića i Subotice, ali postoji voz koji saobraća preko aerodroma u Budimpešti.

Pored spomenutih, još jedan aerodrom koji se može targetirati za određene segmente turista je aerodrom u Osijeku. Udaljen je 138 km i 2h vožnje od Palića. Saobraćaj je uglavnom skoncentrisan na period letnjih meseci i letove *low cost* kompanija. Trenutno nema direktnih linija do Palića.

### Drumski saobraćaj

Destinacija Palić-Subotica dostupna je preko međunarodnog autoputa E-75, kao i preko magistralnog putnog pravca M-22.1. Razvijena drumska infrastruktura omogućuje efikasan dolazak u destinaciju. Autoput E-75 je deo međunarodnog koridora X, i čini destinaciju Palić izuzetno dostupnom. Stanje auto puteva je veoma dobro imajući u vidu rekonstrukciju putne infrastrukture. Sledi prikaz udaljenosti od ključnih tačaka i tržišta.



Izvor: Google Map

Destinacija Palić povezana je sa širim okruženjem sa severa preko petlje “Subotica Sever” autoputa E-75 i preko državnog puta II reda br. 102, sa južnim i jugoistočnim okruženjem preko petlje “Subotica Istok” autoputa E-75 i preko obilaznice oko jezera “Palić”, kao i preko opštinskog puta Subotica-Kanjiža. Vezu sa zapadnim okruženjem predstavlja državni put II reda br. 102. Pored spomenutih putnih pravaca vezu sa širim okruženjem predstavlja i pružni pravac Subotica – Horgoš. Sledeće ulice imaju najvažniju funkciju:

- ulica Horgoški put - preko koje prolazi magistralni pravac M-22.1,
- ulica Kanjiški put - deo lokalnog puta Subotica - Kanjiža,
- Obilaznica oko jezera - od Kanjižkog puta, preko rekreacionog centra sve do spajanja na magistralni put M-24,
- ulica Jožefa Hegediša - veza između Horgoškog puta i zapadnog i južnog dela Velikog parka,
- ulica Splitska aleja - najbliža veza između Horgoškog puta, i istočnog i južnog dela Velikog parka,
- ulica Riječka sa obalom Lajoša Vermeša - servisna ulica za snabdevanje i pristup objektima u Velikom parku, dok je obala Lajoša Vermeša striktno pešačka zona.

### Železnički saobraćaj

Železnička stanica u Subotici omogućuje laku dostupnost ove destinacije. Uz najavljene rekonstrukcije pruga, učešće železničkog saobraćaja i značaj za turizam Palića i Subotice će se povećati. Sledi pregled železničke mreže u domaćem i međunarodnom saobraćaju.

Raspored saobraćanja vozova i destinacije		
Destinacija	Vreme puta	Frekvencija
Beograd	3h 40 min	više puta dnevno
Novi Sad	2h	više puta dnevno
Budimpešta	4h	tri puta dnevno
Beč	8h	jednom dnevno
Prag	10h 50 min	jednom dnevno

## 2.1.5 Opšta infrastruktura

### Vodosnabdevanje

Snabdevanje vodom predmetne teritorije vrši se sa vodozahvata II (Subotica) sa B-9, kao i sa bunara u neposrednoj blizini hidroglobusa (u turističkom delu naselja Palić). Vodosnabdevanje većine postojećih objekata (domaćinstava, turističko-ugostiteljskih objekata, ustanova, itd) na posmatranoj teritoriji je rešeno priključkom na javnu vodovodnu mrežu.

### Kanalizaciona mreža

Naselje Palić ima delimično sagrađenu kanalizacionu mrežu. Kolektor "A" kao glavni kolektor fekalnih voda stambene i industrijske zone Palića se prostire pored puta E-5 sve do taložnika izgrađenog na Slanom jezeru odakle preko kanala Palić – Ludaš dospeva u Ludaško jezero. Kolektor "B" prikuplja i odvodi upotrebijene vode iz turističke zone na zapadnoj i severnoj obali jezera Palić. U planu je i izgradnja kolektora "C" sa otprilike 6 novih crnih stanica, koji će da ide istočnom stranom Paličkog jezera da bi se neposredno ispred prečistača ovaj kolektor priključio kolektoru "A". Deo kanalizacione mreže naselja se direktno uliva u kanal koji povezuje jezero Palić sa jezerom Ludaš. Većina stanovnika još koristi septičke jame i nije priključena na kanalizacionu mrežu. U toku su kontinualna ulaganja u izgradnju kanalizacione mreže oko jezera Palić i samog naselja. Plan je da se tokom 2016 god. kanalizaciona mreža naselja Palić poveže potisnim vodom sa glavnim kanalizacionim vodom i sva otpadna voda usmeri na gradski prečistač.

Osim ovih kolektora javna kanalizaciona mreža u ostalim ulicama (izvan turističke zone) nije izgrađena te se odvođenje otpadnih voda iz postojećih domaćinstava rešava uglavnom individualno putem septičkih jama.

### Elektroenergetska, gasovodna i telekomunikaciona mreža

Na prostoru u granicama plana detaljne regulacije izgrađena je elektroenergetska mreža na oba naponska nivoa – uglavnom nadzemna, kao i elektroenergetska mreža od 12 trafostanica na oba naponska nivoa (35 i 110 kV). Telekomunikaciona mreža je izgrađena delom nadzemno a delom podzemno i zadovoljava sadašnje vršne kapacitete. Gasovodna mreža je spojena na gradski gasovodni prsten i sprovedena je mreža kroz područje turističke zone, dok ostatak jezera nema gasovodnu mrežu.

## 2.1.6 Ocena ekonomskih uslova okruženja

Stendbaj aranžman sa MMF-om značajno je doprineo smanjenju percepcije rizika investitora u prva dva meseca 2015. godine, pa je Srbija, prema navodima NBS, zabeležila najveći pad premije rizika u regionu II Evrope.

Istovremeno, primarno zbog programa aktivnog monetarnog stimulansa Evropske Centralne Banke, u uslovima relativno viših kamatni stopa u zoni dinara u odnosu na zonu evra, dinar je od početka godine ojačao prema evru. Iako je NBS smanjila referentnu kamatnu stopu za 0.5pp na 7.5% i stopu obavezne rezerve, može se očekivati dalje blago jačanje dinara u periodu važenja stendbaj aranžmana sa MMF-om, pri sadašnjim relativnim razlikama u kamatnim stopama između zone evra i zone dinara.

Inflacija se trenutno kreće ispod donje granice dozvoljenog odstupanja od cilja, a NBS očekuje vraćanje inflacije unutar granica cilja u drugoj polovini 2015. godine.

U 2014. godini BDP je zabeležio pad od 1.8%, primarno usled šteta prouzrokovanim poplavama, prvenstveno u sektorima rudarstva i energetike.

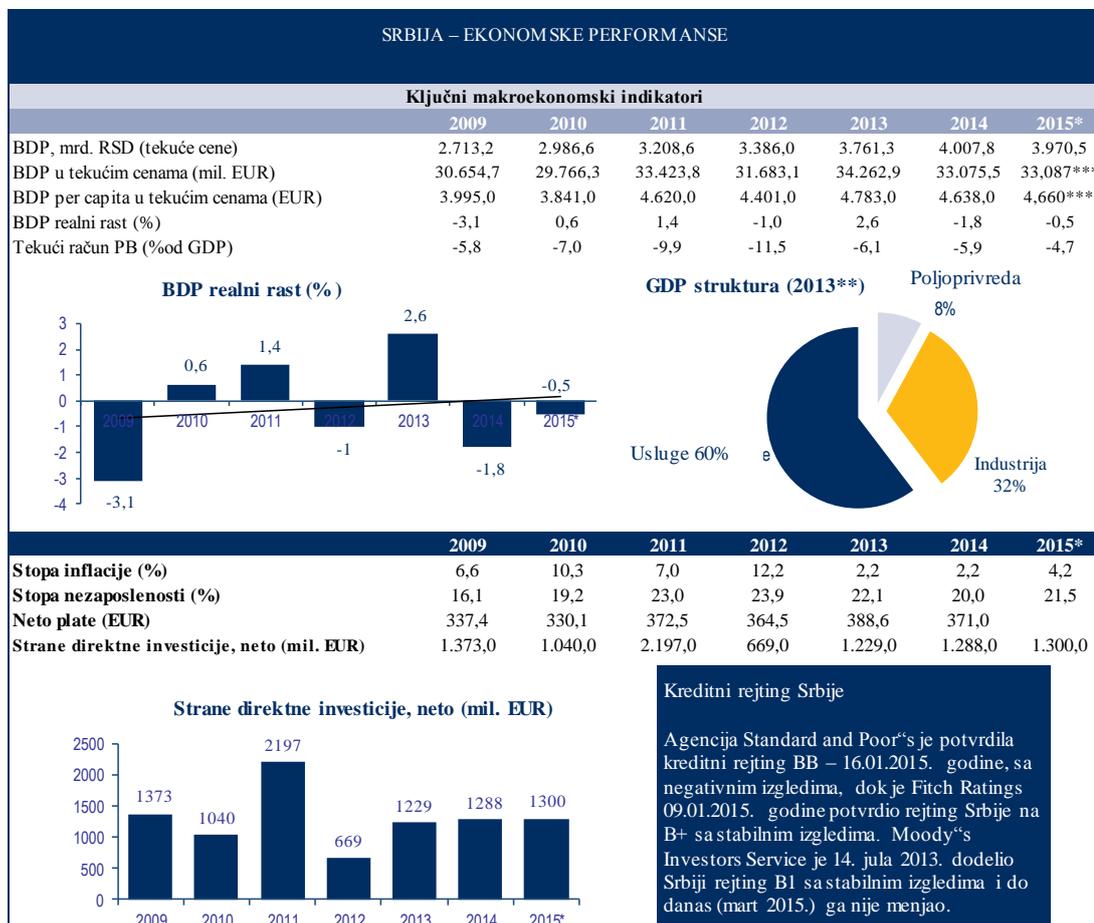
Izvoz i investicije će i u narednom periodu pozitivno uticati na kretanje BDPa.

Čvrst proevropski kurs i stabilnost Vlade paralelno sa nastavkom reformi, uticaće povoljno na priliv stranih direktnih investicija. Najveći deo SDI dolazi iz EU (80%), a kao pozitivan trend od 2011. godine, primetan je rast udela investicija u prerađivačku industriju.

Primetan je značajan pad kamatnih stopa od početka 2013. godine, kao i rast kreditne aktivnosti, prevashodno zbog odobravanja subvencionisanih kredita. NBS u 2015. Godini projektuje blagi pad kreditne aktivnosti "usled završetka programa subvencionisanja kredita u decembru 2014. godine, sporog ekonomskog oporavka i dalje strogih uslova kreditiranja".

Strukturno najznačajnija zakonitost koja je uočena je da se učešće potrošnje u strukturi BDP-a smanjuje, uz istovremeni rast učešća neto izvoza i investicija, što dalji rast BDPa čini održivijim u odnosu na pretkrizni period, kada je domaća potrošnja bila najznačajniji generator rasta.

Sledeća tabela daje pregled najvažnijih makroekonomskih performansi Srbije:



Izvor: Narodna banka Srbije, Ministarstvo finansija Republike Srbije, Statistički zavod Republike Srbije

\*Procena NBS

\*\*Procena CIA

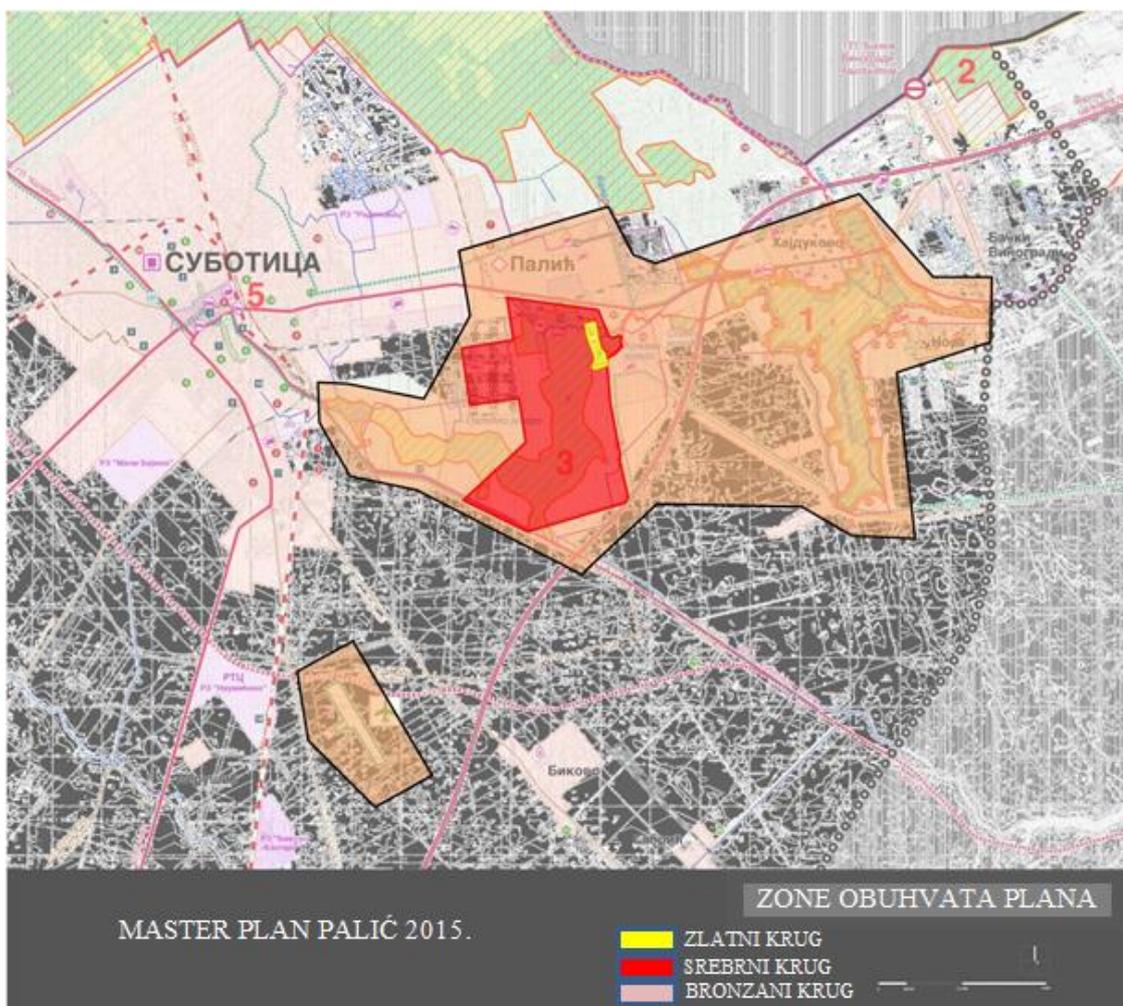
\*\*\*Procena Horwath HTL na bazi kursa 120 RSD za 1 EUR

## 2.2 PROSTORNI OBUHVAT I PLANSKA OSNOVA TURISTIČKE DESTINACIJE PALIĆ

### 2.2.1 Prostorni obuhvat

Projektnim zadatkom je predviđen obuhvat šireg regiona Paličkog jezera, a koji se sastoji od tri kruga: Zlatni, Srebrni i Bronzani.

## Obuhvat Master plana Palić 2015



**Zlatni krug** obuhvata lokaciju između jezera Palić i Krvavog jezera (na slici oivičeno žutom bojom)

**Srebrni krug** čini neposredno okruženje centra i uključuje postojeće objekte i objekte koji bi trebalo da budu sagrađeni – u pitanju je obuhvat prethodnog Master plana iz 2006., uz dodatak nove lokacije koja je predviđena za razvoj golf terena i pratećih sadržaja – na slici je oivičeno crvenom linijom.

**Bronzani krug** obuhvata šire okruženje Turističkog prostora Palić – celo jezero i naselja u okolini i jezero Ludaš. U pitanju su kontaktne zone projektnog master plana, a u vezi sa preporučenim konceptom razvoja u obuhvatu Srebrnog kruga, kao i dugoročnoj zaštiti i rezervaciji prostora za dalji razvoj turizma na ovom području. U obuhvatu Bronzanog kruga se ne definiše na nivou detalja kako je to predviđeno za Zlatni i Srebrni krug, ali ga je neophodno obuhvatiti u kontekstu definisanja portfolija proizvoda i određivanja komplementarne razvojne osnove u odnosu na sadržaje definisane u Zlatnom i Srebrnom krugu.

Predlaže se, da u obuhvat Bronzanog kruga uđe i lokacija sportskog aerodroma u naselju Bikovo. Postoji mogućnost njegove rehabilitacije jer bi svojom pozicijom povećao dostupnost lokacije i razvoj dodatnih sadržaja.

## Obuhvat Master plana Palić 2015 – Zlatni i Srebrni krug



### 2.2.2 Planska osnova i urbanistička situacija

#### Generalni plan Subotica – Palić

Generalnim planom Subotica - Palić do 2020. godine građevinsko područje je podeljeno na dvadeset prostornih celina - urbanističkih zona, koja je direktno vezana za administrativnu podelu opštine na mesne zajednice. Urbanistička zona 20 koja je definisana za područje MZ Palić, ima 1.644 ha površine i predstavlja najveću urbanističku zonu u Generalnom planu. U njeno područje uključene su i

dve vodene površine (jezero Palić i Omladinsko jezero) sa ukupnom površinom 582,5 ha, tako da građevinsko zemljište ima površinu od 1.061,5 ha. Zona je podeljena na blokove 20.1 do 20.6. Prostor razvoja turističkog kompleksa je obuhvaćen blokom 20.1 koji obuhvata zonu projekta. Namena bloka je banjski turizam, javno zelenilo - park, zaštitno zelenilo - zaštitni zeleni pojas i komercijalne funkcije. Za blok se utvrđuje obaveza izrade Plana detaljne regulacije, s obzirom na značaj prostora koje obuhvata, u cilju utvrđivanja regulacije unutar bloka i definisanja uslova uređenja i građenja u skladu sa planiranom namenom i specifičnim sadržajima određenih namenskih celina - Banje Palić, turističkih, ugostiteljskih i sportsko - rekreativnih sadržaja, sa interpolacijom novih objekata u zaštićene delove prostora, u skladu sa smernicama GP-a za zaštitu prirodnih i nepokretnih kulturnih dobara, kao i uslova građenja objekata poslovanja u delu bloka namenjenom za komercijalne funkcije.

#### **Urbanistička situacija - Planovi detaljne regulacije**

U obuhvatu važećeg Master plana Palić, a u skladu sa Generalnim planom Subotica Palić do 2020. godine, u međuvremenu su izrađeni sledeći urbanistički planovi:

1. **Plan detaljne regulacije za deo prostora "Banje Palić" na Paliću** ("Sl. list opštine Subotica" br. 7/2007), koji je u međuvremenu imao dve izmene: za istočni deo ("Sl. list grada Subotice" br. 46/2011) i za zapadno deo ("Sl. list grada Subotice" br. 56/2012).

Plan obuhvata prostor od 162,45 ha. Ovim planom su obuhvaćene označene zone iz Master plana: Zona B – Park, Zona C – Spa i velnes i Zona D – sport i lido, a koje su označene kao turistički najatraktivniji delovi Banje Palić uz severnu obalu jezera - od obale jezera do Horgošskog puta (Magistralni put M-22.1), kao i delove istočne obale do kompleksa "Vikend naselja" i deo zapadne obale jezera do kompleksa Ribolovačkog saveza.

2. **Plan detaljne regulacije "Vikend naselje" na Paliću** ("Sl. list grada Subotice" br. 46/2011)

Planom je obuhvaćen prostor od 23,0 ha, koji je Master planom označen kao Zona E – Vikend naselje.

3. **Plan detaljne regulacije za deo prostora banje Palić severno od Omladinskog jezera (Krvavog jezera) – oivičen Solunskom ulicom, Kanjiškim putem i kanalom Palić – Ludaš** ("Sl. list grada Subotice" br. 56/2012)

Obuhvat plana iznosi 21,0 ha i predstavlja kontaktno područje Master plana.

4. **Plan detaljne regulacije za deo prostora južno i istočno od Omladinskog jezera oivičen je ulicom Ribarska, Segedinskim putem sa severne strane, ulicom Ludaška sa zapadne strane do Kanjiškog puta** ("Sl. list grada Subotice" br. 16/2010).

Obuhvat plana je područje koje se direktno naslanja na područje Master plana i naslanja se južno i istočno na obalu Omladinskog jezera (Krvavog jezera).

5. **Plan detaljne regulacije za proširenje kompleksa Zoološkog vrta na Paliću** ("Sl. list grada Subotice" br. 22/2013).

Obuhvat plana iznosi 18,5 ha i nalazi se unutar prostora koji je Master planom označen kao Zona B – Park.

6. **Plan detaljne regulacije za kompleks – k.p. br. 1690 K.O. Palić na delu prostora uz istočnu obalu jezera Palić** ("Sl. list grada Subotice" broj 4/2013).

Obuhvat plana iznosi 1,5 ha i prema Master planu se nalazi u Zoni F – Ruralna zona.

7. **Plan detaljne regulacije za deo obalnog pojasa Palićkog jezera (istočna obala) na Paliću** ("Sl. list grada Subotice", br. 07/15).

Delovi obuhvata Master plan Palić – u skladu sa Generalnim planom Subotica – Palić do 2020. godine i preporukama Master plana, nisu pokriveni planskim dokumentom, nije pokrenut postupak za izradu planova detaljne regulacije, ali su donete Odluke o izradi planova:

1. **PDR za deo prostora "Banje Palić" uz zapadnu obalu jezera Palić** - Odluka o izradi plana je doneta ("Sl. list grada Subotice" br. 31/2010), plan je u postupku izrade koncepta i zahteva donošenje odluke o nastavljanju izrade plana u skladu sa preporučenim konceptom Master plana, koji ovaj prostor definiše kao Zonu A – MICE / Golf / Vodeni sportovi.

Obuhvat plana je cca 145,5 ha.

- 2. Plan detaljne regulacije za deo obalnog pojasa Palićkog jezera (zapadna i južna obala IV sektora i obala III sektora) na Paliću**, za koji je doneta Odluka o izradi plana ("Sl. list grada Subotice", br. 31/14). Koncept plana detaljne regulacije je izložen na sednici Komisije za planove koja je održana 22.04.2015. godine.

Planovima detaljne regulacije nisu pokrivena sledeća područja:

- istočne obale jezera Palić između jezera i Novosadskog puta, koji je Master planom označen kao Zona F – Ruralna zona, a po Generalnom planu, za banjski turizam i porodično stanovanje rezidencijalnog tipa;
- južne obale jezera Palić, između obale jezera III i IV sektora i državnog puta II B reda br. 300, što je Master planom označen kao Zona F – Ruralna zona, po Generalnom planu za banjski turizam, porodično stanovanje rezidencijalnog tipa, a duž državnog puta za komercijalne sadržaje;
- deo severozapadne obale jezera Palić-između III i IV sektora, koji se nalazi van područja Master plana i namenjen je banjskom turizmu.

U proceduri je utvrđivanje eventualne obaveze izrade plana detaljne regulacije Kravog (Omladinskog) jezera sa obalnim pojasom, a u cilju aktiviranja priobalja za rekreaciju sa rekreativnom stazom.

Izrada **Generalnog urbanističkog plana za Suboticu i Palić** je u postupku izrade, na osnovu Odluke o preispitivanju Generalnog plana Subotica Palić do 2020. godine – to je novi Generalni urbanistički plan, jer je Odluka o usklađivanju Generalnog plana ("Sl. list grada Subotice" br. 26/2009) donesena po starom Zakonu o planiranju i izgradnji. Takođe, radi se **Plan detaljne regulacije IV, za zonu banjskog turizma "Palić" i delove zona "Novi Grad" i "Aleksandrovo"** ("Sl. glasnik grada Subotice" br. 26/09). Ova Odluka je doneta u postupku o izradi donete u postupku usklađivanja sa Zakonom o planiranju i izgradnji 2009. godine i obuhvata celokupno područje Palića. Konceptija ovog plana će biti usklađena sa Generalnim urbanističkim planom.

### 2.2.3 Vlasnička struktura

Jedan od ključnih zahteva izrade Master plana Palić 2015. je usaglašenost sa vlasničkom strukturom površina u obuhvatu plana. Kao prepreka za realizaciju koncepta koji je bio preporučen Master planom 2006, pojavio se problem nemogućnosti rešavanja imovinsko – pravnih odnosa u pojedinim delovima obuhvata. Zato je jedno od polazišta izrade Master plana Palić 2015. prioritarno sagledavanje razvoja zemljišta koje je u vlasništvu Grada Subotice, i nalazi se u obuhvatu Zlatnog i Srebrnog kruga Master plana Palić 2015.

U nastavku je prezentovan tabelarni pregled sa brojem parcele, površinom, namenom i statusom, kao i orto-foto snimak sa ucrtanim istim parcelama koje su u vlasništvu Grada Subotice, a koje se nalaze u obuhvatu Zlatnog i Srebrnog kruga Master plana Palić 2015:

Pregled parcela u vlasništvu grada			
Broj parcele	Površina	Namena parcele	Stanje
1	159.000 m <sup>2</sup>		neizgrađeno građevinsko zemljište
2	9.100 m <sup>2</sup>	turističko – sportsko – rekreacioni centar	građevinsko zemljište
3	2.850 m <sup>2</sup>	marina	neizgrađeno građevinsko zemljište
4	2.260 m <sup>2</sup>	turističko – sportsko – rekreacioni centar	neizgrađeno građevinsko zemljište
5	1.475 m <sup>2</sup>	turističko – sportsko – rekreacioni centar	neizgrađeno građevinsko zemljište
6	4.894 m <sup>2</sup>	banjsko – zdravstveno – turistička	neizgrađeno građevinsko zemljište
7	7.058 m <sup>2</sup>	banjsko – zdravstveno – turistička	neizgrađeno građevinsko zemljište
8	86.700 m <sup>2</sup>	banjsko – zdravstveno – turistička	neizgrađeno građevinsko zemljište
9	2.800 m <sup>2</sup>	sportsko – rekreacioni centar	građevinsko zemljište
10	574 m <sup>2</sup>	turističko – ugostiteljska	građevinsko zemljište
11	887 m <sup>2</sup>	turističko – ugostiteljska	neizgrađeno građevinsko zemljište
12	11.600 m <sup>2</sup>	turističko – ugostiteljska	građevinsko zemljište
13	4.518 m <sup>2</sup>	komercijalno – turistička	neizgrađeno građevinsko zemljište
14	4.714 m <sup>2</sup>	zona kuća za odmor s okućnicom	neizgrađeno građevinsko zemljište
15	39.000 m <sup>2</sup>	-	neizgrađeno građevinsko zemljište
16	38.000 m <sup>2</sup>	-	neizgrađeno građevinsko zemljište
17	67.000 m <sup>2</sup>	-	neizgrađeno građevinsko zemljište
18	30.000 m <sup>2</sup>	-	neizgrađeno građevinsko zemljište

Izvor: Grad Subotica

Pored navedenih, postoje i druge parcele / delovi parcela čiji vlasnici su isključivo Republika, Pokrajina i lokalna samouprava, po Zakonu. To mogu biti delovi parcela, kao što je u slučaju kompleksa parcela 1 (parcela 14325/2 K.O. Novi grad) kod jezera. Na ovoj parceli, koja je u vlasništvu Grada Subotice, izgrađen je objekat Ribolovačkog. U vlasništvu Grada nalazi se zemljište uz Novosadski put, pored parcele br. 13 (U PDR Vikend naselja, označeno kao blok 8.1.).



Izvor: Grad Subotica

## 2.2.4 Stanje jezera i režimi zaštite

Paličko jezero se svrstava u tipična panonska, plitka, stepska jezera, koja su u prirodnom stanju bila zaslanjenog karaktera.

Paličko jezero je u današnjem obliku sekundarni vodeni biotop sa uređenim vodnim režimom, koji je izložen brojnim negativnim uticajima iz okruženja, zbog čega je u velikoj meri degradirano. Površina jezera je oko 5,7 km<sup>2</sup>. Najmanja širina je oko 300m, a dužina jezera je 8.250m. Dno jezera je zamuljeno, a dubina se kreće od 1,5 – 2m, na nekim mestima je i znatno dublje.

Višedecenijski uticaj nepovoljnih faktora kao što su ulivanje nedovoljno prečišćenih, ili neprečišćenih otpadnih voda i intenzivna poljoprivredne aktivnosti doveli su do devastacije vode jezera i životnih zajednica. Zbog nepostojanja odgovarajućeg predtretmana industrijskih otpadnih voda, ugrožena je stabilnost rada centralnog postrojenja za prečišćavanje otpadnih voda. Zbog toga, kao i zbog difuznog zagađenja jezera, i dalje u vodu dospevaju velike količine nutrijenata (azota i fosfora), što dovodi do prenamnožavanja fitoplanktona, a što je naročito izraženo u četvrtom (turističkom sektoru). Problemi zagađenja potiču od difuzno zagađenja jezera, tačkastih zagađivača, nepostojanja kanalizacione mreže (septičke jame i drugi izvori zagađenja – hemikalije iz bašti i sl.) vezani za objekte u blizini jezera. Kvalitet vode u turističkom delu jezera je IV klase.

U poslednje vreme se čine značajni naponi za unapređenje vizuelnih, bioloških, hemijskih i drugih karakteristika jezera Palić, kao i unapređenje njegovog održivog korišćenja, a Grad je doneo Plan za unapređenje ekološkog stanja Paličkog jezera i njegove okoline, kojom su definisane mere za sanaciju i unapređenje stanja životnih zajednica jezera Palić<sup>2</sup>.

Poboljšanje je naročito uočljivo u domenu upravljanja i zaštite prirode.

Odlukom o proglašenju zaštićenog područja Park prirode "Palić" (Sl. list Grada Subotice br. 15/2013 i 17/13-ispr.) urađena je revizija zaštite i prilagođavanje režima zaštite novim propisima, potrebama upravljanja i očuvanja kvaliteta vode, pri čemu je kao upravljač ostalo Javno preduzeće "Palić – Ludaš".

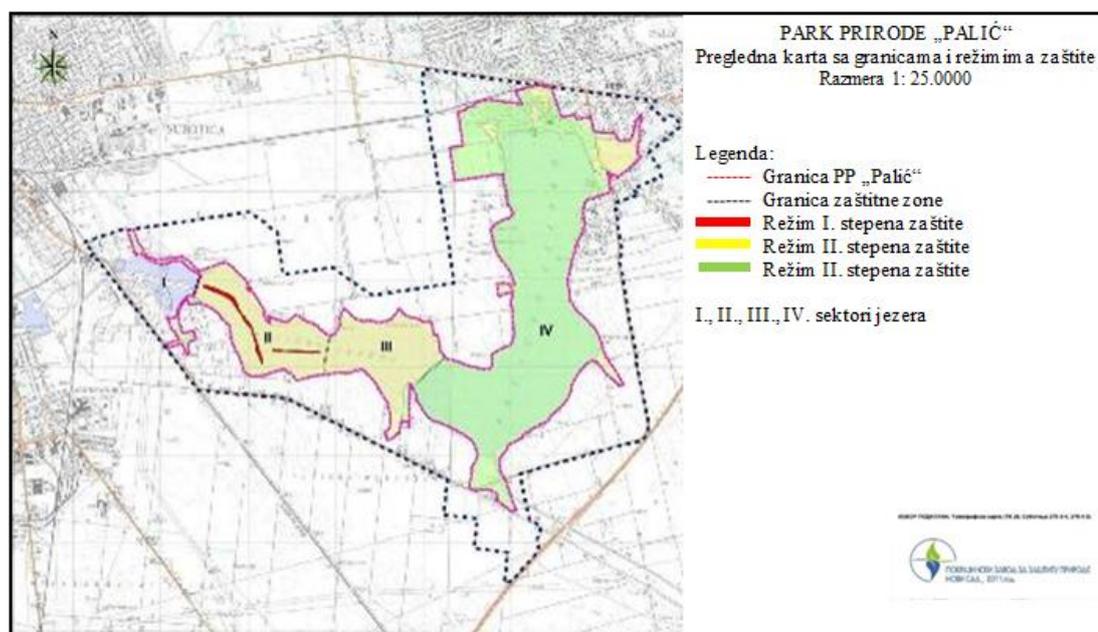
Po međunarodnoj IUCN klasifikaciji Park prirode Palić spada u IV kategoriju – zaštićeno područje upravljanja staništima i vrstama (Habitat and Species Management Area). Međunarodni status ovog zaštićenog područja je *područje od značaja za ptice* (IBA – Important Bird Areas) i u celini pripada IBA području "Subotička jezera i pustare", kao i *značajno botaničko područje* (IPA – Important Plant Areas).

Park prirode "Palić" predstavlja zaštićeno područje od lokalnog značaja – III kategorije. U skladu sa odredbama Zakona o zaštiti prirode (Sl. glasnik Republike Srbije br. 36/09, 88/10, 91/10) Park prirode Palić je područje dobro očuvanih prirodnih vrednosti sa pretežno očuvanim prirodnim ekosistemima i živopisnim pejzažima, namenjeno očuvanju ukupne geološke, biološke i predeone raznovrsnosti, kao i zadovoljenju naučnih, obrazovnih, duhovnih, estetskih, kulturnih, turističkih, zdravstveno – rekreativnih potreba i ostalih delatnosti usklađenih sa tradicionalnim načinom života i načelima održivog razvoja".

---

<sup>2</sup> Odluka o donošenju plana za unapređenje ekološkog stanja Paličkog jezera i njegove okoline ("Sl. List grada Subotice", br. 24/14)

## Palić – režimi zaštite



Režim zaštite prvog stepena – stroga zaštita, je propisana za tzv. "Ptičja ostrva" u okviru II sektora jezera, u cilju očuvanja gnezdećih populacija retkih i ugroženih vrsta ptica. Ukupna površina pod ovim režimom je 5 ha, odnosno 0,7% područja.

Režim zaštite drugog stepena obuhvata drugi sektor jezera, predviđen za trajno poboljšanje kvaliteta vode koja stiže sa prečistača, i treći sektor jezera, koji ima centralnu ulogu u očuvanju sukcesijskog niza životnih zajednica jezera. Pod ovim režimom zaštite su i izdvojeni delovi Velikog parka, koji su značajni za očuvanje retkih i ugroženih vrsta. Ekološki koridori (kanal Tapša, kanal između Palićkog i Omladinskog jezera, Omladinsko jezero do kanala Palić – Ludaš, kao i početna deonica kanala Palić-Ludaš) su takođe pod režimom zaštite drugog stepena i oni su neophodni za očuvanje integralnosti zaštićenog područja. Ukupna površina pod ovim režimom zaštite je 216,24 ha, odnosno 30,4% područja.

Mere za režim zaštite II stepena podrazumevaju ograničenja za: sportski ribolov na 30% ukupne dužine linije obale, kretanje posetilaca i vozila na za tu svrhu predviđene staze i puteve, kao i turističke aktivnosti u smislu prostorno i vremenski ograničenih vidova eko i seoskog turizma. Ograničena je i izgradnja rekreativnih staza, postavljanje infrastrukturnih vodova na zelenim površinama, moguće je obnavljanje postojećih, uz potrebnu infrastrukturu, izgradnju koja je u skladu sa potencijalima, vrednostima, potrebama i kapacitetima zaštićenog prostora. Prilikom planiranja prostornog rasporeda aktivnosti, neophodno je primeniti zonalni raspored turističkih i drugih sadržaja, u cilju zaštite integralnosti i funkcionalnosti ekosistema.

Srazmerno najveći deo Parka prirode "Palić" je pod režimom zaštite trećeg stepena (68,9%, ili 491,12 ha). U ovom stepenu zaštite moguće je selektivno i ograničeno korišćenje prirodnih resursa i prostora uz potrebnu infrastrukturu i drugu izgradnju, a što je usklađeno sa vrednostima, potencijalima kapacitetima i potrebama zaštićenog prostora. Turistički (IV) sektor jezera je u ovom režimu zaštite, a u cilju zaštite integralnosti i funkcionalnosti jezerskog ekosistema, prilikom planiranja prostornog rasporeda aktivnosti, neophodno je primeniti *zonalni raspored turističkih i drugih sadržaja*.

U pogledu obuhvata tzv. Srebrnog kruga Master plana Palić 2015, imajući u vidu potrebu za planiranjem adekvatnih sadržaja i objekata, u saradnji sa nadležnim Zavodom za zaštitu prirode definisane su preporuke za poboljšanje stanja IV (turističkog) sektora Palićkog jezera i zone oko Omladinskog (Krvavog) jezera:

1. **Očuvanje priobalnih livada kod Krvavog jezera** – predloženo je moguće formiranje parkinga uz Ribarsku ulicu, a svaka druga izgradnja na severnom delu obale bi prouzrokovala nenadoknadiv gubitak za postojeći ekosistem. Krvavo (Omladinsko) jezero funkcioniše kao samostalni ekosistem i pripada najosetljivijim delovima Parka prirode. Vizuelna atraktivnost

jezera je znatno manja od jezera Palić - moguća uloga ovog dela prostora je „mirni kutak“ u blisko-prirodnom stanju, povoljan za šetnju i odmor u prirodi i to u neposrednoj blizini centralnog dela banjskog prostora (u ovom smislu se ostvaruje i projekat uređenja obale koji je u toku);

- 2. Formiranje "ostrva prirode" u severozapadnoj krivini obale, južno od ušća kanala Tapša** (u produžetku trougla koji je u II stepenu zaštite) – preporuka je da se rezerviše prostor za revitalizaciju tršćaka i da se očuva deo priobalnih livada prema rasadniku (Prema važećem Master planu, potrebno je naći optimalnu lokaciju za jedriličarski klub i sadržaje veslačkog kluba). Preporučena je izgradnja objekata na većoj udaljenosti od obale. Napomena je da je postojeća šuma kod objekta sportskih ribolovaca manje vredna od livadske vegetacije, te da bi u tom smislu bilo moguće intenzivnije korišćenje ove lokacije.
- 3. Rezervisanje prostora za podizanje zelenih pojaseva.** Preporuka je da se javne zelene površine iskoriste za rekreaciju, a svakako su veoma korisne za obezbeđivanje povoljne ekoklime i zaštitu od erozije.

U širini od 5 do 20m uz obalu je potrebno obezbediti površine pod travnatom vegetacijom i niskim rastinjem, bez obavljanja poljoprivrednih aktivnosti u tom prostoru. Unutar zaštitnog pojasa planirana je staza koja može da se koristi u rekreativne svrhe, za kretanje pešaka i biciklista. Zeleni pojas od 20m-50m je rezervisan za zelene žbunaste i drvenaste biljke, gde je moguće locirati određene rekreativne sadržaje. Na zapadnoj strani prema Subotici je potrebno obezbediti mrežu pojaseva višespratnog zelenila u funkciji vetrozaštitnih pojaseva.

U nastavku dajemo indikativni prikaz zona o kojima bi trebalo voditi računa u kontekstu planiranja sadržaja i objekata u obuhvatu Srebrnog kruga:

#### **Palić – obeležene zone sa ostacima livada**



*Izvor: Pokrajinski zavod za zaštitu prirode*

## 2.3 EVALUACIJA RESURSNE I ATRAKCIJSKE OSNOVE

---

Kao atraktori destinacije najčešće se postavljaju dve kategorije resursa, i to su prirodni resursi i izgrađeni resursi. Ključni doprinos, međutim, u oblikovanju turističkog iskustva i karaktera destinacije daju angažovani ljudi, pa su, u tom kontekstu, ljudski resursi Palića i Subotice takođe dragocen resurs sa kojim ova destinacija može da računa u budućnosti.

Pitanje održivosti i devastacije prirodnih faktora je bitno ako je cilj njihovo optimalno i dugoročno korišćenje. Antropogeni resursi nude posebne doživljaje ili se postavljaju kao komplementarni resurs prirodnim atrakcijama.

Na osnovu gore navedenog, daje se kratak osvrt na glavne prirodne i izgrađene vrednosti i resurse na području Parka Prirode "Palić", datog u Planu upravljanja PP Palić za period od 2014. do 2023.

- Banja Palić, kao što je već istaknuto, nastala je na osnovu balneoloških karakteristika vode i mulja alkalnog stepskog karaktera. Prirodna vegetacija je očuvana samo u uskom pojasu uz obalu. Faunistični podaci ukazuju na činjenicu da mozaik antropogenih i izmenjenih prirodnih staništa zaštićenog područja služi kao poslednje pribežište ugroženim vrstama, čija su staništa uništena uređivanjem voda i širenjem šumskih monokultura na području Subotičko-Horgoške peščare.
- Zbog prisustva starih hrastova i vrsta mezofilnih hrastovih šuma peščare Veliki Park, podignut 1842. godine, bogat je vrstama šumskih staništa. Pored prisustva 4 vrste slepih miševa, zabeleženo je gnežđenje 61 ptičje vrste. Zelenilo Zoo-vrta sadrži preko 270 vrsta drveća i žbunja i predstavlja bitan element biodiverziteta zaštićenog područja. Najvredniji elementi lokacije su preko 250 godina stara stabla hrasta lužnjaka, ostaci iskonske vegetacije.
- Jezero se nalazi na istočnom evropskom migracionom putu ptica i ima ulogu važnog staništa za odmaranje, ishranu i zimovanje vodenih ptica. Do sada je na ovom lokalitetu zabeleženo oko 210 vrsta ptica, a gnezdi se preko 100 vrsta. Najvrednija staništa ptica su tzv. „Ptičja ostrva“ drugog sektora, koja su podignuta od isušenog mulja prilikom sanacije jezera i predstavljaju jedino gnezdilište crnoglavog galeba u Srbiji. Na zaštićenom području su zabeležene 176 strogo zaštićene vrste, 50 vrsta nalazi se na Dodatku I Direktive o pticama, što ih opredeljuje kao vrste na osnovu kojih se nominuju Natura 2000 područja.
- Jezero i ostaci vlažnih staništa uz obalu omogućuju opstanak brojnim zaštićenim i strogo zaštićenim vrstama vodozemaca, gmizavaca i sisara, od kojih su najznačajniji slepi miševi i vidra. Ekološki kompleks Paličkog i Ludaškog jezera ima ključnu ulogu u opstanku metapopulacije vidre na slivu Kireša.

Sa druge strane, Palić i Suboticu karakteriše postojanje velikog broja antropogenih atrakcija koje doprinose kreiranju ukupnog doživljaja u destinaciji.

Destinacije se odlikuju izuzetnom arhitekturom secesije, a značajan broj zdanja koji oslikavaju ovaj period i stil izražavanja je otvoren za posetioce. Sa istorijom i kulturom ovih destinacija posetilac se može upoznati u 5 muzeja koji rade na njihovoj teritoriji. Od ukupnog broja muzeja, 4 su locirani u Subotici a jedan na Paliću. Na Paliću su locirane i 3 galerije, kao i veći broj izložbenih prostora. Značajni sakralni objekti takođe doprinose boljem isticanju multikulturalnosti kao dela turističkih resursa.

Značajan doprinos približavanju kulturnog nasleđa i tradicije turističkom tržištu predstavlja i organizacija manifestacija. Na teritoriji Palića i Subotice se gotovo svakog meseca organizuje određeni događaj. Tradicija i kultura su važan tematski deo ovih događaja, ali i kategorija savremenih događaja su takođe deo ukupne ponude. Najveći broj događaja se organizuje u maju, slede jun, jul, avgust, septembar i novembar.

Neophodno je spomenuti jednu od najvećih vrednosti celog prostora, a koja je, ujedno i jedan od ključnih činilaca za razvoj turizma i realizaciju vizije razvoja Palića kao turističke destinacije – radi se o karakteru i strukturi raspoloživih ljudskih resursa. Postoji odlična baza kadrova koja može odgovoriti potrebama razvoja i funkcionisanja destinacije, koja uz adekvatne programe profesionalnog usavršavanja može postati bitna tržišna odrednica za njeno buduće pozicioniranje. Dobar i stručan kadar u domenu hotelijerstva i ugostiteljstva, kao posledica duge tradicije Palića kao banjske

destinacije je važan resurs. Takođe, ovo se odnosi i na medicinsku praksu, koja u poslednje vreme sve više pronalazi relevantno tržište van granica Srbije. Stavljanje ovih ljudi u funkciju razvoja Palića predstavlja *condition sine qua non*.

Sledeće tabele daju kratak pregled resursno - atrakcijske osnove Palića.

EVALUACIJA POSTOJEĆE ATRAKCIJSKE OSNOVE				
Atrakcija	Opis	Nivo značaja i turistifikacije		
		Nacionalni	Regionalni	Internacionalni
<b>Prirodni resursi i atraktori</b>				
Jezero Palić	Nekadašnje slano jezero. Zbog velikog broja algi i mulja boja vode je izrazito zelena. Obala je dugačka 17 km, a temperatura vode je 25 °C za vreme kupališne sezone. Trenutno se jezero može opisati kao nestabilan eko sistem.			Internacionalni nivo atrakcije. Napomena: neophodno je rešenje pitanja eko sistema jezera
Ludaško jezero	Ludaško jezero je specijalni rezervat prirode internacionalnog značaja, zbog specifičnih biljnih i životinjskih vrsta.		Jezero ima regionalni nivo značaja sa aspekta generalne turistifikacije Napomena: neophodno uvezivanje	Jezero ima internacionalni nivo značaja sa aspekta fokusa na tržište specijalnih interesovanja, i to pre svega posmatrača ptica i eko turizma.
Omladinsko jezero (Krvavo jezero)	Omladinsko jezero je od Palićkog jezera razdvojeno putem. Samo jezero i okolina se ne koriste u turističke svrhe, obala nije uređena, predstavlja međunarodni koridor ptica.	Atrakcija ima nacionalni, pre svega lokalni značaj, osim samo prirodnog ambijenta nema elemenata turistifikacije.		
Termalni izvori	Postojeći termalni izvori – bušotine imaju utvrđen svoj sastav i temperaturu pri kaptiranju, kao termalni vodni resurs na istražnom području Palić, i neophodno ih je uključiti kao sastavni deo iskustava destinacije.		Termomineralni izvori imaju širi regionalni značaj Napomena: neophodno kreiranje odgovarajućih velnes i medicinskih sadržaja	Sa razvojem sadržaja (akva park, velnes, medicinski spa) termalni izvori će dobiti i veći, međunarodni značaj
Park prirode Palić	Obuhvata samo jezero Palić i njegovu okolinu. Zaštićeno je područje od međunarodnog značaja za ptice i biljke, i deo je EMERALD mreže područja od međunarodnog značaja za očuvanje biološke raznovrsnosti.		Park ima regionalni nivo značaja sa aspekta generalne turistifikacije Napomena: neophodno uvezivanje doživljaja sa jezerom	Park ima internacionalni nivo značaja sa aspekta fokusa na tržište specijalnih interesovanja, i to pre svega eko turizma i posmatranja i izučavanja ptica
Subotička Peščara i Selevenjske pustare	Predeo izuzetnih odlika Subotička Peščara i Specijalni rezervat prirode Selevenjske pustare su sastavni deo turističkog doživljaja Palića	Nacionalni nivo značaja sa aspekta generalne turistifikacije Napomena: kao dodata vrednost iskustvu oko Palićkog i Ludaškog jezera		

EVALUACIJA POSTOJEĆE ATRAKCIJSKE OSNOVE				
Atrakcija	Opis	Nacionalni	Regionalni	Internacionalni
<b>Izgrađeni resursi i atraktori</b>				
Veliki park	Veliki park karakteriše kombinacija uredenih zelenih površina i specifična arhitektura iz doba secesije. Ovaj park jedini je pejzažni park u Srbiji. U Velikom parku Paličkog jezera se nalazi najveći deo ostalih izgrađenih atrakcija. Nalazi se na severu kraj obale jezera.		Regionalni značaj Velikog parka Napomena: neophodno dalje investirati u prezervaciju i unapređenje zelenih površina i tipične arhitekture	
Vodotoranj	Vodotoranj se nalazi na samom ulazu u Veliki park. Izgrađen u tipičnom stilu mađarske secesije, a karakteriše ga cvetna dekoracija iz opusa mađarske secesije.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		
Velika terasa	Višenamenski objekat izgrađen početkom prošlog veka. Prednja strana zgrade ima i dve otvorene terase. Nakon potpune rekonstrukcije, danas funkcioniše kao prostor za organizaciju događaja, sa kongresnom salom. Sala se nalazi na drugom spratu, dok je u prizemlju prostor predviđen za restoran, ali danas još nije u funkciji.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije	Regionalni značaj atrakcije Napomena: neophodno je integrisati Terasu u kongresnu ponudu i profesionalizovati upravljanje	
Muzički paviljon	Nalazi se ispred Velike terase. Koristi se kao mesto za koncerte	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		
Letnja pozornica	Letnja pozornica je scena na otvorenom, namenjena održavanju različitih kulturnih i zabavnih manifestacija i koncerata tokom letnjih meseci. Najčešće je prepoznata kao mesto održavanja Paličkog filmskog festivala. Stilski i arhitektonski se uklapa u doživljaj Velikog parka.		Regionalni značaj atrakcije Napomena: neophodno je nastaviti na pozicioniranju kao multifunkcionalnog samostalnog otvorenog objekta	
Žensko kupalište (štrand)	Ženski štrand je još jedan primer mađarske secesije. Drvenu građevinu karakterišu detalji ornamentika mađarske secesije. Ženski štrand je u potpunosti retauriran u prethodnom periodu i priveden nameni. u okviru kupališta funkcioniše ugostiteljski kapacitet sa unutrašnjim i značajnim spoljašnjim kapacitetima se ležajkama za sunce.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		
Muško kupalište (štrand)	Muški štrand svojom arhitekturom i konceptom različit je u donosu na Ženski štrand. Sastoji se od drvenog mola koji omogućuje prilaz ograđenim bazenima (u kojima je jezerska voda). Na lokaciji se nalazi i prostor za letnje aktivnosti (odbojka na plaži, otvoreni bazen, paintball). Muški štrand je u lošem stanju.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		
Vila Lujza	Reč je o objektu koji je u potpunosti renoviran čime doprinosi duhu i atmosferi destinacije. Objekat funkcioniše kao smeštajni kapacitet, koji nudi boravak u jedinstvenim sobama na komercijalnim osnovama. Nalazi se gotovo na samoj obali jezera i na šetalištu.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		
Sovin grad – Bagoljvar letnjikovac	Bagoljvar je jedan od najboljih objekata na Paliću. Objekat nije u funkciji. Delimično je saniran, potrebno je nastaviti radove adaptacije.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		
Tramvajska stanica	Predviđena je restauracija tramvajske stanice i pretvaranje je u turistički informativni centar, koji će funkcionisati i kao suvenirnica, centar za male privrednike, za neka kulturna dešavanja, promocije, specijalizovane večeri. Realizacija od strane TO Subotica.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		
Zoo vrt	Osnovan je 1949. godine, prostire se na 10 ha-a. Njegov koncept, lepota, urednost i tertman životinja čine ga interesantnim i svrstavaju ga u atrakciju. Ovde posetioci mogu da uživaju u posmatranju preko 60 životinjskih vrsta.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		
Aerodrom Bikovo	Trenutno u funkciji sportskog aerodroma, ali sa razvojem infrastrukture može biti značajan generator tražnje.	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije	Regionalni značaj atrakcije Napomena: neophodno je integrisanje turističkih sadržaja u ponudu aerodroma	
Bioskop „Abazija“	„Abazija“ (kapacitet 170 sedišta) kreira mogućnost projekcije filmova tokom cele godine, ali i razvoja multifunkcionalnog kulturnog centra	Nacionalni/lokalni značaj atrakcije		

## 2.4 ANALIZA POSTOJEĆEG TURISTIČKOG SISTEMA

### 2.4.1 Smeštajni kapaciteti

#### 2.4.1.1 Turistički smeštajni kapaciteti - Srbija i Vojvodina

- Ukupni smeštajni kapaciteti Srbije<sup>3</sup> obuhvataju 43.603 sobe, od čega je 42% u kategorisanim smeštajnim kapacitetima;
- Od ukupnih kapaciteta, 20% predstavljaju nove objekte otvorene u periodu od 2006. do 2014. godine, pri čemu je ukupan rast broja smeštajnih objekata u posmatranom razdoblju porastao za 15%, a broj soba za 17%. Kvalitativna struktura je poboljšana obzirom da najveći broj novootvorenih objekata pripada višim kategorijama;

▪

Relativno učešće klastera u ukupnom smeštajnom kapacitetu Srbije (2014. godina)				
	Beograd	Vojvodina	Zapadna Srbija	Istočna Srbija
Broj objekata	15.95%	24.46%	40.05%	19.54%
Broj soba	16.81%	18.51%	40.68%	24.00%
Broj ležajeva	13.74%	18.60%	43.32%	24.34%

Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

- Struktura smeštajnog kapaciteta u Srbiji pokazuje da se najveći deo kapaciteta posmatrano po broju soba nalazi u klasterima Zapadna i Istočna Srbija (dve trećine). Vojvodina obuhvata petinu smeštajnog kapaciteta, ali, po pitanju kvalitativne strukture, Vojvodina i klaster Beograda imaju više standarde tj. veće učešće smeštajnog kapaciteta viših kategorija;
- Smeštajna struktura u Srbiji još uvek nije prilagođena internacionalnom tržištu obzirom da hotelski kapaciteti čine svega 30% ukupnog smeštajnog kapaciteta. U strukturi hotelskog kapaciteta dominantni su hoteli sa 4\* (34%) i 3\* (30%), slede hoteli sa 2\* (20%), 1\* (9%) i 5\*(7%)<sup>4</sup>. Ostale značajne smeštajne kategorije u Srbiji su privatni smeštaj (21%), prenoćišta (10%), kampovi (10%), hosteli (6%) i kapaciteti u banjama i klimatskim lečilištima (6%);
- Slična situacija je i u Vojvodini gde hoteli obuhvataju svega 25% ukupnog kapaciteta. Primetno je značajno učešće kampova (24%), što ne treba da iznenadi obzirom da je u Vojvodini locirano 46% svih kamp kapaciteta u Srbiji. Slede hosteli (13%), prenoćišta (11%) i privatni smeštaj (9%).

#### 2.4.1.2 Turistički smeštajni kapaciteti - Subotica i Palić

Subotica i Palić raspolazu sa preko 2.200 kreveta u turističkim smeštajnim kapacitetima sa sledećom smeštajnom strukturom:

<sup>3</sup> Podaci Zavoda za statistiku Republike Srbije

<sup>4</sup> Prema podacima Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija Republike Srbije

Smeštajni kapaciteti Palić – Subotica (2014. godina)				
Subotica (2014.)				
	Objekata	Soba	Ležajeva	Objavljena cena*
Hotel	5	308	665	40 - 75 EUR
Privatni smeštaj	13	105	242	18 - 29 EUR
Prenoćište	7	79	182	10 - 15 EUR
<b>Ukupno Subotica</b>	<b>25</b>	<b>492</b>	<b>1.089</b>	

Palić (2014.)				
	Objekata	Soba	Ležajeva	Objavljena cena*
Hotel	1	44	90	40 - 60 EUR
Hotel garni	3	100	173	40 - 60 EUR
Privatni smeštaj	48	234	555	11 - 20 EUR
Prenoćište	8	77	202	11 - 20 EUR
Kamping odmorište	2	70	140	10 EUR
<b>Ukupno Palić</b>	<b>62</b>	<b>525</b>	<b>1160</b>	
<b>Ukupno Palić – Subotica</b>	<b>87</b>	<b>1.017</b>	<b>2.249</b>	

\*Cena je po osobi

Izvor: Turistička organizacija Subotice

- U odnosu na baznu godinu (2006), došlo je i do kvantitativne i kvalitativne promene strukture kapaciteta destinacije. Do 2006. godine Zavod za statistiku Republike Srbije je vodio evidenciju samo o smeštajnim kapacitetima u hotelima. Od 2007. godine uvodi se zvanična evidencija i smeštajnih kapaciteta u privatnom smeštaju, tako da je 2007. godine registrovano 875 ležajeva u okviru Palića (u odnosu na 309 ležajeva koliko je bilo 2006. godine). U tom smislu, Palić doživljava promene u brojnom stanju, dok je struktura kvaliteta i dalje na istom nivou niže kategorije. Sa druge strane, u Subotici su otvoreni novi hoteli i izvršene rekonstrukcije postojećih, i to sve u kategoriji 4\*. Ovo implicira da je došlo do poboljšanja strukture smeštajnih kapaciteta u Subotici.
- U Subotici, 63% kapaciteta čine hoteli (po broju soba), i to prvenstveno hoteli u kategoriji 4\*. Imajući u vidu objektivnu ocenu realnih karakteristika hotela i njihovih dodatnih sadržaja, možemo zaključiti da se smeštajna osnova značajno približila zahtevima stranog tržišta, pogotovo u kategoriji poslovnih gostiju;
- Međutim, analizirajući pojedinačno kapacitete Palića, sa 25% kapaciteta u hotelima, jasno je da struktura smeštaja ne odražava karakter međunarodno prepoznate destinacije. U privatnom smeštaju i prenoćištima je 61% kapaciteta (po broju soba) što čini da je ponuda izrazito fragmentisana, kreirajući izazov upravljanja i kontrolisanja kvaliteta koji ovi objekti pružaju u celokupnom lancu vrednosti destinacije;
- U analizi nisu prikazani smeštajni kapaciteti koji se nalaze u procesu gradnje u Omladinskom naselju, koji će u kategoriji omladinskih i studentskih odmarališta nuditi oko 800 ležajeva;
- Hotelski kapaciteti na Paliću pripadaju formalno kategoriji hotela i garni hotela od 4\*, ali koji su ograničeni po tipu/vrsti usluga koje pružaju, što dodatno pojačava argumentaciju da smeštajna struktura Palića ne odgovara zahtevima internacionalnog tržišta;

### 2.4.1.3 Detaljni prikaz hotelskih kapaciteta Palića

Struktura hotelskih kapaciteta na Paliću					
Naziv	Kategorija	Međunarodna kategorija*	Broj soba	Broj ležajeva	Dodatni sadržaj
Park i Jezero (garni hotel)	****	**	63	114	Ultimirane usluge saune; kongresne dvorane; restoran;
Prezident (hotel)	****	***	44	90	Fitness centar, wellness centar; otvoreni bazen; restoran; kongresne dvorane;
Vila Lago (garni hotel)	****	****	15	28	Hidromasažni bazen; parno kupatilo; masažni centar; restoran; otvoreni bazen; tretmani za negu lica i tela;
Palić Resort (garni hotel)	****	***	22	45	Caffe – bar; fitness centar; wellness & spa centar; zatvoreni bazen;
<b>Ukupno</b>			<b>144</b>	<b>263</b>	

Izvor: Turistička organizacija Subotice; \*Horwath HTL stav u skladu sa međunarodnim standardima

- Strukturu hotelskih kapaciteta formalno čini hotel i garni hoteli (hotela sa ograničenom uslugom) u kategoriji 4\*; analiza sadržaja pokazuje da hoteli nude i dodatne aktivnosti i doživljaje koji upotpunjuju boravak gostiju, ali njihov nivo razvijenosti čini da ovi dodatni sadržaji nisu primarni razlog dolaska i boravka gostiju, već da predstavljaju jedan vid dodate vrednosti njihovom boravku na Paliću.
- Hotel Park i Jezero: hoteli funkcionišu kao sastavni deo kompanije Elitte Palić. Delimično renovirani u prethodnom periodu, svojim smeštajnim i kongresnim kapacitetom zadovoljavaju zahteve postojećih gostiju i klijenata.
- Hotel Prezident: izgrađen 2000. godine, svojim gostima nudi usluge smeštaja i korišćenja velnes i spa usluga. Hotel radi pod stečajnom upravom, ali bez obzira na relativno ograničene uslove poslovanja, zadržan je adekvatan odnos prema gostima. Hotel ima odgovarajući prostor za organizaciju manjih događaja i sastanaka.
- Vila Lago i Palić Resort: su objekti u kategoriji garni hotela, svojim arhitektonskim rešenjima se uklapaju u ukupnu atmosferu destinacije; imajući u vidu da su otvoreni u skorije vreme, u poređenju sa prethodna dva hotelska objekta, jasno je da Vila Lago i Palić Resort nude kvalitetan smeštajni kapacitet, kao i spa ponudu, iako su limitirani u kapacitetu (broj soba i ležaja).
- Vila Milord: iako registrovana pod kategorijom “sobe za izdavanje”, kvalitetom svog smeštajnog i dodatnog kapaciteta, podiže ukupan kvalitet smeštajne strukture Palića. Ukupan kapacitet Vile Milord iznosi 4 apartmana i 11 soba sa francuskim ležajem. Spa centar gostima nudi zatvoreni bazen, hidromasažni bazen sa toplom vodom, saunu i prostoriju za masažu. Na raspolaganju je i otvoreni bazen.

### 2.4.2 Ugostiteljski kapaciteti

Na teritoriji Palića i Subotice postoji značajan broj ugostiteljskih objekata, koji se međusobno razlikuju po vrsti hrane koje služe i nivou usluge.

Ugostiteljski kapaciteti na Paliću i Subotici (2014. godina)	
Tip restorana	Broj objekata
Nacionalni restorani	9
Internacionalni restorani	8
Picerije	7
<i>Budget</i> restorani	8
Poslastičarnice	12
Vinarije	6
<b>Ukupno</b>	<b>50</b>

Izvor: Turistička organizacija Subotice

Restorani sa nacionalnom hranom su fokusirani na čuvanje lokalnih i tradicionalnih ukusa, a pored tradicionalnih restorana obuhvataju i salaše i čarde, koji predstavljaju jedinstvene celine, koji pored hrane nude i doživljaje pastoralnog načina života. U okviru destinacije postoji 6 vinarija. U odnosu na prethodni period, dolazi do značajnog pomaka u ponudi gastronomskih sadržaja na Paliću i Subotici, što svakako predstavlja važan činilac u formiranju celovitog lanca vrednosti destinacije.

Imajući u vidu fokus Master plana na lokacije na jezeru Palić i njegovoj okolini, smatramo da je neophodno i izolovano posmatrati ugostiteljske kapacitete samo na Paliću:

Ugostiteljski kapaciteti na Paliću (2014. godina)		
Tip restorana	Broj objekata	Naziv
Nacionalni restorani	7	Abraham, Majkin salaš, Jelen salaš, Čarda Kapetanski rit, Riblja čarda, Fogadó i Vinski dvor
Internacionalni restorani	2	Mala gostiona, Vila Viktorija
Picerije	4	Pub Pizzerija, Omega, Don Corleone, Corsaro Uno
<i>Budget</i> restorani	2	Paprika čarda, Fehár Akác (Bijeli bagrem)
Poslastičarnice	3	Elita, Paligo, Vila Milord
Vinarije	6	Zvonko Bogdan, Vinski dvor, Dibonis, Salaš Čuvardić, Tonković, Maurer
<b>Ukupno</b>	<b>24</b>	

Izvor: Turistička organizacija Subotice; podela na tipove je proizvoljna radi lakšeg tržišnog pristupa, te nije zvanična podela

### 2.4.3 Ostala turistička infrastruktura

U prethodnom periodu značajna sredstva su uložena u podizanje kvaliteta ostale turističke infrastrukture, kroz aktivnosti kao što su adaptacija, renoviranje, restauracija i izgradnja.

Rekonstrukcija Velikog parka, realizovana kroz fazni pristup, kreirala je osnovi resurs ukupnog utiska destinacije Palić. Rekonstrukcija Ženskog štranda je jedan od značajnih koraka u tržišnom orijentisanju destinacije, i kao takva oživljava duh i atmosferu destinacije, čemu doprinose i radovi na sanaciji mola na Muškom štrandu.

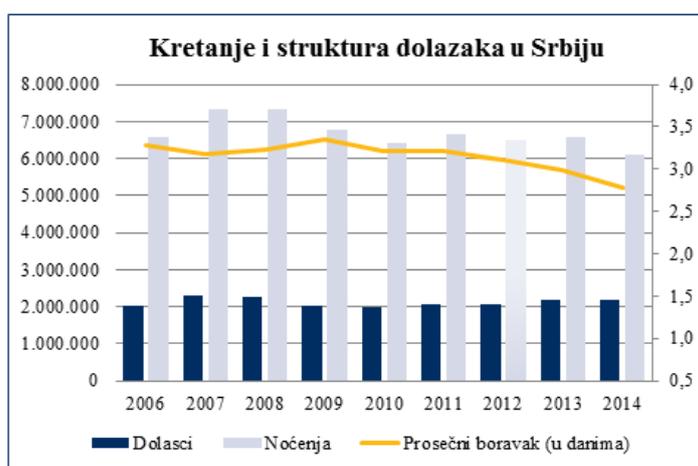
U okviru Palića funkcioniše i Velika Terasa. Velika terasa je jedna od specifičnih zdanja na Paliću, izgrađena u jedinstvenom stilu secesije i paličke arhitekture. Nedavno je u potpunosti renovirana, i danas predstavlja značajan kongresni centar, koji ima maksimalni kapacitet od 260 mesta u pozorišnom stilu. Kao takva, upotpunjuje ukupnu ponudu destinacije.

Pored turističke infrastrukture, aktivnosti i sredstva su bila usmeravana na unapređenje bazične infrastrukture i planske-regulatorne osnove. Ovde je neophodno istaći plansku detaljnu regulaciju Vikend naselja, kao i izgradnju odgovarajuće kanizacione infrastrukture na Paliću.

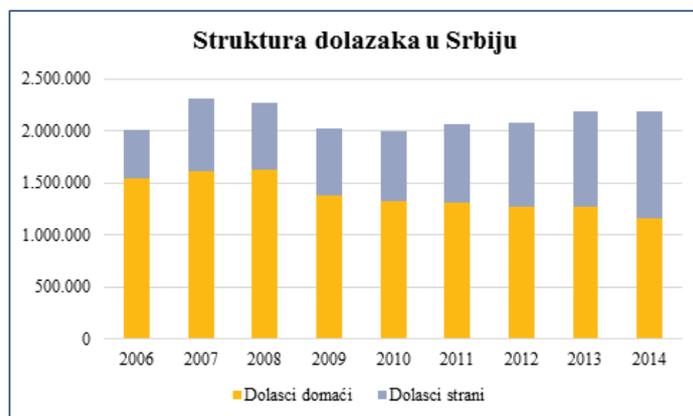
## 2.5 EVALUACIJA TRŽIŠTA TURISTIČKE DESTINACIJE PALIĆ I ŠIREG PODRUČJA SA GRADOM SUBOTICOM

### 2.5.1 Turističke performanse Srbije i Vojvodine

- U 2014. godini Srbija je ostvarila ukupno 2,2 miliona dolazaka (isti nivo u odnosu na 2013.) i 6,1 miliona noćenja u 2014. godini (pad od 7,3% u odnosu na 2013.). Važno je napomenuti da je pad nastao na osnovu značajnog smanjenja domaće tražnje, dok noćenja stranih turista imaju kontinuirani trend rasta (+8,7% - 2014/2013)<sup>5</sup>. Vojvodina je učestvovala sa 15% u ukupnim noćenjima;
- U periodu od 2010. godine dolazi do blagog rasta ukupnog broja dolazaka po prosečnoj godišnjoj stopi od 1.9%, dok se od 2011. godine beleži pad broja noćenja po stopi od 2.2% na godišnjem nivou. Prosečna dužina boravka nakon 2012. godine se spušta ispod 3 dana.



Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije



Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

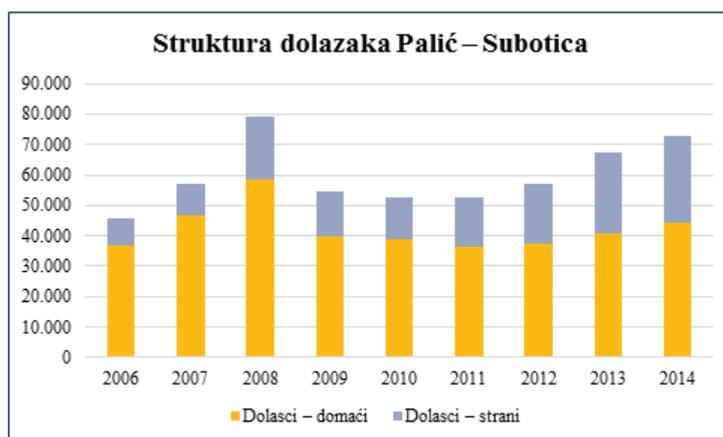
- U analiziranom periodu (2006.-2014.) Srbiju kao turističku destinaciju karakteriše trend blagog rasta ukupnog turističkog prometa, ali dinamično restrukturiranje turističke tražnje - povećanje učešća stranih gostiju u odnosu na domaće goste. Dolasci stranih gostiju su u proseku rasli po stopi od 8,26%, i u 2014. godini strani turisti su dostigli 47% ukupnog broja dolazaka;

<sup>5</sup> Podaci Zavoda za statistiku Republike Srbije

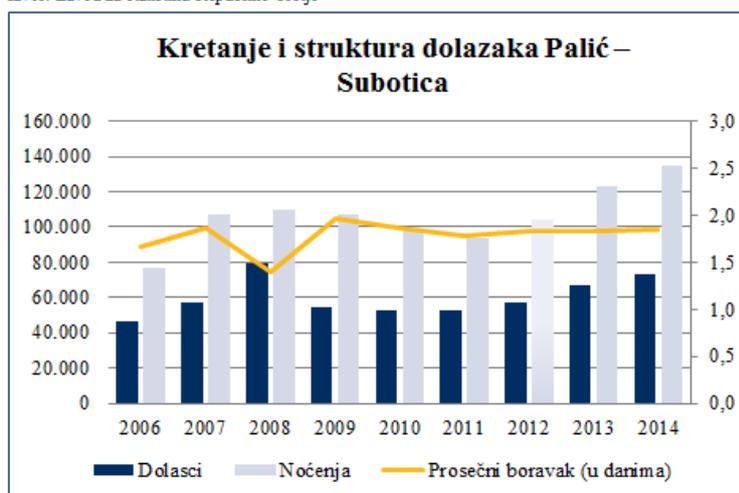
- Sličan trend turističkog prometa u istom periodu karakterističan je i za klaster Vojvodine. Dolazi do rasta ukupnog prometa koji je praćen restrukturiranjem turističke tražnje, ali za razliku od nivoa Srbije, Vojvodinu karakterišu manje oscilacije broja domaćih gostiju, koji je praktično konstantan (prosečna stopa rasta 0,6%). Takođe je primetan značajan rast broja stranih gostiju (prosečna stopa rasta 10,26%) i dostizanje 45% od ukupnog broja dolazaka;
- U strukturi ukupnog prometa u Srbiji dominantno učešće ostvaruju turizam u gradovima i banjski turizam. U analiziranom periodu (2006.-2014.) prosečno učešće banja u ukupnim dolascima u Srbiju je 17%, dok se u njima ostvaruje gotovo 1/3 svih noćenja u Srbiji (usled duže prosečne dužine boravka koja je u 2014. godini iznosila 4.7 dana). Sa druge strane, turizam u gradovima čini preko 1/3 dolazaka u Srbiju, 20% ukupnih noćenja u Srbiji, ali i 52% noćenja stranih gostiju.

## 2.5.2 Turističke performanse destinacije Palić - Subotica

- U 2014. godini destinacija Palić - Subotica ostvarila je ukupno 72.987 dolazaka (rast od 8.4% - 2014/2013) i 134.971 noćenja (rast od 9.9% - 2014/2013); U 2013. godini destinacija Palić – Subotica ostvarila je ukupno 67.319 (rast od 17% - 2013/2012) dolazaka i 122.747 noćenja (rast od 17% - 2013/2012).



Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

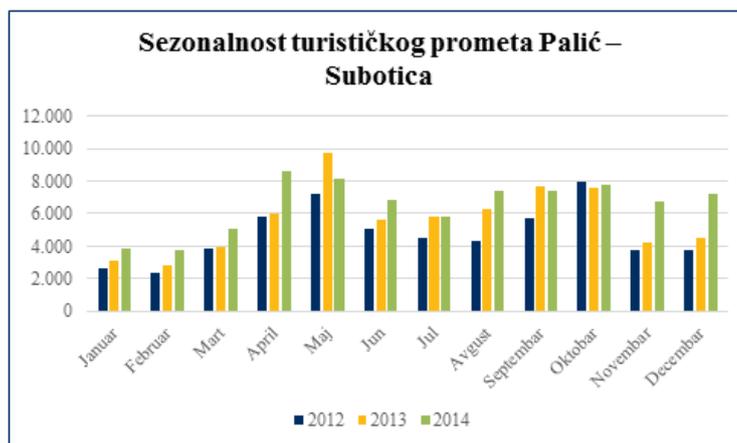


Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

- U periodu 2006.-2014. destinaciju Palić - Subotica karakterišu tri razdoblja razvoja turističkog prometa. Razvoj u periodu do 2008. godine, zamenjuje pad u periodima nakon ekonomske krize

2009-2011, posle čega dolazi ponovo do kontinuiranog povećanja ukupnog turističkog prometa u periodu do 2014. godine. Prosečna stopa rasta 2011-2014 iznosi 8.5%. U 2013. godini dolazi do značajnog rasta i dolazaka i noćenja, i trend se posle nastavlja i u 2014. godini.

- U ukupnom broju turista u banjama Srbije, Palić učestvuje sa u proseku 6%, (period 2006.-2014.) i zauzima 14. mesto po prometu među banjama. Učešće Subotice u prometu gradova Srbije čini u proseku 5% svih gostiju, ali je Subotica na četvrtom mestu po broju ostvarenih noćenja i dolazaka u Srbiji;
- U pogledu strukture noćenja Palić - Subotica, dominantni su domaći gosti koji čine 60% u noćenjima u 2014. godini. Međutim, noćenja stranih turista u poslednjih šest godina imaju kontinuiran pozitivan trend rasta i jasno se uočava promena strukture noćenja u korist stranih gostiju (sa 26% u 2009. godini na 40% u 2014. godini).
- Posmatrano individualno, dinamičniji rast stranih gostiju se ostvaruje u Subotici. U Subotici je u 2013. godini ostvareno 29% više noćenja stranih turista u odnosu na 2012. Godinu, dok je na Paliću broj stranih noćenja 21% veći u 2013. godini u odnosu na 2012. Godinu. Trend se nastavlja i u 2014. godini kada je u Subotici bilo 9% više stranih noćenja u odnosu na 2013. godinu, a na Paliću 2.6%.
- Zadržavanje gostiju na destinaciji je kratko - ispod 2 dana;



Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

- Izuzev u zimskim mesecima kada je promet značajno umanjen, sezonalnost je ravnomerna tokom preostalog dela godine na nivou destinacije, ali dolazi do promene tržišnih segmenata – na Paliću najveći promet ostvaruju odmorišni turisti tokom letnjih meseci, dok u Subotici najveći promet ostvaruju poslovni gosti u proleće i jesen; Ukupno posmatrano dominantni meseci su april-maj i septembar-oktoobar što se poklapa sa tražnjom u segmentu kongresnog turizma;

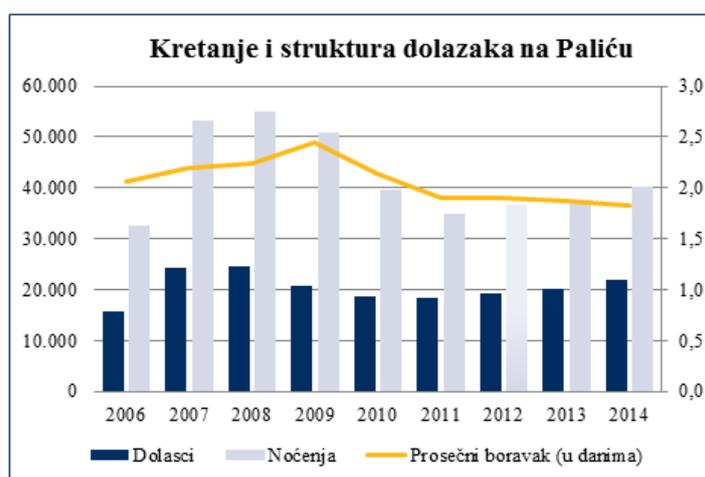
Izvori tražnje Palić – Subotica u 2014. godini (prema % tržišnog učešća)			
10–20% tržišnog učešća (2014)	10–15% tržišnog učešća (2014)	5–10% tržišnog učešća (2014)	do 5% tržišnog učešća (2014)
Mađarska (17.5%)	Hrvatska (14.2%)	BiH (7.1%)	Turska (4.7%)
Poljska (16.4%)	Nemačka (10.1%)	Slovenija (7.1%)	Rusija (4.3%)
		Makedonija (5%)	Bugarska (4.3%)
<b>Ukupno: 33.9%</b>	<b>Ukupno: 24.3%</b>	<b>Ukupno: 19.2%</b>	<b>Ukupno: 13.3%</b>

Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

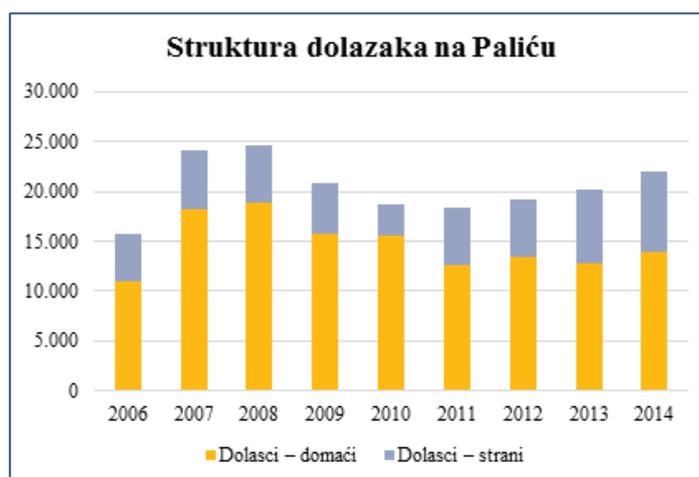
- Dva dominantna tržišta u destinaciji Palić - Subotica su gosti iz Mađarske i Poljske. Ova dva tržišta čine 34% ukupnog broja dolazaka i 25% noćenja stranih dolazaka (2014.). Tržište Mađarske je tradicionalno tržište, koje pokazuje kontinuiran pozitivan trend rasta po prosečnoj godišnjoj stopi od 14.6% (2006.-2014.), bez naglih promena. Tržište Poljske karakteriše umeren rast do 2012. godine, praćen eksponencijalnim rastom u 2013. godini, kada je ostvareno preko 3 puta više gostiju u odnosu na 2012. godinu; značajan segment ovih turista spada u kategoriju tranzitnih turista, na proputovanju do primorskih destinacija, koji dolaze posredstvom agencija;
- Tržište Hrvatske beleži umeren rast do 2012. godine, praćen eksponencijalnim rastom u 2014. godini, kada je ostvareno 2 puta više dolazaka u odnosu na 2013. godinu. Tržište Nemačke karakteriše kontinuiran rast prometa;
- Tržišta BiH, Slovenije i Makedonije, kao segment regionalnog tržišta, kontinuirano rastu u posmatranom periodu i čine 20% ukupnih dolazaka stranih gostiju na Palić – Subotica.

### 2.5.2.1 Detaljan prikaz turističkih performansi Palića

- U 2014. godini na Paliću je ostvareno ukupno 22.030 dolazaka (rast od 9.4% - 2014/2013) i 40.356 noćenja (rast od 7.2% - 2014/2013);



Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

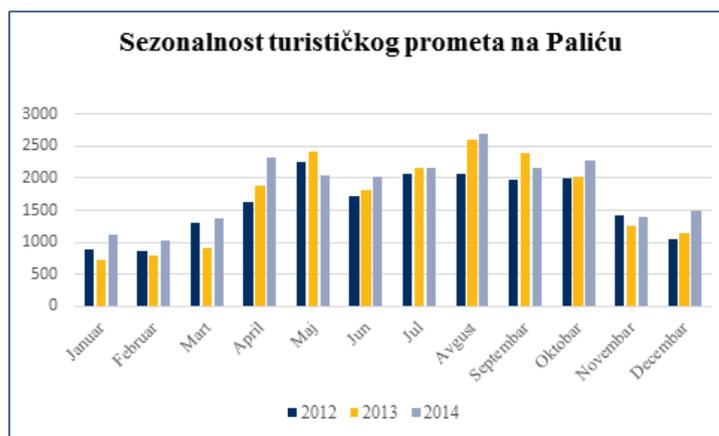


Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

- U periodu 2006.-2014. Palić karakteriše tri razdoblja razvoja turističkog prometa. Razvoj u periodu do 2008. godine, zamenjuje pad u periodima nakon ekonomske krize 2009-2011, posle

čega dolazi ponovo do blagog rasta prometa u periodu 2011-2014 po stopi od 4.6%, i noćenja 3.7%.

- U pogledu strukture noćenja na Paliću, dominantni su domaći gosti koji čine 64% u noćenjima u 2014. godini. Učešće stranih turista u dolascima se tokom ekonomske krize, tačnije 2010. godine, spustilo na 17%, da bi u poslednjih 5 godina ostvarila kontinuiran rast, i 2014. godine čine 36%. Ukupan broj stranih gostiju je u 2014. godini je povećan za 70% u odnosu na 2006. godinu, ali apsolutno posmatrano broj stranaca je povećan za 3.289.
- U posmatranom periodu prosečna dužina boravka domaćeg gosta je gotovo konstantna, i iznosi 2.1 dana. Kod stranih gostiju primetan je trend smanjenja dužine boravka od 2010. godine (2.9 dana), i u 2014. godini iznosi 1.5 dana. Ukupna prosečna dužina boravka je ispod 2 dana.



Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

- Sezону tokom aprila i maja kada su dominantni poslovni i kongresni gosti, zamenjuje odmorišni segment koji ostvaruje i najveći promet tokom avgusta meseca. Septembar i oktobar su ponovo tradicionalni meseci za poslovne goste. Najmanji promet se ostvaruje tokom zimskih meseci.

Izvori tražnje na Paliću u 2014. godini (prema % tržišnog učešća)			
10–15% tržišnog učešća (2014.)	5–10% tržišnog učešća (2014.)	3–5% tržišnog učešća (2014.)	2–3% tržišnog učešća (2014.)
Poljska (15.8%)	Slovenija (5.8%)	Rusija (3.8%)	Bugarska (3%)
Hrvatska (14.3%)	Nemačka (5.7%)	Makedonija (3.7%)	Slovačka (2.8%)
Mađarska (12.1%)	BiH (5.3%)	Rumunija (3.7%)	Crna Gora (2.6%)
<b>Ukupno: 42.2%</b>	<b>Ukupno: 16.8%</b>	<b>Ukupno: 11.2%</b>	<b>Ukupno: 8.4%</b>

Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

- Tri dominantna tržišta čine gosti iz Mađarske, Hrvatske i Poljske. Ova tržišta zajedno čine 42.2% ukupnog broja stranih gostiju, i 37.2% ukupnog broja stranih noćenja na Paliću u 2014. godini.
- Tržište Poljske karakteriše značajan rast u 2013. godini, kada je ostvareno preko 4.5 puta više gostiju u odnosu na 2012. godinu. Određeni broj ovih turista spada u kategoriju tranzitnih. Umereniji rast ostvaruje tržište Hrvatske, koje je u 2014. godini ostvarilo 2 puta više dolazaka u odnosu na 2013. godinu. Tržište Mađarske je tradicionalno tržište, koje pokazuje pozitivan trend rasta (2006-2014), bez naglih promena. Prosečan period boravka za ova tržišta je 1.6 dana.
- Tržišta Slovenije, Nemačke, Slovenija i BiH zajedno čine 16.8% ukupnog broja stranih dolazaka na Palić 19.3% stranih noćenja u 2014. godini. Tipično je za sva tri tržišta, da od 2006. godine

beleže kontinuirani pad broja dolazaka i učešća u strukturi, koji je kod Slovenije i Nemačke umereniji, a kod BiH drastičniji. Prosečan period boravka za ova tržišta je 1.7 dana, uz skraćenje dužine boravka u prethodnom periodu.

- Tržišta Rusije, Makedonije i Rumunije zajedno čine 11.82% dolazaka i 12.2% noćenja u 2014. godini. Tržište Rumunije ostvaruje u proseku 2.1 dan u destinaciji, a Makedonije 1.6 i Rusije 1.9 dana.
- Tržište Bugarske, Slovačke i Crne Gore zajedno čine 8.4% dolazaka i 8.2% noćenja u 2014. godini. Crna Gora beleži kontinuirano smanjenje tržišnog učešća.

### **2.5.3 Performanse hotelskog tržišta Palić - Subotica**

- Ukupan smeštajni kapacitet tržišta Palić – Subotica čini 87 objekata, 1.017 soba i 2.249 kreveta prema zvaničnim podacima (detaljniji prikaz ranije u Planu delu „Smeštajni kapaciteti). Strukturu čine 44% soba i 41% ležajeva u kategoriji hotela i garni hotela, 33% soba i 35% ležajeva u kategoriji privatnog smeštaja i 15% soba i 17% ležajeva u kategoriji prenoćišta.
- Prema raspoloživim podacima za prethodne tri godine najveći promet ostvaruje se u hotelima (hoteli i garni hoteli). U 2012. hoteli učestvuju sa 67% prometa, u 2013. sa 60%, a u 2014. godini sa 59% prometa gostiju. Opadanje u prometu ostvaruju i prenoćišta koja su u 2012. godini činila 17% prometa, a u 2014. godini 13%. Smanjenje prometa hotela i prenoćišta se nadoknadio kroz rast prometa u privatnom smeštaju, koji je donekle kompenzovao ovaj pad. Privatni smeštaj u prethodne tri godine pokazuje trend rasta prometa sa 17% u 2012. godini, na 26% u 2013. godini i konačno 28% u 2014. godini.
- Neophodno je istaći da formalna kategorizacija objekata za smeštaj u određenim slučajevima ne odgovara situaciji na terenu. O određenom broju slučaja kvalitet komplementarnih objekata za smeštaj, pre svega privatnog smeštaja, je na višem nivou od usluga pojedinih hotela
- Hotelsko tržište na Paliću se sastoji od manjih hotela i apartmana kojima upravljanju sami vlasnici.
- Ukupni hotelski kapaciteti na Paliću su ograničeni na hotele i garni hotele (Park i Jezero - Elitte Palić, Palić Resort, Prezident i Vila Lago), i osim restorana, dodatne sadržaje gostima nude, pre svega, kroz korišćenje kongresnih kapaciteta. Usluge velnesa postoje, ali su ograničene (uglavnom se odnose na saune i manje spoljne bazene) i svakako su nedovoljne za generisanje tražnje, već se nude kao dodata vrednost samom boravku;
- Hotelsko tržište Subotice čini 5 hotela, pri čemu je dominantna ponuda kapaciteta u okviru dva objekta, hotel Patria i Galerija. Usluge velnesa su prisutne u značajnoj meri. Kongresni kapaciteti imaju najveći značaj, jer upravo poslovni gosti predstavljaju glavni segment poslovanja. Udruživanje hotela omogućuje i organizaciju većih događaja;
- Na bazi sopstvenog istraživanja Horwath HTL, i imajući u vidu transparentnost iznetih podataka tokom procesa ličnog intervjuisanja, a vodeći računa o obavezi čuvanja poslovne tajne, sledi prikaz poslovnih performansi hotela koji po svojoj strukturi i obimu predstavljaju noseće kapacitete Palića i Subotice;

Poslovne performanse nosećih hotelskih kapaciteta Palić – Subotica (2014. godina)				
	Stopa popunjenosti soba	Prosečna ostvarena neto cena sobe (u EUR)	% učešća individualnih gostiju	% učešća stranih gostiju
<b>Hotel A</b>	30%	26	30%	40%
<b>Hotel B</b>	32%	24	15%	38%
<b>Hotel C</b>	25%	26	10%	38%

Izvor: Horwath Consulting Zagreb

- Stepen popunjenosti nosećih kapaciteta kreće se u rasponu 25-32%, a prosečna ostvarena neto cena sobe 24-26 evra;
- Učešće stranih gostiju u ukupnom broju hotelskih gostiju je sve značajnije i u 2014. je dostiglo 38-40%;
- Najveći promet u hotelima u destinaciji se ostvaruje u periodu april-jun, kao i septembar-novembar, kada su dominantni poslovni gosti koji borave na u destinaciji iz razloga prisustvovanja seminarima i kongresima. U ovom periodu popunjenost kapaciteta ide i do 80%. U slučaju većih događaja, dolazi do zajedničkog pristupa klijentu većeg broja hotela. Tokom leta dominantni su individualni gosti, ali usled nedostatka destinacijskog sadržaja, ostvaruju kratko vreme boravka, ispod 2 dana. Najveći izazov predstavlja zima, kada je broj gostiju ujedno i najmanji;
- U pojedinim hotelima, usled velikih kapaciteta, menadžment je primoran da se okreće različitim segmentima tržišta, kao što su dažke ekscuzije i tranzitni gosti; u ovom slučaju, primenom ekonomije obima se nastoje poboljšati ili barem održati nivo performansi hotela.

## 2.6 SWOT ANALIZA

SWOT analiza je alat strateškog planiranja koji na sažet i jezgrovit način sumira ključne aspekte razvoja pojedinog projekta, ekonomskog sektora ili nekog područja. U procedurama planiranja, SWOT analiza služi kao sublimacija svih analitičkih nalaza u svrhu određenja strateških polazišta, vizije i vodećih strategija daljeg razvoja. U skladu sa značenjem akronima (eng. SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats - Snage, Slabosti, Prilike, Pretnje) ključni analitički nalazi razvrstani su u:

- Snage – aspekte koji u suštini znače prednost nad konkurentima;
- Slabosti – brane i otežavajuće okolnosti za razvoj koje je nužno poboljšati i prevazići (ukoliko je moguće) ili zaobići na način da se usvoje strateški razvojni pravci za koje ovi elementi nisu toliko relevantni;
- Prilike – elementi i nadolazeći trendovi, prevashodno iz spoljašnjeg okruženja, koji mogu da se iskoriste u izgradnji konkurentske prednosti;
- Pretnje – elementi i nadolazeći trendovi, prevashodno iz spoljašnjeg okruženja, koji mogu da otežaju ili dugoročno čak i onemoguće razvoj.

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistički kompleks koji se nalazi na zaštićenom području, a čiji se obuhvat nalazi na listama zaštićenih područja od međunarodnog značaja;</li> <li>• Status „prioritetnog projekta“ od značaja za razvoj turizma, a koji je prepoznat od strane Vlade Srbije,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kašnjenje destinacije u procesu tržišnog restrukturiranja turističke industrije i zaostajanje za konkurentima;</li> <li>• Poboljšanje i održavanje zadovoljavajućeg</li> </ul>

<p>AP Vojvodina i grada Subotice;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Razumevanje ukupnog potencijala razvoja Palić i podrška implementaciji od strane lokalne samouprave;</li> <li>• Privatne investicije u smeštajne objekte (limitiranih kapaciteta) i dodatnu ponudu kreirale su sadržaje za dodavanje vrednosti boravku gostiju;</li> <li>• Regionalno prepoznatljiv turistički brend Palića – tradicija destinacije kao osnova za izgradnju turističkog brenda;</li> <li>• Kontrolisan razvoj turizma Palića kroz postavljenu viziju razvoja / master plan razvoja turizma / urbanističku regulaciju područja;</li> <li>• Porast atraktivnosti područja za privatne investicije / lokalnu zajednicu / goste, na osnovu sprovedenih javnih investicija u rekonstrukciju / sanaciju ključnih atrakcija na Paliću (Velika terasa, Ženski Štrand, Veliki Park, prečišćavanje jezera);</li> <li>• Pripremljene pojedine lokacije za privatne investitore kroz infrastrukturno opremanje i regulaciju;</li> <li>• Lokacija Palića (dostupnost, tranzitna pozicija, povoljna udaljenost od tržišta);</li> <li>• Blizina Grada Subotice sa ponudom komplementarnog proizvoda i osnove za kreiranje celokupnog lanca vrednosti;</li> <li>• Postojanje termalnih bušotina – osnova za razvoj spa proizvoda;</li> <li>• Raznovrsni prirodni i veštački turistički resursi i atrakcije – osnova za celoviti lanac vrednosti turizma destinacije;</li> <li>• Ljudski resursi (multikulturalnost, urođena gostoljubivost, otvorenost);</li> <li>• Ljudski resursi u smislu komplementarnih znanja i veština neophodnih za razvoj Palića kao destinacije (npr. stručan medicinski kadar);</li> <li>• Kontinuirani pozitivan trend rasta stranih turista u Srbiji i na Paliću i promena tržišne strukture;</li> </ul>	<p>kvaliteta vode zahteva dodatna javna ulaganja;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kratko vreme zadržavanja gostiju na destinaciji;</li> <li>• Struktura smeštajne ponude primerena lokalnom, ali ne i internacionalnom tržištu;</li> <li>• Skromne performanse turističke i hotelske industrije;</li> <li>• Nizak budžet za marketing Subotice i Palića i model upravljanja destinacijskim marketingom onemogućavaju proaktivan nastup prema ciljnim tržištima;</li> <li>• Nejasna podela odgovornosti (razvoj / marketing) između TO Subotica i Park Palić;</li> <li>• Događaji, kao dodata vrednost destinacije, i dalje su usmereni na lokalnog gosta;</li> <li>• Vlasnička struktura prostora (podeljenost parcela na veliki broj vlasnika) onemogućava razvoj pojedinih projekata;</li> <li>• Nezadovoljavajući kvalitet vode u jezeru, za kupanje i sportove, destimuliše dolazak turista;</li> <li>• Pojedini događaji nisu u skladu sa željenim pozicioniranjem destinacije;</li> </ul>
<b>MOGUĆNOSTI</b>	<b>PRETNJE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Politički trenutak i podrška projektu od strane javne vlasti;</li> <li>• Planirane dalje investicije u poboljšanje kvaliteta vode na Paliću;</li> <li>• Formiranje multifunkcionalnih zaštitnih pojaseva, kao važan korak u unapređenju ekološkog stanja Palićkog jezera, predstavlja i potencijal za kasniju turističku valorizaciju priobalja;</li> <li>• Profesionalna priprema i potpuno otvaranje destinacije ka investicionom tržištu;</li> <li>• Stimulativna investiciona politika i unapređenje modela privlačenja privatnih investitora;</li> <li>• Potencijal za značajni rast internacionalne tražnje;</li> <li>• Kreiranje različitih događaja kao turističkih proizvoda, radi stimulacije za dodatnu tražnju i</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nepochitanje dogovora oko ključnih pitanja daljeg razvoja Palića;</li> <li>• Odsustvo kontrole razvoja i opasnost trajne degradacije kvaliteta prostora;</li> <li>• Ekonomska i finansijska kriza u Evropi kao faktor smanjenog diskrecionog dohotka za turističke usluge;</li> <li>• Ograničene javne investicije za dalju podršku razvoju projekta;</li> <li>• Nedostatak investitora/finansijskih sredstava na tržištu kapitala;</li> <li>• Neadekvatno pozicioniranje i diversifikacija Palića u odnosu na konkurenciju;</li> </ul>

<p>standardizacija procesa upravljanja i kvaliteta, kao stimulacija za dodatnu tražnju;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak konkurentnih turističkih proizvoda u Srbiji;</li> <li>• Potencijal putnog i železničkog pravca iz Budimpešte – dostup do stranih gostiju;</li> <li>• Potencijal za razvoj destinacije kroz programe prekogranične saradnje i regionalne razvojne inicijative (Strategija EU za region Duvana, bilateralni razvojni programi, programi tehničke pomoći, itd.)</li> </ul>	
---	--

## 2.7 ZAKLJUČAK

Ekonomsku situaciju Srbije karakteriše stabilizacija ekonomije i priliv stranih direktnih investicija. Ovome doprinosi i smanjenje percepcije rizika investitora u prva dva meseca 2015. godine, usled potpisivanja aranžmana sa MMF. Izvoz i investicije će i u narednom periodu pozitivno uticati na kretanje BDPa. Učešće potrošnje u strukturi BDP-a se smanjuje, uz istovremeni rast učešća neto izvoza i investicija, što dalji rast BDPa čini održivijim u odnosu na pretkrizni period, kada je domaća potrošnja bila najznačajniji generator rasta. Možemo zaključiti da opšta ekonomska kretanja idu u prilog aktualizaciji razvoja Palića kao jedinstvenog rizorta.

Sam turistički kompleks se nalazi na severu Vojvodine, južno od granice sa Mađarskom. Zauzima površinu od 712,36 ha sa zaštitnom zonom od 1.698,13ha. Osnovu zaštićenog dobra predstavlja Palićko jezero. Karakteriše ga umereno kontinentalna klima i prosečna letnja temperatura od 20 °C. Palić karakteriše dobra saobraćajna povezanost zahvaljujući razvijenoj drumskoj infrastrukturi, i u kombinaciji sa avio i železničkim saobraćajem. Stanje opšte infrastrukture odgovara inicijalnim zahtevima budućeg razvoja, posebno imajući u vidu napore koji se čine u poslednjih nekoliko godina u kontekstu rešavanja tretmana otpadnih voda i smanjenja zagađenosti samog jezera.

Ljudski resursi (nivo obrazovanosti, stručnosti i diferencijovanost) su bitan faktor daljeg uspešnog razvoja. Kao takvi doprinose lakšoj valorizaciji i tržišnom prepoznavanju lokalne kulture i istorije, ostvarivanju bezbednijeg boravka, i konačno isticanju biodiverziteta, jedinstvenog miksa kulturnih i prirodnih vrednosti i jedinstvene atmosfere destinacije Palić-Subotica.

Palić i Suboticu karakteriše postojanje velikog broja antropogenih atrakcija koje doprinose ukupnom doživljaju destinacije, pored jezera koji predstavlja jedinu prirodnu atrakciju sa internacionalnim značajem (uz uslov poboljšanja ekološkog stanja jezera). Ostale uočene atrakcije mahom imaju nacionalni i regionalni značaj, ali izostaje uvezivanje doživljaja i iskustva kroz organizovane programe saradnje i marketinga.

Subotica i Palić raspolažu sa preko 2.200 kreveta u turističkim smeštajnim kapacitetima, a u prethodnom periodu dolazi do kvantitativne i kvalitativne promene strukture kapaciteta destinacije, pre svega zahvaljujući novim hotelima otvorenim u samoj Subotici.

Analizirajući pojedinačno kapacitete Palića jasno je da struktura smeštaja ne odražava karakter međunarodno prepoznate destinacije. Ponuda je fragmentisana, zbog čega se nameće, kao veliki budući izazov, kontrola kvaliteta celokupnog lanca vrednosti destinacije. Za Elite Palić potrebno je u daljem razvoju čitave destinacije, kreirati mogućnost unapređenja i proširenja kapaciteta ove kompanije.

Na teritoriji Palića i Subotice postoji značajan broj ugostiteljskih objekata, koji se međusobno razlikuju po vrsti hrane koje služe i nivou usluge.

U prethodnom periodu direktno je uloženo preko 6 miliona evra iz javnih sredstava u podizanje kvaliteta ostale turističke infrastrukture, kroz aktivnosti kao što su adaptacija, renoviranje, restauracija i izgradnja.

Turistički sistem čine interesni subjekti (stejkholderi) koji na direktnim ili indirektnim osnovama utiču na razvoj turizma Palića i Subotice, odnosno koji imaju posredne ili neposredne koristi od turizma. Pored sadašnjih i potencijalnih gostiju, čije potrebe i zahtevi moraju biti u fokusu svih aktivnosti, kao i lokalnog stanovništva, koje mora da bude uključeno u donošenje politike održivog socijalnog i ekonomskog razvoja destinacije, stejkholderi koji učestvuju u sprovođenju postojećeg turističkog sistema su:

- Direktni: Grad Subotica, Turistička organizacija Subotice (TO Subotica), Park Palić, Palić Ludaš, predstavnici privatnog sektora (smeštaja i ugostiteljstva), vlasnici zemljišta u okviru prostornog obuhvata projekta.
- Indirektni: AP Vojvodina, Turistička organizacija Srbije (TO Srbije), TO Vojvodina, Ministarstvo turizma, trgovine i telekomunikacija.

U periodu 2006.-2014. destinaciju Palić - Subotica karakterišu tri razdoblja razvoja turističkog prometa. Snažan razvoj u periodu do 2008. godine, zamenjuje značajan pad u periodima nakon ekonomske krize 2009-2011, posle čega dolazi ponovo do povećanja ukupnog turističkog prometa u periodu do 2014. godine. U pogledu strukture noćenja Palić - Subotica, noćenja stranih turista u poslednjih šest godina imaju kontinuiran pozitivan trend rasta. Zadržavanje gostiju na destinaciji je kratko - ispod 2 dana, sa trendom blagog pada. Ukupno posmatrano dominantni meseci su april-maj i septembar-oktobar što se poklapa sa tražnjom u segmentu kongresnog turizma. Dva dominantna tržišta u destinaciji Palić - Subotica su gosti iz Mađarske i Poljske, slede Hrvatska i Nemačka.

U pogledu strukture segmenata koji posećuju destinacije, jasno je učešće poslovnog gosta (kongresni turizam) koji su dominantni u periodu april-maj i septembar-oktobar, kada se dominantno opredeljuju za usluge hotelskog smeštaja. U toku letnje sezone, ovaj segment menjaju odmorišni gosti, ali koji se mahom opredeljuju za kapacitete u privatnom smeštaju.

Ukupni hotelski kapaciteti na Paliću su ograničeni, i osim restorana, dodatni sadržaji koji se nude gostima je, pre svega, korišćenje kongresnih kapaciteta. Usluge velnesa postoje, ograničeno i nedovoljno za generisanje tražnje, nude se kao dodatna vrednost.

Na bazi sopstvenog istraživanja Horwath HTL, utvrđeno je da su ostvarene performanse hotelskog tržišta u padu u poslednjih nekoliko godina. Pored popunjenosti, veliki izazov je cena po kojoj se sobe prodaju, kao i kratko zadržavanje usled nepostojanja povezanih sadržaja i snažnih atraktora.

Neophodno je zaključiti da u narednom periodu, set ljudskih, izgrađenih i prirodnih resursa kreira dobru platformu za kompleksne turističke doživljaje i razloge zbog kojih bi se turisti vraćali. Postojeća turistička infrastruktura može da podmiri trenutne potrebe, ali za dalji rast neophodno je raditi na unapređenju ukupne ponude i primeni zahteva standarda.



### POGLAVLJE 3

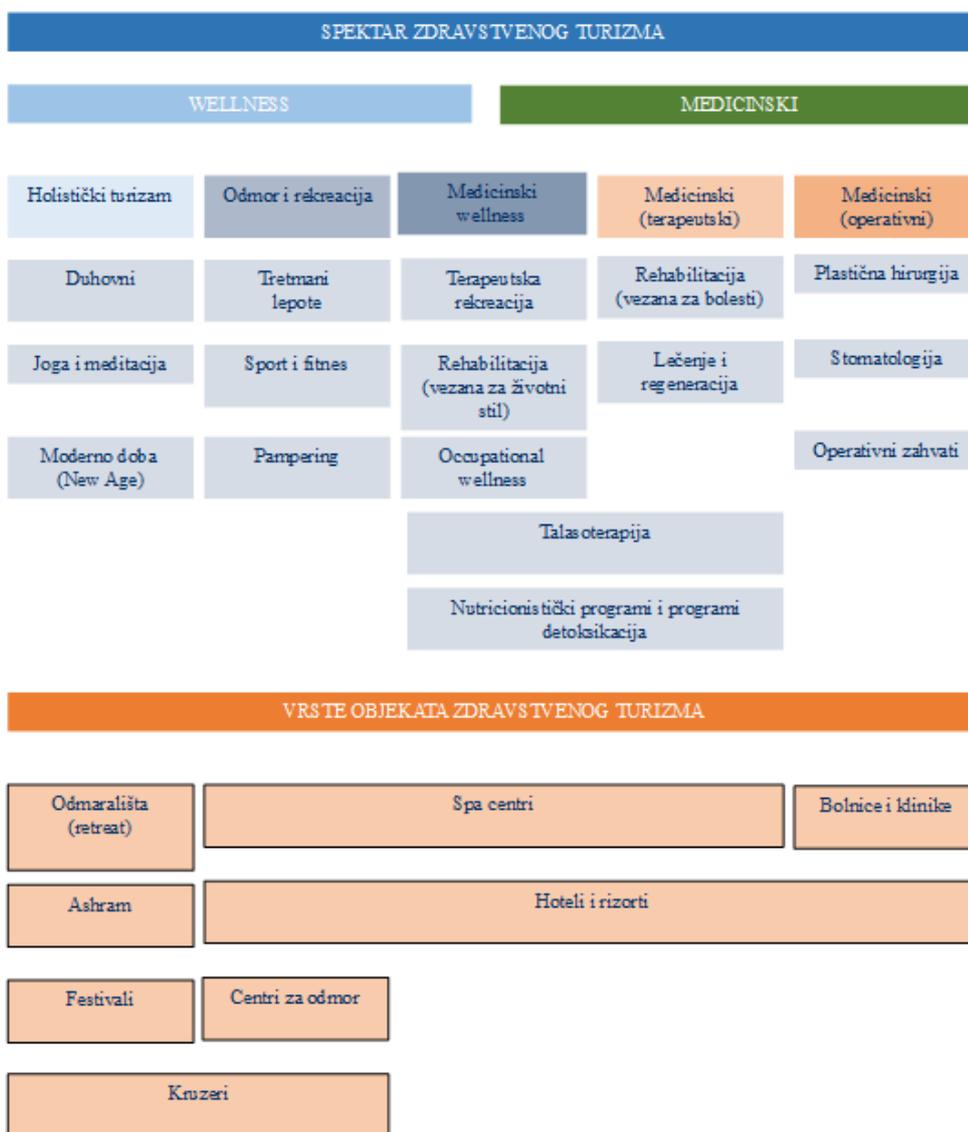
## Trendovi razvoja relevantnih tržišta i benčmark analiza

### 3 TRENDovi RAZVOJA RELEVANTNIH TRŽIŠTA I BENČMARK ANALIZA

#### 3.1 TRENDovi RAZVOJA RELEVANTNIH TRŽIŠTA

##### 3.1.1 Trendovi razvoja zdravstvenog turizma

Zdravstveni turizam se, uopšteno, može podeliti na dve potkategorije: velnes turizam i medicinski turizam. Sledi strukturalni pregled ovog turističkog proizvoda:



Izvor: Spectrum of Health Tourism, Melanie Smith & Laszlo Puczko

Velnes turizam se odnosi na goste koji su dobrog zdravlja i dolaze radi tretmana koji će im omogućiti održavanje dobrog fizičkog, psihičkog i duhovnog zdravstvenog statusa.

Medicinski turizam obuhvata rehabilitaciju koja je vezana za lečenje određene bolesti i kompleksnije medicinske procedure koje podrazumevaju određene operativne zahvate, kako u cilju lečenja određene bolesti tako i u cilju kozmetičkih intervencija.

U nastavku prezentujemo glavne globalne trendove spa industrije, koja u velikoj meri obuhvata i zdravstveni turizam, odnosno poboljšanje zdravlja tretmanima u kojima se koristi voda kao glavni resurs.

- Prema podacima Agencije CBI, koja radi pri Ministarstvu inostranih poslova Holandije, Evropska Unija ima najveći udeo na tržištu spa/velnesa u svetu – 39% svih velnes putovanja realizuje se u Evropi.
- Istraživanja SRI International (2014) pokazuju da od ukupno 5 putovanja u Evropi, 2 su motivisana velnesom.
- Prognozirani godišnji rast tržišta velnesa je na nivou od 7,3% do 2017. godine.
- U Evropi, države sa najvećim brojem aktivnih posetilaca velnes / spa centara (u % od ukupnog broja stanovnika) su Austrija (42%), Italija (39%), Španija (37%), Nemačka (30%) i Velika Britanija (25%);
- Aktivni posetioci velnes / spa centara su uglavnom osobe ženskog pola (70%+), dok je učešće osoba muškog pola u spa centrima u porastu u poslednjih nekoliko godina;
- Tržišni segment porodica sa decom je dominantni tržišni segment u globalnoj spa industriji – 60% posetioca u spa centrima pripada starosnoj kategoriji od 30 do 49 godina;
- Učešće starijih osoba u ukupnom broju posetioca u spa centrima u poslednjim godinama beleži opadajući trend;
- Učešće mladih (mlađih od 30 godina) u ukupnom broju posetioca beleži rastući trend;
- Glavni motivi za odlazak u spa centar su: stres, želja za kratkotrajnim potpunim ugađanjem (*pampering*), želja za poboljšanjem zdravstvenog stanja, odmorom i relaksacijom;
- Najpopularnije usluge i tretmani među aktivnim posetiocima u spa centrima na globalnom tržištu su masaže, tretmani lepote (telo), meditacija i aktivnosti harmonizacije uma, duha i tela, tretmani lepote (lice), programi vežbanja, mršavljenja, hidroterapije i drugo.

Novi i inovativni koncepti, proizvodi i inicijative u vezi sa zdravstvenim / medicinskim i velnes turizmom na koje je potrebno obratiti pažnju su:

- Holistički, integrisani koncepti i oni orijentisani na stil života, koji naglašavaju potragu za balansiranim stilom života (uključujući holističke rizorte, spa i velnes centre);
- Regionalni / cross-country marketing i branding inicijative koje udružuju zemlje sa sličnim karakteristikama i resursima poput Nordijskog Wellbeinga, Alpskog Wellnessa, i medicinskog / zdravstvenog turizma zasnovanog na dobrobitima mora, kao što je talasoterapija;
- Koncepti i proizvodi aktivnog odmora i (npr. sport i pustolovni turizam), koji se sve više kombinuju sa velnes turizmom;
- Održivi i ekološki koncepti i proizvodi, uključujući „eco-spas”, „slow” i hranu organskog porekla, kao i prirodnu i mineralnu kozmetiku;
- Rastući segment na evropskom velnes tržištu je ‘porodični velnes’, sa zabeleženim rastom od 25% u 2012. godini samo na nemačkom tržištu.

### 3.1.2 Trendovi razvoja kongresnog turizma

Dva osnovna segmenta tražnje na tržištu kongresnog turizma su korporativno i nekorporativno tržište. U nekorporativno tržište spadaju asocijacije, nevladine i vladine organizacije i institucije. Osnovni proizvod u kongresnom tržištu se obrazlaže kroz MICE akronim: sastanci (meetings), podsticajna putovanja (incentives), congresses (kongresi), događaji i izložbe (events and exhibitions). Uspešan razvoj kongresne destinacija bazira se na kreiranju jake mreže svih činilaca u procesu zadovoljavanja gosta: nosećih kapaciteta, komplementarnih kapaciteta i dodatnih sadržaja.

MICE proizvod ima blago izraženu sezonalnost, a najveći broj dešavanja u kongresnom turizmu se upravo odigrava tokom maja, juna, septembra, oktobra meseca, gde je najveći broj događaja.

Prosečna dužina trajanja događaja pokazuje trend smanjivanja, ali se povećava frekvencija održavanja događaja. Odnosno, događaji postaju kraći ali se održavaju češće.

Primetan je trend smanjivanje prosečne veličine događaja. Događaji postaju fokusiraniji na konkretne probleme. Usled smanjivanja veličine događaja, hoteli sa kongresnim kapacitetima, postaju dominantan pružalac usluge. Neophodno je imati u vidu da se organizatori odlučuje pre za hotele koji mogu da smeste sve delegate, jer u slučaju da koriste veći broj smeštajnih jedinica postavlja se pitanje pružanje istog nivoa usluga i tretiranje svih delegata na identičan način. Izuzetak predstavlja kada grupu u najvećem delu čine delegati istog nivoa, a samo manji broj ljudi su delegati na višim pozicijama koji se mogu smestiti nezavisno od ostatka grupe.

Takođe, povećava se značaj specijalnih prostora (muzeji, dvorci...) kao kongresnih prostora. Pitanje adekvatnog upravljanja specijalnim prostorima je od izuzetne važnosti za adekvatno pozicioniranje i prostora i destinacije. Značaj kongresnih centara se ne dovodi u pitanje, jer iako imamo trend smanjivanja događaja, i dalje postoji značajno tržište velikih događaja koji imaju isključivo potrebe za velikim kongresnim centrima.

Osim velikih gradskih centara, primetan je trend porasta značaja sekundarnih, pa čak i tercijarnih destinacija, i to u segmentu organizacije regionalnih i međunarodnih događaja. Njihov značaj raste iz dva razloga. Prvi se ogleda u težnji da se događajima da dodata vrednost kroz korišćenje novih, i neistraženih destinacija. Drugi je ekonomski razlog. Polazi se od toga da sekundarne destinacije mogu da pruže odgovarajući kvalitet po povoljnijim uslovima i poštujući princip „vrednost za novac“. Imajući u vidu sezonski karakter kongresnog turizma, sekundarne destinacije mogu cenovnom politikom izaći iz okvira glavne sezone, i targetirati skupove asocijacija i korporacija za period meseca avgusta, kao i februara i marta.

Sekundarne kongresne destinacije se dominantno razvijaju u okviru urbanih sredina (u samom gradu ili u neposrednoj blizini grada), a samo malim delom u okviru planinskih destinacija. Takođe, sekundarne kongresne destinacije se razvijaju i na nivou jezerskih destinacija. Neophodno je istaći da značajan broj spa i porodičnih destinacija, kako bi smanjili uticaj sezone, razvijaju kongresne kapacitete, i svoje sadržaje prilagođavaju kongresnom gostu.

Da bi bile konkurentne na međunarodnom tržištu, sekundarne destinacije moraju investirati u poboljšanje infrastrukture i podizanju kapaciteta prodaje destinacije.

Prosečna veličina međunarodnog događaja u Evropi je 365 delegata.<sup>6</sup> U poslednjih nekoliko godina, kao što je napomenuto, događaji postaju manji, ali se češće organizuju. Ovo kreira priliku da se sa istom klijentelom realizuje serija događaja, da bi se smanjili troškovi dodatnog marketinga i nastupa na tržištu.

Najveći broj organizovanih događaja spada u kategoriju 50-500 delegata, i to 64% je kategorija do 250 delegata, a 20% je kategorija 250-500 delegata. Prethodno navedeno, govori u prilog činjenici da se u Evropi dešava restrukturiranje ponude, i stavljanje u prvi plan kongresnih hotela, sa dovoljno kapaciteta i za sastanke i za prateće sajmove i izložbe.

Prosečna dužina trajanja događaja u Evropi je 3.6 dana, pri čemu dužina boravka je uslovljena temom samog događaja. Primetno je da destinacije koje imaju razvijen sistem turističkih doživljaja i dodatnih sadržaja ostvaruju i duži period trajanja događaja. Osim produženja trajanja događaja, osim produženja trajanja događaja (koje se manifestuje kroz broj noćenja), razvojem dodatnih aktivnosti i

---

<sup>6</sup> Prema podacima Međunarodne kongresne asocijacije ICCA

paketa doživljaja, broj učesnika se može povećati u rasponu 5-10%, jer destinacija postaje atraktivna i za prateće posetioce (kao što su članovi porodice).

Ako se uzme u obzir da je prosečna veličina događaja 365 delegata, i da u proseku ostaju 3.6 dana u destinaciji, dobije se da prosečan događaj generiše 1.314 noćenja. Imajući u vidu da troškove boravka ne plaća sam gost, odnosno delegat, jer su troškovi skoncentrisani na poslovni entitet koji organizuje skup, jasno je da potrošnja u destinaciji poslovnog gosta viša od odmorišnog gosta.

Pozicioniranje destinacije kao kongresne za preduslov ima jasno određenog nosioca poslova destinacijskog menadžmenta i implementaciju principa saradnje svih nosioca kapaciteta na destinaciji. Na ovaj način kreira se integrisani sistem prodaje kapaciteta prema domaćim, regionalnim i međunarodnim klijetima.

### 3.1.3 Trendovi u turizmu porodičnih odmora

Ovaj turistički proizvod podrazumeva porodična putovanje izvan uobičajenog mesta stalnog stanovanja, sa motivom odmora, rekreacije i razonode za sve članove porodice. Na ovim putovanjima, često su prisutne tri generacije jedne porodice. Osnovni preduslov usmeravanja destinacije ili rizorta ovom segmentu je postojanje aktivnosti za decu (kids friendly activities), kako bi kvalitetno proveli vreme.

Kategorije turista porodičnih odmora mogu biti značajan segment, kako za osnovne tako i za komplementarne kapacitete. U periodima niske tražnje drugih primarnih segmenata (recimo kongresni gost, ili lečilišni gost) kapaciteti se mogu okrenuti ovom tržišnom segmentu, uz određena prilagođavanja njihovim posebnim zahtevima. Prilagođavanja ne podrazumevaju promenu infrastrukture i kapacitet samih objekata, ili njihovu dopunu, već se odnose na komunikaciju, već se odnose na komunikaciju posebno oblikovanih sadržaja koji ovaj segment može da iskusi na nivou destinacije.

Karakteristika ove ciljne grupe je prethodno dobro upoznavanje destinacije, dobra priprema putovanja, pre nego što se donese odluka o rezervaciji odmora. Prioritet se daju destinacijama koje imaju dovoljan broj posebnih aktivnosti za decu i usluge prilagođene dečijim potrebama (posebni obroci u restoranu, posebne šoping zone, posebni delovi akva parka...).

Za ovaj turistički proizvod je potrebno imati animatori i posebno obučene vodiče kako bi se dečje aktivnosti organizovale na najbolji mogući način, bezbedno, u uslovima kontrolisane sredine. U ovom slučaju, roditeljima ostaje slobodno vreme da se posvete zadovoljavanju sopstvenih potreba (odmor, spa, velnes...).

Sezona je uslovljena godišnjim odmorima roditelja, dok u slučaju dece u osnovnim školama, školskim raspustima u toku i van letnje sezone, za decu u školskog uzrasta.

Roditelji preferiraju destinacije gde čitava porodica može imati zajedničke aktivnosti, naročito ako deca pohađaju srednju školu.

Kao ključni faktor destinacije ističe se faktor lokacije. Destinacija /rizort/ hotel mora biti lako dostupan, pri čemu sve aktivnosti moraju isto biti na dohvat ruke. U planiranju strukture smeštajnih jedinica, neophodno je obezbediti dovoljno velike sobe, ili značajan broj spojenih soba. Bitan faktor su i posebno planirane aktivnosti za decu.

## 3.2 BENCĀMARK ANALIZA

---

### 3.2.1 Pregled odabranih benčmark projekata

U planiranju razvoja Palića moguće je uzeti u razmatranje primere dobre prakse destinacija kojima se Palić može približiti po svojim resursima i atrakcijama. U analizi odabranih destinacija, korišćeni su sledeći kriterijumi:

- vizija i struktura destinacije / rizorta

- nivo atraktivnosti (resursi i atrakcijske osnove)
- vrste i struktura smeštajnih kapaciteta,
- struktura turističkog proizvoda
- opšti nivo kvaliteta usluge

U nastavku dajemo pregled odabranih benčmark projekata:

- Villach (Austrija)
- Neusiedler See (Austrija)
- Balaton (Mađarska)
- Bled (Slovenija)
- Karlovy Vary (Češka)

Destinacija: Villach (Austrija)	
	
<b>Vrsta kompleksa:</b>	Destinacija poznata po dva jezera Faaker i Ossiacher, pogodna za aktivan i porodični duži odmor, wellness aktivnosti i celogodišnju rekreaciju
<b>Lokacija:</b>	Destinacija se nalazi u južnom delu Austrije, u blizini Italije i Slovenije. Koristi aerodrome Klagenfurta, Graca, Salzburga, Ljubljane i Trsta. Dobra putna infrastruktura i železnička. Destinacija zaokružuje ponudu većeg broja mesta, među kojima su najveća Klagenfurt i Vilah. Vilah se nalazi na jezerima Faaker i Ossiacher. Jezera su dubine do 30m. Letnja temperatura do 23 stepena. Destinacija je deo regiona Karintia.
<b>Pozicioniranje:</b>	Destinacija porodičnog odmora, aktivan odmor, uživanje u multikulturalnom ambijentu
<b>Ciljna tržišta:</b>	Odmor sa porodicom u prirodi Rekreacija i aktivan odmor Wellness paketi Grupna putovanja Specijalna interesovanja i sportisti Poslovni gosti
<b>Aktivnosti:</b>	Spoljne: Posmatranje ptica Istraživanje prirode Staze za pešačenje i nordijsko skijanje Zabavni i akva park Podrumi vina, vinarije i vinogradi Nacionalni park Programi za porodice Tematske staze Kids friendly sadržaji Vožnja bicikla Surfovanje, jedrenje, kite surfing vožnja čamaca i pedalina Najam čamaca i glisera Plivanje Bazeni Zimske: klizanje, zimske aktivnosti, bazeni Dogadaji: naglašavaju kulturu; veliki broj festivala kao modernih događaja
<b>Vrste sadržaja:</b>	<p><b>SMEŠTAJ</b></p> <p>Ukupan kapacitet je 1.427 objekata Hotel ****: 39 objekata Hotel ***: 47 objekata Hotel **: 2 objekta Prenočišta: 80 objekata Privatni smeštaj: 133 objekta Apartmani i stanovi: 572 jedinice Kuće za odmor, brvnare i bungalovi: 86 jedinica Kamp: 20 kampova Privatne sobe: 368 jedinica Seoska domaćinstvo: 75 objekta Hosteli: 5 objekata Ukupan kapacitet se procenjuje na preko 55.000 kreveta</p> <p><b>GOLF</b></p> <p>1 golf teren sa 18 rupa Dodatni sadržaji: Shooting range, treninzi, klub, prodaja opreme, restoran. Golf teren je pod menadžmentom privatne kompanije i posluje komercijalno. Deo "Alpe Adria Golf" programa</p> <p><b>GASTRONOMIJA</b></p> <p>Tradicionalni restorani Internacionalni restorani Seoska radinost (seoske gostionice) Poslastičarnice</p> <p><b>SPA</b></p> <p>Značajan broj hotela u okviru svog sadržaja nudi spa usluge, bazene i saune. Wellness &amp; spa ponuda je bazirana na komercijalnim tretmanima za odmor, i negu tela i lica. Koristi ste termalna voda u svim objektima, kao i tretmani lekovitim blatom. Nema klasične primene medicinskih spa tretmana. Određeni broj hotela nudi određenu vrstu akva parkova sa termalnom vodom. Termalna voda se koristi i za zimske otvorene bazene.</p> <p><b>KONGRESNI KAPACITET</b></p> <p>Kongresni centri: Vilah: 20 sala, maks kapacitet 2.000</p> <p>Kongresni kapaciteti u hotelima: eduCare: 4*, 8 sala, maks kapacitet 300</p>

<http://www.neusiedler-see.at/>

<http://www.vilach.at/>

<b>Destinacija:</b> Neusiedler See (Austrija)	
	
<b>Vrsta kompleksa:</b>	Destinacija pogodna za porodični odmor, aktivnosti u prirodi, upoznavanje kulture i tradicije
<b>Lokacija:</b>	Destinacija se nalazi na samoj granici Austrije i Mađarske, pri čemu je jezero najvećim delom u Austriji. Jezero se nalazi na 40km od Bratislave i 50km od Beča, pa je servisirana i od strane dva aerodroma. Dobra putna infrastruktura garantuje laku dostupnost. Jezero je maksimalne dubine od 2m, a prosečna dubina je 1m, karakteriše ga postojanje taloga i mulja.
<b>Pozicioniranje:</b>	Destinacija aktivnog odmora, odmor i relaksacija u dodiru sa prirodom, interesantno kulturno nasleđe, porodični aktivni odmor
<b>Ciljna tržišta:</b>	Specijalna interesovanja Wellbeing Vinski turizam Porodični odmor Kultura i kulturni događaji Sportisti (amateri i profesionalni)
<b>Aktivnosti:</b>	<p><b>SMEŠTAJ</b></p> <p>Ukupan kapacitet je 3.356 kreveta Hotel ****: 5 objekata, 533 soba, 810 kreveta Hotel ***: 12 objekata, 330 soba, 670 kreveta Hotel **: 3 objekta, 35 soba, 74 kreveta Prenocišta: 24 objekta, 259 soba, 584 kreveta Seoska domaćinstva: 6 objekata, 33 sobe, 68 kreveta Kuće za odmor: 117 jedinica, 1.150 kreveta Kamp: 1 kamp, 180 kamping mesta</p>
	<p><b>GOLF</b></p> <p>1 golf teren sa 18 rupa Dodatni sadržaji: shooting range, treninzi, klub, prodaja opreme, restoran. Golf teren je pod menadžmentom privatne kompanije i posluje komercijalno.</p>
	<p><b>GASTRONOMIJA</b></p> <p>Lokalni specijaliteti i tradicionalno pripremljena hrana Nacionalni restorani Internacionalni restorani Vinske kuće i vinski podrumi</p>
	<p><b>SPA</b></p> <p>Wellness &amp; spa ponuda je bazirana na komercijalnim tretmanima za odmor, i negu tela i lica. Koristi se termalna voda različitog sastava i temperatura. Nema klasične primene mećinskih spa - lečilišnih tretmana, ali se ističe da je voda lekovita za hronična reumatska oboljenja, oporavak mišićnog sistema i kičme, kao i da podstiče cirkulaciju</p>
	<p><b>KONGRESNI KAPACITET</b></p> <p>Kongresni kapaciteti se nalaze u hotelima, ali su limitiranog kapaciteta:</p> <p>St. Martins: 4*, 8 sala, maks kapacitet 300 (pozorišni stil) The Birkenhof: 4*, 6 sala, maks kapacitet 180 Check in: 1 sala, maks kapacitet 35 National Part: 4*, 6 sala, maks kapacitet 200</p>

<http://www.neusiedler-see.at/>

Destinacija: Balaton (Mađarska)	
	
<b>Vrsta kompleksa:</b>	Spa & wellness destinacija pogodna za odmor, relaksaciju i porodični odmor.
<b>Lokacija:</b>	Destinacija se nalazi u zapadnom delu Mađarske. Povezana je odličnim putnim pravcima. Udaljenost od glavnog grada je 100km. Dubina jezera je 12m. Dužina obale je 236 km. Jezero je najveće u centralnoj Evropi. Temperatura vode leti je u proseku 26 stepeni. Udaljenost vožnje od Beča i Graca je 2.5 sati.
<b>Pozicioniranje:</b>	Destinacija idealna za odmor i rekreaciju na vodi, i porodičan odmor, kao i letnju zabavu.
<b>Ciljna tržišta:</b>	Odmor sa porodicom Omladinski turizam Rekreacija i aktivan odmor Grupna putovanja Poslovni gosti
<b>Aktivnosti:</b>	Spoljne: Jedrenje i vožnja čamaca Kanu, kajak i pedalina Ostala zabava na vodi Skijanje na vodi Pecanje Plivanje Ronjenje Jahanje konja Vožnja bicikala i rolera Tenis i skvoš Lov Paintball i adrenalinski sportovi Avantura park Unutrašnji bazeni Escape igre Sportovi na plaži Dečje igraonice i zanimacije Unutrašnje: Teretana Bazeni Igraonice Dogadaji: naglašavaju kulturu i tradiciju
<b>Vrste sadržaja:</b>	<p><b>SMEŠTAJ</b></p> <p>Ukupan kapacitet je 24.872 kreveta.            Hotel *****: 1 objekat, 232 sobe, 445 kreveta            Hotel *****: 29 objekata, 3.813 soba, 8.025 kreveta            Hotel ***: 38 objekata, 3.005 soba, 6.443 kreveta            Hotel **: 1 objekat, 40 soba, 100 kreveta            Apartmani: 15 objekata, 624 sobe, 1.716 kreveta            Privatan smeštaj: 224 objekta, 2.721 soba, 5.814 kreveta            Kuće za odmor: 34 objekta            Hosteli i dečja odmarališta: 17 objekata, 269 soba, 729 kreveta            Seoska domaćinstva: 1.017 objekata, 2.230 kreveta</p> <p><b>GOLF</b></p> <p>1 golf teren 19 rupa Dodatni sadržaji: shooting range, treninzi, klub, prodaja opreme, restoran. Golf teren je pod menadžmentom privatne kompanije i posluje komercijalno.</p> <p><b>GASTRONOMIJA</b></p> <p>Tradicionalni restorani Internacionalni restorani Poslastičarnice Brza hrana</p> <p><b>SPA</b></p> <p>Voda i lekovito blato se koristi za terapije modernih bolesti, kao što su nervoza, anemija i ankcioznost. Wellness &amp; spa ponuda je bazirana na tretmanima za odmor. Značajan broj hotela u okviru svog sadržaja nudi spa usluge, bazene i saune.</p> <p><b>KONGRESNI KAPACITET</b></p> <p>Kongresni kapaciteti su skocentrisani u 9 hotela:            Anna Grand : 4*, 6 sala, maks kapacitet 270 (pozorište stil)            Danubius Health Spa: 4*, 11 sala, maks kapacitet 230            Flamingo Wellness: 4*, 3 sale, maks kapacitet 300            Azur Hotel: 4*, 14 sala, maks kapacitet 6000            Hotel Karos Spa: 4*, 8 sala, maks kapacitet 300            Kolping Hotel: 4*, 5 sala, maks kapacitet 110            Lotus Theme: 4*, 33 sale, maks kapacitet 80            NaturMed: 4*, sale, maks kapacitet 320            Ramada Hotel: 4*, 9 sala, maks kapacitet 550</p>

<b>Destinacija:</b> Bled (Slovenija)			
			
<b>Vrsta kompleksa:</b>	Jezerska destinacija poznata po prirodnim lepotama planinskog predela, jezeru i bogatstvu voda.	<b>Vrste sadržaja:</b>	
<b>Lokacija:</b>	Destinacija se nalazi u blizini granice sa Italijom i Austrijom. Povezana je odličnim putnim pravcima. Od glavnog grada je udaljena 50km, gde se nalazi međunarodni aerodrom. Najbliži grad u inostranstvu je udaljen 80km (Klagenfurt), a najbliži drugi aerodrom je Trst (170 km). Destinacija ima 5.476 stanovnika. Nadmorska visina je 501m. Površina je 144ha Dubina jezera je 30.6m, a maksimalna temperature vode 26 stepeni.	<b>SMEŠTAJ</b>	Ukupan kapacitet je 3.000 kreveta. Hotel *****: 1 objekat, 87 soba, 168 kreveta Hotel *****: 7 objekata, 638 soba, 1.203 kreveta Hotel ***: 6 objekata, 468 soba, 910 kreveta Garni hotel: 9 objekata, 85 soba, 198 kreveta Prenosišta: 10 objekata, 102 sobe, 236 kreveta Seoska domaćinstva (farme): 3 objekta, 22 sobe, 71 krevet Privatan smeštaj: 70 objekata, 310 soba, 757 kreveta Hosteli: 4 objekta, 28 soba, 119 kreveta Kamp: 280 kamping mesta
<b>Pozicioniranje:</b>	Destinacija idealna za Wellness odmor od svakodnevnih gužve, rekreaciju, ali i poslovne goste.	<b>GOLF</b>	1 golf teren 19 rupa, na površini 70ha Dodatni sadržaji: shooting range, treninzi, klub, prodaja opreme, restoran. Golf teren je pod menadžmentom privatne kompanije i posluje komercijalno
<b>Ciljna tržišta:</b>	Wellbeing Aktivan odmor i rekreacija Poslovni ljudi	<b>GASTRONOMIJA</b>	Tradicionalni restorani domaće kuhinje Poslastičarnice Domaćinstva i farme
<b>Aktivnosti:</b>	Spoljne: Alpsko i sportsko penjanje Vožnja kajaka i kanua Vožnja čamaca i pedalina Snalaženje u prirodi Pešačenje i staze zdravlja Razne vožnje brzacima Skakanje sa padobranom Jahanje Istraživanje pećina i kanjona Vožnja bicikala Mini golf Adrenalin park Tenis i skvoš Kupanje , veslanje i ronjenje Letnji bob i tubing Skijanje, sankanje, nordijsko skijanje Klizanje Turistički voz i razgledanja Unutrašnje: bazeni, fitness, teretana Događaji: naglašavaju kulturu i tradiciju destinacije; moderni događaji	<b>SPA</b>	Fokus je na wellness tretmane koji pomažu u lečenju bolesti modernog doba, kao što su stres i iscrpljenost, te poremećaj pažnje. Tretmani su bazirani na korišćenju termalne vode koja je na konstantnoj temperaturi od 23 stepena.
		<b>KKONGRESN KAPACITET</b>	Kongresni centar: 4 sale, maks kapacitet 500 delegata (pozorišni stil).  Značajni kapaciteti po hotelima. 11 hotela nudi kongresne kapacitete:  Golf: 4*, 9 sala, maks kapacitet 350 Toplice: 5*, 7 sala, maks kapacitet 270 Park: 4*, 8 sala, maks kapacitet 120 Kompas: 4*, 5 salla, maks kpacitet 200 BW Lovac: 5*, 4 sale, maks kapacitet 140 Triglav: 4*, 2 sale, maks kapacitet 30 Vila Bled: 4*, 2 sale, maks kapacitet 120 Astoria: 3*, 3 sale, maks kapacitet 150 Jelovica: 3*, 3 sale, maks kapacitet 150 Ribino: 4*, 4 sale, maks kapacitet 45 Krim: 3*, 2 sale, maks kapacitet 100

<http://www.bled.si/en/>

Destinacija: Karlovy Vary (Češka)



<b>Vrsta kompleksa:</b>	Spa destinacija posvećen zdravlju i relaksaciji.	<b>Vrste sadržaja:</b>	
<b>Lokacija:</b>	Destinacij se nalazi u zapadnom delu Češke. Površina destinacije je 59 km <sup>2</sup> . Broj stanovnika je 50.594. Nadmorska visina 370-600m. Najbliži gradski centar je udaljen 50km, a glavni grad 120km. Prvi veliki grad u inostranstvu je udaljen 320km (Minhen).	<b>SMEŠTAJ</b>	Ukupan kapacitet je 10.000 kreveta. Hotel *****: 6 objekata, 450 soba, 900 kreveta Hotel *****: 53 objekta, 2.680 soba, 5.350 kreveta Hotel ***: 37 objekata, 1.120 soba, 2.250 kreveta Hotel **: 18 objekata, 450 soba, 920 kreveta Prenočišta: 22 objekta, 50 soba, 100 kreveta Privatan smeštaj: 480 kreveta
<b>Pozicioniranje:</b>	Destinacija za wellness i spa odmor, poznata po kvalitetu lečilišnih (medical spa) tretmana, tradiciji u lečenju i relaksaciji.	<b>GOLF</b>	10 golf terena u neposrednoj blizini destinacije (3 terena sa 9 rupa, 7 terena sa 19 rupa). Dodatni sadržaji: shooting range, treninzi, klub, prodaja opreme, restoran. Golf tereni su pod menadžmentom različitih klubova (kompanija) i posluju komercijalno
<b>Ciljna tržišta:</b>	Medical spa Wellbeing, aktivan odmor i rekreacija Golf Starije osobe Poslovni ljudi	<b>GASTRONOMIJA</b>	Tradicionalni restorani domaće kuhinje Internacionalni restorani Poslastičarnice Pivnice Ekskuzivni restorani
<b>Aktivnosti:</b>	Spoljne: Pešačke staze i staze zdravlja (22) Tenis Bazeni i plivanje Hokej i klizanje na ledu Skijanje (30km od destinacije) Roleri Paintball Vožnja bicikala Konjičke trke Jahanje konja Unutrašnje: Bazeni Teretana i fitness Kuglanje Događaji: naglašavaju kulturu i tradiciju destinacije; moderni događaji	<b>SPA</b>	Usluge lečilišnog spa (medical spa) su dominantne; Poznata po tretmanima protiv: bolesti digestivnog trakta, poremećaja metabolizma, dijabetesa, bolesti lokomotornog sistema, bolesti jetre i pankreasa, neuroloških bolesti; Balneoterapija i korišćenje toplih izvora (79 izvora za lečenje, i 13 za vodu koja se pije) Ponuda komercijalnih wellness tretmana, i tretmana za negu lica i tela (6 wellness studija, pored hotela). Medicinski turizam: plastična hirurgija, stomatološki centar, centar za reprodukciju
		<b>KONGRESNI KAPACITET</b>	Hoteli sa kongresnim kapacitetima: 2 objekta. Ukupno 6 kongresnih sala, maksimalni kapacitet je 800 delegata u jednoj S ali (pozorišni tip sedenja), a 1.000 za organizaciju koktela. Glavni kapacitet u okviru hotela Grandhotel Pupp de Luxe (4 sale), dodatni kapacite u hotelu Imperial. Destinacija nema klasičan kongresni centar

<http://www.karlovyvary.cz/>

### 3.2.2 Zaključak

Tržišni trendovi pokazuju jasno opredeljivanje destinacija i rizorta prema konkretnim tržišnim segmentima, i prilagođavanje ponude njihovim potrebama i zahtevima. Segmenti velnes i medicinskog turizma, porodičnih putovanja i kongresnog tržišta su međusobno komplementarni. U periodima niske tražnje jednog segmenta, destinacija može da se usmeri na drugi segment, jer tržište kongresnog turizma ima sezonu u periodima niske tražnje velnes i porodičnih odmora, i obrnuto, zbog različitih potreba ciljnih grupa.

Da bi destinacija mogla uspešno da se pozicionira neophodno je prilagođavanje i proširivanje ponude. U zavisnosti od stepena trenutnog razvoja i postojeće infrastrukture, zavisice i nivo neophodnih novih ulaganja. Neophodno je sve sadržaje prilagoditi zahtevima konkretnog ciljanog segmenta, vodeći računa da se oni mogu iskoristiti kao dodata vrednost za druge segmente.

Prikazani primeri iz prakse kroz benčmark analizu, upravo pokazuju na koji način su unapređeni osnovni resursi i atraktori kroz dodatne sadržaje i aktivnosti, kreirajući kompleksan turistički doživljaj za različite segmente, a pre svega za segment odmorišnog turizma (sa decom), kongresnog turizma kao i putovanja sa potrebama velnesa i spa.

Uvek mora da postoji jedan dominantan resurs / atraktor koji svojim kvalitetom i karakteristikama kreira osnov generalnog turističkog proizvoda i turističkog doživljaja. Ovaj resurs se u najvećem broju slučajeva bazira na prirodnom resursu (jezero, termalna voda ili kombinacija), koji je zatim kroz sistem turističkih aktivnosti i doživljaja razvijen kroz veliki broj individualnih i komplementarnih aktivnosti (medicinski tretmani, velnes tretmani, sportske aktivnosti, specijalna interesovanja). Ovaj sistem pojedinačnih doživljaja se planira u prirodnom okruženju, omogućavajući jedinstven doživljaj prirode. Na ovo su dodate i izgrađene atraktivnosti koji upotpunjuju doživljaj, ali u isto vreme kreiraju i snažnu iskustvenu osnovu (golf tereni, staze za pešačenje i biciklizam, tereni za sport i rekreaciju...). Pažljivom kombinacijom ovih elemenata dobijaju se turistički proizvodi kojima se targetiraju segmenti porodica sa decom, segmenti turista koji putuju iz razloga očuvanja zdravlja ili zdravstvenih razloga, kao i MICE gosti. Glavni doživljaji destinacija su voda, priroda, aktivni odmor, relaksacija.

Doživljaj vode (jezera ili termalne vode) je osnov izgradnje glavnog turističkog doživljaja posmatranih destinacija, a koji se potom prožima kroz veliki broj dodatnih aktivnosti.

Na doživljaj vode se pridodaje krug doživljaja koji je u vezi prirode: pešačenje, biciklizam, penjanje, posmatranje ptica i druge. Gotovo sve aktivnosti su prilagođene i potrebama dece, a postoje i posebne aktivnosti samo za decu.

Da bi se ukupni set aktivnosti proširio, u skladu sa potrebama ciljnih grupa, grade se dodatni kapaciteti za golf, sala za sport, teretana, otvorenih i zatvorenih bazena.

Sa aspekta kapaciteta, možemo zaključiti da uvek mora postojati vodeći smeštajni kapacitet, najčešće hotel (nivo 4\* češće, ali i 5\*). On je vodeći sa određenim kvalitetom usluga, broja soba i dodatnih sadržaja. Osim toga, prisutni su i smeštajni kapaciteti ostalih kategorija pored hotela, kao što su privatne sobe, apartmani i kampovi. Neophodno je istaći da svaki od ovih kapaciteta svojim kvalitetom usluge mora da se postavi kao sastavni deo iskustvenog lanca vrednosti, da ne naruši ugled čitave destinacije.

Vodeći kapaciteti imaju i sopstvene dodatne sadržaje, među kojima se pre svega ističu velnes i medicinske usluge. Termalna voda je osnov za usluge balneologije. Samo u destinacijama gde je dokazano da voda ima terapeutske elemente, razvijene su i balneološke usluge, u smislu posebnih medicinskih tretmana. U ostalim destinacijama, termalna voda je osnov velikog broja različitih velnes tretmana za negu lica i tela.

Kongresni kapaciteti su najčešće smešteni u okviru hotela, i samo u pojedinim destinacijama postoje manji kongresni centri. Pojedinačni kapaciteti za organizaciju kongresa su limitirani, ali postoji dobra saradnja na nivou destinacije, čime se povećava i ukupni kapacitet koji se nudi klijentima. Glavna tržišta MICE gostiju koji se targetiraju su regionalna, domaća, i manjim delom međunarodna.

Destinacije diverzifikuju svoju ponudu, putem jačanja gastronomije. Pojavljuju se restorani čija je ponuda zasnovana na lokalnim tradicionalnim receptima. Sistematski se izgrađuje doživljaj mesta, seoske farme i vinarije se uključuju kao prepoznatljiv simbol.

Organizacija festivala je prisutna u najvećem broju slučajeva tokom glavne sezone, i predstavlja vid animiranja gostiju. Festivali su u vezi sa lokalnom istorijom i kulturom, ali postoje i kategorije modernih događaja (moderna i popularna muzika i drugo). Prilikom organizacije modernih događaja sve destinacije vode računa o ukupnom iskustvu koje se prezentuje, načinu kako se svaki događaj uklapa u viziju destinacije, kako se ne bi narušila ukupna slika.

Predstavljeni primeri pokazuju uspešnu saradnju javnog i privatnog sektora u razvoju, marketingu destinacije i operativnom menadžmentu. U tom smislu, kreirane su odgovarajuće platforme za saradnju – počev od klubova konkurentnosti do integrisanih destinacijskih menadžment organizacija.



**POGLAVLJE 4**  
**Strateški okvir master plana i**  
**koncept razvoja**

## 4 STRATEŠKI OKVIR I KONCEPT RAZVOJA

### 4.1 STRATEŠKI KONTEKST

---

#### 4.1.1 Strateške prednosti

##### 1. *Strateški projekat Srbije, Vojvodine i Subotice*

Projekat Palić je strateški „*break-through*“ projekat i kao takav ima snažnu podršku od svih nivoa vlasti. Značajne javne investicije u regulaciju prostora, opštu infrastrukturu (vodovod, kanalizacija, saobraćajnice) i rekonstrukciju / sanaciju ključnih atrakcija na Paliću u poslednjih 10 godina imale su za rezultat porast atraktivnosti destinacije za ulaganja privatnog sektora, lokalnu zajednicu, posetioce;

##### 2. *Ekološke karakteristike Palićkog jezera*

Palićko jezero, iako pod jakim antropogenim uticajem, zadržalo je određene jedinstvene prirodne vrednosti. Područje "Subotička jezera i pustare" su od međunarodnog značaja za ptice. Naime, u II sektoru se nalaze "ptičja ostrva" sa najvećom kolonijom galebova, koje je ujedno i jedino mesto u Srbiji na kome se gnezdi crnoglavi galeb. Zelenilo Velikog parka predstavlja bitan element biodiverziteta zaštićenog područja. Područje Zoo vrta sadrži preko 270 vrsta drveća i žbunja, a najvredniji elementi lokacije su preko 250 godina stara stabla hrasta lužnjaka, ostaci iskonske vegetacije.

##### 3. *Čvrsta osnova za razvoj turizma*

Lokacija Palića, diversifikovani prirodni i kulturni resursi i atrakcije, odgovarajuća baza ljudskih resursa, nasleđena turistička infrastruktura i regionalno prepoznatljiv turistički imidž Palića, sa jedne strane, i tržišni impulsi sa druge strane, predstavljaju čvrsta uporišta za razvoj turizma destinacije;

##### 4. *Zaštićen prostor destinacije kroz usmeravanje i kontrolu razvoja*

Palić se planski i kontrolisano razvijao u poslednjih 10 godina kroz odgovarajuću regulaciju prostora, čime je sačuvan i unapređen kvalitet prostora i stvorene pretpostavke za profesionalni razvoj turističkih proizvoda. Projekat Palić je među retkim projektima Srbije koji ima svoje razvojno preduzeće (*developer*) koje je osnovano isključivo u cilju implementacije master plana i pripremu investicionih projekata.

#### 4.1.2 Strateški nedostaci

##### 1. *Ekonomska neizvesnost*

Ekonomska neizvesnost izazvala je zastoj investicionih aktivnosti i otežala procese privlačenja interesa privatnih investitora. I pored napora Park Palića d.o.o. kao odgovornog entiteta za implementaciju master plana i podrške od strane Grada, Vojvodine i Srbije, razvoj projekta se nije odvijao željenom dinamikom, zbog odsustva interesa privatnog kapitala;

##### 2. *Kvalitet vode jezera Palić*

Od ekoloških karakteristika, problematičan je kvalitet vode. Kvalitet vode nije nezadovoljavajući za upotrebu vode u turističko – rekreativne svrhe, zbog visokog nivoa nutrijenata (azota i fosfora), povremenog prisustva koliformnih bakterija, prenamnožavanja fitoplanktona i visokog udela cijanobakterija (modrozelenih algi) u fitoplanktonu.

##### 3. *Vlasnička struktura zemljišta u obuhvatu projekta*

Zemljišne transakcije koje su usledile nakon usvajanje prethodnog master plana na području obuhvata projekta imale su za rezultat „disperziju“ zemljišta u pogledu vlasničke strukture. Takva situacija je dovela do nemogućnosti implementacije pojedinih ključnih investicionih projekata (prvenstveno na zapadnoj obali Palića) i traženje alternativnih rešenja.

### 4.1.3 Strateška uporišta

#### 1. *Snažno vođstvo, usmeren i kontrolisan razvoj destinacije*

Palić se razvija kroz jasno postavljenu viziju razvoja, koja je pretočena u master plan i regulaciju prostora, sa ciljem profesionalnog oblikovanja i komercijalizacije turističkih proizvoda na domaćem i internacionalnom tržištu. Kritičan faktor uspeha razvoja Palića je i nadalje kontrola. Zbog kratkoročnih interesa koji nisu u harmoniji sa dugoročno održivim razvojem destinacije ne sme se popustiti u kontroli;

#### 2. *Fokus na ključne investicione projekte kao motor razvoja*

Projekat Palić je približen tržištu privatnih investitora, u toku je proces koji se završava stavljanjem ključnih investicionih projekata na tržište kapitala. Ograničeni javni finansijski resursi i kompleksni procesi privlačenja investitora i strateških partnera, zahtevaju faznu i fokusiranu investicionu strategiju. U cilju dinamičnog razvoja destinacije, neophodno je staviti fokus na ključne investicione projekte koji će predstavljati dodatnu vrednost celokupnom području u pogledu sadržaja i pozicioniranja i predstavljati motor daljem razvoju područja. Pored uspostavljanja snažnog vođstva neophodno je ulaganje dodatnih napora u proces profesionalne pripreme projekata za investiciono tržište i kreiranja investicione klime, kao i pružanje podrške u daljoj implementaciji projekata.

#### 3. *Korišćenje geotermalnih resursa, obnovljivih izvora energije i koncept energetske efikasnosti*

Postojanje geotermalnih i drugih obnovljivih izvora energije (npr. biomase iz poljoprivredne delatnosti) doprinosi celogodišnjem održivom funkcionisanju turističkih kapaciteta (posebno spa kapaciteta).

## 4.2 VIZIJA I TRŽIŠNO POZICIONIRANJE

---

Polazeći od dinamičnih i promenljivih uslova na turističkom tržištu, uočljivih promena u uzrocima ponašanja posetilaca, kao i od konstantnog pritiska koji vrši konkurencija na destinaciju, vizija i tržišno pozicioniranje predstavljaju kompleksne i jedinstvene celine u današnjem globalnom turističkom svetu.

Vizija se kreira za buduće tržište i zajedno sa pozicioniranjem čini jedinstvenu celinu, odnosno predstavlja okvir za uspostavljanje jedinstvene emotivne veze sa tržištem. Tržišno pozicioniranje, sa druge strane, naglašava koji fizički, ali i emocionalni aspekti destinacije moraju da budu integrisani u prostoru i usaglašeni sa aktivnom ulogom lokalne zajednice, kako bi razvoj bio uspešan, odnosno, prepoznat i realizovan na turističkom tržištu.

Zato se razmatra razvoj šireg prostora oko jezera Palić, koga treba usaglasiti sa naporima u oblasti razvoja privrede, ruralnog područja, turizma koji se čine i na nivou Vojvodine i Srbije. Od ključne važnosti je prenošenje primera dobre prakse i mogućnost integrisanog turističkog razvoja sa destinacijama u Mađarskoj, kroz korišćenje programa prekogranične saradnje.

### 4.2.1 Vizija

Vizija koja se ovde predlaže predstavlja objektivizovanu sliku budućnosti i njen zadatak je da uspostavi sinergiju između lokalne slike Palića – ljudi, nasleđa, mogućnosti iskorišćenja prostora i turističkih proizvoda – i globalnih pravila igre turističke industrije (standardi usluge, razvoj ljudskih resursa kroz obrazovanje i obuku, upravljanje poslovnim subjektima, marketing, itd.). Vizija koja je

formulisana za region Palića je rezultat višemesečnog rada Radne grupe koji je prethodio izradi Master plana Palić 2015. U razgovorima sa ključnim subjektima destinacije, u nizu radnih sastanaka i radionica, usaglašen je predlog izjave o viziji budućeg smera razvoja turizma Palića, a koji se bazira na sledećem:

- Tradicija banjskog lečilišta koje postoji preko 150 godina sa bogatom prošlošću;
- Autentičnost arhitekture i kulturnog nasleđa prostora, romantika;
- Ugodnost boravka u parku prirode i doživljaj jezera, mira;
- Karakter, kultura, obrazovanje i gostoprimljivost ljudi;
- Inovativni razvojni projekti za izgradnju zaokruženog spleta iskustva i doživljaja.

### Izjava o viziji

*Palić je visoko vredan prostor koji u sebi integriše prirodne i kulturološke atrakcije, nasledeno i moderno. Svojim specifičnim sadržajem i kvalitetom usluge privlači različite posetioce tokom cele godine: mlade i stare, porodice i parove, poslovne i odmorišne goste. Set iskustava koji se nudi na Paliću podstiče na zdrav, aktivan život i harmoniju sa prirodom, a kulturni sadržaji i tradicija mondenskog banjskog rizorta oplemenjuju.*

*Bogatstvo prirodnog i kulturnog nasleđa, stručnost i gostoprimljivost ljudi, Palić koristi za izgradnju sopstvenog imidža i za razvoj malih i srednjih turističkih i povezanih biznisa, usmerenih da svojim gostima isporuče vrhunski kvalitet proizvoda i usluga.*

*Kontrolisanim razvojem sadržaja i izgradnjom lanca specifičnih turističkih doživljaja, Palić obezbeđuje iskustvo kojim se, sa jedne strane, kod posetilaca kreira osećaj sreće, kao vrhunskog oblika ispoljavanja zdravlja, a sa druge strane, obezbeđuje stabilan izvor blagostanja lokalnog stanovništva, kao i zaštite i održivosti prirodnog i kulturnog nasleđa.*

*Palić je jedinstveno mesto gde se ljudi iznova vraćaju u traganju za srećom i zdravljem.*

### 4.2.2 Tržišno pozicioniranje

Palić je specifična Panonska banjska destinacija i pozicionira se kao mesto aktivne relaksacije, zdravlja i sreće.

Svojom ponudom, primarno doprinosi povećanju zadovoljstva, omogućavajući održavanje telesno-duhovne ravnoteže putem raznih aktivnosti. Međunarodno je prepoznat kao celogodišnja banjska destinacija zdravlja i lepote, aktivnosti i zabave, dostupna i otvorena.

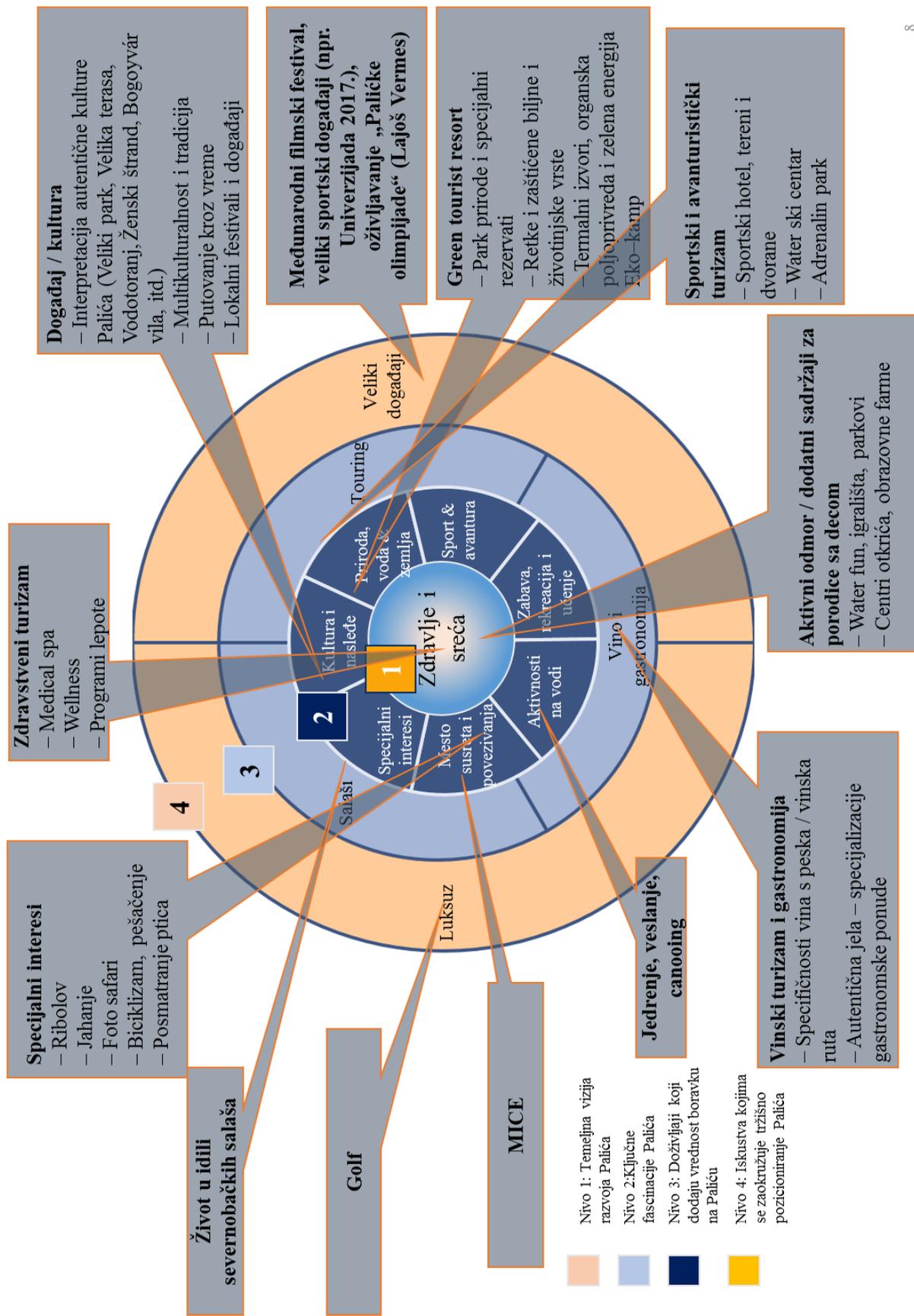
Dodatno, Palić paralelno nudi i kapacitete kojima se pozicionira kao destinacija za održavanje sastanaka, insentiv boravaka i događaja, posebno uzimajući u obzir razvoj dodatnih sadržaja kojima se kreira osećaj luksuza i načina života vrhunskog kvaliteta.

U izgradnji željene tržišne pozicije, Palić posebno vodi računa o sledećem:

- Profesionalnoj specijalizaciji – kreiranju zaokruženog seta iskustava, usmerenih na ostvarenje definisane vizije, kroz različite nivoe kojima se definiše celokupni lanac vrednosti u destinaciji;
- Kreiranju različitih područja iskustava, koji predstavljaju odvojene celine, a u skladu sa raspoloživim prostorom u obuhvatu Zlatnog i Srebrnog kruga;
- Specifičnoj interakciji različitih elemenata i koncepata / područja iskustava, povezivanjem ključnih elemenata kroz promenadu i pešačko-biciklističku stazu oko jezera – "lungo lago";
- Kreiranju osećaja zadovoljstva i sreće, duševnog mira, lagodnosti, sigurnosti i uživanja – emotivnog naboja koji će obezbediti lojalnost gostiju – stalno vraćanje u destinaciju.

Dakle, pozicioniranje Palića kao destinacije oslanja se na iskustvenu tematizaciju prostora i izgradnju integralnog turističkog rizorta, koji će, uz specifičnu kombinaciju nasleđenih i razvijenih sadržaja, atrakcija i atributa, biti u stanju da isporuči obećanje određeno vizijom.

Na sledećoj ilustraciji prikazani su nivoi iskustvene tematizacije Palića, koji služe kao okosnica za definisanje proizvoda i razvojnih projekata u procesu izgradnje integralnog turističkog rizorta, kao i tematizacije šireg područja Palića (Bronzani krug):



## 4.3 KONCEPT RAZVOJA

---

Na osnovu prethodne ilustracije jasno je da se mora obezbediti odgovarajuća ravnoteža između ključnih elemenata u razvoju Palića kao integralnog turističkog rizorta, kao i sadržaja u kontaktnim zonama i širem okruženju (Bronzani krug), i to:

1. ključnih atrakcija i atributa koji privlače gosta u rizort;
2. usluga koje se pružaju u rizortu (smeštaj, hrana i piće, zdravstvene usluge, trgovine, zabava, itd.);
3. aktivnosti i doživljaja koji okupiraju goste koji u rizortu borave.

Ova ravnoteža se postiže kontrolisanim fizičkim razvojem i načinom povezivanja i usklađivanja sadržaja i funkcija rizorta za različite kategorije turista / posetilaca. Drugim rečima, bitno je kreirati i upravljati konceptom koji će obezbediti da su interesi različitih grupa klijenata u prostoru i vremenu adekvatno zadovoljeni.

Sa druge strane, predloženim konceptom razvoja se obezbeđuje snažna poluga za dugoročno očuvanje i unapređenje prostora, s obzirom na značajno prirodno i kulturno nasleđe koje se nalazi u obuhvatu plana. Plan je neophodna pretpostavka. Uz izgrađen plan neophodno je uvesti i podržati mehanizme upravljanja i kontrole razvoja, jer je to jedina garancija dugoročnog opstanka destinacije i njenog pravilnog razvoja – izgradnje i tržišne afirmacije, njene interpretacije i očuvanja autentičnog identiteta.

Pod pretpostavkom kontrolisanog razvoja turizma, koji je dobro isplaniran i kojim se dobro upravlja, turizam u zaštićenim područjima kakvo je Palić, donosi sredstva i motivaciju da odgovorni entiteti (u ovom slučaju preduzeća Palić Ludaš i Park Palić) nastave da brinu, održavaju i unapređuju svoje prirodno nasleđe i kulturu.

### 4.3.1 Razvoj proizvoda

Portfolio turističkih proizvoda Palića bazira se na sledećim osnovama:

- Palić kao turistička destinacija, svoju prepoznatljivost zasniva na statusu banje i tradiciji dugoj gotovo 200 godina. Tada je prvi put ukazano na lekovita svojstva jezerske vode (1820. godine).
- Situacionoj i benčmark analizi, koje su sublimirane u izjavi o pozicioniranju i iskustvenoj tematizaciji prostora Palića.

Razvoj Palića i njegovog šireg okruženja, kao savremene banjsko-jezerske destinacije definiše sledeće turističke proizvode:

Za prostor Zlatnog i Srebrnog kruga:

1. Zdravstveni turizam;
2. MICE;
3. Odmori;
4. Sportski turizam;
5. Golf;
6. Događaji i kultura;

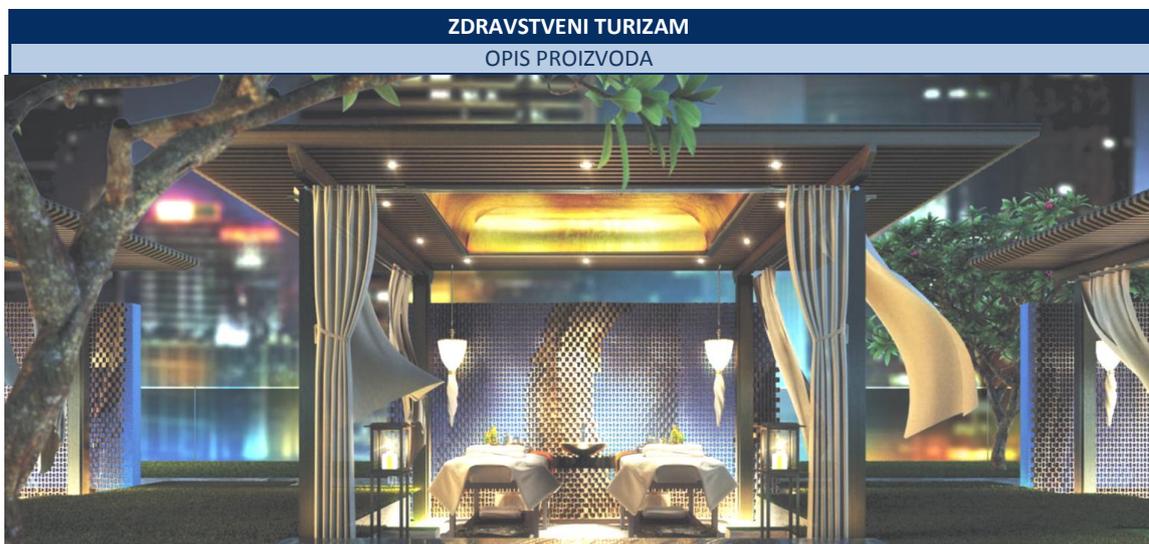
Za prostor u kontaktnim zonama i obuhvatu Bronzanog kruga predlažu se dodatni turistički proizvodi:

7. Rekreacija u prirodi;
8. Vino i gastronomija.

Uz ove proizvode Palić svakako mora da iskoristi i potencijal proizvoda Specijalnih interesovanja, pri čemu on predstavlja sastavni deo problematike integralnog upravljanja rizortom i naporima razvoja turizma u širem području.

### 4.3.2 Opis ključnih proizvoda za Palić

U nastavku, dajemo opise proizvoda, uz nešto detaljniji opis proizvoda Zdravstveni turizam, uzimajući u obzir temeljnu viziju Palića i orijentisanost lokalne zajednice ka razvoju ovog vida turizma:



U Evropi, koncept zdravstvenog turizma se istorijski zasnivao na upotrebi prirodnih resursa i lekovitih faktora u cilju relaksacije i rehabilitacije, i to: termalnim vodama i talasoterapiji u Zapadnoj Evropi, lekovitim mineralnim i termalnim vodama u Centralnoj i Istočnoj Evropi, aktivnostima i rekreaciji na otvorenom u Severnoj Evropi, te mediteranskoj klimi i talasoterapiji u Južnoj Evropi. U odnosu na istorijski razvoj zdravstvenog i velnes turizma i tradicionalnim praksama koje se primenjuju, kod nas je ostala upotreba termina „banja“ za područja u kome postoje lekoviti prirodni faktori (termalna i mineralna voda, vazduh, gas i lekovito blato – peloid, čija su lekovita svojstva naučno ispitana i dokazana) i koja imaju organizovanu zdravstvenu praksu, odgovarajuće smeštajne kapacitete i ostale sadržaje.

Zdravstveni turizam se, generalno, može podeliti na velnes i medicinski turizam.

Medicinski (lečilišni) turizam podrazumeva praksu koja se vezuje za lečenje, odnosno različite intervencije – od blažih do invazionih (terapije, rehabilitacije, operacije, plastična hirurgija, stomatologija, itd.). U medicinskom turizmu, usluge koje su donekle prepoznate kao međunarodno konkurentne, posebno u regionalnom kontekstu su uglavnom u oblasti dijagnostike, stomatologije i oftamologije, dok se u poslednje vreme, barem za tržište Srbije, razvija ponuda i u plastičnoj hirurgiji. Sofisticiranije medicinske intervencije, iako postoji relativno velika baza lekara specijalista i Institucija sa dugom tradicijom, još uvek nisu ozbiljnije komercijalizovane na inostranom tržištu, delimično i zbog sistemski neuređenog prostora za delovanje (internacionalni standardi kvaliteta i pitanje odgovornosti) i konsekvantno malog broja privatnih praksi koje rade kompleksnije intervencije.

Sa druge strane, velnes (wellness) kao (blago)stanje predstavlja suštinsku suprotnost bolesti (illness) i duboko je ukorenjen i počiva na tradiciji očuvanja zdravlja i isceljenja – još su se u starim civilizacijama koristile različite prakse: termalna kupatila u starom Rimu, upotreba lekovitih trava i minerala u arapskoj i kineskoj medicini, kao i ayurveda prakse u indijskoj. U konceptu savremenog razumevanja zdravstvenog turizma, čiji je sastavni deo velnes, promovise se holistički pristup, koji podrazumeva kontinuitet samospoznaje, lične odgovornosti prema sopstvenoj dobrobiti.

Termini spa i velnes turistički proizvodi još nisu definisani i usvojeni u domaćoj turističkoj terminologiji. Na međunarodnom turističkom tržištu, pod velnes aktivnostima podrazumeva se širok spektar aktivnosti koje su usmerene ka kreiranju harmonije u fizičkom, mentalnom i duhovnom smislu, te se vezuju u najvećoj meri sa promenama u načinu života i životnim navikama.

U cilju otklanjanja nedoumica u shvatanju različitih koncepata, značajan doprinos dalo je Međunarodno udruženje spa centara (ISPA) koje pod spa centrima podrazumeva „mesta koja su namenjena unapređenju celokupnog zdravstvenog stanja kroz upotrebu različitih profesionalnih usluga za regeneraciju uma, tela i duha.“

Imajući u vidu tržišne trendove ka usvajanju obrazaca zdravog života, kao i proklamovano opredeljenje Svetske zdravstvene organizacije da je prevencija zdravstvena strategija za budućnost, smatramo da Palić može razvoj prioritetnog turističkog proizvoda i poziciju na tržištu, da utemelji na zdravlju, kao najvećoj vrednosti pojedinca, odnosno prvenstveno na prevenciji bolesti, otklanjanju lakših zdravstvenih problema i rehabilitaciji, a ne na intervencijama i lečenju kako je to slučaj u drugim tradicionalnim banjskim destinacijama u Srbiji i okruženju.

#### OBLICI PROIZVODA

- **Club Spa** – spa centri čija su primarna svrha fitnes aktivnosti, ali imaju u ponudi i široki spektar profesionalno vođenih spa usluga na dnevnoj osnovi;
- **Day Spa** – spa centri koji imaju u ponudi profesionalno vođene spa usluge na dnevnoj osnovi. Uglavnom su locirani u zasebim objektima i nisu povezani sa hotelom ili rizortom. Najčešće sadrže u ponudi širok spektar tretmana za lice i telo.
- **Destination Spa** – spa centri čija namena nije samo ponuda spa usluga, već pružanje klijentima celokupnog spektra usluga za razvoj zdravih životnih navika – za celokupnu promenu životnog stila. U ponudi sadrže sveobuhvatne programe koji uključuju spa usluge, fitnes aktivnosti, edukativne kurseve, zdravu kuhinju i različite aktivnosti specijalnih interesa.
- **Medical Spa** – spa centri čija je primarna uloga pružanje kompletnih lečilišnih-medicinskih usluga u kojima je zaposlen profesionalni i stručni medicinski kadar. Fokus je na komponenti lečenja i pružanja svih potrebnih tretmana, između ostalog i spa tretmane u vezi prevencije zdravlja kao dodatne usluge. U ponudi sadrže tretmane/terapije za klijente sa zdravstvenim problemima.
- **Mineral Spring Spa** – spa centri koji u ponudi imaju termalne, mineralne i druge izvore koji se koriste u svrhu hidroterapijskih tretmana.
- **Resort/Hotel Spa** – spa centar u sklopu hotela ili rizorta koji pruža profesionalne spa usluge, fitnes aktivnosti i druge velnes aktivnosti.
- **Bolnice i klinike** – specijalizovane ustanove koje, u zavisnosti od tipa terapija i intervencija mogu da budu različito organizovane. Za potrebe razvoja turizma Palića, u cilju zaokruživanja ponude lečilišnog turizma, kao još jedne oblasti razvoja, predlaže se osnivanje centra-sanatorijuma-instituta za tretmane rehabilitacije i regeneracije, koji bi koristio prednosti ambijentalne celine Palića. Centar-sanatorijum-institut bi se bavio integralnom mobilizacijom bioloških potencijala organizma, primenom najsavremenijih programa revitalizacije organizma. Radi se o aplikacijama fizikalnih procedura u rehabilitaciji i širokoj lepezi priznatih metoda lečenja alternativnim postupcima.. Korisnici ovakvog centra bi mogli da budu svi bolesnici sa stanjima nakon značajnih i težih hirurških intervencija (lokomotorni organi, mišićna i koštana tkiva), kao i bolesnici sa oštećenjima cirkulacije, vitalnosti i funkcionalne sposobnosti. Dodatno, imajući u vidu karakter Palića kao destinacije, mogu se razviti i tretmani povreda, sportskih povreda i oštećenja, a imajući u vidu istorijski karakter Banje Palić, svakako bi trebalo razviti programe za hronične bolesti reumatizma.

#### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPEHA

- Svi ključni kapaciteti i sadržaji moraju da budu dobro isplanirani i usklađeni, kako bi izrada specifičnih programa zdravlja bila uspešna;
- Posebno bi trebalo voditi računa o udobnosti korišćenja kapaciteta i laganom / neprimetnom prelasku u korišćenju sadržaja (kako unutrašnjih, tako i spoljašnjih) u skladu sa definisanim programom, kako bi korisnici mogli da izvuku maksimum;
- Razvoj sadržaja i usluga treba da sledi princip održivosti – energetska efikasnost, korišćenje obnovljivih izvora energije, lokalnih prirodnih materijala, itd.
- Korišćenje velnes paketa obično podrazumeva smeštaj, tri obroka dnevno, spa usluge i pristup velnes kapacitetima, kao što su termalni bazenu i kupališni sadržaji;
- Na operativnom nivou, vrši se plasman paketa programa a ne prodaja noćenja u smeštajnim kapacitetima; profitni potencijal se nalazi u turističkim programima zdravlja, kao turističkim paketima. Time se programi ne bi ugrozili sa aspekta njihove reputacije;
- Potrebna je sinergija između turističkih proizvoda, smeštajnih kapaciteta, spa sadržaja, usluga gastronomije i izbalansiranih iskustava u pogledu zdravlja;
- Najveći potencijal povećanja prosečne potrošnje po gostu leži u kombinaciji opisanih turističkih proizvoda, putem optimizacije iskustava.
- Ljudski resursi angažovani na realizaciji paketa programa moraju biti upoznati sa kompletnom

ponudom i treba da prođu kompleksnu obuku..

#### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Svoju poziciju korišćenja potencijala zdravstvenog turizma, Palić mora da gradi na kreiranju programskih paketa koji će biti usmereni na celogodišnje poslovanje a ne samo na jednu sezonu;
- Neophodno je sprovesti procese specijalizacije, procese standardizovanja usluga, procese osiguranja stalnog kvaliteta usluga u cilju uspešnog tržišnog pozicioniranja;
- Iskorišćavanje prednosti koncepta segmentacije tržišta – neophodno je obezbediti adekvatnu koordinaciju i vođstvo u ovom domenu, kako bi se potencijal Palića za razvoj zdravstvenog turizma u potpunosti iskoristio;
- Potrebno je napraviti okvir za realizaciju programskih paketa "po meri korisnika" za turističke proizvode prevencije i posebnog lečenja za određene ciljne grupe;
- Razvojem aplikacije za mobilne telefone postiže se stalna interakcija sa korisnicima u svrhu "podsetnika" za aktivnosti koje korisnik treba da obavi u okviru paketa programa (režim ishrane, propisane vežbe, terapija medikamentima i suplementima).

## KONGRESNI TURIZAM I MICE (sastanci, insentivi, konferencije i događanja)

### OPIS PROIZVODA



Poslovno putovanje i MICE se mogu definisati kao putovanja motivisana profesionalnim i poslovnim razlozima, koji uključuju aktivnosti kao što su rešavanje problema, zadataka, edukacije i / ili prisustvovanje određenim događajima. Prosečno vreme zadržavanje je dve do tri noći.

Procenjuje se da je u Evropi gotovo svako drugo putovanje motivisano poslovnim razlozima i prisustvovanju na različitim sastancima, kongresima, ili sajmovima. Na strani ponude nalaze se kongresni biro, profesionalni organizatori kongresa (PCO), destinacijske menadžment kompanije (DMC), kongresni prostori, hoteli sa kongresnim kapacitetima i ostali ponuđači (kao što je AV oprema).

Svaki EUR potrošen u destinaciji od strane MICE gosta, generiše dodatnih 8 do 12 EUR. Nivo lojalnosti gostiju motivisanih ovim oblikom putovanja je veoma visok, pa se često vraćaju u destinaciju na odmor. Razvoj ovog proizvoda ima veoma snažan uticaj na razvoj dodatnih turističkih i trgovačkih sadržaja i direktno stimuliše razvoj drugih turističkih proizvoda u destinaciji.

### OBLICI PROIZVODA

- **Sastanci** – Jednodnevni ili višednevni, organizovani najčešće na ad-hoc principu za rešavanje konkretnih izazova i problema, i cilja tačno određen broj učesnika; programi obrazovanja i treninga
- **Insentivi** – Oblik nagrađivanja zaposlenih za postignute rezultate u kompaniji;
- **Kongresi i konferencije** – Redovni događaj fokusiran na tačno određenu oblast ili temu, koji privlači značajan broj ljudi;
- **Izložbe i korporativni događaji** – promocije novih proizvoda, poslovni sajmovi, različite proslave, itd.

### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPEHA

- Adekvatni kongresni i dugi prostori za sastanke;
- Kvalitetan hotelski smeštaj, komplementaran sa kongresnom infrastrukturom;
- Avio i drumska dostupnost prema međunarodnom tržištu;
- Jaka lokalna podrška;
- Poseban Internet sajt prilagođen prodaji i planerima događaja
- Efikasan lokalni transport
- Prepoznatljivost destinacije i očuvanje imidža, diferencirana ponuda usluga, bogatstvo sadržaja, dobra vanpansionska ponuda, korišćenje kulturnih i zabavnih resursa

### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Palić ima veoma dobar saobraćajni položaj i dostupnost;
- Postojeći rekonstruisani i kapaciteti planirani ovim Master planom garantuju solidan fizički kapacitet za razvoj ovog proizvoda;
- Blizina smeštajnih kapaciteta u Subotici i dominantno učešće ovog proizvoda u performansama šireg područja Palića ukazuju na jaku osnovu za budući uspeh MICE proizvoda na Paliću.

## ODMORI

### OPIS PROIZVODA



Promene u navikama i potrebama turista, kao i izmenjeni globalni uslovi poslovanja, uticali su na to da se turistički centi na jezerima razvijaju na način da prostor adekvatno tematizuju i razviju sadržaje koji će obezbeđivati dolazak turista u kontinuitetu, tokom cele godine. Programi se sastoje uglavnom od različitih odmorišno – rekreativnih aktivnosti, u zavisnosti od godišnjeg doba. Proizvod se može definisati kao odmor sa ciljem uživanja i sticanja novih iskustava.

Pretpostavlja se da godišnje više od 90 miliona Evropljana kreće na letnji odmor. Obim prihoda se kreće oko 75 milijardi € s prosečnom potrošnjom po putovanju od 900€.

Karakteristika ovog proizvoda je vrlo spor rast tržišta, a pod uticajem ulaska novih ponuđača i all inclusive koncepata, zabeležen je i blagi pad prosečne potrošnje po putovanju.

Kratki odmori traju između jednog i četiri dana, samo ponekad nešto duže, predstavljaju drugi, treći ili četvrti odmor u godini. Glavni motivi odlaska na kratke odmore su: isključenje iz svakodnevnice, poseta događajima, poseta kulturnim manifestacijama, poslovni put povezan sa kratkim odmorom, šoping i sl. Kratki odmori nisu sezonalnog karaktera i veliku ulogu u odabiru destinacije igra cena.

### OBLICI PROIZVODA

- **Odmori** – nedelju i više dana;
- **Kratki odmori** – do nedelju dana, najčešće od 1 – 4 dana.

### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPEHA

- Laka dostupnost destinaciji, dobra lokalna saobraćajna povezanost
- Raspoloživi smeštajni kapaciteti
- Kategorisani objekti privatnog smeštaja, visoki kvalitet usluge
- Raspoloživi programi i sadržaji u smeštajnim objektima
- Adekvatne sportske i rekreacione aktivnosti
- Uređena obala i pristup vodi
- Dodatni sadržaji u prirodi u interakciji sa vodom
- Aktivnosti u zatvorenom prostoru u toku zimske sezone

### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Povoljni klimatski uslovi obezbeđuju Paliću mogućnost za razvoj celogodišnje ponude;
- Odmor uz jezero predstavlja dobru alternativu odmoru na moru, posebno u uslovima razvoja predloženih dodatnih sadržaja i u kombinaciji sa drugim turističkim proizvodima;
- Kvalitetni integralni programi aktivnog odmora utiču na elemente diferenciranja.

## SPORTSKI TURIZAM

### OPIS PROIZVODA



Sportski turizam je oblik putovanja uslovljen pre svega motivima bavljenja određenim sportskim aktivnostima, individualno ili timski, amaterski ili profesionalno. Dodatno, osim bavljenja sportom, u ovu kategoriju ulaze i aktivnosti prisutnosti, učenja i posmatranja. Sportski turizam obuhvata sledeće oblike: aktivno učešće, pasivno učešće i posmatranje, organizovano učešće, neorganizovano učešće, poslovne aktivnosti u vezi sporta, dakle, široku lepezu putovanja motivisanih sportom.

U sportski turizam se svrstava i organizacija sportskih kampova, za kategoriju sportista mlađeg uzrasta, koji putuju grupno i organizovano, sa izuzetkom individualnih sportista. Takođe, u ovu grupu se svrstava i organizacija sportskih kampova, pre svega za kategorije sportista mlađih uzrasta. Ova kategorija turista u najvećem broju slučajeva putuju grupno i organizovano, sa izuzetkom individualnih sportova.

Tražnja za ponudom sportskog turizma je naročito povećana u letnjim i zimskim mesecima. Velika sponzorska sredstva se troše na sportske događaje, sportska udruženja i timove. Značajno je i oglašavanje, promocija i aktivnosti u vezi sa sportskim događajima i takmičenjima.

Posebno mesto na Paliću zauzimaju sportovi na vodi – jedrenje, veslanje i u budućnosti skijanje na vodi.

Imajući u vidu primarnu orijentaciju Palića kao mesta na kojem se isporučuju zdravlje i sreća, sa porastom diskrecionog dohotka za slobodne aktivnosti, povećavaju se i šanse za privlačenje amaterskih sportista i koncipiranje programa za ovaj tržišni segment.

### OBLICI PROIZVODA

- **Aktivni sportski turizam** – aktivno i profesionalno bavljenje sportom;
- **Aktivnosti na vodi** – jedrenje, veslanje i skijanje na vodi;
- **Sportski događaji** – takmičari, drugi učesnici, posmatrači;
- **Blagi (soft) proizvod** – sport kao deo redovnog turističkog putovanja;

### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPEHA

- Odgovarajući broj i kapacitet otvorenih i zatvorenih terena za različite grupe sportova;
- Dodatni sadržaji – teretane, staze
- Odgovarajući smeštajni kapacitet – sportski hoteli i apartmani uz korišćenje kapaciteta omladinskih i studentskih odmarališta (Omladinsko naselje na Paliću);
- Posebno prilagođena ishrana
- Raspoloživost dodatnih usluga kao što su pranje i peglanje
- Adekvatni zabavni sadržaji

### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Sportske aktivnosti su oduvek bile integralni deo ponude na Paliću;
- Tradicija organizacije sportskih događaja je počela pre 135 godina, sa organizacijom Palićkih sportskih igara – "Palićke olimpijade";
- Palić ima šansu da razvije sportski turistički proizvod, kako zbog postojećih kapaciteta, sportskih terena, tako i zbog sadržaja planiranih ovim Master planom, kao i kapaciteta u izgradnji (Omladinsko naselje);
- Palić je dostupan glavnim urbanim centrima, poseduje svu potrebnu medicinsku i stručnu podršku za bolju pripremu sportista;
- U perspektivi, jednostavno će se prilagoditi zahtevima u pogledu smeštaja i ishrane.

## GOLF

### OPIS PROIZVODA



Golf kao turistički proizvod i generator tražnje postaje sastavni deo dodate vrednosti značajnog broja destinacija, pri čemu kod tržišne niše pasioniranih golfera, golf je i ključan razlog dolaska. Reč je o kompleksnom proizvodu, koji prihoduje po osnovu same igre, ali i od rada dodatnih sadržaja (prodavnica, kluba) i organizacije turnira, kao i od integrisanja različitih smeštajnih sadržaja.

Kvalitet terena i dodatnih sadržaja opredeljuje i ukupan kvalitet ovog turističkog proizvoda. Golf je proizvod koji omogućava pozicioniranje destinacije, ali i proizvod koji smanjuje negativan sezonski uticaj na poslovanje.

Golf je kompatibilan sa razvojem turizma porodičnih odmora, ali i kongresnim turizmom zbog konteksta umrežavanja i neformalnog druženja. Golf kao proizvod je namenjen i lokalnom tržištu, ali je najčešće orijentisan na strane goste.

U proseku, golf turista je muškarac, starosti od 40 do 64 godine. On putuje češće, ostaje duže u destinaciji i troši više novca od gostiju iz odmorišnog segmenta. Golf turista u bližim destinacijama ostaje 3-4 dana a u prekomorskim i dodve nedelje. Postoji nekoliko kategorija turista: prva se odnosi na ljude kojima je osnovni razlog putovanja golf. Kod njih je golf način i stil života i ne posmatra se kao turistička aktivnost. U najvećem broju slučajeva oni kupuju gotove golf aranžmane.

Druga kategorija turista, golf vidi kao dodatnu vrednost boravka u destinaciji i kao aktivnost koja upotpunjuje boravak, ili kongresnu aktivnost. Ovde je naglasak na akademijama golfa, rad sa trenerima, insentiv elementima.

Treću kategoriju čine turisti koji su došli kao posmatrači i navijači na golf turnir. Ova kategorija je prisutna u najprestižnijim destinacijama, i i nove destinacije ne mogu računati na ove ciljne grupe.

Specijalizovani turoperateri, kao i Međunarodno udruženje golf turoperatera prodaju 80% aranžmana ovoj ciljnoj grupi. Aranžman od 7 dana ima cenu u rasponu od 1200-1700 eura..

### OBLICI PROIZVODA

- Najčešće organizovan u obliku aranžmana koji obuhvata sledeće usluge: avio prevoz sa transferom aerodrom – hotel – aerodrom, noćenje (sa odabranim nivoom usluge hrane i pića), korišćenje glavnog terena za igru (green fee), prilagođen termin početka korišćenja terena (tee time), pristup pomoćnim sadržajima (driving range, putting green), besplatni časovi golfa (za turiste koji nemaju iskustva). Paket od 7 dana po pravilu sadrži 7 noćenja, 5 dana pristupa terenu i ostale odabrane usluge.

### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPEHA

- Teren jedinstvenog rešenja, ali kompatibilan sa neposrednim okruženjem – u slučaju Palića, planiran je razvoj golf terena sa 18 rupa, par 72, 2 seta tee box-ova (žene i muškarci)
- Jednostavna saobraćajna dostupnost – prednost Palića
- Dodatni golf sadržaji – vežbalište (driving range, putting green, chipping green i bunker)
- Klupska kuća – na dva nivoa, sa terasama i okolinom. Predviđene svlačionice, ostave i prodavnica opreme za golf.
- Kvalitetan smeštaj
- Prijatni klimatski uslovi

- Integracija sa destinacijom kroz dodatne aktivnosti i sadržaje
- Vrhunski nivo usluge

#### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Pored dva terena na Adi Ciganliji u Beogradu i u Žablju (po devet rupa), Palić ima šansu da razvije prvi profesionalni golf teren;
- Moguće je umrežavanje sa terenima u susedstvu – Slovenija, Rumunija i Mađarska u cilju kreiranja jedinstvenih paketa;
- Opređenost Palića ka održivom razvoju destinacije i zaštiti prirodnog područja upućuje na potrebu eko sertifikacije golf terena;
- Usmerenje ka mladima putem održavanja golf edukacija, programa treninga i turnira je faktor diferenciranja

## DOGAĐAJI I KULTURA

### OPIS PROIZVODA



Događaji su kontinuirane aktivnosti koje se uglavnom događaju jednom godišnje, a koje promovišu turizam određene destinacije putem autonomne privlačne snage samog događaja, ali i podstiču goste na direktno učestvovanje i aktivnu uključenost. Da bi postali deo turističke ponude neke destinacije, događaji, po pravilu, moraju da privlače učesnike i / ili posmatrače koji nisu deo lokalne zajednice. Događaji imaju neobično jak uticaj na kreiranje imidža o nekoj destinaciji. Sve razvijene turističke destinacije intenzivno rade na kreiranju celogodišnjeg kalendara različitih događaja kako bi svoju ponudu učinile što atraktivnijom i u svim ostalim mesecima u godini Odlazak na događaj za turiste predstavlja obično treće ili četvrto putovanje u godini i traje od jednog do tri dana.

Ključni element ovog proizvoda su festivali i svečanosti, koje i danas imaju važnu ulogu u predstavljanju turističke destinacije Palić turističkom tržištu i u kreiranju imidža destinacije.

Turistički proizvod događaja i kulture predstavlja heterogeni sklop koji uključuje nasleđe (posete kulturno-istorijskim spomenicima i atrakcijama), a gosti su uglavnom motivisani potragom za dalekom prošlošću koju često romantiziraju. U ovu oblast spadaju i putovanja motivisana savremenim događajima kreativne industrije. Za destinaciju Palić postoji međusobna uslovljenost i potreba zajedničkog razvoja sa Suboticom. Ovaj turistički proizvod obuhvata i putovanja motivisana prisustvom na događajima-festivalima, koncertima, izložbama, ceremonijama i sl.

### OBLICI PROIZVODA

- *Festivali, karnevali, verske proslave, parade, komemoracije*
- *Koncerti, javne izložbe, ceremonije*
- *Sportska takmičenja*
- *Godišnjice, proslave, i sl.*
- *Posete muzejima, izložbama, pozorištima*
- *Interpretacija kulturno – istorijskog nasleđa / obilasci kulturno istorijskih atrakcija*

### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPEHA

- Dobar pristup i mobilnost
- Informativna dokumentacija, brošure, vodiči
- Raznolika komplementarna ponuda
- Sistem turističke signalizacije i označavanja
- Raspoloživost seta različitih aktivnosti u sklopu događaja
- Mogućnost kupovine lokalnih suvenira i proizvoda
- Osigurani prostori za parkiranje
- Kvalitetan smeštaj u blizini mesta održavanja događaja (hoteli, hosteli, privatni smeštaj, kampovi)
- Mogućnosti za šoping
- Restorani, barovi
- Raznovrsna gastronomska ponuda sa lokalnim specijalitetima
- Uređeni prilazi i interpretacija najznačajnijih atrakcija

#### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Obilasci ključnih kulturno – istorijskih atrakcija na Paliću i njihova interpretacija;
- Korišćenje prostora za realizaciju događaja;
- Kreiranje velikih događaja – Međunarodni filmski festival, sportski događaji – Univerzijada 2017., oživljavanje "Palićke olimpijade";
- Programi "putovanja kroz vreme" u cilju da se dočara autentičnost arhitekture na Paliću

Za potrebe razvoja turizma u Bronzanom krugu, imajući u vidu temeljno usmerenje destinacije ka aktivnom i zdravom životu, u skladu sa prirodom, kao i već postojeće kapacitete vinarija i salaša, preporučujemo razvoj i promociju dodatna dva turistička proizvoda:

REKREACIJA U PRIRODI	
OPIS PROIZVODA	
	
<p>Polazeći od suštinske orijentacije Palića, kao destinacije u kojoj se preferira i promoviše zdravlje i sreća, uzimajući u obzir činjenicu da se radi o zaštićenom prirodnom području, smatramo da bi bilo izuzetno dragoceno koncipirati širok varijetet programa rekreacije u prirodi, koji bi se mogao ponuditi turistima sa ili bez stručnog nadzora i vođenja. Boravkom u prirodi, na otvorenom, udisanjem čistog vazduha i aktivnostima koje pružaju zadovoljstvo, najbolje se ostvaruje vizija razvoja-osećanje sreće kod posetilaca.</p> <p>Rekreacija u prirodi sastoji se od nekoliko segmenata koji su identifikovani na osnovu postojeće resursno-atraktivne osnove. Prema tome, ovde će se razvijati i dodatno profesionalno oblikovati oni segmenti koji se danas u manjoj meri komercijalizuju, a uz razvoj prioritarnih projekata kako se predlaže u ovom Planu, turistički proizvod rekreacije u prirodi uključuje: aktivnosti na jezeru, pešačenje, jahanje, biciklizam, lov, ribolov, kajaking, kanuing, jedrenje, veslanje, skijanje na vodi, adrenalinski park, kao i poseta Zoološkom vrtu Palić. Oored rekreaciji u prirodi razvija se i rekreaciju u zatvorenom prostoru (tenis, košarka, rukomet, odbojka, fudbal) i mnoge druge aktivnosti.</p>	
OBLICI PROIZVODA	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Poseta Zoo Palić</i></li> <li>▪ <i>Pešačenje, biciklizam, šetnja, jahanje, itd.</i></li> <li>▪ <i>Aktivnosti na jezeru i uz jezero (jedranje, veslanje, skijanje na vodi, canoing, ribolov<sup>7</sup>, pešačenje, biciklizam, itd.)</i></li> <li>▪ <i>Golf</i></li> <li>▪ <i>Adrenalinski park</i></li> <li>▪ <i>Porodični izleti</i></li> <li>▪ <i>Organizovani i individualni izleti</i></li> <li>▪ <i>Team building aktivnosti u prirodi</i></li> <li>▪ <i>Treninzi i takmičenja</i></li> <li>▪ <i>Dečji izleti i radionice</i></li> </ul>	
SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPEHA	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sadržaji i oprema za sportske / rekreativne aktivnosti</li> <li>▪ Mogućnost najma / kupovine opreme potrebne za sportske aktivnosti</li> <li>▪ Unutrašnji i spoljašnji sportsko-rekreativni sadržaji i oprema</li> <li>▪ Medicinska i spasilačka podrška</li> <li>▪ Škole, kursevi, takmičenja, manifestacije</li> <li>▪ Animacija, programi, koncerti sa temom</li> <li>▪ Ugostiteljski sadržaji</li> <li>▪ Odgovarajuća gastronomska ponuda zdrave hrane</li> <li>▪ Turistička infrastruktura / atrakcije povezane sa sportsko-rekreativnim aktivnostima</li> </ul>	

<sup>7</sup> Na području Parka prirode «Palić» ribolov je ograničen na planske aktivnosti sa ciljem održavanja povoljnog stanja ekosistema jezera i na rekreativni ribolov sa obale

#### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Palički zoološki vrt je ujedno i botanički vrt u kojem se može aktivnom šetnjom videti preko 60 vrsta životinja i preko 260 vrsta drveća i žbunja.
- Mogućnost učestvovanja grupa različitih sposobnosti i mogućnosti (mladi, profesionalci, početnici, deca, i slično);
- Tematizacija Palića kroz iskustvene zone ik celine
- Mogućnost širenja i korišćenja šireg prostora u Bronzanom krugu, uključujući i jezero Ludaš.

#### VINO I GASTRONOMIJA

##### OPIS PROIZVODA



Palić je već dugo prepoznat kao destinacija sa koje dolaze specifična vina – vina sa peska. Potencijal za razvoj i iskorišćavanje vinskog turizma u širem okruženju Palića je srazmerno veliki, posebno ako se ima u vidu da je ovaj segment, u kombinaciji sa autentičnom gastronomijom područja, jedan od rastućih na globalnom tržištu.

Tema i doživljaj ovog proizvoda se razvija oko kulture gajenja grožđa i proizvodnje vina, a suština je da turista nauči više o vinima, kulturi, tradiciji, da degustira vina, kao i da učestvuje u samoj berbi grožđa. Vino je odličan resurs za umrežavanje elemenata poput tradicije i kulture. Da bi destinacija bila prepoznata po ovom proizvodu neophodno je kreirati mrežu proizvođača vina, koja treba da ima zajedničku viziju, na unapređenju puteva vina. Radi ostvarenja zajedničke vizij, treba nastaviti provese standardizacije, označavanja autohtonog geografskog porekla i marketinga.

Naročito je važna integracija lokalnih vina i gastronomije – u Vojvodini, pa tako i na području Palića na tradicionalan način se proizvode kvalitetna vina.

Gastronomija je turistički proizvod, koga karakteriše bogatsvo kulinarskih veština i međusobnih uticaja lokalnih kuhinja/ mađarske, srpske, bunjevačke, nemačke i kuhinja iz šire regije. Gastronomska ponuda objedinjava specijalitete mikroregije i dobra je osnova za kreiranje posebne tržišne marke.

##### OBLICI PROIZVODA

- *Vinski putevi, vinski podrumi i kuće degustacije vina*
- *Salaši*
- *Dani posvećeni određenoj vrsti jela, pića, voću, povrću*

##### SADRŽAJI I USLUGE – KLJUČNI FAKTORI USPEHA

- Prostor za prihvata grupa
- Posebno oblikovani itinerari i rute sa temom gastronomije u širem području Palića / Severne Bačke
- Aktivnosti / kursevi povezani sa procesom pripreme hrane
- Certifikati geografskog porekla (oznake)
- Sistem sigurnosti
- Mogućnost kupovine tipičnih proizvoda direktno od proizvođača
- Mogućnost uzimanja pripremljenih specijaliteta

- Kvalitetno dizajnirane trgovine
- Tematski muzeji, izložbe, manifestacije, i slično
- Sistem označavanja i turističke signalizacije
- Mogućnost naručivanja i dostave proizvoda telefonom, internetom
- Mogućnost plaćanja kreditnim karticama

#### ELEMENTI DIFERENCIRANJA

- Put vina Palića
- Kuće degustacije – vinski podrumi; Vinski dvor, Vinarija Zvonko Bogdan, Podrum Palić, itd.
- Gastro ponuda na salašima
- Gastro ponuda u čardama
- Katalog / brošura najboljih gastronomskih specijaliteta destinacije
- Manifestacije i događaji povezani sa lokalnim tradicijama



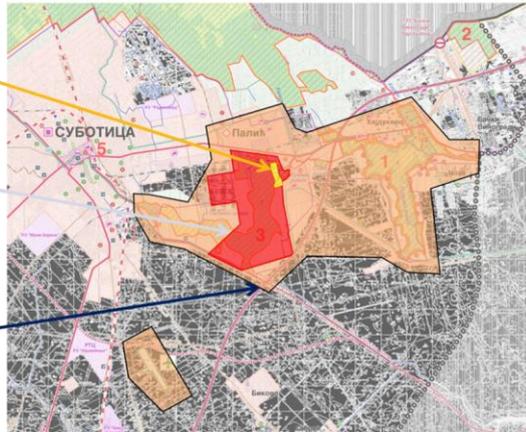
**POGLAVLJE 5**  
**Fizički master plan –**  
**namena površina**

# 5 FIZIČKI MASTER PLAN

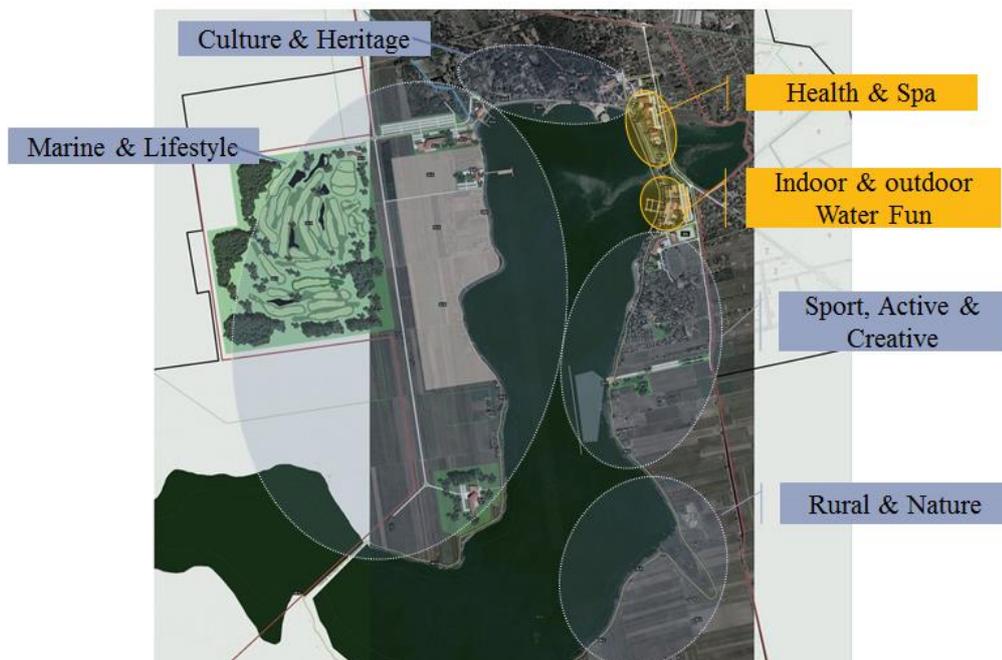
## 5.1 OBUHVAT

Razvoj destinacije u krugovima

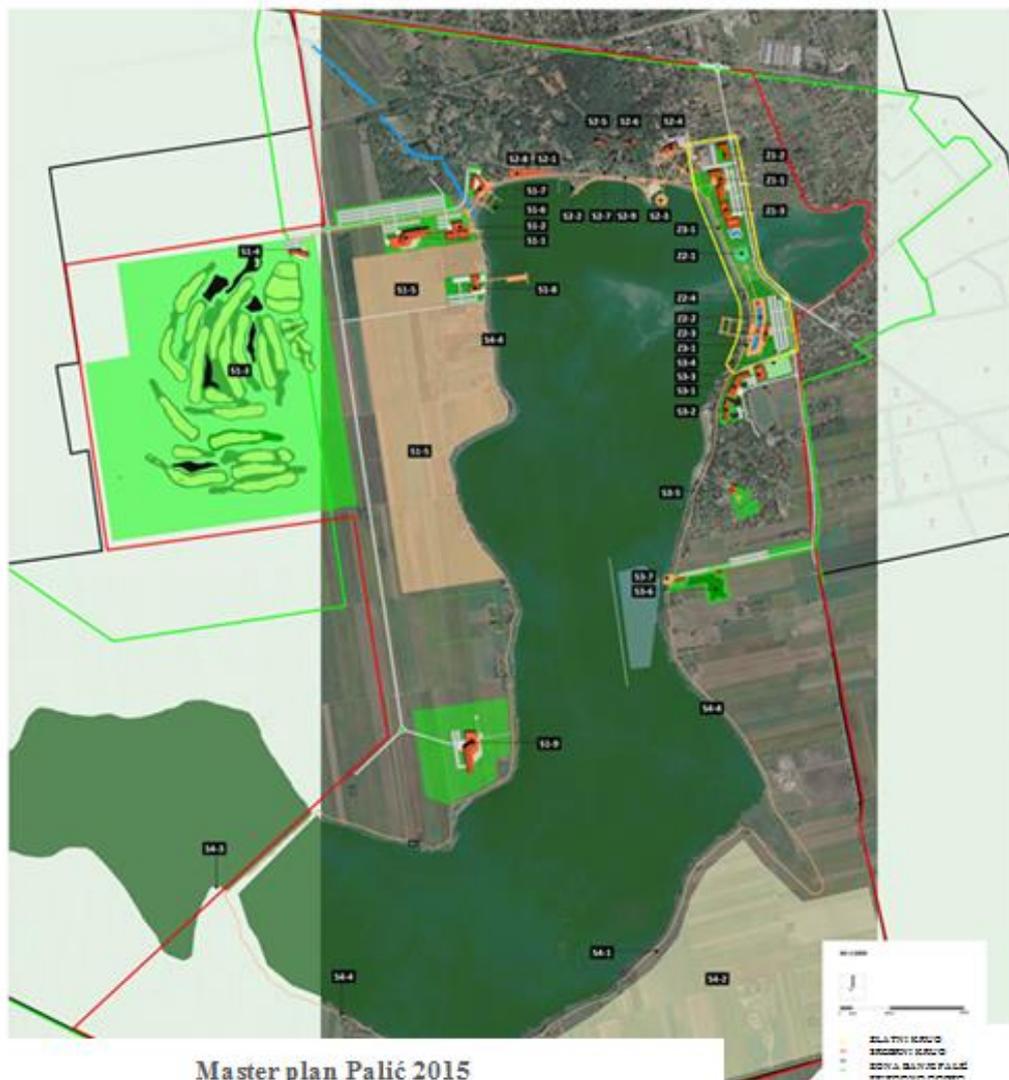
- Zlatni krug** – projekti spremni za izlazak na tržište investitora
- Srebrni krug** – Projekti spremni za razvoj prema logičnim fazama
- Bronzani krug** – dugoročna zaštita i rezervacija prostora / iskustveno strukturiranje šireg područja i doprinos lancu vrednosti turizma Paličkog riziorta



## 5.2 FIZIČKI MASTER PLAN – ZLATNI I SREBRNI KRUG – ISKUSTVENE ZONE



## 5.3 PREGLED SADRŽAJA U ZLATNOM I SREBRNOM KRUGU – INDIKATIVNA KARTA NAMENE POVRŠINA



Master plan Palić 2015

### Plan namene površina

Z1-1 Palić Spa Resort – hotel	S1-5 Palić porodični boutique, hoteli i vile	S2-8 Shopping arkada
Z1-2 Palić Spa Resort – apartmani	S1-6 Marina	S2-9 Promenada
Z1-3 Palić Spa Resort – Medical Spa centre	S1-7 Jedrištarski klub & Tourist Point	S3-1 Palić Sport hotel
Z1-1 Zelena zabavni park	S1-8 Veslački klub	S3-2 Sport apartmani
Z2-2 Komplex barona	S1-9 Medical centre	S3-3 Sportna dvorana
Z2-3 Kabane, svlačionice, paviljoni	S2-1 Velika terasa	S3-4 Teniski tereni
Z2-4 Trgovina, hrana i piće	S2-2 Ženski strand	S3-5 Retail centar u vikend naselju
Z3-1 Lido	S2-3 Koncertna terasa na jezeru	S3-6 Adrenalinski park
S1-1 Palić MICE & Spa hotel	S2-4 Palić hotel Mala gostiona	S3-7 Centar za skijanje na vodi
S1-2 Kongresni centar Palić	S2-5 Palić jezero apart depadansa	S4-1 Čarda
S1-3 Golf teren sa 18 rupa	S2-6 Palić Park apart depadansa	S4-2 Prostor za sašale
S1-4 Palić Golf klub	S2-7 Esplanada	S4-3 Posmatračnice za bird watching
		S4-4 Luogo Lago – Biciklistička i pešačka staza

**Napomena:** Indikativnom kartom namene površina su date indikativne pozicije - makrolokacije i gabariti planiranih sadržaja u kontekstu potrebe razvoja turizma na predmetnom području, a ne

*njihove tačne lokacije. U tom smislu, za razvoj turizma je od značaja da navedeni sadržaji ostanu u okviru odgovarajuće zone, poštujući naznačene makrolokacije.*

*Precizne lokacije i primenjena planska i građevinska rešenja je neophodno razraditi u postupku prostornog planiranja, kao i izrade projektne i tehničke dokumentacije u skladu sa pozitivnim propisima i važećim drugim pravilima u trenutku otpočinjanja razvoja pojedinačnih projekata.*

*Uslovi koje izdaju nadležne institucije su *conditio sine qua non* za uspešnu realizaciju projekata. Eventualni konflikti / neusaglašenosti (npr. u delovima u kojim grafički prilog nije usaglašen sa režimima zaštite) se mogu rešavati drugačijim prostornim rasporedom elemenata unutar bloka, ili manjim pomeranjima pojedinačnih sadržaja.*



## POGLAVLJE 6

### Ključni investicioni i razvojni projekti

## 6 KLJUČNI INVESTICIONI I RAZVOJNI PROJEKTI

### 6.1 UVOD

---

Koncipiranje razvoja svake destinacije, posebno onih koje se nalaze u zaštićenim prirodnim / pejzažnim područjima sa dominantnim atraktorom (kakav je Paličko jezero), karakterišu bogati ekosistemi. Direktna uticaj razvoja turizma se ogleda u degradaciji takvih ekosistema, ukoliko razvoj nije koncipiran na održivim osnovama.

Ključno opredeljenje obrađivača plana, Horwath HTL-a, kao i Radne grupe za izradu Master plana koju je oformio kabinet gradonačelnika Subotice, bilo je da se predloženim merama maksimalno zaštite tačke od interesa za zaštitu postojećeg ekosistema jezera, te da se inteligentnim dizajnom omogućiti dugoročan i stabilan izvor prihoda za zaštitu i unapređenje šireg prostora Palića.

Takav pristup je u potpunosti ispoštovan u postupku usaglašavanja vizije i tržišnog pozicioniranja, kao i predloga proizvoda. Planiranje i strateški razvoj svake destinacije pretpostavljaju i ključne aktivnosti, odnosno projekte koje postavljenu strategiju realizuju.

U kontekstu ovog Plana, a na bazi intervjua sa najbitnijim subjektima, rezultata sa radionice, obilaska terena, kao i našeg stručnog mišljenja, ključni projekti koji će graditi konkurentsku poziciju Palića kao destinacije na turističkom tržištu uključuju ključne investicione projekte privatnog i javnog sektora (koji su predmet fizičkog Master plana u okviru ovog projekta), kao i one projekte koji privatnim i/ili javnim inicijativama podupiru razvoj kompletnog turističkog lanca vrednosti šireg područja Palića (Bronzani krug), a mogu poslužiti kao solidna osnova za razvoj malih i srednjih preduzetničkih inicijativa.

Tokom procesa izrade Master plana Palić 2015 revidirani su projekti koji su prethodno predloženi i razvijani, a uzimajući u obzir to da su pojedine inicijative već u toku, one nisu predmet naše dalje razrade. Međutim, u predlozima razvojnih projekata na ovom području, a koji su detaljno obrađeni u sledećoj tački ovog poglavlja, izvršeno je usklađivanje postojećih inicijativa sa novim predlozima projekata.

Ovakav pristup u potpunosti omogućava koncept formiranja zaokruženih iskustvenih zona / malih univerzuma za sebe, kojima će se obezbediti kvalitetan sadržaj i isporuka iskustva svim zainteresovanim kategorijama gostiju za koje se ponuda na Paliću priprema.

Poštujući zahteve Projektnog zadatka na osnovu kojeg je izrađen ovaj Master plan, fizički master plan je izrađen za potrebe identifikacije i pozicioniranja projekata u Zlatnom i Srebrnom krugu.

Razvojni projekti koji se daju opisno, se primenjuju u kompletnom obuhvatu plana, ali je njihovo usmerenje ka razvoju dodatnih sadržaja i pretvaranju komparativnih u konkurentne prednosti Palića kao destinacije. Dakle, ovi projekti se mogu shvatiti kao svojevrsni programi konkurentnosti, pa je, u tom smislu, neophodno pokloniti podjednaku pažnju i njihovoj realizaciji, jer su oni put do bržeg dostizanja željene tržišne pozicije, a i donose značajne koristi u pogledu razvoja malih i srednjih preduzetničkih inicijativa.

## 6.2 PROJEKTI ZLATNOG KRUGA

Zlatni krug je podeljen prema iskustvenim zonama, u okviru kojih su formirani ključni projekti.

<b>Zona ZLATNI KRUG1 (health &amp; spa)</b>		
Z1	1	Palić Spa Resort - hotel
Z1	2	Palić Spa Resort - apartmani
Z1	3	Palić Spa Resort - Medical Spa Centre
<b>Zona ZLATNI KRUG2 (indoor &amp; outdoor water fun)</b>		
Z2	1	Zeleni Zabavni Park
Z2	2	Kompleks bazena
Z2	3	Kabine, svlačionice, paviljoni
Z2	4	Trgovine, hrana i piće
<b>Zona ZLATNI KRUG3 (promenada)</b>		
Z3	1	Lido

U nastavku dajemo pregled projekata Zlatnog kruga, u skladu sa njihovim oznakama datim u prethodnim tabelama prema korespondirajućim zonama.

### 6.2.1 Zona Zlatni krug 1 – health & spa:

#### 6.2.1.1 Palić Spa Resort – hotel, apartmani i medical spa centar (Z1-1, Z1-2 i Z1-3)

Pozicionira se kao celogodišnji Spa rizort koji klijentima pruža celokupan spektar sadržaja i usluga za rekreaciju, opuštanje i oslobađanje od stresa, unapređenje zdravlja i razvoj zdravih životnih navika.

Palić Spa rizort obuhvata sledeće sadržaje:

- hotel na nivou četiri internacionalne zvezdice;
- potpuno opremljen *spa & wellness* centar za dobro zdravlje i lečilišni sadržaji sa širokim spektrom terapija i tretmana;
- punktove hrane i pića sa naglaskom na zdravu ishranu;
- multifunkcionalne dvorane;
- prateće sadržaje.

#### **Palić Spa rizort - program sadržaja**

##### **Smeštajni kapacitet**

Struktura smeštajnih jedinica je sledeća:

- 150 soba u hotelu od čega 100 standard dvokrevetnih soba (prosečne neto površine od 28 m<sup>2</sup>), 40 dvokrevetnih superior soba (prosečne neto površine od 32 m<sup>2</sup>), 8 junior apartmana (prosečne neto površine od 40 m<sup>2</sup>) i 2 senior hotelska apartmana (prosečne površine od 45 m<sup>2</sup>);
- 50 kondo apartmana (prosečne neto površine od 50 m<sup>2</sup>) na prodaju po *sell-and-lease back* modelu;

Ukupna bruto razvijena površina smeštajnog dela iznosi 6.681,50 m<sup>2</sup> u hotelu i 3.255 m<sup>2</sup> u apartmanima.

## Objekti hrane i pića

Punktovi hrane i pića obuhvataju 5 objekata hrane i pića u hotelu i spa & wellness centru, uključujući:

- 4 objekta hrane i pića u hotelu sa oko 400 mesta, uključujući glavni restoran (218 mesta), *A la carte* restoran (94 mesta), *Green line* restoran (60 mesta) i *lobby bar* (47 mesta);
- *Poolside* „pokretni“ bar uz bazene (za uslugu pića i užinu);

Ukupna bruto razvijena površina objekata hrane i pića (u hotelu) iznosi 1.069,78 m<sup>2</sup>.

## Spa & wellness centar sa medical spa sadržajima:

Spa i wellness centar planiran je kao centar „opuštanja, harmonije i zdravlja“ opremljen prema najsavremenijim svetskim standardima, a obuhvata:

- Svet sauna i vodeni svet za rekreaciju i opuštanje;
- Široki spektar terapija i tretmana;
- *Medical spa* – terapije i tretmani lečenja;
- *Beauty corner* – tretmani lica i tela za ulepšavanje;
- Savremeno opremljen fitnes centar sa raznovrsnim programima fizičke aktivnosti;
- Ostale prateće sadržaje;

Spa & wellness centar prostire se na unutrašnjih 6.213 m<sup>2</sup> bruto razvijene građevinske površine i spoljašnjih 2.490 m<sup>2</sup>.

PALIĆ SPA RIZORT		
SPA I WELLNESS CENTAR		
<b>Svet sauna:</b>	<b>Vodeni svet:</b>	<b>Tretmani:</b>
- finska sauna	- unutrašnji bazeni	- hidroteparije
- parna (bio) sauna	- podvodni hidromasažeri	- masaže
- infra-crvena sauna	- <i>jacuzzi/whirlpool</i>	- <i>shiatsu</i>
- parno kupatilo (hamam)	- vodene kaskade	- limfna drenaža
- tepidarijum	- spoljašnji bazen	- refleksologija
- ledeni bazen	- masažerski tuševi	- akupresura/akupunktura
- slana soba	- dečiji bazeni	- aromaterapija
- prostor za relaksaciju		- fitoterapija
		- tretmani blatom
<b>Fitnes:</b>	<b>Medical corner:</b>	<b>Beauty corner :</b>
- kardio/aerobik/step programi	- medical check-up	- salon za ulepšavanje
- joga/pilates	- antistres terapije	- frizerski salon
- laka gimnastika	- programi dijeta/zdrave ishrane	- kozmetički tretmani lica i tela
- stretching	- programi fizičke aktivnosti	
- teretana	- antidepresivni programi	
- spinning	- zdravstveni edukativni programi	
- vežbe u vodi	- programi za jačanje imuniteta	
	- opšti telesni oporavak	
	- programi detoksifikacije	

### **Funkcionalni prostori**

Funkcionalni prostori u okviru Palić Spa rizorta obuhvataju:

- Multifunkcionalnu dvoranu površine 250 m<sup>2</sup> (deljivu u tri manje dvorane) – za sadržaje tipa MICE (kongrese / sastanke / insentiv – po potrebi uzimajući u obzir trenutno dostupne ograničene kapacitete), prijeme i bankete, uključujući i razne seminare / radionice na temu „zdravog života“;
- Igraonicu za decu (120 m2).

Ukupna bruto razvijena površina funkcionalnih prostora iznosi 586,5 m2.

### **Spoljni sadržaji za opuštanje i rekreaciju i uredene zelene površine**

- Spoljni bazen za odrasle i decu (podvodni masažeri, vodene kaskade, dečiji bazeni);
- Uređena platforma za sunčanje;
- Uređene zelene površine.

### **Parking**

Uređeni spoljni parking sa 150 parking mesta za goste hotela i dodatnih 150 mesta za spoljne goste spa & wellness centra i ostalih sadržaja u okviru rizorta.

### **Specifikacija površina Palić Spa rizorta**

Specifikacija površina Palić Spa rizorta data je u tablicama u nastavku:

**PALIC SPA RESORT**

hotel

Prostor	broj ključeva	broj mesta	broj kreveta	neto m <sup>2</sup>	ukupno neto m <sup>2</sup> - unutrašnje	ukupno neto m <sup>2</sup> spoljašnje	ukupno BRP (bruto razvijena površina) m <sup>2</sup>
<b>Smeštajni blok</b>							
<b>smeštajne jedinice</b>							
dvokrevetne sobe - standard	100		200	28,0	2.800,00	600,00	
dvokrevetne sobe - superior	40		80	32,0	1.280,00	320,00	
hotelski apartmani - junior	8		32	40,0	320,00	64,00	
hotelski apartmani - senior	2		8	45,0	90,00	16,00	
servisni prostori i komunikacije					1.320,00		
<b>ukupno</b>	<b>150</b>		<b>312,00</b>		<b>5.810,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>6.681,50</b>

**Javne površine (recepција, lobby i pomoćni prostori)**

ukupno					240,00		276,00
--------	--	--	--	--	--------	--	--------

**Objekti hrane i pića**

Glavni restoran		218			393,12	117,94	
Restoran 2		94			187,20	131,04	
Restoran 3		60			120,00	36,00	
lobby bar		47			74,88	29,95	
komunikacije					155,04		
<b>ukupno</b>		<b>418,80</b>			<b>930,24</b>	<b>314,93</b>	<b>1.069,78</b>

**Funkcionalni prostori**

ukupno					510,00		586,50
--------	--	--	--	--	--------	--	--------

**Administracija (kancelarije, pomoćni prostori)**

ukupno					78,00		89,70
--------	--	--	--	--	-------	--	-------

**(back of the house - BOH)\***

ukupno					1.649,02	150,00	1.896,37
--------	--	--	--	--	----------	--------	----------

**Hotel ukupno**

					<b>9.217,26</b>	<b>1.464,93</b>	<b>10.599,84</b>
ukupno m <sup>2</sup> BRP po ključu							70,67
ukupno m <sup>2</sup> BRP + neto spoljašnje površine po ključu							80,43

**Izdvojene spoljne površine**

prilazna saobraćajnica, ulaz						500,00	
hortikultura						2.000,00	
spoljni parking		150		25,00		3.750,00	
<b>ukupno</b>						<b>6.250,00</b>	

\* BOH = skladišta barova i opreme, prostori osoblja, garderobe, sanitarije, održavanje, bazenska tehnika – ukupno, tehničke prostorije, dostava/ otpad, komunikacije

**PALIC SPA RESORT**

apartmani

Prostor	Broj ključeva	Broj kreveta	Neto m <sup>2</sup>	ukupno neto m <sup>2</sup> - unutrašnje	ukupno neto m <sup>2</sup> spoljašnje	ukupno BRA (bruto razvijena površina) m <sup>2</sup>
smeštajne jedinice		50		50	2500	2875
terase smeštajnih jedinica		50		8		400
komunikacije					250	287,5
tehničke prostorije					80	92
spoljni prostori/ pešačke površine						200
hortikultura						500
parking/ prilaz				25		1250
<b>Apartmani ukupno</b>	<b>50</b>	<b>0</b>			<b>2830</b>	<b>3254,5</b>

**PALIC SPA RESORT**

**MEDICAL SPA vodeni centar**

Prostor	Broj ključeva	Broj mesta	neto m <sup>2</sup>	ukupno neto m <sup>2</sup> - unutrašnje	ukupno neto m <sup>2</sup> spoljašnje	ukupno BRP m <sup>2</sup> - unutrašnje
<b>Javne površine (repcija, lobby i pomoćni prostori)</b>						
ukupno				210		241,5
<b>Garderobe sa sanitarijama</b>						
ukupno				288		331,2
<b>Beauty corner</b>						
kozmetički tretmani lica i tela	2		15	30		
frizerski salon	1		20	20		
salon za ulepšavanje	1		20	20		
shop	1		5	5		
komunikacije				15		
ukupno				90		103,5
<b>Medical check up</b>						
funkcionalni prostori	8		20	160		
komunikacija				32		
ukupno				192		220,8
<b>Fitness</b>						
funkcionalni prostori joga/ pilates/ gimnastika	3		50	150		
teretana	1		80	80		
spinning fitness	1		80	80		
spremište rekvizita				40		
komunikacije				70		
ukupno				420		483
<b>Svet sauna</b>						
saune	5		15	75		
tursko kupatilo - hamam	2		20	40		
slana soba	1		20	20		
whirlpool i ledeni bazen	2		20	40		
tuševi	6		4	24		
prostor za opuštanje - relax	2		40	80	20	
tehnički prostori				30		
prostori za osoblje				20		
komunikacije				55,8		
ukupno				384,8	20	442,52
<b>Tretmani</b>						
funkcionalni prostori	8		20	160		
komunikacije				32		
ukupno				192		220,8
<b>Vodeni svet</b>						
bazeni i vodene atrakcije				1200	900	
prostor oko bazena				800	1200	
tuševi				60	40	
sanitarije za vanjske bazene				50		
ukupno				2110	2140	2426,5
<b>Administracija (kancelarije, pomoćni prostori)</b>						
ukupno				72		82,8
<b>Hrana i piće</b>						
bazenski bar (pool bar) - unutrašnji	80			128		
bazenski bar (pool bar) - spoljašnji	150			20	270	
komunikacije				29,6		
ukupno				177,6	270	204,24
<b>(Back of house - BOH)*</b>						
ukupno				1266,9552	60	1456,99848
<b>Ukupno MEDICAL SPA vodeni centar</b>				5403,3552	2490	6213,85848
<b>Izdvojene spoljne površine</b>						
pešačke površine						400
hortikultura						2000
spoljni parking i prometnice	150		25			3750
ukupno						6150

\* BOH = skladišta barova i opreme, prostori osoblja, garderobe, sanitarije, održavanje, bazenska tehnika – ukupno, tehničke prostorije, dostava/ otpad, komunikacije

## 6.2.2 Zona Zlatni krug 2 – indoor & outdoor water fun

### 6.2.2.1 Zeleni zabavni park (Z2-1)

#### Zeleni Zabavni park

Prostor	Broj ključeva	Neto m <sup>2</sup>	Ukupno neto m <sup>2</sup> unutrašnje	Ukupno neto m <sup>2</sup> spoljašnje	Ukupno BRA m <sup>2</sup> – unutrašnje
<b>Spoljne površine</b>					
pešačke površine				400,00	
igrališta				1.000,00	
hortikultura				1.000,00	
ukupno				<b>2.400,00</b>	
<b>Ukupno Zabavni park</b>				<b>2.400,00</b>	

### 6.2.2.2 Water fun centar – kompleks bazena (Z2-2); kabine, svlačionice, paviljoni (Z2-3) i punkтови hrane i pića (Z2-4)

Water fun centar bi trebalo razviti na osnovu konkretnog projekta i studije opravdanosti; mogući vodeni sadržaji i atrakcije su sledeći:

#### Bazeni za decu – manji i veći uzrast:

- Dečiji bazen sa prskalicama, malim toboganima i manje vodene atrakcije;
- Bazeni za srednje uzraste sa toboganima, kišnim tuševima i vodenim atrakcijama (vodena pećurka, slapovi i sl.);
- Laguna bazen sa veštačkim talasima.

#### Bazeni za odrasle – moguće varijante:

- Bazeni za plivanje – razmotriti mogućnost / isplativost izgradnje olimpijskog bazena;
- Bazeni sa masažnim gejzirima, masažnim ležaljka i sl.;
- Bazeni za uzvodno plivanje (protiv strujanja vode).

Water fun centar imaće otvorene prostore i zatvorene prostore. Zatvoreni i otvoreni deo water fun centra dimenzionisati na osnovu ukupnog smeštajnog kapaciteta Palića kao i na osnovu potencijalne posete građana Subotice i okoline.

#### Zeleni park:

- Zelene zatravljene površine;
- Dečije igralište – sprave za penjanje, tobogani, klackalice, itd. sa prilagođenom podlogom (tartan);
- Šetnice sa klupama;
- Fontana;
- Ostala urbana galanterija i infrastruktura – usklađeno sa lidom i promenadom.

### 6.2.3 Zona Zlatni krug 3 – Lido / promenada

#### Lido/ promenada

Prostor	Broj ključeva	neto m <sup>2</sup>	ukupno neto m <sup>2</sup> - unutrašnje	ukupno neto m <sup>2</sup> spoljašnje	ukupno BRA m <sup>2</sup> - unutrašnje
<b>Spoljne površine</b>					
Pešačke površine				15000	
Hortikultura				10000	
ukupno				<b>25000</b>	
<b>Ukupno Lido/ promenada</b>				<b>25000</b>	

## 6.3 PROJEKTI SREBRNOG KRUGA

Srebrni krug je podeljen prema iskustvenim zonama, u okviru kojih su definisani ključni projekti i njihova realizacija po fazama.

Neki od navedenih projekata su u završnoj fazi realizacije (posebno se odnosi na Zonu Srebrni krug 2 – kultura i nasleđe), pa nisu predmet obrade ovog Master plana.

<b>Zona SREBRNI KRUG 1 (Marine &amp; Lifestyle)</b>		
S1	1	Palić MICE & Spa hotel
S1	2	Kongresni centar Palić
S1	3	Golf teren sa 18 rupa
S1	4	Palić Golf klub
S1	5	Palić porodični boutique hoteli i vile
S1	6	Marina
S1	7	Jedriličarski klub sa turističkim info centrom
S1	8	Veslački klub
S1	9	Medical centar
<b>Zona SREBRNI KRUG 2 (Culture &amp; Heritage)</b>		
S2	1	Velika terasa
S2	2	Ženski štrand
S2	3	Koncertna terasa na jezeru
S2	4	Palić Hotel Mala gostiona
S2	5	Palić Jezero apart depadans
S2	6	Palić Park apart depadans
S2	7	Esplanada
S2	8	Šoping arkada
S2	9	Promenada
<b>Zona SREBRNI KRUG 3 (Sport, Active &amp; Creative)</b>		
S3	1	Palić Sport hotel
S3	2	Sport apartmani
S3	3	Sportska hala
S3	4	Teniski tereni
S3	5	Retail park i Creative hub u vikend naselju
S3	6	Adrenalinski park
S3	7	Centar za skijanje na vodi
<b>Zona SREBRNI KRUG 4 (Rural &amp; Nature)</b>		
S4	1	Čarda
S4	2	Prostor za salaše
S4	3	Osmatračnice za posmatranje ptica
S4	4	Lungo Lago - Biciklistička / pešačka staza

U nastavku dajemo pregled ključnih investicionih projekata, u skladu sa njihovim oznakama datim u prethodnim tabelama prema korespondirajućim zonama.

### 6.3.1 Zona Srebrni krug 1 (Marine & Lifestyle)

#### 6.3.1.1 Palić MICE & Spa Hotel (S1-1)

Palić MICE & Spa Hotel		
Lokacija		
<b>Pozicija na MP</b>	Severo-zapadna obala, između jezera i golf terena, južno od lokacije zoo vrta	<b>S1-1</b>
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi uz novoformirani ulaz u turistički prostor / banju Palić što omogućava dobru saobraćajnu dostupnost; sam hotel se nalazi u produžetku centralne istorijske zone Palića	
Opis projekta		
<b>Pozicioniranje</b>	MICE i Spa Hotel, sa ambicijom da postane jedan od vodećih na lokalnom i regionalnom tržištu.	
<b>Kategorija</b>	4 plus internacionalnih zvezdica (upscale / upper upscale) sa brendom	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Poslovno kongresne grupe iz zemlje i regiona, odmorišni segment - parovi; srednje visoka i viša platežna kategorija gostiju iznad 35 godina	
<b>Ključni faktori uspeha</b>	Veza sa kongresnim centrom, visoko kvalitetni sadržaji, prilagođeni svim vrstama događanja, jasna tržišna orijentacija, lokacija uz jezero, imidž Palića	
		
Smeštajni kapaciteti		
cca 150 smeštajnih jedinica, od kojih je oko 20% hotelskih apartmana; smeštajne jedinice inventivnim enterijerom prilagođene potrebama različitih ciljnih segmenata; prosečna veličina standardna soba oko 30 m <sup>2</sup>		
Sadržaji hrane i pića		Prostor za sastanke i konferencije
Centralni restoran / doručkovaonica; a la carte/gourmet restoran sa bio linijom; vinoteka; hotelski bar; velnes bar; kapacitet kuhinje je opremljen za banketing servis kongresnog centra.		Hotel je spojen toplom vezom sa odvojenom zgradom kongresnog centra, koji je planiran na način da udovoljava tražnju za događanjima različitog tipa i opsega - predstavlja glavni generator tražnje za hotel
Ostali sadržaji		
Hotel će imati poslovni centar, velnes / spa centar na prostoru od oko 1.800-2.000 m <sup>2</sup> sa unutrašnjim i spoljnim bazenom i svim važnijim sadržajima za opuštanje; različite tretmane relaksacije i usluga za lepotu (beauty corner). U okviru hotela će biti formirani minimalni trgovački sadržaji: suvenirnica / novine / cigare / cigarete / cveće i sl.; imajući u vidu prelazak na organsku proizvodnju, predvideti prostor za prodaju lokalnih proizvoda (med / vino / rakije / i sl.); parking		
Razvoj i investicija		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	12.000	Međunarodni građevinski standard za ovakav hotel je oko 80 m <sup>2</sup> po sobi;
<b>Procenjena investicija (EUR)</b>	18.750.000	Međunarodni investicioni standard za ovaj tip hotela je 125.000 evra po sobi
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	početak II b faze (6. - 8. god)	Izgradnja hotela optimalna u drugoj investicionoj fazi, u periodu od 4 do 5 godina, nakon realizacije Zlatnog kruga, podizanja kvalitete destinacije i uspešnog tržišnog pozicioniranja

### 6.3.1.2 Palić kongresni centar (S1-2)

<b>Palić kongresni centar</b>		
<b>Lokacija</b>		
<b>Pozicija na MP</b>	Severo-zapadna obala, orijentisano prema jezeru	S1-2
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi uz lokaciju predviđenu za izgradnju Palić MICE & Spa hotela, predstavlja nastavak centralne istorijske zone Palića.	
<b>Opis projekta</b>		
<b>Pozicioniranje</b>	Vodeći kongresni centar zemlje i regiona	
<b>Kategorija</b>	Visok nivo kvaliteta, usklađen sa MICE & Spa hotelom	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Korporacije i institucije zemlje i regiona: srednja i veća poslovna događanja, izložbe, sajmovi, prezentacije	
<b>Ključni faktori uspeha</b>	Visoko kvalitetni sadržaji i oprema, fleksibilnost prostora, lokacija sa pogledima na jezero, imidž i kongresna tradicija Palića	
		
<b>Funkcionalni prostori</b>		
<p>Ukupni kapacitet centra za poslovna događanja je do 1.000 delegata u theatre seating, glavna sala sa pogledom na jezero, deljiva na tri do četiri dela koja zadovoljava potrebe i poslovnih događanja ali i banketa, sa 3-4 manje sale za sastanke (meeting rooms, 60-80m<sup>2</sup>), 5-7 sobe za manje sastanke (board rooms, 25-30m<sup>2</sup>). Posebna pažnja će biti posvećena odgovarajućem prostoru za izlaganje koji je <i>conditio sine qua non</i> za održavanje savremenih kongresa</p>		
<b>Ostali sadržaji</b>		
Kongresni centar će imati reprezentativni ulazni deo, kao i ostale prateće prostore i sadržaje (ulaz i recepcija, garderoba, sanitarni prostori, skladišta i tehnički prostori)		
<b>Razvoj i investicija</b>		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	4.000	Procena potrebne površine odgovara strukturi i kapacitetu predloženih funkcionalnih prostora i pratećih sadržaja
<b>Procenjena investicija (EUR)</b>	4.800.000	Procena investicije određuje se prema važećim uslovima na tržištu, na bazi investicije po metru kvadratnom (cca 1.200 eur/ m <sup>2</sup> )
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	kraj II a faze (4.-6. god)	Izgradnja kongresnog centra mora da bude planirana usporedno sa MICE & Spa hotelom, nakon realizacije projekata Zlatnog kruga

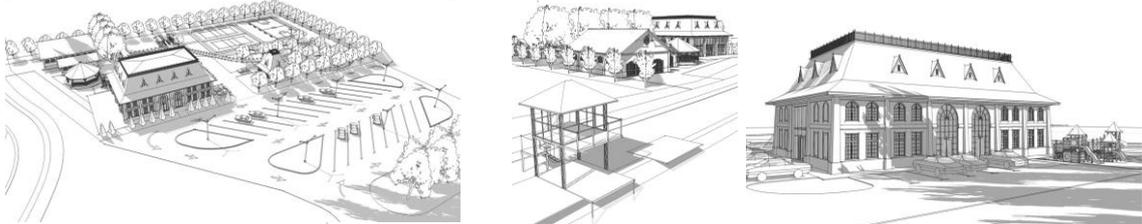
### 6.3.1.3 Palić Golf teren i Palić Golf Club (S1-3 i S1-4)

<b>Palić Golf Course i Palić Golf Club</b>		
<b>Lokacija</b>		
<b>Pozicija na MP</b>	Lokacija zapadno od jezera / rizorta i zapadno od Palić Mice & Spa hotela	S1-3 i S1-4
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi zapadno od saobraćajnice novog ulaza u prostor Palića, sa predviđenom ukupnom površinom za razvoj od cca 75 hektara.	
<b>Opis projekta</b>		
<b>Pozicioniranje</b>	Prvi profesionalni lifestyle championship golf teren u Srbiji	
<b>Kategorija</b>	Links golf course - teren sa 18 rupa, sa školom golfa, vežbalištem i klupskom kućom	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	500 registrovanih golfera u Beogradu, Novom Sadu, Zrenjaninu i Subotici; predstavnici ambasada, predstavnici stranih kompanija, povratnici iz inostranstva, stranci koji traže lifestyle pomak (uz kupovinu vila na obali); turisti (višednevni i tranzitni)	
<b>Ključni faktori uspeha</b>	adekvatan broj bunara, kvalitetna drenaža, apprentice center / vežbalište za udarce, škola golfa	
		
<b>Funkcionalni prostori</b>		
Golf teren sa 18 rupa, par 72, 2 seta tee boxova (žene, muškarci); prosečna veličina green-a - 250 m <sup>2</sup> (ukupna površina igrališta cca 50 ha); vežbalište (ukupno cca 3,5 ha): driving range - 33.000 m <sup>2</sup> , putting green - 200 m <sup>2</sup> , chipping green i bunker - 1.600 m <sup>2</sup> ; Palić Golf Klub (klupska kuća): 1.500 m <sup>2</sup> unutra + 500 m <sup>2</sup> uređene spoljne površine		
<b>Ostali sadržaji</b>		
Pored samog golf terena i Palić Golf Club klupske kuće, biće uređena vežbališta i odgovarajući prostor za školu golfa		
<b>Razvoj i investicija</b>		
<b>Ukupna razvijena površina (ha)</b>	75 ha	Definisanim prostorom bi trebalo da budu obuhvaćeni svi neophodni i dodatni sadržaji koji će se razvijati uz Golf Championship Course, uključujući i Klupsku kuću
<b>Procenjena investicija (EUR)</b>	7 mil	Investicija je procenjena prema standardima za izvođenje ovakvog tipa projekta, prilagođenim lokalnim uslovima i kontekstu - raspon je uzet kao rezerva zbog eventualnih dodatnih troškova akvizicije zemljišta
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	I b - II a faza	Razvoj golf terena sa klupskom kućom bi trebalo realizovati čim se za to steknu uslovi, u zavisnosti od dinamike drugih projekata optimalno u I b fazi, ali i ranije ako se javi zainteresovani developer / investitor - prethodno rešiti imovinsko-pravne odnose

### 6.3.1.4 Palić porodični boutique hoteli i Palić vile (S1-5)

Palić porodični boutique hoteli i vile		
Lokacija		
Pozicija na MP	Uvučeno uz zapadnu obalu jezera, istočno od golf terena i saobraćajnice	S1-5
Opis lokacije	Lokacija se nalazi u pojasu između jezera i golf terena, južno od lokacije Palić MICE & Spa hotela, na atraktivnom zemljištu uglavnom u privatnom vlasništvu	
Opis projekta		
Pozicioniranje	Atraktivni smeštajni kapaciteti, dizajnirani u skladu sa nasleđem Palića, u duhu nastavka centralne zone	
Kategorija	Smeštaj više kategorije (upscale)	
Ciljna tržišta i segmenti	Individualni gosti, parovi, poslovni gosti, vikend gosti, golferi	
Ključni faktori uspeha	Stil, posebnost, toplina i intimna atmosfera predstavljaju ključne odrednice dizajna ove zone, koja privlači goste koji su u potrazi za posebnim i drugačijim	
		
Smeštajni kapaciteti		
Predlaže se razvoj i izgradnja maksimalno 4 porodična boutique hotela sa ukupno 120 ključeva (140 kreveta) i maksimalno 30 vila visokog nivoa uređenja sa po 2 do 4 jedinice po vili na parcelama od po 1.500 - 2.000 m <sup>2</sup>		
Sadržaji hrane i pića	Koncept	
Centralni restoran / doručkovaonica koji je i a la carte restoran; hotelski bar.  Vile su standardno opremljene za samostalno uživanje i samostalnu organizaciju boravka u rizortu.	Boutique hoteli nisu dizajnirani prema krutim standardima - definisanje i ekspresija određene teme su ključne odrednice za uspešan razvoj ovakvih objekata. Svaka prostorija u boutique hotelu se može urediti i dizajnirati na poseban način, što gostima boravak čini jedinstvenim. Vile su interesantan proizvod za segment koji je u potrazi za luksuznim načinom života (uzimajući u obzir blizinu golfa), ali je ključno uspostaviti mehanizam za lease back kapaciteta i zajedničku recepciju, a u cilju maksimalnog iskorišćavanja potencijala smeštajnih objekata (izbegavanja "hladnih" kreveta).	
Ostali sadržaji		
U principu, svaki boutique hotel bi trebalo da ima hotelski bar i a la carte restoran. Poželjan je i razvoj dodatnih sadržaja - bazena i mini-spa objekata, u zavisnosti od ostatka ponude. Moguć je i razvoj posebnih kompetencija za svaki od objekata, imajući u vidu orijentaciju Palića ka isporuci zdravlja i potencijalnog formiranja medical klastera - u tom smislu, svaki od hotela se može specijalizovati za neki od tretmana, kako bi upotpunio ukupnu ponudu Palića kao destinacije koja brine o zdravlju. Poželjno je umrežavanje sa drugim pružaocima usluga u rizortu.		
Razvoj i investicija		
Bruto razvijena površina (m <sup>2</sup> )	9.000 (hoteli) 6.000 (vile)	Cca 2.250 m <sup>2</sup> BRP po porodičnom hotelu i cca 200 m <sup>2</sup> BRP po jednoj vili; ukupna površina zauzetosti za vile i hotele - 49.000 m <sup>2</sup>
Procenjena investicija (EUR)	15.600.000	Procena za porodične boutique hotele je investicija od 80.000 eur po sobi, a investicija u luksuznu vilu je oko 200.000 eur
Rang prioriteta i realizacija (godina)	II b i III faza	Razvoj ovog dela rizorta je moguć počev od IIb faze (nakon izgradnje Golf terena i Palić MICE & Spa hotela), kako bi vrednost projekata bila maksimalna

## 6.3.1.5 Palić veslački klub (S1-8)

<b>Veslački centar Palić</b>		
<b>Lokacija</b>		
<b>Pozicija na MP</b>	Zapadna obala jezera, južno od Kongresnog centra	<b>S1-8</b>
<b>Opis lokacije</b>	Smešten na zapadnoj strani jezera, šire područje lokacije, u perspektivi, obuhvata Palić MICE & Spa hotel, Kongresni centar i zonu porodičnih hotela i vila	
<b>Opis projekta</b>		
<b>Pozicioniranje</b>	Jedinstveni regatni i veslački centar sa zaokruženom infrastrukturom za organizaciju različitih takmičenja međunarodnog karaktera, priprema i treninga	
<b>Namena</b>	Prostor namenjen za razvoj i unapređenje veslačkog i drugih sportova na vodi	
		
<b>Kapaciteti</b>		
Objekat Regatnog centra, Nadstrešnica, veslačka ostava i radionica, hangar za čamce, kuća za domara; sudijski toranj i plato za dodelu medalja		
Sadržaji	Koncept	
Regatni centar je zamišljen da ima sve neophodne sadržaje za normalno funkcionisanje i pripremu sportista, ali i sadržaje za podršku organizaciji sportskih događaja: recepcija, restoran / kafić sa kuhinjom, teretana, kancelariju i salu za sastanke, sobu za reprezentativce	Planirana izgradnja Regatnog / veslačkog centra je od ključne važnosti za isticanje imidža Palića, sa jakim nasleđem u domenu organizacije sportskih događaja i manifestacija. Izgradnja veslačkog centra predstavlja jedan od faktora izgradnje lifestyle karaktera cele zone i sasvim sigurno doprinosi ukupnoj marketinškoj sinergiji Palića kao jezerskog rizorta. Dodatno, najavljeno takmičenje Univerzijada 2017. predstavlja sjajnu priliku za promociju ne samo sporta, nego i novog lica Palića.	
<b>Ostali sadržaji</b>		
Pored ključnog i pratećih objekata, planiran je i prostor za parking, prateće sadržaje - sportski tereni, staze za trčanje, prostor za tuševе i kabine, kao i dečije igralište. Predviđen je i adekvatan prostor za zelene površine.		
<b>Razvoj i investicija</b>		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	9.000	Ukupna površina Regatnog centra je 682 m <sup>2</sup> , sa dodatnih oko 500 m <sup>2</sup> za potrebe hangara. Predviđeni su i adekvatni spoljni sadržaji
<b>Procenjena investicija (EUR)</b>	1,2 mil	Procena je data prema idejnom rešenju koje je urađeno za Veslački / regatni centar
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	Ia faza	Od ključne važnosti je krenuti sa razvojem ovog projekta bez odlaganja, imajući u vidu značaj organizacije međunarodnih događaja, pre svega Univerzijade 2017.

## 6.3.2 Zona Srebrni krug 2 (culture & heritage)

### 6.3.2.1 Elite Palić Apart hoteli (S2-4, S2-5 i S2-6)

<b>Elite Palić Apart hoteli</b>		
<b>Lokacija</b>		
<b>Pozicija na MP</b>	Centralna zona - zona Velikog parka	S2-4, S2-5 i S2-6
<b>Opis lokacije</b>	Lokacije postojećih objekata hotela Park i Jezero, kao i Male gostione, predstavljaju najekskluzivniji deo rizorta - zaštićenu zonu Velikog parka; ukoliko postoji i mogućnost akvizicije lokacije blizu Ženskog štranda	
<b>Opis projekta</b>		
<b>Pozicioniranje</b>	Apart hoteli koji odlikavaju mondenski karakter i nasleđe Palića	
<b>Kategorija</b>	4 plus internacionalnih zvezdica (upscale / upper upscale)	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Viša i visoka platežna kategorija gostiju iznad 45 god. - tzv. "full nester-i III" i "empty nester-i I i II"; komercijalno tržište: domaće, jugoistočna i zapadna Evropa	
<b>Ključni faktori uspeha</b>	Istorijska lokacija u užoj zoni Velikog parka, scenografija, jedinstveni spoj doživlja izlaska na jezero i autentične arhitekture secesije, intima	
		
<b>Smeštajni kapaciteti</b>		
Ukupno oko 100 soba, luksuznog karaktera		
<b>Sadržaji hrane i pića</b>		<b>Prostor za sastanke i konferencije</b>
Centralni restoranu objektu Male gostione, hotel bar u centralnom ulaznom objektu (Mala gostiona)		Nije predviđeno da hotel ima posebno rezervisan prostor za sastanke i konferencije, predlaže se korišćenje ostalih raspoloživih kapaciteta na Paliću (Velika terasa), ali je moguće prilagoditi deo Male gostione po potrebi za određene skupove.
<b>Ostali sadržaji</b>		
Male priručne kuhinje za pripremu doručka, consierge sistem, čitaonica i room service. Ostali sadržaji bi morali da budu dostupni gostima hotela u saradnji sa drugim objektima u rizortu (pre svega medical spa u Palić Spa Rizortu).		
<b>Razvoj i investicija</b>		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	6.000	Predviđena je dogradnja objekta Mala gostiona / eventualna akvizicija lokacije kod Ženskog štranda
<b>Procenjena investicija (EUR)</b>	5-6 miliona	Navedeni iznos se odnosi na dogradnju apartmana u objektu Mala gostiona i neophodne adaptacije u hotelima Park i Jezero
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	I faza	Neophodno je bez odlaganja početi sa "pakovanjem" ovog projekta - ispitati mogućnost akvizicije lokacije u neposrednoj blizini ženskog štranda i eventualno priključivanje - formiranje jedinstvenog paketa sa postojećim hotelom

OSTALI PROJEKTI ZONE SREBRNI KRUG 2 – CULTURE & HERITAGE

S2	1	<p><b>Velika terasa</b></p> <p>Objekat najvećim delom rekonstruisan. Predstavlja jedinstven prostor za organizaciju događaja.</p> <p>Predlaže se dalji razvoj objekta u prestižni centar događanja, izložbi i zatvorenih koncerata kao svečanih i plenarnih skupova (prvi sprat objekta). U desnom krilu prizemlja predlaže se Park 1840 Loža sa malom ponudom hrane i slatkiša, a koji bi opsluživao bogato opremljenu i atraktivnu terasu.</p> <p>U kulturnom pogledu kao i pogledu ponude usluga, ovaj prostor bi mogao da postane kultno okupljalište otvorenog tipa, budući da to po svojoj jedinstvenoj centralnoj lokaciji, parku i arhitekturi zaslužuje.</p>
S2	2	<p><b>Ženski strand</b></p> <p>Zbog tradicije ovaj sadržaj je potrebno zadržati i insistirati na redovnom održavanju – uprkos temeljnom renoviranju objekta, neophodno je vršiti stalne popravke kako bi objekat uvek bio u dobrom stanju. Dobrim menadžmentom objekta trebalo bi obezbediti sadržaj / klub koji bi ostao u vezi sa njegovom prvobitnom funkcijom.</p> <p>Ovde se ne preporučuje projekat eventualne izgradnje bazena za kupanje i to zbog sledećih razloga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- opterećenje infrastrukture (saobraćaj, sanbdevanje i sl.)</li> <li>- gubljenje osećaja mira centralnog dela naselja tokom dana;</li> <li>- ugrožavanje ostalih projekata i njihovih poslovnih misija koje se ne smeju mešati sa eventualnim stvaranjem osećaja javnog kupališta na najkvalitetnijem delu rizorta.</li> </ul> <p>Mada je smisao je ovog predloga da isti sadržaj u nešto jače komercijalizovanoj verziji bude dostupan posetiocima, on se nikako ne sme pretvoriti u masovno okupljalište, s obzirom da se ta namena otvara na području revitalizovanog muškog štranda.</p>
S2	3	<p><b>Koncertna terasa na jezeru</b></p> <p>Predlažemo izgradnju novog objekta koji je u funkciji celovite tematizacije ove zone. Reč je o drvenoj građevini na jezeru koja ima dvostruku funkciju. Po danu je ona sunčalište, a u popodnevним časovima i uveče mesto za koncerte ozbiljne muzike, modne revije i druge vrste nenametljivih i ne previše bučnih događanja.</p> <p>Sa ženskim štrandom ova građevina čini vizuelnu ravnotežu severne promenade jezera kao glavnog mesta okupljanja</p>
S2	7	<p><b>Esplanada</b></p> <p>Predlaže se rekonstrukcija i nov način prezentacije fokalnog dela Zone parka, između Ženskog štranda i koncertne terase na jezeru.</p> <p>Pretpostavlja se vrhunski pejzažni dizajn, rasveta, otvaranje esplanade prema jezeru uklaňanjem današnjeg zidića.</p>
S2	8	<p><b>Šoping arkada</b></p> <p>Predlažemo da se na potezu od ženskog štranda prema centru za vodene sportove izgradi nova manja šoping arkada u elegantnoj</p>

		<p>drvenoj izvedbi. Budući se iz prostora parka moraju ukloniti današnje improvizacije i kiosci, korisno je zadržati ovaj prostor kao mesto okupljanja i druženja. S jedne strane - prema unutra postavljaju se specijalizovane trgovine, a prema jezerskoj strani - sa terasama nekoliko modernih i diferenciranih barova / kafića. Planirani građevinski obim ovog centra jeste maksimalno do 900 m2 bez terasa. Tačnu lokaciju bi trebalo uskladiti sa drugim planiranim sadržajima, kao i sa projektom revitalizacije infrastrukture za potrebe Paličke olimpijade.</p>
<b>S2</b>	<b>9</b>	<p><b>Promenada</b></p> <p>Promenada je element koji spaja različite doživljaje / zone oko jezera Palić, i ona se izvodi na način da služi pešacima kao i biciklistima. Inteligentno uređenje sa zelenilom i osvetljenjem, kao i postavljanje potrebne infrastrukture i info punktova sa obeležavanjem mesta od interesa. Obavezno je usklađivanje sa važećim režimima zaštite i uslovima koje izdaju nadležne institucije</p>

### 6.3.3 Zona Srebrni krug 3 (sport, active & creative)

#### 6.3.3.1 Palić Sport hotel sa sportskom halom i sport apartmani (S3-1, S3-2 i S3-3)

Palić sport hotel sa sportskom halom + sport apartmani		
Lokacija		
<b>Pozicija na MP</b>	Istočna obala, Zona S-3 (sport, active & creative)	S3-1, S3-2 i S3-3
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi u zoni južno od Zlatnog kruga - water fun centra (Muški štrand) u pojasu koji je i danas u funkciji sporta.	
Opis projekta		
<b>Pozicioniranje</b>	Sportski hotel sa halom i pratećim apartmanskim sadržajem, prilagođen za potrebe profesionalnih sportista	
<b>Kategorija</b>	3 plus internacionalnih zvezdica (midscale)	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Profesionalni sportski timovi, individualni sportisti, rekreativci i drugi gosti (u vansezoni)	
<b>Ključni faktori uspeha</b>	Hotel sa prilagođenim sadržajem za sportiste, povezan toplom vezom sa multifunkcionalnom sportskom halom u nastavku	
		
Smeštajni kapaciteti		
80 soba u hotelu + 40 soba u dodatnom apartmanskom objektu		
Sadržaji hrane i pića		Prostor za sastanke i konferencije
Centralni restoran / doručkovaonica, aperitiv bar, wellness - sport lounge bar sa terasom orijentisanom prema jezeru.		Manja multifunkcionalna sala (deljiva na dva - tri dela, pogodna za bankete, dodele sportskih nagrada i slične događaje).
Ostali sadržaji		
Sportska hala spojena toplom vezom sa hotelom; profesionalni fitness prostor i teretana, prostor za specijalizovane preglede sportista (medical check-up). Izgradnja apartmanskog objekta bi trebalo da bude podrška sportskom kompleksu i imao bi za cilj da služi kao dopunski sadržaj. Razvoj apartmana bi mogao da bude poveren investitoru / developer-u sportskog hotela i hale, a sam objekat sportske hale bi mogao da se razvije po principu javno - privatnog partnerstva.		
Razvoj i investicija		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	4.500 (hotel); 3.500 (hala) 1.800 (apartmani)	Građevinski standard za ovaj hotel jeste do 60 m <sup>2</sup> po sobi; hala ima prateće sadržaje sa cca 1.100 m <sup>2</sup> površine igrališta i zadovoljava standarde za takmičenja u rukometu, košarci, odbojci i futbolu;
<b>Procenjena investicija (EUR)</b>	6 mil. (hotel) 2 mil. (hala) 1,3 mil. (apartm).	Investicioni standard za ovakav hotel je 75.000 evra po sobi
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	II faza	Izgradnja hotela optimalna u drugoj investicionoj fazi, počev od hale, a u periodu od 4 do 5 godina, nakon realizacije Zlatnog kruga i podizanja kvalitete destinacije - u međuvremenu, koriste se kapaciteti Omladinskog naselja

### 6.3.3.2 Palić Retail & Creative Plaza (S3-5)

Palić Retail & Creative Plaza		
Lokacija		
<b>Pozicija na MP</b>	Središnji deo vikend naselja	S3-5
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi u središnjem delu vikend naselja, na istočnoj obali jezera, blizu ulaza u naselje sa glavnog puta.	
Opis projekta		
<b>Pozicioniranje</b>	Kreativni centar Palića	
<b>Kratki opis</b>	Retail park sa maloprodajnim objektima različitih površina (modularno) u duhu arhitekture i nasleđa Palića; hub kreativnih industrija - sastajalište mladih, kreativnih ljudi Subotice i šireg	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	mladi kreativni ljudi, turisti i posetioци Palića, stanovnici Palića i Subotice	
<b>Ključni faktori uspeha</b>	visoko kvalitetni sadržaji, mini-događaji, kreiranje imidža kreativnog centra Palića	
		
Predviđeni kapaciteti		
cca 6000 m <sup>2</sup> neto površine za retail sadržaje, sa dodatnih 1.000 m <sup>2</sup> za creative hub		
Mogući sadržaji		Prostor za creative
Prodavnice sa autentičnim proizvodima šireg područja Palića, galerije i suvenirnice, ugostiteljski sadržaji - kafei, restorani, barovi; prodavnice robe široke potrošnje		Imajući u vidu tradiciju i kulturu Palića, predlažemo formiranje prostora za pokretanje hub-a kreativnih industrija, kojim bi se pojačao sadržaj celog rizorta i oplemenio prostor vikend naselja. Time bi se stvorila dodatna turistička tražnja i kreirao svojevrsni "urban buzz" kao ključni faktor završetka urbanizacije nekada divljeg naselja. Dodatno, ovim sadržajem bi se pojačala privlačna moć retail plaza-e.
Dizajn sadržaja		
Dizajn retail & creative plaze takav da se ostavi prostor za mini trgove na kojima će biti moguća realizacija ugostiteljskih sadržaja i održavanja manjih događaja na otvorenom, a posebno onih koji su povezani sa projektima / proizvodima Palić creative hub-a. U saradnji sa univerzitetima, uz korišćenje kapaciteta Omladinskog naselja, moguće su edukacije iz oblasti kreativnih industrija, letnje škole i obrazovni kampovi, uz korišćenje prostora creative hub-a. Planirati adekvatan parking prostor.		
Razvoj i investicija		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	8.500 - 9.000	Raspored površina prema prethodnom sagledavanju mogućeg tenant mix-a. Važno je voditi računa o modularnosti površina, zbog kasnije fleksibilnosti u odnosu sa zakupcima
<b>Procenjena investicija (EUR)</b>	6 mil	Standard za razvoj, izgradnju i opremanje ovakvog sadržaja je 650-700 EUR / m <sup>2</sup>
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	III faza	Predviđa se razvoj ovog sadržaja u III fazi; moguća izgradnja kapaciteta za creative hub iz javnih sredstava / donacije i početkom II faze, čime se podiže atraktivnost zemljišta za strateškog partnera

### 6.3.3.3 Palić Avantura (S3-6)

Avantura Park Palić		
Lokacija		
<b>Pozicija na MP</b>	Istočna obala	S3-6
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi na istočnoj obali jezera, južno od vikend naselja na gradskom zemljištu u "adrenalin" zoni.	
Opis projekta		
<b>Pozicioniranje</b>	Palić avantura - iskustvo adrenalina na kopnu i vodi. Prvi profesionalno dizajnirani avantura park u Srbiji.	
<b>Kratki opis</b>	Avantura Park je predviđen za razvoj zajedno sa Water Ski centrom, u svojevrsnoj adrenalin zoni. Radi se o kombinaciji konstrukcija veštačkih prepreka na različitim visinama: 8-12m (high ropes), 4-8m (adventure park-poles), na zemlji (low rope elements i vežbe za ljude sa posebnim potrebama). Predviđen je i sadržaj za decu i osobe sa invaliditetom. Omogućava vrhunsku i bezbednu zabavu za najšire kategorije posetilaca.	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Osobe od 5 do 85 godina bez značajnih zdravstvenih problema - posetioci i turisti, studenti i omladina, stanovnici šireg područja Subotice i Palića	
<b>Ključni faktori uspeha</b>	Profesionalni dizajn - jedinstveni adrenalinski doživljaj u Srbiji - kombinacija različitih sprava, prepreka i poligona za različite kategorije korisnika - početnike, srednje, napredne i poseban deo izdvojen za decu	
		
Predviđeni kapaciteti		
Četiri odvojene zone za različite kategorije korisnika: visoke prepreke (high ropes) na visini od 8-12m, avanutra park na stubovima (4-8m), kombinacija platformi i niskih prepreka (low ropes elements) i sadržaji / vežbe za osobe sa invaliditetom. Visinski poligoni sa kombinacijom prepreka / elemenata od užeta i drveta.		
Mogući sadržaji		Dodatne informacije
<p>Pored sadržaja predviđenih planiranim kapacitetom parka, moguće je planirati i dodatne sadržaje - paintball, veštačke stene za penjanje posebni programi za kompanije - team building avanture (roping, viteške igre, penjanje, itd.). Neophodno je uređenje pristupnog puta i parkinga na samoj lokaciji, kao i dovođenje neophodne infrastrukture - voda i struja.</p>		<p>Svaki korisnik/gost dobija adekvatnu zaštitnu opremu i nakon završetka uvodnog kursa, nastavlja upotrebu sadržaja u parku;</p> <p>Osoblje za podršku mora u svakom trenutku da bude na raspolaganju korisnicima;</p> <p>Sadržaji avantura parka moraju da budu dostupni svima i oni ne zahtevaju neke sposobnosti ili fizičku spremu;</p> <p>Avantura park ima minimalno 30 različitih prepreka za vežbe, prepreke su u zavisnosti od težine i savladavanja raspoređene u krugove</p>
Dizajn sadržaja		
Profesionalni dizajn sadržaja prema konceptu / opisu projekta i predviđenim kapacitetima je od ključnog značaja. Bitno je prilagoditi konceptualni dizajn konfiguraciji terena / obliku i zahtevima parcele, definisati detaljne sadržaje u odnosu na ciljne grupe i pripremiti projektno tehničku dokumentaciju. Neophodno je poštovati standard bezbednosti i planirati izgradnju avantura parka prema Evropskim standardima (EN 155567-1 i 155672). Predvideti opremanje celokupnog avantura parka adekvatnim oznakama i uputstvima za upotrebu. Planirati obuku osoblja koje će biti angažovano na pružanju usluga prema uputstvima.		
Razvoj i investicija		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	8000	Predviđena površina omogućava razvoj visokokvalitetnog sadržaja za sve kategorije budućih korisnika prema detaljno razrađenom projektu
<b>Procenjena investicija (EUR)</b>	cca 300.000	Procena investicije data je na osnovu uporedivih primera u regiji.
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	I faza	Preporučuje se razvoj ovog sadržaja sa water Ski parkom u I fazi razvoja rizona, jer će odmah doneti dodatni zabavni sadržaj i povećati privlačnu moć Palića - poželjno je korišćenje modela javno - privatnog partnerstva.

### 6.3.3.4 Palić Water Ski (S3-7)

<b>Palić Water Ski Park</b>		
<b>Lokacija</b>		
<b>Pozicija na MP</b>	Istočna obala	S3-7
<b>Opis lokacije</b>	Lokacija se nalazi na istočnoj obali jezera, južno od vikend naselja na gradskom zemljištu u "adrenalin" zoni.	
<b>Opis projekta</b>		
<b>Pozicioniranje</b>	Palić avantura - iskustvo adrenalina na kopnu i vodi.	
<b>Kratki opis</b>	Water Ski Park Palić u zoni "adrenalina" na Paliću - dodatni zabavni sadržaj koji omogućava izlazak na vodu / doživljaj vode. Ekološki projekat - upumpava kiseonik u jezero i oživljava ga.	
<b>Ciljna tržišta i segmenti</b>	Zdrave osobe od 5 do 85 godina koje umeju da plivaju - posetioci i turisti, studenti i omladina, stanovnici šireg područja Subotice i Palića	
<b>Ključni faktori uspeha</b>	Water Ski park prema svetskim standardima, održavanje međunarodnih takmičenja; broj dana bez kiše u sezoni	
		
<b>Predviđeni kapaciteti</b>		
Dve žice prečnika 10mm, sa ukupnom dužinom od 700 m (površina parka na vodi - cca 310m x 50m) koje pokreće motor od 60 KS. Žica kruži oko četiri ili pet stubova 10m iznad vode i ima 10 nosača koji su prilagođeni da vuku skijaške kanape; mini-tribine i club house (ugostiteljski deo)		
<b>Mogući sadržaji</b>		<b>Dodatne informacije</b>
Water Ski Park - infrastruktura za skijanje; tribine, cafe-restaurant kapaciteta do 100 mesta, svlačionice, toaleti, skijašnica, alatnica, prodavnica sportske opreme; opciono - postavljanje kamera i video zida za mogućnost snimanja i prikazivanja vožnje. Predvideti sadržaj škole skijanja na vodi.		Osim Ski Park-a na Adi Ciganliji u Beogradu, u Srbiji nema Water Ski sadržaja - primera radi, u Nemačkoj ih ima preko 100. Pored toga što predstavlja vrhunski oblik zabave za najširi segment stanovništva. Ski Park je potpuno ekološka instalacija: nema emisije štetnih gasova, nema buke, ne zagađuje vodu i ne ugrožava obalu i biljke. Najvažnije je to što Ski Park upumpa oko 10 tona kiseonika u vodu tokom jedne sezone i direktno utiče na oživljavanje jezera.
<b>Dizajn sadržaja</b>		
<p>Pozicija predviđena master planom je povoljna, potrebni su manji zahvati za ispunjavanje tehničkih uslova za postavljanje Water Ski parka. Startna platforma bi trebalo da bude na delu obale i, za te svrhe, napravljene plaže.</p> <p>Potrebno je obezbediti priključke na infrastrukturu, a na parceli je na ulazu planiran zajednički put i parking za Water Ski Park i Palić Adventure Park. Park treba da ima oblik petougona, koji je standardan oblik za korišćenje. Time bi se obezbedila mogućnost organizacije međunarodnih takmičenja u slalomu i wakeboard-u.</p>		
<b>Razvoj i investicija</b>		
<b>Bruto razvijena površina (m<sup>2</sup>)</b>	cca 16.000 (voda)1.500 (ostalo)	Water Ski će zauzeti oko 16.000 m <sup>2</sup> vodene površine; svojom pozicijom ne ometa realizaciju drugih aktivnosti na vodi. Procenjuje se da je za ostale sadržaje dovoljno oko 1.500 m <sup>2</sup> , uključujući Club house i prateće sadržaje
<b>Procenjena investicija (EUR)</b>	cca 650.000	Procena je data na osnovu uporedivih primera iz zemlje i regiona.
<b>Rang prioriteta i realizacija (godina)</b>	I faza	Preporučuje se razvoj ovog sadržaja sa adrenalinskim parkom u I fazi razvoja rizorta, jer će odmah doneti dodatni zabavni sadržaj i povećati privlačnu moć Palića.

#### **6.3.3.5 Palić teniski tereni (S3-4)**

U pozadini sportskog hotela se predlaže izgradnja tzv. centralnog terena sa malim tribinama, sa četiri pomoćna terena. Razlog predloga jeste da se nadogradi dugogodišnja tradicija tenisa na Paliću. Uz izgradnju terena predlažemo i osnivanje međunarodnog teniskog turnira na Paliću (challenger) koji će pojačati opšti imidž Palića kao turističke destinacije.

## 6.4 REKAPITULACIJA KLJUČNIH INVESTICIONIH PROJEKATA

U narednoj tabeli je data rekapitulacija ključnih investicija predloženih za turistički prostor Palića. Projekti koji nisu detaljno opisani u prethodnom izlaganju zahtevaju razradu kroz odgovarajuću projektno – tehničku dokumentaciju; procene investicija su date na osnovu relevantnih uporednih primera iz regiona.

Master Plan 2015.		PROCENJENA INVESTICIJA	TIP INVESTICIJE			PERIOD REALIZACIJE*				
			JAVNA	PRIV..	JPP	Ia	Ib	IIa	IIb	III
<b>Zona ZLATNI KRUG 1 (Health &amp; Spa)</b>										
Z1	1 Palić Spa Resort - hotel	10.295.000								
Z1	2 Palić Spa Resort - apartmani	2.382.000								
Z1	3 Palić Spa Resort - Medical Spa Centre	8.523.000								
Z1	4 Dokumentacija i project management	2.171.917								
		<b>23.371.917</b>								
<b>Zona ZLATNI KRUG 2 (Outdoor Water Fun)</b>										
Z2	1 Zeleni Zabavni Park	340.000								
Z2	2 Komplex bazena	3.502.000								
Z2	3 Kabine, svlačionice, paviljoni	3.611.208								
Z2	4 Irgovine, hrana i piće									
		<b>7.453.208</b>								
<b>Zona ZLATNI KRUG 3 (Lido &amp; Promenada)</b>										
Z3	1 Lido/ Promenada (zajedno sa S2-9)	2.550.000								
		<b>2.550.000</b>								
<b>Zona SREBRNI KRUG 1 (Marine &amp; Lifestyle)</b>										
S1	1 Palić MICE & Spa hotel	18.750.000								
S1	2 Kongresni centar Palić	4.800.000								
S1	3 Golf teren sa 18 rupa	7.000.000								
S1	4 Palić Golf klub									
S1	5 Palić obiteljski boutique hoteli i vile	15.600.000								
	Boutique hoteli	9.600.000								
	Vile	6.000.000								
S1	6 Marina	510.000								
S1	7 Jedrilčarski klub & Tourist Point	1.600.000								
S1	8 Veslački klub	3.145.000								
S1	9 Medical centar	18.300.000								
		<b>69.705.000</b>								
<b>Zona SREBRNI KRUG 2 (Culture &amp; Heritage)</b>										
S2	1 Velika terasa	100.000								
S2	2 Ženski Strand	150.000								
S2	3 Koncertna terasa na jezeru	200.000								
S2	4 Palić hotel Mala gostiona	3.600.000								
S2	5 Palić jezero apart depadansa	960.000								
S2	6 Palić park apart depadansa	1.200.000								
S2	7 Esplanada	500.000								
S2	8 Shopping arkada	500.000								
S2	9 Promenada	1.500.000								
		<b>8.710.000</b>								
<b>Zona SREBRNI KRUG 3 (Sport &amp; Active)</b>										
S3	1 Palić Sport hotel	6.000.000								
S3	2 Sport apartmani	2.600.000								
S3	3 Sportska dvorana	2.000.000								
S3	4 Teniski tereni	300.000								
S3	5 Retail centar u vikend naselju	5.500.000								
S3	6 Adrenalinski park	300.000								
S3	7 Centar za skijanje na vodi	650.000								
		<b>17.350.000</b>								
<b>Zona SREBRNI KRUG 4 (Rural &amp; Nature)</b>										
S4	1 Čarda	500.000								
S4	2 Prostor za salaše	5.000.000								
S4	3 Osmatračnice za bird watching	100.000								
S4	4 Lungo Lago - Biciklistička/ pešačka staza	1.600.000								
		<b>7.200.000</b>								
		<b>136.340.125</b>								

\*Svaka faza traje ukupno 4 godine; prve dve faze su podeljene u po dva dela (a i b)

**Napomena:** U kolonama "Tip investicije" su razvrstane odgovarajuće investicije prema iskustvu uporedivih destinacija i one služe isključivo kao generalna odrednica za opredeljivanje mogućeg izvora finansiranja. U tom smislu, ne bi trebalo da predstava ograničenje da neka od javnih investicija bude realizovana kao javno – privatno partnerstvo ili čisto privatna investicija, u zavisnosti od konkretne studije izvodljivosti i stepena rizika investicije.

## 6.5 PREDLOG MOGUĆIH PROJEKATA BRONZANOG KRUGA

U nastavku dajemo pregled mogućih projekata u Bronzanom krugu, uz napomenu da će neki od prezentovanih programa biti detaljnije razrađeni i objašnjeni u okviru sledećeg poglavlja – Razvojni projekti. Ovde se, dakle, radi o projektima koji na postojećoj resursnoj osnovi, uz relativno male intervencije, obezbeđuju dodatna iskustva za posetioce Palića kao turističke destinacije. Osnovna ideja predloga Bronzanog kruga je dugoročna zaštita i kontrola razvoja šireg okruženja destinacije, kako bi se obezbedio neometan razvoj i adekvatne performanse samog Palića kao rizorta i sprečila neopravdana i prekomerna gradnja u kontaktnim zonama Srebrnog kruga.

Naziv projekta	Objašnjenje	Vodeća institucija	Partnerska institucija
Sistem osmatračnica i staza za posmatranje ptica sa interpretacijom i opremanje vizitor centra opremom (Ludaš)	Unapređenje postojeće i izgradnja nove infrastrukture, radi lakše turistifikacije prema nišama tržišta, ali i prema odmorishnom segmentu	JP Palić Ludaš	Lokalne nevladine organizacije i udruženja (ekologija, posmatranje ptica, biologije...)
Sistem edukativnih staza sa pretećom interperativnom infrastrukturom na jezeru Ludaš	Unapređenje postojećih staza i mapiranje novih putanja kontrolisanog kretanja ljudi, sa sistemom interpretacije i odgovornog ponašanja, na čitavoj teritoriji Bronzanog kruga	JP Palić Ludaš	Lokalne nevladine organizacije i udruženja (ekologija, posmatranje ptica, biologije...)
Eko kamp	Razvoj i opremanje eko kampa prema međunarodnim standardima, opremom i sadržajima; određivanje lokacije u dogovoru sa upravljačem prostora	JP Palić Ludaš	Kamping asocijacija Srbije
Edukativni centar	U okviru započete investicije Omladinskog naselja, nameniti objekat koji bi služio kao edukativni centar, sistem učionica sa opremom za učenje i predavanje	Grad Subotica	Studentske asocije Otvoreni univerzitet
Standardizacija ponude tradicionalne gastronomije i zaštita	Definisanje unikatnih recepata i njihova dodatna standardizacija, kao i razvoj edukativnih programa uključivanja salaša i lokalnih proizvođača	Grad Subotica	Profesionalna udruženja kao nosilac procesa edukacije
Salaši kao muzeji kulture i istorije	Prezervacija i unapređenje sadržaja kojima se vrši prikaz tradicionalnog načina života i kultura	Grad Subotica	Lokalne nevladine organizacije i udruženja (stari zanati, kulturna i umetnička društva)
Sistem staza pešačenje, trčanje i vožnju bicikala sa pretećim mobilijarom i infrastrukturom unutar zaštitnog pojasa oko jezera	Unapređenje postojećih i izgradnja predviđenih staza unutar zaštitnog pojasa po PDR	Park Palić JP Palić Ludaš	Lokalne nevladine organizacije i udruženja (ekologija, sport, rekreacija, priroda)
Sistema mobilijara za vežbanje na otvorenom	Opremanje neophodnim mobilijarom za teretane i fitness na otvorenom	Park Palić JP Palić Ludaš	Lokalne nevladine organizacije i udruženja (ekologija, sport, rekreacija, priroda)

## 6.6 PREDLOG PROJEKATA POBOLJŠANJA INFRASTRUKTURE

---

Polazeći od zadatka izrade Master plana Palić 2015, nije predviđena detaljnija razrada u pogledu analiza i planiranja infrastrukturnih projekata u obuhvatu plana. Međutim, uporedni primeri razvoja sličnih destinacija ukazuju na to da je za privlačenje privatnih investicija neophodan odgovarajući nivo infrastrukturne opremljenosti, polazeći od same dostupnosti destinacije, preko odgovarajućih elemenata komunalne, elektroenergetske i telekomunikacione infrastrukture.

Na nivou pojedinačnih investicionih projekata koji su predloženi ovim planom, u navedene projekcije investicija su uključena samo ulaganja za komunalne priključke na predviđenim lokacijama.

Predloženi ključni investicioni i razvojni projekti u obuhvatu Zlatnog i Srebrnog kruga zahtevaju odgovarajući stepen intervencija u pogledu neophodne infrastrukture. U tom smislu, u nastavku dajemo pregled ovih zahteva, sa napomenom da je u daljoj razradi potrebno utvrditi konkretne projekte, procenjene iznose investicija i dinamiku njihove realizacije.

- Prilagodavanje / izrada prostorne i planske dokumentacije odgovarajućeg nivoa razrade;
- Izgradnja saobraćajnica (novih, rehabilitacija starih, trotoari, biciklističke staze i parking prostori);
- Izgradnja neophodne / dodatne elektro energetske i gasne infrastrukture;
- Izgradnja neophodne / dodatne vodovodne i infrastrukture za tretman otpadnih voda;
- Izgradnja neophodne / dodatne telekomunikacione mrež

### 6.6.1 Saobraćajna infrastruktura

U skladu sa predloženim rešenjima u Master planu Palić 2015, predviđeno je otvaranje novog ulaza u prostor rizorta sa zapadne strane i prateće infrastrukture. Ovo podrazumeva izgradnju nove saobraćajnice i prelaza preko železničke pruge Subotica-Horgoš. Predviđen je odgovarajući prostor za parking, da bi se na osnovu ovog rešenja rasteretio ulaz u turistički prostor Palića. Ovo rešenje omogućava olakšan pristup glavnim atrakcijama i predviđenim lokacijama (Palić MICE & Spa, Kongresni centar, Golf klub i teren, Medical centar, Veslački centar, novi ulaz u zooški vrt, itd.).

U razgovoru sa ključnim privatnim interesnim subjektima u postupku izrade Master plana Palić 2015, izneta su još dva predloga za poboljšanje dostupnosti i atraktivnosti destinacije:

1. Izmeštanje postojeće trase lokalnog puta Subotica – Kanjiža (Kanjiški put) u delu između Palićkog i Krvavog jezera. Prema mišljenju Pokrajinskog zavoda za zaštitu prirode, rasterećenje Kanjiškog puta je moguće preusmeravanjem saobraćaja iz pravca Šupljak prema Abrahamu unapređenjem stanja Ludaške ulice (put do centra Palića je samo 300 metara duži preko Ludoške ulice u odnosu na Kanjiški put), a razvojem Barske ulice bi trebalo jačati vezu prema M22 i petlji Auto-puta. Formiranjem novih saobraćajnica između Kanjiškog puta i Ludaške ulice, odnosno Kanjiškog puta i Barske ulice, južno od Omladinskog naselja je moguće rasteretiti oba jezera od uticaja saobraćaja. Rešenje bi trebalo da doprinese poboljšanju ekološkog stanja jezera Palić i priobalja, pa se u daljoj razradi savetuje saradnja sa JP “Palić Ludaš” i Pokrajinskim zavodom za zaštitu prirode.

Na ovaj način se Zlatni krug u potpunosti rasterećuje od tranzitnog saobraćaja i povećava se njegova atraktivnost za potencijalne investitore, jer se omogućava neposredan izlaz i korišćenje obale oba jezera. Uz to višestruko se povećava bezbednost budućih korisnika predviđenih sadržaja (turista i posetilaca), jer se područje pretvara u pešačku zonu i omogućava njegova konverzija u skladu sa duhom i nasleđem celokupnog prostora (posebno Velikog parka).

2. Kao dodatna intervencija u sklopu predložene izmene trase Kanjiškog puta, predlaže se da se razmotri mogućnost otvaranja direktnog ulaza u rizort sa autoputa E-75. Prelaz preko autoputa već postoji ali je potrebno izgraditi izlazne saobraćajnice za koje postoji adekvatan prostor. Ovim bi se dobio direktan pristup rizortu Palić i u velikoj meri olakšao pristup ključnim sadržajima.

Ova tri predloga: pristup Paliću nadvožnjakom iza Lukoil pumpe; izmeštanje dela Knjiškog puta i izgradnja posebno odvoja / izlaza sa autoputa bi kreirala jedinstvenu zonu Zlatnog kruga i učinila postojeću lokaciju atraktivnijom i značajno efikasnijom u pogledu infrastrukturne podrške razvojnom konceptu.

3. Mogućnost izmeštanja pruge – sadašnja trasa pruge deli naselje Palić na dva dela i time ograničava razvoj Palića. Ona je izgrađena u drugačijim urbanističkim uslovima, pa bi u novom sagledavanju prostora trebalo razmotriti mogućnost izmeštanja pruge na alternativni pravac u daljem postupku prostornog planiranja.

## 6.6.2 Energetska infrastruktura

Preliminarno procenjene potrebe turističko – zdravstvenih objekata na Paliću su reda veličine 22 MW, od čega 12 MW toplotne energije (spa centar, termalni bazeni, funkcionisanje objekata u zimskim uslovima – grejanje, itd.), a 10 MW električne energije.

Imajući u vidu da se radi o zaštićenom prirodnom području, smatramo da bi energetska strategiju Palića trebalo koncipirati tako da Palić postane “zeleni” (green) rizort.

Strategija energetike za potrebe razvoja Palića je od izuzetne važnosti, s obzirom na predloženu orijentaciju ka "zelenim" rešenjima. U tom smislu, predlažemo ostvarenje sledećih ciljeva:

1. Obezbeđivanje energetske sigurnosti po održivim cenama;
2. Obezbeđivanje visokog standarda energetske efikasnosti;
3. Orijentacija ka "zelenoj" energiji.

Obezbeđivanje energetske sigurnosti po održivim cenama je od ključnog značaja, jer je evidentno da Palić u domenu turizma mora da bazira svoju ponudu na radu tokom cele godine, što, s obzirom na klimatske uslove, znači obezbeđivanje (relativno) jeftine i pouzdane energije tokom zimskog perioda.

Dosadašnji izvori energije su bili pre svega zasnovani na prirodnom gasu, električnoj energiji, uglju i ložnom drvetu. I pored toga što na teritoriji Subotice, odnosno Palića postoje tri hidrotermalne bušotine (dve na Paliću i jedna u Subotici), korišćenje geotermalne energije je (neopravdano) bilo zapostavljeno.

Imajući u vidu procenjene potrebe za energijom na Paliću, u sadašnjim uslovima, postojeći geotermalni izvori mogu dati oko 2,5 MW toplotne energije, putem intenziviranja korišćenja ovog oblika energije, za manje potrošače se može obezbediti dobar i ekonomičan izvor potrebne toplotne energije.

Konkretno, korišćenjem termalnih pumpi bi se snaga sadašnjih bušotina (približna dubina je oko 700 metara, a temperatura vode 48 stepeni C) povećala na preko 5 MW toplotne energije, a bušenjem novih izvora (u pitanju su dve bušotine, od kojih je jedna na 1100 metara, za šta su već urađeni potrebni elaborati) se očekuje da se dosegne nivo od preko 10 MW ekonomski povoljne geotermalne energije.

Korišćenje bio mase u svrhe zagrevanja je marginalno. U poslednjih nekoliko godina (počev od 2011.) počinje intenzivnije korišćenje biomase, ali je to daleko ispod mogućnosti kojima Palić i Subotica raspolažu.

U novoj strategiji energetike grada (koja je u izradi), velika pažnja se posvećuje održivim energetskim rešenjima:

- Korišćenju geotermalnih izvora;
- Korišćenju biomase;
- Korišćenju biogasa (u pogonu je uređaj za proizvodnju električne energije iz digestora u tretmanu otpadnih voda Subotice na dva agregata snage 250 KW električne energije) i deponijskog gasa sa sadašnjeg smetlišta (500 kubnih metara na sat);
- Korišćenje biogasa iz digestovanih biljnih otpada (delimično i iz planiranih hidroponskih bio-filtera koji su namenjeni smanjenju nutrijenata u prvom sektoru Palićkog jezera).

U elektro-distributivnom sistemu Subotice su stvoreni uslovi da i Subotica i Palić imaju tzv. "smart grid" sisteme u funkcionisanju, što distributivni sistem čini izuzetno efikasnim. Snabdevanje električnom energijom iz prenosnog sistema je veoma pouzdano jer Subotica ima mogućnost tzv. ostrvskog rada, odnosno nezavisnog napajanja na visokom naponu sa dve strane, što praktično garantuje sigurnost u snabdevanju strujom.

### **6.6.3 Ostala infrastruktura**

Pored učinjenih značajnih intervencija u domenu infrastrukture za tretman otpadnih voda, svakako bi trebalo računati na potrebu dodatnih rešenja za potrebe realizacije predloženog koncepta razvoja, posebno u kontekstu izgradnje golf terena i objekata u zapadnoj zoni turističkog prostora. Zaštita kvaliteta vode, kao jednog od osnovnih činilaca turističke ponude, zahteva apsolutni prioritet razvoja kanalizacije u okruženju jezera. Pojava koliformnih bakterija ukazuje na direktno dospevanje fekalnih voda u 4. sektor jezera, i to iz objekata koje se nalaze neposredno uz obalu. Bez obzira na činjenicu da organi uprave grada prepoznaju ovaj problem, zbog vremenskog perioda obuhvaćenog Master planom, značaj razvoja sistema vodovoda i kanalizacije mora biti tretiran na adekvatan način.

Premda je bez adekvatne verifikacije nezahvalno davati procene ulaganja u infrastrukturu, van svake sumnje je da će celovita opremljenost područja obuhvata, iziskivati značajna sredstva u predstojećem periodu, pogotovu uzimajući u obzir opisani standard opremanja lokacija.

Okvirna procena za celokupno ulaganje u infrastrukturu prema predloženim rešenjima (bez izmeštanja dela Kanjiškog puta i otvaranja direktnog ulaza u rizort sa autoputa E-75) je na nivou oko 15 miliona evra (u prve dve faze realizacije plana).

## 6.7 RAZVOJNI PROJEKTI

### 6.7.1 REGIONALNI INSTITUT ZA ZDRAVLJE I SREĆU – EUDAIMONIA INTEGRATED MEDICAL & WELLNESS COMPETENCE CENTER<sup>8</sup>

#### OPIS KONTEKSTA PROJEKTA



Imajući u vidu temeljnu viziju, kao i predlog razvoja turističkog proizvoda Zdravstvenog turizma za Palić, jedan od ključnih razvojnih projekata za uspešnu diferencijaciju destinacije, njeno tržišno pozicioniranje i obezbeđenje dugoročne prepoznatljivosti i opstanka na tržištu jeste osnivanje Regionalnog instituta za zdravlje i sreću – Eudaimonia Integrated Medical & Wellness Competence Center.

Radi se o tome da Palić svoju tržišnu poziciju mora da temelji na uspešnoj kombinaciji ponude i medicinskih i velnes programa, odnosno u sinergetskom delovanju koncepata *destination* i *medical spa*.

Suštinu medicinskih programa čine integrisani anti stres, anti aging, tretmani gojaznosti i druge procedure usmerene ka preventivnom pristupu, zasnovane na savremenim medicinskim stavovima i tehnologijama u cilju rane dijagnostike, korekcije, ili uklanjanja postojećih faktora zdravstvenog rizika.

U tom smislu, misija Instituta je **sačuvati i unaprediti zdravlje** (odnosno, prevencija bolesti).

Jedna od polaznih tačaka osnivanja ovakve institucije je utemeljenje da se održavanje kvaliteta života, vitalnosti i dobrog subjektivnog osećaja može ostvariti komuniciranjem i isporukom takvih programa, kojima će se usvojiti aktivan životni stil – pravilna ishrana, redovno vežbanje, suplementacija prirodnim dodacima, detoksikacija, kontrolisani / aktivni odmor, kvalitetno spavanje i, najvažnije, preuzimanje lične odgovornosti za zdravlje, sreću i perspektivu.

U opisu razvoja turističkog proizvoda za Palić, jasno je naznačeno da je ključ uspeha **razvoj specifičnih, jedinstvenih, lako primenljivih, tržišno prepoznatljivih programa** kojima se postiže cilj samospoznaje i usmerenja ka dostizanju stanja sreće, kao vrhunskog oblika zdravlja svakog pojedinca.

Kao ključni globalni faktor rizika po zdravlje pojedinca, identifikovana je hipokinezija (nedovoljna fizička aktivnost), koja je postala dominirajuća konstanta savremenog životnog stila. U pitanju je "skriveni" faktor rizika za zdravlje i podjednako pogađa decu, odrasle i starije. Glavni je krivac lošijeg kvaliteta života, suvišnog razbolevanja i preranog umiranja.

Prema podacima Svetske zdravstvene organizacije, više od polovine evropske populacije ne dostiže osnovne preporuke zdravih navika fizičke aktivnosti. Čak 41% Evropljana se ne bavi ni rekreacijom ni sportom (istraživanje iz 2013.).

Dodatno, postoji prepreka za privlačenje ogromne tražnje – osiguranika stranih osiguravajućih kuća za zdravstveno osiguranje. Ovo je posebno problematično kada se radi o razvoju usluga u domenu medicinskog

<sup>8</sup> Horwath HTL je koncept Instituta razvio na radionici sa predstavnikom Radne grupe Naručioaca Master plana Palić 2015., gospodinom Miljanom Vuksanovićem i stručnim saradnikom prof. Dr Radosavom Dragojevićem, a u skladu sa njegovom prezentacijom "Medical Spa centar Palić". Koncept podrazumeva ostvarivanje misije Instituta prema savremenim trendovima u zdravstvenom turizmu i obezbeđuje infrastrukturu za efikasne odgovore na izazove razvoja ovog specifičnog i osetljivog turističkog proizvoda.

turizma - u medicinskom turizmu, usluge koje su donekle prepoznate kao međunarodno konkurentne, posebno u regionalnom kontekstu su uglavnom u oblasti dijagnostike, stomatologije i oftamologije, dok se u poslednje vreme, za tržište Srbije, razvija ponuda i u plastičnoj hirurgiji. Sofisticiranije medicinske intervencije, iako postoji relativno velika baza lekara specijalista i državnih institucija sa dugom tradicijom, još uvek nisu ozbiljnije komercijalizovane na inostranom tržištu. Razlozi nedovoljne komercijalizacije navedenih lečilišnih usluga su: mali broj specijalizovanih privatnih ambulanti i klinika, neuređen zakonski okvir, visoki standardi kvaliteta u ovoj oblasti, zaštita ino pacijenta, skupa sofisticirana oprema.. Istovremeno, država se vrlo pasivno postavlja prema mogućnosti izlaska ovih usluga na međunarodno tržište, što se najviše ogleda kroz nepostojanje strategija ili planova orijentisanih na internacionalizaciju zdravstvenih usluga. Imajući navedeno u vidu možemo zaključiti da osim u slučajevima najjednostavnijih procedura poput dijagnostike, stomatologije, a delimično i oftamologije i plastične hirurgije, trenutno ne postoji adekvatna ponuda koja bi mogla biti konkurentna na svetskom ili evropskom tržištu i u smislu međunarodno standardizovanih usluga. Kada se posmatra regionalno tržište, može se konstatovati da postoji određen nivo konkurentnosti dela ovih usluga, obzirom na postojanje određenih razlika u nivou, kvalitetu i ceni ovih usluga u državama regiona. Takođe, postoje određene specifičnosti koje treba posebno imati u vidu, poput činjenice da građani Republike Srpske imaju pravo lečenja u svim državnim medicinskim ustanovama u Srbiji koje pokriva osnovno zdravstveno, ili vrlo restriktivnih zakona u Republici Hrvatskoj kada je u pitanju npr. vantelesna oplodnja. U tim segmentima, moguće je imati značajniji rast penetracije na regionalnim tržištima koristeći konkurentne prednosti i navedene distorzije.

Postojeći sistem nacionalnog zdravstvenog osiguranja u značajnoj meri limitira rast ovog tržišta, imajući u vidu da ni jedna od država nije omogućila pokrivanje, odnosno refundaciju troškova lečenja u drugim državama po izboru korisnika zdravstvenih usluga, osim u slučaju pružanja hitne medicinske nege, koju opet prati relativno komplikovana administrativna procedura, propisana međudržavnim sporazumima koji regulišu ovu oblast.

Na kraju, važno je napomenuti da većina zemalja u Evropi poseduje prirodne potencijale za razvoj zdravstvenog turizma, ali da njihov uspeh zavisi od njihove sposobnosti i kapaciteta da odgovore zahtevima tržišta i razviju međunarodno konkurentne proizvode zdravstvenog turizma.

## KONCEPT



Početni korak u dugoročno održivom razvoju proizvoda zdravstvenog turizma na Paliću i njegovog tržišnog priznavanja je osnivanje Regionalnog instituta za zdravlje i sreću, kao svojevrsnog centra izvrsnosti / competence center-a koji se bavi suštinskom izradom inovativnih programa za potrebe ciljnih grupa, a na bazi resursa Palića Palića.

Cilj je da se kroz rad ovakve organizacije isporuče ne samo programi, već i prateći standardi, otvore mogućnosti za razvoj mreže pružalaca usluga u domenu medical spa i wellness-a, ali i da se obezbede institucionalne pretpostavke i kanali distribucije za dobro utemeljene i definisane programe zdravlja i sreće.

Imajući u vidu da postoji solidna resursna osnova za razvoj jednog ovakvog instituta: profesionalni medicinski kadar, veći broj privatnih ordinacija i klinika, zdravstvene državne institucija, potrebno je udružiti snage, znanje i resurse u cilju uspešne artikulacije interesa svih zainteresovanih strana i obezbeđivanja jasnog nastupa na međunarodnom tržištu ovih usluga.

Institut treba da okupi vodeće stručnjake iz područja medicine, industrije zdravlja, velnes i spa turizma, kao i iz drugih srodnih delatnosti, a koji svojim iskustvom i znanjem žele da izgrade osnovu za razvoj proizvoda zdravstvenog turizma na Paliću.

U fokusu rada Instituta u početnoj fazi bi trebalo da budu:

- 1. Inovativni programi za očuvanje i unapređenje zdravlja**, baziranih na resursno – atrakcijskoj osnovi Palića i okoline, a na osnovu raspoloživih kapaciteta. Rad sa pojedincima u definisanju "tailor made" programa za postizanje ciljeva samospoznaje i usmerenja ka jačanju sopstvenog zdravlja i dostizanja

sreće – ogledni primeri za identifikaciju i postavljanje različitih tipova programa;

- 2. Razvoj resursnog centra** za potrebe jačanja znanja u domenu zdravstvenog turizma, know-how-a za standardizaciju kvaliteta, za uspostavljanje veza i saradnje sa sličnim organizacijama i institucijama u Evropi i svetu, kao i za praćenje savremenih trendova na globalnom tržištu u domenu zdravstvenog turizma;
- 3. Sertifikacija tipova usluga, akreditacija pružalaca usluga** u skladu sa relevantnom evropskom i svetskom praksom – u komparativnoj praksi standardizaciju kvaliteta vrše različite asocijacije koje razvijaju sopstvene "pečate kvaliteta" (u Nemačkoj je to "Die Kur", u Britaniji postoji sistem akreditacije za spa centre sa pečatom kvaliteta "Wave of Excellence"), pri čemu je za potrebe razvoja Instituta najznačajnija praksa Evropskog udruženja spa centara, koje je razvilo međunarodne sertifikate kvaliteta *EUROPESPA med* za medical spa centre i *EUROPESPA wellness* za spa hotele, velnes hotele, termalne spa centre i dnevne spa centre;

U drugoj fazi, bilo bi izuzetno važno da se obezbedi dugoročno održiva koordinacija između različitih stejkholdera koji pružaju usluge u zdravstvenom turizmu na Paliću, kao i da se kontinuirano prati i podiže kvalitet usluga koje se nude tržištu:

- 4. Formiranje klastera pružalaca usluga u medicinskom turizmu** u odnosu na koji bi institut delovao kao facilitator procesa osnivanja, ključni resursni centar i, u kasnijoj fazi, garant očuvanja kvaliteta u pružanju usluga;
- 5. Uspostavljanje sistema osiguranja kvaliteta usluga u zdravstvenom turizmu** kroz različite dopunske sisteme sertifikacije i dobrovoljnog označavanja kvaliteta (quality labeling);
- 6. Zaštita interesa pružalaca usluga u zdravstvenom turizmu** – priprema predloga i lobiranje za izmene i dopune postojeće zakonske regulative i otvaranje mogućnosti saradnje sa osiguravnicima stranih kuća za zdravstveno osiguranje u zemlji i inostranstvu;
- 7. Kontinuirano obrazovanje i obuka** – u cilju postizanja izvrsnosti u pružanju usluga u domenu usluga zdravstvenog – medicinskog i velnes turizma.

## PRETPOSTAVKE

- Neophodna raspoloživost medicinskih i drugih stručnih kadrova za pokretanje osnivanja Instituta;
- Odgovarajući prostor na Paliću;
- Tehnička pomoć i podrška Grada Subotice i pokrajinskih i nacionalnih institucija / organizacija koje se bave razvojem turizma

## PRIMER AKTIVNOSTI / SEGMENTA

- Kreiranje i razvoj programa za zdravstvene i spa i velnes proizvode i strategija za prevenciju i rehabilitaciju za stanovnike Srbije i regiona;
- Razmena znanja, primera najbolje prakse i know-how-a;
- Praćenje i analiza stanja zdravstvenih i spa centara u komparativnoj praksi;
- Uspostavljanje, promocija i unapređenje standarda u zdravstvenim i spa centrima na teritoriji delovanja;
- Definisanje i usklađivanje trening programa i kurseva i uspostavljanje osnove za profesionalnu strukturu u isporuci željenog proizvoda;
- Uspostavljanje okvira za zajedničke marketinške aktivnosti članova medicinskog klastera
- Sertifikacija u saradnji sa relevantnim evropskim i svetskim asocijacijama na osnovu definisanih kriterijuma za: sistem upravljanja i usklađenost, snabdevanje lokalnim lekovitim faktorom, terapije, tretmane, bazene i velnes; smeštaj, kuhinja, sadržaje aktivnosti i rekreacije, kao i opšte okruženje.

## KLJUČNI TRŽIŠNI SEGMENTI

- Najširi mogući spektar korisnika – deca, odrasli i stariji – svi imaju potrebu za dugoročnim očuvanjem zdravlja;
- Programi su prevashodno usmereni ka pružaocima usluga u zdravstvenom turizmu – hotelima, spa

centrima, specijalnim bolnicama / sanatorijumima, privatnoj medicinskoj praksi, centrima za holističku i istočnjačku medicinu, itd.

#### **SADRŽAJI**

- Savetodavni centar za sertifikovane programe očuvanja i unapređenja zdravlja (programi mogu biti opšti ili "tailor made" za specifičnog korisnika);
- Centar za standardizaciju i pomoć pri internacionalnoj sertifikaciji;
- Centar za osiguranje kvaliteta i označavanje kvaliteta (u zavisnosti od primenjenog razvijenog programa);
- Resursni centar;
- Centar za edukaciju i trening;
- Zajednički marketing Instituta i članica klastera medicinskog turizma (u saradnji sa destinacijskim menadžment / marketing organizacijama).

#### **REDOSLED AKTIVNOSTI**

- Osnivanje Instituta od strane pojedinaca i organizacija / institucija
- Priprema i donošenje programa rada
- Početak realizacije

#### **TIP JAVNE PODRŠKE PROJEKTU**

- Podsticajna sredstva za razvoj konkurentnosti u turizmu iz domaćih javnih fondova
  - Programi prekogranične saradnje
  - Programi podrške unapređenju javnog zdravlja iz EU fondova i fondova bilateralnih donatora
  - Evropski programi podrške jačanju konkurentnosti turizma
-

## 6.7.2 EKO – TURISTIČKI PARK PALIĆ - LUDAŠ

### OPIS KONTEKSTA

Pitanje odgovornog i održivog turističkog razvoja podrazumeva razvoj turizma koji ne remeti prirodnu i životnu sredinu. Održivi razvoj omogućava stavljanje prirodnih resursa u funkciju turizma kroz različite aktivnosti, programe edukacije, radionice za zaštitu i unapređenje životne sredine i posebno visoko vrednih zaštićenih prirodnih prostora. Suština ovih programa je da se na dugoročno stabilnoj osnovi obezbede izvori finansiranja za zaštitu i unapređenje prostora na kojem se razvija turizam, kroz razvoj turističke infrastrukture i suprastrukture, kao i odgovarajućih sadržaja i programa. Svi naponi destinacijskog menadžmenta treba da budu orijentisani ka doživljaju, nezaboravnom iskustvu boravka u destinaciji.

Jedan od zadataka izrade Master plana Palić 2015 bio je da se osmisle sadržaji i daju preporuke za tzv. Bronzani krug. Uz prethodno navedene programe, razvojne projekte, imajući u vidu karakter područja, ovaj program daje mogućnost za kvalitativno unapređenje ponude u obuhvatu Master plana. Mora se naglasiti već postojeće zalaganje i orijentisanost upravljača zaštićenih područja da bogatstva predstavi najširoj javnosti organizacijom odgovarajućih događaja i vođenih tura.

Imajući u vidu ukupne površine na teritoriji Opštine Subotice koje su označene kao specijalni rezervati prirode, kao i zone zaštite na samom jezeru Palić, jasno je da se dalje očuvanje prirodnih resursa (flore i faune) ne sme dovesti u pitanje, ali da ih je u daljem razvoju neophodno uzeti u obzir kao bitne resurse koji se stavljaju u funkciju turizma. Ovaj proces predstavljanja prirodnih resursa, relevantnim tržišnim nišama, u svakom trenutku se bazira na principima održivosti životne sredine, ekonomske i socijalne.

SRP Ludaško jezero stavljen je pod zaštitu radi očuvanja ekosistema vlažnih staništa pešćarskog i stepskog prostora sa visokim predeonim i specijskim diverzitetom, reliktnom stepskom zajednicom i biotopom retkih vrsta flore i faune. Teritorija Ludaškog jezera je mesto okupljanja i boravka migratornih vrsta ptica, zbog čega ima međunarodni značaj. Vlažne poplavljene livade i samo jezero, na proleće su mesto razmnožavanja brojnih vodozemaca, kao što su: mali i veliki mrmoljak, barska žaba, obična češljarka, zelene žabe i zaštićena barska kornjača. Najpoznatija riba Ludaškog jezera bila je zlatni karaš. U jezeru živi oko dvadeset vrsta riba od kojih i zaštićeni čikov. Što se tiče ptica, najpoznatiji predstavnici su ptice močvarice, zbog čijeg prisustva je ovo područje upisano na listu močvarnih područja od međunarodnog značaja. SRP Selevenjske pustare stavljen je pod zaštitu kao posebna prirodna vrednost koju čini visoka raznolikost staništa ravničarskog tipa predela sa mozaično raspoređenim životnim zajednicama stepskog, slatinskog, pešćarskog i močvarnog karaktera koje su specifične za ovo područje, kao i izuzetno visoki stepen florističkog diverziteta sa značajnim brojem najugroženijih vrsta izvorne panonske flore i faune.



### KONCEPT

Eko-turistički park predstavlja zaokruženu turističku celinu, koja kombinuje pojedinačna iskustva – posmatranje ptica, ribolov, pešačke staze, edukativne staze, eko kamp, škole prirode, aktivni odmor – u jedinstven paket. Kao celovit i kompleksan turistički doživljaj, eko park cilja i najširi segment tržišta, i to posetioce koji dolaze u Suboticu i na Palić (uključujući i porodice sa decom, mlade, školske grupe i sl.), ali i najuže tržišne niše ljubitelja flore i faune. Osnovna vrednost i doživljaj se baziraju na kontaktu sa prirodom, odgovorno ponašanje i boravku u prirodi, kao i na programe edukacije.

Suština eko-turističkog parka je da se na zabavan i interaktivan način posetioci edukuju o prirodi, flori, fauni, kao i o nastanku i evoluciji ove regije. Uvažavajući današnje trendove, posetioci, ali i lokalno stanovništvo, podižu nivo svesti i znanja o održivosti, ekologiji, značaju područja Paličkog i Ludaškog jezera, kao značajnim resursima i njihovoj zaštiti. U fizičkom smislu, park može imati i delove koji direktno promoviraju odgovorno i održivo ponašanje pojedinaca i društva u celini (solarni paneli, tankovi 'sive vode', reciklaža), pored već postojećih objekata za interpretaciju i edukaciju (vizitorski centri).

Postojeći nivo infrastrukture se nalazi na početnom nivou, ali daje odličnu osnovu za dalja unapređenja. Sadržaje oko Ludaškog i Paličkog jezera je poželjno proširiti, u cilju produbljenja eko-turističkog iskustva i bolje interpretacije resursa.

Eko-turistički park bi trebalo da sadrži zone za istraživanje, igru i zabavu, koje su tematski podeljene, kao i sve potrebne sadržaje: komercijalne sadržaje ('tržnicu domaće hrane', prodavnicu lokalnih suvenira i rukotvorina, prodavnicu sa materijalima o parku / kombinovati sa sadržajem salaša i Kućama ukusa Palića), ugostiteljske sadržaje (restorane sa zdravom hranom, restorane sa lokalnim specijalitetima), kao i sve potrebne servisne sadržaje (parking, sanitarne objekte, i sl.). Pored navedenog, neophodno je uključiti pešačke staze, platforme za sportski ribolov, osmatračnice ptica i edukativne staze.

## PRETPOSTAVKE / USLOVI

Razrada predloga projekta bi trebalo da obuhvati sledeće stavke:

- Studiju opravdanosti:
  - Plan investicija: budžet, finansiranje, struktura operativnih troškova, kalkulacija novčanog toka, itd.
  - Identifikacija izvora finansiranja (javni i privatni sektor) po potrebi
- Master plan (eksterni i interni), uzimajući u obzir tradicionalni stil arhitekture na Paliću (secesija):
  - Pregled osetljivih zona i uticaj Eko-turističkog parka na ove zone (I i II stepen zaštite) – kreiranje izbalansiranog prostornog razmeštaja i sadržaja koji ne smeju da narušavaju osetljive zone
  - Definisane i dizajniranje konačnog izgleda Eko-turističkog parka - dimenzije, komponente, tehnički i logistički zahtevi, zone aktivnosti, pristup različitim transportnim sredstvima (pešice, biciklom, motociklom, automobilom, itd.), parkirni prostor, interna mobilnost, unutrašnja i spoljna oprema, itd.
  - Kreiranje osnovne infrastrukture: snabdevanje vodom i električnom energijom, tretman otpadnih voda, po održivim / 'zelenim' principima itd.
- Arhitektonski dizajn:
  - Eksterni: parking prostori, označavanje i informacije, kancelarija za prodaju karata, kao i opšta mobilnost u okviru centra (prihvatni kapacitet)
  - Interni: dekoracija, oprema, nameštaj, osvetljenje, označavanje, itd.

## PRIMER AKTIVNOSTI / SEGMENTA

Primeri zona i aktivnosti koje se mogu kreirati u okviru parka su:

### Zona istorije i evolucije

- Deo površine parka sa pričom o evoluciji područja, sa najvažnijim činjenicama koje se vezuju za jezera i zaštićena područja
- Priča o flori i fauni, sa posebnim naglaskom na zaštićene vrste, kao i na razloge i činjenicu da se radi o području od međunarodnog značaja za ptice
- Priča o proizvodnji hrane, zdravoj hrani i sl.
- Informativne ploče, edukativne table, video prikazi, slike i mape koje prikazuju socio-ekonomski razvoj, i lociraju područja ljudskih aktivnosti, tradiciju, itd.

## Zona prirode

1. Biljni i životinjski svet: jezera, životinjski i biljni svet zaštićenih područja
2. Geografija i geologija u trodimenzionalnom prikazu
3. Zaštićena područja
  - a. *Pravila zaštite*: štampane informacije sa opštim pravilima zaštite, kao i pravilima ponašanja u tim područjima, pravilima kretanja
  - b. *Specifične mape područja*: staze, itinerari, izletni punktovi, mesta za odmor, mesta za aktivnosti, kontakt sa prirodom, itd.
4. Održivost i briga o prirodi
  - a. *Priroda i ljudi*: način održive upotrebe prirodnih resursa, odgovorno ponašanja
  - b. *Prirodno okruženje* – karakteristike eko sistema, značaj za prirodnu ravnotežu

## Zona aktivnosti

1. Tradicija i zanati - poljoprivreda, ribolov, stari zanati, itd.
2. Lokalna tradicija – gastronomija, tradicionalni načini proizvodnje, manufaktura, folklor i običaji
3. Tržnica lokalne hrane
4. Kreiranje piknik zone u Eko parku
  - a. Informacije i prodavnica sa hranom, pićem i ostalim potrebštinama za piknik
  - b. Punktovi sa stolovima i stolicama i mestima za piknik

## KLJUČNI TRŽIŠNI SEGMENTI

Eko-turistički park je atraktivan za sve posetioce destinacije i predstavlja nezaobilaznu tačku posete, a posebno je fokusiran na porodice, decu, mlade, školske grupe, studente, studentske grupe, kampere, grupe posmatrača ptica, sportske ribolovce i slično. Jasno je da postoje dva glavna segmenta. Prvi se odnosi na usko profilisane segmente kao što je posmatranje ptica. Oni su kvantitativno posmatrano mali, ali ih karakteriše duže zadržavanje i veća potrošnja. Imaju specifične potrebe, ali glavni motiv putovanja im je jedinstven kontakt sa prirodom. Druga kategorija turista je znatno masovnija, ali ih karakteriše kraći period zadržavanja.

## SADRŽAJI I KAPACITETI

### 1. Područja

- **Prostor za parkiranje automobila i autobusa**
- **Vizitorski centar (sa prodavnicom):**
  - Prodaja ulaznica
  - Prodaja specijalizovanih izdanja knjiga, magazina, novina, itd.
  - Izlaganje besplatnih brošura i mapa
  - Prodavnica lokalnih suvenira, kao i modernih suvenira
  - Prodajna izložba lokalnih rukotvorina
  - Prodaja domaćih gastronomskih proizvoda
- **Prostor sa različitim zonama parka (otvoreni i zatvoreni prostori):**
  - Predvorje i recepcija sa informacijama, uslugama vodiča, garderobom, itd.
  - Različite zone:
    - Zona evolucije
    - Zona prirode
    - Zona aktivnosti
  - Sobe za radionice, prezentacije, seminare, itd.
  - Sanitarne prostorije
  - Prodavnica
  - Osveženje i hrana

## 2. Usluge

- a. Posete sa vodičem na različitim jezicima (srpski, mađarski, italijanski, nemački, engleski, itd.)
- b. Kratki kursevi o jezerima, biodiverzitetu, održivosti, zdravoj hrani, itd.
- c. Tržnica domaće hrane – sa lokalnim, organskim proizvodima
- d. Restoran i bar sa raznovrsnom ponudom jela i pića

## 3. Primarna i sekundarna signalizacija i označavanje

- a. Primarno označavanje od glavne saobraćajnice pri ulasku na područje Palića i Ludaša sa oznakama glavnih atrakcija i aktivnosti destinacije
- b. Sekundarno označavanje na saobraćajnicama pri ulasku u područje opštine (u zavisnosti od lokacije parka), sa jasnim znakovima za segmente Eko-turističkog parka

### REDOSLED AKTIVNOSTI

Sve aktivnosti bi trebalo da koordinira JP Palić Ludaš kao upravljač zaštićenih prirodnih područja, ali bi organizaciju aktivnosti / doživljaja trebalo prepustiti destinacijskim menadžment kompanijama.

Redosled aktivnosti se odnosi na:

- Pripremu planske dokumentacije;
- Pripremu projektne i tehničke dokumentacije za pojedine delove eko-turističkog parka;
- Odgovarajuću administrativnu proceduru – dobijanje dozvola;
- Početak realizacije;
- Menadžment resursa.

### TIP JAVNE PODRŠKE PROJEKTU

- Različiti programi podsticaja, kreditne linije za unapređenje eko infrastrukture i sl.
  - Partnerstvo u prekograničnim i međunarodnim projektima (prekogranična saradnja sa Hrvatskom i Mađarskom, projekti Dunavske strategije, Jadransko – Jonske inicijative, sredstva bilateralnih donatora i sl.).
-

## 6.7.3 PALIĆ SALAŠI

### OPIS KONTEKSTA

Tradicionalni život Vojvodine se danas najbolje može iskusiti na salašima. U prethodnom periodu, jedan od segmenata turističke ponude koji se dobro razvijao i u velikoj meri obogatio turističku ponudu je segment salaša u okolini Palića. Salaši su se razvijali u širem okruženju Palića i Subotice i oni svojom ponudom u velikoj meri podižu turističku atraktivnost celog područja.

Raspored salaša, i vinarija i ergela danas:



Na gornjoj mapi je prikazan raspored postojećih salaša, vinarija i ergela. Ovi centri su razvili adekvatan sadržaj i otvoreni su za posetioce i turiste, pa samim tim predstavljaju i izuzetno važan element turističke ponude šireg područja Palića. Imajući ovo u vidu, u nastavku dajemo pregled tipičnih sadržaja i mogućih načina na koji se objekti postojeće ponude mogu uklopiti u lanac vrednosti u turizmu.

Salaši predstavljaju jedinstven set turističkog iskustva baziranog na ruralnom i pastoralnom doživljaju panonske ravnice i tradicionalne atmosfere vojvođanskog doma. Svojim jedinstvenim arhitektonskim rešenjem, koji čine stambena zgrada i ekonomski objekti, salaši predstavljaju vredan resurs, čija revitalizacija i valorizacija u turizmu omogućava lokalnom stanovništvu da ostvaruje dodatni izvor prihoda. U okolini Subotice i Palića već funkcioniše određeni broj salaša, koji tržištu nude različit proizvode i doživljaje. U narednom periodu neophodno je raditi na dodatnom jačanju kvaliteta ponude, kroz zaštitu i unapređenje tradicionalnih gastronomskih recepata i kulturne interpretacije.

Jedna od mera unapređenja rada salaša je revitalizacija poljoprivredne proizvodnje na samim salašima, čime se dodaje karika u ukupnom lancu vrednosti koji se pruža turistima. Integracija u turistički sistem na Paliću je posebno poželjna, imajući u vidu preporuku prelaska na organsku poljoprivrednu proizvodnju u obuhvatu Master plana Palić 2015 i kontaktnim zonama. Koncept agroturizma su implementirale sve uspešne destinacije ruralnog turizma (Italija, Austrija, Hrvatska, Japan, itd.).

Dodatno, salaši predstavljaju još jedan kanal za plasman tradicionalnih proizvoda, kroz integrisanje u celokupni turistički razvoj ovog kraja. Naime, podsticanjem udruživanja sitnih proizvođača na teritoriji opštine Subotica, stvaraju se uslovi za održivu revitalizaciju proizvodnje tradicionalnih proizvoda, a salaši mogu posetiocima ponuditi proizvode iz tradicionalne proizvodnje, čime se podiže ukupan kvalitet ponude i povećava dostupnost ovih proizvoda turistima. Kritični faktori su dizajn i brendiranje tradicionalnih i organskih proizvoda.



## KONCEPT

Imajući u vidu svetsku praksu, agroturizam je koncept koji treba usvojiti jer obuhvata set turističkih usluga koje obuhvataju smeštaj i servisiranje gostiju u ruralnom (seoskom) okruženju, u okviru domaćinstva čija je osnovna aktivnost (delatnost) poljoprivredna proizvodnja, dok dodatnu aktivnost čine turističke usluge smeštaja i ishrane gostiju. Pored osnovnih ugostiteljskih usluga smeštaja i prehrane, u domaćinstvu se mogu organizovati i ostale turističke usluge (aktivnosti, paket usluga) koje imaju za cilj da gostima pruže mogućnost doživljaja ruralnog i tradicionalnog načina života. Vlasnik salaša salaša, poljoprivrednog domaćinstva živi sa svojom porodicom u posebnom objektu, dok se za receptivne usluge u turizmu koristi višak prostora u okviru salaša. Na ovaj način gost je tokom svog boravka u permanentnoj i direktnoj interakciji sa domaćinom i njegovom porodicom, i ima priliku da se iz prve ruke upozna sa običajima, tradicijom, načinom i kulturom života, kao i poljoprivrednom proizvodnjom, tipičnim proizvodima i lokalnom gastronomijom.

Usluge smeštaja mogu se nuditi u sobama, apartmanima, ili posebnim objektima. U zavisnosti od nivoa razvijenosti, gosti se mogu uključiti u svakodnevne poslove oko održavanja salaša i poljoprivredne proizvodnje, čime se pravi korak dalje u uključivanju gostiju / isporuci kompletnog turističkog iskustva.



## PRETPOSTAVKE / USLOVI

Iskorišćavanje postojećih objekata, čiji kapaciteti se privode nameni, tako da se ne vrši pritisak na predeo, gradnjom novih struktura. Ovim načinom se kreira osnovni element turističke ponude na salašu, smeštajni

kapaciteti.

- Poželjno je da je reč o poljoprivrednom domaćinstvu (usmerenog ka proizvodnji tradicionalnih / tipičnih proizvoda), ili je, tamo gde ne postoji, potrebno (delimično) revitalizovati segment poljoprivredne proizvodnje na samom salašu;
- Plasiranje sopstvenih proizvoda (ili proizvoda manjih lokalnih proizvođača u susedstvu) kroz turističke usluge: usluge ishrane, i/ili direktna prodaja u okviru domaćinstva;
- Uređenje i očuvanje domaćinstva u skladu sa istorijom i baštinom (ambijentalna arhitektura i opremanje), kao i prilagođavanje turistima (kroz različite oblike interpretacije i vođenja);
- Uređena okolina salaša, kako bi se omogućio autentičan doživljaj pastoralnog načina života;
- Konfekcioniranje proizvoda proizvedenih na domaćinstvu ("turistička" pakovanja) i prodajni punkt proizvoda proizvedenih u domaćinstvu (poseban prostor u domaćinstvu uređen kao prodajni punkt sa proizvodima iz vlastite proizvodnje);
- Ukoliko domaćinstvo nudi usluge ishrane za goste izletnike (grupe koje se u domaćinstvu zadržavaju par sati) potrebno je organizovati poseban prostor za usluživanje obroka;
- Osiguran parking.

### PRIMER AKTIVNOSTI / SEGMENTA

Paketi tradicije – kreiranje paket programa koje pored noćenja obuhvataju i lokalne aktivnosti, kao što su spremanje zimnice, pravljenje kolača, branje lokalnog voća i povrća, itd.;

- Lokalne slave, festivali i razne kreativne radionice počev od gastronomije do izrade raznih proizvoda
- Stari zanati – u saradnji sa lokalnim udruženjima i kulturnim društvima;
- Dodatne aktivnosti za goste u obliku turističkih tura: - organizovanje tematskih itinerera za goste: pešačenje, biciklizam, sportovi u prirodi, kulturni itinereri, putevi vina, ergela konja, itd.

### KLJUČNI TRŽIŠNI SEGMENTI

- porodice sa decom (30 - 55 godina);
- bračni parovi (35 - 75 godina);
- poslovni gosti;
- vrtići, škole, (u cilju edukacije);
- udruženja (ljubitelji prirode, udruženja za aktivnosti na otvorenom, gastro udruženja, ljubitelji starina, ribolovci, itd.);
- dnevni izletnici (zadržavaju se u mikrodestinaciji od 4 do 8 sati);
- vikend posetioci.

### SADRŽAJI I KAPACITETI

- smeštajne jedinice mogu biti organizovane kao zasebne sobe, apartman, kuća ili kamp (u zavisnosti od veličine prostora i ciljnim grupama kojima su namenjene);
- smeštajni kapacitet apartmana ne veći od 5 osoba; smeštajni kapacitet kuće ne veći od 8 osoba;
- jednokrevetna soba ne manja od 10m<sup>2</sup>, ne računajući površinu kupatila (poželjno 15m<sup>2</sup>); dvokrevetna soba ne manja od 15m<sup>2</sup>, ne računajući površinu kupatila (poželjno 20m<sup>2</sup>);
- svaka soba mora imati svoje kupatilo (na svakih 4 osobe u apartmanu i kući potrebno je jedno kupatilo);
- arhitektura i spoljašnje uređenje u skladu sa tradicionalnom arhitekturom okoline Subotice;
- bazen (ukoliko je dvorište domaćinstva veća od 1.000m<sup>2</sup>)
- smeštajne jedinice, sanitarni prostori kao i prostori za usluživanje jela i pića su prilagođeni i osobama sa specijalnim potrebama.

## REDOSLED AKTIVNOSTI

Za postojeće salaše:

Programi obuke / radionice za specijalizaciju ponude na salašima;

Programi obuke za animaciju i rad sa decom.

Za nove salaše koji se uključuju u turističku ponudu, rekonstrukcija objekata za turističku namenu:

Izrada studije izvodljivosti;

Priprema arhitektonskih projekata po standardima definisanim za ovakvu vrstu objekata;

Dobijanje potrebnih dozvola;

Početak realizacije.

## TIP JAVNE PODRŠKE PROJEKTU

Podsticaj razvoju poljoprivredne delatnosti;

Podsticaji za razvoj malog preduzetništva;

Programi podsticajnih mera:

- Krediti za ulaganja u obnovu starih (postojećih) salaša sagrađenih u skladu sa izvornom, tradicionalnom i ambijentalnom arhitekturom;
  - Krediti za ulaganja u manje objekte za smeštaj;
  - Programi kreditiranja seoskog turizma.
-

## 6.7.4 UKUSI PALIĆA – VINO I HRANA

### OPIS KONTEKSTA

Subotica i Palić su već prepoznati kao destinacije sa razvijenom ponudom vinskog turizma. Vinski put je dobro obeležen i određen broj proizvođača je direktno uključen u ukupnu ponudu, a TO Subotica je u značajnoj meri uključena u aktivnosti razvoja, vođenja i promocije ovog turističkog resursa. U daljoj razradi koncepta, jedan od ključnih faktora uspeha ovog turističkog proizvoda je prilagođavanje postojećih kapaciteta novim zahtevima tržišta. Načini prilagođavanja su prikazani u nastavku.

Neophodno je da destinacija dalje radi na uvođenju, standardizaciji i unapređenju ponude *Ukusa Palića*, kako bi se jedinstvenost destinacije jasno iskomunicirala, i kako bi destinacija u dužem vremenskom periodu očuvala svoju poziciju na tržištu. Ovakvim inicijativama je svakako potrebno pružiti dodatnu podršku u smislu podsticaja kao i u smislu eventualne edukacije / smernica za bolju organizaciju i usklađivanje sa standardima strukturisanja ovakve ponude.



### KONCEPT

Kuća ukusa Palića predstavlja domaćinstvo gde je proizvodnja vina / poljoprivredna proizvodnja osnovna delatnost, a koja je usmerena ka profesionalizaciji proizvodnje jednog ili najviše dva tipična proizvoda. U najvećem broju slučajeva, reč je o usitnjenim proizvođačima. Domaćinstvo je specijalizovano za konkretnu proizvodnju nekog proizvoda (vina, rakije, med, sir, suvomesnati proizvodi, voće, tradicionalne poslastice, itd.). Proizvodi se konficioniraju (pakuju), pa se pored direktne prodaje na mestu proizvodnje organizuje i turistička usluga degustacije proizvoda koja se naplaćuje u za to organizovanom prostoru. Prodaja se može raditi i preko salaša i vizitorskih centara destinacije. U domaćinstvu ne postoje smeštajni kapaciteti već se nude isključivo usluge degustacije i prodaje tradicionalnih proizvoda. Degustacija se može organizovati za do maksimalno 50 osoba odjednom i ne mogu im se nuditi topla jela (kuvana jela kao u agroturizmu) već samo naresci. Osim degustacije, ukoliko uslovi dozvoljavaju, iskustvo spremanja tradicionalnih proizvoda se takođe može ponuditi turistima.

Kuće ukusa stvaraju mrežu punktova raznih tipičnih proizvoda u destinaciji koji se mogu pribaviti direktno od proizvođača.

Prosečan boravak posetilaca - izletnika: 1 - 2,5 sati

### PRETPOSTAVKE / USLOVI

- Specijalizovana poljoprivredna proizvodnja;
- Neposredna prodaja proizvoda u mestu proizvodnje (prodajni punkt) - proizvedeno i prodato u domaćinstvu;
- Pakovanje proizvoda;
- Organizovanje turističkog paketa (prezentacija, upoznavanje sa tradicijom, degustacija, kupovina);
- Autentičnost objekta i bliskost sa prirodnim okruženjem;
- Očuvanost okoline;
- Parking;
- Radno vreme - otvoreno za sve goste (nije neophodno najaviti dolazak);

- Odgovarajući tehnički i sanitarno - higijensko uslovi;
- Standardi čuvanja hrane i pića.

#### PRIMER AKTIVNOSTI / SEGMENTA

- Upoznavanje sa procesom proizvodnje i kapacitetima;
- Obilazak vinograda, voćnjaka ili mesta proizvodnje hrane;
- Upoznavanje sa karakteristikama proizvoda;
- Mali tečaj degustacije za grupe;
- Profesionalni tečajevi degustacije za manje grupe – do 10 osoba;
- Etno zbirka;
- Bio (ekološka) proizvodnja – obavezna organska proizvodnja i primena agro-ekoloških mera u obuhvatu master plana.

#### KLJUČNI TRŽIŠNI SEGMENTI

- Gosti koji već borave u destinaciji (neophodno postojanje marketing alata u samoj destinaciji koji bi upućivali goste);
- Vinski turisti (profesionalni gosti);
- Poslovni gosti (kao deo insentiv i pre/post kongresnih aktivnosti);
- Grupe (studijske, prijatelji, itd.);
- Gosti koji dolaze zbog tura;
- Individualni gosti;
- Dnevni izletnici (zadržavaju se u destinaciji oko 8 sati).

#### SADRŽAJI I KAPACITETI

- Uređena okolina i pristup prostorima za degustaciju;
- Poseban prostor organizovan za degustaciju, uređen prema ambijentalnim i elementima tradicionalne arhitekture;
- Adekvatan pribor i oprema za degustaciju (posebno za vino);
- Prostor prilagođen osobama sa posebnim potrebama;
- Stolovi i stolice umesto klupa;
- Osiguran parking;
- Mokri čvor.

#### REDOSLED AKTIVNOSTI

Za postojeće salaše:

Standardizacija i uspostavljanje sistema osiguranja kvaliteta proizvoda;  
 Kreiranje brenda *Ukusi Palića – Tastes of Palić* (ili Taste Palić – ovo shvatiti samo kao jednu ideju, neophodno je uraditi detaljni koncept i uputstvo).

Za nove sadržaje / prenamene prostora:

Priprema arhitektonskih projekata po standardima definisanim za ovakvu vrstu objekata;  
 Dobijanje potrebnih dozvola;  
 Početak realizacije.

#### TIP JAVNE PODRŠKE PROJEKTU

- Podsticaji za razvoj malog preduzetništva
- Programi podsticajnih mera, npr:
  - Krediti za ulaganja u obnovu starih (postojećih) salaša sagrađenih u skladu sa izvornom, tradicionalnom i ambijentalnom arhitekturom

- Krediti za ulaganja u manje objekte za smestaj
  - Programi kreditiranja ruralnog turizma / mere diversifikacije ruralne ekonomije iz programa IPARD
  - Pomoć pri izradi prostorno planske dokumentacije / projektno-tehničke dokumentacije:
    - geodetska podloga
    - pravna podrška
    - finansijska podrška pripremi projekta
-

## 6.7.5 DEČIJI, OMLADINSKI I OBRAZOVNI TURIZAM

### OPIS KONTEKSTA

Kategorije dečijeg i omladinskog turizma u Srbiji su dobile svoje značenje tek kroz angažovanje Klastera obrazovnog turizma, kao i prethodno definisanih programa u okviru projekta *Održivi turizam za ruralni razvoj*. Opisani programi su koncipirani i prezentovani u saradnji sa Klasterom obrazovnog turizma Srbije, a trebalo bi da ponude dodatne programe i sadržaje u odnosu na već postojeću turističku infrastrukturu i suprastrukturu i sadržaje<sup>9</sup>.

Palić poseduje imidž destinacije za dolazak porodica, jer ima ponudu sadržaja za decu i omladinu. Deca i mladi su ti koji za vreme posete određenoj destinaciji, stiču i šire znanja i iskustva, lične veštine, uspostavljaju kontakte sa svojim vršnjacima. Turizam je sektor koji dodatno unapređuje proces saznanja i učenja, kao novi kvalitet u obrazovanju.

Ovo je posebno značajno, imajući u vidu postojeće i buduće kapacitete Palića koji su prilagođeni boravku dece i omladine (Omladinsko naselje), a koji otvaraju mogućnost razrade i sprovođenja kvalitetnih programa koji će kombinovati zabavu i edukaciju (tzv. edutainment) za potrebe izvođenja nastave u prirodi, ekskurzije, kao i druge forme boravka dece i omladine (obrazovni i sportski kampovi, i sl.). Predložene aktivnosti imaju naročito veliki značaj ukoliko se sprovode u saradnji sa obrazovnim ustanovama u Subotici i na Paliću, jer tako deca upoznaju područje Palića i Ludaša (kao i drugih zaštićenih prirodnih područja), njihovu istoriju, značaj i potencijal. Na taj način se stvara odnos i percepcija ovog izuzetnog prostora u svesti dece i stvara temelj za budućnost turističke destinacije.

U nastavku navodimo neke od mogućih programa koji svoje utemeljenje imaju u dugogodišnjoj praksi.



### Centar otkrića

Vrsta aktivnosti: pasivne, zabava, učenje

Sezona: zima, proleće, leto, jesen

Opis i koncept:

- Centar za otkrića je glavno mesto gde je skoncentrisana oblast za otkrivanje. Fokusira se na različite vrste obrazovnih objekata i objekata za zabavu u cilju edukacije posetilaca i buđenja želje u njima za otkrivanjem destinacije
- Pored obrazovnih, ključnu komponentu ovog centra predstavljaju zabavne aktivnosti
- Centar može imati jedan ili više objekata, a opremljen je tehnikom i tehnologijom za sprovođenje aktivnostima kojima se bavi
- Organizuje različite aktivnosti istraživanja prirode, istorije i kulture, istraživanja iz oblasti prirodnih nauka i izvođenje eksperimenata
- Jedna od formi je, na primer, interaktivni muzej vezan za kulturno ili prirodno nasleđe, ili određena ambijentalna celina (npr. Veliki park)
- Cilj centra je da prenese osećaj nasleđa;
- Centar predviđa izložbe rađene u metodi scenografije radi podsticanja posetilaca kao i aktivnosti prilagođene korisniku i multimedijalne aktivnosti

<sup>9</sup> Za dalju razradu programa, predlažemo saradnju sa Klasterom obrazovnog turizma Srbije ([obrazovniturizam.rs](http://obrazovniturizam.rs)). Ilustracije su korišćene uz prethodnu saglasnost Klastera obrazovnog turizma Srbije.

Moguće aktivnosti:

- Video snimak u 3D ili 4D tehnologiji
- Interaktivne igre
- Igre izgradnje i manipulacije
- Iskustva za decu
- Izložbe sa aktivnim učešćem posetilaca rađene u metodi scenografije
- Savremena umetnost kao aktivnosti u muzeju

### Začarano jezero

Vrste aktivnosti: pasivne, zabava, učenje

Sezona: proleće, leto, jesen

Opis i koncept:

- Zabavne šetnje i potrage kroz prirodno okruženje da bi se stimulisala mašta
- Ovaj koncept nudi avanturističke, zabavne i obrazovne aktivnosti u prirodnom okruženju Paličkog i Ludaškog jezera
- U parku, saradnja sa umetnicima u aktivnostima zabave
- Deo realizacije aktivnosti u Zoo vrtu
- Upotreba prirodnih materijala prilikom izrade

Aktivnosti:

- Scenografije koje stimulišu decu da razmišljaju o određenoj temi (legende područja, istorijske ličnosti)
- Zabavne aktivnosti integrisane u prirodno okruženje (objekti u šumi, konopac, stena, blato...)
- Penjanje uz drvo gde se otkriva rastinje i pronalaze životinjske vrste / korišćenje platformi
- Pojednostavlјivanje umetnosti na način da se sa kojima se može igrati
- Palić avantura za decu: orijentacija u prirodi, istraživanje biljnog i životinjskog sveta koji se može iskoristiti za opstanak u prirodi, orijentiring, potraga za određenim predmetom do kojeg se dolazi rešavanjem unapred postavljenih zagonetki, itd.

### Palički centar za reciklažu i umetnost

Vrste aktivnosti: pasivne, zabava, učenje

Sezona: zima, proleće, leto, jesen

Opis i koncept:

- Održivost u kontekstu životne sredine stub je temeljac održivog razvoja turizma na Paliću
- Centar za reciklažu je mesto koje će okupiti i inicirati reciklažu
- na širem području Palića. U njemu se reciklaža i obrazovanje vezano za prirodu prepliću na kreativan način
- Centar za recikliranje je način da se očuva priroda, instrument da se podigne nivo svesti u javnosti i način za umetničko izražavanje
- Recikliranjem upotrebljenih proizvoda, odrasli i deca, uz pomoć umetnika, mogu da nauče kako da prave umetnička dela i kako da sačuvaju svoju okolinu
- Predmeti za reciklažu uključuju plastiku, papir, boce... sve do drvenih predmeta, gvožđa
- Mogući načini za reciklažu mogu se pokazati kroz praktične primere putem kojih se ilustruje briga

za životnu sredinu na svakodnevnom nivou

- Mogu se organizovati izložbe umetničkih predmeta izrađenih od recikliranog materijala, a to mogu biti izložbe u zatvorenom i na otvorenom prostoru (npr. park reciklaže)

Aktivnosti:

- Centar za reciklažu bi trebalo organizovati u saradnji sa opštim i umetničkim školama
- To bi mogao da bude manji prostor povezan sa glavnim objektom vizitorskog centra

### Centar u prirodi za obrazovanje i zabavu za decu i mlade

Vrste aktivnosti: aktivne, pasivne, zabava, učenje

Sezona: zima, proleće, leto, jesen

Opis i koncept:

- Ova aktivnost je kompatibilna sa eko turističkim kampon i sprovodi se u isto vreme
- Radi se o centru za decu i omladinu, u okviru kojeg se organizuju zabavni programi dok deca uče o životu u ruralnom okruženju Subotice i Palića
- Ciljna grupa ove destinacije su porodice, školski razredi i grupe dece
- Sve aktivnosti su interaktivne i koristi se tehnika učenja kroz praksu (rekreativno učenje)

Ovaj centar bi kao aktivnosti mogao da ponudi:

- Obrađivanje bašte, da se nauči kako se uzgaja voće i povrće
- Pokaznu farmu / salaš gde se uči o životu životinja i na koji način se o njima brinemo
- Interaktivne izložbe vezane za prirodu, salaš, proizvodnju voća, povrća, sira i meda
- Centre za jahanje na konjima i ponijima
- Radionice za ručni rad i slikanje
- Letnje kampove za školarce i decu
- Istraživanja šume i neba (popularna astronomija)
- Kako sagraditi kolibu
- Pravljenje alatki od drveta
- Preživljavanje u šumi

### Obrazovni salaš

Vrste aktivnosti: aktivne, pasivne, zabava, učenje

Sezona: zima, proleće, leto, jesen

Opis i koncept:

- Škola na salašu predstavlja mesto na kojem deca uče i zabavljaju se i gde mogu pobeći od ograničenja u gradu i iskusiti osećanje slobode i avanture u ambijentu salaša
- Deca će iskusiti život na salašu i naučiti nešto o osnovnim aktivnostima, kroz obavljanje nekih aktivnosti sa farmerima dok u isto vreme pohađaju redovne školske aktivnosti
- Ovaj koncept je zasnovan na aktivnostima na farmi i praktičnom učenju (Rekreativnom učenju)
- Deca su grupisana u školi na farmi i učestvuju u izletima u autentična sela i lokalne farme (salaše) u tom području
- Posebna vrsta farme koja se koristi u obrazovanju naziva se Obrazovna farma (u konkretnom slučaju Palića i okruženja – Obrazovni salaš); njena osnovna svrha je obrazovanje: ona prima decu iz grada (predškolskog uzrasta i decu iz osnovne škole) zajedno sa njihovim učiteljima radi obrazovanja i zabave. Ove farme pružaju mogućnost smeštaja i hrane za decu (proizvodi sa farme), kao i prostor za učenje i druge aktivnosti za decu

Edukativna farma, u principu, sadrži:

Na farmi

- Jednu pogodnu školsku zgradu:
  - Ona je centar svakodnevnih aktivnosti.
  - Obezbeđene su učionice za grupe
  - Za decu iz grada koja su u poseti, obezbeđene su rekreativne i, donekle, redovne obrazovne aktivnosti
- Objekat farme je nalik na ambar sa životinjama (pilad, krave...):
  - Deca mogu da se igraju u ovom objektu
  - Mogu da nauče kako da se brinu o životinjama
  - Rade u bašti sa povrćem
  - I pripremaju svoj obrok sa sastojcima koje su nabavili iz bašte i sa farmi

U oblasti škole na farmi:

Lokalne farme (salaši) i sela u okolini pružaju seoske aktivnosti i iskustva za decu

- Druge farme: Farma za proizvodnju mleka, voća, povrća, meda, pijaca
    - Deca posećuju svaku farmu i učestvuju u aktivnostima na njoj
    - Ona takođe sakupljaju voće i učestvuju u proizvodnji sira, meda...
  - Poseta selu
    - Zajedničke aktivnosti za decu iz grada i decu sa sela iz obližnjih škola (učenje, zabava, itd.)
    - Radionica za ručni rad i aktivnosti sa tradicionalnim zanatlijama u selu: kovač, grnčar, stolar...
-

## 6.7.6 STIMULISANJE ORGANSKE POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE U OBUHVATU MASTER PLANA PALIĆ 2015

### OPIS KONTEKSTA

Agro-ekološka podrška je ključni element evropske politike ruralnog razvoja. To je jedno od glavnih sredstava za integraciju briga o životnoj sredini u poljoprivrednu politiku. Implementacija efektivnih agro-ekoloških programa ima kapacitete da umanj, ili u nekim slučajevima i da zaustavi degradaciju biodiverziteta i prirodnih resursa izazvanih intenziviranjem i napuštanjem poljoprivrednih praksi.

U ranijem izlaganju je već detaljno obrazložena potreba zaštite prirodnog nasleđa u obuhvatu Master plana Palić 2015, kao i potreba za primenom odgovarajućih agroekoloških mera koje će obezbediti dugoročnu zaštitu i unapređenje stanja Paličkog i Ludaškog jezera. Takođe, u izradi ovog programa, pošlo se od činjenice da je urađen Akcioni plan razvoja organske proizvodnje na teritoriji grada Subotice od 2015. do 2020. godine. Neke od prednosti koje su u pomenutom dokumentu naznačene u korist uvođenja organske poljoprivredne proizvodnje su sledeće: ne koriste se hemijski – sintetizovani pesticidi; poboljšana je uzgoj životinja u interaktivnom odnosu stočarstva i ratarstva, kao i uzgoj autohtonih rasa i sojeva; nema primene veštačkih đubriva; sav nastali sajnjak se koristi za đubrenje – smanjena je mogućnost zagađenja podzemnih voda i time zagađenja jezera; restriktivna upotreba dozvoljenih sredstava sprečava zagađenje voda; proizvodnja organskih proizvoda višeg stepena prerade povećava prihode farme – daje proizvode koji se mogu uključiti u turistički lanac vrednosti; organska proizvodnja stvara pretpostavke za održavanje malih domaćinstava i ostanak mladih u ruralnom ambijentu; stvara se osnov za razvoj agro-eko turizma (mere već opisane u prethodnim projektima), čime se podstiče obnova tradicionalnog ruralnog načina života, konzervacija i rekonstrukcija autentične seoske arhitekture, a obnavljaju se i stari tradicionalni zanati, običaji i vrednosti.

Prema podacima JP «Palić – Ludaš», oko 12% teritorije obuhvataju zaštićena prirodna područja na teritoriji grada Subotice (oko 12.000 ha). Deo ove teritorije zahteva organsku proizvodnju kao režim zaštite.



### KONCEPT

Zona Srebrni krug 4 (rural & nature) je rasterećena od razvoja gustih turističko – rekreativnih sadržaja i planom je predviđeno zadržavanje njenog ruralnog karaktera. Ovo se odnosi i na zapadnu zonu (Zona Srebrni krug 1) i na kontaktne zone Master plana. Preporuka za uvođenje organske poljoprivredne proizvodnje bi trebalo da važi za ceo Bronzani krug, ali u svakom slučaju za prostor oko Paličkog i Ludaškog jezera i kontaktne zone. Korišćenje resursa zemljišta i podzemnih voda u organskoj poljoprivrednoj proizvodnji ne narušava prirodnu ravnotežu. Time se štite staništa retkih biljaka i životinja, a zemljište i voda će biti očuvani u svom prirodnom kvalitetu.

Već je ranije napomenuto u okviru programa revitalizacije salaša da je od izuzetne važnosti pokretanje organske poljoprivredne proizvodnje, posebno povrtarstva i voćarstva, a imajući u vidu kontekst predloženog turističkog razvoja Palića. Zdrava organski proizvedena hrana je jedan od ključnih elemenata za dostizanje željene vizije Palića kao turističke destinacije i ispunjavanje obećanja koje se daje relevantnim tržištima. Razvoj organske proizvodnje na salašima omogućava i formiranje dodatne ponude / programa za turiste na salašima, a kako je već prethodno opisano, uključujući i direktnu prodaju proizvoda na salašima.

Trebalo bi voditi računa o stepenu primene organskih đubriva, pošto su i ona bogata nutrijentima – korišćenje đubriva bi moralo da bude kontrolisano, ali je nepovoljan uticaj na jezersku vodu svakako manji nego što je to

slučaj sa mineralnim đubrivima, jer prisustvo humusnih materija umanjuje difuziju nutrijenata u površinske i podzemne vode.

Sprovođenjem ovog programa, bilo bi obezbeđeno snabdevanje rizorta zdravom hranom, imajući u vidu orijentaciju destinacije ka isporuci zdravlja i sreće, kao primarnog iskustva boravka.

## PRETPOSTAVKE / USLOVI UČEŠĆA U AGROEKOLOŠKOJ ŠEMI (ORGANSKA PROIZVODNJA)

Uvođenje organske poljoprivredne proizvodnje predstavlja jednu od agro-ekoloških mera koja je prepoznata kao mera održivog ruralnog razvoja. U pitanju je napor da se kroz višegodišnju podršku stimulišu proizvođači da primenjuju planirane mere očuvanja agrobiodiverziteta i razvoja organske proizvodnje. U tom smislu, mere podrške su povezane i sa drugim merama IPARD programa – investicionim merama, merama tehničke pomoći i merama podrške uspostavljanja lokalnih akcionih grupa (tzv. LAG-ova). Sve ove mere bi trebalo da doprinesu održivom upravljanju prirodnim resursima i smanjenju negativnog uticaja poljoprivrede na životnu sredinu. U tom kontekstu, cilj uspostavljanja jedne ovakve šeme bi bio usmeren na podršku tradicionalnim i održivim poljoprivrednim sistemima i metodama koje doprinose očuvanju biodiverziteta i organskoj poljoprivrednoj proizvodnji. Pretpostavka je da se vrši kontinuirana izgradnja kapaciteta i dobijanje praktičnog iskustva za implementaciju, monitoring i kontrolu agro-ekoloških plaćanja u organima administracije i kod savetodavaca, ali i kod poljoprivrednih proizvođača i udruženja proizvođača.

Standardni uslovi učešća u šemi (ostvarivanje prava na dobijanje finansijske podrške) se odnose na korisnike i minimalni opseg proizvodnje, kao i na karakter proizvodnje. U tom smislu, pravo učešća imaju:

- Poljoprivredni proizvođači (fizička lica) koji su registrovani u Registru poljoprivrednih gazdinstava i koji imaju aktivan status
- Mikro i mala preduzeća, zadruge i udruženja (pravna lica) koja su registrovana u Agenciji za privredne registre i klasifikovana kao mikro i mala preduzeća prema odgovarajućim propisima
- Učesnici moraju da ispunjavaju minimalne uslove u pogledu minimalne površine zemljišta
- Korisnici se ugovorom obavezuju da će se baviti organskom proizvodnjom u minimalnom periodu od 5 godina
- Korisnici moraju da pripreme odgovarajući plan za svoje gazdinstvo koje će detaljno opisati sve aktivnosti koje će se preduzimati po godinama korišćenja podrške
- Korisnici moraju da se obavežu da će voditi dnevnik gazdinstva u kojem će opisati svaku sprovedenu aktivnost prema fazama (npr. kosidba, oranje, đubrenje, itd.)
- Neophodno je i poštovanje odgovarajućih standarda propisanih nacionalnim propisima za sprovođenje odgovarajuće agro-ekološke šeme (u ovom slučaju organske poljoprivredne proizvodnje).

## PRIMER ŠEME – OPIS I OPSEG<sup>10</sup>

<b>Obrazloženje</b>	<p>Organska proizvodnja unapređuje prirodni balans biljnih nutrijenata korišćenjem plodoreda i integrisanjem ratarske i stočarske proizvodnje. Zbog ograničene upotrebe đubriva i pesticida, organska proizvodnja igra pozitivnu ulogu u očuvanju biodiverziteta i doprinosi održivom upravljanju zemljištem, usevima i stokom.</p> <p>Kao što je već napomenuto, grad Subotica je već doneo Akcioni plan razvoja organske proizvodnje na teritoriji grada Subotice od 2015. do 2020. godine, kojim su predviđene odgovarajuće aktivnosti i mere, te bi ih u budućem periodu trebalo u potpunosti integrisati u ukupni program podrške. U narednom periodu je, u saradnji sa pokrajinskim i nacionalnim organima, neophodno obezbediti odgovarajuće fondove za podršku implementaciji šeme podrške uvođenju organske poljoprivredne proizvodnje. Takođe, od izuzetnog značaja je i primena drugih navedenih mera IPARD programa, a koje u velikoj meri mogu da doprinesu efikasnijoj implementaciji organske proizvodnje kao ključne agro-</p>
---------------------	--

<sup>10</sup> Prilagođeno prema: *Priprema za sprovođenje aktivnosti koje se odnose na IPARD mere u oblasti životne sredine, Zajednički program UN Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja, Vjara Stefanova i Sergej Ivanov, Beograd 2011.*

	ekološke mere za zaštitu područja obuhvaćenog Master planom Palić 2015.
<b>Ciljevi zaštite životne sredine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Smanjiti unošenje veštačkog đubriva i pesticida na poljoprivredno zemljište;</li> <li>• Doprineti održivom gazdovanju zemljištem, usevima i stokom;</li> <li>• Povećati površinu poljoprivrednog zemljišta i broj gazdinstava kojima se upravlja po standardima organske proizvodnje;</li> </ul>
<b>Pilot opseg</b>	Podrška će se obezbediti za proizvodnju žitarica (uključujući krmno bilje i travnjake), povrća, voća, grožđa i lekovitog, začinskog bilja koja je sertifikovana kao organska ili je u procesu konverzije.
<b>Specifični uslovi podobnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poljoprivredni proizvođači (fizička lica) treba da poseduju najmanje 0,2 ha za proizvodnju žitarica (uključujući krmno bilje i travnjake), povrća, voća ili grožđa, ili lekovitog bilja;</li> <li>• Mala preduzeća ili zadruge (pravna lica) treba da poseduju najmanje 2 ha za proizvodnju žitarica (uključujući krmno bilje i travnjake), povrća, voća ili grožđa, ili lekovitog bilja.</li> </ul>
<b>Minimum obaveznih standarda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stajnjak i osoka ne sme da se primenjuju tokom zime i u ranu jesen između 15. oktobra i 15. marta pošto ih zemljište ne može apsorbovati.</li> <li>• Organski stajnjak ne sme da se rastura na zamrznutom zemljištu, zemljištu zasićenom vodom, poplavljenom zemljištu ili zemljištu koje je prekriveno snegom.</li> <li>• Organska đubriva se ne smeju koristiti na tlu koje je bliže od 10 metara od vodotokova odnosno površinskih voda ili 50 metara od izvora i bunara.</li> </ul>
<b>Zahtevi u pogledu gazdovanja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Upravlјati zemljištem u skladu sa Pravilnikom o metodama organske biljne proizvodnje i o sakupljanju divljih biljnih i životinjskih vrsta iz prirodnih staništa metodom organske proizvodnje;</li> <li>• Potpisati ugovor o kontroli i sertifikovanju organske proizvodnje sa ovlašćenim Kontrolnim telom prema Zakonu o organskoj proizvodnji i organskim proizvodima.</li> </ul>
<b>Nivo plaćanja</b>	Primer / preporučeni nivo plaćanja: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organske žitarice – 250 evra/ha</li> <li>- Organski travnjaci – 150 evra/ha</li> <li>- Organsko povrće – 350 evra/ha</li> <li>- Organsko voće i vinogradi – 450 evra/ha</li> <li>- Organsko lekovito i začinsko bilje (kultivisano) – 250 evra/ha</li> </ul>

## 6.8 OSTALI RAZVOJNI PROJEKTI OD ZNAČAJA ZA DESTINACIJU

### 6.8.1 Ostali razvojni projekti

	PROJEKAT	OPIS
1	<b>Specijalizacija gastronomske ponude</b>	<p>Mnoge destinacije se takmiče na turističkom tržištu da bi ponudile što raznovrsnija iskustva / doživljaje svojim posetiocima. Lokalna gastronomija (hrana i vino) integralni su deo iskustva / doživljaja destinacije. Osim toga, identitet lokalnog stanovništva reflektuje se i jača kroz gastronomska iskustva koja destinacija nudi svojim gostima.</p> <p>Destinacija Palić-Subotica već je započela profilisanje u smislu gastronomske ponude lokalnih i tradicionalnih proizvoda, što se vidi i iz pozicije nekih restorana i njihove kvalitetne ponude. Specijalizacija podrazumeva i rad sa lokalnim restoranima, salašima i vinarijama kako bi se pronašli jedinstveni recepti, unapredili (u smislu racionalizacije spremanja i posluživanja) i kao takvi ponudili kao zaštitni znak destinacije.</p> <p>Ovo je projekat privatne inicijative uz podršku javnog sektora.</p>
2	<b>Koncept pešačkih i biciklističkih staza u Bronzanom krugu</b>	<p>Razvoj koncepta pešačkih i biciklističkih staza za destinacije Palić-Subotica bazira se na poboljšanju postojećih staza, kao i razvoju novih u Bronzanom krugu.</p> <p>Rekreacija u prirodi je jedan od ključnih proizvoda za destinaciju. U tom smislu, od kritične je važnosti da se projekat izvede prema standardima međunarodnih institucija koji su propisani za pešačke i biciklističke staze. Dobro je planirati staze na način da se one međusobno spajaju i povezuju, polazeći od predviđene staze oko jezera (lungo lago).</p> <p>Ovaj koncept takođe podrazumeva rute sa punktovima na ključnim tačkama interesa koji u blizini nude salaše, lokalne gastronomske specijalitete i mesto za kratki predah.</p> <p>Ovo je projekat javnog sektora.</p>
3	<b>Jačanje kapaciteta kroz koncipiranje i realizaciju programa edukacije i treninga</b>	<p>Cilj ovog projekta je izgradnja modela kontinuirane edukacije i treninga za zaposlene i angažovane u sektoru turizma i ugostiteljstva. Neophodno je napraviti programe u saradnji sa lokalnim stručnim školama i Ekonomskim fakultetom, a poštujući standarde za koncipiranje programa osposobljavanja i profesionalnog usavršavanja / celoživotnog učenja koje propisuju najbolje obrazovne ustanove u ovom segmentu (npr. Obrazovni institut Američkog udruženja hotelijera i ugostitelja, relevantni evropski programi, itd.).</p> <p>Imajući u vidu kulturu i karakter lokalnog stanovništva, postoji odlična osnova za realizaciju ovakvih programa. Isporuka doživljaja u destinaciji se vezuje za kvalitet usluge, a kvalitet usluge je ključ zdravog i kvalitetnog razvoja turizma.</p> <p>Ovo je projekat javnog sektora.</p>
4	<b>Integrirani sistem turističkog označavanja</b>	<p>Trenutna situacija na području destinacije u smislu turističkog označavanja je na solidnom nivou. Međutim, neophodno je kontinuirano raditi na unapređenju turističke signalizacije u skladu sa novim sadržajima i objektima.</p> <p>Sistem turističkog označavanja kritičan je u razvoju turizma, jer osim što pruža informacije o turističkim atrakcijama, resursima, uslugama, tematskim turama i itinerarima, itd., on posetiocima i gostima uliva poverenje. Prema tome, cilj ovog programa je nastaviti sa aktivnostima definisanja i organizovanja koherentnog i homogenog sistema turističkog označavanja, koji uključuje</p>

		<p>glavne gradske centre, resurse, atrakcije i turističke usluge (hrana i piće, smeštaj, kupovina, itd.). Ovo je javni projekat.</p>
5	<b>Sistem mobilnih platformi na jezeru i prikladnih molova (izlazak na jezero)</b>	<p>U cilju podizanja atraktivnosti Palića kao jezerskog rizorta, predlaže se postavljanje mobilnih platformi na jezeru (floating decks) i prikladnih molova. Konkretni dizajn i fizičku lokaciju ovih platformi / molova bi trebalo utvrditi u saradnji sa pejzažnim arhitektama, a prema uslovima zaštite jezera; jedna od mogućnosti je da one budu postavljene oko koncertne terase na jezeru, čime se omogućava da se program prati i sa jezera, a u toku dana se platforme mogu koristiti za realizaciju različitih programa medical spa centra (yoga, vežbe, itd.).</p> <p>Analizom uporednih primera, moguće je postavljanje platformi prečnika oko 12m, a smatramo da je dovoljno postaviti do 10 ovakvih platformi koje bi bile međusobno i povezane sa obalom. Okvirna cena jedne platforme je oko 10.000 EUR. Ovo je javni projekat.</p>
6	<b>Palić iz vazduha - rehabilitacija aerodroma u Bikovu i sportskog aerodroma na Paliću</b>	<p>Predložene iskustvene zone Palića se baziraju na atrakcijama i iskustvima koja su vezana za vodu i zemlju. Smatramo da bi, u srednjem roku, uvođenje dodatnih programa koje bi omogućile doživljaj Palića i Subotice iz vazduha dodatno obogatili ponudu i zaokružili set iskustava koja se na Paliću nude.</p> <p>U tom smislu, ključni projekat, a koji je sastavni deo Bronzanog kruga, je rehabilitacija aerodroma u Bikovu. U širem okruženju postoji dobra baza organizacija koje se bave vazduhoplovnim sportovima i svim savremenim oblicima letenja: jedrilicarstvo, paraglajding, ultra lake letelice, motorno letenje, padobranstvo, balonarstvo.</p> <p>Pored neophodne projektne i tehničke dokumentacije i neposrednih radova na revitalizaciji aerodroma i sportskog aerodroma na Paliću (razmotriti mogućnost korišćenja dela prostora severno od predložene pozicije terena za golf, zapadno od nove saobraćajnice za ulazak na Palić), od izuzetne važnosti je sagledati potencijal za upotrebu balona i ultralakih vazduhoplova, te koncipirati programe sa kompetentnim organizacijama / udruženjima. Ovo je javni projekat, u saradnji sa letaćkim organizacijama.</p>
7	<b>Propisivanje arhitektonsko – građevinskih standarda / uslova za gradnju objekata u obuhvatu Master plana Palić 2015 u cilju zaštite autentičnosti ambijenta i njegovog imidža</b>	<p>Jedno od tipičnih obeležja Palića kao destinacije je autentična arhitektura, koja celom području daje specifičan karakter i predstavlja bitno obeležje imidža. Kulturno bogatstvo Palića krase šaroliki objekti sa dominacijom secesije i švajcarskog stila, korišćenih za izgradnju Palićkih vila.</p> <p>Preporučuje se izrada odgovarajućih arhitektonsko – građevinskih standarda, kojima bi se propisao minimum uslova koje projektanti moraju da zadovolje u razradi koncepta novih i prilagođavanja / rekonstrukcije postojećih objekata u obuhvatu Master plana Palić 2015. Na taj način se štiti autentičnost celokupnog ambijenta i imidža destinacije.</p> <p>Kao logičan početak realizacije ovog projekta, predlaže se kompletna revitalizacija Vikend naselja na istočnoj obali. Dodatno, neophodno je izraditi odgovarajuće rešenje za revitalizaciju centra naselja Palić, kako bi se isti uklopio u rang vrednosti / ambicija karakterističnih za rizort. Ovo je javni projekat.</p>

9	<b>Razvoj i jačanje imidža Paličke olimpijade (Paličkih sportskih igara)</b>	<p>Sportsko udruženje «Olimpija» Palić neguje tradiciju Paličkih sportskih igara, nazvanih «Palička olimpijada». Paličke predolimpijske igre bile su organizovane u periodu od 1880. do 1914., a na inicijativu sportskih radnika obnavljane su 1982. i, najposle, 2000. godine pod imenom «Palička olimpijada». Od 2000. godine do danas organizovane su zimske, letnje, biciklističke i berbanske olimpijade, kao i tri olimpijske konferencije.</p> <p>Događaji su organizovani na mestu nekadašnjeg poprišta, uz učešće oko 20.000 takmičara sa tri kontinenta i iz dvadesetak zemalja.</p> <p>Za dalji razvoj ovog događaja od velike važnosti je rekonstrukcija nekadašnjeg poprišta «Ahileona», tj. kompleksa Doma i arene za sportiste, koji se sastojao od kule Bagoljvar i kružne biciklističke i atletske staze sa raznim spravama i gledalištem (staza je bila treća u Evropi, nakon Londona i Lajpciga).</p> <p>Ovaj projekat realizuje Sportsko udruženje «Olimpija», kao vlasnik zaštićenog imena «Palička olimpijada», uz podršku javnog sektora</p>
---	--	--

## 6.8.2 Kreiranje baze za doživljaj Palića tokom zimske sezone

Palić se pozicionira kao celogodišnja destinacija. Zdravstveni turizam, turizam porodičnih odmora i kongresni turizam, kreiraju set osnovnih i nosećih turistički proizvoda koji su atraktivni tokom cele godine. Set proizvoda dodatih vrednosti, kao što su boravak i aktivnosti u prirodi, događaji i gastronomija i vino, svojom atraktivnošću, doprinose i doživljaju Palića kao zimske destinacije.

U kreiranju slike i pozicije Palića kao zimske destinacije, neophodno je izvršiti prilagođavanje već obrazloženih proizvoda uslovima zimskih meseci. U tom kontekstu, radi se o poslu kreiranja turističkog proizvoda, što je više pitanje menadžmenta, nego što je problematika kojom se konkretno bavi Master plan razvoja turizma. No, u cilju ukazivanja na mogući pravac razvoja proizvoda kojima će se obezbediti zimski doživljaj Palića i njegove lepote, u nastavku dajemo listu mogućnosti koju bi, svakako, trebalo obogatiti. Na ovaj način kreiraju se posebni proizvodi, aktivnosti i doživljaji, koji obuhvataju, ali se ne ograničavaju na sledeće:

- Otvoreni bazen sa termalnom vodom
- Opredeliti mesto za postavljanje klizališta / ledene dvorane u Zoni Sport & Active (postavljanje polivalentnih dvorana korišćenjem energetski efikasnih rešenja – tipa: <http://www.sprung.com>, odnosno: <http://www.sprung.com/structures/sports-recreation-buildings/arenas-stadiums-0>)
- Staze za pešačenje u zimskom periodu, uz odgovarajuće održavanje, postaju staze za nordijsko skijanje
- Posebno obeleženim, ali neodržanim stazama, neophodno je omogućiti gostima da kroz „Snowshoeing“ šetnje dožive prirodu u zimskim mesecima
- Ukoliko debljina leda jezera dozvoli, deo uz Ženski i Muški strand pretvoriti u jedinstven doživljaj klizanja, pri čemu pored klasične staze, neophodno je obeležiti i staze za klizanje koje formiraju neobične oblike
- Ukoliko debljina leda jezera dozvoli, organizovati i „ice surfing“, odnosno jedrenja na ledu, čime se kreira osnov rada i aktivnosti jedriličarskog udruženja, ali i posebna aktivnost za turiste
- Zimske (božićne) pijace, kao mesto susreta i druženja, uz lokalne specijalitete hrane i vina, bi se mogle organizovati uz staze za klizanje i glavnu pešačku aleju, čime se dobija potpuno novi i drugačiji dug turističkog centra
- Zimska vožnja bicikala podrazumeva najam bicikala sa zimskim gumama, čime se omogućava da uz određeno održavanje, staze za bicikliste bude aktivne tokom čitave godine
- Zimski foto safari

- Tubing podrazumeva uređen sistem za sankanje, najčešće na gumenim sankama, i kao takav je aktivan i tokom zimskih meseci, ali i letnjih
- Organizacija događaja tokom zimskih meseci, kao što su „snežni bioskop na otvorenom“
- Vožnja saonica je aktivnost koja je pandan vožnji kočijama tokom letnjih meseci
- Zimski avantura park
- Tokom zimskih meseci neophodno je nastaviti sa sprovođenjem i svih aktivnosti koje se obavljaju u unutrašnjim i zatvorenim prostorima



POGLAVLJE 7  
Ekonomsko – finansijska ocena  
projekta

# 7 EKONOMSKO – FINANSIJSKA OCENA

## 7.1 UVOD

---

U skladu sa predloženim planom razvoja, u okviru Zlatnog kruga su urađene procene investicija za sve predložene projekte, dok su za projekat Palić Spa Rizona, kao nosećeg projekta, urađene detaljne finansijske projekcije.

Za predloženih 15 pozicija u Srebrnom krugu prema fizičkom master planu, grupisanih u 10 projekata, urađene su projekcije poslovanja u stabilizovanoj godini, a na osnovu standarda poslovanja u industriji, prilagođenih lokalnom kontekstu Palića.

Predložene investicione iznose koji su navedeni uz odgovarajuće projekte je potrebno posmatrati isključivo kao okvirne, jer u ovom trenutku nije moguće sagledati celine razvojnih projekata i nivo detalja razrade svakog od njih pojedinačno. Tek nakon izrade odgovarajuće projektne – tehničke dokumentacije je moguće proceniti neophodna investiciona sredstva, a njihov pravi iznos tek po ispostavljanju troškova izvođača.

Napominjemo da je ovde dat isključivo pregled prioriternih razvojnih projekata koji bi trebalo da podstaknu razvoj ostalih projekata, a što takođe u ovom trenutku nije moguće predvideti.

U nastavku dajemo pregled pretpostavki razvoja, investiranja i poslovanja za predložene prioritretne projekte:

### A. INVESTICIJE

- procena potrebnog investicionog iznosa potrebnog za izgradnju svih planiranih sadržaja bazira se na uobičajenim troškovima gradnje objekata sličnih karakteristika u Jugoistočnoj Evropi, korigovanim za specifičnosti lokalnog tržišta;
- predložene investicije se baziraju na benčmark analizi sličnih projekata u regionu, uvažavajući lokalne standarde, a za potrebe procene investicija korišćeni su iznosi po m<sup>2</sup> izgrađene površine odnosno po smeštajnoj jedinici u zavisnosti od vrste objekta;
- investicije ne uključuju vrednost zemlje;
- u obzir su uzeti opisi i sadržaji svakog od prioriternih projekata navedeni ranije u ovom dokumentu;
- oko 35-40% planiranih smeštajnih jedinica (vile, rezidencije, apartmani) povezuju se sa poslovanjem nekretninama, a zbog boljeg upravljanja rizicima i time lakšeg pribavljanja investitora u uslovima još uvek ograničenog tržišta;
- planiraju se sadržaji dodate vrednosti - golf teren, marina, sportsko-rekreativni centri, kulturni centri, uslužno-komercijalni sadržaji i drugo, a čija je realizacija povezana i sa jakim ulogom javnog sektora, odnosno postojećih i institucija koje je potrebno osnovati;
- delimično su procenjene i investicije u javnu infrastrukturu prema benčmark analizi uređenja rizorta u sličnom okruženju.

### B. PRIHODI

- prosečno realizovane cene po vrstama smeštajnih kapaciteta planirane su na osnovu uporedivih performansi na području srednjeg i jugoistočnog evropskog okruženja projekta i umanjene su za 15% do 20%;
- zauzetost smeštajnih jedinica je planirana takođe na osnovu uporedivih performansi i umanjena je za 15%;

- procena odnosa smeštajnih prihoda i ostalih prihoda planirana je za svaki objekat posebno, a na bazi uobičajene međunarodne prakse i standarda unutar predloženih tipova i kategorija objekata;
- prodajne cene u poslovanju nekretninama planirane su na osnovu analize tržišta sličnih projekata u širem okruženju, pri čemu se cene jedinica razlikuju u zavisnosti od njihovog kvaliteta i sadržaja;
- u delu smeštajnih objekata predložena je prodaja jedinica privatnim vlasnicima po principu sale & lease back (prodaja i ponovni zakup za komercijalno turističko korišćenje). Vlasnici koriste jedinice oko 60 dana godišnje u zavisnosti od tipa smeštajnog objekta, a preostali deo godine jedinice su u komercijalnom korišćenju;
- projekcija prihoda golfa je učinjena na osnovu analize sličnih projekata u okruženju, prilagođeno lokalnom kontekstu.

### **C. TROŠKOVI**

- uvažavanje troškovnih standarda međunarodne smeštajne industrije;
- uvažavanje učešća troškovnih kategorija u odgovarajućim prihodima prema poslovanju lokalne turističke industrije;
- primena metodologije USALI (jedinstveni sistem računovodstva za smeštajnu industriju);
- primena standarda zapošljavanja prema kategoriji smeštajnih kapaciteta koji su internacionalno prihvatljivi i uvećanih do 10% za prilike Srbije;
- u primenjenom sale & lease back modelu, vlasnicima jedinica se plaća godišnja naknada koja se svake godine obračunava u iznosu od 40% operativnog prihoda minus deo troškova komercijalne upotrebe smeštajnih jedinica koji se prevaljuju na vlasnike. Obuhvat troškova koji se prevaljuju na vlasnike jedinica je u zavisnosti od vrste sadržaja koje objekat nudi.

Uz pretpostavku da se poslovanje stabilizuje u periodu od 3. do 5. godine nakon otvaranja objekata, bilansirali smo detaljno poslovanje objekata za prvu godinu nakon perioda uvođenja projekata na tržište tzv. stabilizovanu godinu.

Sve finansijske projekcije se baziraju na postojećim makroekonomskim uslovima u Srbiji, kao i na tržišnim pretpostavkama koje uključuju aktuelni tržišni status i predviđene trendove na tržištu bez većih tržišnih turbulencija.

Prihodi i troškovi su u bilansima uspeha prikazani u neto iznosima i ne uključuju porez na dodatu vrednost. Finansijski iznosi su svi prikazani u evrima i stalnim (neinflatornim) cenama.

## 7.2 ZLATNI KRUG

### 7.2.1 Pregled investicija za Palić Spa Rizort

#### PROCENA ULAGANJA

##### Palic Spa Resort

KOMPONENTA	BRP	€/m <sup>2</sup>	Ukupno €
<b>HOTEL</b>			
Hotel – unutrašnji prostori – BRP	10.600	900	9.539.860
Hotel – spoljni prostori – neto	1.465	300	439.478
Hotel – spoljno uređenje – hortikultura	2.000	30	60.000
Hotel – spoljno uređenje, parkiranje, prilaz	4.250	60	255.000
<b>Total</b>	<b>18.315</b>		<b>10.294.338</b>
Ukupna investicija po ključu			68.629
Ukupna investicija po ukupnom m <sup>2</sup>			562
<b>MEDICAL SPA vodeni centar</b>			
Vodeni centar – unutrašnji prostori – BRP	6.214	1.000	6.213.858
Vodeni centar – spoljni prostori – neto	2.490	800	1.992.000
pešačke površine	400	80	32.000
hortikultura	2.000	30	60.000
spoljni parking i prometnice	3.750	60	225.000
<b>Total</b>	<b>14.854</b>		<b>8.522.858</b>
<b>APARTMANI</b>			
Apartmani – unutrašnji prostori – BRP	3.255	650	2.115.425
Apartmani – spoljni prostori – neto	400	400	160.000
Apartmani – spoljni prostori, pešačke površine	200	80	16.000
Apartmani – hortikultura	500	30	15.000
Apartmani – parking/ prilaz	1.250	60	75.000
<b>Total</b>	<b>5.605</b>		<b>2.381.425</b>
Ukupna investicija po ključu			47.629
Ukupna investicija po m <sup>2</sup>			425
<b>UKUPNA INVESTICIJA SPA RESORT</b>			<b>21.198.622</b>
<b>DODATNI TROŠKOVI</b>			
Projektna dokumentacija i menadžment			1.271.917
Preopening i obrtna sredstva			900.000
<b>UKUPNO DODATNI TROŠKOVI</b>			<b>2.171.917</b>
<b>UKUPNA INVESTICIJA</b>			<b>23.370.539</b>

*Napomena: procena ulaganja ne obuhvata trošak akvizicije lokacije, odnosno cenu infrastrukturno opremljenog zemljišta*

## 7.2.2 Pregled investicija za Palić Water Fun, Lido i Zeleni zabavni park

### Water fun centar

Procena investicije	m <sup>2</sup>	€ / m <sup>2</sup>	Total €
Unutrašnji prostori - BRP	3.089	800	2.471.208
Bazeni	2.000	1.000	2.000.000
Spoljni prostor	7.510	200	1.502.000
Pešačke površine	3.000	80	240.000
Hortikultura	10.000	30	300.000
Spoljni parking i prometnice	10.000	60	600.000
<b>Ukupno</b>	<b>35.599</b>		<b>7.113.208</b>
Investicija po m <sup>2</sup> – ukupne površine			200

### Lido (uključujući deo promenade)

Procena investicije	m <sup>2</sup>	€ / m <sup>2</sup>	Total €
Pešačke površine	15.000	150	2.250.000
Hortikultura	10.000	30	300.000
<b>Ukupno</b>	<b>25.000</b>		<b>2.550.000</b>
Investicija po m <sup>2</sup> – ukupne površine			102

### Zeleni Zabavni park

Procena investicije	m <sup>2</sup>	€ / m <sup>2</sup>	Total €
Pešačke površine	400	150	60.000
Igrališta	1.000	250	250.000
Hortikultura	1.000	30	30.000
<b>Ukupno</b>	<b>2.400</b>		<b>340.000</b>
Investicija po m <sup>2</sup> – ukupne površine			142



## 7.2.4 Prihod od prodaje apartmana – Palić Spa Rizort

### PRODAJA APARTMANA

#### Palic Spa Resort

	total					
Broj apartmana	50					
Prodajna površina (m <sup>2</sup> )	2.700					
Investicija ('000 €)	2.524					
Prodajna provizija	2%					
	neto tekuće cene	invest	1	2	3	total
Prodate jedinice	8	17	17	8	50	
Dinamika prodaje	16,0%	34,0%	34,0%	16,0%	100,0%	
Prosečna neto cena po m <sup>2</sup> (€)	1.250	1.300	1.350	1.400	1.325	
Prodana površina (m <sup>2</sup> )	432	918	918	432	2.700	
<b>Prihod od prodaje apartmana ('000 €)</b>	<b>540</b>	<b>1.193</b>	<b>1.239</b>	<b>605</b>	<b>3.578</b>	
Prodajna provizija ('000 €)	11	24	25	12	72	
Write off prodane jedinice ('000 €)		1.262	858	404	2.524	
<b>Troškovi prodaje apartmana ('000 €)</b>	<b>11</b>	<b>1.286</b>	<b>883</b>	<b>416</b>	<b>2.596</b>	
<b>PROFIT OD PRODAJE APARTMANA ('000 €)</b>	<b>529</b>	<b>-93</b>	<b>356</b>	<b>189</b>	<b>982</b>	
<b>Deprecijacija i amortizacija ('000 €)</b>		<b>76</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	

## 7.2.5 Projekcija troškova rada u stabilizovanoj godini – Palić Spa Rizort

### PROJEKCIJA TROŠKOVA RADA U STABILIZOVANOJ GODINI

#### Palic Spa Resort

4. god

Odeljenje / Sektor	Prosečni broj zaposlenih prema satima rada	Prosečna mesečna bruto plata po zaposlenom (€)	Ukupni godišnji troškovi rada (u '000 €)
Smeštaj	30	750	270,0
Spa i medical	30	800	288,0
Hrana i piće	44	800	422,4
Menadžment / administracija	6	2.100	151,2
Marketing i prodaja	6	1.700	122,4
Održavanje	8	700	67,2
<b>UKUPNO</b>	<b>124</b>	<b>888</b>	<b>1.321,2</b>

## 7.2.6 Projekcija EBITDA za Palić Spa Resort

EBITDA PROJEKCIJA Palić Spa Resort	neto tekuce cene u hilj., Eur										Godina 4 str., (%)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Invest												
Priloh od smeštaja	2.048,6	2.548,6	2.909,1	3.190,3	3.254,1	3.319,2	3.385,6	3.453,3	3.522,3	3.592,8	43,0%	
Priloh H&P	985,5	1.206,3	1.367,1	1.510,6	1.571,7	1.603,1	1.635,2	1.667,9	1.701,2	1.734,6	20,4%	
Priloh od spa	1.984,7	2.270,5	2.461,0	2.619,8	2.672,2	2.725,6	2.780,1	2.835,7	2.892,5	2.950,3	35,3%	
Ostali operativni priloh	61,5	76,5	87,3	95,7	97,6	99,6	101,6	103,6	105,7	107,8	1,3%	
<b>Ukupno operativni priloh</b>	<b>5.080,2</b>	<b>6.101,8</b>	<b>6.824,4</b>	<b>7.416,4</b>	<b>7.564,7</b>	<b>7.716,0</b>	<b>7.870,4</b>	<b>8.027,8</b>	<b>8.183,3</b>	<b>8.352,1</b>	<b>100,0%</b>	
Direktni troškovi - smeštaj	41,0	51,0	58,2	63,8	65,1	66,4	67,7	69,1	70,4	71,9	2,0%	
Direktni troškovi - H&P	315,4	386,0	437,5	483,4	493,1	502,9	513,0	523,2	533,7	544,4	32,0%	
Direktni troškovi - spa	198,5	227,0	246,1	262,0	267,2	272,6	278,0	283,6	289,2	295,0	10,0%	
Direktni troškovi - ostala odeljenja	3,1	3,8	4,4	4,8	4,9	5,0	5,1	5,2	5,3	5,4	5,0%	
<b>Ukupno - CoS</b>	<b>557,9</b>	<b>667,8</b>	<b>746,1</b>	<b>814,0</b>	<b>830,3</b>	<b>846,9</b>	<b>863,8</b>	<b>881,1</b>	<b>898,7</b>	<b>916,7</b>	<b>11,0%</b>	
Troškovi rada - smeštaj	266,0	267,3	268,7	270,0	275,4	280,8	286,2	291,6	297,0	302,4	8,5%	
Troškovi rada - H&P	416,1	418,2	420,3	422,4	430,8	439,3	447,7	456,2	464,6	473,1	28,0%	
Troškovi rada - spa	283,7	285,1	286,6	288,0	293,8	299,5	305,3	311,0	316,8	322,6	11,0%	
<b>Ukupno direktni troškovi rada</b>	<b>965,7</b>	<b>970,6</b>	<b>975,5</b>	<b>980,4</b>	<b>1.000,0</b>	<b>1.019,6</b>	<b>1.039,2</b>	<b>1.058,8</b>	<b>1.078,4</b>	<b>1.098,0</b>	<b>13,2%</b>	
Ostali op. troškovi - smeštaj	204,9	254,9	290,9	319,0	325,4	331,9	338,6	345,3	352,2	359,3	10,0%	
Ostali op. troškovi - H&P	93,6	114,6	129,9	143,5	146,4	149,3	152,3	155,3	158,4	161,6	9,5%	
Ostali op. troškovi - spa	396,9	454,1	492,2	524,0	534,4	545,1	556,0	567,1	578,5	590,1	20,0%	
<b>Ukupno ostali op. troškovi odeljenja</b>	<b>695,4</b>	<b>823,6</b>	<b>913,0</b>	<b>986,5</b>	<b>1.006,2</b>	<b>1.026,3</b>	<b>1.046,9</b>	<b>1.067,8</b>	<b>1.089,2</b>	<b>1.111,0</b>	<b>13,3%</b>	
<b>Profit odeljenja</b>	<b>2.861,2</b>	<b>3.639,8</b>	<b>4.189,8</b>	<b>4.635,5</b>	<b>4.728,3</b>	<b>4.823,2</b>	<b>4.920,5</b>	<b>5.020,0</b>	<b>5.122,0</b>	<b>5.226,4</b>	<b>62,5%</b>	
Troškovi rada - administracija	148,9	149,7	150,4	151,2	154,2	157,2	160,3	163,3	166,3	169,3	2,0%	
Troškovi rada - marketing i prodaja	120,6	121,2	121,8	122,4	124,8	127,3	129,7	132,2	134,6	137,1	1,7%	
Troškovi rada - održavanje	66,2	66,5	66,9	67,2	68,5	69,9	71,2	72,6	73,9	75,3	0,9%	
Neraspoređeni troškovi plata	335,7	337,4	339,1	340,8	347,6	354,4	361,2	368,1	374,9	381,7	4,6%	
Ostali op. troškovi - administracija	152,4	183,1	204,7	222,5	226,9	231,5	236,1	240,8	245,6	250,6	3,0%	
Ostali op. troškovi - marketing i prodaja	203,2	213,6	204,7	222,5	226,9	231,5	236,1	240,8	245,6	250,6	3,0%	
Ostali op. troškovi - održavanje	127,0	152,5	170,6	185,4	189,1	192,9	196,8	200,7	204,7	208,8	2,5%	
Neraspoređeni ostali op. troškovi	482,6	549,2	580,1	630,4	643,0	655,9	669,0	682,4	696,0	709,9	8,5%	
Troškovi energije	401,6	422,0	436,5	448,3	451,3	457,4	460,6	463,8	467,0	470,2	6,0%	
<b>Neraspoređeni izdaci</b>	<b>1.219,9</b>	<b>1.308,6</b>	<b>1.355,7</b>	<b>1.419,5</b>	<b>1.441,9</b>	<b>1.464,6</b>	<b>1.487,6</b>	<b>1.511,0</b>	<b>1.534,7</b>	<b>1.558,7</b>	<b>19,1%</b>	
<b>Ukupni op. troškovi pre GOP-a</b>	<b>3.438,9</b>	<b>3.770,6</b>	<b>3.990,3</b>	<b>4.200,4</b>	<b>4.278,4</b>	<b>4.357,4</b>	<b>4.437,5</b>	<b>4.518,7</b>	<b>4.601,0</b>	<b>4.684,3</b>	<b>56,6%</b>	
<b>GOP (Gross operating profit)</b>	<b>1.641,3</b>	<b>2.331,2</b>	<b>2.834,2</b>	<b>3.216,0</b>	<b>3.286,3</b>	<b>3.358,6</b>	<b>3.432,8</b>	<b>3.509,1</b>	<b>3.587,4</b>	<b>3.667,7</b>	<b>43,4%</b>	
<i>GOP % u uk. prilohu</i>	32,3%	38,2%	41,5%	43,4%	43,4%	43,5%	43,6%	43,7%	43,8%	43,9%		
Piksnii troškovi (w/o amortizacija i kamata)	400,8	411,0	418,2	424,2	425,6	427,2	428,7	430,3	431,9	433,5	5,7%	
Garantovana dobit vlasnicima apartmana	33,5	60,4	76,7	78,2	79,7	81,3	83,0	84,6	86,3	88,0	1,1%	
<b>OPERATIVNA EBITDA</b>	<b>1.207,0</b>	<b>1.859,8</b>	<b>2.539,3</b>	<b>2.713,7</b>	<b>2.780,9</b>	<b>2.850,1</b>	<b>2.921,2</b>	<b>2.994,2</b>	<b>3.069,2</b>	<b>3.146,2</b>	<b>36,6%</b>	
Priloh od prodaje apartmana	540,0	1.193,4	1.239,3	604,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0%	
Troškovi i prodaje apartmana (w/o write off)	10,8	23,9	24,8	12,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0%	
<b>Prodaja apartmana EBITDA</b>	<b>529,2</b>	<b>1.169,5</b>	<b>1.214,5</b>	<b>592,7</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0%</b>	
<b>EBITDA ukupno</b>	<b>529,2</b>	<b>2.376,5</b>	<b>3.074,4</b>	<b>2.713,7</b>	<b>2.780,9</b>	<b>2.850,1</b>	<b>2.921,2</b>	<b>2.994,2</b>	<b>3.069,2</b>	<b>3.146,2</b>	<b>36,6%</b>	

## 7.2.7 Ekonomsko – finansijska ocena projekta Palić Spa Rizort

PROJEKCIJE NOVČANOG TOKA													
Palić Spa Resort													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Neto EBITDA	449,8	2.020,0	2.613,2	2.492,2	2.306,6	2.363,8	2.422,6	2.483,0	2.545,0	2.608,8	2.674,3	2.741,5	2.810,5
– investicije	-23.370,5												
Fond za zamenu opreme	0,0	-61,0	-136,5	-148,3	-226,9	-231,5	-314,8	-321,1	-327,5	-334,1	-340,8	-347,6	
NOVČANI TOK ZA FINANSIRANJE	2.020,0	2.552,2	2.355,7	2.158,3	2.136,9	2.191,1	2.168,2	2.233,9	2.281,3	2.340,2	2.400,7	2.462,9	
KUMULISANI NOVČANI TOK	-22.921	-20.901	-18.349	-13.835	-11.698	-9.507	-7.338	-5.114	-2.833	-493	1.988	4.371	
KALKULACIJA INTERNE STOPJE PRINOSA (IRR)													
Palić Spa Resort													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Neto EBITDA	449,8	2.020,0	2.613,2	2.492,2	2.306,6	2.363,8	2.422,6	2.483,0	2.545,0	2.608,8	2.674,3	2.741,5	2.810,5
BRUTO NOVČANI TOK	449,8	2.020,0	2.613,2	2.492,2	2.306,6	2.363,8	2.422,6	2.483,0	2.545,0	2.608,8	2.674,3	2.741,5	2.810,5
Fond za zamenu opreme	0,0	-61,0	-136,5	-148,3	-226,9	-231,5	-314,8	-321,1	-327,5	-334,1	-340,8	-347,6	
– investicije	-23.370,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
SLOBODNI NOVČANI TOK	2.020,0	2.552,2	2.355,7	2.158,3	2.136,9	2.191,1	2.168,2	2.233,9	2.281,3	2.340,2	2.400,7	2.462,9	
Kupovna cena za objekat													
Kupovna cena za objekat													
IRR										10,8%			
UKUPNI NOVČANI TOK													
Neto novčani tok													
Neto novčani tok	2.020,0	2.552,2	2.355,7	2.158,3	2.136,9	2.191,1	2.168,2	2.233,9	2.281,3	2.340,2	2.400,7	2.462,9	
POVRATAJ INVESTICIJE													
Palić Spa Resort													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ROI	1,9%	8,6%	11,2%	10,7%	9,9%	10,1%	10,4%	10,6%	10,9%	11,2%	11,4%	11,7%	12,0%
CUMULATED ROI	1,9%	10,6%	21,7%	32,4%	42,3%	52,4%	62,8%	73,4%	84,3%	95,4%	106,9%	118,6%	130,6%

Pod datim pretpostavkama, projekat pokazuje internu stopu prinosa od 10,8%, dok se povraćaj na investiciju očekuje u desetoj godini poslovanja.

## 7.3 SREBRNI KRUG

Za projekte Srebrnog kruga date su projekcije bilanse uspeha u stabilizovanoj godini.

Palić MICE & Spa Hotel i Palić Kongresni Centar

S1-1 i S1-2

PROJEKCIJA BILANSA USPEHA U STABILIZOVANOJ GODINI		HOTEL +KONGRESNI
broj jedinica		150
broj kreveta		300
godišnja zauzetost smeštajnih jedinica (%)		65,0%
prosečna cena smeštajne jedinice (ADR u EUR)		95,00
prosečna cena noćenja (EUR)		59,38
prodane smeštajne jedinice		35.588
faktor višestruke zauzetosti (DOF)		1,60
noćenja		56.940
<b>PRIHOD SMEŠTAJA (EUR)</b>		<b>3.380.813</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)*</b>		<b>2.766.119</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>6.146.932</b>
<i>Dnevni prihod smeštaja po rasp. smeštajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>		<i>61,75</i>
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smeštajnoj jedinici (EUR)</i>		<i>40.980</i>
<i>Učešće prihoda smeštaja u ukupnom prihodu</i>		<i>55%</i>
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>3.688.159</b>
Od toga, ukupne plate (EUR)		1.229.386
<i>Učešće plata u ukupnom prihodu</i>		<i>20,0%</i>
<i>Broj zaposlenih po smeštajnoj jedinici</i>		<i>0,75</i>
<i>Prosečni broj zaposlenih prema satima rada</i>		<i>113</i>
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>2.458.773</b>
<i>Učešće GOP-a u ukupnom prihodu</i>		<i>40%</i>
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>215.143</b>
<b>DOBIT PRE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>2.243.630</b>
<i>INVESTICIJA po smeštajnoj jedinici (EUR)</i>		<i>157.000</i>
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>23.550.000</b>

\* uz pretpostavku zajedničkog upravljanja kongresnim kapacitetima na Paliću (uključujući i Veliku terasu)

## Palić Golf Course i Palić Golf Club

S1-3 n S1-4

PROJEKCIJA BILANSA USPEHA U STABILIZOVANOJ GODINI	GOLF (teren, klub, akademija)
moгуći broj članova kluba	150
prosečna godišnja članarina (EUR)	1.000
<b>PRIHOD ČLANARINA (EUR)</b>	<b>150.000</b>
maksimalni kapacitet (broj rundi dnevno)	120
moгуći broj dana igranja golfa	215
prosečna zauzetost terena (%)	35%
godišnji broj rundi	9.030
prosečna cena (prosek cena za članove i ostale, EUR)	25,00
<b>PRIHOD NAKNADA ZA IGRANJE GOLFA (EUR)</b>	<b>225.750</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>	<b>22.575</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>	<b>398.325</b>
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>	<b>179.246</b>
Od toga, ukupne plate (EUR)	139.414
	<i>Učešće plata u ukupnom prihodu</i>
	35,0%
	<i>Prosečni broj zaposlenih prema satima rada</i>
	13
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>	<b>219.079</b>
	<i>Učešće GOP-a u ukupnom prihodu</i>
	55%
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>	<b>13.941</b>
<b>DOBIT PRE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>	<b>205.137</b>
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>	<b>7.000.000</b>

<b>PROJEKCIJA BILANS A USPEHA U STABILIZOVANOJ GODINI</b>	<b>HOTELI x 4</b>
broj jedinica	120
broj kreveta	240
godišnja zauzetost smeštajnih jedinica (%)	55,0%
prosečna cena smeštajne jedinice (ADR u EUR)	75,00
prosečna cena noćenja (EUR)	39,47
prodate smeštajne jedinice	24.090
faktor višestruke zauzetosti (DOF)	1,90
noćenja	45.771
<b>PRIHOD SMEŠTAJA (EUR)</b>	<b>1.806.750</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>	<b>451.688</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>	<b>2.258.438</b>
<i>Dnevni prihod smeštaja po rasp. smeštajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>	<i>41,25</i>
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smeštajnoj jedinici (EUR)</i>	<i>18.820</i>
<i>Učešće prihoda smeštaja u ukupnom prihodu</i>	<i>80%</i>
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>	<b>1.242.141</b>
Od toga, ukupne plate (EUR)	496.856
<i>Učešće plata u ukupnom prihodu</i>	<i>22,0%</i>
<i>Broj zaposlenih po smeštajnoj jedinici</i>	<i>0,35</i>
<i>Prosečni broj zaposlenih prema satima rada</i>	<i>42</i>
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>	<b>1.016.297</b>
<i>Učešće GOP-a u ukupnom prihodu</i>	<i>45%</i>
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>	<b>79.045</b>
<b>DOBIT PRE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>	<b>937.252</b>
<i>INVESTICIJA po smeštajnoj jedinici (EUR)</i>	<i>80.000</i>
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>	<b>9.600.000</b>
<b>PROJEKCIJA BILANS A USPEHA U STABILIZOVANOJ GODINI</b>	<b>VILE x 30</b>
broj jedinica	60
broj kreveta	120
godišnja zauzetost smeštajnih jedinica (%)	40,0%
prosečna cena smeštajne jedinice (ADR u EUR)	125,00
prosečna cena noćenja (EUR)	41,67
prodate smeštajne jedinice	8.760
faktor višestruke zauzetosti (DOF)	3,00
noćenja	26.280
<b>PRIHOD SMEŠTAJA (EUR)</b>	<b>1.095.000</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>	<b>57.632</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>	<b>1.152.632</b>
<i>Dnevni prihod smeštaja po rasp. smeštajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>	<i>50,00</i>
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smeštajnoj jedinici (EUR)</i>	<i>19.211</i>
<i>Učešće prihoda smeštaja u ukupnom prihodu</i>	<i>95%</i>
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>	<b>403.421</b>
Od toga, ukupne plate (EUR)	172.895
<i>Učešće plata u ukupnom prihodu</i>	<i>15,0%</i>
<i>Broj zaposlenih po smeštajnoj jedinici</i>	<i>0,25</i>
<i>Prosečni broj zaposlenih prema satima rada</i>	<i>15</i>
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>	<b>749.211</b>
<i>Učešće GOP-a u ukupnom prihodu</i>	<i>65%</i>
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>	<b>40.342</b>
<b>DOBIT PRE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>	<b>708.868</b>
<i>INVESTICIJA po smeštajnoj jedinici (EUR)</i>	<i>100.000</i>
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>	<b>6.000.000</b>

PROJEKCIJA BILANSA USPEHA U STABILIZOVANOJ GODINI		HOTEL
broj jedinica		50
broj kreveta		100
godišnja zauzetost smeštajnih jedinica (%)		55,0%
prosečna cena smeštajne jedinice (ADR u EUR)		80,00
prosečna cena noćenja (EUR)		44,44
prodane smeštajne jedinice		10.038
faktor višestruke zauzetosti (DOF)		1,80
noćenja		18.068
<b>PRIHOD SMEŠTAJA (EUR)</b>		<b>803.000</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>432.385</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>1.235.385</b>
<i>Dnevni prihod smeštaja po rasp. smeštajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>		<i>44,00</i>
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smeštajnoj jedinici (EUR)</i>		<i>24.708</i>
<i>Učešće prihoda smeštaja u ukupnom prihodu</i>		<i>65%</i>
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>741.231</b>
Od toga, ukupne plate (EUR)		296.492
<i>Učešće plata u ukupnom prihodu</i>		<i>24,0%</i>
<i>Broj zaposlenih po smeštajnoj jedinici</i>		<i>0,55</i>
<i>Prosečni broj zaposlenih prema satima rada</i>		<i>28</i>
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>494.154</b>
<i>Učešće GOP-a u ukupnom prihodu</i>		<i>40%</i>
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>43.238</b>
<b>DOBIT PRE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>450.915</b>
<i>INVESTICIJA po smeštajnoj jedinici (EUR)</i>		<i>72.000</i>
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>3.600.000</b>
PROJEKCIJA BILANSA USPEHA U STABILIZOVANOJ GODINI		APART DEPADANS E
broj jedinica		50
broj kreveta		120
godišnja zauzetost smeštajnih jedinica (%)		50,0%
prosečna cena smeštajne jedinice (ADR u EUR)		85,00
prosečna cena noćenja (EUR)		38,64
prodane smeštajne jedinice		9.125
faktor višestruke zauzetosti (DOF)		2,20
noćenja		20.075
<b>PRIHOD SMEŠTAJA (EUR)</b>		<b>775.625</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>15.829</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>791.454</b>
<i>Dnevni prihod smeštaja po rasp. smeštajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>		<i>42,50</i>
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smeštajnoj jedinici (EUR)</i>		<i>15.829</i>
<i>Učešće prihoda smeštaja u ukupnom prihodu</i>		<i>98%</i>
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>316.582</b>
Od toga, ukupne plate (EUR)		55.402
<i>Učešće plata u ukupnom prihodu</i>		<i>7,0%</i>
<i>Broj zaposlenih po smeštajnoj jedinici</i>		<i>0,10</i>
<i>Prosečni broj zaposlenih prema satima rada</i>		<i>5</i>
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>474.872</b>
<i>Učešće GOP-a u ukupnom prihodu</i>		<i>60%</i>
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>27.701</b>
<b>DOBIT PRE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>447.172</b>
<i>INVESTICIJA po smeštajnoj jedinici (EUR),</i>		<i>43.200</i>
<b>UKUPNA INVESTICIJA (EUR)</b>		<b>2.160.000</b>

PROJEKCIJA BILANSA USPEHA U STABILIZOVANOJ GODINI		HOTEL + DVORANA
broj jedinica		80
broj kreveta		160
godišnja zauzetost smeštajnih jedinica (%)		65,0%
prosečna cena smeštajne jedinice (ADR u EUR)		55,00
prosečna cena noćenja (EUR)		27,50
prodane smeštajne jedinice		18.980
faktor višestruke zauzetosti (DOF)		2,00
noćenja		37.960
<b>PRIHOD SMEŠTAJA (EUR)</b>		<b>1.043.900</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>447.386</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>1.491.286</b>
<i>Dnevni prihod smeštaja po rasp. smeštajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>		35,75
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smeštajnoj jedinici (EUR)</i>		18.641
<i>Učešće prihoda smeštaja u ukupnom prihodu</i>		70%
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>924.597</b>
Od toga, ukupne plate (EUR)		328.083
<i>Učešće plata u ukupnom prihodu</i>		22,0%
<i>Broj zaposlenih po smeštajnoj jedinici</i>		0,35
<i>Prosečni broj zaposlenih prema satima rada</i>		28
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>566.689</b>
<i>Učešće GOP-a u ukupnom prihodu</i>		38%
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>52.195</b>
<b>DOBIT PRE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>514.494</b>
<i>INVESTICIJA PO SMEŠTAJNOJ JEDINICI (EUR)</i>		100.000
<b>(EUR) UKUPNA INVESTITIJA (EUR)</b>		<b>8.000.000</b>
PROJEKCIJA BILANSA USPEHA U STABILIZOVANOJ GODINI		APARTMANI
broj jedinica		50
broj kreveta		150
godišnja zauzetost smeštajnih jedinica (%)		45,0%
prosečna cena smeštajne jedinice (ADR u EUR)		60,00
prosečna cena noćenja (EUR)		27,27
prodane smeštajne jedinice		8.213
faktor višestruke zauzetosti (DOF)		2,20
noćenja		18.068
<b>PRIHOD OD SMEŠTAJA (EUR)</b>		<b>492.750</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>10.056</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>502.806</b>
<i>Dnevni prihod smeštaja po rasp. smeštajnoj jedinici (RevPAR u EUR)</i>		27,00
<i>Ukupni prihod po raspoloživoj smeštajnoj jedinici (EUR)</i>		10.056
<i>Učešće prihoda smeštaja u ukupnom prihodu</i>		98%
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI (EUR)</b>		<b>201.122</b>
Od toga, ukupne plate (EUR)		50.281
<i>Učešće plata u ukupnom prihodu</i>		10,0%
<i>Broj zaposlenih po smeštajnoj jedinici</i>		0,10
<i>Prosečni broj zaposlenih prema satima rada</i>		5
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>301.684</b>
<i>Učešće GOP-a u ukupnom prihodu</i>		60%
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>17.598</b>
<b>DOBIT PRE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>284.085</b>
<i>INVESTICIJA PO SMEŠTAJNOJ JEDINICI (EUR)</i>		52.000
<b>(EUR) UKUPNA INVESTITIJA (EUR)</b>		<b>2.600.000</b>

PROJEKCIJA BILANS A USPEHA U STABILIZOVANOJ GODINI		RETAIL
ukupna površina za najam (m <sup>2</sup> )		6.000
prosečna mesečna cena najma po m <sup>2</sup> (EUR)*		7,00
<b>PRIHOD NAJMA (EUR)</b>		<b>504.000</b>
<b>UKUPNA INVES TICLIJA (EUR)</b>		<b>5.400.000</b>
PROJEKCIJA BILANS A USPEHA U STABILIZOVANOJ GODINI		ADRENALINS KI PARK
kapacitet posetilaca istovremeno		<b>110</b>
broj dana godišnje		365
korišćenje (%) - broj dana poslovanja		35,0%
prosečna cena karte (EUR)		8,00
broj posetilaca		14.053
<b>PRIHOD KARATA (EUR)</b>		<b>112.420</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>19.839</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>132.259</b>
	<i>Učešće prihoda karata u ukupnom prihodu</i>	85%
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠ KOVI (EUR)</b>		<b>46.291</b>
	Od toga, ukupne plate (EUR)	42.323
	<i>Učešće plata u ukupnom prihodu</i>	32,0%
	<i>Prosečni broj zaposlenih prema satima rada</i>	4
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>85.968</b>
	<i>Učešće GOP-a u ukupnom prihodu</i>	65%
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>4.629</b>
<b>DOBIT PRE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>81.339</b>
<b>UKUPNA INVES TICLIJA (EUR)</b>		<b>300.000</b>
PROJEKCIJA BILANS A USPEHA U STABILIZOVANOJ GODINI		WATER SKI CENTAR
broj prodanih sati vožnje / ski pass-ova dnevno		<b>120</b>
broj dana godišnje		365
korišćenje (%) - broj dana poslovanja		33,0%
prosečna cena karte (EUR)		10,00
broj posetilaca		14.454
<b>PRIHOD KARATA (EUR)</b>		<b>144.540</b>
<b>OSTALI OPERATIVNI PRIHODI (EUR)</b>		<b>96.360</b>
<b>UKUPNI PRIHOD (EUR)</b>		<b>240.900</b>
	<i>Učešće prihoda karata u ukupnom prihodu</i>	60%
<b>UKUPNI OPERATIVNI TROŠ KOVI (EUR)</b>		<b>132.495</b>
	Od toga, ukupne plate (EUR)	65.043
	<i>Učešće plata u ukupnom prihodu</i>	27,0%
	<i>Prosečni broj zaposlenih prema satima rada</i>	6
<b>BRUTO OPERATIVNA DOBIT (GOP u EUR)</b>		<b>108.405</b>
	<i>Učešće GOP-a u ukupnom prihodu</i>	45%
<b>Fiksni troškovi (osim kamata i amortizacije, EUR)</b>		<b>8.432</b>
<b>DOBIT PRE AMORTIZACIJE, KAMATA I POREZA (EBITDA u EUR)</b>		<b>99.974</b>
<b>UKUPNA INVES TICLIJA (EUR)</b>		<b>650.000</b>

## 7.4 ZAKLJUČAK EKONOMSKO – FINANSIJSKE OCENE

Na ovom nivou razrade razvoja Palića, koji je predstavljen u jednkrotnom pregledu ostvarenih ključnih performansi, vidljivo je da projekat ima vrlo ozbiljan makroekonomski učinak. Pre svega, reč je o sledećem:

- Projekat ima dugoročno stabilan potencijal generisanja prihoda; sa konzervativnim projekcijama najveći deo investicija ima povraćaj u prvih deset godina razvoja i stabilizacije;
- Novostvorena vrednost čini oko 56% ostvarenih prihoda, što je odličan pokazatelj za ovakav tip projekta i što dalje ukazuje na neophodnost efikasnog menadžmenta u sprovođenju predviđenog plana;
- Projekat daje snažan podsticaj lokalnom zapošljavanju, jer osim zapošljavanja u predloženim projektima (direktno) podstiče i dodatni razvoj ostale privrede, a time i novo indirektno zapošljavanje;
- Razvoj šireg okruženja (Bronzani krug) i predloženih dodatnih razvojnih programa podstiče tradicionalne vrednosti i očuvanje prirodnog i kulturnog nasleđa;
- U kalkulacije nisu uključeni projekti razvoja društvenih delatnosti koji se dodatno finansiraju iz budžeta Grada, pokrajine i države;
- Učešće javnih / infrastrukturnih investicija je iskazano na procenjenom nivou, a određeni deo je i prikazan kao integralni deo projekata koji su predstavljeni. Činjenica je da su u obuhvatu Master plana Palić 2015 realizovani značajni projekti uređenja i infrastrukturnog opremanja u prethodnom periodu, kao i da će se u narednom periodu kroz razradu planske i projektne – tehničke dokumentacije i realizaciju javnih projekata dodatno unaprediti status destinacije.

U sledećoj tabeli je dat pregled ključnih ekonomskih efekata projekta:

<b>MAKROEKONOMSKI BILANS</b>	
<b>A. PRIHODI (euro)</b>	
	operativni 22.270.823
	prodaja imovine 3.577.500
PROJEKTI	25.848.323
OSTALI PROJEKTI	
	<b>UKUPNO 25.848.323</b>
<b>B. NOVOSTVORENA VREDNOST (euro)</b>	
PROJEKTI	14.392.524
OSTALI PROJEKTI	
	<b>UKUPNO 14.392.524</b>
<b>C. ZAPOSŁJAVANJE</b>	
PROJEKTI	382
OSTALI PROJEKTI	344
INDIREKTNO ZAPOSLENI	726
	<b>UKUPNO 1.452</b>
<b>D. INVESTICIJE (euro)</b>	
PROJEKTI	136.340.125
INFRASTRUKTURA	15.000.000
	<b>UKUPNO 151.340.125</b>
<b>Ključni indikatori:</b>	
Investicije po zaposlenom (euro)	104.257
Investicije / prihod	5,85
Investicije / novostvorena vrednost	10,52



## POGLAVLJE 8

### Poslovno – upravljački model projekta

# 8 POSLOVNO UPRAVLJAČKI MODEL PROJEKTA

## 8.1 UVOD

---

Intenziviranje turističkih razvojnih aktivnosti na širem području Palića podrazumeva korišćenje postojećih, ali i definisanje i uvođenje novih mehanizama kojima bi se stvorila adekvatna osnova za realizaciju ključnih zadataka i definisala odgovornost za ostvarivanje razvojne misije Palića u skladu sa predloženim dinamičkim planom.

U cilju obezbeđivanja adekvatne osnove za efikasnu realizaciju predloženih ključnih razvojnih rešenja, potrebno je osposobiti odgovarajuću menadžment i organizacionu strukturu, sa neophodnim stručnim i finansijskim kapacitetom za sprovođenje aktivnosti. U tom kontekstu, potrebno je prethodno sagledati obim i sadržaj aktivnosti, kako bi se predlogom daljeg razvoja mehanizma upravljanja na Paliću omogućila nesmetana realizacija projekta u celini. Struktura koja će biti razrađena kroz predloženi koncept poslovno – upravljačkog modela mora da preuzme odgovornost za uloge i pitanja od ključnog značaja za upravljanje projektom. Radi se o sledećim ulogama:

- Rezervaciji, zaštiti, regulaciji i kontroli razvoja (izgradnje) prostora, obuhvatajući redefinisane i prilagođavanje urbanističkog okvira - prostorno planske dokumentacije neophodne za implementaciju predloženog koncepta razvoja turizma;
- Zaštiti prirodnog bogatstva i kulturno – istorijskog nasleđa i identiteta područja;
- Prioritetizaciji, koordinaciji i realizaciji projekata obezbeđivanja potrebnih objekata javne, komunalne i informatičke – komunikacione infrastrukture, prvenstveno projekata infrastrukturnog opremanja lokacija ključnih turističkih investicionih projekata;
- Kreiranju i implementaciji politike privlačenja i podrške investitorima – promovisanje investicionog potencijala Palića kao destinacije (rizorta) i privlačenje investitora na tržištu kapitala u skladu sa predloženom dinamikom realizacije investicija, kao i maksimalna podrška i tehnička pomoć u procesu realizacije identifikovanih turističkih investicionih projekata;
- Razradi projektne i tehničke dokumentacije i predloženih urbanističkih i arhitektonskih idejnih rešenja;
- Uspostavljanju saradnje i harmonizaciji razvojnih i marketinških aktivnosti sa ključnim interesnim subjektima u turizmu Subotice, Vojvodine i Srbije;
- Jačanju uslova konkurentnosti područja u saradnji sa susednim opštinama u Mađarskoj – koordinacija pripreme projekata prekogranične saradnje sa Mađarskom, jačanje preduzetničke kulture, sektorska specijalizacija, stvaranje kapaciteta za inovacije, podizanje kapaciteta upravljačkih entiteta i struktura u domenu lokalnog ekonomskog i turističkog razvoja, obezbeđivanje povoljnih uslova za privlačenje kapitala;
- Izgradnji sistema za stručno osposobljavanje i profesionalno usavršavanje ljudskih resursa neophodnih za realizaciju predloženih mera, posebno u kontekstu planiranja i realizacije razvojnih projekata – obezbeđivanje adekvatnih znanja i veština za lokalne inicijative.

Dalji razvoj turizma i efikasno upravljanje razvojem prvenstveno zavisi od mogućnosti stavljanja u funkciju trenutnih ključnih interesnih subjekata i korišćenja prednosti činjenice da je Palić proglašen turističkim prostorom, a da je u Odluci o proglašenju turističkim prostorom<sup>11</sup> naveden i upravljač – privredno društvo “Park Palić” d.o.o.

Pored sadašnjih i potencijalnih gostiju, čije potrebe i zahtevi moraju biti u fokusu svih aktivnosti, kao i lokalnog stanovništva, koje mora da bude uključeno u donošenje politike održivog socijalnog i

---

<sup>11</sup> Odluka o proglašenju Turističkog prostora “Palić” (“Sl. Glasnik RS”, br. 37/2012)

ekonomskog razvoja destinacije, stejkholderi koji učestvuju u sprovođenju postojećeg turističkog sistema su:

- **Direktni:** Grad Subotica, Turistička organizacija Subotice (TO Subotica), Park Palić, Palić Ludaš, predstavnici privatnog sektora (smeštaja i ugostiteljstva), vlasnici zemljišta u okviru prostornog obuhvata projekta
- **Indirektni:** AP Vojvodina, Turistička organizacija Srbije (TO Srbije), TO Vojvodina, Ministarstvo turizma, trgovine i telekomunikacija (ministarstvo zaduženo za poslove turizma)

U odnosu na postojeće nadležnosti i značaj za razvoj turizma na Paliću i Subotici, u nastavku dajemo pregled ključnih interesnih subjekata u vezi sa projektom Master plan Palić 2015:

1. Nosioци turističke politike razvoja (kreiranje uslova i pravnih okvira razvoja turizma):
  - Nacionalni nivo: Ministarstvo turizma, trgovine i telekomunikacija
  - Regionalni nivo: Vlada AP Vojvodine
  - Lokalni nivo: Grad Subotica
2. Nosioци promotivne turističke politike (aktivnosti marketinga ka krajnjem gostu)
  - Nacionalni nivo: Turistička organizacija Srbije
  - Regionalni nivo: Turistička organizacija Vojvodine
  - Lokalni nivo: Turistička organizacija Subotice, privatni vlasnici kapaciteta
3. Nosioци razvojnih aktivnosti (aktivnosti unapređenja i investiranja u destinaciju)  
Regionalni nivo: Vojvodina *investment promotion*  
Lokalni nivo: Grad Subotica, Park Palić, privatni vlasnici zemljišta
4. Nosioци aktivnosti održavanja  
Lokalni nivo: JP Palić Ludaš

#### *Grad Subotica*

Grad (opština) Subotica ima najdirektniji interes za razvoj i implementaciju projekta, i u aktivnostima razvoja projekta mora preuzeti aktivnu ulogu. Uloga Grada je primarno u sledećim aktivnostima:

- urbanistička regulacija
- kreiranje uslova za izgradnju i finansiranje opšte infrastrukture
- podsticaji i subvencije za buduće investitore projekta

#### *Park Palić d.o.o.*

Park Palić d.o.o. osnovali su Republika Srbija, AP Vojvodina i Grad Subotica sa ciljem razvoja Palića u prepoznatu turističku destinaciju na međunarodnom tržištu. Odlukom o proglašenju Turističkog prostora "Palić" (*Sl. glasnik RS, br. 37/2012*), ovo privredno društvo je imenovano za upravljača turističkim prostorom. Osnovni cilj proglašenja Turističkog prostora "Palić" je "organizacija, uređenje, opremanje, zaštita turističkog prostora i upravljanja njime u cilju povećanja mogućnosti plasmana na tržištu, boljeg korišćenja raspoloživog turističkog potencijala u skladu sa principima održivog razvoja i postizanja socio-ekonomskih ciljeva prostora i šire regije, kao i zemlje u celini".

#### *Turistička organizacija Subotice*

Turistička organizacija Subotice, osnovana 2010. godine, usmerena je svojim aktivnostima na marketing i promociju Subotice i Palića. Obavlja poslove marketinga na domaćem i međunarodnom tržištu, i okuplja predstavnike privatnog sektora oko zajedničkih marketinških aktivnosti.

### *JP Palić Ludaš*

Ključne aktivnosti se odnose na upravljanje zaštićenim područjima, zaštitu i održavanje nepokretnih kulturnih dobara, kulturno istorijskih lokacija, zgrada i sličnih turističkih spomenika. Pored ove delatnosti, JP Palić Ludaš obavlja komunalnu delatnost održavanja javnih zelenih površina i održavanje čistoće na površinama javne namene na teritoriji Grada koje se nalaze na zaštićenom području.

### *Privatni vlasnici kapaciteta i zemljišta*

Privatni sektor predstavlja jednog od ključnih stejkholdera u razvoju destinacije Palić. Privatni sektor je nosilac glavnih smeštajnih i ugostiteljskih kapaciteta, i nalazi se u direktnom odnosu sa finalnim gostima. Kao takav, privatni sektor ima ključnu ulogu u kreiranju vrednosti za gosta. Iz tog razloga neophodno je uključiti privatni sektor u aktivnosti razvoja i marketinga destinacije.

Palić je, kao turistička destinacija, otišao korak dalje u razvoju modela upravljanja turističkim razvojem, jer je, kao što je već naglašeno, Vlada Republike Srbije proglasila turistički prostor i imenovala upravljača. U tom smislu, pitanje efikasne realizacije projekta se, zapravo, svodi na identifikaciju i artikulisanje misije privrednog društva "Park Palić" d.o.o. i korišćenje statusa proglašenog turističkog prostora.

## **8.2 UPRAVLJANJE I RAZVOJ TURISTIČKOG PROSTORA "PALIĆ"**

---

Zakon o turizmu ("Sl. glasnik RS", br. 36/2009, 88/2010, 99/2011 – dr. zakon, 93/2012 i 84/2015) u II delu – Planiranje i razvoj turizma članovima 14 – 21 definiše proglašenje i održivo korišćenje turističkog prostora.

Pošto je na Paliću već proglašen turistički prostor, posao koji predstoji je uređenje odnosa i koordinacija aktivnosti između ključnih interesnih subjekata.

U kontekstu održivog upravljanja i razvoja turističkog prostora, Zakon definiše sledeće:

1. Jedinica lokalne samouprave (u ovom slučaju Grad Subotica) može ugovorom da poveri upravljaču turističkog prostora poslove obezbeđivanja uslova za uređivanje, korišćenje, unapređenje i zaštitu građevinskog zemljišta i poslove koordinacije na održavanju komunalnog reda i čistoće u turističkom prostoru (Član 17).
2. Upravljač turističkog prostora donosi programe i druga akta kojima se regulišu bliži okvir režima, razvoja i korišćenja, kao i mere zaštite turističkog prostora.

Upravljač turističkog prostora:

- 1) obezbeđuje uslove za uređivanje, korišćenje, unapređivanje i zaštitu građevinskog zemljišta;
- 2) koordinira aktivnosti pravnih i fizičkih lica koji obavljaju poslove u oblasti turizma i pratećih delatnosti;
- 3) koordinira razvoj projekata turističke infrastrukture i turističke suprastrukture na principima održivog razvoja;
- 4) stara se o namenskoj upotrebi državne imovine radi kvalitetne valorizacije resursa;
- 5) upravlja građevinskim zemljištem i stara se o nepokretnostima koje su mu date na korišćenje;
- 6) stara se o mestu postavljanja i načinu isticanja turističke signalizacije;
- 7) donosi programe i akta koji se odnose na vršenje poslova upravljanja;
- 8) obavlja i druge poslove, u skladu sa zakonom i aktom o proglašenju turističkog prostora

U pogledu korišćenja turističkog prostora Zakon definiše sledeće:

1. Nepokretnosti u državnoj svojini na kojima je nosilac prava korišćenja upravljač turističkog prostora mogu se, radi izgradnje objekata turističke infrastrukture i turističke suprastrukture, dati u zakup drugom licu javnim nadmetanjem ili prikupljanjem pismenih ponuda (Član 20).

Ovaj član Zakona omogućuje zaobilaženje komplikovanih Vladinih procedura kada je u pitanju raspolaganje imovinom odnosno otuđenje imovine u vlasništvu Republike Srbije i daje mogućnost Upravljaču da može samostalno dati u zakup nepokretnost (zemljište) radi izgradnje objekata turističke suprastrukture (smeštajni kapaciteti, atrakcije, atraktori ...).

2. Mogućnost prikupljanja naknade za korišćenje turističkog prostora – za korišćenje posebno uređenih terena za pojedine namene korišćenja (parkiranje, rekreacija, sport, postavljanje reklama, postavljanje zabavnih objekata i drugo); postavljanje privremenih objekata za turizam i trgovinu; ulazak u turistički prostor. Prikupljena sredstva predstavljaju prihod upravljača turističkim prostorom, a visinu i način plaćanja određuje upravljač uz saglasnost Vlade.

Iz prethodnog pregleda relevantnih zakonskih odredbi se može videti da ne postoje regulatorne prepreke za ostvarivanje misije privrednog društva "Park Palić" d.o.o. u pogledu realizacije projekata razvoja turizma na Paliću, kao i u pogledu održivog upravljanja turističkim prostorom.

Da bi privredno društvo "Park Palić" d.o.o. moglo da ispuni misiju zbog kojeg je osnovano i da odgovori na ključne izazove u razvoju Palića kao rizorta – dakle, da radi na privlačenju privatnih investicija u dalji razvoj rizorta, kao i da obezbedi upravljanje destinacijom, ono mora da preuzme dve uloge:

- Ulogu master developera;
- Ulogu destinacijskog menadžera.

### **8.2.1 Poslovna misija Master developer-a**

U strogo kontrolisanom procesu implementacije Master plana Palić 2015, uz inovativne ideje u sa novim politikama razvoja obezbediti razvoj Palića kao banjsko – jezerskog rizorta u najatraktivniji centar u regionu.

Strategija investicija, sistem planiranja i upravljanja razvojem bi morali da obezbede održivost poslovanja Palića i kreiranje vrednosti za sve ključne interesne subjekte. Radi se, dakle, o striktnoj implementaciji predviđenih projekata, arhitektonskoj kontroli, obezbeđivanju podrške razvoju u kritičnim fazama, jasnom definisanju ponude – poslovnih mogućnosti za investitore i kontinuiranom razvoju turističkog proizvoda.

U tom kontekstu, ključne odgovornosti privrednog društva "Park Palić" kao Master developer-a su:

- Sprovođenje Master plana Palić 2015
- Stvaranje uslova za izlazak projekta na tržište kapitala
- Postavljanje i kontrola pravila igre
- Rešavanje odnosa sa lokalnim interesnim subjektima na dugoročno održivoj osnovi / Gradom Subotica, JP "Palić Ludaš"
- Briga o izradi i donošenju regulacionih planova
- Ugovaranje i nadzor projekata infrastrukture u turističkom prostoru
- Ugovaranje realizacije projekata sa investitorima
- Inženjering

## 8.2.2 Poslovna misija destinacijskog menadžera

Kao destinacijski menadžer, "Park Palić" d.o.o razvoja turističku ponudu Palića sa fokusom na izgradnju adekvatnog iskustva, u skladu sa predloženim projektima i turističkim proizvodima u Master planu Palić 2015, i na taj način gradi poziciju Palića kao banjsko – jezerske destinacije aktivne relaksacije, zdravog načina života i sreće. Imajući u vidu startnu poziciju Palića, potrebno je postaviti novi benčmark banjsko – jezerskog rizorta, sa kontinuiranim razvojem ponude i programa za celu godinu i tako postati vrhunska celogodišnja destinacija usmerena na pružanje probranih doživljaja – iskustava u očuvanju zdravlja, rekreaciji, zabavi i aktivnom odmoru.

Ključne odgovornosti privrednog društva "Park Palić" kao destinacijskog menadžera su:

- Kontinuirani razvoj turističkih proizvoda u saradnji sa ostalim interesnim subjektima u razvoju rizorta
- Obezbeđivanje zajedničkog marketinga
- Ugovaranje i nadzor projekata turističke infrastrukture
- Upravljanje rizortom ili sprovođenje izbora profesionalnog menadžmenta
- Razvoj ljudskih resursa

Dakle, centralni entitet u predstojećoj fazi razvoja Palića kao turističke destinacije je preduzeće "Park Palić". U tom smislu, u cilju obezbeđivanja neometanog i efikasnog razvoja, odnosno implementacije Master plana Palić 2015, neophodno je u neposredno predstojećem periodu preduzeti sledeće korake:

- Izraditi detaljan plan upravljanja Turističkim prostorom "Palić" i, na osnovu toga, predložiti optimalnu organizacionu strukturu preduzeća "Park Palić" d.o.o. sa jasnim odgovornostima;
- Obezbediti tehničku pomoć – coaching i transfer odgovarajuće dobre prakse u cilju efikasnog osposobljavanja ljudskih resursa u preduzeću "Park Palić" u realizaciji prethodno definisane poslovne misije.

U perspektivi, po završetku faze intenzivnog razvoja rizorta, "Park Palić" bi trebalo da preraste u rizort (destinacijsku) menadžment kompaniju, u kojoj će, pored grada, pokrajine i države, biti adekvatno reprezentovan i interes privatnih investitora; odnosno, gde će se na bazi objektivnih parametara (visine investiranih sredstava, zarađivačke sposobnosti) steći i odgovarajući vlasnički udeli i na toj osnovi pravo učešća u donošenju odluka. Ovo se može uraditi ili transformacijom i inkorporacijom privatnih investitora u vlasničku strukturu samog privrednog društva "Park Palić", ili osnivanjem novog entiteta za rizort menadžment.

U svakom slučaju, takav entitet obavlja poslove strateškog planiranja, zaštite i unapređenja turističkog prostora, razvoja proizvoda, implementacije sistema osiguranja kvaliteta, istraživanja tržišta, marketinga i prodaje, kao i poslove organizacije i koordinacije članova (akcionara, suvlasnika) – stara se da rizort funkcioniše efikasno i na eksternom i na internom planu.

## 8.3 AKCIONI PLAN

Br.	Mera – aktivnost	Odgovornost	Vremenski okvir
<b>8.3.1 Pripremne i aktivnosti podrške</b>			
1.	Usvajanje Master plana Palić 2015	Kabinet gradonačelnika, Skupština Grada Subotice	Do septembra 2015.
2.	Promocija i prezentacija Master plana prema stakeholderima u cilju obezbeđivanja podrške za implementaciju (pokrajinski, nacionalni i regionalni nivo)	Kabinet gradonačelnika, Park Palić	2015. i 2016.
3.	Priprema i realizacija programa javne komunikacije za podršku realizaciji projekata iz Master plana (sa promocijom Master plana na lokalnom nivou)	Kabinet gradonačelnika	Do kraja 2015.
4.	Organizacija sastanaka u vezi sa realizacijom razvojnih projekata i korišćenjem eksternih izvora finansiranja (prekogranična saradnja, bilateralne donacije, programi tehničke pomoći, itd.)	Kabinet gradonačelnika	Do kraja 2015.
5.	Usklađivanje planske dokumentacije sa razvojnim konceptom Master plana Palić 2015, usklađivanje sa planovima upravljanja i drugim propisima iz oblasti zaštite prirode	Park Palić, JP Palić Ludaš	Do kraja 2015.
6.	Definisanje statusa zemljišta potrebnog za realizaciju razvojnih projekata na lokacijama predviđenim razvojnim konceptom – regulisanje odnosa između ključnih interesnih subjekata	Kabinet gradonačelnika / Grad Subotica, Park Palić, JP Palić Ludaš	Do kraja 2015.
7.	Definisanje i sprovođenje postupka izbora strateških partnera za identifikovane investicione projekte (sa izradom investicionog promotivnog materijala i naknadom za uspeh za investiciono savetovanje)	Park Palić, Grad Subotica	2015. – 2023. (po prioritetnim projektima)
8.	Predkvalifikacioni postupak za izvođače radove, investitore i ostale ucesnike u realizaciji programa i projekata iz Master plana	Park Palić, Grad Subotica	2015. – 2023. (po prioritetnim projektima)
9.	Izrada Programa razvoja turizma Subotice,	Grad Subotica, TO	2016. – 2017.

	uzimajući u obzir koncipiranje ekoturističkih programa	Subotica, JP Palić Ludaš	
10.	Izrada operativnog marketinškog plana sa programom brendiranja Palića kao destinacije (mogućnost za prijavu cross border projekta)	Park Palić, TO Subotica, JP Palić Ludaš	2017.
11.	Razvoj ljudskih resursa u oblastima razvoja i komercijalizacije turističkih proizvoda, primene novih tehnologija, marketinga i promocije	Park Palić, TO Subotica	2016. – 2025.
12.	Razvoj ljudskih resursa u oblasti unapređenja stručnog obrazovanja / obrazovanja odraslih u cilju rešavanja potreba za kadrovima u turizmu	Park Palić	2017. – 2023.
13.	Jačanje svesti lokalne zajednice o potencijalu razvoja i značaju Palićkog jezera («povratak Subotičana na Palić»)	Kabinet gradonačelnika, TO Subotica, Park Palić, lokalni mediji, škole i fakulteti, JP Palić Ludaš	2015. na dalje
14.	Edukacija stanovništva Subotice i Palića u oblasti ekologije i zaštite jezera («Sačuvajmo Palić»)	JP Palić Ludaš, lokalni mediji, Kabinet gradonačelnika, fakulteti, škole	2015. na dalje
15.	Izrada projektne i tehničke dokumentacije za infrastrukturne projekte (saobraćajnice, vodosnabdevanje i tretman otpadnih voda, projekti zelene energije, zaštitni pojas oko jezera)	Grad Subotica, Park Palić, JP Palić Ludaš	2015. – 2018.
16.	Izrada projektne i tehničke dokumentacije za javne i projekte javno-privatnog partnerstva po definisanim zonama (od idejnih rešenja do glavnih projekata, prema definisanim prioritetima, uključujući i projekte rekonstrukcije / revitalizacije pojedinih zona)	Park Palić, Grad Subotica, JP Palić Ludaš	2015. – 2020.

### 8.3.2 Realizacija projekata i razvojnih programa

#### Infrastrukturni radovi

1.	Izgradnja novog pristupnog puta na zapadnoj strani jezera	Grad Subotica	2016.-2017.
2.	Rešenja sa ciljem rasterećenja Kanjiškog puta	Grad Subotica	2016. – 2018.
3.	Završetak kanalizacionog sistema Palića	Grad Subotica	2016.-2020.
4.	Kompletiranje tehnološke linije postrojenja za prečišćavanje otpadnih voda	Grad Subotica	2016.-2019.
5.	Izgradnja hidrološkog sistema jezera Palić – Ludaš (kao deo ukupnog hidrološkog sistema Subotice)	Grad Subotica	2016. – 2018.
6.	Kompletiranje postrojenja za preradu biomase	Grad Subotica	2018. – 2020.
7.	Rekonstrukcija postojećih i izgradnja novih geotermalnih bušotina	Grad Subotica, Park Palić	2016. – 2020.
8.	Izgradnja zaštitnog pojasa oko jezera	Grad Subotica, JP Palić Ludaš	2016. – 2018.
9.	Sistem javnih parkirališta na Paliću	Park Palić, JP Palić Ludaš, Grad Subotica	2016. – 2020.
10.	Postavljanje sistema za kontinuirani monitoring voda na Paliću i Ludašu	Grad Subotica, JP Palić Ludaš	2017. – 2019.

### 8.3.3 Realizacija investicionih projekata – rekapitulacija

Master Plan 2015.		TIP INVESTICIJE			PERIOD REALIZACIJE*				
		JAVNA	PRIV..	JPP	Ia	Ib	IIa	IIb	III
<b>Zona ZLATNI KRUG 1 (Health &amp; Spa)</b>									
ZI 1	Palić Spa Resort - hotel								
ZI 2	Palić Spa Resort - apartmani								
ZI 3	Palić Spa Resort - Medical Spa Centre								
ZI 4	Dokumentacija i project management								
<b>Zona ZLATNI KRUG 2 (Outdoor Water Fun)</b>									
Z2 1	Zeleni Zabavni Park								
Z2 2	Kompleks bazena								
Z2 3	Kabine, svlačionice, paviljoni								
Z2 4	Trgovine, hrana i piće								
<b>Zona ZLATNI KRUG 3 (Lido &amp; Promenada)</b>									
Z3 1	Lido/ Promenada (zajedno sa S2-9)								
<b>Zona SREBRNI KRUG 1 (Marine &amp; Lifestyle)</b>									
S1 1	Palić MICE & Spa hotel								
S1 2	Kongresni centar Palić								
S1 3	Golf teren sa 18 rupa								
S1 4	Palić Golf klub								
S1 5	Palić obiteljski boutique hoteli i vile								
	Boutique hoteli								
	Vile								
S1 6	Marina								
S1 7	Jedričarski klub & Tourist Point								
S1 8	Veslački klub								
S1 9	Medical centar								
<b>Zona SREBRNI KRUG 2 (Culture &amp; Heritage)</b>									
S2 1	Velika terasa								
S2 2	Zenski Strand								
S2 3	Koncertna terasa na jezeru								
S2 4	Palić hotel Mala gostiona								
S2 5	Palić jezero apart depadansa								
S2 6	Palić park apart depadansa								
S2 7	Esplanada								
S2 8	Shopping arkada								
S2 9	Promenada								
<b>Zona SREBRNI KRUG 3 (Sport &amp; Active)</b>									
S3 1	Palić Sport hotel								
S3 2	Sport apartmani								
S3 3	Sportska dvorana								
S3 4	Teniski tereni								
S3 5	Retail centar u vikend naselju								
S3 6	Adrenalinski park								
S3 7	Centar za skijanje na vodi								
<b>Zona SREBRNI KRUG 4 (Rural &amp; Nature)</b>									
S4 1	Čarda								
S4 2	Prostor za salaše								
S4 3	Osmatračnice za bird watching								
S4 4	Lungo Lago - Biciklistička/ pešačka staza								

\*Svaka faza traje ukupno 4 godine; prve dve faze su podjeljene u po dva dela (a i b)

### 8.3.4 Razvojni projekti i programi konkurentnosti

1.	Regionalni institut za zdravlje i sreću	Fond turistički klaster mikroregije Subotica – Palić, Park Palić, partnerske organizacije	2015.-2017.
2.	Eko – turistički park Palić Ludaš	JP Palić Ludaš, partnerske organizacije	2016. – 2018.
3.	Palić Salaši	Park Palić, Grad Subotica, TO Subotica	2016. – 2020.
4.	Ukusi Palića	TO Subotica, Park Palić	2016. – 2018.
5.	Dečiji, omladinski i obrazovni turizam	JP Palić Ludaš, TO Subotica, Klaster obrazovnog turizma Srbije	2016. – 2018.
6.	Podrška organskoj poljoprivrednoj proizvodnji	JP Palić Ludaš, Grad Subotica, pokrajinske i nacionalne institucije (korišćenje IPARD fondova)	2016. na dalje
7.	Specijalizacija gastronomske ponude	Park Palić, Fond turistički klaster mikroregije Subotica – Palić, TO Subotica	2016. – 2018.
8.	Pešačke i biciklističke staze u Bronzanom krugu	Grad Subotica	2018. – 2020.
9.	Integrirani sistem turističkog označavanja	Park Palić, Grad Subotica, JP Palić Ludaš	2016. – 2020.
10.	Sistem mobilnih platformi na jezeru i prikladnih molova (izlazak na jezero)	Park Palić, Grad Subotica, JP Palić Ludaš	2017. – 2020.
11.	Palić iz vazduha – rehabilitacija aerodroma u Bikovu i sportskog aerodroma na Paliću	Grad Subotica, Park Palić	2017. – 2023.
12.	Oživljavanje Palićke olimpijade (Palićkih sportskih igara)	Grad Subotica, TO Subotica	2015. – 2016.

### 8.3.5 Monitoring i kontrola realizacije

1.	Implementacija predloženog modela upravljanja	Grad Subotica, Park Palić, JP Palić Ludaš, TO Subotica, Fond turistički klaster mikroregije Subotica – Palić, privatni investitori i pružaoci usluga	2016. – 2021.
2.	Standardizacija usluga na nivou rizorta	Destinacijski menadžment	2016. – 2021.
3.	Definisanje i sprovođenje programa «safety & security»	Destinacijski menadžment	2016. – 2021.
4.	Program i koordinacija rada komunalnih službi	Destinacijski menadžment	2016. – 2021.
5.	Razvoj proizvoda i destinacijski marketing	Destinacijski menadžment	Kontinuirano