

ФАКУЛТЕТ ЗА СПОРТ И ТУРИЗАМ
ТИМС
НОВИ САД

ПРОГРАМ РАЗВОЈА ТУРИЗМА СЕНТЕ



Нови Сад,
март 2017.

ФАКУЛТЕТ ЗА СПОРТ И ТУРИЗАМ, ТИМС
НОВИ САД
Радничка 30а
www.тимс.еду.рс

Ауторски тим Факултета

проф. др Васо Јегдић
проф. др Драгица Томка
доц. др Ива Шкрбић
доц. др Срђан Милошевић
доц. др Ивана Волић
доц. др Бојана Раденковић Шошић
МСц Ивана Мишковић

Екстерни сарадници

Корнел Лашковић
Андраш Кошицки

Лектура и техничко уређивање

МСц Даниљела Чолић
МСц Јован Плећаш

Садржај

УВОД.....	5
Полазне основе	5
Методологија рада.....	8
Усаглашеност Програма развоја туризма општине Сента са Стратегијом развоја туризма Републике Србије	10
РЕСУРСНА ОСНОВА.....	11
ПРИРОДНИ И СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНИ РЕСУРСИ.....	11
Панонска принцеза – Тиса, као највреднији природни туристички ресурс општине Сента	13
Цветање Тисе.....	13
Купање и спортови на Тиси	14
Наутика и пловидба на Тиси.....	14
Термални извори.....	15
Народна башта.....	16
Халас Чарда	16
Ловиште Сенћански салаши.....	17
Спортски капацитети.....	17
КУЛТУРНИ РЕСУРСИ.....	18
Значајни архитектонски објекти	19
Установе културе	21
Манифестације.....	23
Организације цивилног друштва и појединци.....	23
Стари и савремени занати.....	24
Познате личности из Сенте	26
ИНФРАСТРУКТУРА, ИЗГРАЂЕНИ КАПАЦИТЕТИ И ОРГАНИЗАЦИЈА ТУРИЗМА	26
Саобраћајна инфраструктура.....	26
Смештајни капацитети.....	27
Угоститељски капацитети.....	28
Туристичке агенције	28
Туристичка организација	28
Удружења грађана	29
ПРЕГЛЕД КВАНТИТАТИВНИХ ПОКАЗАТЕЉА ТУРИЗМА У СЕНТИ ЗА 2016. ГОДИНУ	30

АНАЛИЗА <i>WEB</i> ПРОМОЦИЈЕ СЕНТЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ И ЊЕНИХ ЗАИНТЕРЕСОВАНИХ СТРАНА.....	32
ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАЦИ РЕСУРСНЕ ОСНОВЕ ТУРИЗМА СЕНТЕ - SWOT АНАЛИЗА	38
ПЛАН АКТИВНОСТИ.....	49
Активности првог степена приоритета	49
Активности другог степена приоритета	50
Трећи степен приоритета активности.....	51
МАРКЕТИНШКЕ ОПЕРАТИВНЕ АКТИВНОСТИ У ЦИЉУ ПРОМОЦИЈЕ СЕНТЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ	52
ПРИЛОГ - ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ СЕНТЕ	55
Предлог производа – Потрага за благом	56
Предлог производа - Упознајте Сенту „од куће до куће“	57
Предлог производа - Удружење „Екомузеј“ Сента.....	59
Сенћанска битка као туристички производ.....	61

УВОД

Чињеница да услужне делатности у свету преузимају примат, и да је све већи обим људских и финансијских ресурса везан за њих, наметнула је потребу реструктурирања привреде у Србији. То се последњих година одражава кроз већа улагања у развој туризма у нашој земљи, ширење портфолиа туристичких производа и увођење нових туристичких дестинација, као и кроз промене политичких односа према туризму који се препознаје као једна од кључних привредних грана. Република Србија данас има углавном само компаративне предности у туризму, будући да поседује разноврсну структуру туристичке понуде, налази се у близини традиционалних и нових туристичких тржишта, има дугу историју и општу препознатљивост, очуване природне ресурсе и културне атракције, сразмерно добре комуникације, те велики људски потенцијал. Процес трансформације компаративних у конкурентске предности у туризму Републике Србије, део је укупних реформских процеса који су у току. У том контексту, први корак представља стварање конкурентских дестинација, односно конкурентских производа. Развијање сарадње и партнерстава између учесника из приватног, јавног, као и цивилног сектора, представља добру основу за дефинисање одрживог развоја туризма Србије, уз скретање пажње на вредности које туризам Србије није до сада валоризовао на прави начин (културна баштина, заштићена природна подручја, руралне средине са аутохтоном производњом, али и достигнућа у области културе, спорта и других облика стваралаштва).

Развој туризма једне општине базира се на анализи њених природних и друштвених карактеристика, односно свих појединачних природних и културно-историјских ресурса и створених капацитета у општини, те на основу тога, спровођењу SWOT анализе. SWOT анализа треба да упути на подручја интерних снага, које траже одређене активности у циљу њиховог даљњег унапређења, као и слабости, где је одмах потребно започети са процесима брзих промена. У зависности од брзине и ефикасности промена на ова два подручја стратешког деловања, произаћи ће и успех у коришћењу могућности и минимизирању утицаја претњи из окружења. Поред тога, неопходно је уочити и друге чиниоце који утичу, или би могли да утичу на развој туризма.

Планирањем развоја туризма, општина доноси одређене одлуке које се спроводе у будућности и тиме се одређује правац развоја туризма. Програм развоја туризма општине мора бити усклађен са *Стратегијом развоја туризма Републике Србије* и *Стратегијом одрживог развоја Општине*, али и са другим планским документима. Међу та документа спада *Маркетинг стратегија туризма Војводине*, али и плански документи који се односе на поједине делове територије општине или поједине видове туризма, као и гранске стратегије.

Полазне основе

Имајући у виду изазове развоја, постојеће потенцијале, структуру локалне привреде и искуства, општина Сента препознаје неопходност развоја сектора услуга, а посебно туризма. Основни задаци који се постављају пред општину су: даља заштита,

унапређење и развој природних и културно-историјских добара и валоризација њихових вредности кроз туризам, унапређење стања животне средине, унапређење рада институција које могу подржати развој туризма, дефинисање туристичке понуде и стварање атрактивног амбијента за инвестиције у делатностима туризма.

Принципи економске обнове локалне туристичке индустрије у општини Сента засниваће се на:

- Спречавању расипања општинских туристичких ресурса и одласка предузетника и стручне радне снаге у друге општине и градове
- Развоју постојећих туристичких локалних микро и малих предузећа, предузетничких радњи, пољопривредних газдинстава, задруга и удружења грађана
- Подизању предузетничког духа, покретању (*старт-уп*) и помоћи у првим годинама рада новим локалним предузећима, предузетничким радњама и пољопривредним газдинствима која се као основном делатношћу баве туризмом
- Привлачењу директних страних инвестиција и других извора изван општине, за развој локалне туристичке индустрије.

Полазну основу за формулисање овог Програма представљају следећи документи:

- Стратегија развоја туризма Србије 2006-2015
- Стратегија развоја туризма Србије 2016-2025
- Национална стратегија одрживог развоја 2008-2017
- Маркетинг стратегија туризма Војводине 2009
- Закон о туризму, Сл. Гласник РС, бр. 84/2015
- Развојна стратегија Републике Србије 2011–2020
- Програм развоја АП Војводине 2014–2020
- Стратегија развоја општине Сента 2014-2020
- Пројекат „Туризам и активности слободног времена у функцији одрживог развоја Потисја“
- Правилник о начину израде планских докумената, Сл. гласник РС, бр. 58/2011.

Израда овог документа и његово коришћење дају даљи допринос реализацији стратешких циљева општине Сента који се односе на развој туризма и који су дефинисани *Стратегијом развоја општине Сента 2014-2020*. Овом Стратегијом је туризам у општини Сента препознат као значајан фактор развоја, и стога му се последњих година посвећује посебна пажња, како у јавном, тако и у приватном сектору. У оквиру туризма, утврђени су следећи кључни циљеви развоја: (1) Брендирање манифестације посвећене Сенћанској бици, (2) Развој туристичких манифестација, (3) Развој туристичке инфраструктуре. Програмом развоја туризма разрађују се наведени, као и други развојни циљеви, и акценат се ставља на кључне производе које треба развијати.

У оквиру студије регионалног развоја *Туризам и активности слободног времена у функцији одрживог развоја Потисја*, заједно са другим потиским општинама, извршена је идентификација и туристичка валоризација ресурса који се могу искористити за развој ове привредне гране. Посебно место у студији дато је Тиси као еколошком коридору и

наутичком путу и „цветању Тисе“ као светском еколошко-културолошком феномену. Између осталог, анализирани су термални извори, активности у природи, културна добра (архитектонска здања, установе културе, фестивали и манифестације).

Према *Стратегији туризма Републике Србије 2006-2015* (СТРС, 2005, стр. 4), међу кључним циљевима одрживог развоја туризма у Србији, а који су подржани и у *Нацрту стратегије туризма РС 2016-2025*, налази се подстицање привредног раста, запошљавања и квалитета живота становништва Србије. Издвајају се кључне претпоставке за остварење ових циљева: јачање туристичких активности и интензивирање запошљавања кроз акције у локалној заједници и кроз међусекторску сарадњу; диверзификација туристичких активности као фактор повећања запошљавања; активирање нових атрактивних ресурса и објеката ван функције. Војводина је, у оквиру *Стратегије туризма РС 2006-2015*, концентрацијом различитих типова ресурса, сагледана као јединствени кластер. Она се стратешки позиционира као „искуство воде и панонски ужитак“. Војводина треба да стави у фокус свог развоја речно и каналско водено благо, наутички туризам и бање, као и врло диверзификоване атракцијске структуре урбаних насеља, салаша, ловишта, ергела и хиподрома, чарди и активности специјалних интереса. Такође, у фокусу треба да буду и мултикултурна ситуација, као и гранична позиција према Европској унији. Храна и гастрономија су неизбежно повезане с њеном пољопривредном традицијом.

Национална стратегија одрживог развоја 2008-2017 – НСОП, представља најзначајнији документ који се бави интегралним развојем Србије до 2017. године. Према овом документу, један од најважнијих циљева одрживог развоја Србије јесте отварање нових радних места и смањење стопе незапослености (НСОП, 2008, стр. 2), а туризам је препознат као значајна могућност за његово остварење. Међу кључним циљевима одрживог развоја туризма у Србији истиче се „развијање додатне туристичке понуде уз постизање економске исплативости и локалног просперитета (трговина, гастрономија, угоститељство, активности, путничке агенције итд.), чиме ће се отворити нова радна места, уз највеће могуће очување културног богатства и природне разноврсности“ (НСОП, 2008, стр. 12).

Национална стратегија одрживог развоја донета је 2008. године и није могла да укључи смернице и препоруке стратегије *Европа 2020*, коју је Европска комисија донела 2010. године, па је сачињен документ „*Посткризни модел привредног раста и развоја Србије 2011-2020*“, који представља *иновирану стратегију одрживог развоја РС, усаглашену са стратегијом Европа 2020* у којој је запосленост узета као централна величина, односно, раст запослености као индикатор одрживог економског раста. По узору на стратегију *Европа 2020*, запосленост и смањење релативног сиромаштва експлицитно се идентификују као битни циљеви привредног развоја Србије. Другим речима, важиће приступ да већа стопа привредног раста није циљ сам по себи, уколико истовремено није средство које омогућава да се остваре битни социоекономски циљеви, међу којима је раст запослености један од најзначајнијих (*Посткризни модел економског раста и развоја Србије*, 2010, стр. 84). Овим се додатно јача позиција туризма, с обзиром на његов радно интензивни карактер и бројне комплементарне области које се активирају.

Законом о туризму је системски регулисана област туризма, имајући у виду како

регулативу Европске уније, регулативу земаља у окружењу, тако и степен развоја туристичког тржишта у Републици Србији. Овим законом уређују се: услови и начин планирања и развоја туризма; туристичке организације за промоцију туризма; туристичке агенције; угоститељска делатност; наутичка делатност; ловнотуристичка делатност; услуге у туризму и друга питања од значаја за развој и унапређење туризма. Члан 12. одређује да аутономна покрајина и јединица локалне самоуправе, у оквиру својих надлежности утврђених законом, којим се уређује локална самоуправа и посебним законом, доносе програм развоја туризма у складу са Стратегијом.

Доношење низа закона у периоду после 2000. године, а посебно *Закона о локалној самоуправи*, допринело је да локалне самоуправе добију већу аутономију у планирању развоја. Тако је *Закон о локалној самоуправи* дефинисао надлежност локалне самоуправе да израђује, усваја и реализује програме развоја општине.

На бази својих надлежности и проценивши да је од значаја за општину и доношење секторских стратегија, општина Сента је приступила изради *Програма развоја туризма*.

Методологија рада

У припреми *Програма развоја туризма Сенте* коришћена је *методологија партиципативног планирања*, која подразумева учешће што већег броја заинтересованих страна из локалне заједнице у процесу припреме документа. Наведени приступ обезбеђује усаглашеност овог документа са другим планским документима из области туризма или области које су у вези са туризмом, као и његову утемељеност на ставовима и опредељењима кључних локалних актера. Очекује се да ће *партиципативна методологија* допринети да актери из пословног и цивилног сектора, својим учешћем, стекну сигурност да ће њихови предлози и пословне идеје који су увршћени у Програм, бити реализовани, а истовремено локална самоуправа придобије подршку заједнице за усвајање и реализацију Програма.

У изради Програма коришћен је општи аналитичко-синтетички метод истраживања, у распону од библиографско-спекулативног до емпиријског приступа. Приликом прикупљања секундарних података коришћени су одговарајући планско-развојни, законски и други документи, извештаји и статистике, као и стручна и научна литература, док су примарни подаци прикупљени теренским опсервацијама и разговорима са заинтересованим субјектима из јавног, пословног и цивилног сектора. Урађена је SWOT анализа ресурса за развој туризма, збирно и по секторима.

Процес израде Програма обухватио је четири основне фазе:

Припремна фаза

- Уводни састанак пројектног тима са представницима општине
- Мапирање заинтересованих субјеката и утврђивање њихових интереса

Анализа постојећег стања

- Прикупљање и анализа постојећих планских и нормативних докумената
- Анализа туристичких ресурса општине Сента
- Обилазак терена, сагледавање постојећих пројеката и иницијатива у вези са

развојем туризма на територији општине

- Састанци са кључним заинтересованим странама по областима, појединачно и по групама, и сагледавање њихових ставова и мишљења у вези са правцима даљег развоја туризма Сенте и могућег њиховог доприноса том развоју
- Састанци и експертске радионице чланова истраживачког тима

Креирање Програма развоја туризма општине Сента

- Израда концепта Програма и прибављање коментара од стране кључних актера, а пре свега јавног сектора општине Сента
- Израда нацрта Програма и достављање општини Сента

Консултације и усвајање Програма

- Консултација са менаџментом општине и представницима заинтересованих страна.

Као секундарни извори података коришћени су наведени и други планско-развојни и нормативни документи, као и подаци и евиденције Туристичке организације Сенте. Коришћени су и подаци прикупљени приликом реализације пројекта „Туризам и активности слободног времена у функцији одрживог развоја Потисја“, који је реализовао овај истраживачки тим са Факултета за спорт и туризам из Новог Сада.

Примарни подаци су прикупљени кроз истраживања ставова и предлога на састанцима са заинтересованим странама из сва три сектора, истраживања у оквиру експертских и групних састанака истраживачког тима, као и коришћење других релевантних података и чињеница из истраживања на терену.

Сврха овог документа је да се:

- На систематичан начин прикупе, анализирају и обраде информације, и процене идентификовани туристички потенцијали општине Сента
- Дефинишу оквири за развој туризма општине Сента и валоризацију туристичких потенцијала
- Идентификују приоритетне активности које треба реализовати у три степена приоритета.

Овај Програм конципиран је као документ којим ће се усмерити развој туризма општине Сента тако да туризам постане једна од основних снага развоја општине. Постизање овог циља наметнуло је обавезу да се идентификују и реално сагледају ресурси општине Сента који се могу активирати у функцији развоја туризма, као и да се препознају интереси свих учесника, те да се кроз партнерство осигура јединствено деловање елемената развоја туризма. Програм је обухватио идентификацију и валоризацију ресурса са аспекта туристичког развоја, анализу ставова и очекивања у погледу развоја туризма са аспекта локалних заинтересованих страна, те на бази добијених информација пројектовање таквог програма развоја туристичких производа који подразумева најоптималније коришћење расположивих локалних ресурса. За пројектовани програм развоја туризма сачињен је и нацрт м

аркетинг оперативног плана у циљу повећања тржишне видљивости туристичке понуде општине Сента. Програм даје смернице за даљи одрживи развој туристичке понуде

општине Сента кроз будуће пројектне активности.

Усаглашеност Програма развоја туризма општине Сента са Стратегијом развоја туризма Републике Србије

Стратегија развоја туризма Републике Србије дефинише могућност развоја туризма у Србији, а у складу са актуелним кретањима у светском туризму. Као потенцијално нова туристичка земља, Република Србија има реалне могућности за развој туризма које произилазе из:

1) *Глобалног заокрета у туризму* који подразумева убрзани улазак на туристичко тржиште све већег броја нових дестинација, услед већ потврђене навике да туристи све више траже и прихватају нова искуства и дестинације;

2) *Потенцијала туристичких производа* - од свих кључних производа у глобалном туризму, Република Србија има шансе у свим, осим у „туризму сунца и мора“, чије је учешће током последњих 30 година у туризму смањено за више од 50%. При томе, посебно треба истаћи могућности Републике Србије у погледу производа који су повезани с коришћењем природе и екотуризма, здрављем, активностима специјалних интереса, руралним и културним туризмом, речним крстарењем, као и пословним туризмом и МИЦЕ (састанци, подстицајна путовања, конференције и догађаји);

3) *Промена у профилу туриста* - сви кључни трендови на пољу промене профила туриста у будућности иду у корист Републике Србије. Посебно је реч о трендовима оријентисаним ка образованим посетиоцима у потрази за аутентичним искуствима, као и активним туристима заинтересованим за културу и природне ресурсе дестинација у које путују. У том правцу иду и функционални трендови, као што су више путовања током године и изражен осећај за „вредност за напор“;

4) *Општег раста тржишта* - традиционалне емитивне земље и даље имају тренд раста, а истовремено, убрзано се отварају нова тржишта. Европске интеграције посебно иду на руку лакшем приступу укрупњеном тржишту за сваку рецептивну земљу.

Стратегија развоја туризма Србије одређује и визију туризма Републике Србије 2015. године. Подручје Војводине, на којем се налази општина Сента, виђено је као подручје богато водом и плодним земљиштем, које с поносом истиче своју средњоевропску урбану традицију, посебно је посвећено валоризацији водних токова, који се налазе на њеном подручју, али и убрзаном развоју руралног туризма, као и угоститељства заснованог на гастрономској баштини и аутохтоним кулинарским искуствима бројних етничких група које су населиле овај простор.

Ресурсна основа издвојена *Програмом развоја туризма општине Сента* поклапа се у великој мери са издвојеном ресурсном и атрактивном основом Војводине. Кључни производи туристичких дестинација Војводине издвојени у *Стратегији развоја туризма Србије* су: 1) догађаји; 2) специјални интереси; 3) наутика; 4) планине и језера; 5) рурални туризам. Готово сви издвојени кључни производи туристичке области Војводине поклапају се са издвојеним стратешким правцима развоја туризма у општини Сента.

Ресурсна основа издвојена *Програмом развоја туризма општине Сента* поклапа се у великој мери са издвојеном ресурсном и атрактивном основом Војводине. Ту се, пре свега, мисли на атрактивност Тисе, догађаја, музеја и галерија, достигнућа у области културе, спорта и других облика стваралаштва, гастрономије, лова и риболова.

Стратегија развоја туризма Републике Србије је основа за реформу система у области туризма и за израду програмских, нормативних и других докумената из области туризма.

РЕСУРСНА ОСНОВА

ПРИРОДНИ И СПОРТСКО-РЕКРЕАТИВНИ РЕСУРСИ

- Sportsko-rekreativne aktivnosti na teritoriji opštine Senta treba uključiti u turistički proizvod opštine Senta i povezati ih sa turističkim proizvodima okolnih opština ili opština koje se nalaze na obalama reke Tise, kao integralni turistički proizvod.
- Kroz opštinu Senta prolazi evropska biciklistička rura EuroVelo11, a postoji mogućnost povezivanja sa rutom EuroVelo13.
- Fenomen cvetanja Tise se može turistički valorizovati kroz razvoj spotsko-rekreativnog, eko i drugih vrsta turizma na Tisi i njenom priobalju.
- Tisa je postala plovni put od međunarodnog značaja, pa se očekuje da postane aktivan deo Transevropskog transportnog koridora Rajna-Dunav. Nautička sezona traje od aprila do oktobra, što predstavlja potencijal za produžavanje turističke sezone sa leta na proleće i jesen.
- Kapacitet izvora termomineralne vode ispunjava uslove neophodne za izgradnju velnes centra, koji mogu pratiti dodatni turističko-rekreativni sadržaji i novi smeštajni kapaciteti visoke kategorije.
- Potencijal Narodne bašte nije u potpunosti iskorišćen, ali je njeno uređenje i privođenje sportsko-rekreativnoj nameni predviđeno prostornim urbanističkim planom koji čeka na realizaciju. Park pruža idealne uslove za izgradnju kampa i nalazi

Одрживи развој туризма подразумева развој инфраструктуре и понуде за рекреативне активности локалног становништва и за туристе истовремено. Развој туризма има смисла само у случају када он дугорочно доприноси благостању локалног становништва на одржив начин. Становништво општине Сента, односно заинтересоване стране које су обухваћене овим истраживањем, исказале су велико интересовање за укључивање својих делатности и лични ангажман у процесу развоја туризма у својој средини. Спортско-рекреативни туризам сматрају веома перспективним обликом туризма, који би, поред културног туризма, могао бити окосница развоја туризма и економског напретка општине Сента.

Тренутно, општина Сента се налази у ситуацији да са ограниченим финансијским средствима и унапред испланираним буџетом треба да развија оне врсте туризма које не подразумевају изградњу сложене и скупе инфраструктуре. Како се активни туризам у природи заснива на дугорочним и одрживим циљевима, кроз поштовање природе и биоразноврсности, очување локалне културе и традиције, за његов развој нису неопходна велика улагања, будући да се активности одвијају углавном на отвореном простору, а учесници не очекују висок ниво комфора.

На територији општине Сента нема заштићених природних подручја, али су неки локалитети мапирани, валоризовани и предложени за заштиту као станишта ретких природних врста од националног и међународног значаја. На првом месту, то је река Тиса, еколошки коридор од међународног значаја, са мртвајама Пана (станиште дивљих орхидеја заштићено првим степеном заштите на основу *Уредбе о заштити природних реткости* „Службени гласник” РС, бр 50/93 и 93/93) и Батка, затим водоток Чик, акумулација Светићево (влажно станиште богато орнитофауном), слатине на локалитетима Керексик, Фекетесик, Јухас-бара, Зариц-бара и бивши рибњак Керестеш. Обалски појас реке представља станиште насељено водоземцима, гмизавцима и птицама, међу којима су и заштићене природне реткости. За станишта у обалском појасу Тисе предвиђен је режим заштите првог степена.

Приобални делови Тисе у општини Сента се одувек користе у купалишно-рекреативне сврхе, а повремено и наутичке, континуирано се негује рибљи фонд, а постоје и повољни услови за упражњавање других спортско-рекреативних активности, као што су вожња кајака и кануа. За риболов се користе обале Тисе и напуштени делови њеног корита - мртваје, а организује се и Међународно такмичење спортских риболоваца. Све наведене

спортско-рекреативне активности могуће је, уз веома мало улагања, укључити у туристички производ општине Сента и, повезивањем са сличним туристичким производима околних општина или општина које се такође налазе на обалама реке Тисе, могу чинити и већи, за туристе атрактивнији, интегрални туристички производ. Сви спортови везани за природно окружење и боравак напољу који су тренутно заступљени у општини и у оквиру којих послују активни спортски клубови, могу, на одређен начин, бити укључени у туристичку понуду, сезонски или током читаве године. Лов, риболов, веслање, кајак и други спортови везани за реку, поседују највише потенцијала за то.

Бициклизам као активност туриста (цикло-туризам) један је од тренутно најпопуларнијих и најбрже растућих облика активног туризма у природи. Насипи дуж обале Тисе, заједно са постојећом бицикличком инфраструктуром и саобраћајницама које нису преоптерећене моторним саобраћајем, чине готово идеалан спој када је у питању основа за развој Сенте као равничарске дестинације за љубитеље рекреативног бициклизма. Кроз општину Сента пролази европска бицикличка рура ЕуроВело11, а постоји могућност повезивања са рутом ЕуроВело13 (преко територије општине Чока).

Такође, у Сенти постоје одлични предуслови за укључивање рекреативног јахања у природи у туристичку понуду. Атракцију за туристе могу да представљају и ресурси које има Коњички и фијакерски клуб „Вилењак“, фарма соколова и сл.

Панонска принцеза – Тиса, као највреднији природни туристички ресурс општине Сента

Тиса тече кроз Србију у дужини од 164 км, што представља око 17% укупне дужине њеног тока. Река чини природну границу између Бачке и Баната, и има генерално меридијански правац отицања. Тиса је најбогатија водом током три пролећна месеца са најчешћим максимумима протицаја и водостаја у априлу, док је најсиромашнија водом током три јесења месеца са најчешћим минимумима протицаја и водостаја у септембру и октобру. Сама чињеница да је Тиса највећа притока Дунава, који представља кичму европске мреже пловних путева, овој реци даје изузетан пловидбени значај који у Србији ни из далека није искоришћен у мери у којој би могао бити.

Цветање Тисе

Веома редак природни феномен „свадбеног лета“ инсекта *Палингениа Лонгицауда* могуће је видети само на две реке у свету. Поред Тисе, то је река Јанг Ценг Јанг у Кини. Овај инсект је на нашим просторима познат под именом Тиски цвет и спада у ред водених цветова (Епхемероптера), највећих у Европи. Спада у строго заштићене врсте у Србији, али и на међународном нивоу, на основу Бернске конвенције. Након три године проведене у муљу, у току само једног дана, Тиски цветови се појављују на површини реке, летећи у ројевима продужавају своју врсту, и за свега неколико сати завршавају своју земаљску мисију. Ова појава се догађа само једном годишње, и то у првој половини јуна месеца, а траје неколико дана.

Поред непроцењиве еколошке вредности самог природног феномена, цветање Тисе може се туристички валоризовати и на друге начине. Наиме, према легенди, у време цветања Тисе испуњавају се љубавне жеље, што бива све чешћим мотивом туристичких посета свим градовима Потисја у првој половини јуна месеца. Поред Новог Бечеја и Кањиже, и Сента је стекла традицију обележавања овог феномена уз препознатљив забавни програм и низ других туристичких активности дуж обале реке. Манифестација „Цветање Тисе“ траје неколико дана и привлачи све више туриста.

Присуство *Палингениа Лонгицауда* је индикатор чисте и незагађене воде Тисе, што је свакако најважнија карактеристика када је у питању планирање развоја спотско-рекреативног, еко, или било које друге врсте туризма на Тиси и у њеном приобаљу.

Купање и спортови на Тиси

У периоду године када температура воде то дозвољава, купање у Тиси представља најомиљенију активност локалног становништва. Воде Тисе припадају ИИ и ИИИ категорији, што задовољава критеријуме неопходне за купање. Температуре воде које прелазе 20°C карактеристичне су за летње месеце, првенствено јул и август, када су локалне плаже, иако недовољно уређене, препуне купача.

Поред купања, Тиса је веома погодна за веслање (кајак и кану) и спортски риболов, што су активности које нису условљене високим температурама воде и ваздуха, те је и њихова сезоналност далеко мање изражена у односу на активности везане за купање у реци. Због конфигурације обале Тисе и густог растиња, прилаз обали често је отежан, па је улазак у воду могућ само на уређеним плажама и понтонима. Уређена места за купаче су доступна у близини насеља на неколико локација. Један од проблема који се јавља у време летњих месеци је веома низак водостај када се дуж обале појављује блато. Овај недостатак се превазилази насипањем обале у деловима намењеним за купање и постављањем понтона.

Елиминација загађивача у сливу Тисе је најургентнији задатак у циљу укупног одрживог развоја региона и развоја активности слободног времена и туризма. То је проблем ширих размера у чије решавање мора бити укључено свих пет земаља Потиског басена.

Наутика и пловидба на Тиси

Панонска принцеза се протеже кроз пет држава и пловна је 600 километара, од ушћа у Дунав код Старог Сланкамена па све до Захоња. Развој наутике и наутичког туризма на Тиси у Србији се налазе у почетној фази и своде се већином на индивидуалне активности локалног становништва. Како је наутички туризам веома специфичан облик активности слободног времена, који поред саме пловидбе укључује и пристајање пловила различитих врста и димензија, за његов системски развој неопходна је одговарајућа инфраструктура у лукама и маринама.

Према приходима који се остварују у наутичком туризму, он је један од најуноснијих облика туризма. Наутичка сезона на Тиси може да траје од априла до октобра, што је знатно дуже од купалишне сезоне и представља потенцијал за продужавање туристичке

сезоне са лета (два до три месеца) и на пролеће и јесен (укупно до седам месеци). Погодна је и дубина речног корита, релативно мала количина наноса који вода транспортује, мали пад и брзина отицаја, по чему Тиса представља веома поуздан пловни пут.

У Мађарској, од Сегедина до Токаја, Тиса представља веома жив водоток са туристичким бродовима и наутичко-туристичким пловилима. У Србији је далеко мање пловила на Тиси и у питању су углавном теретни бродови. Путнички транспорт готово да и не постоји, док је привредни нешто живљи.

Два до три пута годишње, у току лета, Тисом саобраћа велики брод-хотел „Виктор Иго“ француске компаније „Цроиси Еуропе“ из Стразбура, капацитета 80 путника, када се Дунавом и Тисом упути на крстарење од Будимпеште до Токаја и обратно. Брод се на Тиси задржава непуних месец дана и упловљава у каналску мрежу Хс ДТД, што указује на заинтересованост страних туриста за упознавање српских пловних путева и приобаља.

За рекреативне пловидбе је Тиса готово идеална, будући да по стандардима може да прихвати већи број различитих пловних објеката. Тренутно, сви постојећи пловни објекти у општини Сента се налазе у приватном власништву и не учествују у организованом превозу туриста, барем не на легалан начин. Тиса је тек однедавно постала пловни пут од међународног значаја. Очекује се да постане активан део Трансевропског транспортног коридора Рајна-Дунав (ТЕН-Т) и да се отвори за пловидбу бродова свих застава.

Када су у питању привези за рекреативна пловила, најчешће се користе везови у близини викенд насеља „Халас чарда“ (км 125), везови „Тисин цвет“ (км 122,6; капацитета 100 малих пловила, без инфраструктуре) и међународно пристаниште (км 122-123 Тисе) које се налази недалеко од центра града, опремљено струјом и водом, са кабинама, хангаром и депоима.

Термални извори

У приобалном појасу Тисе чести су извори термоминералне воде, која се у многим бањама већ вековима користи за потребе лечења. У општини Сента такође постоје овакви извори и постоји бушотина, а тренутно је у процедури прибављаје потребне докуменатције за коришћење термалне воде у балнеолошке сврхе.

Извори термоминералне воде представљају значајан потенцијал за туризам и активности слободног времена локалног становништва. Према информацијама добијем од стране представника Општине, капацитет извора испуњава услове неопходне за изградњу велнес центра, који могу пратити додатни туристичко-рекреативни садржаји и нови смештајни капацитети високе категорије. Бушотина термалне воде постоји у оквиру Народне баште, и може се користити за изградњу велнес центра са комплексом базена, али и за грејање градског спортског центра и његових пратећих објеката.

Народна башта

На свега неколико километара северно од града, а у близини центра, одвојен високим надвожњаком железничке пруге и главним фронтом окренут према Тиси, изолован од буке и урбанизације на старом водоплаву Тисе, налази се парк Народна башта.

Парк заузима површину од око 19,5 ха, а отворен је за јавност 1866. године. Према историјским подацима, Народна башта је од самог отварања била намењена рекреативним активностима мештана. Локалитет има изглед компактне равне, зелене површине. У њој се данас налази велики број спортских терена: фудбалски стадион, атлетска стаза, базени, тениска игралишта, куглана, кошаркашки терен и друга игралишта, пратећи објекти и импровизовани смештај за спортисте. Тренутно, потенцијал Народне баште није у потпуности искоришћен, али је њено уређење и привођење спортско-рекреативној намени предвиђено просторним планом који чека на реализацију.

Парк је од обале Тисе заштићен високим насипом, а у делу где је река формирала мањи залив предвиђена је изградња марине за око 200 пловила. Парк пружа идеалне услове за изградњу кампа и налази се уз саму бициклическу трасу Еуро Вело 11. То је од изузетног значаја када је у питању планирање инфраструктуре за цикло-туризам.

Халас Чарда

Насеље Халас Чарда, викенд насеље на току Тисе кроз Војводину код истоименог угоститељског објекта, са око 300 викендица и кућа за одмор, налази се на левој обали Тисе, на око 2.5 км удаљености од центра града. Насеље располаже тереном за одбојку на песку и за пициген, и пружа погодне услове за тренутке одмора и рекреације. Шири локалитет је обрастао густом шумом, што целом простору даје свежину и природни хлад у току лета. Халас чарда је омиљено купалиште Сенћана, где се мештани надмећу у пицигену.

Власник Халас чарде је некада било Ауто-мото друштво Сента, и тада је, по причи Сенћана, ово викенд насеље добро функционисало. Данас у потпуности нису разјашњени имовински и управљачки односи, што узрокује одређене развојно-планске проблеме. Највећи број власника викендица је из Сенте, али у последње време је све више купаца викендица из Суботице, Бачке Тополе, Врбаса, Куле и осталих места.

Бука и проблеми везани за безбедност и хигијену јавних површина у викенд насељу су свакако препрека за укључивање у туризам, барем када је у питању смештај и дужи боравак гостију. С обзиром на то да се веома лепа плажа налази управо у оквиру насеља, она би могла да представља атрактивност за туристе, првенствено у току дана у функцији купања на Тиси.

Уколико се жели ставити већи акценат на развој туристичких активности у овој области, неопходно је унапредити инфраструктуру потребну за прихват гостију попут санитарних чворова, тушева, кампинг простора, паркинга, управљања отпадом итд.

Регистровано Удружење грађана „Халас чарда“ заинтересовано је за сарадњу када је у питању развој туризма, првенствено кроз организацију и реализацију дневних забавних активности, такмичења у пицигену, концерата, рекреативног риболова и сл.

Ловиште Сенћански салаши

Ловиште „Сенћански салаши“ заузима површину од 25.570 ха, односно готово целу територију општине изван насељених места. Ловиштем газдује истоимено ловачко удружење. Главне врсте дивљачи су срна, зец, фазан, препелица и афричка грлица. За све ове врсте утврђени су бонитетни разреди. Ловиште је добро опремљено ловно-техничким објектима и спада у боље организована ловишта у Војводини. Најбројнији туристи су они који долазе из Немачке, Италије и Аустрије.

На основу бонитета и ловно-продуктивне површине, одређен је економски капацитет ловишта. Број популација срне и фазана креће се у границама економског капацитета, а популација зечије дивљачи је изнад оптималног броја.

Од свих облика туризма у општини Сента, ловни туризам се, према мишљењу већине испитаника, налази на највишем ступњу развоја. „Сенћански салаши“ представљају значајан сегмент за сенћански туризам, али његов даљи развој успорава низ фактора, као што је свођење лова на ситну дивљач, забрана извоза меса крупне дивљачи, непостојање хладњача за месо.

Спортски капацитети

У документу под називом *Стратегија развоја спорта у општини Сента 2012-2016*, наводи се податак да у општини активно раде 32 спортска клуба (удружења). Оптималне услове за рад имају фудбал, стони тенис, тенис, шах, куглање и рвање, док делимично добре услове за рад имају борилачке вештине, атлетика, плес, стрељаштво, кајак, пливање, ватерполо и гимнастика. У истој публикацији се наводи да славна прошлост сенћанског спорта обавезује тај град на одговорно и дугорочно планирање спорта. Спомиње се потреба за отварањем музеја посвећеног сенћанском спорту, са задатком сакупљања, складиштења и адекватног чувања експоната везаних за дугу и више него успешну спортску историју Сенте, што свакако у будућности може бити један од елемената туристичке понуде Сенте.

Примарни циљ општине је, свакако, улагање у реконструкцију и модернизацију објеката за школски спорт, али поред тога, Стратегијом су обухваћени и остали спортски објекти на располагању грађанима Сенте и њиховим гостима. То су: градски стадион (са теретаном, свлачионицама, купатилом и собама капацитета 30 лежаја), куглана, један затворени и два отворена базена, тениски терени (три отворена и један затворени), стонотениска сала, рвачка сала, сала за борилачке вештине, канцеларијски простор Спортског савеза, фискултурне сале у три основне школе, фудбалски терен „Торњош“, две шаховске сале, стрељана на отвореном за гађање глинених голубова и тениска сала у оквиру бивше фабрике намештаја „Тиса“.

Значајну прекретницу у развоју спортске инфраструктуре представља 2015. година и отварање спортске хале у Народној башти. Изградњом спортске хале, Сенћани су добили терене за рукомет, одбојку и кошарку, као и просторије за тренирање борилачких спортова, фитнес и теретану. Опремљена је и најквалитетнијим гледалиштем са 1.700 места, које се састоји од фиксних и телескопских трибина, тако да број седећих места зависи од врсте спорта.

Неки од спортова присутних у Сенти се могу довести у директну везу са активним туризмом, како у циљу стицања додатног прихода за клуб и унапређења услова за тренирање, тако и у циљу повећања броја туриста и прихода од туризма за читаву општину. Представници спортских удружења су у разговору истакли добру ресурсну основу и спремност за укључивање у развој туризма, првенствено спортова који су везани за новоизграђену спортску халу и потом спортова везаних за реку Тису. За туристе је веома интересантан и „Септембарски међународни фестивал балона“. Поред овог занимљивог фестивала, од спортско-рекреативних манифестација спомињу се „Међународни шаховски турнир“ и „Дани Халас чарде“ са првенством у пицигену у јулу.

КУЛТУРНИ РЕСУРСИ

- **Kulturni resursi su mnogobrojni, raznovrsni i solidno prezentovani**
- **Postoje zbirke i umetničke kolekcije koje nisu izložene zbog nedostatka prostora**
- **Nedostaju konkretni, tematski proizvodi zasnovani na kulturnim resursima**
- **Senćanska bitka je resurs koji, ukoliko se aktivira, može da privuče veliki broj posetilaca**
- **Znameniti Senćani i priče o njima mogu biti atraktivne za posetioce**
- **Postoji velik broj manifestacija, koje su poznate lokalno i regionalno, i privlače određen broj posetilaca**
- **Snaga Sente je i veliki broj organizacija civilnog društva iz oblasti kulture, kao i pojedinaca koji deluju u ovom polju**

Културни ресурси генерално дају обележје одређеној заједници и издвајају је од осталих у окружењу. Потисје као природно-географски регион има своје прилично уједначене природне карактеристике, међутим, културни ресурси су различити за сваку општину и њихова комбинација доприноси креирању духа места по којима се општине међусобно разликују. Културни ресурси у Сенти су многобројни и разноврсни. Можемо их поделити у седам група:

1. Значајни архитектонски објекти
2. Установе културе

3. Сенћанска битка¹
4. Манифестације
5. Организације цивилног друштва и појединци из области културе
6. Занати
7. Познате личности из Сенте

Пре анализе сваке групе, треба указати на њихове заједничке карактеристике, из угла самог ресора и у односу на могућности за укључивање у развој туризма. Недостатак материјалних средстава намењених културној инфраструктури, одржавању споменика културе и развоју културних садржаја, осликава се и на стање ресора које се манифестује кроз слаб технички, организациони и финансијски капацитет актера. Поред тога, средства која су намењена култури и градитељском наслеђу, често се стихијски распоређују и троше, што доприноси неадекватној и нестручној заштити и адаптацији културних добара.

Општина Сента нема стратешки документ којим се уређује њен културни развој, те тиме можемо објаснити описано стање. С друге стране, и поред ограничавајућих околности, културни живот у Сенти је активан. У Сенти делује један музеј, један културно-образовни центар комплексног типа, два позоришта, шест културно-уметничких друштава, два хора, осамдесет организација цивилног друштва, занатлије (чији број је уједначен током протеклих година), и појединци који промишљају културни живот града и учествују у њему. Људи запослени у ресору културе су стручни, вољни и расположени да раде, чак и са ограниченим средствима. Често су и умрежени, мада се не може говорити о стратешким партнерским пројектима, више је у питању техничка сарадња и коришћење заједничких ресурса. Заједнички именованитељ за установе културе (Музеј града, Библиотека, Културни центар „Стеван Сремац“), организације цивилног друштва и занатлије јесте недостатак адекватно уређеног простора, како за излагање, тако и за деловање (стваралаштво).

Значајни архитектонски објекти

Оно што треба на почетку напоменути јесте да у Сенти постоји велики број грађевина од великог културно-историјског значаја, означених и заштићених као споменици културе. Међутим, они су често у веома лошем физичком стању, па чак и када се врши њихова реконструкција, то се често ради стихијски и без јасног плана и утврђених приоритета².

У приказивању значајних архитектонских објеката, на првом месту треба навести здања у стилу сецесије, која креирају физиономију Сенте и чине њен препознатљив визуелни идентитет. То су Градска кућа, хотел „Роуал“ и Ватрогасна касарна³. Од наведена три објекта, Градска кућа и хотел „Роуал“ су намењени туристичким посетама. У Градској кући постоји торањ са видиковцем, као и просторија где се налазе приказ Сенћанске

¹ Ovaj događaj je izdvojen kao posebna grupa iz razloga što je to kompleksan resurs čija se materijalizacija/predstavljanje već nalazi na nekoliko razdvojenih mesta.

² Podaci dobijeni u okviru fokus-grupe sa predstavnicima resora kulture, 14.10.2016. godine, u Kulturno-obrazovnom centru Turzo Lajoš.

³ Više o Vatrogasnoj kasarni, kao i mogućnostima njenog korišćenja u budućnosti, možete naći u publikaciji Dević, V., Komnenić, B., Mikić, H. (2015). *Novi kreativni prostori Vojvodine*. Novi Sad: Zavod za kulturu Vojvodine.

битке и артефакти који више говоре о овом догађају. Хотел „Роуал“ је недавно реновиран и отворен за госте, међутим, његова унутрашњост није уређена у складу са културно-историјским стилем у којем је изграђен, и не осликава вредност овог споменика културе. Ватрогасна касарна тренутно служи својој намени, међутим постоје идеје да се ватрогасци преселе на друго место, а да се касарна претвори у културно-туристички пункт са различитим садржајима⁴.

Од значајних архитектонских објеката, важно је поменути Палату парохије у стилу неоренесансе и необарока, родну кућу Стевана Сремца, православну цркву Светог Арханђела Михаила, цркву Светог Антуна, цркву Срце Исусово, помен цркву Мала Света Тереза и синагогу.

Градски музеј Сента

Припада културно-образовном центру „Турзо Лајош“ (Тхурзó Лајос Мíвелóдеси-Октатáси Кőзпонт), а смештен је у Палати парохије, тако да чини комбинацију значајног архитектонског објекта и градског музеја. Део унутрашњости је музеј (стари део објекта), а део је модерна галерија за повремене тематске изложбе (изграђена је 1972. године). Од садржаја се овде налази део изложбе „Битка код Сенте“, затим палеонтолошка и археолошка стална поставка, као и етнолошка стална поставка која приказује риболов, ратарство, сточарство и занате Потисја.

У оквиру Музеја постоји збирка Тибора Секеља (Сзéкелу Тибор), светски познатог музеолога, географа, полиглоте и есперантисте. Збирку чини 670 предмета из разних делова света, које је Тибор доносио са својих путовања. Ова збирка тренутно није изложена за посетиоце, али представља ресурс који се може активирати уколико буде постојао адекватан простор.

Основан је и архив изворне народне музике војвођанских Мађара.

У туристичкој презентацији, торањ Градске куће и Музеј се увек обилазе заједно, а због рационалног коришћења простора неопходно је направити групе (торањ прима максимално 20 посетилаца).

У архиву Музеја се чувају дела *Ликовне уметничке колоније*. То је прва послератна уметничка колонија после Другог светског рата (1952. година), која се одржава у континуитету. Током година се накупио велики број уметничких дела, али нема довољно места за излагање. У последње време и приватници су почели да организују колоније (у етно селу *Краљица воћа* и у Пансиону *Ана*).

Иако поседује вредне збирке уметничких и историјских предмета, Музеј нема довољно излагачког простора, сопствени веб сајт где би се ажурирали подаци, као ни флексибилно радно време⁵.

⁴ Ове информације су добијене на основу разговора са Лаšković Kornelom, вођених у периоду од маја до децембра 2016. године.

⁵ Музеј ради од среде до понедељка од 10 до 12h и од 17 до 19h (зими 16 до 18h).

Српски културни центар „Стеван Сремац“ Сента

Родна кућа Стевана Сремца је адаптирана у завичајну фондацију и делује од 2005. године. Основана је ради унапређивања српске културне баштине Сенте и успомене на једног од највећих српских писаца. Поред обиласка сталне поставке у којој се налазе фотографије, књиге и Сремчева одликовања, организују се књижевне вечери и посете ученика основних и средњих школа. Ове књижевне вечери се не одржавају само на теме везане за Стевана Сремца. Постоји одлична академска сарадња са другим реномираним институцијама (са Матицом српском, Филозофским факултетом у Нишу, и осталим институцијама). Улаз се не наплаћује, а у оквиру Фондације се продају књиге.

У оквиру Фондације постоји и Фолклорни ансамбл, који је намењен узрастима од предшколског до одраслог. Ту се негује српска традиција, а Ансамбл је иницијатор оживљавања елемената традиције (коринђање, као део скоро заборављене традиције дешава се једном годишње и може се рећи да је постао атракција међу становништвом).

Кључни проблем Фондације је недостатак анимацијских садржаја и непостојање уникатне понуде, недостатак промоције и сарадње са школом, као и недовољна презентација садржаја који су везани за етнологију и традицију.

Синагога Сента

Представља једину синагогу која је очувана у целом Потисју, где су живеле мале али значајне ортодоксне заједнице. У прошлости је објекат коришћен за спортске активности, а постоји могућност да је Музеј града добије на коришћење⁶.

Установе културе

Културно-образовни центар „Турзо Лајош“

Овај центар представља полицентричну установу која, поред Музеја града, обухвата још неколико установа – Градску библиотеку, Дом културе⁷ и Градски музеј⁸.

Градска библиотека

Припада културно-образовном центру „Турзо Лајош“. Функционише као класична библиотека и намењена је првенствено грађанима Сенте. Она није примарни ресурс за туризам, међутим, улога библиотеке видљива је и у деловању осталих градских институција. Примера ради, то се огледа у сарадњи на изради каталога Музеја (лектура, штампа). Постоје пројекти за изградњу складишних депоа, међутим они још увек нису реализовани⁹.

⁶ Podaci dobijeni u okviru fokus-grupe sa predstavnicima resora kulture, 14.10.2016. godine, u Kulturno-obrazovnom centru Turzo Lajoš.

⁷ Dom kulture predstavlja pozorišnu salu u kojoj se izvode predstave srpskog i mađarskog pozorišta, ali i drugi sadržaji (primer Multikulturni dečiji festival).

⁸ O Gradskom muzeju napisano je više u poglavlju *Značajni arhitektonski objekti*.

⁹ Podaci dobijeni u razgovoru sa Predragom Popovićem, zaposlenim u Gradskoj biblioteci.

Завод за културу Војвођанских Мађара

Бави се сакупљањем, обрадом и презентацијом садржаја који се тичу културе Мађара. У сарадњи са туристичком организацијом, Завод организује посете и прави аранжмане за већину посетилаца из Мађарске. Поред тога, запослени у Заводу пишу чланке о грађевинама и промовишу их, будући да из искуства увиђају да су посетиоци најзаинтересованији управо за овакве садржаје.

Српско камерно позориште „Мирослав Антић“

Бави се продукцијом сопствених, као и довођењем представа из иностранства у Србију. Раде већ тридесет година (имају преко тристотине извођења и педесетак премијера). Поред представа, баве се обележавањем Светосавске академије. Ово позориште је аматерско, а представе се изводе у Дому културе „Турзо Лајош“.

Мађарско камерно позориште

Ово је професионално позориште, има осам стално запослених глумаца. Изводе представе у склопу културно-образовног центра „Турзо Лајош“. Активности позоришта су распоређене током целе године.

Сенћанска битка

Представља догађај од изузетног значаја за светску историју. Догодила се 11. септембра 1697. године између хришћанске војске под вођством Еугена Савојског и турске војске под вођством султана Мустафе. Ова битка је значајна по томе што је резултат победе било ослобађање скоро целе територије Мађарске од турске окупације и што је довела до Карловачког мира склопљеног 1699. године, која се сматра годином обележавања постепеног ослобађења Средње Европе од турског похода.

Свест о значају Сенћанске битке присутна је код грађана Сенте, као и код доносилаца стратешких одлука. Активности на истицању значаја Сенћанске битке започете су опремањем поставке у торњу Градске куће, поставком у Музеју града и постављањем спомен-обележја поред Тисе. Поред тога, постоје и сувенири са ознакама Сенћанске битке – вино и чоколада, што је добар почетак материјализације овог догађаја. Значајна активност представља и откуп слике Саве Стојкова „Сенћанска битка“, која представља реплику чувене слике Франца Ајзенхута. Слика је настала педесетих година двадесетог века, по наруџби Општине, а нестала је непосредно по свом настанку. Њеним враћањем у посед Општине и адекватним позиционирањем може се створити још један атрактиван пункт који би посетиоце упознавао са битком.

Како је активирање ресурса који указују на Сенћанску битку један од стратешких праваца Општине, за наставак ових активности предлажемо следеће могућности:

- Изградња спомен-парка са елементима који указују на битку
- Анимација/оживљавање саме битке или њених елемената (сусрет војсковођа, на пример)
- Израда костима Еугена Савојског који би носио аниматор када дођу посетиоци
- Израда различитих врста чоколада са учесницима битке

Манифестације

У Сенти постоји велики број манифестација. Међу најзначајније могу се сврстати „Фестивал цветања Тисе“, „И лове Сента“, „Међународно такмичење у стрижењу оваца и кувању овчијег перкелта“, „Дан Града“ и „Дани Халас чарде“¹⁰.

Табела 1. Посећеност највећих манифестација

Манифестације	2012	2013	2014	2015	2016
Стрижење оваца и такмичење у кувању овчијег перкелта	2500	3000	4000	5000	7000
Фестивал „Цветање Тисе“	-	4000	5000	7000	8000
Фестивал „И лове Сента“	-	2500	3000	3000	4000
Дан града	6000	6000	8000	10000	15000
Божихни вашар	2000	2500	3000	3000	4000

Извор: *Процена организатора*

Добра полазна основа је постојање великог броја манифестација које покривају различита поља културног стваралаштва, од уметничког до традиционално-фолклорног. Све манифестације су намењене локалном становништву или дијаспори. Поред манифестација подржаних од стране Општине, постоје мање манифестације симболичког карактера, као што је летњи камп за студенте Академије уметности из Печуја и Новог Сада, где они кроз уметничке интервенције постављају табле на зграде без обележја, скрећући пажњу на њих и наглашавајући потребу њиховог трајног обележавања. Тема овог кампа је уметност и очување градитељског наслеђа, што представља његову вредност и потребу за већим препознавањем и подршком од стране општине. Такође, ово је манифестација која доприноси и међународном препознавању општине и повезивању са образовним институцијама у иностранству.

Организације цивилног друштва и појединци

У Сенти делује приближно осамдесет организација цивилног друштва (највише из области културе), и главна карактеристика њиховог деловања је недостатак простора, како за свакодневно деловање, тако и за презентацију садржаја. Поред Градске библиотеке, Дома културе и Завода за културу војвођанских Мађара, не постоји културни простор који би био намењен уједно и грађанима и посетиоцима Сенте.

У Сенти постоји шест културно-уметничких друштава и два хора. Културно-уметничка друштва се појављују на свим фестивалима и организацијама локалне самоуправе.

¹⁰ Ovo su samo neke od manifestacija izdvojenih *Akcionim planom za period od 2014-2020 godine*, kao deo dokumenta *Strategija razvoja opštine Senta 2014-2020. godine*. Ostale manifestacije se mogu naći u istom dokumentu na stranama 82-83.

Мађарски ансамбли имају више манифестација, као и гостовања у другим местима. Као значајнију манифестацију где наступају ове организације треба поменути „Море осмеха“. Такође, у Сенти делује и Силард Мезеи, који се бави савременом џез музиком и импровизацијама. Поред тога, музички брачни пар Калман живи и делује у Сенти и њихово стваралаштво се може посматрати као потенцијални ресурс¹¹.

Како је наведено у првом поглављу *Значајни архитектонски објекти*, градитељско наслеђе је физички угрожено, а реконструкције се често изводе неплански. У Сенти постоје иницијативе да се оно заштити и обележи. Културно-историјско друштво „Јован Мушкатиновић“ је 2016. године покренуло иницијативу да се званично трајно заштите објекти у Сенти. Направљени су приоритети по старости и значају, и у плану је да се праве „пакети“ од по три зграде, које би пролазиле кроз процедуру заштите, како би објекти били проглашени споменицима културе Републике Србије. Поред тога, има још планова за фестивал Јована Мушкатиновића, и истраживања и презентацију најстаријег дрвеног моста на Тиси¹². На овим примерима видимо да су организације цивилног друштва почеле да делују на пољу заштите и коришћења културног наслеђа, материјалног и нематеријалног.

Још један пример активности потеклих од индивидуалног напора грађана представља приватна кућа у којој се налазе артефакти који сведоче о историји старих заната и живота на овом поднебљу. Тренутно постоји преко 10.000 предмета сакупљаних током тридесет година као експонати за будући музеј. Иако необрађени и неприпремљени за музејску поставку, предмете је могуће погледати у договору са власником.

Стари и савремени занати

У области занатства је карактеристично да се у последње време¹³ појавило неколико младих људи са предузетничким идејама у области ручне производње квалитетних намирница. Неки од ових предузетника настоје да уклопе своје производе у историјски и културни контекст Сенте, повезујући их са важним догађајима града.

Од прехрамбених производа, у Сенти се производи марципан по традиционалној рецептури породице Алмаши. Туристичка организација Сенте је повезала марципан са Сенћанском битком, тако да су медаљони од марципана са ликовима принца Еугена Савојског и султана Мустафе ИИ постали аутентичан сувенир. На локацији посластичарнице „Алмаши“ постоји могућност да се организују радионице на којима би посетиоци, уз активно учешће, учили како се прави марципан.

Посластичарница Алмаши, која се налази у центру града и активно послује као угоститељски објекат, реновирана је и уређена у модерном стилу који, нажалост, ни по чему није аутентичан и не осликава дух традиције коју породица генерацијама негује. У понуди посластичарнице се налазе махом колачи који су уобичајени за гастрономску

¹¹ У vezi sa muzikom, a specifično za Sentu, važno je pomenuti i Darka Kraljića, pionira jugoslovenske zabavne muzike, koji je pesmu „Čamac na Tisi“ komponovao na keju Tise u Senti. Ovo je deo nematerijalne baštine Sente, koja se može dodatno valorizovati kroz turističku ponudu.

¹² Ovi podaci su dobijeni od Raška Ramadanskog, u okviru fokus-grupe sa predstavnicima resora kulture.

¹³ Govorimo o periodu od 2015. do 2016. godine.

понуду Србије и Војводине, док је марципан, обликован у виду медаљона и коцки, стављен у други план и не заузима примарно место у понуди објекта, које свакако заслужује. Уколико би угоститељски објекти, као што је посластичарница „Алмаша“, били укључени у туристичку понуду Сенте и представљали атракцију која је део културне руте, одређене измене у концепту пословања и визуелног доживљаја простора би биле неопходне.

Од 2015. године, у Сенти послује и фирма Реел, која се бави занатском производњом чоколаде и пралина од најквалитетнијих састојака (чоколада је белгијска, а воће које се користи је из Србије). Радионица поседује простор у којем је могуће организовати дегустације и продају ових ексклузивних занатских производа. Сарадња компаније Реел и ТО Сента је већ успостављена и то кроз продају сувенира - чоколаде са натписом *Сенћанска битка*. У плану је и отварање Музеја чоколаде.

Галерија „Форма“ представља још једно занатско место у оквиру којег постоји простор за производњу предмета од глине, као и за продају керамике. У радионици је могуће посматрати традиционални процес производње на лицу места, али тренутно не постоје капацитети за организовање радионица како би посетиоци могли сами да пробају да направе нешто од глине.

Када су у питању занати, Сента се може похвалити и изузетно квалитетним, ручно израђеним, козметичким производима из радионице „Мануфактура“. У продајном простору ове радионице је могуће посматрати процес производње и добити стручне савете везане за негу тела. Козметички препарати (сапуни, креме, дезодоранси, купке и сл.) имају потенцијал да се укључе у туристичку понуду Сенте у виду аутентичних сувенира ниске цене и велике употребне вредности (који су иначе најпродаванији у овој категорији).

Цивилна организација „Розета“ укључује 60-70 занатлија из Сенте, али они нису добро организовани. Ова чињеница се огледа у недостатку капацитета да се тржишно оријентишу (нису регистровани за тржишну делатност), како би могли да продају производе туристичкој организацији и туристима директно. Међутим, за ову организацију је занимљиво да чува традицију сенћанског белог веза и труковања – процеса израде мустре за вез. Сента је била чувена по радионици Алберта Гелбштајна, где су вешти цртачи правили мотиве и мустре по којима се радила ова врста веза. Радионица је била најактивнија између два светска рата, а збирка шаблона од 1600 комада се данас налази у Музеју. Такође, у Сенти постоји неколико жена које практикују овај занат¹⁴.

На „Божјином маркету“ смо уочили знатан број рукотворина које се том приликом продају. Из разговора са једним дрводељом смо сазнали да код младих не постоји интересовање за бављење тим послом¹⁵.

Може се закључити да у Сенти постоји значајан број занатлија који производе врло квалитетне производе који могу бити понуђени и туристичком тржишту. На основу

¹⁴ Podaci dobijeni od Nađ Abonji Agneš, etnološkinje u Gradskom muzeju.

¹⁵ Konkretno, ovaj drvodelja proizvodi tacne, podmetače i daske koje mogu da služe za turiste za posluživanje hrane i pića u restoranima.

разговора са чланом општинског већа задуженог за туризам, поставило се питање важности осмишљавања занатских производа који би били у складу са презентацијом Сенте и Сенћанском битком.

Као једна од шанси за старе и савремене занате појављује се „Магацин“ у Лађарској улици, где би занатлије могле да излажу и продају своје производе.

Познате личности из Сенте

Сента се одликује великим број знаменитих личности (Стеван Сремац, Михаљ Фекете, Јован Ђорђевић, Ђула Дудаш, Јован Мушкатиновић, Лаош Турзо, Стефан Бугарски и други). Међутим, ретка су обележја кућа у којима су живели. Материјални трагови који сведоче о животу појединих Сенћана су бисте Стевана Сремца, Гомбош Габора, Јована Ђорђевића, Јована Јоце Вујића, Тот Иштвана, Стевана Раичковића, Сел Ендреа, Берењи Јаноша, Геро Иштвана и Бољај Јаноша, али нема додатних садржаја, нити приче која би водила посетиоце кроз животе ових људи. Туристичка понуда која би била заснована на животима знаменитих Сенћана, могла би да буде динамичан производ који би окупљао заинтересоване посетиоце из Србије и Мађарске.

ИНФРАСТРУКТУРА, ИЗГРАЂЕНИ КАПАЦИТЕТИ И ОРГАНИЗАЦИЈА ТУРИЗМА

- **dobra saobraćajna povezanost**
- **zadovoljavajuć smeštajni kapacitet za manje, individualne posete**
- **nedostatak hotelskih kapaciteta za veće grupe**
- **zadovoljavajući ugostiteljski kapaciteti**
- **ne postoje receptivne turističke agencije**
- **efikasna turistička organizacija koja ima problem sa nedovoljnim brojem zaposlenih**
- **potreba za edukacijom zaposlenih u turizmu**

Саобраћајна инфраструктура

Општина Сента има повољан положај у односу на важније комуникације. Ту се, пре свега, мисли на државни пут Нови Сад - Сента - Сегедин и државни пут који од запада повезује Сенту са Бачком Тополом, односно Чоком и Кикиндом. Железнички саобраћај подразумева повезаност Сенте са Суботицом и Кикиндом. Тиса представља пловни пут од међународног значаја, али водни саобраћај није развијен. Путнички саобраћај у делу тока кроз Србију готово да и не постоји, док је теретни транспорт нешто живљи, али је и он ограничен углавном на превоз песка, шљунка и друге расуте робе.

Смештајни капацитети

На територији Сенте се могу наћи смештајни капацитети различитих типова и квалитета. Сви смештајни капацитети се налазе у приватном власништву. Једини хотелски капацитет располаже са педесетак лежајева категорисаних са три звездице и делом који функционише на хостелском принципу који је погодан за смештај ђачких екскурзија. Тренутни хотелски капацитети нису довољни за смештај већих организованих група. Самим тим, даље развијање спортског туризма (припреме и такмичења спортиста) и *МИЦЕ* туризма наилази на велику препреку.

Табела 2. Смештајни капацитети

	2012	2013	2014	2015	2016
Бр. регистр. смештајних јединица	8	3	6	6	7
Број кревета	178	146	178	184	209

Извор: *Извештај о раду и финансијском пословању ТООС-а за 2012., 2013., 2014., 2015., 2016. год.*

Смештајни капацитети који функционишу по принципу издавања соба и апартмана су широко заступљени у Сенти и околини. Понуда је изразито хетерогена, како у погледу локације, тако и у погледу квалитета и понуде. Неки смештајни капацитети легално послују, док се неки налазе у црној или сивој зони пословања. Приметна је тежња за повећавањем броја нових смештајних јединица вишег квалитета, али и даље постоји одређен број смештајних капацитета са квалитетом смештајних услуга испод прихватљиве границе, те посебну пажњу треба посветити едукацији пружалаца смештајних услуга у погледу (пре)познавања потреба и очекивања туриста, али и указати на неопходност успостављања функционалне сарадње између свих елемената туристичке понуде Сенте.

Табела 3. Туристички промет

ГОДИНА	ДОЛАСЦИ			НОЋЕЊА		
	укупно	домаћи	страни	укупно	домаћи	страни
2012	2919	1244	1675	7808	1776	6032
2013	3879	1116	2763	14152	1706	12446
2014	3218	1367	1851	9637	3122	6515
2015	3965	1630	2335	11680	4552	7128

2016	5268	3496	1772	17304	12767	4537
------	------	------	------	-------	-------	------

Извор: Републички завод за статистику Србије, Одељење статистике у Суботици

Планирано отварање смештајних капацитета као пратеће активности у спа и велнес центрима и винским подрумима представља добру основу за грађење квалитетног туристичког производа Сенте, што треба да утиче и на дужину боравка и просечну туристичку потрошњу.

Угоститељски капацитети

Угоститељски капацитети у Сенти су широко распрострањени. Већи број ресторана, кафеа, посластичарница, пицерија, клубова и дискотека у потпуности може да задовољи како потребе локалног становништва, тако и потребе туриста. Поједини локали имају дугу традицију и специфичности по којима су познати и цењени дуги низ година. Они могу и треба да представљају значајан елемент у туристичкој понуди Сенте. Међутим, као и код смештаја, потребна је едукација у циљу подизања квалитета услуге код одређеног броја угоститељских објеката.

Туристичке агенције

У општини Сента послују три туристичке агенције које се примарно баве емитивним туризмом. Не постоје рецептивне агенције које би биле посвећене довођењу туриста и промоцији туризма у Сенти као туристичкој дестинацији. Изузетак чине агенције у области ловног туризма.

Туристичка организација

Туристичка организација општине Сента је основана 2006. године са задатком да обавља послове промоције и развоја туризма на територији општине. Поред послова на промоцији дестинације, пружања информација посетиоцима и сл., који су утврђени *Законом о туризму РС*, ТО Сента обавља и послове на унутрашњем развоју дестинације, из домена дестинацијске менаџмент организације, као што су: координација и сарадња са свим учесницима туристичке понуде; учешће у организацији и припреми разних туристичких, културних и забавних манифестација; сарадња са другим туристичким организацијама, агенцијама, дестинацијама и др. Исто тако, ради на формирању интегралног туристичког производа и при томе је успоставила добру сарадњу са учесницима из домена смештаја, ресторана, установа културе, производње сувенира, старих заната, удружења из области културе, спорта, екологије, руралног развоја и др. Туристичка организација Сенте располаже квалитетним простором и стручним кадровима, међутим мали број запосленог особља у Туристичкој организацији не може реализовати све развојне активности у потребном обиму, те је потребно радити на повећању броја запослених особа у оквиру Туристичке организације.

Удружења грађана

У Сенти је активност невладиних организација на завидном нивоу. Делује приближно осамдесет организација цивилног друштва (највише из области културе). О њима је било више речи у поглављу о културним ресурсима. За развој туризма су нарочито значајне цивилне организације у области културе и еколошка удружења. Посебно је значајна њихова улога у организацији манифестација, које најчешће имају и туристички карактер. Остварују добру сарадњу са општином и туристичком организацијом.

ПРЕГЛЕД КВАНТИТАТИВНИХ ПОКАЗАТЕЉА ТУРИЗМА У СЕНТИ ЗА 2016. ГОДИНУ

Табела 4. показује званичне податке, преузете из Извештаја о раду и финансијском пословању Туристичке организације општине Сента за 2016. годину, као и из Извештаја о попису становништва, домаћинства и станова у Републици Србији из 2011. године, о броју становника, броју туриста и остварених ноћења, укупном броју расположивих кревета, броју запослених и броју запослених у сектору туризма. Од 23 316 становника општине Сенте, 7 389 чине запослени, од чега 127 у сектору туризма. Дакле, на 100 запослених у општини, њих 1,7 раде у сектору туризма (Табела 5.). Највећи број запослених у сектору туризма долази из сектора услуге смештаја и хране (укупно 125), док двоје запослених раде у ТООС (*Попис становништва, домаћинства и станова у Републици Србији 2011*). Када је у питању број расположивих кревета, општина Сента има 209 регистрованих кревета (Табела 4.), са укупно 7 регистрованих објеката за смештај (подаци се односе на 2016. годину (*Извештај о раду и финансијском пословању ТООС-а, 2016*)).

Табела 4. Квантитативни подаци о становништву и туристима у Сенти

ОПШТИН А	Број становник а	Број турист а	Број остварени х ноћења	Број кревет а	Број запосле них у општини	Број запослени х у туризму
СЕНТА	23316	5494	17860	209	7389	127

Извор: *Извештај о раду и финансијском пословању ТООС-а (2016); Попис становништва, домаћинства и станова у Републици Србији (2011).*

У Табели 5. дат је приказ резултата броја туриста у односу на број становника, затим броја кревета у односу на број становника, просечан боравак туриста, искоришћеност капацитета мерена бројем дана и изражена у процентима, и број запослених у сектору туризма у односу на број укупно запослених. Резултати показују да на нивоу општине долази 24 туриста на 100 становника, док, када је у питању број кревета, на 100 становника долази 0,9 кревета. Просечан боравак туриста у општини Сента износи 3,3 дана, а укупна искоришћеност смештајних капацитета износи 85,4 дана или 23,4% на годишњем нивоу, што је свакако испод препоручене квоте од 33% коју предлаже Програм Уједињених нација за развој.

Табела 5. Квантитативни показатељи туристичке развијености општине Сента

ОПШТИ НА	Број туриста у односу на број становн ика (100 становн ика)	Број кревета у односу на број становн ика (100 становн ика)	Просеч ан боравак туриста (мерен бројем дана)	Искоришћ еност капацитет а мерен бројем дана (на годишње м нивоу)	Искориш ћеност капацитет а у % (на годишње м нивоу)	Број запослени х у туризму у односу на број укупно запослени х[*]
СЕНТА	24	0,9	3,3	85,4	23,4	1,7

[*] Прорачун је рађен на 100 становника.

АНАЛИЗА *WEB* ПРОМОЦИЈЕ СЕНТЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ И ЊЕНИХ ЗАИНТЕРЕСОВАНИХ СТРАНА

Унапређење маркетиншких активности дестинације би требало да полази од чињенице да је употреба интернета у туризму постала неизоставни део комуникације са туристима који пре доношења одлука у вези са путовањем углавном претражују информације на интернету. Очекивања савремених туриста у великој мери превазилазе првобитне облике промоције на интернету, која се углавном заснивала на једносмерном представљању одабраних туристичких објеката и која је била слична промоцији путем других канала комуникације. Промена канала комуникације и све доминантнија улога потрошача (туристе), довели су до корених промена. Интерактивни приступ комуникацији са потрошачима који је донео прелаз са технологије *Веб 1.0* на технологију *Веб 2.0* у процесу доношења одлука о избору туристичке дестинације ставио је у први план друштвене медије и блогове, али свој „виртуелни простор“ данас све више заузимају и аудио и видео водичи (најчешће конципирани у форми поткастова), интерактивне мапе и виртуелне туре. Дошло је до преласка са „платформе за објављивање и претраживање информација“ на „платформу са могућношћу учешћа и интеракције“. Последња истраживања у вези са употребом интернета приликом припрема планова за путовање издвајају пет кључних трендова у понашању интернет корисника:

1. Коришћење интернета као главног извора информација у планирању путовања (у САД достигло ниво сатурације).
2. Туристи се прилагођавају променама у употреби интернета (прелазак са *Веб 1.0* технологије на *Веб 2.0* технологију).
3. Туристи данас више претражују информације о секундарним туристичким производима (улазницама за музеје, биоскопе, ресторане, тржне центре, представе, итд.) у односу на примарне туристичке производе (смештај и превоз).
4. Офлајн медији се користе као додатни извори информација.
5. Друштвени медији постају доминантни извор прикупљања информација на интернету.

У таквом контексту, унапређење туристичког производа одређене дестинације, у овом случају општине Сента, захтева анализу постојећих елемената *веб* промоције како организације задужене за менаџмент дестинације (овде Туристичке организације Сенте), тако и свих заинтересованих страна. Са тим циљем, у уводном делу маркетиншке анализе је урађена анализа садржаја постојећих *веб* сајтова. Пре приказа резултата,

указаће се на неколико запажања управо у вези са начином анализе сајтова у функцији промоције туристичке дестинације. Досадашња истраживања веб промоције туристичких дестинација ишла су у два правца: с једне стране, анализиран је квалитет сајтова дестинацијских организација, а с друге појединачни облици веб промоције (употребе друштвених медија у туризму - сајтова друштвених мрежа, блогова, поткастова, интерактивних мапа, итд.) и специфичних аспеката сајтова (као што су резервациони системи). Ови сајтови пружају потенцијалним или постојећим туристима информације у вези са дестинацијом (смештајем, локалитетима, атрактивностима, сатницама, превозом). Омогућавају локалној туристичкој организацији да гради и преноси вредности бренда дестинације и персуазивно утичу на потенцијалне посетиоце. Сајтови су канал комуникације путем којих се представљају туристички производи и услуге, али и платформа за дељење информација и искустава са стручном јавношћу и туристима. Сви параметри се могу груписати у четири аспекта квалитета који су од значаја за све сајтове, па и дестинацијске, а то су: технички, комуникацијски, релациони и персуазивни аспект. Једноставнија, а практична анализа садржаја дестинацијских веб сајтова, уместо анализе укупног садржаја сајта, за јединицу посматрања узима само приступну страну сајта (енгл. *home page*). Будући да је указано на чињеницу да су наведени параметри сајтова значајни за све сајтове туристичке дестинације, ова матрица анализе је била полазна тачка у анализи постојећих облика веб промоције општине Сента као туристичке дестинације.

Наведени аспекти су обухватили следеће параметре: примарни фокус приступне стране (приступне стране су класификоване као претежно информативне, претежно комерцијалне или информативно комерцијалне), визуелна презентација приступне стране (величина, балансираност, број слика, постојање дестинацијског логоа, неког облика анимације и видео материјала), могућност навигације сајтом (постојање претраживача и текста на другим језицима), заступљеност текста, рекламних огласа (банера, *пол-уп* огласа), линкова ка друштвеним медијима (друштвеним мрежама) и интеракција са посетиоцем (мапа дестинације, информације о времену, календар наступајућих догађаја, систем за резервацију хотела). Анализом су обухваћени сајтови дестинацијских субјеката (37 сајтова), који су у претходној анализи инвентарисани као значајни елементи дестинације: туристичка организација, смештајни објекти, угоститељски објекти, спортски објекти и организације културе (в. Прилог 1). Линкови до веб сајтова су праћени интернет претраживачем. На основу наведених критеријума, сајтови заинтересованих страна указују на следећа запажања:

Од наведених 37 заинтересованих страна, било је могуће пронаћи 17 сајтова праћењем линкова према називима институција као кључним речима. Овај податак не указује на реално стање заступљености сајтова као основног начина комуникације са потенцијалним посетиоцима, будући да постоје организације које своје сајтове наводе под другим именом, те је до њих могуће доћи на посредан начин. Ипак, у времену брзих дигиталних комуникација, свако додатно ангажовање потенцијалних посетилаца може да успори комуникацију, отежа добијање жељених информација и одврати посетиоце од доласка. Од доступних сајтова, приступне стране свих сајтова имају комерцијални фокус, готово половина има мале приступне странице (мање од једне) и половина их је

балансирана бројем слика у односу на текстове, а што је препорука у изради приступних страница. Са маркетиншког аспекта, активности свих заинтересованих страна би требало да буду усклађене са идентитетом дестинације. Један од знакова препознавања дестинације јесте лого дестинације и слоган који се могу посматрати као кровни бренд дестинације. У анализи постојећих сајтова, уочили смо да наведени елементи постоје само на сајтовима Туристичке организације општине Сента и Спортског савеза општине Сента. Дакле, јасно је да је реч о организацијама локалне самоуправе. Остали заинтересовани субјекти, посебно приватни, али и они који то нису, очигледно не препознају потребу да се идентификују са симболима препознавања дестинације, што може да указује и на низак ниво свести о потреби прилагођавања стратегије развоја, активности и идентитета бренда појединачних заинтересованих страна са идентитетом дестинације.

Када је реч о својству интерактивности сајтова, у обзир су узети следећи параметри: постојање неког облика анимације, видео и аудио материјала, мапе, претраживача, линкова ка друштвеним мрежама и блоговима, могућност приступа резервационим системима, информације о временској прогнози, заступљеност банера и *поп-уп* огласа. Охрабрују подаци да су банери и *поп-уп* огласи (огласи који се појављују испред прозора претраживача када корисник интернета жели да посети неку страницу) заступљени у веома малом броју. Конкретно, на наведеним сајтовима *поп-уп* огласи нису забележени, док се банери појављују само на једном од анализираних сајтова. Будући да овај облик веб комуникације са потрошачима представља једносмерни облик комуникације, јер корисник добија послату информацију без могућности реаговања на исту, и да његова реакција буде видљива другим корисницима, тј. да испољи неки облик интерактивности, охрабрује податак да су и организације свесне овог ограничења чиме се потврђују и теоријска становишта по којима се са „платформе за објављивање и претраживање информација“ прешло на „платформу са могућношћу учешћа и интеракције“.

Ипак, далеко више упозоравају подаци анализирани према осталим критеријумима интерактивности. Аудио и видео материјал готово да уопште није присутан на анализираним сајтовима (постоји на једном од 16 сајтова). Треба напоменути да постојање оваквог материјала не подразумева само линкове ка званичним презентацијама на неким од сајтова друштвених мрежа (нпр. на сајту *Јоутубе*), већ може да се односи и на могућност постављања садржаја који стварају потрошачи (енгл. *user generated content*). Многобројне су предности употребе оваквог садржаја. Садржај који креирају потрошачи у туризму је заступљенији када туристи први пут посећују одређену дестинацију, као и када посећују интернационалне дестинације. Мањи проценат таквог садржаја бележи се код путовања на које туриста одлази сам. Садржај који креирају потрошачи се често поистовећује са сличним препорукама пријатеља, породице или неке групе истомишљеника, те постаје један од круцијалних извора информација за туристе. Овај извор информација, према мишљењу потенцијалних посетилаца, поузданији је од информација које се могу добити у туристичкој агенцији, те се зато сматра својеврсним обликом препоруке у електронској комуникацији. Наведени подаци треба да буду смерница за повезивање званичних сајтова наведених објеката са линковима друштвених мрежа. Урађена анализа показује да само шест сајтова користи

линкове ка друштвеним мрежама (*Фацебоок, Твиттер, ЛинкедИН*, итд.). Поред тога, треба нагласити да садржај који се пласира путем друштвених мрежа треба да буде у таквом облику да подстиче пратиоце на интерактивност, уместо да само преноси садржај сајтова на другу платформу.

Посебна сугестија као резултат анализе сајтова заинтересованих страна у туризму општине Сента, може се односити на потпуну незаступљеност блогова на сајтовима појединачних субјеката. Област туризма бележи све већу употребу блогова. Већина блогова у туризму подржава комуникацију између туриста. Реч је обично о личним блогovima на којима аутори (блогери) преносе искуства са сопствених путовања у виду онлајн дневника. Заснивају се на концепту „причања прича“, будући да аутори блогова користе ову интернет форму како би пренели своја лична искуства са одређене дестинације. Овакви блогови често обилују детаљнијим информацијама о дестинацијама у односу на оне које се могу наћи путем других конвенционалних извора информација (сајтови туристичких агенција, туристичких организација, водичи, брошуре, итд.), те су као такви индиректно постали важан елемент у промоцији дестинација. Сходно томе, без обзира на квалитет понуђеног туристичког производа општине Сента, неопходно је да се промотивни садржај у вези са дестинацијом постави и у овој форми, без обзира на то да ли је реч о личном или дестинацијском блогу.

Конечно, сајтови заинтересованих страна не указују на интегрисаност појединачних организација са развојем Сенте као туристичке дестинације. Мапе су заступљене на само пет сајтова, претраживач и линк ка резервационом систему смештајних објеката постоје само на једном сајту, док је најава догађаја са целе дестинације постављена само на сајту туристичке организације. Постојање ових информација на сајтовима свих заинтересованих страна може у великој мери да подстакне интересовање туриста и посетилаца за боравак у Сенти или за његово продужење. Истовремено, дестинација подстиче повезивање учесника у туристичкој понуди и усклађивање међусобних активности у циљу што бољег искоришћења постојећих смештајних, угоститељских, културних и природних ресурса.

На основу резултата првобитне анализе веб промоције туристичке дестинације Сента и њених појединачних организација, било би корисно да се овај облик промоције унапреди уважавањем следећих смерница:

1. Конципирати и поставити сајтове према кључним речима за претраживање које потенцијалне посетиоце доводе директно до тражених сајтова и жељених информација.
2. Повезати садржај сајтова са сајтовима друштвених мрежа на којима се поставља садржај у оним облицима који подстичу интерактивне активности корисника (дељење садржаја, постављање коментара, изражавање слагања или неслагања са одређеним питањем, учествовање на различитим онлајн конкурсима и такмичењима, итд.).
3. Поставити садржај који креирају корисници.
4. Повезивати се са значајним личним и дестинацијским блогovima којима се повећава објективна видљивост дестинације.

5. Уврстити оне карактеристике сајтова (мапу, претраживаче, временску прогнозу, најаву догађаја на читавој дестинацији, повезивање са резервационим системима) који указују на интегрисаност појединачних организација са стратегијом развоја дестинације.

Прилог 1. Анализирани сајтови

Стејкхолдери/ Веб-сајтови		Веб-сајт		Величина приступне стране		Изглед приступне стране		Број слика		Лого и слоган дестинације		Анимације		Поп-уп огласи		Аудио материјал		Видео материјал		Мапа		Претраживач		Језици		Банери		Линкови ка друштвеним мрежама		Линкови ка блогovima		Најава догађаја на дестинацији		Резервација смештаја		Прогноза времена		Андроид апликације			
		Постоји	Не постоји	Мала	Велика	Балансиран	Небалансиран	Мали	Велики	Да	Не	Да	Не	Да	Не	Да	Не	Да	Не	Да	Не	Да	Не	Један	Локални	Више	Да	Не	Да	Не	Да	Не	Да	Не	Да	Не	Да	Не			
Смештајни објекти	Гостињска кућа Ана	x			x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		
	Гостињска кућа Тиссхаз		x																																						
	Бали собе	x		x	x	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
	Сеоско туристичко домаћинство "Краљица воћа"			x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
Угоститељски објекти	Хотел Роуал	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
	Етногод		x																																						
	Горштак	x		x	x	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
	Папули	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
	Грил		x																																						
	Ривер		x																																						
	Троцадеро	x		x	x	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
	Мигнон		x																																						
	Цаффе Стуле	x		x		x	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
	Сурах - Тхе Винехоусе	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
	Мојо Цлуб	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
	Рин Тин Тин-роцк цлуб		x																																						
	Зен Цлуб	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
	Алмаси	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
	Ќрика	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
Пчелица		x																																							
Спортски објекти	Градски стадион	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
	Тениски терени		x																																						
	Пливачки базени		x																																						
	Куглана		x																																						
	Хала спортова		x																																						
	Спортски савез општине Сента	x		x	x		x	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
	Удружења риболоваца са Тисе	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
Организације културе	Културно - образовни центар "Тхурзб Лажос"		x																																						
	Дом културе (позориште)		x																																						
	Градски музеј		x																																						
	Градска библиотека		x																																						
	Библиотека "Горњи брег"		x																																						
	Библиотека Торњош		x																																						
	Сенђанско камерно позориште		x																																						
	Завод за културу војвођанских Мађара		x																																						
	Завичајна фондација Стеван Сремац		x																																						
	Историјски архив		x																																						
Општина	Туристичка организација Сенте	x		x		x		x	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		
	Општина Сента	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	

ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАЦИ РЕСУРСНЕ ОСНОВЕ ТУРИЗМА СЕНТЕ - SWOT АНАЛИЗА

SWOT анализа подразумева идентификацију и детаљну анализу ресурсне основе општине Сента на којој се може градити и даље развијати туристички производ. Основни циљ је да се уочене снаге развијају тако да се искористе шансе, да се слабе стране што пре превазиђу или минимизирају, те да се претње из окружења предвиде, избегну или да се умањи њихов негативан утицај. На бази добијених информација се може приступити стратешком планирању даљег развоја туризма са аспекта различите временске одређености.

SWOT анализа туризма Сенте сачињена је на основу:

- 1) Анализе природних и спортско-рекреативних ресурса општине Сента
- 2) Анализе културних ресурса општине Сента
- 3) Анализе инфраструктуре, изграђених капацитета и организације туризма општине Сента
- 4) Анализе веб промоције Сенте као туристичке дестинације и њених заинтересованих страна.

Током израде овог Програма, урађене су парцијалне SWOT анализе по главним групама ресурса (Табела 6., Табела 7., Табела 8.), на основу којих је изведена и генерална (сводна) SWOT анализа (Табела 9.) која је послужила као основа за утврђивање плана активности.

Табела 6. SWOT анализа природних и спортско-рекреативних ресурса у функцији туризма

снага	слабост
<ul style="list-style-type: none"> - развијен ловни туризам (агенције које се баве ловним туризмом) - опремљено ловиште - добри услови за спортски риболов, веслање и спортове на води - простор Народне баште - викенд насеље Халас чарда - насип дуж Тисе као бициклистички коридор - постојање НВО чији је фокус деловања заштита и унапређење природних добара - природни феномен <i>цветања Тисе</i> - одлични услови за риболов и постојање 	<ul style="list-style-type: none"> - слабо одржавање обале Тисе - не постоји уређена плажа - простор Народне баште није у адекватној мери искоришћен - затворени базен је у лошем стању, не задовољава потребе за одржавање такмичења (ватерполо), те је неопходна реконструкција - непостојање или лоша интернет презентација појединих спортских клубова (понуда услуга за туристе) - непостојање адекватних смештајних капацитета за веће групе спортиста

<p>традиције риболова на Тиси</p> <ul style="list-style-type: none"> - мултифункционална спортска хала - такмичење у пицигену на Халас чарди - постојање великог броја активних спортских удружења - заинтересованост спортских удружења за диверзификацију њихове понуде у сегмент туризма 	
<p>шанса</p>	<p>опасност</p>
<ul style="list-style-type: none"> - могућност коришћења термалне воде - постојање простора на ком се могу изградити две плаже и камп - река Тиса као међународни еколошки коридор - река Тиса као спортско-рекреативни ресурс - веза са каналском мрежом - језеро у Народној башти (спортски риболов) - постојање плана заштите природних реткости - развијена спортска инфраструктура - изградња бициклистичке стазе - спортски објекти који су погодни за такмичења млађих категорија - организација летњих спортских кампова - препознавање спорта као значајног сегмента туристичке понуде од стране ТО Сента - изградња канала-стазе за кајак и кану (могу је користити и риболовци) - „Фестивал балона“ као потенцијал за повећање атрактивности дестинације 	<ul style="list-style-type: none"> - опасност од загађења реке Тисе - криволов - дивља и непланска градња (у речној долини) - недостатак финансијских средстава за заштиту и унапређење природних ресурса у функцији туризма - несарадња управљача одређеним природним ресурсима и локалних доносилаца одлука у погледу њиховог активирања у туризму

Река Тиса се најчешће појављује као појам у оквиру шанси за општину Сента, али и као снага, када је у питању феномен цветања Тисе и риболов, који се могу сматрати окосницом развоја туризма заснованог на природним ресурсима. Туристи су препознали цветање Тисе, те је овај феномен почео да се користи у сврху развоја манифестационог туризма, што представља један од првих корака у афирмисању мањих средина као туристичке дестинације.

Уколико посматрамо природне и спортско-рекреативне ресурсе из угла краткорочног планирања развоја туризма, шансе за неке веће и озбиљније пројекте су релативно мале, али на средњорочном и дугорочном плану, обала Тисе свакако мора бити приоритет.

Снага је у великом интересовању и жељи локалног становништва да се укључи и подржи заштиту реке и обале, што је одлична почетна позиција јер је, кроз постојање већег броја удружења, евидентно да се тај аспект одрживог развоја исправно одвија (*боттом ул*).

Одржавање обале и њена прилагођеност за купаче и рекреативце би могла да буде далеко боља. То је оно што и у кратком року може бити унапређено. Тиса би могла да привуче и задовољи већи број посетилаца у току лета, када би пружала боље услове за купаче и излетнике. То се може постићи изградњом кампа на обали, али пре свега, уређењем плаже која би задовољавала како безбедносне, тако и оптималне санитарне услове. На економску кризу и ниску платежну моћ становништва Војводине, у овом случају, може се гледати не као на претњу, већ као на шансу за Сенту да се афирмише као дестинација краћих одмора за тржиште Војводине.

У том случају би и сектор угоститељства добио једну нову шансу, барем у сезони. Цео овај процес успорава и отежава објективна околност, односно одсуство ингеренције општине над самом обалом и приобаљем, којима управља ЈП „Воде Војводине”, за шта је хитно потребно успостављање сарадње између ових субјеката на оперативном нивоу.

Када су у питању дугорочни планови, искоришћавање потенцијала термалних вода треба поставити у први план. Каптирање извора и проналажење инвеститора који би подржао изградњу велнес центра и хотела више категорије, дало би основе за развој облика туризма о којима се тренутно говори само у будућем времену, и у оквиру шанси, а то је спортски туризам (такмичења, припреме и сл.), велнес туризам, као и конгресни туризам (догађаји мањег и средњег обима).

Визија јесте да Народна башта чини центар спортско-рекреативног туризма, интегришући у себи спортски центар, спортске терене, базене, термалну воду, реку Тису, марину и друге комплементарне садржаје.

Табела 7. SWOT анализа културних ресурса у функцији туризма

снага	слабост
<ul style="list-style-type: none"> - умреженост и жеља за сарадњом актера у области културе (технички ниво) - значајни појединачни објекти градитељског наслеђа - постојање иницијативе за заштиту културно вредних објеката - израда планске документације за реконструкцију градитељског наслеђа - велики број организација цивилног друштва - велики број занатлија и хобиста 	<ul style="list-style-type: none"> - недостатак излагачког простора за установе културе - недостатак простора за деловање организација цивилног друштва - недовољно представљање и неадекватно обележавање (споменици итд.) Сенћанске битке - недостатак воље за заједничке иницијативе - недостатак стратешког планирања културе

<ul style="list-style-type: none"> - одређен број успешних предузетника у области културе - „Мојо“ клуб као култно место - постојање Музеја Сенте - торањ са изложбеном поставком и видиковцем 	<ul style="list-style-type: none"> - непостојање или лоша интернет презентација актера у области културе - недовољна понуда додатних садржаја и анимације посетилаца Српског културног центра „Стеван Сремац“ - лоше физичко стање објеката грађевинског наслеђа (Ватрогасни дом, објекат познат као <i>хотел Америка</i>) - хотел „Роуал“ својим унутрашњим уређењем не репрезентује значај културно-историјског споменика који објекат има - не постоји адекватно представљање знаменитих личности (приче и анимација) - неорганизованост занатлија
шанса	опасност
<ul style="list-style-type: none"> - средњовековна археолошка налазишта која окружују Сенту - велики број знаменитих личности - развој верског туризма као тренд - постојање простора који се могу адаптирати за потребе културе - укључивање Сенћанске битке у културне руте и догађаје - подстицање бројних хобиста за укључивање у туризам - подстицање презентације нематеријалног културног наслеђа - препознавање културе као значајног сегмента туристичке понуде од стране туристичке организације - заинтересованост страних инвеститора за улагање у културу Сенте - збирка прве послератне уметничке колоније у Југославији - збирка Тибора Секеља као могућност за нови културни садржај 	<ul style="list-style-type: none"> - културни актери нису у довољној мери укључени у процес израде планских докумената у сегменту културе - недостатак извора финансирања за идеје и иницијативе у области културе - недовољно препознавање културе као сегмента туристичке понуде - пропадање градитељског наслеђа

Сента располаже бројним културним ресурсима, материјалним и нематеријалним. Градитељско наслеђе је снажан ресурс Сенте, посебно објекти сецесијског стила који су специфични за ову општину. Позитивна околност је да су градитељско наслеђе и материјални артефакти већ туристички активирани (торањ на Градској кући и Музеј). У

торњу постоји изложбена поставка везана за Сенћанску битку (која се стално унапређује), и видиковац са погледом на град.

Такође, цео ресор културе је генерално активан, и поред лошег материјалног стања које често не дозвољава покривање ни основних трошкова оперативног деловања актера. Присутна је отвореност за сарадњу и јаче повезивање актера у култури, мимо тренутног које се односи само на техничку сарадњу у вези са коришћењем ресурса.

Запослени у установама културе сматрају да њихове институције треба више да буду укључене у туристичку понуду, међутим, тренутно не постоји кадровски нити финансијски капацитет за ову активност. Предлог за превазилажење овог проблема може бити ангажовање једне особе која би могла да буде задужена за туристичку активацију јавног сектора културе, организација цивилног друштва и појединаца, на пословима креирања производа, умрежавања понуде, брендирања и промоције. Позитивна околност јесте постојање великог броја организација цивилног друштва, у које убрајамо удружења и културно-уметничка друштва. Рад са њима у смислу едукације и осмишљавања начина за укључивање у туристичку понуду, могао би да обезбеди један елеменат туристичке понуде Сенте.

Најчешћи проблем који је заједнички за актере свих сектора, јесте недостатак простора. Овај проблем је могуће превазићи функционалним опремањем постојећих празних простора који се намеравају користити за потребе културе и туризма. Ово би знатно олакшало функционисање установа културе, удружења и појединаца - стваралаца, а омогућило би и профилисање једног новог простора који би био занимљив како становницима Сенте, тако и посетиоцима.

Проблем у Сенти представља недовољно заступљена презентација историјских догађаја, постојећих збирки вредних предмета и познатих личности које су рођене и живеле овде. Делимично, разлог овоме лежи у недостатку стратешког планирања културног развоја и у стихијском раду на обнови споменика културе, без сагледавања контекста и могућности повезивања са осталим градским садржајима. Активност која би допринела бољој презентацији догађаја, историјских артефаката и личностима Сенте јесте транспарентно партиципативно планирање културног развоја, и у складу са тим, планирање и развоја туризма на бази идентификованих културних ресурса.

Активности које могу започети у краћем року су програми анимације објеката, личности, и простора, као и организовање занатлија ка заједничком деловању у области туризма.

Табела 8. SWOT анализа инфраструктуре, смештајних и угоститељских капацитета у функцији туризма

снага	слабост
<ul style="list-style-type: none"> - довољан број смештајних капацитета за индивидуалне туристичке посете и организоване посете мањих група - инвестирање у изградњу нових мањих смештајних капацитета - постојање шире понуде у оквиру објеката за смештај (велнес и спа, ловни 	<ul style="list-style-type: none"> - недовољан број смештајних капацитета за посете већих група - поједини смештајни капацитети не задовољавају минималне услове квалитета - неадекватна интернет презентација смештајних и угоститељских објеката

<p>туризам итд.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - довољан број угоститељских објеката и разноврсна понуда - одређен број угоститељских објеката са дугом традицијом и изграђеним брэндом - укључивање гостију у послове домаћинства у форми туристичког садржаја - персонализација понуде, односно проактивно индивидуално прилагођавање понуде циљним групама (<i>Краљица воћа</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> - непостојање могућности онлајн информисања и резервисања смештаја (осим пансиона „Ана“ и „Тисзхаз“) путем резервационих система - тржишна борба се води путем цене, а не путем квалитета - слаба сарадња власника смештајних објеката са установама културе и угоститељима - непостојање додатних (забавних и рекреативних) садржаја у оквиру смештајних објеката - недостатак проактивности угоститеља у погледу умрежавања ради креирања заједничких понуда (смештај и ресторани и атракције) - ниска категорија смештајних објеката - недостатак сарадње око продаје смештајних капацитета (сарадња са агенцијама и другим посредницима) - недефинисана циљна тржишта - недефинисана визија понуде - неадекватна презентација локалне гастрономске понуде - неуочавање ресурса који могу бити део туристичке понуде - неедукован кадар у смештајним и угоститељским објектима
<p>шанса</p>	<p>опасност</p>
<ul style="list-style-type: none"> - изградња велнес хотела - повлачење средстава из иностраних фондова - могућност адаптације приватних старих кућа и њихово активирање у смештајне капацитете - могућност адаптације јавних објеката и њихово активирање у смештајне капацитете - подршка општине приликом обезбеђивања техничке документације за реконструкцију и изградњу објеката - могућност отварања кампова 	<ul style="list-style-type: none"> - одсуство садржаја који би анимирали туристе за дужи боравак - близина других дестинација са вишим квалитетом туристичког производа/услуге - виши ниво едукације кадрова у области угоститељства у конкурентским дестинацијама - слаба повезаност железницом

<ul style="list-style-type: none"> - оснивање функционалних интересних удружења (деловање кроз пословне и маркетинг клубове) - креирање специфичних локалних производа - могућност за проширење понуде/ диверзификација (содара и производња домаћег сока) - интердестинацијска сарадња - близина Мађарске - Тиса као пловни пут - добра друмска повезаност са окружењем - добра конекција са окружењем путем редовних аутобуских линија 	
--	--

Сента располаже довољним бројем смештајних капацитета за индивидуалне посете и мање туристичке групе, пре свега у виду приватних соба и апартмана. Инвестиције које су тренутно усмерене на проширење понуде ове врсте смештајних капацитета, још више ће отворити пут ка оснаживању Сенте као специфичне туристичке дестинације. Повољно је и то што се нови смештајни капацитети појављују у форми диверзификације асортимана производа и услуга, те представљају само један елемент понуде (смештајни капацитети у оквиру велнес центра, винарија и винских подрума итд.). Међутим, пријем већих група туриста у Сенти није могућ, те је на тај начин у великој мери ограничен и развој одређених видова туризма. Такође, поједини смештајни и угоститељски објекти морају да подигну ниво услуге, уколико желе да постигну тржишну конкурентност.

Појачавање функционалне сарадње између свих актера туристичке смештајне и угоститељске понуде Сенте уз едукацију, води ка јасном дефинисању циљног тржишта, стратешком одређивању праваца понуде, и самим тим и доброј тржишној позицији и препознатљивости.

Могућност повлачења средстава из домаћих и иностраних фондова за изградњу хотелских капацитета уз коришћење термоминералних извора у великој мери може да унапреди даљи туристички развој Сенте, са позитивним социо-економским ефектима на локално становништво. Добра саобраћајна повезаност Сенте, као и близина Београда, Новог Сада, Суботице и Мађарске, пружа велике шансе за даљи туристички развој. Могућност коришћења Тисе као међународног пловног пута може вишеструко позитивно да утиче на даљи туристички развој Сенте.

Табела 9. Интегрална SWOT анализа туристичке дестинације Сента

снага	слабост
- добра саобраћајна	- недостатак искуства у области туризма

<p>повезаност/приступачност дестинације</p> <ul style="list-style-type: none"> - богатство културног наслеђа (материјалног и нематеријалног) - туристички атрактивни занати и производи - велики број културних манифестација - манифестација „Цветање Тисе“ - постојање идејног пројекта за камп на обали Тисе и две плаже (Халас чарда и камп) - постојање идејног пројекта за изградњу марине - велики број приватних иницијатива и инвестиција у функцији повећавања смештајних капацитета - препознавање туризма као развојне шансе од стране локалног становништва - заинтересованост локалне самоуправе за развој туризма - проактивна туристичка организација са адекватно образованим кадром - велики број активних удружења грађана 	<ul style="list-style-type: none"> - одсуство брендова повезаних са туризмом - неадекватна презентација Сенћанске битке - проблем отежаног приступа Торњу за поједине посетиоце (теже покретени људи, срчани болесници, итд.) - недовољно едукован кадар из области туризма у сектору предузетништва и малог бизниса - недостатак стручњака за област туризма у установама културе - слаба промоција културног наслеђа и личности - непостојање рецептивних туристичких агенција - неиздиференцираност туристичког производа - нестандардизованост туристичких производа и услуга - неповезаност елемената туристичке понуде - неискоришћеност потенцијала Тисе - локално становништво не препознаје културне ресурсе који могу да буду део туристичке понуде - недовољна сарадња између сектора (јавни, пословни, цивилни) - недовољна сарадња међу заинтересованим странама - неусклађеност промотивних активности појединачних субјеката - промоција аутентичног сувенира - одлив младог и едукованог становништва
<p>шанса</p>	<p>опасност</p>
<ul style="list-style-type: none"> - повољан географски положај и повезаност са емитивним тржиштима - наставак туристичког активирања битке код Сенте - презентација нематеријалног културног наслеђа 	<ul style="list-style-type: none"> - загађивање Тисе - пословање у црној/сивој зони - несразмеран однос цене и квалитета угоститељских услуга - проблем са правним регулисањем начина ангажовања/исплаћивања

<ul style="list-style-type: none"> - пренамена индустријских објеката - цветање Тисе као природни феномен који се може туристички и додатно активирати - прекатегоризација Тисе у међународни пловни пут - сеоска газдинства са мултикултурном производњом - укључивање хране произведене у систему органске производње у гастрономску понуду - спортски туризам (дуга спортска традиција, спортска инфраструктура) - туризам специјалних интересовања (летење балоном, лов соколом) - приступ иностраним фондовима - интердестинацијско повезивање - заинтересованост Мађарске, Аустрије и Турске за улагање у презентацију битке код Сенте - промене навика туриста у смислу тражења аутентичних искустава - тренд раста глобалне туристичке тражње - окретање ближим и јефтинијим туристичким дестинацијама као последица економске кризе - дијаспора као доминантна циљна група - јаки пословни системи у Сенти и околини као потенцијално циљно тржиште - постојање правног оквира за ЈПП - приближавање Србије ЕУ - летњи кампови 	<p>спољних сарадника (водича) и произвођача сувенира (добављача).</p>
---	---

CWOT анализом је утврђено да туризам Сенте има значајне компаративне предности које се огледају у следећем:

- Повољан географски положај и близина великих градова - Суботице, Новог Сада, Београда и других емитивних центара у региону. Такође, Сента има веома добру саобраћајну везу са емитивним тржиштима Средње Европе, а пре свега са Мађарском. Због бројне дијаспоре, са овом земљом има врло блиске историјске, географске и културне везе, а и већинско становништво Сенте је мађарске националности.

- Са својим богатим материјалним и нематеријалним културним наслеђем, амбијенталном привлачношћу, туристички атрактивним занатима и производима, великим бројем манифестација, реком Тисом као еколошким и наутичким коридором, манифестацијом „Цветање Тисе“, Народном баштом, богатим ловиштем и атрактивним руралним подручјима, Сента представља привлачну, али недовољно афирмисану дестинацију. Уз то, традиционалне, али и савремене свакодневне активности становништва могу бити основа за формирање атрактивних туристичких производа, који су, уједно, веома заступљени у области културног туризма.
- На располагању је све квалитетнији смештај у домаћинствима, а приметна је и богата угоститељска понуда.
- Велик је број занатских и уметничких радионица, на појединим сеоским газдинствима се одвија мултикултурна производња, а приметни су и зачеци органске производње.
- Наставак успешно започетог пројекта брендирања дестинације које се, у својој основи, базира на подсећању на један изузетно значајан историјски догађај, битку код Сенте, свакако је неопходан. Додатна туристичка валоризација неопходна је и јединственом природном феномену цветања Тисе. Такође, потребна је адаптација и пренамена бројних објеката индустријског наслеђа, од којих многи поседују и значајну архитектонску вредност. Уколико се за пример узму успешни пројекти овог типа реализовани у Србији и Европи, Сента може ефикасно да интерпретира сопствено индустријско и културно наслеђе.
- Становништво Сенте је поносно на своје локалне вредности, жели да их подели са другима и препознаје туризам као развојну шансу. Та воља и оптимизам се могу и на први поглед уочити, ако се узме у обзир растући број предузетника, приватних иницијатива и инвестиција, које су усмерене на проширење смештајне и угоститељске понуде, али и других елемената туристичке потрошње, као што су спортска пловила и бицикли. Такође, у сфери културе постоји велика заинтересованост институција и појединаца за предузеништво у туризму. Бројна и веома активна удружења грађана представљају туристички ресурс од прворазредног значаја. Резултати њиховог рада се најбоље виде у успеху манифестација које организују.
- Опредељеност локалне самоуправе за развој туризма се огледа у постављању ове привредне гране у приоритете развоја општине. Интеграција сектора туризма са другим секторима локалне привреде се предузима са циљем стимулације пољопривредне производње и прераде хране, инвестирања у ревитализацију природног и културног наслеђа, унапређење спортске инфраструктуре, комуналних и других делатности. Интегрисане мере се морају фокусирати на јачање локалне заједнице кроз поспешивање предузетничког духа и подстицање *старт-уп* пројеката. Ове мере би омогућиле консолидацију комплементарних услуга и различите облике едукације, као што су обуке за самостално покретање бизниса, укључивање пољопривредних газдинстава у туризам, обуке за креирање, маркетинг и продају туристичких производа или оспособљавање младих и незапослених појединаца за обављање различитих послова у туризму.

- Једна од највећих снага којима се општина Сента може похвалити је проактивна туристичка организација, која је адекватно материјално и кадровски опремљена, приближно функционише по моделу дестинацијске менаџмент организације и, уз промоцију, обавља и послове везане за развој саме дестинације. Једина слабост туристичке организације јесете недовољан број запослених. За очекивати је да ће се, како буде јачао, читав пословни сектор у Сенти све више укључивати у промоцију дестинације.

Квалитативном анализом је идентификован знатно већи број шанси у односу на број снага. То значи да туризам много више представља шансу за будући развој општине Сента, него што је то данас случај. Истовремено, велики број препознатих слабости указује на бројност подручја где је потребно деловати у циљу побољшања ситуације. Наведене слабости се односе на:

- недовољну интерсекторску сарадњу и нејасно расподељене надлежности између јавног, пословног и цивилног сектора, која је кључни чинилац успостављања стратешке платформе за одрживи развој туризма Сенте;
- неискоришћеност могућности које нуде јавно-приватна и јавно-цивилна партнерства;
- низак ниво поверења и функционалне сарадње између појединачних учесника у ланцу вредности на дестинацији, а што се као резултат огледа у непрофилисању туристичке понуде, недефинисању циљних тржишта, непостојању имиџа, слабом позиционирању и тржишној препознатљивости понуде;
- неусклађеност промотивних активности појединачних субјеката која се огледа у недостатку потребе за идентификацијом са симболима препознавања дестинације, што указује и на низак ниво свести о потреби усклађивања њихових активности;
- непостојање стратегије канала продаје која ограничава ефикасност продаје интегралног туристичког производа дестинације, што је највидљивије у некористићењу индиректних канала продаје, пре свега специјализованих агенција;
- недостатак стручњака за област туризма у установама културе, као кључног сектора на којем почива тренутна и будућа туристичка понуда.

ПЛАН АКТИВНОСТИ

У наредном делу текста приказан је предлог активности, ранжираних према степену приоритета а проистеклих из дубинске анализе стања ресурса и могућности за њихово активирање.

Активности првог степена приоритета

Ове активности подразумевају већ донекле активирани ресурсе и исказану спремност актера за њихову реализацију. Захтевају најмање улагање материјалних средстава и више су усмерене на организационе, промотивне и анимационе елементе туристичке понуде.

На основу спроведене анализе и исказаних ставова туристичких актера Сенте, можемо предложити следеће активности које је могуће реализовати у релативно кратком року:

- 1) Организовање радног састанка свих заинтересованих страна у циљу упознавања са предложеним туристичким производима Сенте
- 2) Организовање радионице са заинтересованим странама о потреби сарадње и партнерства у циљу развоја туризма Сенте
- 3) Едукација у вези са правним статусом, регистрацијом и условима за обављање послова у туризму свих заинтересованих актера и њиховим повезивањем у циљу креирања јединствене туристичке понуде
- 4) Повећавање функционалности интересних удружења и њихово укључивање у туризам
- 5) Едукација кадрова из области угоститељства
- 6) Креирање садржаја заснованих на сенћанским наративима који би били основа за туристичке производе (припрема и реализација предложених туристичких производа из прилога)
- 7) Осмишљавање садржаја за нове просторе за културу који треба да настану као резултат ревитализације постојећих индустријских и војних објеката
- 8) Едукација у вези са екомузејем као организационом формом којом би се могла објединити понуда занатлија старих, уметничких и савремених заната
- 9) Едукација занатлија у вези са пружањем услуга у туризму
- 10) Реализација предложених промотивних активности и тржишно комуницирање у које су укључени Туристичка организација и остали актери
- 11) Подизање квалитета презентације на сајмовима туризма
- 12) Подизање квалитета интернет презентације свих елемената туристичке понуде

Сенте

- 13) Израда туристичке мапе општине Сента са свим информацијама за пешачке и бициклическе обиласке
- 14) Израда наменских тематских мапа за потребе тура „Од куће до куће” и „Потрага за благом” (у складу са предложеним туристичким производима)
- 15) Организовање редовних радних сусрета за све активне и потенцијалне учеснике у туристичкој понуди Сенте (пример, једном месечно), а које би иницирала туристичка организација.

Активности другог степена приоритета

Подразумевају наставак већ започетих и реализованих активности из прве фазе. Представљају надоградњу дефинисане туристичке понуде и њену диверзификацију. Поред тога, у овој групи активности се појављују и инфраструктурни пројекти, предвиђени *Стратегијом развоја општине Сента за период 2014.-2020.* са акционим планом, већим обимом туристичких посета и потребом за новим садржајима.

Активности:

- 1) Креирање програма анимације простора у вези са причом и личностима из Сенте, презентација нематеријалног културног наслеђа у оквиру викенд аранжмана (креирање итинерера и дефинисање актера у реализацији)
- 2) Ангажовање једне или две особе које би се бавиле умрежавањем понуде појединачних актера и промоцијом
- 3) Уређење обале Тисе и бициклических стаза
- 4) Увођење у понуду изнајмљивања бицикала
- 5) Изградња кампа на обали Тисе
- 6) Активирање изложбених простора за уметнике и занатлије, музејске и друге уметничке поставке (пренамена индустријског наслеђа - магацин у Лађарској, касарна, шећерана и зграда поред ње)
- 7) Укључивање туриста у процес израде занатских предмета
- 8) Проналажење адекватног простора за презентацију и чување колекције старих заната која је сада у приватном власништву (Кућа старих заната)
- 9) Организовање летњих кампова (спорт, занати, екологија, култура, за децу и одрасле)
- 10) Организовање спортских припрема и такмичења за млађе узрасне категорије
- 11) Креирање планске документације за валоризацију извора термалне воде
- 12) Оснивање дестинацијске менаџмент организације
- 13) Оснивање удружења водича и едукација појединаца заинтересованих за туристичко вођење (по принципу „Гуидед бу лоцалс”, „Греетерс” и сл.)
- 14) Ширење циљних тржишта и канала продаје, анимирање дијаспоре и тржишта Војводине

- 15) Развивање аутентичних искустава - летење балоном, ЗД лов, лов соколом, рекреативно јахање у природи
- 16) Стандардизовање производа и услуга (израда правилника о производњи, припреми и послуживању хране)
- 17) Осмишљавање јела аутентичног за Сенту, које би се служило у свим ресторанима и које би постало бренд у оквиру гастрономске понуде.

Трећи степен приоритета активности

Ове активности су најдугорочније и подразумевају да су активности из прве и друге фазе већ реализоване. Одликују их веће инвестиционе активности, окренуте ка туристичкој инфраструктури за јасно дефинисане облике туризма и тржишне сегменте. Ове активности су везане углавном за спорт и додатно активирање природних ресурса:

- 1) Интердестинацијско повезивање у циљу креирања заједничких туристичких производа, тематских рута (на пример, сецесија, Еуген Савојски), пловидба Тисом, бициклическе руте и слично
- 2) Изградња велнес центра, хотела и пратећих садржаја
- 3) Изградња марине
- 4) Изградња веслачке стазе
- 5) Долазак спортиста на припреме и такмичења
- 6) Развој конгресног туризма у циљу продужења сезоне и повећаних прихода.

Активности првог, другог и трећег степена приоритета имају за циљ да убрзају локални економски развој путем повећања видљивости дестинације, броја посетилаца, броја ноћења и отварања нових радних места. Све ово доводи до раста запослености, повећања прихода, јачања приватне иницијативе, партнерстава и међусекторског повезивања. Развој туристичког производа, квалитативно и квантитативно пружа могућности за диверзификацију активности, како у области туризма, тако и у комплементарним областима и омогућава дисперзију ризика инвестирања. При томе, развој туристичког производа у дугорочној временској перспективи треба се просматрати са аспекта развоја интегралног туристичког производа на међудестинацијском нивоу.

МАРКЕТИНШКЕ ОПЕРАТИВНЕ АКТИВНОСТИ У ЦИЉУ ПРОМОЦИЈЕ СЕНТЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ

Наведене активности првог, другог и трећег степена приоритета захтевају и континуирано побољшавање њихове видљивости. Овај процес је неопходно спровести на три нивоа: у односу са свима заинтересованим странама дестинације Сента, у комуникацији са локалним становништвом и у процесу изградње имиџа дестинације у свести туриста.

С обзиром на то да се значајнији резултати могу очекивати тек након одређеног временског периода, предлажемо што хитније предузимање почетних корака спровођења маркетинг плана.

Корак 1: Процес брендирања захтева усаглашавање идентитета града Сенте са имиџом туристичке дестинације који граде туристи. Исправним повезивањем ове две компоненте, могуће је успешно позиционирати бренд дестинације. Претходно приказана анализа свих облика ресурса Сенте указује на изузетно богатство и потенцијале за изградњу њене конкурентске предности са различитих аспеката (спортско-рекреативног, културног, еколошког, итд.). Таква врста разноврсности доводи локалну туристичку организацију пред изазов усклађивања свих наведених својстава у јединствени бренд по коме ће Сента бити препознатљива на тржишту. Како се идентитет бренда гради на основу потенцијала ових ресурса, али и перцепције локалног становништва, неопходно је ревидирати симболичке карактеристике Сенте које ће бити уобличене у коначној форми адекватног логотипа и слогана. У том циљу, могуће је предузети следеће кораке:

- Организовати радионице најзначајних представника наведених ресурса на којима ће се дефинисати кључне предности сваког ресурса.
- Организовати радионице намењене локалном становништву на којима ће се утврдити на који начин локално становништво перцепира место у коме живи и по чему се издваја у односу на остале дестинације.

- На основу издвојених атрибута, организовати конкурс за слоган дестинације који ће бити постављен на што већем броју друштвених мрежа.
- Предложити адекватно модификовање логотипа и слогана, односно радити на њиховом прихватању од стране свих актера туристичке понуде Сенте.

Оваквим приступом биће превазиђена многа ограничења у процесу брендирања дестинације: неће се наметати коначно и непроменљиво решење локалних власти, ангажоваће се локалне заинтересоване стране и локално становништво. У даљим корацима, ови елементи идентитета могу бити унапређени и виђењима туриста, што би захтевало и континуирана истраживања њихове перцепције. Све заинтересоване стране дестинације Сента треба да буду детаљно упознате са значајем уврштавања слогана и логотипа на сопствене сајтове, па чак и стимулисане одређеним повластицама. На тај начин, ствара се јединствени тон комуникације са потенцијалним туристима.

Корак 2: Унапређење сајта ТО Сента према смерницама датим у анализи веб промоције.

- Оптимизовати сајт ТО Сента према жељеним кључним речима (укључујући називе туристичких производа и појмове повезане са њима).
- Повезати садржај сајта са сајтовима друштвених мрежа на којима се поставља садржај у оним облицима који подстичу интерактивне активности корисника (дељење садржаја, постављање коментара, изражавање слагања или неслагања са одређеним питањем, учествовање на различитим онлајн конкурсима и такмичењима, итд.).
- Обучити особу посебно задужену за свакодневно ажурирање садржаја на друштвеним мрежама.
- Поставити садржај који креирају корисници (фотографије, видео записе, итд.) на различите теме у вези са Сентом.
- Уврстити оне карактеристике сајтова (мапу, претраживаче, временску прогнозу, најаву догађаја на читавој дестинацији, повезивање са резервационим системима) који указују на интегрисаност појединачних организација са стратегијом развоја дестинације.

Корак 3: Обука заинтересованих страна о употреби поткастова у туризму.

Поткастови су дигиталне датотеке које садрже аудио или аудио-видео запис који се дистрибуира путем интернета, а намењен је гледању или слушању на рачунарима, телефонима и другим преносивим уређајима.

Примена овог облика промоције у туризму постаје све заступљенија, а најчешће се користе **дестинацијски поткастови**, које обично спонзоришу локалне дестинацијске организације, а тематски су упућени на промовисање дешавања на дестинацији. Видео материјале, поред професионалаца, често снимају сами становници или туристи, као нпр: www.сербиа.травел/, www.инфозагреб.хр.

Узимајући у обзир чињеницу да садржај на званичним сајтовима туристичких организација, а који креирају потрошачи (*усер генератед контент*) има највећи утицај на посетиоце, намеће се закључак да би повезивање сајта ТО Сента са **поткастова о туристичким искуствима** у великој мери унапредило интернет промоцију дестинације. Реч је о личним искуствима са путовања – путописи, препоруке, савети везани за превоз, смештај, храну и сл. Примери оваквих поткастова могу да се пронађу на сајтовима www.боокирај.цом, www.утисцисапутовања.цом, www.сновиукоферима.цом, www.путовања.инфо. На глобалном нивоу, највећи утицај на мотивацију и доношење одлука о избору дестинације и угоститељских услуга има сајт *ТрипАдвисор* (www.трипадвисор.рс), па је неопходно подстаћи посетиоце и кориснике услуга да остављају своје оцене, коментаре и препоруке на том реномираном сајту.

Такође, врло корисним се показују и **едукативни поткастови** који имају задатак да обуче слушаоца, тј. помогну му у решавању конкретног проблема (како најбрже и најјефтиниј стићи од тачке А до тачке Б, шта обавезно пробати на дестинацији ХУ, шта обавезо посетити на дестинацији ХУ, 10 чињеница које сигурно нисте знали о). Пример оваквог текста може се погледати на линковима: [хттп://www.боокирај.цом/2016/08/како-стици-до-видиковца-у-природом-резервату-увац/](http://www.боокирај.цом/2016/08/како-стици-до-видиковца-у-природом-резервату-увац/); [хттп://www.боокирај.цом/2016/07/ста-све-мозете-лети-да-радите-на-копаонику/](http://www.боокирај.цом/2016/07/ста-све-мозете-лети-да-радите-на-копаонику/); [хттп://www.туризамипутовања.цом/топ-5-разлога-да-дозивите-неготин-скривену-рапсодију-природе-историје-вина/](http://www.туризамипутовања.цом/топ-5-разлога-да-дозивите-неготин-скривену-рапсодију-природе-историје-вина/)

Свака од наведених врста поткастова се заправо базира на идеји „причања прича“, односно на употреби постојећих сенћанских наратива у промотивне сврхе што се и налази у основи туристичких производа „Од куће до куће“ и „Потрага за благом“.

Корак 4: Постављање виртуелних интерактивних тура на тему Сенћанске битке (нпр. „Будите учесник битке код Сенте“) на сајт ТО Сента. Једна од опција може да буде изградња (или пренамена простора) за тзв. *Есцапе роом* игре. Игра је обично смештена у мистериозни простор савршен за тестирање вештина уз добру забаву. У тимовима од два до шест играча, у тематској соби, играчи треба да у року од 60 минута покушају све како би побегли или решили задатак пре него што време истекне. Игре могу бити тематизоване на различите начине (*Сенћанска битка*, *У ципелама познатих Сенћана*, итд.) и све чешће су део туристичког производа намењеног *теам-буилдинг* активностима за компаније, студијским путовањима, анимирању посетилаца манифестација, итд.

Корак 5: Повезивање са познатим домаћим и страним блогovima. Туристичке производе могуће је промовисати организовањем студијске посете Сенти за блогере из сфере туризма који ће своја искуства описивати у својим текстовима и видео клиповима.

Корак 6: Припрема адвенторијала у специјализованим часописима или часописима за ширу читалачку публику.

Корак 7: Рационализација одлазака на сајмове туризма који изискују велика новчана средства. Намењена средства преусмерити на директне посете туристичким

организацјама у земљи и региону, агенцијама или туроператерима. За те прилике се могу припремити посебни облици тзв. „белих књига“. Електронске „беле књиге“ су намењене стручној јавности, а њихов потенцијал се огледа у комуникацији са заинтересованим странама (другим туристичким организацјама истог, вишег или нижег ранга, туристичким агенцијама или организацјама из области спорта и културе). Електронске књиге, намењене широј публици, успеле би у процесу брендирања да укажу на предности Сенте као дестинације. Тако се, примера ради, бањске дестинације одлучују да у својим електронским књигама указују на утицај климатско-географских фактора на здравље појединаца, док се градске дестинације ослањају на најважније резултате психолошких или социолошких истраживања о утицају културе на перцепцију квалитета живота. Информације о користима које доноси боравак на неком од наведених типова дестинације, представљао би део процеса унапређења опште информисаности потенцијалног посетиоца, а директним контактом би се доприносило умрежавању Сенте са сличним дестинацијама.

Корак 8: Увршћавање понуде туристичког вођења за појединачне посетиоце, по принципу „*гуидед бу лоцалс*“, било да је реч о стручним водичима или волонтерима - гритерима.

ПРИЛОГ - ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ СЕНТЕ

Туристичке дестинације користе различите методе када желе да креирају, иновирају или прошире своје туристичке производе. Један од најпопуларнијих начина који се користи последњих година је употреба *сторителинга* (*Сторутеллинг цонцепт*). Коришћењем ове технике могуће је оживети поједине пределе и објекте, анимирати руте које нису део стандардне туристичке понуде, препричати важан историјски догађај или представити неку историјску личност, користећи митове и легенде на начин који ће бити интересантан туристима.

Уколико се пође од становишта да туристи од дестинације све мање очекују луксуз, а све више доживљај и авантуру која ће их инспирисати и заинтригирати, *сторителлинг* концепт пружа могућност да се оживе и искористе народна веровања, легенде, митови, бајке, бурна историја и анегдоте, у фази креирања, али и презентације туристичких производа. На овај начин се, кроз емоције и носталгију, туриста спонтано повезује са историјом, али и новим садржајима дестинације.

Сторителлинг је концепт који се, у контексту туризма, односи на осмишљавање и интерпретацију прича, са циљем утицања на формирање ума слушаоца. Ова метода се све чешће користи као иновативни начин анимирања туриста у музејима и туристичким дестинацијама широм света. У пракси се показало да она успешно развија вештину слушања, разумевања и памћења различитих историјских података, кроз сликовите приче о животима обичних људи. Причање прича им помаже да замисле њене јунаке (а можда и себе као једног од њих), њихово окружење, свакодневни живот и интересантне догађаје који су променили њихов живот. Иако ће сваки туристички водич групи изнети чињенице о неком објекту, јунаку или догађају и навести податке који доказују њихову величину и

историјски значај, примајући велику количину таквих информација на путовању, туристима ће у сећању остати само оне које су успели да уклопе у једну општу слику и сместе их у контекст свог предзнања.

Туристички производи „Потрага за благом” и „Од куће до куће” се у веома кратком року могу припремити и реализовати уз мање модификације према узрасту и сфери интересовања циљне групе. Уз адекватну едукацију и организацију понуђача услуга, без великог финансијског улагања, ови туристички производи се могу тржишно валоризовати и маркетиншки добро позиционирати. Сенћанска битка може представљати посебан мотив за креирање хетерогених туристичких понуда и услуга на територији Сенте.

Предлог производа – Потрага за благом

Циљна група: индивидуални посетиоци (појединци, парови, породице и мање групе пријатеља)

Циљ ове туре је анимирање индивидуалних посетилаца да, покушавајући да реше постављени задатак, самостално и на забаван начин упознају што већи број знаменитих објеката и личности везаних за Сенту.

На старту туре, која се у топлијем делу године може организовати уз коришћење сопствених или изнајмљених бицикала, посетиоцима се даје тематска мапа града и конкретан задатак. Задатак може да подразумева проналажење изгубљеног, сакривеног или „украденог“ предмета. Представник ТО или водич причају гостима причу о догађају током којег је неки предмет изгубљен (то може бити лични предмет који је припадао некој особи, изгубљена слика Саве Стојкова или нешто слично) и даје инструкције за коришћење специјализоване мапе.



Гости прате упутства, путоказе и ознаке које се налазе на мапи и објектима (на објектима то може да буде неки детаљ са фасаде, предмет у прозору, табла на улазу и сл.), на сваком кораку (трагу) који пронађу добијају краћи текст са информацијама о објекту (може

им бити лично уручено или остављено у некој кутији). Може се направити и књижица са печатима или другим ознакама као доказом да је корак успешно савладан.

У зависности од тога да ли се туристи крећу пешице или бициклом, биће одређен објект у ком би био организован ручак. За оне на бициклима, ручак може да буде организован на Халас чарди, како би и обала Тисе била укључена у обилазак. Могуће су и паузе за купање и пецање.

Тура може да обухвати посете занатлијама, као у програму „Од куће до куће“, са или без радионица. Улазнице се могу наплаћивати и давати у виду производа или обухватити ценом туре.

На крају туре гости враћају бицикле и достављају доказ да су пронашли скривени предмет. Као награду добијају поклон (флашу вина *Сенћанска битка* или нешто слично везано за Сенту).

У напреднијим фазама овог програма, могуће је понудити интеракцију у виду фотографисања на одређеним местима везаним за итинерер и објављивање на друштвеним мрежама уз хаштаг #Сента, #Потрага за благом и сл. Такође, када се укаже потреба за то, могуће је креирати апликацију за мобилне телефоне.

Јединствена цена ове туре обједињује све трошкове приказане у програму (на пример: најам бицикла, ручак, улазнице у радионице, музеј, торањ и сл.). Могуће је укључити и ноћење у приватном смештају.

Предлог производа - Упознајте Сенту „од куће до куће“

Циљна група: организоване групе свих узраста (програм се прилагођава узрасту и типу туриста).

Анимирани пешачки обилазак центра Сенте под називом „Од куће до куће“, изводи се уз пригодну причу о историји града, данашњем начину живота у њему и знаменитим Сенћанима у форми *сторителинга*.



Програм обухвата анимацију туриста који долазе у групама, што пружа могућност укључивања више актера у реализацију. Поред представника ТО и туристичких водича, у осмишљавање и реализацију могу да се укључе чланови кутурно-уметничких друштава, аматерских позоришних трупа, волонтери и остали заинтересовани чланови локалне заједнице.

Тура обухвата посету кућама знаменитих личности и кућама које носе занимљиве приче, анегдоте и локалне „варошке легенде“. Здања од архитектонског значаја која се показују туристима у оквиру обиласка, стављају се у контекст приче из свакодневног живота Сенћанина који је ту живео, на пример, крајем 19. века.

У Музеју Сенте се након краћег обиласка поставке и приче о украденој слици Саве Стојкова, посетиоцима пружа могућност да се фотографишу у народним ношњама или другим аутентичним одевним предметима.

Тура се завршава обиласком Градске куће и посетом торњу, где посетиоце очекује изненађење. Дочекују их Султан Мустафа и Еуген Савојски. Сваки од њих прича причу о бици из свог угла. Анимација се завршава дегустацијом вина *Сенћанска битка*. Сваки посетилац од наратора добија на поклон Алмаши марципан са ликовима Султана Мустафе и Еугена Савојског.

Ручак у ресторану „Папули“ уз музику.

Након ручка и слободног времена за предах, следи посета радионици за израду чоколаде. Презентација и кратка радионица - самостална израда персонализоване чоколаде. Сваки посетилац добија на поклон чоколаду коју је сам направио.

Посета радионици „Форма“. Прича о грнчарству као традиционалном занату у Сенти. Сваки посетилац добија магнет за фрижидер са мотивом Сенте као улазницу.

Посета радионици „Мануфактура“. Презентација израде креме или сапуна. Сваки посетилац добија природни сапун као улазницу.

Освежење у клубу *Моцо*. Слободно време до завршетка посете Сенти.

Предлог производа - Удружење „Екомузеј” Сента

Туристичка организација Сенте и општински ресор надлежан за културу би требало да у што краћем року иницирају оснивање удружења „Екомузеј“ и да започну активности на обезбеђењу простора за његов рад (изложбено-интерпретативни простор, продајни простор и простор за окупљање, проучавање и сл.). Рационалним решењем ове активности, чини се привођење намени магацина у Лађарској улици. Овај тип објеката и активности је одавно познат у свету функцији едукације, креативности, забаве, културе итд. Иако у свету постоје десетине оваквих организација, у Србији би ово било први пут да се на овај начин организује презентација поменутог садржаја.

Магацин у Лађарској улици данас



Извор: Колекција аутора Програма развоја

Могућ изглед магацина у Лађарској улици након реконструкције и пренамене објекта (пример екомузеја у Француској)



Извор: [хттпс://www.лифеехплоратеурс.цом/висит-ецомусее-алсаце/](http://www.лифеехплоратеурс.цом/висит-ецомусее-алсаце/)

Оквирни рок за завршетак радова на организационо-техничком оспособљавању и укључивању овог објекта у туризам јесте две године.

Основни циљ пројекта је очување, подстицање развоја и унапређење старих и уметничких заната, народне радности и других производа у локалном контексту, стварање медијума кроз који заједница преузима контролу над својим наслеђем и ствара нове приступе у очувању своје локалне особености, сарадња и креирање заједничких резултата, међу којима и је обогаћивање туристичке понуде.

У пројекат могу и треба да се укључе сви заинтересовани произвођачи рукотворина, занатлије, хобисти и удружења грађана.

Објекат би требало да има рецепцију, изложбено-интерпретативни простор, простор за окупљање, презентацију, радионице и дружење, продајни простор, чајну кухињу (или мањи угоститељски део), магацин и санитарни чвор.

Сви корисници овог објекта (занатлија и удружења) треба да имају статус правног лица, да производе на традиционалан начин, те одржавају одређени ниво квалитета и обима производње. У односу на утврђено и истакнуто радно време музеја, излагачи, односно њихови представници, морају да буду физички присутни у објекту и да активно учествују у презентацији и продаји својих производа.

Контролу квалитета би вршило Удружење. Такође, неопходна је заједничка промоција пројекта на веб порталу и штампаним материјалима музеја, као и присутност музеја на појединачним каналима промоције сваког од чланова.

Сенћанска битка као туристички производ

Развој туристичког производа заснованог на овом историјском догађају може се вршити у оквиру три развојне фазе, у складу са реализацијом осталих активности предвиђених Програмом развоја туризма општине.

Прва фаза развоја обухвата активности за које нису потребна велика финансијска улагања и које могу бити реализоване у релативно кратком временском року. Друга фаза процеса брендирања обухвата активности које представљају надградњу активности реализованих у првој фази, док активности треће фазе процеса захтевају већа улагања, сложенију организацију и стратешко планирање које подразумева активирање више учесника (појединаца и институција).

I фаза

- **Израда веб сајта** који ће објединити све постојеће артефакте (слике, фотографије, текстове, одломке из књига, резултате истраживања и слично) везане за Сенћанску битку.
Веб сајт би требао бити богат садржајем, савременог дизајна, једноставан за употребу, вишејезичан и са поткастовима, као што су видео записи, путописи, ауторски текстови, фото-албуми и слично. Такође, веб сајт би могао функционисати као засебан одељак постојећег веб сајта Туристичке организације Сента, која би била задужена за њено редовно ажурирање.
- **Дизајн и израда сувенира** са тематиком Сенћанске битке.
Сувенир могу представљати археолошки налази или њихове реплике дизајниране у виду привезака, магнетића, употребних предмета и слично. Јединствени дизајн сувенира се може применити и за израду сапуна, чоколадица, колача од марципана, ручних радова и слично. Такође, посебна „линија“ сувенира може бити осмишљена и дизајнирана коришћењем мотива везаних за слику Саве Стојкова. Код одабира идејног решења за сувенире, Туристичка организација Сенте би, уз подршку Општине Сента, могла расписати наградни конкурс.
- **Брендирање гастрономије.**
У складу са актуелним светским трендовима у области гастрономије, предлаже се стандардизација obroка који би се служио у свим ресторанима у општини, под истим називом и са истом (или приближно истом) ценом. На пример, „Плата Сенћанска битка“.
У гастрономску понуду Сенте већ је укључено вино „1697“ и започето је брендирање локално произведених послатица (чоколаде и марципана). Међутим, ове производе је потребно додатно промовисати и повећати број продајних места, као и укључити их у понуду већег броја угоститељских објеката.
Пример: уз поручену кафу у кафићима и ресторанима у граду може се служити коцкица чоколаде упаковане у амбалажу са мотивом слике Саве Стојкова.

Општина Сента може бити покровитељ ове акције, што би на амбалажи било јасно назначено. Исто се односи и на паковање шећера.



II фаза

- **Анимиране туре** за туристе на тему битке и потраге за изгубљеном сликом Саве Стојкова.

Детаљно описан пример реализације анимираних и анимационих тура приказан је у оквиру туристичких производа „Упознајте Сенту од куће до куће“ и „Потрага за благом“, а могућа је и комбинација појединих активности из ова два производа, по потреби, и у складу са циљном групом посетилаца.

III фаза

- **Манифестација поводом обележавања дана Сенћанске битке.**

Туристичка манифестација, као начин обележавања догађаја од историјког значаја, веома је чест пример успешног брендирања мањих туристичких дестинација у свету. У случају Сенте, овај догађај би могао бити повезан са уметничком колонијом (вајарство, сликарство, књижевност и сл.), уз активно укључивање свих становника града, од ученика основне школе, до удружења грађана и пензионера.

Програм манифестације би, поред уметничког дела програма, могао обухватати и оживљавање сцена из битке и презентацију војничких вештина и опреме.



Извор: www.музејзупе.орг.рс/Козник,%202010/Град%20витезова.јпг

- **Играна представа** која би имала тематику битке и њеног каснијег утицаја на политичка дешавања у Европи.

Извођена од стране професионалних глумаца или чланова аматерских позоришта, представа би премијерно била приказана на манифестацији, након чега се може играти за туристе или гостовати у другим градовима и промовисати Сенту као туристичку дестинацију.

Увођењем и развојем ових производа дугорочно би се створила основа за развој Сенћанске битке као препознатљивог брэнда туристичке дестинације Сента.