

На основу члана 12. Закона о туризму („Службени гласник РС“, бр. 36/09, 88/10, 99/11-др. закон, 93/12 и 84/15) и члана 33. став 1. тачка 4. Статута Града Суботице („Службени лист Општине Суботица“, бр. 26/08 и 27/08-исправка и „Службени лист Града Суботице“, бр. 46/11 и 15/13), Скупштина Града Суботице, на 34. седници одржаној дана 12. новембра 2015. године, донела је Одлуку о доношењу Програма развоја туризма региона језера Палић („Службени лист Града Суботице“ бр. 38/15)

## ПРОГРАМ РАЗВОЈА ТУРИЗМА РЕГИОНА ЈЕЗЕРА ПАЛИЋ

## УВОД

### ПОЛАЗИШТЕ

---

Градоначелник Града Суботице, Трг Слободе 1, Суботица, је 15. децембра 2014. године објавио позив за подношење понуда у отвореном поступку јавне набавке за израду Мастер плана развоја региона језера Палић (Мастер План Палић 2015) под ознаком ЈН П 16/14.

Пројекат развоја туристичког комплекса Палић (Мастер план 2006) урађен је 2006. године (Одлука о доношењу пројекта развоја туристичког комплекса Палић – Мастер план, „Службени лист Општине Суботица“ бр. 12/07) и на основу овог пројекта је Влада Републике Србије, након тога, донела "Одлуку о проглашењу дела насељеног места Палић и дела језера Палић са приобаљем за простор од значаја за развој туризма". Овим документом отворен је пут планског развоја читавог ресорта, заустављена непланска градња, поступак разраде планских докумената и констатована фактичка немогућност урбанизације простора према инструкцијама у Мастер плану 2006.

С тим у вези, неопходно извршити темељну ревизију важећег документа, посебно у делу који се односи на концепт простора, на ново усмерење локалне заједнице и концепт развоја туристичких производа и развојних пројеката, али и у односу на новонастали контекст – усмерење локалне заједнице, као и на концепт развоја (туристичких производа и развојних пројеката).

Сврха израде овог документа је да обезбеди одговарајућу планску основу за даљи развој туризма на Палићком језеру. Ради се о сагледавању реалног потенцијала развоја туристичке привреде и постављању туристичке развојне стратегије, са концептом развоја простора. Конкретни предлози пројеката и њихове локације су дати искључиво као индикација у оквиру одговарајуће зоне, па је неопходна даља разрада у поступку просторног планирања и израде пројектне и техничке документације за сваки од пројеката појединачно. У том погледу, Мастер план не представља замену за одговарајућа урбанистичка и архитектонска решења која су неопходна у конкретизацији садржаја предложених овим планом.

Програм развоја туризма региона језера Палић - Мастер План 2015 ( у даљем тексту: Мастер план) нуди одговоре и на следећа питања:

- Који је начин усклађивања интереса кључних интересних субјеката: локалних власти, институционалних инвеститора, туристичких субјеката, шире јавности;
- који су предлози пројеката који су тржишно утемељени, њихова идентификација;
- које су фазе реализације идентификованих пројеката;
- који су начини на које се покрећу расположиви ресурси (природни, створени и људски) да би се постигли циљеви туристичког развоја;
- који су неопходни предуслови да би се план остварио.

## Садржај

1	ПРИСТУП И МЕТОДОЛОГИЈА	7
1.1	ПРИСТУП	7
1.1.1	Полазни оквир	7
1.1.2	Пристап у изради мастер плана	8
1.2	МЕТОДОЛОГИЈА	9
1.2.1	Фазе рада	9
1.2.2	Методологија	11
2	ПРОСТОРНО-ТЕХНИЧКА ОЦЕНА ПОДРУЧЈА	13
2.1	АНАЛИЗА ПОДРУЧЈА ПАЛИЋ	13
2.1.1	Опис локације пројекта	13
2.1.2	Клима	14
2.1.3	Балнеолошке карактеристике Бање Палић	14
2.1.4	Саобраћајна доступност	14
2.1.5	Општа инфраструктура	17
2.1.6	Оцена економских услова окружења	18
2.2	ПРОСТОРНИ ОБУХВАТ И ПЛАНСКА ОСНОВА ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ ПАЛИЋ	19
2.2.1	Просторни обухват	19
2.2.2	Планска основа и урбанистичка ситуација	22
2.2.3	Власничка структура	24
2.2.4	Стање језера и режими заштите	26
2.3	ЕВАЛУАЦИЈА РЕСУРСНЕ И АТРАКЦИЈСКЕ ОСНОВЕ	29
2.4	АНАЛИЗА ПОСТОЈЕЋЕГ ТУРИСТИЧКОГ СИСТЕМА	33
2.4.1	Смештајни капацитети	33
2.4.2	Угоститељски капацитети	36
2.4.3	Остала туристичка инфраструктура	37
2.5	ЕВАЛУАЦИЈА ТРЖИШТА ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ ПАЛИЋ И ШИРЕГ ПОДРУЧЈА СА ГРАДОМ СУБОТИЦОМ	38
2.5.1	Туристичке перформансе Србије и Војводине	38
2.5.2	Туристичке перформансе дестинације Палић - Суботица	39
2.5.3	Перформансе хотелског тржишта Палић - Суботица	43
2.6	SWOT АНАЛИЗА	45
2.7	ЗАКЉУЧАК	47
3	ТРЕНДОВИ РАЗВОЈА РЕЛЕВАНТНИХ ТРЖИШТА И БЕНЧМАРК АНАЛИЗА	50
3.1	ТРЕНДОВИ РАЗВОЈА РЕЛЕВАНТНИХ ТРЖИШТА	50
3.1.1	Трендови развоја здравственог туризма	50
3.1.2	Трендови развоја конгресног туризма	52
3.1.3	Трендови у туризму породичних одмора	53
3.2	БЕНЧМАРК АНАЛИЗА	54
3.2.1	Преглед одабраних бенчмарк пројеката	54
3.2.2	Закључак	59

4	СТРАТЕШКИ ОКВИР И КОНЦЕПТ РАЗВОЈА	63
4.1	СТРАТЕШКИ КОНТЕКСТ	63
4.1.1	Стратешке предности	63
4.1.2	Стратешки недостаци	63
4.1.3	Стратешка упоришта	64
4.2	ВИЗИЈА И ТРЖИШНО ПОЗИЦИОНИРАЊЕ	64
4.2.1	Визија 65	
4.2.2	Тржишно позиционирање	66
4.3	КОНЦЕПТ РАЗВОЈА	68
4.3.1	Развој производа	68
4.3.2	Опис кључних производа за Палић	69
5	ФИЗИЧКИ МАСТЕР ПЛАН	83
5.1	Обухват	83
5.2	Физички мастер план – Златни и Сребрни круг – искуствене зоне	83
5.3	Преглед садржаја у Златном и Сребрном кругу – индикативна карта намене површина	84
6	КЉУЧНИ ИНВЕСТИЦИОНИ И РАЗВОЈНИ ПРОЈЕКТИ	87
6.1	УВОД	87
6.2	ПРОЈЕКТИ ЗЛАТНОГ КРУГА	88
6.2.1	Зона Златни круг 1 – health & spa:	88
6.2.2	Зона Златни круг 2 – indoor & outdoor water fun	93
6.2.3	Зона Златни круг 3 – Лидо / променада	94
6.3	ПРОЈЕКТИ СРЕБРНОГ КРУГА	95
6.3.1	Зона Сребрни круг 1 (Marine & Lifestyle)	96
6.3.2	Зона Сребрни круг 3 (sport, active & creative)	101
6.3.3	Зона Сребрни круг 3 (sport, active & creative)	104
6.4	РЕКАПИТУЛАЦИЈА КЉУЧНИХ ИНВЕСТИЦИОНИХ ПРОЈЕКТАТА	109
6.5	ПРЕДЛОГ МОГУЋИХ ПРОЈЕКТАТА БРОНЗАНОГ КРУГА	110
6.6	ПРЕДЛОГ ПРОЈЕКТАТА ПОБОЉШАЊА ИНФРАСТРУКТУРЕ	110
6.6.1	Саобраћајна инфраструктура	111
6.6.2	Енергетска инфраструктура	112
6.6.3	Остала инфраструктура	113
6.7	РАЗВОЈНИ ПРОЈЕКТИ	114
6.7.1	РЕГИОНАЛНИ ИНСТИТУТ ЗА ЗДРАВЉЕ И СРЕЋУ – EUDAIMONIA INTEGRATED MEDICAL & WELLNESS COMPETENCE CENTER	114
6.7.2	ЕКО – ТУРИСТИЧКИ ПАРК ПАЛИЋ - ЛУДАШ	119
6.7.3	ПАЛИЋ САЛАШИ	124
6.7.4	УКУСИ ПАЛИЋА – ВИНО И ХРАНА	128
6.7.5	ДЕЧИЈИ, ОМЛАДИНСКИ И ОБРАЗОВНИ ТУРИЗАМ	131
6.7.6	СТИМУЛИСАЊЕ ОРГАНСКЕ ПОЉОПРИВРЕДНЕ ПРОИЗВОДЊЕ У ОБУХВАТУ МАСТЕР ПЛАНА ПАЛИЋ 2015	136
6.8	ОСТАЛИ РАЗВОЈНИ ПРОЈЕКТИ ОД ЗНАЧАЈА ЗА ДЕСТИНАЦИЈУ	140
6.8.1	Остали развојни пројекти	140
6.8.2	Креирање базе за доживљај Палића током зимске сезоне	142
7	ЕКОНОМСКО – ФИНАНСИЈСКА ОЦЕНА	145
7.1	УВОД	145

7.2	ЗЛАТНИ КРУГ _____	147
7.2.1	Преглед инвестиција за Палић Спа Ризорт _____	147
7.2.2	Преглед инвестиција за Палић Water Fun, Лидо и Зелени забавни парк _____	148
7.2.3	Пројекција прихода за Палић Спа Ризорт _____	149
7.2.4	Приход од продаје апартмана – Палић Спа Ризорт _____	150
7.2.5	Пројекција трошкова рада у стабилизованој години – Палић Спа Ризорт _____	150
7.2.6	Пројекција ЕВИТДА за Палић Спа Ризорт _____	151
7.2.7	Економско – финансијска оцена пројекта Палић Спа Ризорт _____	152
7.3	СРЕБРНИ КРУГ _____	153
7.4	ЗАКЉУЧАК ЕКОНОМСКО – ФИНАНСИЈСКЕ ОЦЕНЕ _____	159
8	ПОСЛОВНО УПРАВЉАЧКИ МОДЕЛ ПРОЈЕКТА _____	162
8.1	УВОД _____	162
8.2	УПРАВЉАЊЕ И РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКОГ ПРОСТОРА "ПАЛИЋ" _____	164
8.2.1	Пословна мисија Мастер девелопер-а _____	166
8.2.2	Пословна мисија дестинацијског менаџера _____	166
8.3	АКЦИОНИ ПЛАН _____	167
8.3.1	Припремне и активности подршке _____	167
8.3.2	Реализација пројеката и развојних програма _____	170
8.3.3	Реализација инвестиционих пројеката – рекапитулација _____	171
8.3.4	Развојни пројекти и програми конкурентности _____	172
8.3.5	Мониторинг и контрола реализације _____	173



# ПОГЛАВЉЕ 1

## Приступ и методологија рада

# 1 ПРИСТУП И МЕТОДОЛОГИЈА

## 1.1 ПРИСТУП

---

### 1.1.1 Полазни оквир

У складу са условима датим у конкурсnoj документацији, овај пројекат има за циљ да објективизује ресурсну основу подручја Палић, тржишно-пословни потенцијал целине и појединих делова пројекта / локације. Зато су конкурсном документацијом формулисана три круга развоја:

**Златни круг** који у фокусу има потенцијал искоришћења простора за развој здравственог туризма – Medical Spa и Wellness центар (локација која је Мастер планом 2006 прелиминарно предложена између Крвавог језера и Палићког језера);

**Сребрни круг** који обухвата непосредно окружење центра и укључује објекте који су саграђени / који су у плану да буду саграђени (летња позорница, ЗОО врт, Велика тераса, итд.) и који су у плану да се саграде

**Бронзани круг** који обухвата шире окружење Туристичког простора Палић – цело језеро и насеља у околини као и језеро Лудах.

Ради се, дакле, о простору на којем би требало предвидети реализацију кључних и пратећих садржаја путем пројеката. Под кључним пројектима се подразумевају они пројекти који ће представљати окосницу развоја Палића, пре свега садржаји здравственог туризма, голф терена, МIСЕ капацитета са могућношћу развоја и неких облика лечилишног туризма, како је предвиђено конкурсном документацијом.

Коначно, један од циљева је и да се идентификују такви садржаји и развију такви производи којима би се обезбедила одговарајућа туристичка понуда током читаве године, односно да се у поступку управљања амортизују негативни аспекти изражене сезоналности туристичке тражње.

У оквиру приступа изради Мастер Плана Палић 2015, констатују се следеће околности произашле из Мастер Плана из 2006:

- Мастер планом 2006 било је, као једна од опција, предвиђено оснивање посебног развојног предузећа у форми друштва са ограниченом одговорношћу, које би преузело имовину предвиђену пројектом и тиме преузело улогу мастер девелопера пројекта. Са том мисијом, 2008. године је основано предузеће "Парк Палић д.о.о.", у тројном власништву Републике, Покрајине и града Суботице.
- На подручју имплементације Мастер плана је, затим, проглашен туристички простор, сходно важећим одредбама Закона о туризму<sup>1</sup>. Предузеће "Парк Палић" д.о.о. именовано је за управљача званично проглашеним Туристичким простором Палић, а на делу туристичког простора урађен је план детаљне регулације у складу са препорукама Мастер плана.
- У претходном периоду (од 2007.) у унапређење квалитета простора Палића уложено преко 6 милиона евра – ради се о уређењу инфраструктурних објеката на

---

<sup>1</sup> Одлука о проглашењу Туристичког простора "Палић" ("Сл. Гласник РС", бр. 37/2012)

туристичком подручју Палића: Велика тераса, Женски шtrand, Велики парк, део канализације викенд насеља и улица око језера, ради спречавања даљег загађења језера, итд.

- Током 2010. године расписан је Јавни позив за избор партнера на туристичком подручју Палић. Заинтересована страна, која је доставила понуду је било предузеће Терме Олимиа. Након преговора и усаглашавања уговора између представника Терме Олимиа, Владе Републике Србије и града Суботице, словеначка фирма је одлуком свог надзорног одбора одустала од посла.
- Парцеле за изградњу спа садржаја и хотела према Мастер плану су тада, у основи, припремљене за изградњу спа садржаја и хотела. Међутим, изостао је фокусиран напор за стварање услова за излазак пројекта на тржиште капитала. Потенцијално заинтересовани инвеститори нису имали потпуну информацију о динамици развоја ризорта (build-out-u), пошто се на Интернет презентацији привредног друштва "Парк Палић д.о.о." нашао велики број локација, укључујући и оне које нису урбанистички уређене и инфраструктурно опремљене. Додатно, граду Суботици су се јављали заинтересовани за инвестирање у деловима Туристичког простора Палић који још увек није урбанистички уређен и где се, имајући у виду изузетно сложену имовинско-правну ситуацију, реализација концепта развоја предвиђеног Мастер планом 2006 испоставила као практично немогућа и где је неопходно размотрити редефинисање предложеног садржаја.
- Од изузетне важности је чињеница да је 2013. донет нови акт о заштити заштићеног подручја (Одлука о проглашењу заштићеног подручја Парк природе «Палић» - Сл. Лист града Суботице бр. 15/13 и 17/13-испр.), па је један од кључних разлога за израду новог Мастер плана развоја туризма региона језера Палић прилагођавање новим режимима заштите, уз уважавање потребе коришћења ресурса у складу са мерама за очување биолошке разноврсности и побољшање квалитета воде. Формирање мултифункционалних заштитних појасева (које је предвиђено Одлуком о проглашењу заштићеног подручја, као и Планом за унапређење еколошког стања Палићког језера и његове околине) свакако представља важан корак не само у очувању природних карактеристика језера и његовог приобаља, већ и корак ка дугорочном одрживом коришћењу њиховог потенцијала у контексту развоја туризма.

### **1.1.2 Приступ у изради мастер плана**

Мастер План Палић 2015 суштински представља темељну ревизију Мастер плана 2006, посебно у делу који се односи на визију и концепт употребе простора. У том контексту, проверавају се и формулишу кључне компоненте новог Мастер Плана Палић 2015.

Ради се о следећим компонентама:

- Ревизија општих макроекономских, тржишних и осталих екстерних услова и импликације на пројекат Палић;
- Евалуација ситуације и кључних трендова здравственог, конгресног и породичног туризма у ширем подручју реализације пројекта;
- Тржишно позиционирање и концепт туристичког простора Палић са кључним зонама предложеног развојног концепта;



- Портфолио производа / кључни инвестициони пројекти;
- Провера кључних тржишно – економских показатеља на прифизибилити нивоу и укупни ефекти на дестинацијском / ризорт нивоу;
- Предлог ревидираног управљачког модела.

Имајући у виду комплексност израде овог пројекта, остварен је изузетно висок степен комуникације и сарадње између Наручиоца и Извршиоца посла, као и осталих релевантних стејхолдера. Координација представника тимова је вршена на дневном нивоу, а у току израде покренуте су и конкретне активности у вези са развојем простора и реализацијом предложених решења још за време трајања израде Мастер плана.

Са циљем да се на објективан начин обезбеде смернице развоја предметног подручја и да се пружи основ за приближавање ризорта тржишту потрошача као и потенцијалном тржишту инвеститора и/или партнера, у процесу израде овог документа, спроведене су следеће процедуре:

- Прикупљени су подаци, као и писана и картографска документација у вези са подручјем које се обрађује Мастер планом, а у прикупљању релевантних података кључан допринос је дала Радна група коју је оформио Наручилац;
- Обављени су разговори и састанци са представницима релевантних институција и кључних интересних субјеката на подручју Палића. Састанци одржани са представницима следећих институција: града Суботице, Завода за урбанизам, ЈП Палић Лудаш, Парка Палић, Туристичке организације Суботице, Хотела Президент, Ellite Палић, Хотела Патриа, Виле Милорд, Винарије Звонко Богдан. У интерактивним радионицама учествовали и представници институција за заштиту природе и очување биодиверзитета језера и околине. Појединачни састанци одржани и са посредним стејхолдерима на тему развоја и имплементације концепта здравог живота, на тему развоја и комерцијализације голфа, као и развоја додатних садржаја – као што су адреналински парк и скијање на води;
- Организовани су радни састанци у Суботици са темом визије и генералног концепта Мастер плана, усаглашавања пројеката и динамике њихове реализације.

## 1.2 МЕТОДОЛОГИЈА

---

Реализација процеса израде Мастер плана садржи кључне активности и задатке, према критеријумима из конкурсне документације, поштујући релевантан законски оквир и претходно наведене елементе.

### 1.2.1 Фазе рада

У складу са Пројектним задатком за израду Мастер плана развоја туризма језера Палић (Мастер План Палић 2015) који је дат у оквиру конкурсне документације, фазе израде Стратегијског мастер плана су:

- 1) Први међуфазни извештај ("First Interim Report");
- 2) Други међуфазни извештај;
- 3) Нацрт финалног извештаја

Први међуизвештај обухвата следеће компоненте:

**1. Просторно - техничку оцену подручја туристичке дестинације:**

- просторни обухват и планску основу туристичке дестинације Палић;
- евалуација постојеће ресурсне и атракцијске основе;
- анализу кључних интересних субјеката (стејкхолдера);
- анализу власничко – урбанистичке ситуације;
- евалуацију постојеће имовине на подручју обухвата (земљиште, садржаји, капацитети и пратећа инфраструктура)

**2. Стратешки оквир Мастер плана и концепт развоја:**

- евалуација тржишта туристичке дестинације Палић, ширег подручја за град Суботицу;
- визију и тржишно позиционирање шире дестинације Палић;
- концепт развоја размештаја и могућих локација туристичких објеката (предлог);

Други међуфазни извештај, поред претходно наведених елемената, укључује:

**3. Физички Мастер план:**

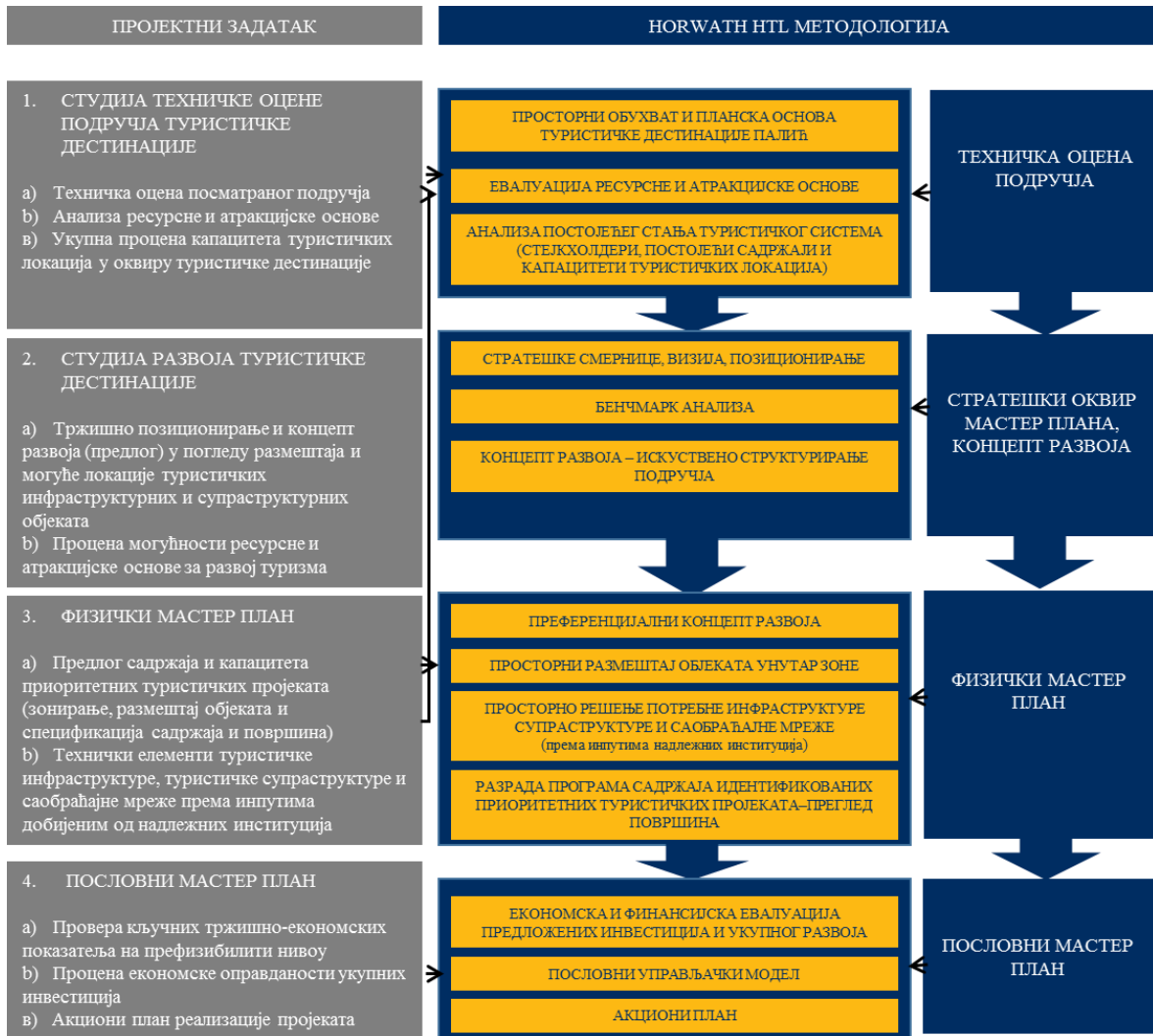
- предлог садржаја и капацитета приоритетних туристичких пројеката (зонирање, размештај објеката и спецификација садржаја и површина);
- технички елементи туристичке инфраструктуре, туристичке супраструктуре и саобраћајне мреже према инпутима надлежних институција.

Нацрт финалног извештаја додатно укључује:

**4. Пословни Мастер план:**

- економска евалуација инвестиционих пројеката јавног и приватног сектора;
- процена економске оправданости укупних инвестиција;
- акциони план реализације пројеката.

## 1.2.2 Методологија





ПОГЛАВЉЕ 2  
Просторно-техничка  
основа подручја

## 2 ПРОСТОРНО-ТЕХНИЧКА ОЦЕНА ПОДРУЧЈА

### 2.1 АНАЛИЗА ПОДРУЧЈА ПАЛИЋ

#### 2.1.1 Опис локације пројекта

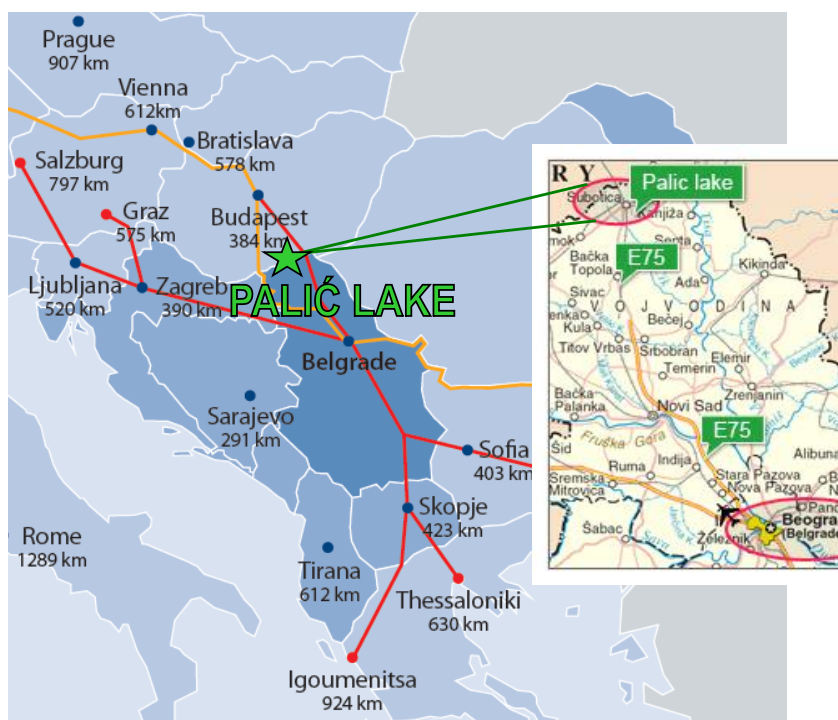
Парк природе "Палић" се налази на северу Војводине, јужно од границе са Мађарском и јужно од насеља Палић. Заузима површину од 712,36 ха са заштитном зоном од 1.698,13ха. Обухвата заштићену просторну целину културно-историјске баштине Палића. Основу заштићеног добра представља Палићко језеро.

Лековитост воде и муља алкалног степског језера је узроковала изградњу купалишта и парка у XIX веку, када је Палић настао као летовалиште и бањско купалиште (1845. године). Главно наслеђе дугогодишње историје Палића јесте Велики парк са јединственим амбијентом, кога карактеришу добро очуване зелене површине (парк – шума) и специфична архитектура из времена сецесије.

Језеро је у међувремену постало измењени екосистем еутрофног карактера, њиме се плански управља јер се усаглашавају функције пријемника воде градског пречистача и очувања традиционалне туристичке улоге.

Туристички комплекс обухвата северну и североисточну обалу језера које, са својом околином, представља један од најбитнијих елемената туристичке понуде подручја. Зоо врт Палић, са преко 50 врста животиња, је уређен као арборетум и простире се на површини око 10 ха. Прихватилиште за дивље животиње је започело свој рад 2005. године, по међународно прихваћеним стандардима за објекте Зоо врта.

Парк природе "Палић" је удаљен око 7 км од града Суботице у југоисточном правцу.



## 2.1.2 Клима

Палић се налази на северу Војводине и одликује га умерено континентална клима. Просек је 2.100 сунчаних сати годишње. Просечна летња температура је 20 °С. Најнижа просечна температура је -1.9 °С у јануару. Најчешћи правац струјања ветрова је северозапад – југоисток.

Климатолошки, подручје има карактеристике континенталне климе (отвореност према Панонској низији), са оштрим зимама и топлим летима и просечном годишњом температуром од 10,7°С.

## 2.1.3 Балнеолошке карактеристике Бање Палић

Изградња бање је започета 1852. године, а према тадашњим ауторима болесници су на Палићу тражили одмор и оздрављење. Лековита вода језера и блато су успешно лечили обољења лимфног система, кожне болести, неуралгије, итд. Палић је почео да делује као бања и кроз прихват и третирање плућних болесника, а посебан карактер подручја је комбинација карактеристика и синергија ваздушне и термалне бање.

Термалне бушотине су изведене крајем седамдесетих и почетком осамдесетих година XX века и спадају у категорију натријум хидрокарбонатних, сулфидних и јодних хипертерми. На основу извршене физичко – хемијске анализе термалних вода из бушотине због својих специфичних физичких и хемијских карактеристика може да се користи у балнеолошке сврхе, као допунско средство лечења и то купањем до одговарајуће температуре, у склопу рехабилитације код следећих обољења: болести локомоторног апарата (реуматизам, трауме и радне повреде, стања после прелома костију и хируршких интервенција на коштаном – зглобном систему) и кожних болести (псоријаза, хронични екцем).

На Палићу су вршена истраживања на ширем подручју и постоје две бушотине које су у функцији (Пј-1/Х и Пј-2/Х), њихове дубине износе 701м и 750м (респективно), каптирани капацитет је 6,88 l/s, односно 6.16 l/s, температура воде је од 47°С, тј. 48°С.

## 2.1.4 Саобраћајна доступност

### Авио саобраћај

На приближној истој удаљености од око 200км (до 2,5h вожње) налазе се три међународна аеродрома: Београд, Будимпешта и Темишвар. У будућем развоју дестинације неопходно је узети у разматрање и могућност комерцијализације аеродрома Биково.

Имајући у виду доступност, аеродром Београд би требало ставити у први план тржишног наступа, али се не сме занемарити ни аеродром Будимпешта.

**Београдски Аеродром Никола Тесла** је у 2014. имао више од 4,6 милиона путника, што представља раст од скоро 32% у односу на претходну годину. По овим резултатима, Београдски аеродром је један од најбрже растућих аеродрома у свету по броју путника. Добром резултату доприноси и национална компанија Ер Србија, која под менаџментом Eithad Airways, прераста у водећу регионалну компанију. Аеродром карактерише континуирано унапређење инфраструктуре.

У поређењу са 2009. годином укупан број путника на београдском аеродрому је 2014. године повећан скоро 2 пута, а просечна годишња стопа раста у посматраном периоду је 11%. Осим летњих месеци, месеци април-мај и септембар-октобар, такође показују значајан промет путника. Динамика путника, се поклапа и са израженом сезоналношћу броја туриста.

Тренутно 21 авио компанија има редовне авио линије и оне омогућују директну везу са 61 дестинацијом преко овог аеродрома.

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

Извор: Аеродром Никола Тесла, [www.beg.aero](http://www.beg.aero)

Према подацима Аеродрома Београд, највећи промет остварује Ер Србија (41% укупног промета), следи Wizz Air (11%), Lufthansa (9%), Montenegro Airlines (8%) и Swiss (5%).

**Аеродром Будимпешта Лист Ференц** је у 2014. години, према званичним подацима Аеродрома, имао преко 8.9 милиона путника, и након две године узастопног пада, доживљава повећање укупног промета путника. Осим летњих месеци, месеци април-мај и септембар-октобар, такође показују значајан промет путника.

Тренутно 39 компанија нуде услуге превоза од/до Будимпеште, укључујући и највеће *lowcost* превознике на свету Ryanair, Wizz Air, Easy Jet, Norwegian који имају значајно учешће у оствареном промету поред комерцијалних компанија попут Lufthansa, KLM и Swiss.

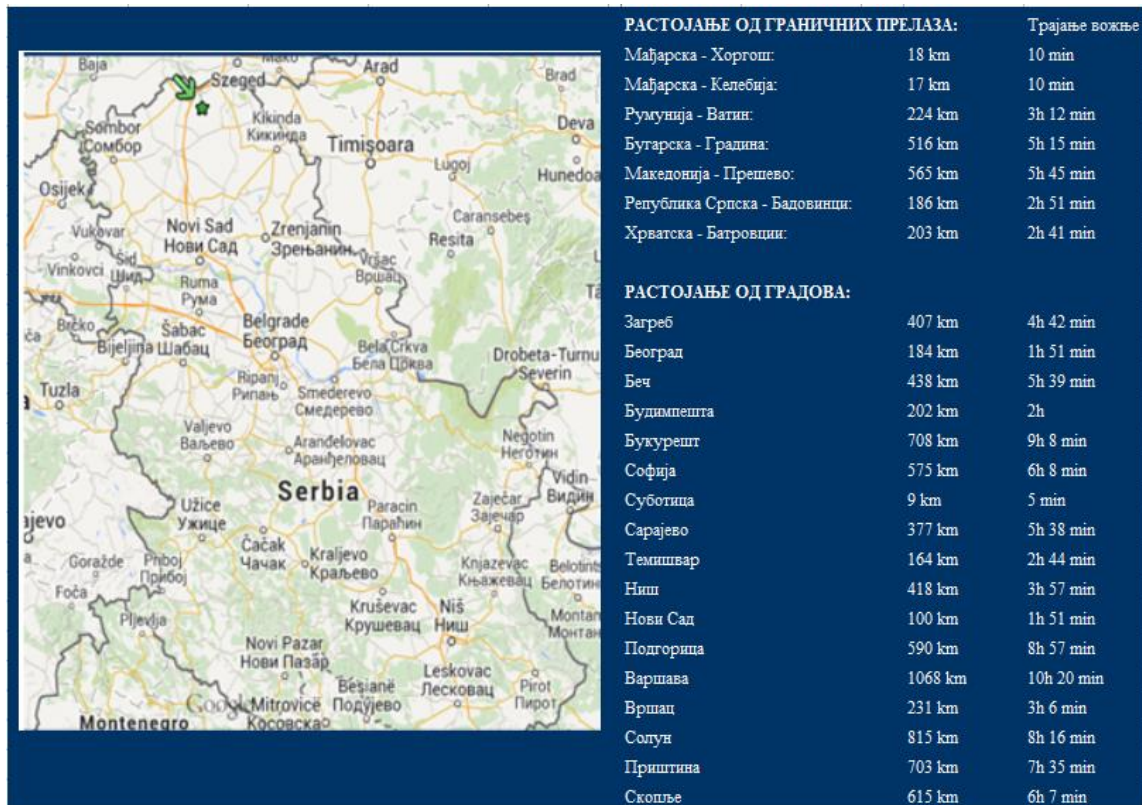
Са аеродрома у Београду и Будимпешти не постоји редовна организована аутобуска линија до Палића и Суботице, али постоји воз који саобраћа преко аеродрома у Будимпешти.

Поред споменутих, још један аеродром који се може таргетирати за одређене сегменте туриста је аеродром у Осјеку. Удаљен је 138 км и 2h вожње од Палића. Саобраћај је углавном сконцентрисан на период летњих месеци и летове *low cost* компанија. Тренутно нема директних линија до Палића.

### Друмски саобраћај

Дестинација Палић-Суботица доступна је преко међународног аутопута Е-75, као и преко магистралног путног правца М-22.1. Развијена дрumsка инфраструктура омогућује ефикасан долазак у дестинацију. Аутопут Е-75 је део међународног

коридора X, и чини дестинацију Палић изузетно доступном. Стање ауто путева је веома добро имајући у виду реконструкцију путне инфраструктуре. Следи приказ удаљености од кључних тачака и тржишта.



Извор: [www.belgrade.rs](http://www.belgrade.rs); [www.viamichelin.com](http://www.viamichelin.com)

Дестинација Палић повезана је са ширим окружењем са севера преко петље “Суботица Север” аутопута Е-75 и преко државног пута II реда бр. 102, са јужним и југоисточним окружењем преко петље “Суботица Исток” аутопута Е-75 и преко обилазнице око језера “Палић”, као и преко општинског пута Суботица-Кањижа. Везу са западним окружењем представља државни пут II реда бр. 102. Поред споменутих путних праваца везу са ширим окружењем представља и пружни правац Суботица – Хоргош. Следеће улице имају најважнију функцију:

- улица Хоргошки пут - преко које пролази магистрални правац М-22.1,
- улица Кањишки пут - део локалног пута Суботица - Кањижа,
- Обилазница око језера - од Кањишког пута, преко рекреационог центра све до спајања на магистрални пут М-24,
- улица Јожефа Хегедиша - веза између Хоргошког пута и западног и јужног дела Великог парка,
- улица Сплитска алеја - најближа веза између Хоргошког пута, и источног и јужног дела Великог парка,
- улица Ријечка са обалом Лајоша Вермеша - сервисна улица за снабдевање и приступ објектима у Великом парку, док је обала Лајоша Вермеша стриктно пешачка зона.

### Железнички саобраћај

Железничка станица у Суботици омогућује laku доступност ове дестинације. Уз најављене реконструкције пруга, учешће железничког саобраћаја и значај за туризам Палића и Суботице ће се повећати. Следи преглед железничке мреже у домаћем и међународном саобраћају.



Распоред саобраћања возова и дестинације		
Дестинација	Време пута	Фреквенција
Београд	3h 40 min	више пута дневно
Нови Сад	2h	више пута дневно
Будимпешта	4h	три пута дневно
Беч	8h	једном дневно
Праг	10h 50 min	једном дневно

## 2.1.5 Општа инфраструктура

### Водоснабдевање

Снабдевање водом предметне територије врши се са водозавата II (Суботица) са Б-9, као и са бунара у непосредној близини хидроглобуса (у туристичком делу насеља Палић). Водоснабдевање већине постојећих објеката (домаћинстава, туристичко-угоститељских објеката, установа, итд) на посматраној територији је решено прикључком на јавну водоводну мрежу.

### Канализациона мрежа

Насеље Палић има делимично саграђену канализациону мрежу. Колектор "А" као главни колектор фекалних вода стамбене и индустријске зоне Палића се простире поред пута Е-5 све до таложника изграђеног на Сланом језеру одакле преко канала Палић – Лудаш доспева у Лудашко језеро. Колектор "Б" прикупља и одводи употребљене воде из туристичке зоне на западној и северној обали језера Палић. У плану је и изградња колектора "Ц" са отприлике 6 нових црпних станица, који ће да иде источном страном Палићког језера да би се непосредно испред пречистача овај колектор прикључио колектору "А". Део канализационе мреже насеља се директно улива у канал који повезују језеро Палић са језером Лудаш. Већина становника још користи септичке јаме и није прикључена на канализациону мрежу. У току су континуална улагања у изградњу канализационе мреже око језера Палић и самог насеља. План је да се током 2016 год. канализациона мрежа насеља Палић повеже потисним водом са главним канализационим водом и сва отпадна вода усмери на градски пречистач.

Осим ових колектора јавна канализациона мрежа у осталим улицама (изван туристичке зоне) није изграђена те се одвођење отпадних вода из постојећих домаћинстава решава углавном индивидуално путем септичких јама.

### Електроенергетска, гасоводна и телекомуникациона мрежа

На простору у границама плана детаљне регулације изграђена је електроенергетска мрежа на оба напонска нивоа – углавном надземна, као и електроенергетска мрежа од 12 трафостаница на оба напонска нивоа (35 и 110 kV). Телекомуникациона мрежа је изграђена делом надземно а делом подземно и задовољава садашње вршне капацитете. Гасоводна мрежа је спојена на градски гасоводни прстен и спроведена је мрежа кроз подручје туристичке зоне, док остатак језера нема гасоводну мрежу.

## 2.1.6 Оцена економских услова окружења

Стендбај аранжман са ММФ-ом значајно је допринео смањењу перцепције ризика инвеститора у прва два месеца 2015. године, па је Србија, према наводима НБС, забележила највећи пад премије ризика у региону ЈИ Европе.

Истовремено, примарно због програма активног монетарног стимуланса Европске Централне Банке, у условима релативно виших каматни стопа у зони динара у односу на зону евра, динар је од почетка године ојачао према еврџ. Иако је НБС смањила референтну каматну стопу за 0.5пп на 7.5% и стопу обавезне резерве, може се очекивати даље благо јачање динара у периоду важења стендбај аранжмана са ММФ-ом, при садашњим релативним разликама у каматним стопама између зоне евра и зоне динара.

Инфлација се тренутно креће испод доње границе дозвољеног одступања од циља, а НБС очекује враћање инфлације унутар граница циља у другој половини 2015. године.

У 2014. години БДП је забележио пад од 1.8%, примарно услед штета проузрокованим поплавама, првенствено у секторима рударства и енергетике.

Извоз и инвестиције ће и у наредном периоду позитивно утицати на кретање БДПа.

Чврст проевропски курс и стабилност Владе паралелно са наставком реформи, утицаће повољно на прилив страних директних инвестиција. Највећи део СДИ долази из ЕУ (80%), а као позитиван тренд од 2011. године, приметан је раст удела инвестиција у прерађивачку индустрију.

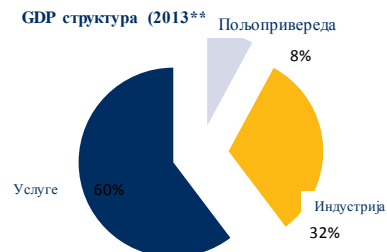
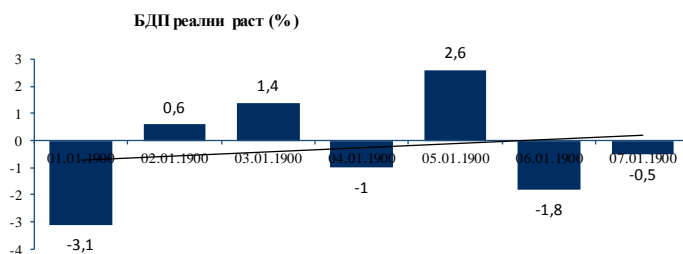
Приметан је значајан пад каматних стопа од почетка 2013. године, као и раст кредитне активности, превасходно због одобравања субвенционисаних кредита. НБС у 2015. години пројектује благи пад кредитне активности “услед завршетка програма субвенционисања кредита у децембру 2014. године, спорог економског опоравка и даље строгих услова кредитирања”.

Структурно најзначајнија законитост која је уочена је да се учешће потрошње у структури БДП-а смањује, уз истовремени раст учешћа нето извоза и инвестиција, што даљи раст БДПа чини одрживијим у односу на преткризни период, када је домаћа потрошња била најзначајнији генератор раста.

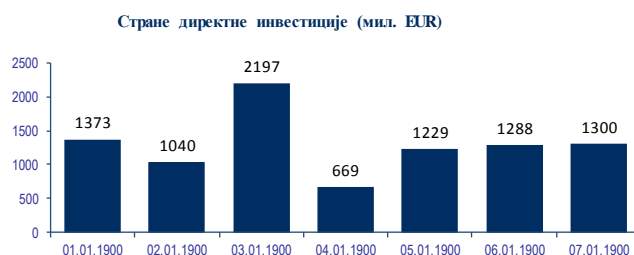
Следећа табела даје преглед најважнијих макроекономских перформанси Србије:

## Кључни макроекономски индикатори

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
БДП, млрд. RSD (текуће цене)	2.713,2	2.986,6	3.208,6	3.386,0	3.761,3	4.007,8	3.970,5
БДП у текућим ценама (млн. EUR)	30.654,7	29.766,3	33.423,8	31.683,1	34.262,9	33.075,5	33,087***
БДП рег сарита у текућим ценама (EUR)	3.995,0	3.841,0	4.620,0	4.401,0	4.783,0	4.638,0	4,660***
БДП реални раст (%)	-3,1	0,6	1,4	-1,0	2,6	-1,8	-0,5
Текући рачун РВ (%од GDP)	-5,8	-7,0	-9,9	-11,5	-6,1	-5,9	-4,7



	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Стопа инфлације (%)	6,6	10,3	7,0	12,2	2,2	2,2	4,2
Стопа незапослености (%)	16,1	19,2	23,0	23,9	22,1	20,0	21,5
Нето плате (EUR)	337,4	330,1	372,5	364,5	388,6	371,0	
Стране директне инвестиције, нето (млн. EUR)	1.373,0	1.040,0	2.197,0	669,0	1.229,0	1.288,0	1.300,0



## Кредитни рејтинг Србије

Агенција Standard and Poor's је потврдила кредитни рејтинг ББ – 16.01.2015. године, са негативним изгледима, док је Fitch Ratings 09.01.2015. године потврдио рејтинг Србије на Б+ са стабилним изгледима. Moody's Investors Service је 14. јула 2013. доделио Србији рејтинг Б1 са стабилним изгледима и до данас (март 2015.) га није мењао.

Извор: Народна банка Србије, Министарство финансија Републике Србије, Статистички завод Републике Србије

\*Процена НБС

\*\*Процена СИА

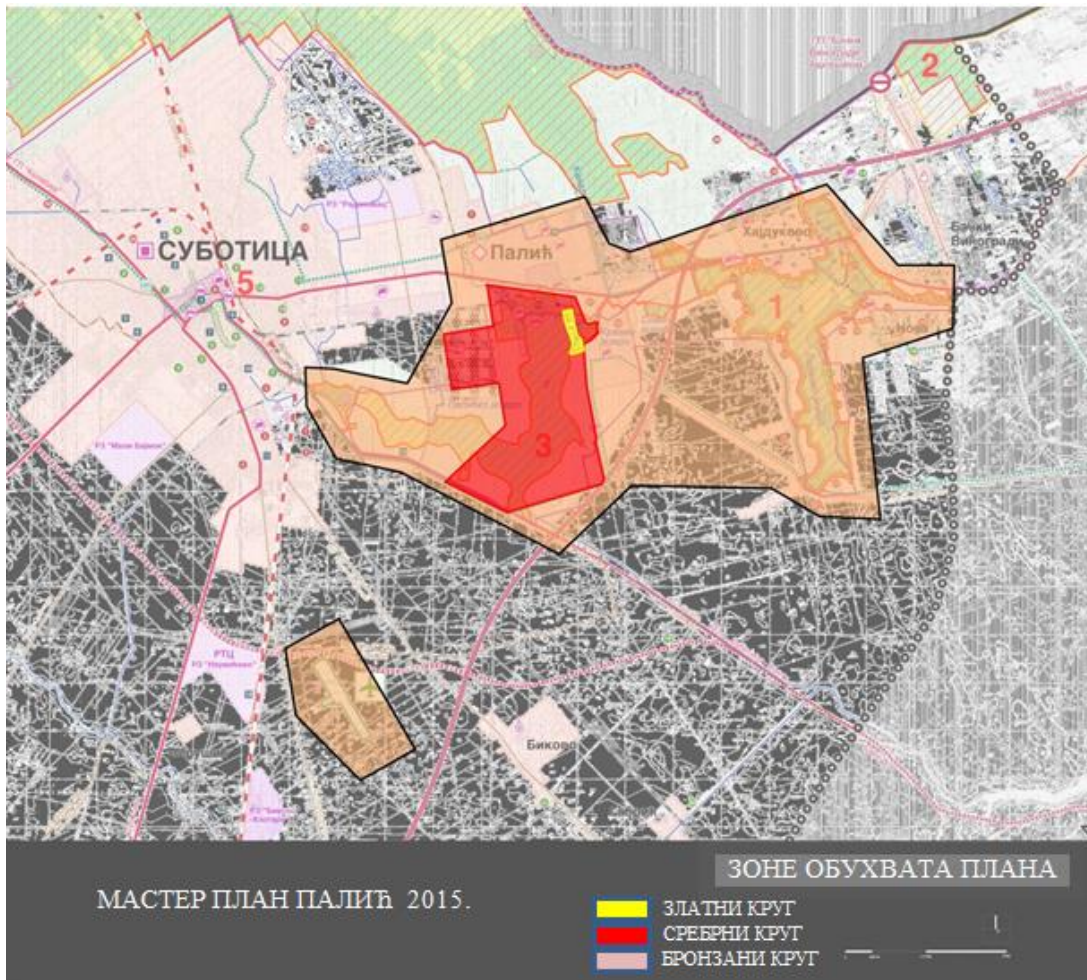
\*\*\*Процена Horwath HTL на бази курса 120 RSD за 1 EUR

## 2.2 ПРОСТОРНИ ОБУХВАТ И ПЛАНСКА ОСНОВА ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ ПАЛИЋ

### 2.2.1 Просторни обухват

Пројектним задатком је предвиђен обухват ширег региона Палићког језера, а који се састоји од три круга: Златни, Сребрни и Бронзани.

## Обухват Мастер плана Палић 2015



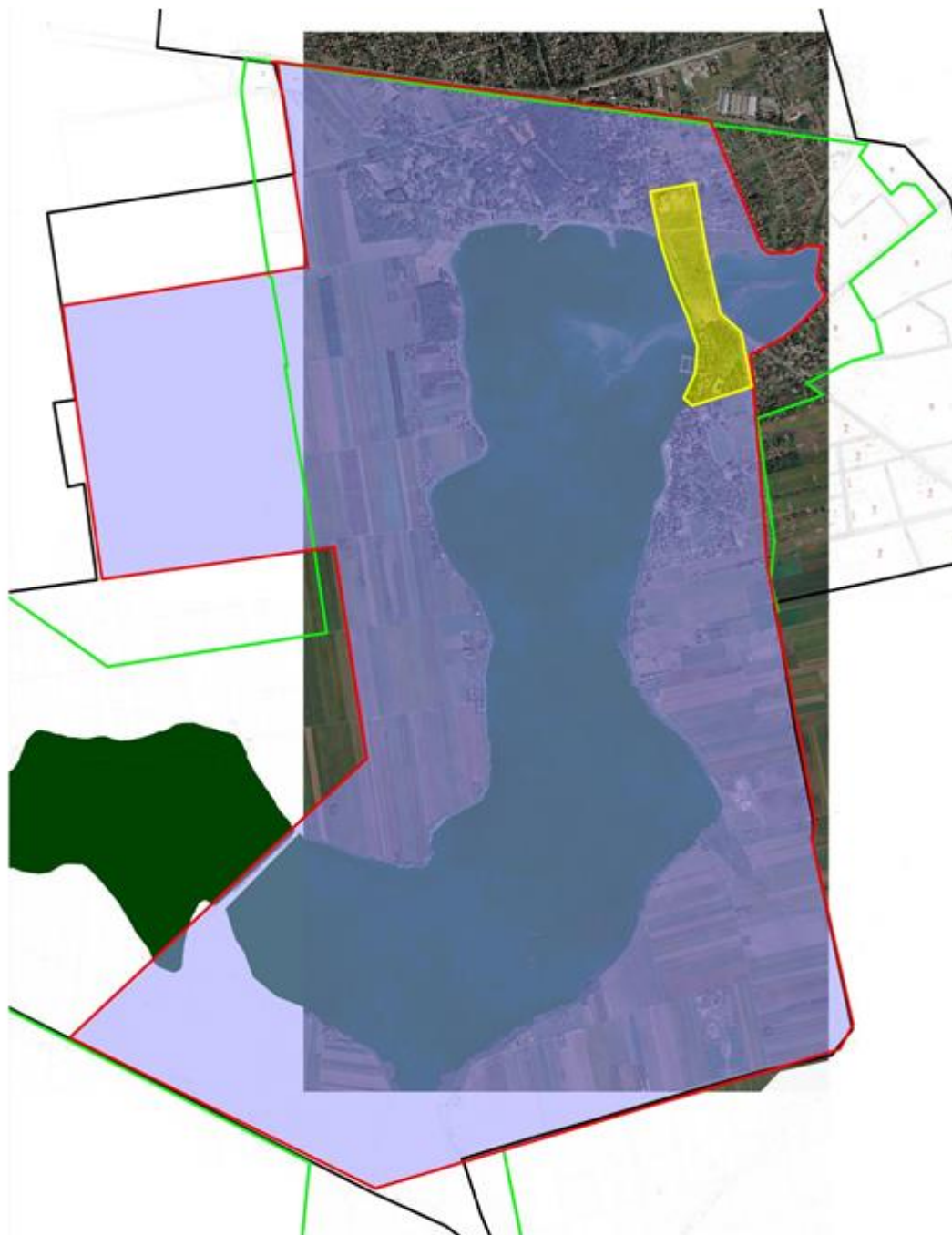
**Златни круг** обухвата локацију између језера Палић и Крвавог језера (на слици оивичено жутом бојом)

**Сребрни круг** чини непосредно окружење центра и укључује постојеће објекте и објекте који би требало да буду саграђени – у питању је обухват претходног Мастер плана из 2006., уз додатак нове локације која је предвиђена за развој голф терена и пратећих садржаја – на слици је оивичен црвеном линијом.

**Бронзани круг** обухвата шире окружење Туристичког простора Палић – цело језеро и насеља у околини и језеро Лудаш. У питању су контактне зоне пројектног мастер плана, а у вези са препорученим концептом развоја у обухвату Сребрног круга, као и дугорочној заштити и резервацији простора за даљи развој туризма на овом подручју. У обухвату Бронзаног круга се не дефинише на нивоу детаља како је то предвиђено за Златни и Сребрни круг, али га је неопходно обухватити у контексту дефинисања портфолија производа и одређивања комплементарне развојне основе у односу на садржаје дефинисане у Златном и Сребрном кругу.

Предлаже се, да у обухват Бронзаног круга уђе и локација спортског аеродрома у насељу Биково. Постоји могућност његове рехабилитације јер би својом позицијом повећао доступност локације и развој додатних садржаја.

## Обухват Мастер плана Палић 2015 – Златни и Сребрни круг



МАСТЕР ПЛАН ПАЛИЋ 2015.

ЗЛАТНИ КРУГ  
СРЕБРНИ КРУГ  
ЗОНА БАЅЕ ПАЛИЋ  
ПРИРОДНО ДОБРО

ЗОНЕ ОБУХВАТА ПЛАНА

## 2.2.2 Планска основа и урбанистичка ситуација

### Генерални план Суботица – Палић

Генералним планом Суботица - Палић до 2020. године грађевинско подручје је подељено на двадесет просторних целина - урбанистичких зона, која је директно везана за административну поделу општине на месне заједнице. Урбанистичка зона 20 која је дефинисана за подручје МЗ Палић, има 1.644 ха површине и представља највећу урбанистичку зону у Генералном плану. У њено подручје укључене су и две водене површине (језеро Палић и Омладинско језеро) са укупном површином 582,5 ха, тако да грађевинско земљиште има површину од 1.061,5 ха. Зона је подељена на блокове 20.1 до 20.6. Простор развоја туристичког комплекса је обухваћен блоком 20.1 који обухвата зону пројекта. Намена блока је бањски туризам, јавно зеленило - парк, заштитно зеленило - заштитни зелени појас и комерцијалне функције. За блок се утврђује обавеза израде Плана детаљне регулације, с обзиром на значај простора које обухвата, у циљу утврђивања регулације унутар блока и дефинисања услова уређења и грађења у складу са планираном наменом и специфичним садржајима одређених наменских целина - Бање Палић, туристичких, угоститељских и спорско - рекреативних садржаја, са интерполацијом нових објеката у заштићене делове простора, у складу са смерницама ГП-а за заштиту природних и непокретних културних добара, као и услова грађења објеката пословања у делу блока намењеном за комерцијалне функције.

### Урбанистичка ситуација - Планови детаљне регулације

У обухвату важећег Мастер плана Палић, а у складу са Генералним планом Суботица Палић до 2020. године, у међувремену су израђени следећи урбанистички планови:

1. **План детаљне регулације за део простора "Бање Палић" на Палићу** ("Сл. лист општине Суботица" бр. 7/2007), који је у међувремену имао две измене: за источни део ("Сл. лист града Суботице" бр- 46/2011) и за западно део ("Сл. лист града Суботице" бр. 56/2012).

План обухвата простор од 162,45 ха. Овим планом су обухваћене означене зоне из Мастер плана: Зона Б – Парк, Зона Ц – Спа и велнес и Зона Д – спорт и лидо, а које су означене као туристички најатрактивнији делови Бање Палић уз северну обалу језера - од обале језера до Хоргошког пута (Магистрални пут М-22.1), као и делове источне обале до комплекса "Викенд насеља" и део западне обале језера до комплекса Риболовачког савеза.

2. **План детаљне регулације "Викенд насеље" на Палићу** ("Сл. лист града Суботице" бр. 46/2011)

Планом је обухваћен простор од 23,0 ха, који је Мастер планом означен као Зона Е – Викенд насеље.

3. **План детаљне регулације за део простора бање Палић северно од Омладинског језера (Крвавог језера) – оивичен Солунском улицом, Кањишким путем и каналом Палић – Лудаш** ("Сл. лист града Суботице" бр. 56/2012)

Обухват плана износи 21,0 ха и представља контактну подручје Мастер плана.

4. **План детаљне регулације за део простора јужно и источно од Омладинског језера оивичен је улицом Рибарска, Сегединским путем са северне стране, улицом Лудашка са западне стране до Кањишког пута** ("Сл. лист града Суботице" бр. 16/2010).

Обухват плана је подручје које се директно наслања на подручје Мастер плана и наслања се јужно и источно на обалу Омладинског језера (Крвавог језера).

5. **План детаљне регулације за проширење комплекса Зоолошког врта на Палићу** ("Сл. лист града Суботице" бр. 22/2013).

Обухват плана износи 18,5 ха и налази се унутар простора који је Мастер планом означен као Зона Б – Парк.

6. **План детаљне регулације за комплекс – к.п. бр. 1690 К.О. Палић на делу простора уз источну обалу језера Палић** ("Сл. лист града Суботице" број 4/2013).

Обухват плана износи 1,5 ха и према Мастер плану се налази у Зони Ф – Рурална зона.

7. **План детаљне регулације за део обалног појаса Палићког језера (источна обала) на Палићу** ("Сл. лист града Суботице", бр. 07/15).

Делови обухвата Мастер план Палић – у складу са Генералним планом Суботица – Палић до 2020. године и препорукама Мастер плана, нису покривени планским документом, није покренут поступак за израду планова детаљне регулације, али су донете Одлуке о изради планова:

1. **ПДР за део простора "Бање Палић" уз западну обалу језера Палић** - Одлука о изради плана је донета ("Сл. лист града Суботице" бр. 31/2010), план је у поступку израде концепта и захтева доношење одлуке о настављању израде плана у складу са препорученим концептом Мастер плана, који овај простор дефинише као Зону А – МИСЕ / Голф / Водени спортови.

Обухват плана је цца 145,5 ха.

2. **План детаљне регулације за део обалног појаса Палићког језера (западна и јужна обала IV сектора и обала III сектора) на Палићу**, за који је донета Одлука о изради плана ("Сл. лист града Суботице", бр. 31/14). Концепт плана детаљне регулације је изложен на седници Комисије за планове која је одржана 22.04.2015. године.

Плановима детаљне регулације нису покривена следећа подручја:

- источне обале језера Палић између језера и Новосадског пута, који је Мастер планом означен као Зона Ф – Рурална зона, а по Генералном плану, за бањски туризам и породично становање резиденцијалног типа;
- јужне обале језера Палић, између обале језера III и IV сектора и државног пута II Б реда бр. 300, што је Мастер планом означен као Зона Ф – Рурална зона, по Генералном плану за бањски туризам, породично становање резиденцијалног типа, а дуж државног пута за комерцијалне садржаје;
- део северозападне обале језера Палић-између III и IV сектора, који се налази ван подручја Мастер плана и намењен је бањском туризму.

У процедури је утврђивање евентуалне обавезе израде плана детаљне регулације Крвавог (Омладинског) језера са обалним појасом, а у циљу активирања приобаља за рекреацију са рекреативном стазом.

Израда **Генералног урбанистичког плана за Суботицу и Палић** је у поступку израде, на основу Одлуке о преиспитивању Генералног плана Суботица Палић до 2020. године – то је нови Генерални урбанистички план, јер је Одлука о усклађивању Генералног плана ("Сл. лист града Суботице" бр. 26/2009) донесена по старом Закону о планирању и изградњи. Такође, ради се **План детаљне регулације IV, за зону бањског туризма "Палић" и делове зона "Нови Град" и "Александрово"** ("Сл. гласник града Суботице" бр. 26/09). Ова Одлука је донета у поступку о изради донете у поступку усклађивања са Законом о планирању и изградњи 2009. године и обухвата целокупно подручје Палића. Концепција овог плана ће бити усклађена са Генералним урбанистичким планом.

### 2.2.3 Власничка структура

Један од кључних захтева израде Мастер плана Палић 2015. је усаглашеност са власничком структуром површина у обухвату плана. Као препрека за реализацију концепта који је био препоручен Мастер планом 2006, појавио се проблем немогућности решавања имовинско – правних односа у појединим деловима обухвата. Зато је једно од полазишта израде Мастер плана Палић 2015 приоритетно сагледавање развоја земљишта које је у власништву Града Суботице, и налази се у обухвату Златног и Сребрног круга Мастер плана Палић 2015.

У наставку је презентован табеларни преглед са бројем парцеле, површином, наменом и статусом, као и орто-фото снимак са уцртаним истим парцелама које су у власништву Града Суботице, а које се налазе у обухвату Златног и Сребрног круга Мастер плана Палић 2015:

Преглед парцела у власништву града			
Број парцеле	Површина	Намена парцеле	Стање
1	159.000 m <sup>2</sup>		неизграђено грађевинско земљиште
2	9.100 m <sup>2</sup>	Туристичко – спортско - рекреациони центар	грађевинско земљиште
3	2.850 m <sup>2</sup>	марина	неизграђено грађевинско земљиште
4	2.260 m <sup>2</sup>	Туристичко – спортско - рекреациони центар	неизграђено грађевинско земљиште
5	1.475 m <sup>2</sup>	Туристичко – спортско - рекреациони центар	неизграђено грађевинско земљиште
6	4.894 m <sup>2</sup>	бањско – здравствено - туристичка	неизграђено грађевинско земљиште
7	7.058 m <sup>2</sup>	бањско – здравствено - туристичка	неизграђено грађевинско земљиште
8	86.700 m <sup>2</sup>	бањско – здравствено - туристичка	неизграђено грађевинско земљиште
9	2.800 m <sup>2</sup>	спортско - рекреациони центар	грађевинско земљиште
10	574 m <sup>2</sup>	туристичко - угоститетљска	грађевинско земљиште
11	887 m <sup>2</sup>	туристичко - угоститетљска	неизграђено грађевинско земљиште
12	11.600 m <sup>2</sup>	туристичко - угоститетљска	грађевинско земљиште
13	4.518 m <sup>2</sup>	комерцијално - туристичка	неизграђено грађевинско земљиште
14	4.714 m <sup>2</sup>	зона кућа за одмор са окућницом	неизграђено грађевинско земљиште
15	39.000 m <sup>2</sup>	-	неизграђено грађевинско земљиште
16	38.000 m <sup>2</sup>	-	неизграђено грађевинско земљиште
17	67.000 m <sup>2</sup>	-	неизграђено грађевинско земљиште
18	30.000 m <sup>2</sup>	-	неизграђено грађевинско земљиште

Извор: Град Суботица

Поред наведених, постоје и друге парцеле / делови парцела чији власници су искључиво Република, Покрајина и локална самоуправа, по Закону. То могу бити делови парцела, као што је у случају комплекса парцела 1 (парцела 14325/2 К.О. Нови град) код језера. На овој парцели, која је у власништву Града Суботице, изграђен је објекат Риболовачког. У власништву Града налази се земљиште уз Новосадски пут, поред парцеле бр. 13 (У ПДР Викенд насеља, означено као блок 8.1.).





Извор: Град Суботица

## 2.2.4 Стање језера и режими заштите

Палићко језеро се сврстава у типична панонска, плитка, степска језера, која су у природном стању била заслањеног карактера.

Палићко језеро је у данашњем облику секундарни водени биотоп са уређеним водним режимом, који је изложен бројним негативним утицајима из окружења, због чега је у великој мери деградирано. Површина језера је око 5,7 км<sup>2</sup>. Најмања ширина је око 300м, а дужина језера је 8.250м. Дно језера је замуљено, а дубина се креће од 1,5 – 2м, на неким местима је и знатно дубље.

Вишедеценијски утицај неповољних фактора као што су уливање недовољно пречишћених, или непречишћених отпадних вода и интензивна пољопривредне активности довели су до девастације воде језера и животних заједница. Због непостојања одговарајућег предтретмана индустријских отпадних вода, угрожена је стабилност рада централног постројења за пречишћавање отпадних вода. Због тога, као и због дифузног загађења језера, и даље у воду доспевају велике количине нутријената (азота и фосфора), што доводи до пренамножавања фитопланктона, а што је нарочито изражено у четвртом (туристичком сектору). Проблеми загађења потичу од дифузно загађења језера, тачкастих загађивача, непостојања канализационе мреже (септичке јаме и други извори загађења – хемикалије из башти и сл.) везани за објекте у близини језера. Квалитет воде у туристичком делу језера је IV класе.

У последње време се чине значајни напори за унапређење визуелних, биолошких, хемијских и других карактеристика језера Палић, као и унапређење његовог одрживог коришћења, а Град је донео План за унапређење еколошког стања Палићког језера и његове околине, којом су дефинисане мере за санацију и унапређење стања животних заједница језера Палић<sup>2</sup>.

Побољшање је нарочито уочљиво у домену управљања и заштите природе.

Одлуком о проглашењу заштићеног подручја Парк природе "Палић" (Сл. лист Града Суботице бр. 15/2013 и 17/13-испр.) урађена је ревизија заштите и прилагођавање режима заштите новим прописима, потребама управљања и очувања квалитета воде, при чему је као управљач остало Јавно предузеће "Палић – Лудаш".

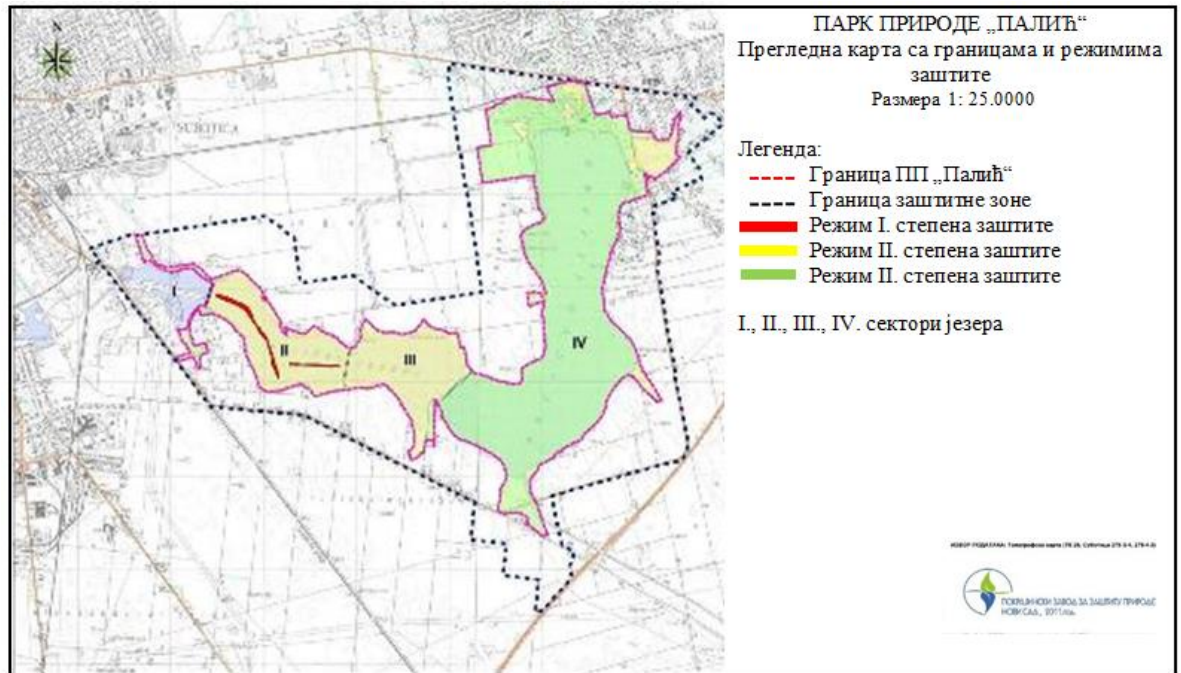
По међународној IUCN класификацији Парк природе Палић спада у IV категорију – заштићено подручје управљања стаништима и врстама (Habitat and Species Management Area). Међународни статус овог заштићеног подручја је *подручје од значаја за птице* (IBA – Important Bird Areas) и у целини припада IBA подручју "Суботичка језера и пустаре", као и *значајно ботаничко подручје* (IPA – Important Plant Areas).

Парк природе "Палић" представља заштићено подручје од локалног значаја – III категорије. У складу са одредбама Закона о заштити природе (Сл. гласник Републике Србије бр. 36/09, 88/10, 91/10) Парк природе Палић је подручје добро очуваних природних вредности са претежно очуваним природним екосистемима и живописним пејзажима, намењено очувању укупне геолошке, биолошке и предеоне разноврсности, као и задовољењу научних, образовних, духовних, естетских, културних, туристичких, здравствено – рекреативних потреба и осталих делатности усклађених са традиционалним начином живота и начелима одрживог развоја".

---

<sup>2</sup> Одлука о доношењу плана за унапређење еколошког стања Палићког језера и његове околине ("Сл. Лист града Суботице", бр. 24/14)

## Палић – режими заштите



Режим заштите првог степена – строга заштита, је прописана за тзв. "Птичја острва" у оквиру II сектора језера, у циљу очувања гнездећих популација ретких и угрожених врста птица. Укупна површина под овим режимом је 5 ha, односно 0,7% подручја.

Режим заштите другог степена обухвата други сектор језера, предвиђен за трајно побољшање квалитета воде која стиже са пречистача, и трећи сектор језера, који има централну улогу у очувању сукцесијског низа животних заједница језера. Под овим режимом заштите су и издвојени делови Великог парка, који су значајни за очување ретких и угрожених врста. Еколошки коридори (канал Тапша, канал између Палићког и Омладинског језера, Омладинско језеро до канала Палић – Лудаши, као и почетна деоница канала Палић-Лудаши) су такође под режимом заштите другог степена и они су неопходни за очување интегралности заштићеног подручја. Укупна површина под овим режимом заштите је 216,24 ha, односно 30,4% подручја.

Мере за режим заштите II степена подразумевају ограничења за: спортски риболов на 30% укупне дужине линије обале, кретање посетилаца и возила на за ту сврху предвиђене стазе и путеве, као и туристичке активности у смислу просторно и временски ограничених видова еко и сеоског туризма. Ограничена је и изградња рекреативних стаза, постављање инфраструктурних водова на зеленим површинама, могуће је обнављање постојећих, уз потребну инфраструктуру, изградњу која је у складу са потенцијалима, вредностима, потребама и капацитетима заштићеног простора. Приликом планирања просторног распореда активности, неопходно је применити зонални распоред туристичких и других садржаја, у циљу заштите интегралности и функционалности екосистема.

Сразмерно највећи део Парка природе "Палић" је под режимом заштите трећег степена (68,9%, или 491,12 ha). У овом степену заштите могуће је селективно и ограничено коришћење природних ресурса и простора уз потребну инфраструктуру и другу изградњу, а што је усклађено са вредностима, потенцијалима капацитетима и потребама заштићеног простора. Туристички (IV) сектор језера је у овом режиму заштите, а у циљу заштите интегралности и функционалности језерског екосистема, приликом планирања просторног распореда активности, неопходно је применити *зонални распоред туристичких и других садржаја*.

У погледу обухвата тзв. Сребрног круга Мастер плана Палић 2015, имајући у виду потребу за планирањем адекватних садржаја и објеката, у сарадњи са надлежним

Заводом за заштиту природе дефинисане су препоруке за побољшање стања IV (туристичког) сектора Палићког језера и зоне око Омладинског (Крвавог) језера:

- 1. Очување приобалних ливада код Крвавог језера** – предложено је могуће формирање паркинга уз Рибарску улицу, а свака друга изградња на северном делу обале би проузроковала ненадокнадив губитак за постојећи екосистем. Крваво (Омладинско) језеро функционише као самостални екосистем и припада најосетљивијим деловима Парка природе. Визуелна атрактивност језера је знатно мања од језера Палић - могућа улога овог дела простора је „мирни кутак“ у блиско-природном стању, повољан за шетњу и одмор у природи и то у непосредној близини централног дела бањског простора (у овом смислу се остварује и пројекат уређења обале који је у току);
- 2. Формирање "острва природе" у северозападној кривини обале, јужно од ушћа канала Тапша** (у продужетку троугла који је у II степену заштите) – препорука је да се резервише простор за ревитализацију тршчака и да се очува део приобалних ливада према расаднику (Према важећем Мастер плану, потребно је наћи оптималну локацију за једриличарски клуб и садржаје веслачког клуба). Препоручена је изградња објеката на већој удаљености од обале. Напомена је да је постојећа шума код објекта спортских риболоваца мање вредна од ливадске вегетације, те да би у том смислу било могуће интензивније коришћење ове локације.
- 3. Резервисање простора за подизање зелених појасева.** Препорука је да се јавне зелене површине искористе за рекреацију, а свакако су веома корисне за обезбеђивање повољне екоклиме и заштиту од ерозије.

У ширини од 5 до 20м уз обалу је потребно обезбедити површине под травнатом вегетацијом и ниским растињем, без обављања пољопривредних активности у том простору. Унутар заштитног појаса планирана је стаза која може да се користи у рекреативне сврхе, за кретање пешака и бициклиста. Зелени појас од 20м-50м је резервисан за зелене жбунасте и дрвенасте биљке, где је могуће лоцирати одређене рекреативне садржаје. На западној страни према Суботици је потребно обезбедити мрежу појасева вишеспратног зеленила у функцији ветрозаштитних појасева.

У наставку дајемо индикативни приказ зона о којима би требало водити рачуна у контексту планирања садржаја и објеката у обухвату Сребрног круга:

## Палић – обележене зоне са остацима ливада



*Извор: Покрајински завод за заштиту природе*

### 2.3 ЕВАЛУАЦИЈА РЕСУРСНЕ И АТРАКЦИЈСКЕ ОСНОВЕ

---

Као атрактори дестинације најчешће се постављају две категорије ресурса, и то су природни ресурси и изграђени ресурси. Кључни допринос, међутим, у обликовању туристичког искуства и карактера дестинације дају ангажовани људи, па су, у том контексту, људски ресурси Палића и Суботице такође драгоцен ресурс са којим ова дестинација може да рачуна у будућности.

Питање одрживости и девастације природних фактора је битно ако је циљ њихово оптимално и дугорочно коришћење. Антропогени ресурси нуде посебне доживљаје или се постављају као комплементарни ресурс природним атракцијама.

На основу горе наведеног, даје се кратак осврт на главне природне и изграђене вредности и ресурсе на подручју Парка Природе "Палић", датог у Плану управљања ПП Палић за период од 2014. до 2023.

- Бања Палић, као што је већ истакнуто, настала је на основу балнеолошких карактеристика воде и муља алкалног степског карактера. Природна вегетација је очувана само у уском појасу уз обалу. Фаунистични подаци указују на чињеницу да мозаик антропогених и измењених природних станишта заштићеног подручја служи као последње прибежиште угроженим врстама, чија су станишта уништена уређивањем вода и ширењем шумских монокултура на подручју Суботичко-Хоргошке пешчаре.
- Због присуства старих храстова и врста мезофилних храстових шума пешчаре Велики Парк, подигнут 1842. године, богат је врстама шумских станишта. Поред

присуства 4 врсте слепих мишева, забележено је гнезђење 61 птичје врсте. Зеленило Зоо-врта садржи преко 270 врста дрвећа и жбуња и представља битан елемент биодиверзитета заштићеног подручја. Највреднији елементи локације су преко 250 година стара стабла храста лужњака, остаци исконске вегетације.

- Језеро се налази на источном европском миграционом путу птица и има улогу важног станишта за одмарање, исхрану и зимовање водених птица. До сада је на овом локалитету забележено око 210 врста птица, а гнезди се преко 100 врста. Највреднија станишта птица су тзв. „Птичја острва“ другог сектора, која су подигнута од исушеног муља приликом санације језера и представљају једино гнездилиште црноглавог галеба у Србији. На заштићеном подручју су забележене 176 строго заштићене врсте, 50 врста налази се на Додатку I Директиве о птицама, што их опредељује као врсте на основу којих се номинују Натура 2000 подручја.
- Језеро и остаци влажних станишта уз обалу омогућују опстанак бројним заштићеним и строго заштићеним врстама водоземаца, гмизаваца и сисара, од којих су најзначајнији слепи мишеви и видра. Еколошки комплекс Палићког и Лудашког језера има кључну улогу у опстанку метапопулације видре на сливу Киреша.

Са друге стране, Палић и Суботицу карактерише постојање великог броја антропогених атракција које доприносе креирању укупног доживљаја у дестинацији.

Дестинације се одликују изузетном архитектуром сецесије, а значајан број здања који осликавају овај период и стил изражавања је отворен за посетиоце. Са историјом и културом ових дестинација посетилац се може упознати у 5 музеја који раде на њиховој територији. Од укупног броја музеја, 4 су лоцирани у Суботици а један на Палићу. На Палићу су лоциране и 3 галерије, као и већи број изложбених простора. Значајни сакрални објекти такође доприносе бољем истицању мултикултуралности као дела туристичких ресурса.

Значајан допринос приближавању културног наслеђа и традиције туристичком тржишту представља и организација манифестација. На територији Палића и Суботице се готово сваког месеца организује одређени догађај. Традиција и култура су важан тематски део ових догађаја, али и категорија савремених догађаја су такође део укупне понуде. Највећи број догађаја се организује у мају, следе јун, јул, август, септембар и новембар.

Неопходно је споменути једну од највећих вредности целог простора, а која је, уједно и један од кључних чинилаца за развој туризма и реализацију визије развоја Палића као туристичке дестинације – ради се о карактеру и структури расположивих људских ресурса. Постоји одлична база кадрова која може одговорити потребама развоја и функционисања дестинације, која уз адекватне програме професионалног усавршавања може постати битна тржишна одредница за њено будуће позиционирање. Дobar и стручан кадар у домену хотелијерства и угоститељства, као последица дуге традиције Палића као бањске дестинације је важан ресурс. Такође, ово се односи и на медицинску праксу, која у последње време све више проналази релевантно тржиште ван граница Србије. Стављање ових људи у функцију развоја Палића представља *condition sine qua non*.

Следеће табеле дају кратак преглед ресурсно - атракцијске основе Палића.

ЕВАЛУАЦИЈА ПОСТОЈЕЋЕ АТРАКЦИЈСКЕ ОСНОВЕ				
Атракција	Опис	Ниво значаја и туристификације		
		Национални	Регионални	Интернационални
Природни ресурси и атрактори				
Језеро Палић	Некадашње слано језеро. Због великог броја алги и муља боја воде је изразито зелена. Обала је дугачка 17 km, а температура воде је 25°C за време купалишне сезоне. Тренутно се језеро може опистаи као нестабилан еко систем.			Интернационални ниво атракције.  Напомена: неопходно је решење питања еко система језера
Лудашко језеро	Лудашко језеро је специјални резерват природе интернационалног значаја, због специфичних биљних и животињских врста.		Језеро има регионални ниво значаја са аспекта генералне туристификације  Напомена: неопходно увезивање	Језеро има интернационални ниво значаја са аспекта фокуса на тржиште специјалних интересовања, и то пре свега посматрача птица и еко туризма.
Омладинско језеро (Крваво језеро)	Омладинско језеро је од Палићког језера развојено путем. Само језеро и околина се не користе у туристичке сврхе, обала није уређена, представља међународни коридор птица.	Атракција има национални, пре свега локални значај  Осим само природног амбијента нема елемената туристификације		
Термални извори	Постојећи термални извори – бушотине имају утврђен свој састав и температуру при капирању, као термални водни ресурс на истражном подручју Палић, и неопходно их је укључити као саставни део искустава дестинације.		Термоинерални извори имају шири регионални значај  Напомена: неопходно креирање одговарајућих wellness и медицинских садржаја	Са развојем садржаја (аква парк, wellness, медицински спа) термални извори ће добити и већи, међународни значај
Парк природе Палић	Обухвата само језеро Палић и његову околину. Заштићено је подручје од међународног значаја за птице и биљке, и део је ЕМЕРАЛД мреже подручја од међународног значаја за очување биолошке разноврсности.		Парк има регионални ниво значаја са аспекта генералне туристификације  Напомена: неопходно увезивање доживљаја са језером	Парк има интернационални ниво значаја са аспекта фокуса на тржиште специјалних интересовања, и то пре свега еко туризма и посматрања и изучавања птица
Суботичка Пешчара и Селевењске пустаре	Предео изузетних одлика Суботичка Пешчара и Специјални резерват природе Селевењске пустаре су саставни део туристичког доживљаја Палића	Национални ниво значаја са аспекта генералне туристификације  Напомена: као додата вредност искуству око Палићког и Лудашког језера		

ЕВАЛУАЦИЈА ПОСТОЈЕЋЕ АТРАКЦИЈСКЕ ОСНОВЕ				
Атракција	Опис	Национални	Регионални	Интернационални
Изграђени ресурси и атрактори				
Велики парк	Велики парк карактерише комбинација уређених зелених површина и специфична архитектура из доба сецесије. Овај парк једини је пејзажни парк у Србији. У Великом парку Палићког језера се налази највећи део осталих изграђених атракција. Налази се на северу крај обале језера.		Регионални значај Великог парка  Напомена: неопходно даље инвестирати у презервацију и унапређење зелених површина и типичне архитектуре	
Водоторањ	Водоторањ се налази на самом улазу у Велики парк. Изграђен у типичном стилу мађарске сецесије, а карактерише га цветна декорација из опуса мађарске сецесије.	Национални/локални значај атракције		
Велика тераса	Вишенаменски објекат изграђен почетком прошлог века. Предња страна зграде има и две отворене терасе. Након потуне реконструкције, данас функционише као простор за организацију догађаја, са конгресном салом. Сала се налази на другом спрату, док је у приземљу простор предвиђен за ресторан, али данас још није у функцији.	Национални/локални значај атракције	Регионални значај атракције  Напомена: неопходно је интегрисати Терасу у конгресну понуду и професионализовати управљање	
Музички павиљон	Налази се испред Велике терасе. Користи се као место за концерте	Национални/локални значај атракције		
Летња позорница	Летња позорница је сцена на отвореном, намењена одржавању различитих културних и забавних манифестација и концерата током летњих месеци. Најчешће је препозната као место одржавања Палићког филмског фестивала. Стилски и архитектонски се уклапа у доживљај Великог парка.		Регионални значај атракције  Напомена: неопходно је наставити на позиционирању као мултифункционалног самосталног отвореног објекта	
Женско купалиште (шtrand)	Женски шtrand је још један пример мађарске сецесије. Дрвену грађевину карактеришу детаљи орнаментика мађарске сецесије. Женски шtrand је у потпуности рестауриран у претходном периоду и приведен намени. у оквиру купалишта функционише угоститељски капацитет са унутрашњим и значајним спољашњим капацитетима се лежачкама за сунце.	Национални/локални значај атракције		
Мушко купалиште (шtrand)	Мушки шtrand својом архитектуром и концептом различит је у доносу на Женски шtrand. Састоји се од дрвеног мола који омогућује прилаз ограђеним базенима (у којима је језерска вода). На локацији се налази и простор за летње активности (одбојка на плажи, отворени базен, paintball). Мушки шtrand је у лошем стању.	Национални/локални значај атракције		
Вила Луја	Реч је о објекту који је у потпуности реновиран чиме доприноси духу и атмосфери дестинације. Објекат функционише као смештајни капацитет, који нуди боравак у јединственим собама на комерцијалним основама. Налази се готово на самој обали језера и на шеталишту.	Национални/локални значај атракције		
Совин град – Багољвар летњиковцац	Багољвар је један од најлепших објеката на Палићу. Објекат није у функцији. Делимично је саниран, потребно је наставити радове адаптације.	Национални/локални значај атракције		



<b>Трамвајска станица</b>	Предвиђена је рестаурација трамвајске станице и претварање је у туристички информативни центар, који ће функционисати и као сувенирница, центар за мале привреднике, за нека културна дешавања, промоције, специјализоване вечери. Реализација од стране ТО Суботица.	Национални/локални значај атракције	
<b>Зоо врт</b>	Основан је 1949. године, простире се на 10 ha-а. Његов концепт, лепота, уређеност и терман животиња чине га интересантним и сврставају га у атракцију. Овде посетиоци могу да уживају у посматрању преко 60 животињских врста.	Национални/локални значај атракције	
<b>Аеродром Биково</b>	Тренутно у функцији спортског аеродрома, али са развојем инфраструктуре може бити значајан генератор тражње.	Национални/локални значај атракције	Регионални значај атракције Напомен: неопходно је интегрисање туристичких садржаја у понуду аеродрома
<b>Биоскоп „Абазија“</b>	„Абазија“ (капацитет 170 седишта) креира могућност пројекције филмова током целе године, али и развоја мултифункционалног културног центра	Национални/локални значај атракције	

## 2.4 АНАЛИЗА ПОСТОЈЕЋЕГ ТУРИСТИЧКОГ СИСТЕМА

### 2.4.1 Смештајни капацитети

#### 2.4.1.1 Туристички смештајни капацитети - Србија и Војводина

- Укупни смештајни капацитети Србије<sup>3</sup> обухватају 43.603 собе, од чега је 42% у категорисаним смештајним капацитетима;
- Од укупних капацитета, 20% представљају нове објекте отворене у периоду од 2006. до 2014. године, при чему је укупан раст броја смештајних објеката у посматраном раздобљу порастао за 15%, а број соба за 17%. Квалитативна структура је побољшана обзиром да највећи број новоотворених објеката припада вишим категоријама;

Релативно учешће кластера у укупном смештајном капацитету Србије (2014. година)				
	Београд	Војводина	Западна Србија	Источна Србија
Број објеката	15.95%	24.46%	40.05%	19.54%
Број соба	16.81%	18.51%	40.68%	24.00%
Број лежајева	13.74%	18.60%	43.32%	24.34%

Извор: Завод за статистику Републике Србије

- Структура смештајног капацитета у Србији показује да се највећи део капацитета посматрано по броју соба налази у кластерима Западна и Источна Србија (две трећине). Војводина обухвата петину смештаног капацитета, али, по питању квалитативне структуре, Војводина и кластер Београда имају више стандарде тј. веће учешће смештајног капацитета виших категорија;
- Смештајна структура у Србији још увек није прилагођена интернационалном тржишту обзиром да хотелски капацитети чине свега 30% укупног смештајног капацитета. У структури хотелског капацитета доминантни су хотели са 4\* (34%) и 3\* (30%), следе хотели са 2\* (20%), 1\* (9%) и 5\*(7%)<sup>4</sup>. Остале значајне

<sup>3</sup> Подаци Завода за статистику Републике Србије

<sup>4</sup> Према подацима Министарства трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије

смештајне категорије у Србији су приватни смештај (21%), преноћишта (10%), кампови (10%), хостели (6%) и капацитети у бањама и климатским лечилиштима (6%);

- Слична ситуација је и у Војводини где хотели обухватају свега 25% укупног капацитета. Приметно је значајно учешће кампова (24%), што не треба да изненади обзиром да је у Војводини лоцирано 46% свих камп капацитета у Србији. Следе хостели (13%), преноћишта (11%) и приватни смештај (9%).

#### 2.4.1.2 Туристички смештајни капацитети - Суботица и Палић

Суботица и Палић располажу са преко 2.200 кревета у туристичким смештајним капацитетима са следећом смештајном структуром:

Смештајни капацитети Палић – Суботица (2014. година)				
Суботица (2014)				
	Објеката	Соба	Лежајева	Објављена цена*
Хотел	5	308	665	40 - 75 евра
Приватан смештај	13	105	242	18 - 29 евра
Преноћиште	7	79	182	10 - 15 евра
<b>Укупно Суботица</b>	<b>25</b>	<b>492</b>	<b>1.089</b>	
Палић (2014)				
	Објеката	Соба	Лежајева	Објављена цена*
Хотел	1	44	90	40 - 60 евра
Хотел гарни	3	100	173	40 - 60 евра
Приватан смештај	48	234	555	11 - 20 евра
Преноћиште	8	77	202	11 - 20 евра
Кампинг одмориште	2	70	140	10 евра
<b>Укупно Палић</b>	<b>62</b>	<b>525</b>	<b>1160</b>	
<b>Укупно Палић – Суботица</b>	<b>87</b>	<b>1.017</b>	<b>2.249</b>	

\*Цена је по особи

Извор: Туристичка организација Суботице

- У односу на базу годину (2006), дошло је и до квантитативне и квалитативне промене структуре капацитета дестинације. До 2006. године Завод за статистику Републике Србије је водио евиденцију само о смештајним капацитетима у хотелима. Од 2007. године уводи се званична евиденција и смештајних капацитета у приватном смештају, тако да је 2007. године регистровано 875 лежајева у оквиру Палића (у односу на 309 лежајева колико је било 2006. године). У том смислу, Палић доживљава промене у бројном стању, док је структура квалитета и даље на истом нивоу ниже категорије. Са друге стране, у Суботици су отворени нови хотели и извршене реконструкције постојећих, и то све у категорији 4\*. Ово имплицира да је дошло до побољшања структуре смештајних капацитета у Суботици.

- У Суботици, 63% капацитета чине хотели (по броју соба), и то првенствено хотели у категорији 4\*. Имајући у виду објективну оцену реалних карактеристика хотела и њихових додатних садржаја, можемо закључити да се смештајна основа значајно приближила захтевима страног тржишта, поготово у категорији пословних гостију;
- Међутим, анализирајући појединачно капацитете Палића, са 25% капацитета у хотелима, јасно је да структура смештаја не одражава карактер међународно препознате дестинације. У приватном смештају и преноћиштима је 61% капацитета (по броју соба) што чини да је понуда изразито фрагментисана, креирајући изазов управљања и контролисања квалитета који ови објекти пружају у целокупном ланцу вредности дестинације;
- У анализи нису приказани смештајни капацитети који се налазе у процесу градње у Омладинском насељу, који ће у категорији омладинских и студентских одмаралишта нудити око 800 лежајева;
- Хотелски капацитети на Палићу припадају формално категорији хотела и гарни хотела од 4\*, али који су ограничени по типу/врсти услуга које пружају, што додатно појачава аргументацију да смештајна структура Палића не одговара захтевима интернационалног тржишта;

#### 2.4.1.3 *Детаљни приказ хотелских капацитета Палића*

Структура хотелских капацитета на Палићу					
Назив	Категорија	Међународна категорија*	Број соба	Број лежајева	Додатни садржај
Парк и Језеро (гарни хотел)	****	**	63	114	Лимитиране услуге сауне; конгресне сале; ресторан;
Президент (хотел)	****	***	44	90	Фитнес центар, wellness центар; отворени базен; ресторан; конгресне сале;
Vila Lago (гарни хотел)	****	****	15	28	Хидромасажни базен; парно купатило; масажни центар; ресторан; отворени базен; третмани за негу лица и тела;
Палић Ресорт (гарни хотел)	****	***	22	45	Caffe-bar; фитнес центар; wellness & Spa центар; затворен базен;
Укупно			144	263	

Извор: Туристичка организација Суботице; \*Norwath HTL став у складу са међународним стандардима

- Структуру хотелских капацитета формално чини хотел и гарни хотели (хотела са ограниченом услугом) у категорији 4\*; анализа садржаја показује да хотели нуде и додатне активности и доживљаје који употпуњују боравак гостију, али њихов ниво развијености чини да ови додатни садржаји нису примарни разлог доласка и боравка гостију, већ да представљају један вид додате вредности њиховом боравку на Палићу.
- Хотел Парк и Језеро: хотели функционишу као саставни део компаније Elite Палић. Делимично реновирани у претходном периоду, својим смештајним и конгресним капацитетом задовољавају захтеве постојећих гостију и клијената.

- Хотел Президент: изграђен 2000. године, својим гостима нуди услуге смештаја и коришћења велнес и спа услуга. Хотел ради под стечајном управом, али без обзира на релативно ограничене услове пословања, задржан је адекватан однос према гостима. Хотел има одговарајући простор за организацију мањих догађаја и састанака.
- Вила Лаго и Палић Resort: су објекти у категорији гарни хотела, својим архитектонским решењима се уклапају у укупну атмосферу дестинације; имајући у виду да су отворени у скорије време, у поређењу са претходна два хотелска објекта, јасно је да Вила Лаго и Палић Resort нуде квалитетан смештајни капацитет, као и спа понуду, иако су лимитирани у капацитету (број соба и лежаја).
- Вила Милорд: иако регистрована под категоријом “собе за издавање”, квалитетом свог смештајног и додатног капацитета, подиже укупан квалитет смештајне структуре Палића. Укупан капацитет Виле Милорд износи 4 апартмана и 11 соба са француским лежајем. Спа центар гостима нуди затворени базен, хидромасажни базен са топлом водом, сауну и просторију за масажу. На располагању је и отворени базен.

#### 2.4.2 Угоститељски капацитети

На територији Палића и Суботице постоји значајан број угоститељских објеката, који се међусобно разликују по врсти хране које служе и нивоу услуге.

Суботици (2014. година)	
Тип ресторана	Број објеката
Национални ресторани	9
Интернационални ресторани	8
Пицерије	7
Budget ресторани	8
Посластичарнице	12
Винарије	6
Укупно	<b>50</b>

Извор: Туристичка организација Суботица

Ресторани са националном храном су фокусирани на чување локалних и традиционалних укуса, а поред традиционалних ресторана обухватају и салаше и чарде, који представљају јединствене целине, који поред хране нуде и доживљаје пасторалног начина живота. У оквиру дестинације постоји 6 винарија. У односу на претходни период, долази до значајног помака у понуди гастрономских садржаја на Палићу и Суботици, што свакако представља важан чинилац у формирању целовитог ланца вредности дестинације.

Имајући у виду фокус Мастер плана на локације на језеру Палић и његовој околини, сматрамо да је неопходно и изоловано посматрати угоститељске капацитете само на Палићу:

Угоститељски капацитети на Палићу (2014.година)		
Тип ресторана	Број објеката	Назив
Национални ресторани	7	Абрахам, Мајкин Салаш, Јелен Салаш, Чардак капетански рит, Рибља Чарда, Фогадо, Вински Двор
Интернационални ресторани	2	Мала Гостиона, Вински Двор
Пицерије	4	Pub Пицерија, Омега, Don Corleone, Corsaro Uno
Budget ресторани	2	Паприка Чарда, Фехер Акац
Посластичарнице	3	Елита, Палиго, Вила Милорд
Винарије	6	Звонко Богдан, Вински двор, Дибонис, Салаш Чувардић, Тонковић, Маурер
Укупно	<b>24</b>	

Извор: Туристичка организација Суботица

### 2.4.3 Остала туристичка инфраструктура

У претходном периоду значајна средства су уложена у подизање квалитета остале туристичке инфраструктуре, кроз активности као што су адаптација, реновирање, рестаурација и изградња.

Реконструкција Великог парка, реализована кроз фазни приступ, креирала је основи ресурс укупног утиска дестинације Палић. Реконструкција Женског штранда је један од значајних корака у тржишном оријентисању дестинације, и као таква оживљава дух и атмосферу дестинације, чему доприносе и радови на санацији мола на Мушком штранду.

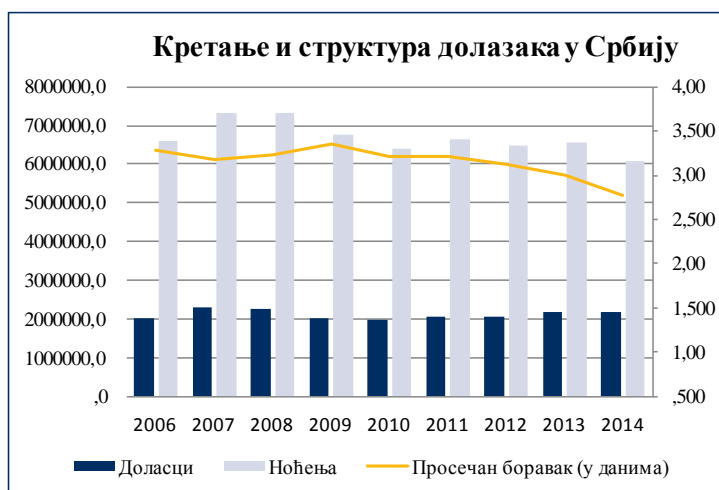
У оквиру Палића функционише и Велика Тераса. Велика тераса је једна од специфичних здања на Палићу, изграђена у јединственом стилу сецесије и палићке архитектуре. Недавно је у потпуности реновирана, и данас представља значајан конгресни центар, који има максимални капацитет од 260 места у позоришном стилу. Као таква, употпуњује укупну понуду дестинације.

Поред туристичке инфраструктуре, активности и средства су била усмеравана на унапређење базичне инфраструктуре и планске-регулаторне основе. Овде је неопходно истаћи планску детаљну регулацију Викенд насеља, као и изградњу одговарајуће канализационе инфраструктуре на Палићу.

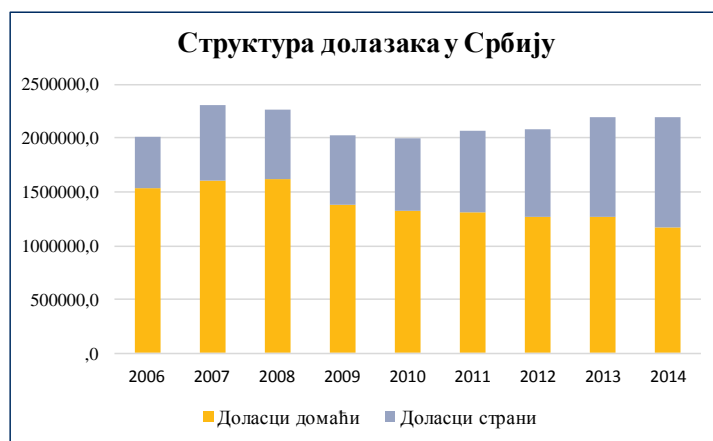
## 2.5 ЕВАЛУАЦИЈА ТРЖИШТА ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ ПАЛИЋ И ШИРЕГ ПОДРУЧЈА СА ГРАДОМ СУБОТИЦОМ

### 2.5.1 Туристичке перформансе Србије и Војводине

- У 2014. години Србија је остварила укупно 2,2 милиона долазака (исти ниво у односу на 2013.) и 6,1 милиона ноћења у 2014. години (пад од 7,3% у односу на 2013.). Важно је напоменути да је пад настао на основу значајног смањења домаће тражње, док ноћења страних туриста имају континуирани тренд раста (+8,7% - 2014/2013)<sup>5</sup>. Војводина је учествовала са 15% у укупним ноћењима;
- У периоду од 2010. године долази до благог раста укупног броја долазака по просечној годишњој стопи од 1,9%, док се од 2011. године бележи пад броја ноћења по стопи од 2,2% на годишњем нивоу. Просечна дужина боравка након 2012. године се спушта испод 3 дана.



Извор: Завод за статистику Републике Србије



Извор: Завод за статистику Републике Србије

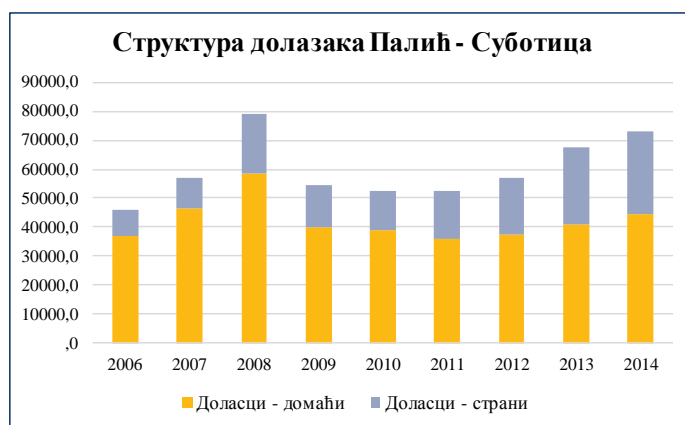
- У анализираном периоду (2006.-2014.) Србију као туристичку дестинацију карактерише тренд благог раста укупног туристичког промета, али динамично реструктурирање туристичке тражње - повећање учешћа страних гостију у односу на домаће госте. Долазци страних гостију су у просеку расли по стопи од 8,26%, и у 2014. години страни туристи су достигли 47% укупног броја долазака;

<sup>5</sup> Подаци Завода за статистику Републике Србије

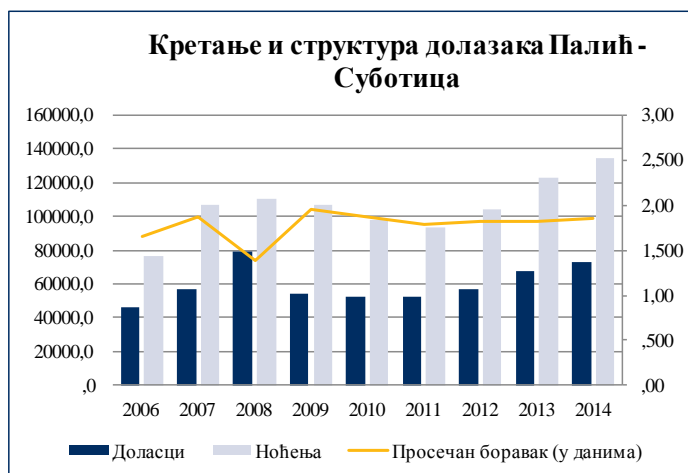
- Сличан тренд туристичког промета у истом периоду карактеристичан је и за кластер Војводине. Долази до раста укупног промета који је праћен реструктурирањем туристичке тражње, али за разлику од нивоа Србије, Војводину карактеришу мање осцилације броја домаћих гостију, који је практично константан (просечна стопа раста 0,6%). Такође је приметан значајан раст броја страних гостију (просечна стопа раста 10,26%) и достизање 45% од укупног броја долазака;
- У структури укупног промета у Србији доминантно учешће остварују туризам у градовима и бањски туризам. У анализираном периоду (2006.-2014.) просечно учешће бања у укупним доласцима у Србију је 17%, док се у њима остварује готово 1/3 свих ноћења у Србији (услед дуже просечне дужине боравка која је у 2014. години износила 4.7 дана). Са друге стране, туризам у градовима чини преко 1/3 долазака у Србију, 20% укупних ноћења у Србији, али и 52% ноћења страних гостију.

## 2.5.2 Туристичке перформансе дестинације Палић - Суботица

- У 2014. години дестинација Палић - Суботица остварила је укупно 72.987 долазака (раст од 8.4% - 2014/2013) и 134.971 ноћења (раст од 9.9% - 2014/2013); У 2013. години дестинација Палић – Суботица остварила је укупно 67.319 (раст од 17% - 2013/2012) долазака и 122.747 ноћења (раст од 17% - 2013/2012).



Извор: Завод за статистику Републике Србије

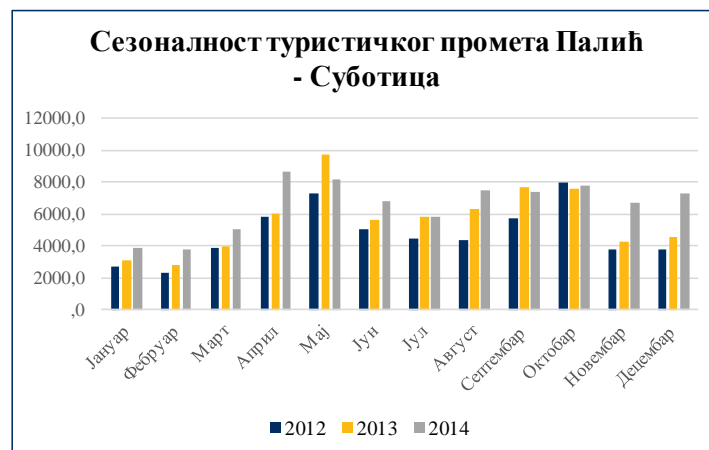


Извор: Завод за статистику Републике Србије

- У периоду 2006.-2014. дестинацију Палић - Суботица карактеришу три раздобља развоја туристичког промета. Развој у периоду до 2008. године, замењује пад у

периодима након економске кризе 2009-2011, после чега долази поново до континуираног повећања укупног туристичког промета у периоду до 2014. године. Просечна стопа раста 2011-2014 износи 8.5%. У 2013. години долази до значајног раста и долазака и ноћења, и тренд се после наставља и у 2014. години.

- У укупном броју туриста у бањама Србије, Палић учествује са у просеку 6%, (период 2006.-2014.) и заузима 14. место по промету међу бањама. Учешће Суботице у промету градова Србије чини у просеку 5% свих гостију, али је Суботица на четвртом месту по броју остварених ноћења и долазака у Србији;
- У погледу структуре ноћења Палић - Суботица, доминантни су домаћи гости који чине 60% у ноћењима у 2014. години. Међутим, ноћења страних туриста у последњих шест година имају континуиран позитиван тренд раста и јасно се уочава промена структуре ноћења у корист страних гостију (са 26% у 2009. години на 40% у 2014. години).
- Посматрано индивидуално, динамичнији раст страних гостију се остварује у Суботици. У Суботици је у 2013. години остварено 29% више ноћења страних туриста у односу на 2012. Годину, док је на Палићу број страних ноћења 21% већи у 2013. години у односу на 2012. Годину. Тренд се наставља и у 2014. години када је у Суботици било 9% више страних ноћења у односу на 2013. годину, а на Палићу 2.6%.
- Задржавање гостију на дестинацији је кратко - испод 2 дана;



Извор: Завод за статистику Републике Србије

- Изузев у зимским месецима када је промет значајно умањен, сезоналност је равномерна током преосталог дела године на нивоу дестинације, али долази до промене тржишних сегмената – на Палићу највећи промет остварују одморишни туристи током летњих месеци, док у Суботици највећи промет остварују пословни гости у пролеће и јесен; Укупно посматрано доминантни месеци су април-мај и септембар-октобар што се поклапа са тражњом у сегменту конгресног туризма;



Извори тражње Палић – Суботица у 2014. години (према % тржишног учешћа)			
15-20% тржишног учешћа (2014)	10-15% тржишног учешћа (2014)	5-10% тржишног учешћа (2014)	до 5% тржишног учешћа (2014)
Мађарска (17.5%)	Хрватска (14.2%)	БиХ (7.1%)	Турска (4.7%)
Пољска (16.4%)	Немачка (10.1%)	Словенија (7.1%)	Русија (4.3%)
		Македонија (5%)	Бугарска (4.3%)
<b>Укупно: 33.9%</b>	<b>Укупно: 24.3%</b>	<b>Укупно: 19.2%</b>	<b>Укупно: 13.3%</b>

Извор: Завод за статистику Републике Србије

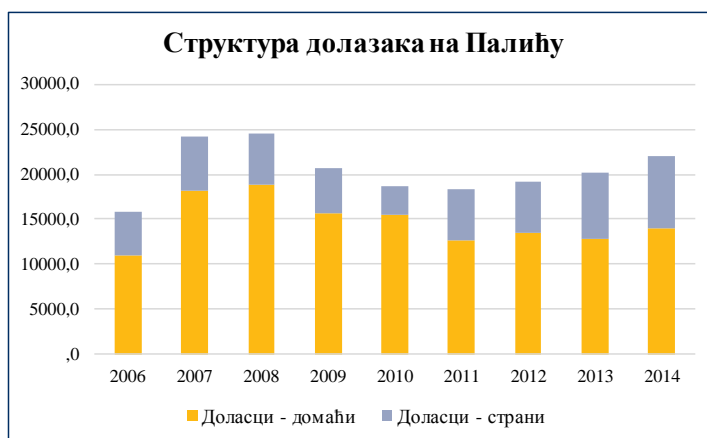
- Два доминантна тржишта у дестинацији Палић - Суботица су гости из Мађарске и Пољске. Ова два тржишта чине 34% укупног броја долазака и 25% ноћења страних долазака (2014.). Тржиште Мађарске је традиционално тржиште, које показује континуиран позитиван тренд раста по просечној годишњој стопи од 14.6% (2006.-2014.), без наглих промена. Тржиште Пољске карактерише умерен раст до 2012. године, праћен експоненцијалним растом у 2013. години, када је остварено преко 3 пута више гостију у односу на 2012. годину; значајан сегмент ових туриста спада у категорију транзитних туриста, на пропутовању до приморских дестинација, који долазе посредством агенција;
- Тржиште Хрватске бележи умерен раст до 2012. године, праћен експоненцијалним растом у 2014. години, када је остварено 2 пута више долазака у односу на 2013. годину. Тржиште Немачке карактерише континуиран раст промета;
- Тржишта БиХ, Словеније и Македоније, као сегмент регионалног тржишта, континуирано расту у посматраном периоду и чине 20% укупних долазака страних гостију на Палић – Суботица.

### 2.5.2.1 Детаљан приказ туристичких перформанси Палића

- У 2014. години на Палићу је остварено укупно 22.030 долазака (раст од 9.4% - 2014/2013) и 40.356 ноћења (раст од 7.2% - 2014/2013);



Извор: Завод за статистику Републике Србије



Извор: Завод за статистику Републике Србије

- У периоду 2006.-2014. Палић карактерише три раздобља развоја туристичког промета. Развој у периоду до 2008. године, замењује пад у периодима након економске кризе 2009-2011, после чега долази поново до благог раста промета у периоду 2011-2014 по стопи од 4.6%, и ноћења 3.7%.
- У погледу структуре ноћења на Палићу, доминантни су домаћи гости који чине 64% у ноћењима у 2014. години. Учешће страних туриста у доласцима се током економске кризе, тачније 2010. године, спустило на 17%, да би у последњих 5 година остварила континуиран раст, и 2014. године чине 36%. Укупан број страних гостију је у 2014. години је повећан за 70% у односу на 2006. годину, али апсолутно посматрано број странаца је повећан за 3.289.
- У посматраном периоду просечна дужина боравка домаћег госта је готово константна, и износи 2.1 дана. Код страних гостију приметан је тренд смањења дужине боравка од 2010. године (2.9 дана), и у 2014. години износи 1.5 дана. Укупна просечна дужина боравка је испод 2 дана.



Извор: Завод за статистику Републике Србије

- Сезону током априла и маја када су доминантни пословни и конгресни гости, замењује одморишни сегмент који остварује и навећи промет током августа месеца. Септембар и октобар су поново традиционални месеци за пословне госте. Најмањи промет се остварује током зимских месеци.

Извори тражње на Палићу у 2014. години (према % тржишног учешћа)			
10-15% тржишног учешћа (2014)	5-10% тржишног учешћа (2014)	3-5% тржишног учешћа (2014)	2-3% тржишног учешћа (2014)
Пољска (15.8%)	Словенија (5.8%)	Русија (3.8%)	Бугарска (3%)
Хрватска (14.3%)	Немачка (5.7%)	Македонија (3.7%)	Словачка (2.8%)
Мађарска (12.1%)	БиХ (5.3%)	Румунија (3.7%)	Црна Гора (2.6%)
<b>Укупно: 42.2%</b>	<b>Укупно: 16.8%</b>	<b>Укупно: 11.2%</b>	<b>Укупно: 8.4%</b>

Извор: Завод за статистику Републике Србије

- Три доминантна тржишта чине гости из Мађарске, Хрватске и Пољске. Ова тржишта заједно чине 42.2% укупног броја страних гостију, и 37.2% укупног броја страних ноћења на Палићу у 2014. години.
- Тржиште Пољске карактерише значајан раст у 2013. години, када је остварено преко 4.5 пута више гостију у односу на 2012. годину. Одређени број ових туриста спада у категорију транзитних. Умеренији раст остварује тржиште Хрватске, које је у 2014. години остварило 2 пута више долазака у односу на 2013. годину. Тржиште Мађарске је традиционално тржиште, које показује позитиван тренд раста (2006-2014), без наглих промена. Просечан период боравка за ова тржишта је 1.6 дана.
- Тржишта Словеније, Немачке, Словенија и БиХ заједно чине 16.8% укупног броја страних долазака на Палић 19.3% страних ноћења у 2014. години. Типично је за сва три тржишта, да од 2006. године бележе континуирани пад броја долазака и учешћа у структури, који је код Словеније и Немачке умеренији, а код БиХ драстичнији. Просечан период боравка за ова тржишта је 1.7 дана, уз скраћење дужине боравка у претходном периоду.
- Тржишта Русије, Македоније и Румуније заједно чине 11.82% долазака и 12.2% ноћења у 2014. години. Тржиште Румуније остварује у просеку 2.1 дан у дестинацији, а Македоније 1.6 и Русије 1.9 дана.
- Тржиште Бугарске, Словачке и Црне Горе заједно чине 8.4% долазака и 8.2% ноћења у 2014. години. Црна Гора бележи континуирано смањење тржишног учешћа.

### 2.5.3 Перформансе хотелског тржишта Палић - Суботица

- Укупан смештајни капацитет тржишта Палић – Суботица чини 87 објеката, 1.017 соба и 2.249 кревета према званичним подацима (деталтни приказ раније у Плану делу „Смештајни капацитети). Структуру чине 44% соба и 41% лежајева у категорији хотела и гарни хотела, 33% соба и 35% лежајева у категорији приватног смештаја и 15% соба и 17% лежајева у категорији преноћишта.
- Према расположивим подацима за претходне три године највећи промет остварује се у хотелима (хотели и гарни хотели). У 2012. хотели учествују са 67% промета, у 2013. са 60%, а у 2014. години са 59% промета гостију. Опадање у промету остварују и преноћишта која су у 2012. години чинила 17% промета, а у 2014. години 13%. Смањење промета хотела и преноћишта се надокнадио кроз раст промета у приватном смештају, који је донекле компензовао овај пад. Приватни

смештај у претходне три године показује тренд раста промета са 17% у 2012. години, на 26% у 2013. години и коначно 28% у 2014. години.

- Неопходно је истаћи да формална категоризација објеката за смештај у одређеним случајевима не одговара ситуацији на терену. О одређеном броју случаја квалитет комплементарних објеката за смештај, пре свега приватног смештаја, је на вишем нивоу од услуга појединих хотела
- Хотелско тржиште на Палићу се састоји од мањих хотела и апартмана којима управљању сами власници.
- Укупни хотелски капацитети на Палићу су ограничени на хотеле и гарни хотеле (Парк и Језеро - Elitte Палић, Палић Resort, Президент и Вила Лаго), и осим ресторана, додатне садржаје гостима нуде, пре свега, кроз коришћење конгресних капацитета. Услуге велнеса постоје, али су ограничене (углавном се односе на сауне и мање спољне базене) и свакако су недовољне за генерисање тражње, већ се нуде као додата вредност самом боравку;
- Хотелско тржиште Суботице чини 5 хотела, при чему је доминантна понуда капацитета у оквиру два објекта, хотел Патриа и Галерија. Услуге велнеса су присутне у значајној мери. Конгресни капацитети имају највећи значај, јер управо пословни гости представљају главни сегмент пословања. Удруживање хотела омогућује и организацију већих догађаја;
- На бази сопственог истраживања Horwath NTL, и имајући у виду транспарентност изнетих података током процеса личног интервјуисања, а водећи рачуна о обавези чувања пословне тајне, следи приказ пословних перформанси хотела који по својој структури и обиму представљају носеће капацитете Палића и Суботице;

Пословне перформансе носећих хотелских капацитета Палић – Суботица (2014. година)				
	Стопа попуњености соба	Просечна остварена нето цена собе (у EUR)	% учешћа индивидуалних гостију	% учешћа страних гостију
<b>Хотел А</b>	30%	26	30%	40%
<b>Хотел Б</b>	32%	24	15%	38%
<b>Хотел Ц</b>	25%	26	10%	38%

Извор: Horwath Consulting Zagreb

- Степен попуњености носећих капацитета креће се у распону 25-32%, а просечна остварена нето цена собе 24-26 евра;
- Учешће страних гостију у укупном броју хотелских гостију је све значајније и у 2014. је достигло 38-40%;
- Највећи промет у хотелима у дестинацији се остварује у периоду април-јун, као и септембар-новембар, када су доминантни пословни гости који бораве на у дестинацији из разлога присуствовања семинарима и конгресима. У овом периоду попуњеност капацитета иде и до 80%. У случају већих догађаја, долази до заједничког приступа клијенту већег броја хотела. Током лета доминантни су индивидуални гости, али услед недостатка дестинацијског садржаја, остварују кратко време боравка, испод 2 дана. Највећи изазов представља зима, када је број гостију уједно и најмањи;

- У појединим хотелима, услед великих капацитета, менаџмент је приморан да се окреће различитим сегментима тржишта, као што су ђачке екскурзије и транзитни гости; у овом случају, применом економије обима се настоје побољшати или барем одржати ниво перформанси хотела.

## 2.6 SWOT АНАЛИЗА

SWOT анализа је алат стратешког планирања који на сажет и језгровит начин сумира кључне аспекте развоја појединог пројекта, економског сектора или неког подручја. У процедурама планирања, SWOT анализа служи као сублимација свих аналитичких налаза у сврху одређења стратешких полазишта, визије и водећих стратегија даљег развоја. У складу са значењем акронима (енг. SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats - Снаге, Слабости, Прилике, Претње) кључни аналитички налази разврстани су у:

- Снаге – аспекте који у суштини значе предност над конкурентима;
- Слабости – бране и отежавајуће околности за развој које је нужно побољшати и превазићи (уколико је могуће) или заобићи на начин да се усвоје стратешки развојни правци за које ови елементи нису толико релевантни;
- Прилике – елементи и надолazeћи трендови, превасходно из спољашњег окружења, који могу да се искористе у изградњи конкурентске предности;
- Претње – елементи и надолazeћи трендови, превасходно из спољашњег окружења, који могу да отежају или дугорочно чак и онемогуће развој.

СНАГЕ	СЛАБОСТИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Туристички комплекс који се налази на заштићеном подручју, а чији се обухват налази на листама заштићених подручја од међународног значаја;</li> <li>• Статус „<i>приоритетног пројекта</i>“ од значаја за развој туризма, а који је препознат од стране Владе Србије, АП Војводина и града Суботице;</li> <li>• Разумевање укупног потенцијала развоја Палић и подршка имплементацији од стране локалне самоуправе;</li> <li>• Приватне инвестиције у смештајне објекте (лимитираних капацитета) и додатну понуду креирале су садржаје за додавање вредности боравку гостију;</li> <li>• Регионално препознатљив туристички бренд Палића – традиција дестинације као основа за изградњу туристичког бренда;</li> <li>• Контролисан развој туризма Палића кроз постављену визију развоја / мастер план развоја туризма / урбанистичку регулацију подручја;</li> <li>• Пораст атрактивности подручја за приватне инвестиције / локалну заједницу / госте, на основу спроведених јавних</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Кашњење дестинације у процесу тржишног реструктурирања туристичке индустрије и заостајање за конкурентима;</li> <li>• Побољшање и одржавање задовољавајућег квалитета воде захтева додатна јавна улагања;</li> <li>• Кратко време задржавања гостију на дестинацији;</li> <li>• Структура смештајне понуде примерена локалном, али не и интернационалном тржишту;</li> <li>• Скромне перформансе туристичке и хотелске индустрије;</li> <li>• Низак буџет за маркетинг Суботице и Палића и модел управљања дестинацијским маркетингом онемогућавају проактиван наступ према циљним тржиштима;</li> <li>• Нејасна подела одговорности (развој / маркетинг) између ТО Суботица и Парк Палић;</li> <li>• Догађаји, као додата вредност дестинације, и даље су усмерени на локалног госта;</li> </ul>

<p>инвестиција у реконструкцију / санацију кључних атракција на Палићу (Велика тераса, Женски Шtrand, Велики Парк, пречишћавање језера);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Припремљене поједине локације за приватне инвеститоре кроз инфраструктурно опремање и регулацију;</li> <li>• Локација Палића (доступност, транзитна позиција, повољна удаљеност од тржишта);</li> <li>• Близина Града Суботице са понудом комплементарног производа и основе за креирање целокупног ланца вредности;</li> <li>• Постојање термалних бушотина – основа за развој спа производа;</li> <li>• Разноврсни природни и вештачки туристички ресурси и атракције – основа за целовити ланац вредности туризма дестинације;</li> <li>• Људски ресурси (мултикултуралност, урођена гостољубивост, отвореност);</li> <li>• Људски ресурси у смислу комплементарних знања и вештина неопходних за развој Палића као дестинације (нпр. стручан медицински кадар);</li> <li>• Континуирани позитиван тренд раста страних туриста у Србији и на Палићу и промена тржишне структуре;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Власничка структура простора (подељеност парцела на велики број власника) онемогућава развој појединих пројеката;</li> <li>• Незадовољавајући квалитет воде у језеру, за купање и спортове, дестимулише долазак туриста;</li> <li>• Поједини догађаји нису у складу са жељеним позиционирањем дестинације;</li> </ul>
<b>МОГУЋНОСТИ</b>	<b>ПРЕТЊЕ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Политички тренутак и подршка пројекту од стране јавне власти;</li> <li>• Планиране даље инвестиције у побољшање квалитета воде на Палићу;</li> <li>• Формирање мултифункционалних заштитних појасева, као важан корак у унапређењу еколошког стања Палићког језера, представља и потенцијал за каснију туристичку валоризацију приобаља;</li> <li>• Професионална припрема и потпуно отварање дестинације ка инвестиционом тржишту;</li> <li>• Стимулативна инвестициона политика и унапређење модела привлачења приватних инвеститора;</li> <li>• Потенцијал за значајни раст интернационалне тражње;</li> <li>• Креирање различитих догађаја као туристичких производа, ради стимулације за додатну тражњу и стандардизација</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Непостизање договора око кључних питања даљег развоја Палића;</li> <li>• Одсуство контроле развоја и опасност трајне деградације квалитета простора;</li> <li>• Економска и финансијска криза у Европи као фактор смањеног дискреционог дохотка за туристичке услуге;</li> <li>• Ограничене јавне инвестиције за даљу подршку развоју пројекта;</li> <li>• Недостатак инвеститора/финансијских средстава на тржишту капитала;</li> <li>• Неадекватно позиционирање и диверсификација Палића у односу на конкуренцију;</li> </ul>

<p>процеса управљања и квалитета, као стимулација за додатну тражњу;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Недостатак конкурентних туристичких производа у Србији;</li> <li>• Потенцијал путног и железничког правца из Будимпеште – доступ до страних гостију;</li> <li>• Потенцијал за развој дестинације кроз програме прекограничне сарадње и регионалне развојне иницијативе (Стратегија ЕУ за регион Дувана, билатерални развојни програми, програми техничке помоћи, итд.)</li> </ul>	
---	--

## 2.7 ЗАКЉУЧАК

Економску ситуацију Србије карактерише стабилизација економије и прилив страних директних инвестиција. Овоме доприноси и смањење перцепције ризика инвеститора у прва два месеца 2015. године, услед потписивања аранжмана са ММФ. Извоз и инвестиције ће и у наредном периоду позитивно утицати на кретање БДПа. Учешће потрошње у структури БДП-а се смањује, уз истовремени раст учешћа нето извоза и инвестиција, што даљи раст БДПа чини одрживијим у односу на преткризни период, када је домаћа потрошња била најзначајнији генератор раста. Можемо закључити да општа економска кретања иду у прилог актуелизацији развоја Палића као јединственог ризорта.

Сам туристички комплекс се налази на северу Војводине, јужно од границе са Мађарском. Заузима површину од 712,36 ha са заштитном зоном од 1.698,13 ha. Основу заштићеног добра представља Палићко језеро. Карактерише га умерено континентална клима и просечна летња температура од 20 °C. Палић карактерише добра саобраћајна повезаност захваљујући развијеној друмској инфраструктури, и у комбинацији са авио и железничким саобраћајем. Стање опште инфраструктуре одговара иницијалним захтевима будућег развоја, посебно имајући у виду напоре који се чине у последњих неколико година у контексту решавања третмана отпадних вода и смањења загађености самог језера.

Људски ресурси (ниво образованости, стручности и диферзификованост) су битан фактор даљег успешног развоја. Као такви доприносе лакшој валоризацији и тржишном препознавању локалне културе и историје, остваривању безбеднијег боравка, и коначно истицању биодиверзитета, јединственог микса културних и природних вредности и јединствене атмосфере дестинације Палић-Суботица.

Палић и Суботицу карактерише постојање великог броја антропогених атракција које доприносе укупном доживљају дестинације, поред језера који представља једину природну атракцију са интернационалним значајем (уз услов побољшања еколошког стања језера). Остале уочене атракције махом имају национални и регионални значај, али изостаје увезивање доживљаја и искуства кроз организоване програме сарадње и маркетинга.

Суботица и Палић располажу са преко 2.200 кревета у туристичким смештајним капацитетима, а у претходном периоду долази до квантитативне и квалитативне промене структуре капацитета дестинације, пре свега захваљујући новим хотелима отвореним у самој Суботици.

Анализирајући појединачно капацитете Палића јасно је да структура смештаја не одражава карактер међународно препознате дестинације. Понуда је фрагментисана, због чега се намеће, као велики будући изазов, контрола квалитета целокупног ланца вредности дестинације. За Elite Палић потребно је у даљем развоју читаве дестинације, креирати могућност унапређења и проширења капацитета ове компаније.

На територији Палића и Суботице постоји значајан број угоститељских објеката, који се међусобно разликују по врсти хране које служе и нивоу услуге.

У претходном периоду директно је уложено преко 6 милиона евра из јавних средстава у подизање квалитета остале туристичке инфраструктуре, кроз активности као што су адаптација, реновирање, рестаурација и изградња.

Туристички систем чине интересни субјекти (стејкхолдери) који на директним или индиректним основама утичу на развој туризма Палића и Суботице, односно који имају посредне или непосредне користи од туризма. Поред садашњих и потенцијалних гостију, чије потребе и захтеви морају бити у фокусу свих активности, као и локалног становништва, које мора да буде укључено у доношење политике одрживог социјалног и економског развоја дестинације, стејкхолдери који учествују у спровођењу постојећег туристичког система су:

- Директни: Град Суботица, Туристичка организација Суботице (ТО Суботица), Парк Палић, Палић Лудаш, представници приватног сектора (смештаја и угоститељства), власници земљишта у оквиру просторног обухвата пројекта.
- Индиректни: АП Војводина, Туристичка организација Србије (ТО Србије), ТО Војводина, Министарство туризма, трговине и телекомуникација.

У периоду 2006.-2014. дестинацију Палић - Суботица карактеришу три раздобља развоја туристичког промета. Снажан развој у периоду до 2008. године, замењује значајан пад у периодима након економске кризе 2009-2011, после чега долази поново до повећања укупног туристичког промета у периоду до 2014. године. У погледу структуре ноћења Палић - Суботица, ноћења страних туриста у последњих шест година имају континуиран позитиван тренд раста. Задржавање гостију на дестинацији је кратко - испод 2 дана, са трендом благог пада. Укупно посматрано доминантни месеци су април-мај и септембар-октобар што се поклапа са тражњом у сегменту конгресног туризма. Два доминантна тржишта у дестинацији Палић - Суботица су гости из Мађарске и Пољске, следе Хрватска и Немачка.

У погледу структуре сегмената који посећују дестинације, јасно је учешће пословног госта (конгресни туризам) који су доминантни у периоду април-мај и септембар-октобар, када се доминантно опредељују за услуге хотелског смештаја. У току летње сезоне, овај сегмент мењају одморишни гости, али који се махом опредељују за капацитете у приватном смештају.

Укупни хотелски капацитети на Палићу су ограничени, и осим ресторана, додатни садржаји који се нуде гостима је, пре свега, коришћење конгресних капацитета. Услуге велнеса постоје, ограничено и недовољно за генерисање тражње, нуде се као додатна вредност.

На бази сопственог истраживања Norwath НТЛ, утврђено је да су остварене перформансе хотелског тржишта у паду у последњих неколико година. Поред попуњености, велики изазов је цена по којој се собе продају, као и кратко задржавање услед непостојања повезаних садржаја и снажних атрактора.





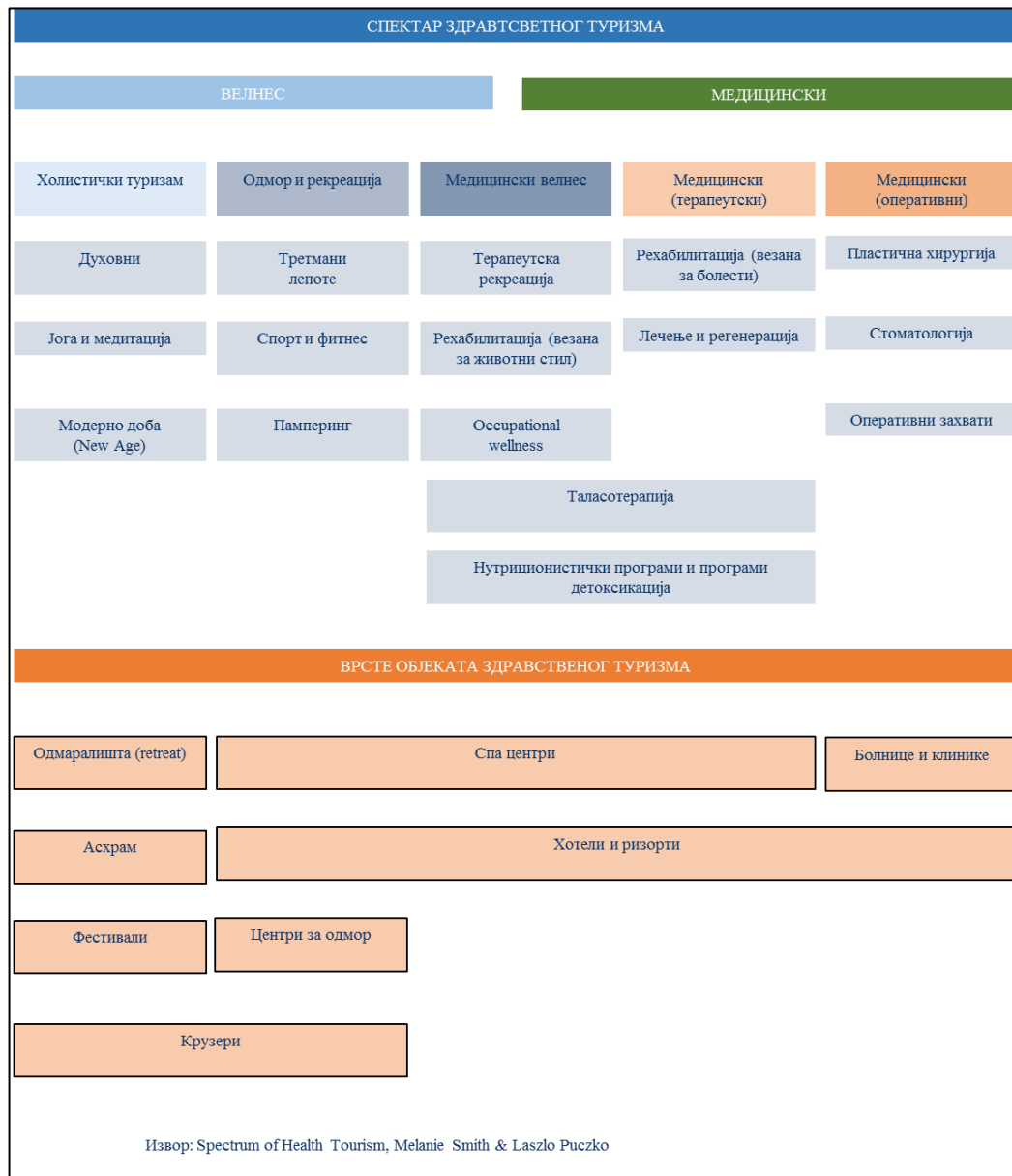
ПОГЛАВЉЕ 3  
Трендови развоја  
релевантних тржишта и  
бенчмарк анализа

### 3 ТРЕНДОВИ РАЗВОЈА РЕЛЕВАНТНИХ ТРЖИШТА И БЕНЧМАРК АНАЛИЗА

#### 3.1 ТРЕНДОВИ РАЗВОЈА РЕЛЕВАНТНИХ ТРЖИШТА

##### 3.1.1 Трендови развоја здравственог туризма

Здравствени туризам се, уопштено, може поделити на две поткатегије: велнес туризам и медицински туризам. Следи структурални преглед овог туристичког производа:



Велнес туризам се односи на госте који су доброг здравља и долазе ради третмана који ће им омогућити одржавање доброг физичког, психичког и духовног здравственог статуса.

Медицински туризам обухвата рехабилитацију која је везана за лечење одређене болести и комплексније медицинске процедуре које подразумевају одређене оперативне захвате, како у циљу лечења одређене болести тако и у циљу козметичких интервенција.

У наставку презентујемо главне глобалне трендове спа индустрије, која у великој мери обухвата и здравствени туризам, односно побољшање здравља третманима у којима се користи вода као главни ресурс.

- Према подацима Агенције СБИ, која ради при Министарству иностраних послова Холандије, Европска Унија има највећи удео на тржишту спа/велнеса у свету – 39% свих велнес путовања реализује се у Европи.
- Истраживања SRI International (2014) показују да од укупно 5 путовања у Европи, 2 су мотивисана велнесом.
- Прогнозирани годишњи раст тржишта велнеса је на нивоу од 7,3% до 2017. године.
- У Европи, државе са највећим бројем активних посетилаца велнес / спа центара (у % од укупног броја становника) су Аустрија (42%), Италија (39%), Шпанија (37%), Немачка (30%) и Велика Британија (25%);
- Активни посетиоци велнес / спа центара су углавном особе женског пола (70%+), док је учешће особа мушког пола у спа центрима у порасту у последњих неколико година;
- Тржишни сегмент породица са децом је доминантни тржишни сегмент у глобалној спа индустрији – 60% посетиоца у спа центрима припада старосној категорији од 30 до 49 година;
- Учешће старијих особа у укупном броју посетиоца у спа центрима у последњим годинама бележи опадајући тренд;
- Учешће младих (млађих од 30 година) у укупном броју посетиоца бележи растући тренд;
- Главни мотиви за одлазак у спа центар су: стрес, жеља за краткотрајним потпуним угађањем (*pampering*), жеља за побољшањем здравственог стања, одмором и релаксацијом;
- Најпопуларније услуге и третмани међу активним посетиоцима у спа центрима на глобалном тржишту су масаже, третмани лепоте (тело), медитација и активности хармонизације ума, духа и тела, третмани лепоте (лице), програми вежбања, мршављења, хидротерапије и друго.

Нови и иновативни концепти, производи и иницијативе у вези са здравственим / медицинским и велнес туризмом на које је потребно обратити пажњу су:

- Холистички, интегрисани концепти и они оријентисани на стил живота, који наглашавају потрагу за балансираним стилем живота (укључујући холистичке ризорте, спа и велнес центре);
- Регионални / cross-country маркетинг и branding иницијативе које удружују земље са сличним карактеристикама и ресурсима попут Нордијског Wellbeinga, Алпског Wellnessa, и медицинског / здравственог туризма заснованог на добробитима мора, као што је таласотерапија;
- Концепти и производи активног одмора и (нпр. спорт и пустиловни туризам), који се све више комбинују са велнес туризмом;

- Одрживи и еколошки концепти и производи, укључујући „eco-spas”, „slow” и храну органског порекла, као и природну и минералну козметику;
- Растући сегмент на европском велнес тржишту је ‘породични велнес’, са забележеним растом од 25% у 2012. години само на немачком тржишту.

### 3.1.2 Трендови развоја конгресног туризма

Два основна сегмента тражње на тржишту конгресног туризма су корпоративно и некорпоративно тржиште. У некорпоративно тржиште спадају асоцијације, невладине и владине организације и институције. Основни производ у конгресном тржишту се образлаже кроз МИСЕ акроним: састанци (meetings), подстицајна путовања (incentives), congresses (конгреси), догађаји и изложбе (events and exhibitions). Успешан развој конгресне дестинација базира се на креирању јаке мреже свих чинилаца у процесу задовољавања госта: носећих капацитета, комплементарних капацитета и додатних садржаја.

МИСЕ производ има благо изражену сезоналност, а највећи број дешавања у конгресном туризму се управо одиграва током маја, јуна, септембра, октобра месеца, где је највећи број догађаја.

Просечна дужина трајања догађаја показује тренд смањивања, али се повећава фреквенција одржавања догађаја. Односно, догађаји постају краћи али се одржавају чешће.

Приметан је тренд смањивање просечне величине догађаја. Догађаји постају фокусиранији на конкретне проблеме. Услед смањивања величине догађаја, хотели са конгресним капацитетима, постају доминантан пружалац услуге. Неопходно је имати у виду да се организатори одлучује пре за хотеле који могу да сместе све делегате, јер у случају да користе већи број смештајних јединица поставља се питање пружање истог нивоа услуга и третирање свих делегата на идентичан начин. Изузетак представља када групу у највећем делу чине делегати истог нивоа, а само мањи број људи су делегати на вишим позицијама који се могу сместити независно од остатка групе.

Такође, повећава се значај специјалних простора (музеји, дворци...) као конгресних простора. Питање адекватног управљања специјалним просторима је од изузетне важности за адекватно позиционирање и простора и дестинације. Значај конгресних центара се не доводи у питање, јер иако имамо тренд смањивања догађаја, и даље постоји значајно тржиште великих догађаја који имају искључиво потребе за великим конгресним центрима.

Осим великих градских центара, приметан је тренд пораста значаја секундарних, па чак и терцијарних дестинација, и то у сегменту организације регионалних и међународних догађаја. Њихов значај расте из два разлога. Први се огледа у тежњи да се догађајима да додата вредност кроз коришћење нових, и неистражених дестинација. Други је економски разлог. Полази се од тога да секундарне дестинације могу да пруже одговарајући квалитет по повољнијим условима и поштујући принцип „вредност за новац“. Имајући у виду сезонски карактер конгресног туризма, секундарне дестинације могу ценовном политиком изаћи из оквира главне сезоне, и таргетирати скупове асоцијација и корпорација за период месеца августа, као и фебруара и марта.

Секундарне конгресне дестинације се доминантно развијају у оквиру урбаних средина (у самом граду или у непосредној близини града), а само малим делом у оквиру планинских дестинација. Такође, секундарне конгресне дестинације се развијају и на нивоу језерских дестинација. Неопходно је истаћи да значајан број спа и породичних дестинација, како би смањили утицај сезоне, развијају конгресне капацитете, и своје садржаје прилагођавају конгресном госту.

Да би биле конкуренте на међународном тржишту, секундарне дестинације морају инвестирати у побољшање инфраструктуре и подизању капацитета продаје дестинације.

Просечна величина међународног догађаја у Европи је 365 делегата.<sup>6</sup> У последњих неколико година, као што је напоменуто, догађаји постају мањи, али се чешће организују. Ово креира прилику да се са истом клијентелом реализује серија догађаја, да би се смањили трошкови додатног маркетинга и наступа на тржишту.

Највећи број организованих догађаја спада у категорију 50-500 делегата, и то 64% је категорија до 250 делегата, а 20% је категорија 250-500 делегата. Претходно наведено, говори у прилог чињеници да се у Европи дешава реструктурирање понуде, и стављање у први план конгресних хотела, са довољно капацитета и за састанке и за пратеће сајмове и изложбе.

Просечна дужина трајања догађаја у Европи је 3.6 дана, при чему дужина боравка је условљена темом самог догађаја. Приметно је да дестинације које имају развијен систем туристичких доживљаја и додатних садржаја остварују и дужи период трајања догађаја. Осим продужења трајања догађаја, осим продужења трајања догађаја (које се манифестује кроз број ноћења), развојем додатних активности и пакета доживљаја, број учесника се може повећати у распону 5-10%, јер дестинација постаје атрактивна и за пратеће посетиоце (као што су чланови породице).

Ако се узме у обзир да је просечна величина догађаја 365 делегата, и да у просеку остају 3.6 дана у дестинацији, добије се да просечан догађај генерише 1.314 ноћења. Имајући у виду да трошкове боравка не плаћа сам гост, односно делегат, јер су трошкови сконцентрисани на пословни ентитет који организује скуп, јасно је да потрошња у дестинацији пословног госта виша од одморишног госта.

Позиционирање дестинације као конгресне за предуслов има јасно одређеног носиоца послова дестинацијског менаџмента и имплементацију принципа сарадње свих носиоца капацитета на дестинацији. На овај начин креира се интегрисани систем продаје капацитета према домаћим, регионалним и међународним клијентима.

### **3.1.3 Трендови у туризму породичних одмора**

Овај туристички производ подразумева породична путовање изван уобичајеног места сталног становања, са мотивом одмора, рекреације и разоноде за све чланове породице. На овим путовањима, често су присутне три генерације једне породице. Основни предуслов усмеравања дестинације или ризорта овом сегменту је постојање активности за децу (kids friendly activities), како би квалитетно провели време.

Категорије туриста породичних одмора могу бити значајан сегмент, како за основне тако и за комплементарне капацитете. У периодима ниске тражње других примарних сегмената (рецимо конгресни гост, или лечилишни гост) капацитети се могу окренути овом тржишном сегменту, уз одређена прилагођавања њиховим посебним захтевима. Прилагођавања не подразумевају промену инфраструктуре и капацитет самих објеката, или њихову допуну, већ се односе на комуникацију, већ се односе на комуникацију посебно обликованих садржаја који овај сегмент може да искуси на нивоу дестинације.

Карактеристика ове циљне групе је претходно добро упознавање дестинације, добра припрема путовања, пре него што се донесе одлука о резервацији одмора. Приоритет се дају дестинацијама које имају довољан број посебних активности за децу и услуге прилагођене дечијим потребама (посебни оброци у ресторану, посебне шопинг зоне, посебни делови аква парка...).

---

<sup>6</sup> Према подацима Међународне конгресне асоцијације ICCA

За овај туристички производ је потребно имати аниматори и посебно обучене водиче како би се дечје активности организовале на најбољи могући начин, безбедно, у условима контролисане средине. У овом случају, родитељима остаје слободно време да се посвете задовољавању сопствених потреба (одмор, спа, велнес...).

Сезона је условљена годишњим одморима родитеља, док у случају деце у основним школама, школским распустима у току и ван летње сезоне, за децу у школског узраста.

Родитељи преферирају дестинације где читава породица може имати заједничке активности, нарочито ако деца похађају средњу школу.

Као кључни фактор дестинације истиче се фактор локације. Дестинација /ризорт/ хотел мора бити лако доступан, при чему све активности морају исто бити на дохват руке. У планирању структуре смештајних јединица, неопходно је обезбедити довољно велике собе, или значајан број спојених соба. Битан фактор су и посебно планиране активности за децу.

## **3.2 БЕНЧМАРК АНАЛИЗА**

---

### **3.2.1 Преглед одабраних бенчмарк пројеката**

У планирању развоја Палића могуће је узети у разматрање примере добре праксе дестинација којима се Палић може приближити по својим ресурсима и атракцијама. У анализи одабраних дестинација, коришћени су следећи критеријуми:

- визија и структура дестинације / ризорта
- ниво атрактивности (ресурси и атракцијске основе)
- врсте и структура смештајних капацитета,
- структура туристичког производа
- општи ниво квалитета услуге

У наставку дајемо преглед одабраних бенчмарк пројеката:

- Villach (Аустрија)
- Neusiedler See (Аустрија)
- Балатон (Мађарска)
- Блед (Словенија)
- Karlovy Vary (Чешка)

<b>Дестинација:</b> Villach (Аустрија)			
			
<b>Врста комплекса:</b>	Дестинација позната по два језера Faaker и Ossiacher, погодна за активан и породични дужи одмор, wellness активности и целогодишњу рекреацију	<b>Врсте садржаја:</b>	
<b>Локација:</b>	Дестинација се налази у јужном делу Аустрије, у близини Италије и Словеније. Користи аеродроме Клагенфурта, Граца, Салцбурга, Љубљане и Трста. Добра путна инфраструктура и железничка. Дестинација заокружује понуду већег броја места, међу којима су највећа Клагенфурт и Вилах. Вилах се налази на језерима Faaker и Ossiacher. Језера су дубине до 30m. Летња температура до 23 степена. Дестинација је део региона Каринтиа.	<b>СМЕШТАЈ</b>	Укупан капацитет је 1.427 објеката Хотел *****: 39 објеката Хотел ***: 47 објеката Хотел **: 2 објекта Преноћишта: 80 објеката Приватни смештај: 133 објекта Апартмани и станови: 572 јединице Куће за одмор, брвнаре и бунгалови: 86 јединица Камп: 20 кампова Приватне собе: 368 јединица Сеоска домаћинство: 75 објекта Хостели: 5 објеката Укупан капацитет се процењује на преко 55.000 кревета
<b>Позиционирање:</b>	Дестинација породичног одмора, активан одмор, уживање у мултикултуралном амбијенту	<b>ГОЛФ</b>	1 голф терен са 18 рупа Додатни садржаји: Shooting range, тренинзи, клуб, продаја опреме, ресторан. Голф терен је под менаџментом приватне компаније и послује комерцијално. Део "Алле Адриа Голф" програма
<b>Циљна тржишта:</b>	Одмор са породицом у природи Рекреација и активан одмор Wellness пакети Група путовања Специјална интересовања и спортисти Пословни гости	<b>ГАСТРОНОМИЈА</b>	Традиционални ресторани Интернационални ресторани Сеоска радиност (сеоске гостионице) Посластичарнице
<b>Активности:</b>	Спољне: Посматрање птица Истраживање природе Стазе за пешачење и нордијско скијање Забавни и аква парк Подруми вина, винарије и виногради Национални парк Програми за породице Тематске стазе Kids friendly садржаји Вожња бицикла Сурфовање, једрење, kite surfing вожња чамца и педалина Најам чамца и глисера Пливање Базени Зимске: клизање, зимске активности, базени Догађаји: наглашавају културу; велики број фестивала као модерних догађаја	<b>SPA</b>	Значајан број хотела у оквиру свог садржаја нуди спа услуге, базене и сауне. Wellness & spa понуда је базирана на комерцијалним третманима за одмор, и негу тела и лица. Користи се термална вода у свим објектима, као и третмани лековитим блатом. Нема класичне примене медицинских спа третмана. Одређени број хотела нуди одређену врсту аква паркова са термалном водом. Термална вода се користи и за зимске отворене базене.
		<b>КОНГРЕСНИ КАПАЦИТЕТ</b>	Конгресни центри: Вилах: 20 сала, макс капацитет 2.000  Конгресни капацитети у хотелима: eduCare: 4*, 8 сала, макс капацитет 300

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

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

Дестинација: Neusiedler See (Аустрија)			
Врста комплекса:	Дестинација погодна за породични одмор, активности у природи, упознавање културе и традиције	Врсте садржаја:	
Локација:	Дестинација се налази на самој граници Аустрије и Мађарске, при чему је језеро највећим делом у Аустрији. Језеро се налази на 40km од Братиславе и 50km од Беча, па је сервисана и од стране два аеродрома. Добра путна инфраструктура гарантује laku доступност. Језеро је максималне дубине од 2m, а просечна дубина је 1m, карактерише га постојање талога и муља.	СМЕШТАЈ	Укупан капацитет је 3.356 кревета Хотел ****: 5 објеката, 533 соба, 810 кревета Хотел ***: 12 објеката, 330 соба, 670 кревета Хотел **: 3 објекта, 35 соба, 74 кревета Преноћишта: 24 објекта, 259 соба, 584 кревета Сеоска домаћинства: 6 објеката, 33 собе, 68 кревета Куће за одмор: 117 јединица, 1.150 кревета Камп: 1 камп, 180 кампинг места
Позиционирање:	Дестинација активног одмора, одмор и релаксација у додиру са природом, интересантно културно наслеђе, породични активни одмор	ГОЛФ	1 голф терен са 18 рупа Додатни садржаји: схоутинг ранге, тренинзи, клуб, продаја опреме, ресторан. Голф терен је под менаџментом приватне компаније и послује комерцијално.
Циљна тржишта:	Специјална интересовања Wellbeing Вински туризам Породични одмор Култура и културни догађаји Спортисти (аматери и професионални)	ГАСТРОНОМИЈА	Локални специјалитети и традиционално припремљена храна Национални ресторани Интернационални ресторани Винске куће и вински подруми
		SPA	Wellness & spa понуда је базирана на комерцијалним третманима за одмор, и негу тела и лица. Користи се термална вода различитог састава и температура. Нема класичне примене медицинских спа - лечилишних третмана, али се истиче да је вода лековита за хронична реуматска обољења, опоравак мускулаторног система и кичме, као и да подстиче циркулацију
Активности:	Спољне: Посматрање птица Истраживање природе Стазе за пешачење и нордијско Забавни и аква парк Подруми вина, винарије и виногради Национални парк Програми за породице Тематске стазе Kids friendly садржаји Вожња бицикла Сурфовање, једрење, kite surfing вожња чамца и педалина Најам чамца и глисера Пливање базени Зимске: клизање, зимске активности, базени Догађаји: наглашавају културу; велики број фестивала као модерних догађаја	КОНГРЕСНИ КАПАЦИТЕТ	Конгресни капацитети се налазе у хотелима, али су лимитираног капацитета:  St. Martins: 4*, 8 сала, макс капацитет 300 (позоришни стил) The Birkenhof: 4*, 6 сала, макс капацитет 180 Check in: 1 сала, макс капацитет 35 National Part: 4*, 6 сала, макс капацитет 200

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



<b>Дестинација:</b> Balaton (Мађарска)			
<b>Врста комплекса:</b>	Spa & wellness дестинација погодна за одмор, релаксацију и породични одмор.	<b>Врсте садржаја:</b>	
<b>Локација:</b>	Дестинација се налази у западном делу Мађарске. Повезана је одличним путним правцима. Удљеност од главног града је 100km. Дубина језера је 12m. Дужина обале је 236 km. Језеро је највеће у централној Европи. Температура воде лети је у просеку 26 степени. Удаљеност вожње од Беча и Граца је 2.5 сати.	<b>СМЕШТАЈ</b>	Укупан капацитет је 24.872 кревета. Хотел *****: 1 објекат, 232 собе, 445 кревета Хотел ****: 29 објеката, 3.813 соба, 8.025 кревета Хотел ***: 38 објеката, 3.005 соба, 6.443 кревета Хотел **: 1 објекат, 40 соба, 100 кревета Апартмани: 15 објеката, 624 собе, 1.716 кревета Приватан смештај: 224 објекта, 2.721 соба, 5.814 кревета Куће за одмор: 34 објекта Хостели и дења одмаралишта: 17 објеката, 269 соба, 729 кревета Сеоска домаћинства: 1.017 објеката, 2.230 кревета
<b>Позиционирање:</b>	Дестинација идеална за одмор и рекреацију на води, и породичан одмор, као и летњу забаву.	<b>ГОЛФ</b>	1 голф терен 19 рупа Додатни садржаји: shooting range, тренизи, клуб, продаја опреме, ресторан. Голф терен је под менаџментом приватне компаније и послује комерцијално.
<b>Циљна тржишта:</b>	Одмор са породицом Омладински туризам Рекреација и активан одмор Група путовања Пословни гости	<b>ГАСТРОНОМИЈА</b>	Традиционални ресторани Интернационални ресторани Посластичарнице Брза храна
<b>Активности:</b>	Спољне: Једрење и вожња чамаца Кану, кајак и педалина Остала забава на води Скијање на води Пецање Пливање Роњење Јахање коња Вожња бицикала и ролера Тенис и сквош Лов Paintball и адреналински спортови Авантура парк Унутрашњи базени Escape игре Спортови на плажи Дечје играонице и занимације Унутрашње: Теретана Базени Играонице Догађаји: наглашавају културу и традицију	<b>SPA</b>	Вода и лековито блато се користи за терапије модерних болести, као што су нервоза, анемија и анкилозност. Wellness & spa понуда је базирана на третманима за одмор. Значајан број хотела у оквиру свог садржаја нуди спа услуге, базене и сауне.
		<b>КОНГРЕСНИ КАПАЦИТЕТ</b>	Конгресни капацитети су скоцентрисани у 9 хотела:  Anna Grand : 4*, 6 сала, макс капацитет 270 (позориште стил) Danubius Health Spa: 4*, 11 сала, макс капацитет 230 Flamingo Wellness: 4*, 3 сале, макс капацитет 300 Azur Hotel: 4*, 14 сала, макс капацитет 6000 Hotel Karos Spa: 4*, 8 сала, макс капацитет 300 Kolping Hotel: 4*, 5 сала, макс капацитет 110 Lotus Therne: 4*, 33 сале, макс капацитет 80 NaturMed: 4*, сале, макс капацитет 320 Ramada Hotel: 4*, 9 сала, макс капацитет 550

[http://gotohungary.com/?utm\\_source=www.gotohungary.com&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=redirects](http://gotohungary.com/?utm_source=www.gotohungary.com&utm_medium=referral&utm_campaign=redirects)

Дестинација: Bled (Словенија)	
	
<b>Врста комплекса:</b>	<p>Језерска дестинација позната по природним лепотама планинског предела, језеру и богатству вода.</p>
<b>Локација:</b>	<p>Дестинација се налази у близини границе са Италијом и Аустријом. Повезана је одличним путним правцима. Од главног града је удаљена 50km, где се налази међународни аеродром. Најближи град у иностранству је удаљен 80km (Клагенфурт), а најближи други аеродром је Трст (170 km). Дестинација има 5.476 становника. Надморска висина је 501m. Површина је 144ha Дубина језера је 30.6m, а</p>
<b>Позиционирање:</b>	<p>Дестинација идеална за Wellness одмор од свакодневне гужве, рекреацију, али и пословне госте.</p>
<b>Циљна тржишта:</b>	<p>Wellbeing Атлан одмор и рекреација Пословни људи</p>
<b>Активности:</b>	<p>Спољне: Алпско и спортско пењање Вожња кајака и кануа Вожња чамаца и педалина Сналажење у природи Пешачење и стазе здравља Разне вожње брзацима Скакање са падобраном Јахање Истраживање пећина и кањона Вожња бицикала Мини голф Адреналин парк Тенис и сквош Купање, веслање и роњење Летњи боб и tubing Скијање, санкање, нордијско скијање Клизанье Туристички воз и разгледања Унутрашње: базени, фитнес, теретана Догађаји: наглашавају културу и традицију дестинације; модерни догађаји</p>
<b>Врсте садржаја:</b>	<p><b>СМЕШТАЈ</b> Укупан капацитет је 3.000 кревета. Хотел *****: 1 објекат, 87 соба, 168 кревета Хотел *****: 7 објеката, 638 соба, 1.203 кревета Хотел ***: 6 објеката, 468 соба, 910 кревета Гарни хотел: 9 објеката, 85 соба, 198 кревета Преноћишта: 10 објеката, 102 собе, 236 кревета Сеоска домаћинства (фарме): 3 објекта, 22 собе, 71 кревет Приватан смештај: 70 објеката, 310 соба, 757 кревета Хотели: 4 објекта, 28 соба, 119 кревета Камп: 280 кампинг места</p>
	<p><b>ГОЛФ</b> 1 голф терен 19 рупа, на површини 70ha Додатни садржаји: схоотинг ранге, тренинзи, клуб, продаја опреме, ресторан. Голф терен је под менаџментом приватне компаније и послује комерцијално</p>
	<p><b>ГASTPPOHOMИЈA</b> Традиционални ресторани домаће кухиње Посластичарнице Домаћинства и фарме</p>
	<p><b>SPA</b> Фокус је на wellness третмане који помажу у лечењу болести модерног доба, као што су стрес и исцрпљеност, те поремећај пажње. Третмани су базирани на коришћењу термалне воде која је на константној температури од 23 степена.</p>
	<p><b>КОНГРЕСНИ КАПАЦИТЕТ</b> Конгресни центар: 4 сале, макс капацитет 500 делегата (позоришни стил).  Значајни капацитети по хотелима. 11 хотела нуди конгресне капацитете:  Golf: 4*, 9 сала, макс капацитет 350 Toplice: 5*, 7 сала, макс капацитет 270 Park: 4*, 8 сала, макс капацитет 120 Kompas: 4*, 5 сала, макс капацитет 200 BW Lovec: 5*, 4 сале, макс капацитет 140 Tiglav: 4*, 2 сале, макс капацитет 30 Vila Bled: 4*, 2 сале, макс капацитет 120 Astoria: 3*, 3 сале, макс капацитет 150 Jelovica: 3*, 3 сале, макс капацитет 150 Ribino: 4*, 4 сале, макс капацитет 45 Krim: 3*, 2 сале, макс капацитет 100</p>

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

Дестинација: Karlovy Vary (Чешка)			
Врста комплекса:	Спа дестинација посвећен здрављу и релаксацији.	Врсте садржаја:	
Локација:	Дестинациј се налази у западном делу Чешке. Површина дестинације је 59 km <sup>2</sup> . Број становника је 50.594. Надморска висина 370-600m. Најближи градски центар је у удаљен 50km, а главни град 120km. Први велики град у иностранству је у удаљен 320km (Минхен).	<b>СМЕШТАЈ</b>	Укупан капацитет је 10.000 кревета. Хотел *****: 6 објеката, 450 соба, 900 кревета Хотел *****: 53 објекта, 2.680 соба, 5.350 кревета Хотел ***: 37 објеката, 1.120 соба, 2.250 кревета Хотел **: 18 објеката, 450 соба, 920 кревета Преноћишта: 22 објекта, 50 соба, 100 кревета Приватан смештај: 480 кревета
Позиционирање:	Дестинација за велнес и спа одмор, позната по квалитету лечилишних (медицалспа) третмана, традицији у лечењу и релаксацији.	<b>ГОЛФ</b>	10 голф терена у непосредној близини дестинације (3 терена са 9 рупа, 7 терена са 19 рупа). Додатни садржаји: схоутинг ранге, тренинзи, клуб, продаја опреме, ресторан. Голф терени су под менаџментом различитих клубова (компанија) и послују комерцијално
Циљна тржишта:	Medical spa Wellbeing, активан одмор и рекреација Голф Старије особе Пословни људи	<b>ГАСТРОНОМИЈА</b>	Традиционални ресторани домаће кухиње Интернационални ресторани Посластичарнице Пивнице Ексклузивни ресторани
Активности:	Спољне: Пешачке стазе и стазе здравља (22) Тенис Базени и пливање Хокеј и клизање на леду Скијање (30km од дестинације) Ролери Paintball Вожња бицикала Коњичке трке Јахање коња Унутрашње: Базени Теретана и фитнес Куглање Догађаји: наглашавају културу и традицију дестинације; модерни догађаји	<b>SPA</b>	Услуге лечилишног спа (medical spa) су доминанте; Позната по третманима против: болести дигестивног тракта, поремећаја метаболизма, дијабетаса, болести локомоторног система, болести јетре и панкреаса, неуролошких болести; Балнеотерапија и коришћење топлих извора (79 извора за лечење, и 13 за воду која се пије) Пону да комерцијалних wellness третмана, и третмана за негу лица и тела (6 wellness студија, поред хотела). Медицински туризам: пластична хирургија, стоматолошки центар, центар за репродукцију
		<b>КОНГРЕСНИ КАПАЦИТЕТ</b>	Хотели са конгресним капацитетима: 2 објекта. Укупно 6 конгресних сала, максимални капацитет је 800 делегата у једној С али (позоришни тип седења), а 1.000 за организацију коктела. Главни капацитет у оквиру хотела Grandhotel Pupp de Luxe (4 sale), додатни капацитет у хотелу Империл. Дестинација нема класичан конгресни центар

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

### 3.2.2 Закључак

Тржишни трендови показују јасно опредељивање дестинација и ризорта према конкретним тржишним сегментима, и прилагођавање понуде њиховим потребама и захтевима. Сегменти велнес и медицинског туризма, породичних путовања и конгресног тржишта су међусобно комплементарни. У периодима ниске тражње једног сегмента, дестинација може да се усмери на други сегмент, јер тржиште конгресног туризма има сезону у периодима ниске тражње велнес и породичних одмора, и обрнуто, због различитих потреба циљних група.

Да би дестинација могла успешно да се позиционира неопходно је прилагођавање и проширивање понуде. У зависности од степена тренутног развоја и постојеће

инфраструктуре, зависиће и ниво неопходних нових улагања. Неопходно је све садржаје прилагодити захтевима конкретног циљаног сегмента, водећи рачуна да се они могу искористити као додата вредност за друге сегменте.

Приказани примери из праксе кроз бенчмарк анализу, управо показују на који начин су унапређени основни ресурси и атрактори кроз додатне садржаје и активности, креирајући комплексан туристички доживљај за различите сегменте, а пре свега за сегмент одморишног туризма (са децом), конгресног туризма као и путовања са потребама велнеса и спа.

Увек мора да постоји један доминантан ресурс / атрактор који својим квалитетом и карактеристикама креира основ генералног туристичког производа и туристичког доживљаја. Овај ресурс се у највећем броју случајева базира на природном ресурсу (језеро, термална вода или комбинација), који је затим кроз систем туристичких активности и доживљаја развијен кроз велики број индивидуалних и комплементарних активности (медицински третмани, велнес третмани, спортске активности, специјална интересовања). Овај систем појединачних доживљаја се планира у природном окружењу, омогућавајући јединствен доживљај природе. На ово су додате и изграђене атрактивности који употпуњују доживљај, али у исто време креирају и снажну искуствену основу (голф терени, стазе за пешачење и бициклизам, терени за спорт и рекреацију...). Пажљивом комбинацијом ових елемената добијају се туристички производи којима се таргетирају сегменти породица са децом, сегменти туриста који путују из разлога очувања здравља или здравствених разлога, као и МІСЕ гости. Главни доживљаји дестинација су вода, природа, активни одмор, релаксација.

Доживљај воде (језера или термалне воде) је основ изградње главног туристичког доживљаја посматраних дестинација, а који се потом прожима кроз велики број додатних активности.

На доживљај воде се придодаје круг доживљаја који је у вези природе: пешачење, бициклизам, пењање, посматрање птица и друге. Готово све активности су прилагођене и потребама деце, а постоје и посебне активности само за децу.

Да би се укупни сет активности проширио, у складу са потребама циљних група, граде се додатни капацитети за голф, сала за спорт, теретана, отворених и затворених базена.

Са аспекта капацитета, можемо закључити да увек мора постојати водећи смештајни капацитет, најчешће хотел (ниво 4\* чешће, али и 5\*). Он је водећи са одређеним квалитетом услуга, броја соба и додатних садржаја. Осим тога, присутни су и смештајни капацитети осталих категорија поред хотела, као што су приватне собе, апартмани и кампови. Неопходно је истаћи да сваки од ових капацитета својим квалитетом услуге мора да се постави као саставни део искуственог ланца вредности, да не наруши углед читаве дестинације.

Водећи капацитети имају и сопствене додатне садржаје, међу којима се пре свега истичу велнес и медицинске услуге. Термална вода је основ за услуге балнеологије. Само у дестинацијама где је доказано да вода има терапеутске елементе, развијене су и балнеолошке услуге, у смислу посебних медицинских третмана. У осталим дестинацијама, термална вода је основ великог броја различитих велнес третмана за негу лица и тела.

Конгресни капацитети су најчешће смештени у оквиру хотела, и само у појединим дестинацијама постоје мањи конгресни центри. Појединачни капацитети за организацију конгреса су лимитирани, али постоји добра сарадња на нивоу дестинације, чиме се повећава и укупни капацитет који се нуди клијентима. Главна тржишта МІСЕ гостију који се таргетирају су регионална, домаћа, и мањим делом међународна.

Дестинације диверзификују своју понуду, путем јачања гастрономије. Појављују се ресторани чија је понуда заснована на локалним традиционалним рецептима.

Систематски се изграђује доживљај места, сеоске фарме и винарије се укључују као препознатљив симбол.

Организација фестивала је присутна у највећем броју случајева током главне сезоне, и представља вид анимирања гостију. Фестивали су у вези са локалном историјом и културом, али постоје и категорије модерних догађаја (модерна и популарна музика и друго). Приликом организације модерних догађаја све дестинације воде рачуна о укупном искуству које се презентује, начину како се сваки догађај уклапа у визију дестинације, како се не би нарушила укупна слика.

Представљени примери показују успешну сарадњу јавног и приватног сектора у развоју, маркетингу дестинације и оперативном менаџменту. У том смислу, креиране су одговарајуће платформе за сарадњу – почев од клубова конкурентности до интегрисаних дестинацијских менаџмент организација.



**ПОГЛАВЉЕ 4**  
**Стратешки оквир мастер**  
**плана и концепт развоја**

## 4 СТРАТЕШКИ ОКВИР И КОНЦЕПТ РАЗВОЈА

### 4.1 СТРАТЕШКИ КОНТЕКСТ

---

#### 4.1.1 Стратешке предности

##### 1. Стратешки пројекат Србије, Војводине и Суботице

Пројекат Палић је стратешки „*break-through*“ пројекат и као такав има снажну подршку од свих нивоа власти. Значајне јавне инвестиције у регулацију простора, општу инфраструктуру (водовод, канализација, саобраћајнице) и реконструкцију / санацију кључних атракција на Палићу у последњих 10 година имале су за резултат пораст атрактивности дестинације за улагања приватног сектора, локалну заједницу, посетиоце;

##### 2. Еколошке карактеристике Палићког језера

Палићко језеро, иако под јаким антропогеним утицајем, задржало је одређене јединствене природне вредности. Подручје "Суботичка језера и пустаре" су од међународног значаја за птице. Наиме, у II сектору се налазе "птичја острва" са највећом колонијом галебова, које је уједно и једино место у Србији на коме се гнезди црноглави галеб. Зеленило Великог парка представља битан елемент биодиверзитета заштићеног подручја. Подручје Зоо врта садржи преко 270 врста дрвећа и жбуња, а највреднији елементи локације су преко 250 година стара стабла храста лужњака, остаци исконске вегетације.

##### 3. Чврста основа за развој туризма

Локација Палића, диверсификовани природни и културни ресурси и атракције, одговарајућа база људских ресурса, наслеђена туристичка инфраструктура и регионално препознатљив туристички имиџ Палића, са једне стране, и тржишни импулси са друге стране, представљају чврста упоришта за развој туризма дестинације;

##### 4. Заштићен простор дестинације кроз усмеравање и контролу развоја

Палић се плански и контролисано развијао у последњих 10 година кроз одговарајућу регулацију простора, чиме је сачуван и унапређен квалитет простора и створене претпоставке за професионални развој туристичких производа. Пројекат Палић је међу ретким пројектима Србије који има своје развојно предузеће (*developer*) које је основано искључиво у циљу имплементације мастер плана и припрему инвестиционих пројеката.

#### 4.1.2 Стратешки недостаци

##### 1. Економска неизвесност

Економска неизвесност изазвала је застој инвестиционих активности и отежала процесе привлачења интереса приватних инвеститора. И поред напора Парк Палића д.о.о. као одговорног ентитета за имплементацију мастер плана и подршке од стране Града, Војводине и Србије, развој пројекта се није одвијао жељеном динамиком, због одсуства интереса приватног капитала;

##### 2. Квалитет воде језера Палић

Од еколошких карактеристика, проблематичан је квалитет воде. Квалитет воде није незадовољавајући за употребу воде у туристичко – рекреативне сврхе, због високог нивоа нутријената (азота и фосфора), повремениг присуства колиформних бактерија, пренамножавања фитопланктона и високог удела цијанобактерија (модрозелених алги) у фитопланктону.

### **3. *Власничка структура земљишта у обухвату пројекта***

Земљишне трансакције које су уследиле након усвајање претходног мастер плана на подручју обухвата пројекта имале су за резултат „дисперзију“ земљишта у погледу власничке структуре. Таква ситуација је довела до немогућности имплементације појединих кључних инвестиционих пројеката (првенствено на западној обали Палића) и тражење алтернативних решења.

#### **4.1.3 Стратешка упоришта**

##### **1. *Снажно вођство, усмерен и контролисан развој дестинације***

Палић се развија кроз јасно постављену визију развоја, која је преточена у мастер план и регулацију простора, са циљем професионалног обликовања и комерцијализације туристичких производа на домаћем и интернационалном тржишту. Критичан фактор успеха развоја Палића је и надаље контрола. Због краткорочних интереса који нису у хармонији са дугорочно одрживим развојем дестинације не сме се попустити у контроли;

##### **2. *Фокус на кључне инвестиционе пројекте као мотор развоја***

Пројекат Палић је приближен тржишту приватних инвеститора, у току је процес који се завршава стављањем кључних инвестиционих пројеката на тржиште капитала. Ограничени јавни финансијски ресурси и комплексни процеси привлачења инвеститора и стратешких партнера, захтевају фазну и фокусирану инвестициону стратегију. У циљу динамичног развоја дестинације, неопходно је ставити фокус на кључне инвестиционе пројекте који ће представљати додатну вредност целокупном подручју у погледу садржаја и позиционирања и представљати мотор даљем развоју подручја. Поред успостављања снажног вођства неопходно је улагање додатних напора у процес професионалне припреме пројеката за инвестиционо тржиште и креирања инвестиционе климе, као и пружање подршке у даљој имплементацији пројеката.

##### **3. *Коришћење геотермалних ресурса, обновљивих извора енергије и концепт енергетске ефикасности***

Постојање геотермалних и других обновљивих извора енергије (нпр. биомасе из пољопривредне делатности) доприноси целогодишњем одрживом функционисању туристичких капацитета (посебно спа капацитета).

## **4.2 ВИЗИЈА И ТРЖИШНО ПОЗИЦИОНИРАЊЕ**

---

Полазећи од динамичних и променљивих услова на туристичком тржишту, уочљивих промена у узроцима понашања посетилаца, као и од константног притиска који врши конкуренција на дестинацију, визија и тржишно позиционирање представљају комплексне и јединствене целине у данашњем глобалном туристичком свету.

Визија се креира за будуће тржиште и заједно са позиционирањем чини јединствену целину, односно представља оквир за успостављање јединствене емотивне везе са



тржиштем. Тржишно позиционирање, са друге стране, наглашава који физички, али и емоционални аспекти дестинације морају да буду интегрисани у простору и усаглашени са активном улогом локалне заједнице, како би развој био успешан, односно, препознат и реализован на туристичком тржишту.

Зато се разматра развој ширег простора око језера Палић, кога треба усагласити са напорима у области развоја привреде, руралног подручја, туризма који се чине и на нивоу Војводине и Србије. Од кључне важности је преношење примера добре праксе и могућност интегрисаног туристичког развоја са дестинацијама у Мађарској, кроз коришћење програма прекограничне сарадње.

#### 4.2.1 Визија

Визија која се овде предлаже представља објективизовану слику будућности и њен задатак је да успостави синергију између локалне слике Палића – људи, наслеђа, могућности искоришћења простора и туристичких производа – и глобалних правила игре туристичке индустрије (стандарди услуге, развој људских ресурса кроз образовање и обуку, управљање пословним субјектима, маркетинг, итд.). Визија која је формулисана за регион Палића је резултат вишемесечног рада Радне групе који је претходио изради Мастер плана Палић 2015. У разговорима са кључним субјектима дестинације, у низу радних састанака и радионица, усаглашен је предлог изјаве о визији будућег смера развоја туризма Палића, а који се базира на следећем:

- Традиција бањског лечилишта које постоји преко 150 година са богатом прошлошћу;
- Аутентичност архитектуре и културног наслеђа простора, романтика;
- Угодност боравка у парку природе и доживљај језера, мира;
- Карактер, култура, образовање и гостопримљивост људи;
- Иновативни развојни пројекти за изградњу заокруженог сплета искуства и доживљаја.

#### Изјава о визији

*Палић је високо вредан простор који у себи интегрише природне и културолошке атракције, наслеђено и модерно. Својим специфичним садржајем и квалитетом услуге привлачи различите посетиоце током целе године: младе и старе, породице и парове, пословне и одморишне госте. Сет искустава који се нуди на Палићу подстиче на здрав, активан живот и хармонију са природом, а културни садржаји и традиција монденског бањског ризорта оплемењују.*

*Богатство природног и културног наслеђа, стручност и гостопримљивост људи, Палић користи за изградњу сопственог имиџа и за развој малих и средњих туристичких и повезаних бизниса, усмерених да својим гостима испоруче врхунски квалитет производа и услуга.*

*Контролисаним развојем садржаја и изградњом ланца специфичних туристичких доживљаја, Палић обезбеђује искуство којим се, са једне стране, код посетилаца креира осећај среће, као врхунског облика испољавања здравља, а са друге стране, обезбеђује стабилан извор благостања локалног становништва, као и заштите и одрживости природног и културног наслеђа.*

*Палић је јединствено место где се људи изнова враћају у трагању за срећом и здрављем.*

#### 4.2.2 Тржишно позиционирање

Палић је специфична Панонска бањска дестинација и позиционира се као место активне релаксације, здравља и среће.

Својом понудом, примарно доприноси повећању задовољства, омогућавајући одржавање телесно-духовне равнотеже путем разних активности. Међународно је препознат као целогодишња бањска дестинација здравља и лепоте, активности и забаве, доступна и отворена.

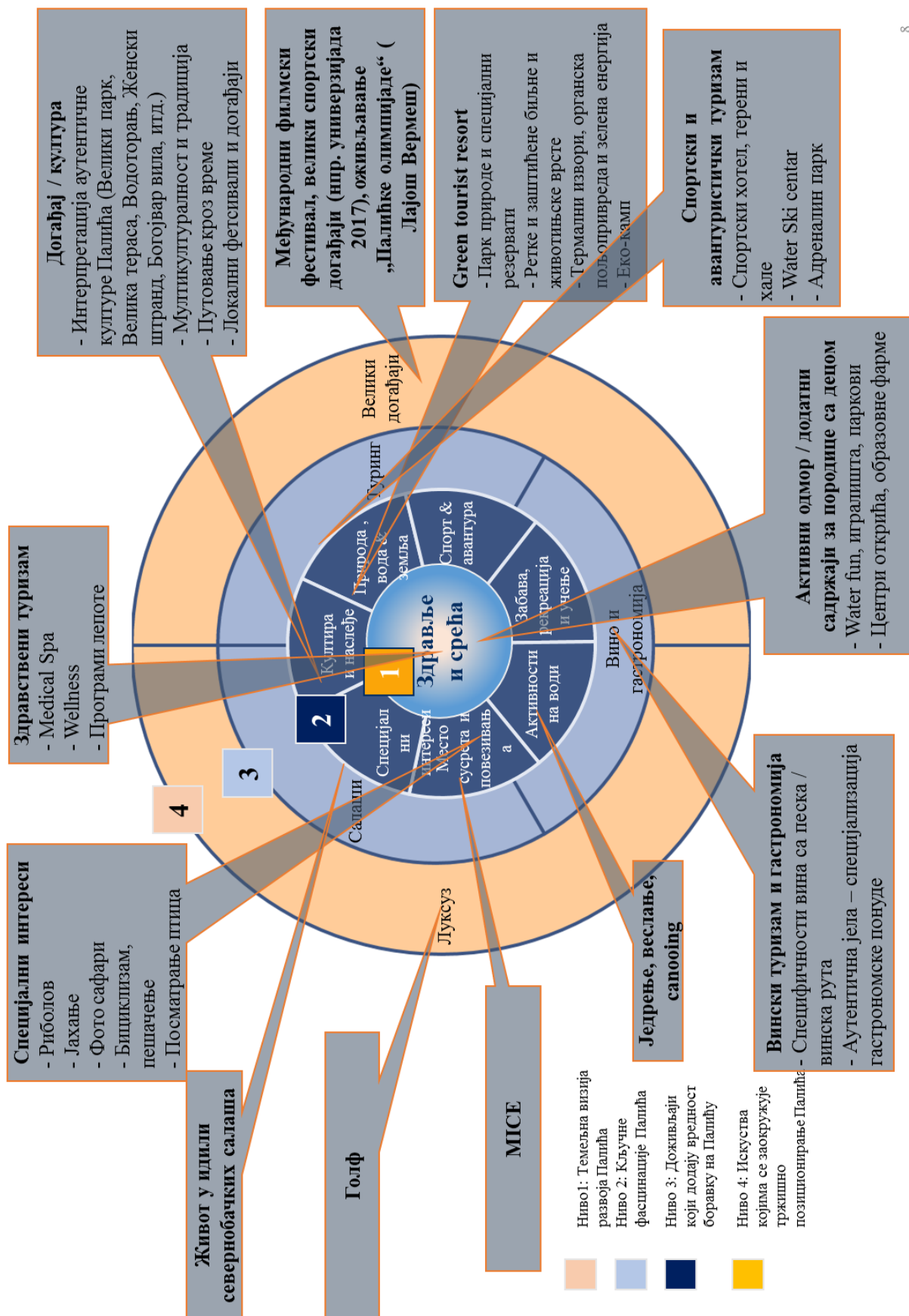
Додатно, Палић паралелно нуди и капацитете којима се позиционира као дестинација за одржавање састанака, инсентив боравака и догађаја, посебно узимајући у обзир развој додатних садржаја којима се креира осећај луксуза и начина живота врхунског квалитета.

У изградњи жељене тржишне позиције, Палић посебно води рачуна о следећем:

- Професионалној специјализацији – креирању заокруженог сета искустава, усмерених на остварење дефинисане визије, кроз различите нивое којима се дефинише целокупни ланац вредности у дестинацији;
- Креирању различитих подручја искустава, који представљају одвојене целине, а у складу са расположивим простором у обухвату Златног и Сребрног круга;
- Специфичној интеракцији различитих елемената и концепата / подручја искустава, повезивањем кључних елемената кроз променаду и пешачко-бициклическу стазу око језера – "лунго лаго";
- Креирању осећаја задовољства и среће, душевног мира, лагодности, сигурности и уживања – емотивног набоја који ће обезбедити лојалност гостију – стално враћање у дестинацију.

Дакле, позиционирање Палића као дестинације ослања се на искуствену тематизацију простора и изградњу интегралног туристичког ризорта, који ће, уз специфичну комбинацију наслеђених и развијених садржаја, атракција и атрибута, бити у стању да испоручи обећање одређено визијом.

На следећој илустрацији приказани су нивои искуствене тематизације Палића, који служе као окосница за дефинисање производа и развојних пројеката у процесу изградње интегралног туристичког ризорта, као и тематизације ширег подручја Палића (Бронзани круг):



## 4.3 КОНЦЕПТ РАЗВОЈА

---

На основу претходне илустрације јасно је да се мора обезбедити одговарајућа равнотежа између кључних елемената у развоју Палића као интегралног туристичког ризорта, као и садржаја у контактним зонама и ширем окружењу (Бронзани круг), и то:

1. кључних атракција и атрибута који привлаче госта у ризорт;
2. услуга које се пружају у ризорту (смештај, храна и пиће, здравствене услуге, трговине, забава, итд.);
3. активности и доживљаја који окупирају госте који у ризорту бораве.

Ова равнотежа се постиже контролисаним физичким развојем и начином повезивања и усклађивања садржаја и функција ризорта за различите категорије туриста / посетилаца. Другим речима, битно је креирати и управљати концептом који ће обезбедити да су интереси различитих група клијената у простору и времену адекватно задовољени.

Са друге стране, предложеним концептом развоја се обезбеђује снажна полуга за дугорочно очување и унапређење простора, с обзиром на значајно природно и културно наслеђе које се налази у обухвату плана. План је неопходна претпоставка. Уз изграђен план неопходно је увести и подржати механизме управљања и контроле развоја, јер је то једина гаранција дугорочног опстанка дестинације и њеног правилног развоја – изградње и тржишне афирмације, њене интерпретације и очувања аутентичног идентитета.

Под претпоставком контролисаног развоја туризма, који је добро испланиран и којим се добро управља, туризам у заштићеним подручјима какво је Палић, доноси средства и мотивацију да одговорни ентитети (у овом случају предузећа Палић Лудаш и Парк Палић) наставе да брину, одржавају и унапређују своје природно наслеђе и културу.

### 4.3.1 Развој производа

Портфолио туристичких производа Палића базира се на следећим основама:

- Палић као туристичка дестинација, своју препознатљивост заснива на статусу бање и традицији дугој готово 200 година. Тада је први пут указано на лековита својства језерске воде (1820. године).
- Ситуационој и бенчмарк анализи, које су сублимиране у изјави о позиционирању и искуственој тематизацији простора Палића.

Развој Палића и његовог ширег окружења, као савремене бањско-језерске дестинације дефинише следеће туристичке производе:

За простор Златног и Сребрног круга:

1. Здравствени туризам;
2. МИСЕ;
3. Одмори;
4. Спортски туризам;
5. Голф;
6. Догађаји и култура;

За простор у контактним зонама и обухвату Бронзаног круга предлажу се додатни туристички производи:

7. Рекреација у природи;
8. Вино и гастрономија.

Уз ове производе Палић свакако мора да искористи и потенцијал производа Специјалних интересовања, при чему он представља саставни део проблематике интегралног управљања ризортом и напорима развоја туризма у ширем подручју.

#### 4.3.2 Опис кључних производа за Палић

У наставку, дајемо описе производа, уз нешто детаљнији опис производа Здравствени туризам, узимајући у обзир темељну визију Палића и оријентисаност локалне заједнице ка развоју овог вида туризма:



У Европи, концепт здравственог туризма се историјски заснивао на употреби природних ресурса и лековитих фактора у циљу релаксације и рехабилитације, и то: термалним водама и таласотерапији у Западној Европи, лековитим минералним и термалним водама у Централној и Источној Европи, активностима и рекреацији на отвореном у Северној Европи, те медитеранској клими и таласотерапији у Јужној Европи. У односу на историјски развој здравственог и велнес туризма и традиционалним праксама које се примењују, код нас је остала употреба термина „бања“ за подручја у коме постоје лековити природни фактори (термална и минерална вода, ваздух, гас и лековито блато – пелоид, чија су лековита својства научно испитана и доказана) и која имају организовану здравствену праксу, одговарајуће смештајне капацитете и остале садржаје.

Здравствени туризам се, генерално, може поделити на велнес и медицински туризам.

Медицински (лечилишни) туризам подразумева праксу која се везује за лечење, односно различите интервенције – од блажих до инвазионих (терапије, рехабилитације, операције, пластична хирургија, стоматологија, итд.). У медицинском туризму, услуге које су донекле препознате као међународно конкурентне, посебно у регионалном контексту су углавном у области дијагностике, стоматологије и офталмологије, док се у последње време, барем за тржиште Србије, развија понуда и у пластичној хирургији. Софистицираније медицинске интервенције, иако постоји релативно велика база лекара специјалиста и Институција са дугом традицијом, још увек нису озбиљније комерцијализоване на иностраном тржишту, делимично и због системски неуређеног простора за деловање (интернационални стандарди квалитета и питање одговорности) и консеквентно малог броја приватних пракси које раде комплексније интервенције.

Са друге стране, велнес (wellness) као (благо)стање представља суштинску супротност болести (illness) и дубоко је укореван и почива на традицији очувања здравља и исцељења – још су се у старим цивилизацијама користиле различите праксе: термална купатила у старом Риму, употреба лековитих трава и минерала у арапској и кинеској медицини, као и ауурведа праксе у индијској. У концепту савременог разумевања здравственог туризма, чији је саставни део велнес, промовише се холистички приступ,

који подразумева континуитет самоспознаје, личне одговорности према сопственој добробити.

Термини спа и велнес туристички производи још нису дефинисани и усвојени у домаћој туристичкој терминологији. На међународном туристичком тржишту, под велнес активностима подразумева се широк спектар активности које су усмерене ка креирању хармоније у физичком, менталном и духовном смислу, те се везују у највећој мери са променама у начину живота и животним навикама.

У циљу отклањања недоумица у схватању различитих концепата, значајан допринос дало је Међународно удружење спа центара (ISPA) које под спа центрима подразумева „места која су намењена унапређењу целокупног здравственог стања кроз употребу различитих професионалних услуга за регенерацију ума, тела и духа.“

Имајући у виду тржишне трендове ка усвајању образаца здравог живота, као и прокламовано опредељење Светске здравствене организације да је превенција здравствена стратегија за будућност, сматрамо да Палић може развој приоритетног туристичког производа и позицију на тржишту, да утемељи на здрављу, као највећој вредности појединца, односно првенствено на превенцији болести, отклањању лакших здравствених проблема и рехабилитацији, а не на интервенцијама и лечењу како је то случај у другим традиционалним бањским дестинацијама у Србији и окружењу.

#### ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА

- **Club Spa** – спа центри чија су примарна сврха фитнес активности, али имају у понуди и широки спектар професионално вођених спа услуга на дневној основи;
- **Day Spa** – спа центри који имају у понуди професионално вођене спа услуге на дневној основи. Углавном су лоцирани у засебим објектима и нису повезани са хотелом или ризортом. Најчешће садрже у понуди широк спектар третмана за лице и тело.
- **Destination Spa** – спа центри чија намена није само понуда спа услуга, већ пружање клијентима целокупног спектра услуга за развој здравих животних навика – за целокупну промену животног стила. У понуди садрже свеобухватне програме који укључују спа услуге, фитнес активности, едукативне курсеве, здраву кухињу и различите активности специјалних интереса.
- **Medical Spa** – спа центри чија је примарна улога пружање комплетних лечилишних-медицинских услуга у којима је запослен професионални и стручни медицински кадар. Фокус је на компоненти лечења и пружања свих потребних третмана, између осталог и спа третмане у вези превенције здравља као додатне услуге. У понуди садрже третмане/терапије за клијенте са здравственим проблемима.
- **Mineral Spring Spa** – спа центри који у понуди имају термалне, минералне и друге изворе који се користе у сврху хидротерапијских третмана.
- **Resort/Hotel Spa** – спа центар у склопу хотела или ризорта који пружа професионалне спа услуге, фитнес активности и друге велнес активности.
- **Болнице и клинике** – специјализоване установе које, у зависности од типа терапија и интервенција могу да буду различито организоване. За потребе развоја туризма Палића, у циљу заокруживања понуде лечилишног туризма, као још једне области развоја, предлаже се оснивање центра-санаторијума-института за третмане рехабилитације и регенерације, који би користио предности амбијенталне целине Палића. Центар-санаторијум-институт би се бавио интегралном мобилизацијом биолошких потенцијала организма, применом најсавременијих програма ревитализације организма. Ради се о апликацијама физикалних процедура у рехабилитацији и широкој лепези признатих метода лечења алтернативним поступцима.. Корисници оваквог центра би могли да буду сви болесници са стањима након значајних и тежих хируршких интервенција (локомоторни органи, мишићна и коштана ткива), као и болесници са оштећењима циркулације, виталности и функционалне

способности. Додатно, имајући у виду карактер Палића као дестинације, могу се развити и третмани повреда, спортских повреда и оштећења, а имајући у виду историјски карактер Бање Палић, свакако би требало развити програме за хроничне болести реуматизма.

#### САДРЖАЈИ И УСЛУГЕ – КЉУЧНИ ФАКТОРИ УСПЕХА

- Сви кључни капацитети и садржаји морају да буду добро испланирани и усклађени, како би израда специфичних програма здравља била успешна;
- Посебно би требало водити рачуна о удобности коришћења капацитета и лаганом / неприметном преласку у коришћењу садржаја (како унутрашњих, тако и спољашњих) у складу са дефинисаним програмом, како би корисници могли да извуку максимум;
- Развој садржаја и услуга треба да следи принцип одрживости – енергетску ефикасност, коришћење обновљивих извора енергије, локалних природних материјала, итд.
- Коришћење велнес пакета обично подразумева смештај, три obroка дневно, спа услуге и приступ велнес капацитетима, као што су термални базену и купалишни садржаји;
- На оперативном нивоу, врши се пласман пакета програма а не продаја ноћења у смештајним капацитетима; профитни потенцијал се налази у туристичким програмима здравља, као туристичким пакетима. Тиме се програми не би угрозили са аспекта њихове репутације;
- Потребна је синергија између туристичких производа, смештајних капацитета, спа садржаја, услуга гастрономије и избалансираних искустава у погледу здравља;
- Највећи потенцијал повећања просечне потрошње по госту лежи у комбинацији описаних туристичких производа, путем оптимизације искустава.
- Људски ресурси ангажовани на реализацији пакета програма морају бити упознати са комплетном понудом и треба да прођу комплексну обуку..

#### ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦИРАЊА

- Своју позицију коришћења потенцијала здравственог туризма, Палић мора да гради на креирању програмских пакета који ће бити усмерени на целогодишње пословање а не само на једну сезону;
- Неопходно је спроводити процесе специјализације, процесе стандардизовања услуга, процесе осигурања сталног квалитета услуга у циљу успешног тржишног позиционирања;
- Искористићавање предности концепта сегментације тржишта – неопходно је обезбедити адекватну координацију и вођство у овом домену, како би се потенцијал Палића за развој здравственог туризма у потпуности искористио;
- Потребно је направити оквир за реализацију програмских пакета "по мери корисника" за туристичке производе превенције и посебног лечења за одређене циљне групе;
- Развојем апликације за мобилне телефоне постиже се стална интеракција са корисницима у сврху "подсетника" за активности које корисник треба да обави у оквиру пакета програма (режим исхране, прописане вежбе, терапија лековима и суплементима).

## КОНГРЕСНИ ТУРИЗАМ И МІСЕ (састанци, инсентиви, конференције и догађања)

### ОПИС ПРОИЗВОДА



Пословно путовање и МІСЕ се могу дефинисати као путовања мотивисана професионалним и пословним разлозима, који укључују активности као што су решавање проблема, задатака, едукације и / или присуствовање одређеним догађајима. Просечно време задржавање је две до три ноћи.

Процењује се да је у Европи готово свако друго путовање мотивисано пословним разлозима и присуствовању на различитим састанцима, конгресима, или сајмовима. На страни понуде налазе се конгресни бирои, професионални организатори конгреса (PCO), дестинацијске менаџмент компаније (DMC), конгресни простори, хотели са конгресним капацитетима и остали понуђачи (као што је АВ опрема).

Сваки EUR потрошен у дестинацији од стране МІСЕ госта, генерише додатних 8 до 12 EUR. Ниво лојалности гостију мотивисаних овим обликом путовања је веома висок, па се често враћају у дестинацију на одмор. Развој овог производа има веома снажан утицај на развој додатних туристичких и трговачких садржаја и директно стимулише развој других туристичких производа у дестинацији.

### ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА

- **Састанци** – Једнодневни или вишедневни, организовани најчешће на ad-hoc принципу за решавање конкретних изазова и проблема, и циља тачно одређен број учесника; програми образовања и тренинга
- **Инсентиви** – Облик награђивања запослених за постигнуте резултате у компанији;
- **Конгреси и конференције** – Редовни догађај фокусиран на тачно одређену област или тему, који привлачи значајан број људи;
- **Изложбе и корпоративни догађаји** – промоције нових производа, пословни сајмови, различите прославе, итд.

### САДРЖАЈИ И УСЛУГЕ – КЉУЧНИ ФАКТОРИ УСПЕХА

- Адекватни конгресни и дуги простори за састанке;
- Квалитетан хотелски смештај, комплементаран са конгресном инфраструктуром;
- Авио и друмска доступност према међународном тржишту;
- Јака локална подршка;
- Посебан Интернет сајт прилагођен продаји и планерима догађаја
- Ефикасан локални транспорт
- Препознатљивост дестинације и очување имиџа, диференцирана понуда услуга, богатство садржаја, добра ванпансионска понуда, коришћење културних и забавних ресурса

### ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦИРАЊА

- Палић има веома добар саобраћајни положај и доступност;
- Постојећи реконструисани и капацитети планирани овим Мастер планом гарантују солидан физички капацитет за развој овог производа;
- Близина смештајних капацитета у Суботици и доминантно учешће овог производа у перформансама ширег подручја Палића указују на јаку основу за будући успех МІСЕ производа на Палићу.



## ОДМОРИ

### ОПИС ПРОИЗВОДА



Промене у навикама и потребама туриста, као и измењени глобални услови пословања, утицали су на то да се туристички центри на језерима развијају на начин да простор адекватно тематизују и развију садржаје који ће обезбеђивати долазак туриста у континуитету, током целе године. Програми се састоје углавном од различитих одморишно – рекреативних активности, у зависности од годишњег доба. Производ се може дефинисати као одмор са циљем уживања и стицања нових искустава.

Претпоставља се да годишње више од 90 милиона Европљана креће на летњи одмор. Обим прихода се креће око 75 милијарди € с просечном потрошњом по путовању од 900€.

Карактеристика овог производа је врло спор раст тржишта, а под утицајем уласка нових понуђача и all inclusive концепата, забележен је и благи пад просечне потрошње по путовању.

Кратки одмори трају између једног и четири дана, само понекад нешто дуже, представљају други, трећи или четврти одмор у години. Главни мотиви одласка на кратке одморе су: искључење из свакодневнице, посета догађајима, посета културним манифестацијама, пословни пут повезан са кратким одмором, шопинг и сл. Кратки одмори нису сезоналног карактера и велику улогу у одабиру дестинације игра цена.

### ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА

- **Одмори** – недељу и више дана;
- **Кратки одмори** – до недељу дана, најчешће од 1 – 4 дана.

### САДРЖАЈИ И УСЛУГЕ – КЉУЧНИ ФАКТОРИ УСПЕХА

- Лака доступност дестинацији, добра локална саобраћајна повезаност
- Расположиви смештајни капацитети
- Категорисани објекти приватног смештаја, високи квалитет услуге
- Расположиви програми и садржаји у смештајним објектима
- Адекватне спортске и рекреационе активности
- Уређена обала и приступ води
- Додатни садржаји у природи у интеракцији са водом
- Активности у затвореном простору у току зимске сезоне

### ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦИРАЊА

- Повољни климатски услови обезбеђују Палићу могућност за развој целогодишње понуде;
- Одмор уз језеро представља добру алтернативу одмору на мору, посебно у условима развоја предложених додатних садржаја и у комбинацији са другим туристичким производима;
- Квалитетни интегрални програми активног одмора утичу на елементе

## СПОРТСКИ ТУРИЗАМ

## ОПИС ПРОИЗВОДА



Спортски туризам је облик путовања условљен пре свега мотивима бављења одређеним спортским активностима, индивидуално или тимски, аматерски или професионално. Додатно, осим бављења спортом, у ову категорију улазе и активности присутности, учења и посматрања. Спортски туризам обухвата следеће облике: активно учешће, пасивно учешће и посматрање, организовано учешће, неорганизовано учешће, пословне активности у вези спорта, дакле, широку лепезу путовања мотивисаних спортом.

У спортски туризам се сврстава и организација спортских кампова, за категорију спортиста млађег узраста, који путују групно и организовано, са изузетком индивидуалних спортиста. Такође, у ову групу се сврстава и организација спортских кампова, пре свега за категорије спортиста млађих узраста. Ова категорија туриста у највећем броју случаја путују групно и организовано, са изузетком индивидуалних спортова.

Тражња за понудом спортског туризма је нарочито повећана у летњим и зимским месецима. Велика спонзорска средства се троше на спортске догађаје, спортска удружења и тимове. Значајно је и оглашавање, промоција и активности у вези са спортским догађајима и такмичењима.

Посебно место на Палићу заузимају спортови на води – једрење, веслање и у будућности скијање на води.

Имајући у виду примарну оријентацију Палића као места на којем се испоручују здравље и срећа, са порастом дискреционог дохотка за слободне активности, повећавају се и шансе за привлачење аматерских спортиста и конципирање програма за овај тржишни сегмент.

## ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА

- **Активни спортски туризам** – активно и професионално бављење спортом;
- **Активности на води** – једрење, веслање и скијање на води;
- **Спортски догађаји** – такмичари, други учесници, посматрачи;
- **Благи (soft) производ** – спорт као део редовног туристичког путовања;

## САДРЖАЈИ И УСЛУГЕ – КЉУЧНИ ФАКТОРИ УСПЕХА

- Одговарајући број и капацитет отворених и затворених терена за различите групе спортова;
- Додатни садржаји – теретане, стазе
- Одговарајући смештајни капацитет – спортски хотели и апартмани уз коришћење капацитета омладинских и студентских одмаралишта (Омладинско насеље на Палићу);
- Посебно прилагођена исхрана
- Распоживост додатних услуга као што су прање и пеглање
- Адекватни забавни садржаји

## ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦИРАЊА

- Спортске активности су одувек биле интегрални део понуде на Палићу;
- Традиција организације спортских догађаја је почела пре 135 година, са организацијом Палићких спортских игара – "Палићке олимпијаде";
- Палић има шансу да развије спортски туристички производ, како због постојећих капацитета, спортских терена, тако и због садржаја планираних овим Мастер планом, као и капацитета у изградњи (Омладинско насеље);
- Палић је доступан главним урбаним центрима, поседује сву потребну медицинску и стручну подршку за бољу припрему спортиста;
- У перспективи, једноставно ће се прилагодити захтевима у погледу смештаја и исхране.

## ГОЛФ

### ОПИС ПРОИЗВОДА



Голф као туристички производ и генератор тражње постаје саставни део додате вредности значајног броја дестинација, при чему код тржишне нише пасионираних голфера, голф је и кључан разлог доласка. Реч је о комплексном производу, који приходује по основу саме игре, али и од рада додатих садржаја (продавница, клуба) и организације турнира, као и од интегрисања различитих смештајних садржаја.

Квалитет терена и додатних садржаја опредељује и укупан квалитет овог туристичког производа. Голф је производ који омогућава позиционирање дестинације, али и производ који смањује негативан сезонски утицај на пословање.

Голф је компатибилан са развојем туризма породичних одмора, али и конгресним туризмом због контекста умрежавања и неформалног дружења. Голф као производ је намењен и локалном тржишту, али је најчешће оријентисан на стране госте.

У просеку, голф туриста је мушкарац, старости од 40 до 64 године. Он путује чешће, остаје дуже у дестинацији и троши више новца од гостију из одморишног сегмента. Голф туриста у ближним дестинацијама остаје 3-4 дана а у прекоморским и до две недеље. Постоји неколико категорија туриста: прва се односи на људе којима је основни разлог путовања голф. Код њих је голф начин и стил живота и не посматра се као туристичка активност. У највећем броју случајева они купују готове голф аранжмане.

Друга категорија туриста, голф види као додатну вредност боравка у дестинацији и као активност која употпуњује боравак, или конгресну активност. Овде је нагласак на академијама голфа, рад са тренерима, инсентив елементима.

Трећу категорију чине туристи који су дошли као посматрачи и навијачи на голф турнир. Ова категорија је присутна у најпрестижнијим дестинацијама, и и нове дестинације не могу рачунати на ове циљне групе.

Специјализовани туроператери, као и Међународно удружење голф туроператера продају 80% аранжмана овој циљној групи. Аранжман од 7 дана има цену у распону од 1200-1700 еура..

## ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА

- Најчешће организован у облику аранжмана који обухвата следеће услуге: авио превоз са трансфером аеродром – хотел – аеродром, ноћење (са одабраним нивоом услуге хране и пића), коришћење главног терена за игру (green fee), прилагођен термин почетка коришћења терена (tee time), приступ помоћним садржајима (driving range, putting green), бесплатни часови голфа (за туристе који немају искуства). Пакет од 7 дана по правилу садржи 7 ноћења, 5 дана приступа терену и остале одабране услуге.

## САДРЖАЈИ И УСЛУГЕ – КЉУЧНИ ФАКТОРИ УСПЕХА

- Терен јединственог решења, али компатибилан са непосредним окружењем – у случају Палића, планиран је развој голф терена са 18 рупа, пар 72, 2 сета tee box-ова (жене и мушкарци)
- Једноставна саобраћајна доступност – предност Палића
- Додатни голф садржаји – вежбалиште (driving range, putting green, chipping green и бункери)
- Клубска кућа – на два нивоа, са терасама и околином. Предвиђене свлачионице, оставе и продавница опреме за голф.
- Квалитетан смештај
- Пријатни климатски услови
- Интеграција са дестинацијом кроз додатне активности и садржаје
- Врхунски ниво услуге

## ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦИРАЊА

- Поред два терена на Ади Циганлији у Београду и у Жабљу (по девет рупа), Палић има шансу да развије први професионални голф терен;
- Могуће је умрежавање са теренима у суседству – Словенија, Румунија и Мађарска у циљу креирања јединствених пакета;
- Опредељеност Палића ка одрживом развоју дестинације и заштити природног подручја упућује на потребу еко сертификације голф терена;
- Усмерење ка младима путем одржавања голф едукација, програма тренинга и турнира је фактор диференцирања

## ДОГАЂАЈИ И КУЛТУРА

### ОПИС ПРОИЗВОДА



Догађаји су континуиране активности које се углавном догађају једном годишње, а које промовишу туризам одређене дестинације путем аутономне привлачне снаге самог догађаја, али и подстичу госте на директно учествовање и активну укљученост. Да би постали део туристичке понуде неке дестинације, догађаји, по правилу, морају да привлаче учеснике и / или посматраче који нису део локалне заједнице. Догађаји имају необично јак утицај на креирање имиџа о некој дестинацији. Све развијене туристичке дестинације интензивно раде на креирању целогодишњег календара различитих догађаја како би своју понуду учиниле што атрактивнијом и у свим осталим месецима у

години Одлазак на догађај за туристе представља обично треће или четврто путовање у години и траје од једног до три дана.

Кључни елемент овог производа су фестивали и свечаности, које и данас имају важну улогу у представљању туристичке дестинације Палић туристичком тржишту и у креирању имиџа дестинације.

Туристички производ догађаја и културе представља хетерогени склоп који укључује наслеђе (посете културно-историјским споменицима и атракцијама), а гости су углавном мотивисани потрагом за далеком прошлошћу коју често романтизирају. У ову област спадају и путовања мотивисана савременим догађајима креативне индустрије. За дестинацију Палић постоји међусобна условљеност и потреба заједничког развоја са Суботицом. Овај туристички производ обухвата и путовања мотивисана присуством на догађајима-фестивалима, концертима, изложбама, церемонијама и сл.

### ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА

- *Фестивали, карневали, верске прославе, параде, комеморације*
- *Концерти, јавне изложбе, церемоније*
- *Спортска такмичења*
- *Годишњице, прославе, и сл.*
- *Посете музејима, изложбама, позориштима*
- *Интерпретација културно – историјског наслеђа / обиласци културно историјских атракција*



### САДРЖАЈИ И УСЛУГЕ – КЉУЧНИ ФАКТОРИ УСПЕХА

- Добар приступ и мобилност
- Информативна документација, брошуре, водичи
- Разнолика комплементарна понуда
- Систем туристичке сигнализације и означавања
- Распоживост сета различитих активности у склопу догађаја
- Могућност куповине локалних сувенира и производа
- Осигурани простори за паркирање
- Квалитетан смештај у близини места одржавања догађаја (хотели, хостели, приватни смештај, кампови)
- Могућности за шопинг
- Ресторани, барови
- Разноврсна гастрономска понуда са локалним специјалитетима
- Уређени прилази и интерпретација најзначајнијих атракција

### ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦИРАЊА

- Обиласци кључних културно – историјских атракција на Палићу и њихова интерпретација;
- Коришћење простора за реализацију догађаја;
- Креирање великих догађаја – Међународни филмски фестивал, спортски догађаји – Универзијада 2017., оживљавање "Палићке олимпијаде";
- Програми "путовања кроз време" у циљу да се дочара аутентичност архитектуре на Палићу

За потребе развоја туризма у Бронзаном кругу, имајући у виду темељно усмерење дестинације ка активном и здравом животу, у складу са природом, као и већ постојеће капацитете винарија и салаша, препоручујемо развој и промоцију додатна два туристичка производа:

РЕКРЕАЦИЈА У ПРИРОДИ	
ОПИС ПРОИЗВОДА	
	
<p>Полазећи од суштинске оријентације Палића, као дестинације у којој се преферира и промовише здравље и срећа, узимајући у обзир чињеницу да се ради о заштићеном природном подручју, сматрамо да би било изузетно драгоцену конципирати широк варијетет програма рекреације у природи, који би се могао понудити туристима са или без стручног надзора и вођења. Боравком у природи, на отвореном, удисањем чистог ваздуха и активностима које пружају задовољство, најбоље се остварује визија развоја-осећање среће код посетилаца.</p> <p>Рекреација у природи састоји се од неколико сегмената који су идентификовани на основу постојеће ресурсно-атракцијске основе. Према томе, овде ће се развијати и додатно професионално обликовати они сегменти који се данас у мањој мери комерцијализују, а уз развој приоритетних пројеката како се предлаже у овом Плану, туристички производ рекреације у природи укључује: активности на језеру, пешачење, јахање, бициклизам, лов, риболов, кајакинг, кануинг, једрење, веслање, скијање на води, адреналински парк, као и посета Зоолошком врту Палић. оред рекреацији у природи развија се и рекреацију у затвореном простору (тенис, кошарка, рукомет, одбојка, фудбал) и многе друге активности.</p>	
ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Посета Зоо Палић</i></li> <li>▪ <i>Пешачење, бициклизам, шетња, јахање, итд.</i></li> <li>▪ <i>Активности на језеру и уз језеро (једрање, веслање, скијање на води, сапооing, риболов<sup>7</sup>, пешачење, бициклизам, итд.)</i></li> <li>▪ <i>Голф</i></li> <li>▪ <i>Адреналински парк</i></li> <li>▪ <i>Породични излети</i></li> <li>▪ <i>Организовани и индивидуални излети</i></li> <li>▪ <i>Team building активности у природи</i></li> <li>▪ <i>Тренинзи и такмичења</i></li> <li>▪ <i>Дечји излети и радионице</i></li> </ul>	
САДРЖАЈИ И УСЛУГЕ – КЉУЧНИ ФАКТОРИ УСПЕХА	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Садржаји и опрема за спортске / рекреативне активности</li> <li>▪ Могућност најма / куповине опреме потребне за спортске активности</li> <li>▪ Унутрашњи и спољашњи спортско-рекреативни садржаји и опрема</li> <li>▪ Медицинска и спасилачка подршка</li> <li>▪ Школе, курсеви, такмичења, манифестације</li> <li>▪ Анимација, програми, концерти са темом</li> </ul>	

<sup>7</sup> На подручју Парка природе «Палић» риболов је ограничен на планске активности са циљем одржавања повољног стања екосистема језера и на рекреативни риболов са обале

- Угоститељски садржаји
- Одговарајућа гастрономска понуда здраве хране
- Туристичка инфраструктура / атракције повезане са спортско-рекреативним активностима

#### ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦИРАЊА

- Палићки зоолошки врт је уједно и ботанички врт у којем се може активном шетњом видети преко 60 врста животиња и преко 260 врста дрвећа и жбуња.
- Могућност учествовања група различитих способности и могућности (млади, професионалци, почетници, деца, и слично);
- Тематизација Палића кроз искуствене зоне и целине
- Могућност ширења и коришћења ширег простора у Бронзаном кругу, укључујући и језеро Лудаш.

## ВИНО И ГАСТРОНОМИЈА

### ОПИС ПРОИЗВОДА



Палић је већ дуго препознат као дестинација са које долазе специфична вина – вина са песка. Потенцијал за развој и искоришћавање винског туризма у ширем окружењу Палића је сразмерно велики, посебно ако се има у виду да је овај сегмент, у комбинацији са аутентичном гастрономијом подручја, један од растућих на глобалном тржишту.

Тема и доживљај овог производа се развија око културе гајења грожђа и производње вина, а суштина је да туриста научи више о винима, култури, традицији, да дегустира вина, као и да учествује у самој берби грожђа. Вино је одличан ресурс за умрежавање елемената попут традиције и културе. Да би дестинација била препозната по овом производу неопходно је креирати мрежу произвођача вина, која треба да има заједничку визију, на унапређењу путева вина. Ради оставарења заједничке визије, треба наставити провесе стандардизације, означавања аутохтоног географског порекла и маркетинга.

Нарочито је важна интеграција локалних вина и гастрономије – у Војводини, па тако и на подручју Палића на традиционалан начин се производе квалитетна вина.

Гастрономија је туристички производ, кога карактерише богатство кулинарских вештина и међусобних утицаја локалних кухиња/ мађарске, српске, буњевачке, немачке и кухиња из шире регије. Гастрономска понуда обједињава специјалитете микрорегије и добра је основа за креирање посебне тржишне марке.

### ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА

- *Вински путеви, вински подруми и куће дегустације вина*
- *Салаши*



- *Дани посвећени одређеној врсти јела, пића, воћу, поврћу*

#### САДРЖАЈИ И УСЛУГЕ – КЉУЧНИ ФАКТОРИ УСПЕХА

- Простор за прихват група
- Посебно обликовани итинерари и руте са темом гастрономије у ширем подручју Палића / Северне Бачке
- Активности / курсеви повезани са процесом припреме хране
- Сертификати географског порекла (ознаке)
- Систем сигурности
- Могућност куповине типичних производа директно од произвођача
- Могућност узимања припремљених специјалитета
- Квалитетно дизајниране трговине
- Тематски музеји, изложбе, манифестације, и слично
- Систем означавања и туристичке сигнализације
- Могућност наручивања и доставе производа телефоном, интернетом
- Могућност плаћања кредитним картицама

#### ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦИРАЊА

- Пут вина Палића
- Куће дегустације – вински подруми; Вински двор, Винарија Звонко Богдан, Подрум Палић, итд.
- Гастро понуда на салашима
- Гастро понуда у чардама
- Каталог / брошура најбољих гастрономских специјалитета дестинације
- Манифестације и догађаји повезани са локалним традицијама



**ПОГЛАВЉЕ 5**  
**Физички мастер план –**  
**намена површина**

## 5 ФИЗИЧКИ МАСТЕР ПЛАН

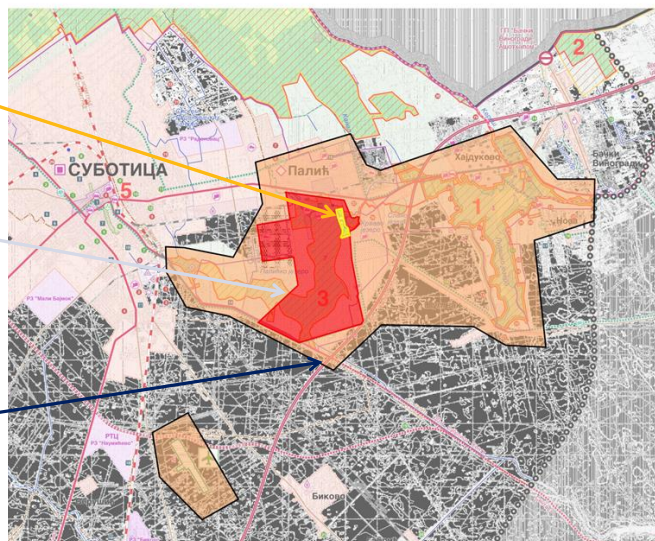
### 5.1 ОБУХВАТ

Развој дестинације у круговима

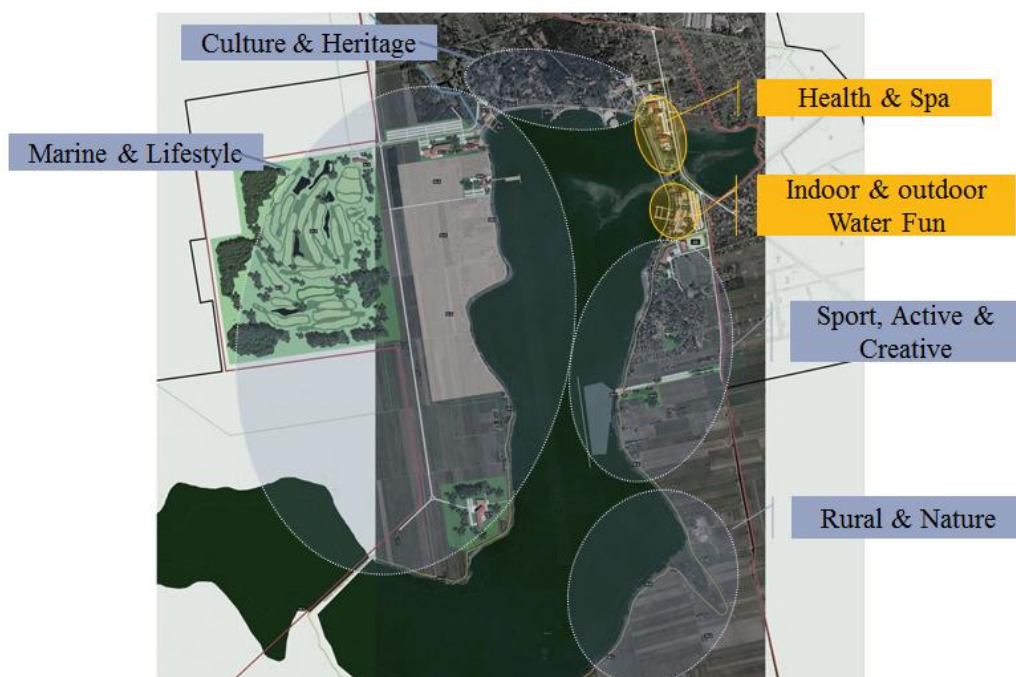
**Златни круг** – пројекти спремни за излазак на тржиште инвеститора

**Сребрни круг** – пројекти спремни за развој према логичним фазама

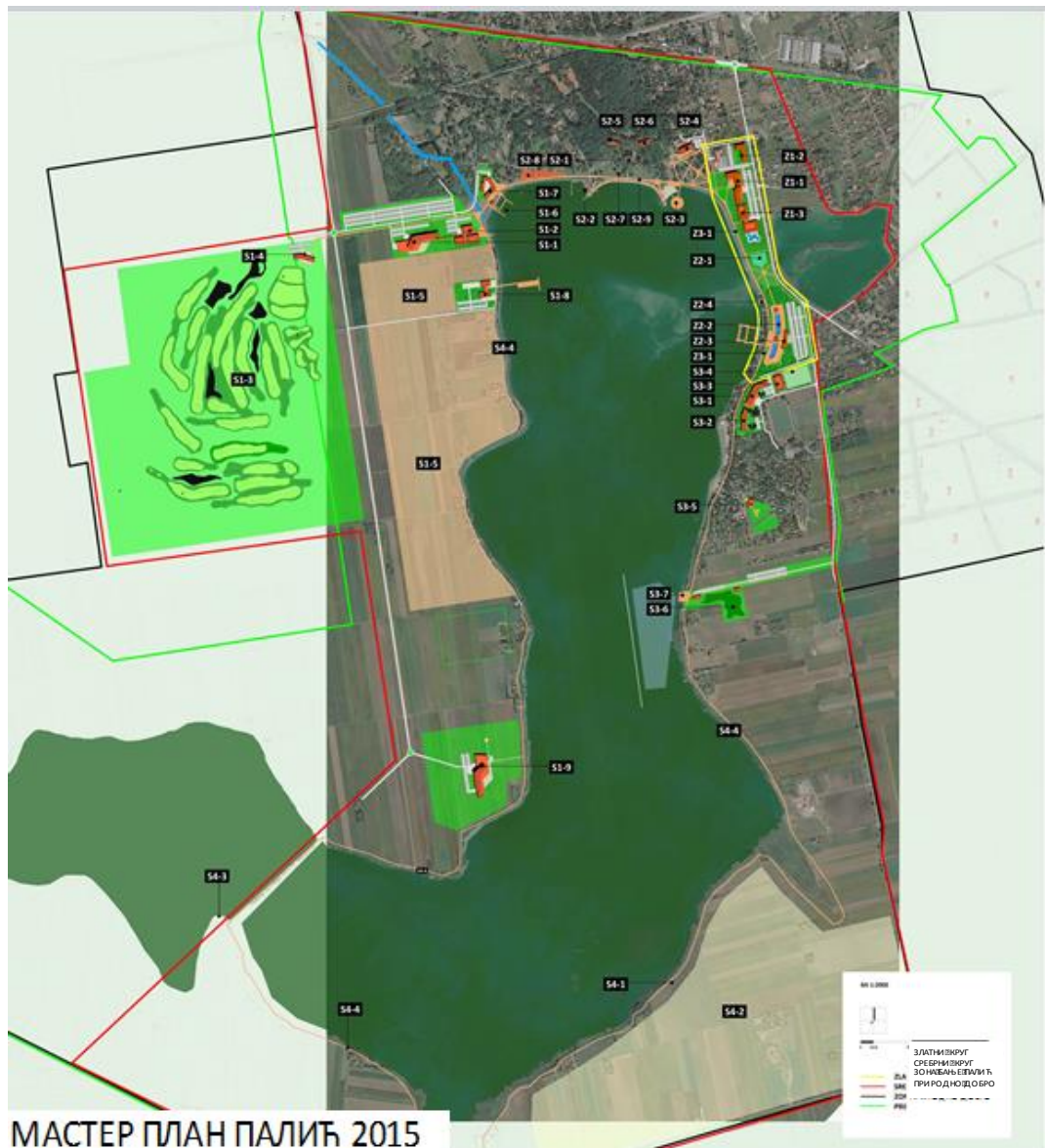
**Бронзани круг** – дугорочна заштита и резервација простора / искуствено структурирање ширег подручја и допринос ланцу вредности туризма Палићког ризорта



### 5.2 ФИЗИЧКИ МАСТЕР ПЛАН – ЗЛАТНИ И СРЕБРНИ КРУГ – ИСКУСТВЕНЕ ЗОНЕ



### 5.3 ПРЕГЛЕД САДРЖАЈА У ЗЛАТНОМ И СРЕБРНОМ КРУГУ – ИНДИКАТИВНА КАРТА НАМЕНЕ ПОВРШИНА



МАСТЕР ПЛАН ПАЛИЋ 2015

#### ПЛАН НАМЕНЕ ПОВРШИНА

- |  |  |   |
|--|--|---|
| Z1-1 Палић Спа Ризорт – хотел              | C1-5 Палић породични бутик хотели и виле   | C2-8 Шоппинг аркада                           |
| Z1-2 Палић Спа Ризорт – апартмани          | C1-6 Марина                                | C2-9 Променада                                |
| Z1-3 Палић Спа Ризорт – Medical Spa центар | C1-7 Једриличарски клуб и туристички пункт | C3-1 Палић Спорт хотел                        |
| Z2-1 Зелени Забавни Парк                   | C1-8 Веслачки клуб (Резатни центар)        | C3-2 Спорт апартмани                          |
| Z2-2 Комплекс базена                       | C1-9 Санаторијум (Medical Centar)          | C3-3 Спортска хала                            |
| Z2-3 Кабине, савајонице, павилони          | C2-1 Велика тераса                         | C3-4 Тениски терени                           |
| Z2-4 Трговине, храна и пиће                | C2-2 Женски шtrand                         | C3-5 Малопродатни центар у викенд насељу      |
| Z3-1 Лидо                                  | C2-3 Концертна тераса на језеру            | C3-6 Адреналински (авантура) парк             |
| C1-1 Палић MICE & Spa хотел                | C2-4 Палић Хотел Мала гостиона             | C3-7 Центар за скијање на води                |
| C1-2 Конференци центар Палић               | C2-5 Палић Језеро апарт деладанс           | C4-1 Чарда                                    |
| C1-3 Голф терен са 18 рупа                 | C2-6 Палић Парк апарт деладанс             | C4-2 Простор за сајаше                        |
| C1-4 Палић Голф клуб                       | C2-7 Еспланада                             | C4-3 Осматрачнице за посматрање птица         |
|  |  | C4-4 Лунго Лаго – бициклизинка/ пешачка стаза |

**Напомена:** Индикативном картом намене површина су дате индикативне позиције - макролокације и габарити планираних садржаја у контексту потребе развоја туризма на предметном подручју, а не њихове тачне локације. У том

*смислу, за развој туризма је од значаја да наведени садржаји остану у оквиру одговарајуће зоне, поштујући назначене макролокације.*

*Прецизне локације и примењена планска и грађевинска решења је неопходно разрадити у поступку просторног планирања, као и израде пројектне и техничке документације у складу са позитивним прописима и важећим другим правилима у тренутку отпочињања развоја појединачних пројеката.*

*Услови које издају надлежне институције су *conditio sine qua non* за успешну реализацију пројеката. Евантуални конфликти / неусаглашености (нпр. у деловима у којим графички прилог није усаглашен са режимима заштите) се могу решавати другачијим просторним распоредом елемената унутар блока, или мањим померањима појединачних садржаја.*



**ПОГЛАВЉЕ 6**  
**Кључни инвестициони и**  
**развојни пројекти**

## 6 КЉУЧНИ ИНВЕСТИЦИОНИ И РАЗВОЈНИ ПРОЈЕКТИ

### 6.1 УВОД

---

Конципирање развоја сваке дестинације, посебно оних које се налазе у заштићеним природним / пејзажним подручјима са доминантним атрактором (какав је Палићко језеро), карактеришу богати екосистеми. Директан утицај развоја туризма се огледа у деградацији таквих екосистема, уколико развој није конципиран на одрживим основама.

Кључно опредељење обрађивача плана, Horwath НТL-а, као и Радне групе за израду Мастер плана коју је оформио кабинет градоначелника Суботице, било је да се предложеним мерама максимално заштите тачке од интереса за заштиту постојећег екосистема језера, те да се интелигентним дизајном омогући дугорочан и стабилан извор прихода за заштиту и унапређење ширег простора Палића.

Такав приступ је у потпуности испоштован у поступку усаглашавања визије и тржишног позиционирања, као и предлога производа. Планирање и стратешки развој сваке дестинације претпостављају и кључне активности, односно пројекте које постављену стратегију реализују.

У контексту овог Плана, а на бази интервјуа са најбитнијим субјектима, резултата са радионице, обиласка терена, као и нашег стручног мишљења, кључни пројекти који ће градити конкурентску позицију Палића као дестинације на туристичком тржишту укључују кључне инвестиционе пројекте приватног и јавног сектора (који су предмет физичког Мастер плана у оквиру овог пројекта), као и оне пројекте који приватним и/или јавним иницијативама подупиру развој комплетног туристичког ланца вредности ширег подручја Палића (Бронзани круг), а могу послужити као солидна основа за развој малих и средњих предузетничких иницијатива.

Током процеса израде Мастер плана Палић 2015 ревидирани су пројекти који су претходно предложени и развијани, а узимајући у обзир то да су поједине иницијативе већ у току, оне нису предмет наше даље разраде. Међутим, у предлозима развојних пројеката на овом подручју, а који су детаљно обрађени у следећој тачки овог поглавља, извршено је усклађивање постојећих иницијатива са новим предлозима пројеката.

Овакав приступ у потпуности омогућава концепт формирања заокружених искуствених зона / малих универзума за себе, којима ће се обезбедити квалитетан садржај и испорука искуства свим заинтересованим категоријама гостију за које се понуда на Палићу припрема.

Поштујући захтеве Пројектног задатка на основу којег је израђен овај Мастер план, физички мастер план је израђен за потребе идентификације и позиционирања пројеката у Златном и Сребрном кругу.

Развојни пројекти који се дају описно, се примењују у комплетном обухвату плана, али је њихово усмерење ка развоју додатних садржаја и претварању компаративних у конкурентске предности Палића као дестинације. Дакле, ови пројекти се могу схватити као својеврсни програми конкурентности, па је, у том смислу, неопходно поклонити подједнаку пажњу и њиховој реализацији, јер су они пут до бржег достизања жељене тржишне позиције, а и доносе значајне користи у погледу развоја малих и средњих предузетничких иницијатива.

## 6.2 ПРОЈЕКТИ ЗЛАТНОГ КРУГА

Златни круг је подељен према искуственим зонама, у оквиру којих су формиран кључни пројекти.

Зона ЗЛАТНИ КРУГ1 (health & spa)		
31	1	Палић Spa Resort - хотел
31	2	Палић Spa Resort - апартмани
31	3	Палић Spa Resort - Medical Spa Centre
Зона ЗЛАТНИ КРУГ2 (indoor & outdoor water fun)		
32	1	Зелени Забавни Парк
32	2	Комплекс базена
32	3	Кабине, свлачионице, павиљони
32	4	Трговине, храна и пиће
Зона ЗЛАТНИ КРУГ3 (променада)		
33	1	Лидо

У наставку дајемо преглед пројеката Златног круга, у складу са њиховим ознакама датим у претходним табелама према кореспондирајућим зонама.

### 6.2.1 Зона Златни круг 1 – health & spa:

#### 6.2.1.1 Палић Spa Resort – хотел, апартмани и medical spa центар (31-1, 31-2 и 31-3)

Позиционира се као целогодишњи Спа ризорт који клијентима пружа целокупан спектар садржаја и услуга за рекреацију, опуштање и ослобађање од стреса, унапређење здравља и развој здравих животних навика.

Палић Спа ризорт обухвата следеће садржаје:

- хотел на нивоу четири интернационалне звездице;
- потпуно опремљен *spa & wellness* центар за добро здравље и лечилишни садржаји са широким спектром терапија и третмана;
- пунктове хране и пића са нагласком на здраву исхрану;
- мултифункционалне дворане;
- пратеће садржаје.

#### Палић Спа ризорт - програм садржаја

##### Смештајни капацитет

Структура смештајних јединица је следећа:

- 150 соба у хотелу од чега 100 стандард двокреветних соба (просечне нето површине од 28 m<sup>2</sup>), 40 двокреветних супериор соба (просечне нето површине од 32 m<sup>2</sup>), 8 јуниор апартмана (просечне нето површине од 40 m<sup>2</sup>) и 2 сениор хотелска апартмана (просечне површине од 45 m<sup>2</sup>);
- 50 кондо апартмана (просечне нето површине од 50 m<sup>2</sup>) на продају по *sell-and-lease back* моделу;

Укупна бруто развијена површина смештајног дела износи 6.681,50 m<sup>2</sup> у хотелу и 3.255 m<sup>2</sup> у апартманима.



## Објекти хране и пића

Пунктови хране и пића обухватају 5 објеката хране и пића у хотелу и spa & wellness центру, укључујући:

- 4 објекта хране и пића у хотелу са око 400 места, укључујући главни ресторан (218 места), *A la carte* ресторан (94 места), *Green line* ресторан (60 места) и *lobby* бар (47 места);
- *Poolside* „покретни“ бар уз базене (за услугу пића и ужину);

Укупна бруто развијена површина објеката хране и пића (у хотелу) износи 1.069,78 м<sup>2</sup>.

## Spa & wellness центар са *medical spa* садржајима:

Spa и wellness центар планиран је као центар „опуштања, хармоније и здравља“ опремљен према најсавременијим светским стандардима, а обухвата:

- Свет сауна и водени свет за рекреацију и опуштање;
- Широки спектар терапија и третмана;
- *Medical spa* – терапије и третмани лечења;
- *Beauty corner* – третмани лица и тела за улепшавање;
- Савремено опремљен фитнес центар са разноврсним програмима физичке активности;
- Остале пратеће садржаје;

Spa & wellness центар простире се на унутрашњих 6.213 м<sup>2</sup> бруто развијене грађевинске површине и спољашњих 2.490 м<sup>2</sup>.

## PALIC SPA RESORT

### SPA & WELLNESS ЦЕНТАР

Свет сауна:	Водени свет:	Третмани:
- финска сауна	- унутрашњи базени	- хидротепарије
- парна (био) сауна	- подводни хидромасажери	- масаже
- инфра-црвена сауна	- <i>jacuzzi/whirlpool</i>	- <i>shiatsu</i>
- парно купатило (хамам)	- водене каскаде	- лимфна дренажа
- тепидаријум	- спољашњи базен	- рефлексологија
- ледени базен	- масажерски тушеви	- акупресура/акупунктура
- слана соба	- дечији базени	- ароматерапија
- простор за релаксацију		- фитотерапија
		- третмани блатом
Фитнес:	Medical corner:	Beauty corner:
- кардио/аеробик/степ програми	- <i>medical check-up</i>	- салон за улепшавање
- јога/пилатес	- антистрес терапије	- фризерски салон
- лака гимнастика	- програми дијета/здраве исхране	- козметички третмани лица и тела
- stretching	- програми физичке активности	
- теретана	- антидепресивни програми	
- spinning	- здравствени едукативни програми	
- вежбе у води	- програми за јачање имунитета	
	- општи телесни опоравак	
	- програми детоксификације	

### **Функционални простори**

Функционални простори у оквиру Палић Спа ризорта обухватају:

- Мултифункционалну дворану површине 250 м<sup>2</sup> (дељиву у три мање дворане) – за садржаје типа МІСЕ (конгресе / састанке / инсентив – по потреби узимајући у обзир тренутно доступне ограничене капацитете), пријеме и банкете, укључујући и разне семинаре / радионице на тему „здрвог живота“;
- Играоницу за децу (120 м<sup>2</sup>).

Укупна бруто развијена површина функционалних простора износи 586,5 м<sup>2</sup>.

### **Спољни садржаји за опуштање и рекреацију и уређене зелене површине**

- Спољни базен за одрасле и децу (подводни масажери, водене каскаде, дечији базени);
- Уређена платформа за сунчање;
- Уређене зелене површине.

### **Паркинг**

Уређени спољни паркинг са 150 паркинг места за госте хотела и додатних 150 места за спољне госте spa & wellness центра и осталих садржаја у оквиру ризорта.

### **Спецификација површина Палић Спа ризорта**

Спецификација површина Палић Спа ризорта дата је у таблицама у наставку:

**PALIC SPA RESORT**

хотел

Простор	број кључева	број места	број кревета	нето m2	укупно нето m2 - унутрашње	укупно нето m2 спољашње	укупно БРП (брuto развијена површина) m2
<b>Смештајни блок</b>							
<b>смештајне јединице</b>							
двокреветне собе - стандард	100		200	28,0	2.800,00	600,00	
двокреветне собе - супериор	40		80	32,0	1.280,00	320,00	
хотелски апартмани - јуниор	8		32	40,0	320,00	64,00	
хотелски апартмани - сениор	2		8	45,0	90,00	16,00	
сервисни простори и комуникације					1.320,00		
<b>укупно</b>	<b>150</b>		<b>312,00</b>		<b>5.810,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>6.681,50</b>

**Јавне површине (рецепција, lobby и помоћни простори)**

укупно					240,00		<b>276,00</b>
--------	--	--	--	--	--------	--	---------------

**Објекти хране и пића**

Главни ресторан		218			393,12	117,94	
Ресторан 2		94			187,20	131,04	
Ресторан 3		60			120,00	36,00	
lobby bar		47			74,88	29,95	
комуникације					155,04		
<b>укупно</b>		<b>418,80</b>			<b>930,24</b>	<b>314,93</b>	<b>1.069,78</b>

**Функционални простори**

укупно					510,00		<b>586,50</b>
--------	--	--	--	--	--------	--	---------------

**Администрација (канцеларије, помоћни простори)**

укупно					78,00		<b>89,70</b>
--------	--	--	--	--	-------	--	--------------

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

укупно					1.649,02	150,00	<b>1.896,37</b>
--------	--	--	--	--	----------	--------	-----------------

**Хотел укупно**

укупно m2 БРП по кључу					<b>9.217,26</b>	<b>1.464,93</b>	<b>10.599,84</b>
укупно m2 БРП + нето спољашње површине по кључу							<b>70,67</b>
							<b>80,43</b>

**Издвојене спољне површине**

прилазна саобраћајница, улаз						500,00	
хортикултура						2.000,00	
спољни паркинг		150		25,00		3.750,00	
<b>укупно</b>						<b>6.250,00</b>	

\* BOH = складишта барова и опреме, простори особља, гардеробе, санитарније, одржавање, базенска техника – укупно, техничке просторије, достава/ отпад, комуникације

**PALIC SPA RESORT**

апартмани

Простор	Број кључева	Број кревета	Нето m2	укупно нето m2 - унутрашње	укупно нето m2 спољашње	укупно БАРА (брuto развијена површина) m2
смештајне јединице	50		50	2.500		2.875
терасе смјештајних јединица	50		8		400	0
комуникације				250		288
техничке просторије				80		92
спољни простори/ пешачке површине					200	
хортикултура					500	
паркинг/ прилаз	50		25		1.250	
<b>Апартмани укупно</b>	<b>50</b>	<b>0</b>		<b>2.830</b>	<b>2.350</b>	<b>3.255</b>

**PALIC SPA RESORT**

**MEDICAL SPA водени центар**

Простор	Број кључева	Број места	нето m2	укупно нето m2 - унутрашње	укупно нето m2 спољашње	укупно БРП m2 - унутрашње
<b>Јавне површине (рецепција, lobby и помоћни простори)</b>						
укупно				210,00		241,50
<b>Гардеробе са санитарјама</b>						
укупно				288,00		331,20
<b>Beauty corner</b>						
козметички третмани лица и тела	2		15	30,00		
фризерски салон	1		20	20,00		
салон за улепшавање	1		20	20,00		
shop	1		5	5,00		
комуникације				15,00		
укупно				90,00		103,50
<b>Medical check up</b>						
функционални простори	8		20	160,00		
комуникација				32,00		
укупно				192,00		220,80
<b>Fitness</b>						
функционални простори јога/ пилатес/ гимнастика	3		50	150,00		
теретана	1		80	80,00		
spinning fitness	1		80	80,00		
спремниште реквизита				40,00		
комуникације				70,00		
укупно				420,00		483,00
<b>Свет сауна</b>						
сауне	5		15	75,00		
турско купатило - хамам	2		20	40,00		
слана соба	1		20	20,00		
whirlpool и ледени базен	2		20	40,00		
тушеви	6		4	24,00		
простор за опуштање - relax	2		40	80,00	20,00	
технички простори				30,00		
простори за особље				20,00		
комуникације				55,80		
укупно				384,80	20,00	442,52
<b>Третмани</b>						
функционални простори	8		20	160,00		
комуникације				32,00		
укупно				192,00		220,80
<b>Водени свет</b>						
базени и водене атракције				1.200,00	900,00	
простор око базена				800,00	1.200,00	
тушеви				60,00	40,00	
санитарије за вањске базене				50,00		
укупно				2.110,00	2.140,00	2.426,50
<b>Администрација (канцеларије, помоћни простори)</b>						
укупно				72,00		82,80
<b>Храна и пиће</b>						
базенски бар (pool bar) - унутрашњи	80			128,00		
базенски бар (pool bar) - спољашњи	150			20,00	270,00	
комуникације				29,60		
укупно				177,60	270,00	204,24
<b>(Back of house - BOH)*</b>						
укупно				1.266,96	60,00	1.457,00
<b>Укупно MEDICAL SPA водени центар</b>				5.403,36	2.490,00	6.213,86
<b>Издвојене спољне површине</b>						
пешачке површине					400,00	
хортикултура					2.000,00	
спољни паркинг и прометнице	150		25,00		3.750,00	
укупно					6.150,00	

\* BOH = складишта барова и опреме, простори особља, гардеробе, санитарije, одржавање, базенска техника – укупно, техничке просторије, достава/ отпад, комуникације

## 6.2.2 Зона Златни круг 2 – indoor & outdoor water fun

### 6.2.2.1 Зелени забавни парк (32-1)

Зелени Забавни парк

Простор	Број кључева	нето m <sup>2</sup>	укупно нето m <sup>2</sup> - унутрашње	укупно нето m <sup>2</sup> спољашње	укупно БРА m <sup>2</sup> - унутрашње
<b>Спољне површине</b>					
Пешачке површине				400,00	
Игралишта				1.000,00	
Хортикултура				1.000,00	
укупно				<b>2.400,00</b>	
<b>Укупно Забавни Парк</b>				<b>2.400,00</b>	

### 6.2.2.2 Water fun центар – комплекс базена (32-2); кабине, свлачионице, навиљони (32-3) и пунктови хране и пића (32-4)

Water fun центар би требало развити на основу конкретног пројекта и студије оправданости; могући водени садржаји и атракције су следећи:

#### Базени за децу – мањи и већи узраст:

- Дечији базен са прскалицама, малим тобоганима и мање водене атракције;
- Базен за средње узрасте са тобоганима, кишним тушевима и воденим атракцијама (водена печурка, слапови и сл.);
- Лагуна базен са вештачким таласима.

#### Базени за одрасле – могуће варијанте:

- Базен за пливање – размотрити могућност / исплативост изградње олимпијског базена;
- Базени са масажним гејзирима, масажним лежачкама и сл.;
- Базен за узводно пливање (против струјања воде).

Water fun центар имаће отворене и затворене просторе. Затворени и отворени део water fun центра димензионисати на основу укупног смештајног капацитета Палића као и на основу потенцијалне посете грађана Суботице и околине.

#### Зелени парк:

- Зелене затрављене површине;
- Дечије игралиште – справе за пењање, тобогани, клацкалице, итд. са прилагођеном подлогом (тартан);
- Шетнице са клупама;
- Фонтана;
- Остала урбана галантерија и инфраструктура – усклађено са лидом и променадом.

### 6.2.3 Зона Златни круг 3 – Лидо / променада

#### Лидо/ променада

Простор	Број кључева	нето m2	укупно нето m2 - унутрашње	укупно нето m2 спољашње	укупно БРА m2 - унутрашње
<b>Спољне површине</b>					
Пешачке површине				15.000,00	
Хортикултура				10.000,00	
укупно				<b>25.000,00</b>	
<b>Укупно Лидо/ променада</b>				<b>25.000,00</b>	

### 6.3 ПРОЈЕКТИ СРЕБРНОГ КРУГА

Сребрни круг је подељен према искуственим зонама, у оквиру којих су дефинисани кључни пројекти и њихова реализација по фазама.

Неки од наведених пројеката су у завршној фази реализације (посебно се односи на Зону Сребрни круг 2 – култура и наслеђе), па нису предмет обраде овог Мастер плана.

Зона СРЕБРНИ КРУГ 1 (Marine & Lifestyle)		
C1	1	Палић MICE & Spa hotel
C1	2	Конгресни центар Палић
C1	3	Голф терен са 18 рупа
C1	4	Палић Голф клуб
C1	5	Палић породични boutique хотели и виле
C1	6	Марина
C1	7	Једриличарски клуб са туристичким инфо центром
C1	8	Веслачки клуб
C1	9	Medical центар
Зона СРЕБРНИ КРУГ 2 (Culture & Heritage)		
C2	1	Велика тераса
C2	2	Женски шtrand
C2	3	Концертна тераса на језеру
C2	4	Палић Хотел Мала гостиона
C2	5	Палић Језеро apart depadans
C2	6	Палић Парк apart depadans
C2	7	Еспланада
C2	8	Шопинг аркада
C2	9	Променада
Зона СРЕБРНИ КРУГ 3 (Sport, Active & Creative)		
C3	1	Палић Спорт хотел
C3	2	Спорт апартмани
C3	3	Спортска хала
C3	4	Тениски терени
C3	5	Retail park и Creative hub у викенд насељу
C3	6	Адреналински парк
C3	7	Центар за скијање на води
Зона СРЕБРНИ КРУГ 4 (Rural & Nature)		
C4	1	Чарда
C4	2	Простор за салаше
C4	3	Осматрачнице за посматрање птица
C4	4	Лунго Лаго - Бицикличка / пешачка стаза

У наставку дајемо преглед кључних инвестиционих пројеката, у складу са њиховим ознакама датим у претходним табелама према кореспондирајућим зонама.

### 6.3.1 Зона Сребрни круг 1 (Marine & Lifestyle)

#### 6.3.1.1 Палић MICE & Spa Hotel (C1-1)

Палић MICE & Spa Хотел		
Локација		
Позиција на МП	Северо-западна обала, између језера и голф терена, јужно од локације зоо врга	C1-1
Опис локације	Локација се налази уз новоформирану улаз у туристички простор / бању Палић што омогућава добру саобраћајну доступност; сам хотел се налази у продужетку централне историјске зоне Палића	
Опис пројекта		
Позиционирање	MICE & Spa Хотел, са амбицијом да постане један од водећих на локалном и регионалном тржишту.	
Категорија	4 плус интернационалних звездица (upscale / upper upscale) са брендом	
Циљна тржишта и сегменти	Пословно конгресне групе из земље и региона, одморишни сегмент - парови, средње висока и виша платежна категорија гостију изнад 35 година	
Кључни фактори успеха	Веза са конгресним центром, високо квалитетни садржаји, прилагођени свим врстама догађања, јасна тржишна оријентација, локација уз језеро, имиџ Палића	
		
Смештајни капацитети		
<p>око 150 смештајних јединица, од којих је око 20% хотелских апартмана; смештајне јединице инвентивним ентеријером прилагођене потребама различитих циљних сегмената; просечна величина стандардна соба око 30 m<sup>2</sup></p>		
Садржаји хране и пића		Простор за састанке и конференције
<p>Централни ресторан / доручковаоница; а la carte/gourmet ресторан са био линијом; винотека; хотелски бар; wellness бар; капацитет кухиње је опремљен за банкетинг сервис конгресног центра.</p>		<p>Хотел је спојен топлом везом са одвојеном зградом конгресног центра, који је планиран на начин да удовољава тражњу за догађањима различитог типа и опсега - представља главни генератор тражње за хотел</p>
Остали садржаји		
<p>Хотел ће имати пословни центар, велнес / спа центар на простору од око 1.800-2.000 m<sup>2</sup> са унутрашњим и спољним базеном и свим важнијим садржајима за опуштање; различите третмане релаксације и услуга за лепоту (beauty corner). У оквиру хотела ће бити формиран минимални трговачки садржаји: сувенирница / новине / цигаре / цигарете / цвеће и сл.; имајући у виду прелазак на органску производњу, предвидети простор за продају локалних производа (мед / вино / ракије / и сл.); паркинг</p>		
Развој и инвестиција		
Бруто развијена површина (m <sup>2</sup> )	12.000	Међународни грађевински стандард за овакав хотел је око 80 m <sup>2</sup> по соби;
Процењена инвестиција (EUR)	18.750.000	Међународни инвестициони стандард за овај тип хотела је 125.000 евра по соби
Ранг приоритета и реализација (година)	почетак IIв фазе (6. - 8. год)	Изградња хотела оптимална у другој инвестиционој фази, у периоду од 4 до 5 година, након реализације Златног круга, подизања квалитета дестинације и успешног тржишног позиционирања



### 6.3.1.2 Палић конгресни центар (C1-2)

<b>Палић конгресни центар</b>		
<b>Локација</b>		
<b>Позиција на МП</b>	Северо-западна обала, оријентисано према језеру	C1-2
<b>Опис локације</b>	Локација се налази уз локацију предвиђену за изградњу Палић MICE & Spa хотела, представља наставак централне историјске зоне Палића.	
<b>Опис пројекта</b>		
<b>Позиционирање</b>	Водећи конгресни центар земље и региона	
<b>Категорија</b>	Висок ниво квалитета, усклађен са MICE & Spa хотелом	
<b>Циљна тржишта и сегменти</b>	Корпорације и институције земље и региона: средња и већа пословна догађања, изложбе, сајмови, презентације	
<b>Кључни фактори успеха</b>	Високо квалитетни садржаји и опрема, флексибилност простора, локација са погледима на језеро, имиџ и конгресна традиција Палића	
		
<b>Функционални простори</b>		
Укупни капацитет центра за пословна догађања је до 1.000 делегата у theatre seating, главна сала са погледом на језеро, дељива на три до четири дела која задовољава потребе и пословних догађања али и банкета, са 3-4 мање сале за састанке (meeting rooms 60-80m <sup>2</sup> ), 5-7 собе за мање састанке (board rooms, 25-30m <sup>2</sup> ). Посебна пажња ће бити посвећена одговарајућем простору за излагање који је conditio sine qua non за одржавање савремених конгреса		
<b>Остали садржаји</b>		
Конгресни центар ће имати репрезентативни улазни део, као и остале пратеће просторе и садржаје (улаз и рецепција, гардероба, санитарни простори, складишта и технички простори)		
<b>Развој и инвестиција</b>		
<b>Бруто развијена површина (m<sup>2</sup>)</b>	4.000	Процена потребне површине одговара структури и капацитету предложених функционалних простора и пратећих садржаја
<b>Процењена инвестиција (EUR)</b>	4.800.000	Процена инвестиције одређује се према важећим условима на тржишту, на бази инвестиције по метру квадратном (ица 1.200 EUR/m <sup>2</sup> )
<b>Ранг приоритета и реализација (година)</b>	крај IIа фазе (4.-6. год)	Изградња конгресног центра мора да буде планирана успоредо са MICE & Spa хотелом, након реализације пројеката Златног круга

Реф. Акциони план: Реализација инвестиционих пројеката – рекапитулација, стр. 151

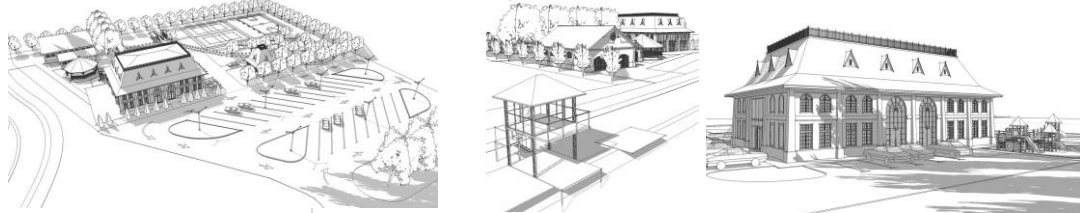
### 6.3.1.3 Палић Голф терен и Палић Golf Club (C1-3 и C1-4)

<b>Палић Голф терен и Палић Голф клуб</b>		
<b>Локација</b>		
<b>Позиција на МП</b>	Локација западно од језера / ризорта и западно од Палић MICE & Spa хотела	C1-3 и C1-4
<b>Опис локације</b>	Локација се налази западно од саобраћајнице новог улаза у простор Палића, са предвиђеном укупном површином за развој од џа 75 ha.	
<b>Опис пројекта</b>		
<b>Позиционирање</b>	Први професионални lifestyle championship голф терен у Србији	
<b>Категорија</b>	Links golf course - терен са 18 рупа, са школом голфа, вежбалиштем и клупском кућом	
<b>Циљна тржишта и сегменти</b>	500 регистрованих голфера у Београду, Новом Саду, Зрењанину и Суботици; представници амбасада, представници страних компанија, повратници из иностранства, странци који траже lifestyle помак (уз куповину вила на обали); туристи (вишедневни и транзитни)	
<b>Кључни фактори успеха</b>	адекватан број бунара, квалитетна дренажа, apprentice / вежбалиште за ударце, школа голфа	
		
<b>Функционални простори</b>		
Голф терен са 18 рупа, par 72, 2 сета tee box-ова (жене, мушкарци); просечна величина green-а - 250 m <sup>2</sup> (укупна површина игралишта џа 50 ha); вежбалиште (укупно џа 3,5 ha): driving range - 33.000 m <sup>2</sup> , putting green - 200 m <sup>2</sup> , chipping green и бункери - 1.600 m <sup>2</sup> ; Палић Голф Клуб (клубска кућа): 1.500 m <sup>2</sup> унутра + 500 m <sup>2</sup> уређене спољне површине		
<b>Остали садржаји</b>		
Поред самог голф терена и Палић Голф клубске куће, биће уређена вежбалишта и одговарајући простор за школу голфа		
<b>Развој и инвестиција</b>		
<b>Укупна развијена површина (ha)</b>	75 ha	Дефинисаним простором би требало да буду обухваћени сви неопходни и додатни садржаји који ће се развијати уз Голф championship course, укључујући и Клубску кућу
<b>Процењена инвестиција (EUR)</b>	7 мил	Инвестиција је процењена према стандардима за извођење оваквог типа пројекта, прилагођеним локалним условима и контексту - распон је узет као резерва због евентуалних додатних трошкова аквизиције земљишта
<b>Ранг приоритета и реализација (година)</b>	I b - II а фаза	Развој голф терена са клубском кућом би требало реализовати чим се за то стекну услови, у зависности од динамике других пројеката оптимално у II фази, али и раније ако се јави заинтересовани девелопер / инвеститор - претходно решити имовинско-правне односе

### 6.3.1.4 Палић породични boutique хотели и Палић виле (C1-5)

Палић породични boutique хотели и виле		
Локација		
Позиција на МП	Увучено уз западну обалу језера, источно од голф терена и саобраћајнице	C1-5
Опис локације	Локација се налази у појасу између језера и голф терена, јужно од локације Палић MICE & Spa хотела, на атрактивном земљишту углавном у приватном власништву	
Опис пројекта		
Позиционирање	Атрактивни смештајни капацитети, дизајнирани у складу са наслеђем Палића, у духу наставка централне зоне	
Категорија	Смештај више категорије	
Циљна тржишта и сегменти	Индивидуални гости, парови, пословни гости, викенд гости, голфери	
Кључни фактори успеха	Стил, посебност, топлина и интимна атмосфера представљају кључне одреднице дизајна ове зоне, која привлачи госте који су у потрази за посебним и другачијим	
		
Смештајни капацитети		
Предлаже се развој и изградња максимално 4 породична boutique хотела са укупно 120 кључева (140 кревета) и максимално 30 вила високог нивоа уређења са по 2 до 4 јединице по вили на парцелама од по 1.500 - 2.000 m <sup>2</sup>		
Садржаји хране и пића		Концепт
<p>Централни ресторан / доручковаоница који је и а la carte ресторан; хотелски бар.</p> <p>Виле су стандардно опремљене за самостално уживање и самосталну организацију боравка у ризорту.</p>		<p>Boutique хотели нису дизајнирани према крутим стандардима - дефинисање и експресија одређене теме су кључне одреднице за успешан развој оваквих објеката. Свака просторија у boutique хотелу се може уредити и дизајнирати на посебан начин, што гостима боравак чини јединственим. Виле су интересантан производ за сегмент који је у потрази за луксузним начином живота (узимајући у обзир близину голфа), али је кључно успоставити механизам за lease back капацитета и заједничку рецепцију, а у циљу максималног искоришћавања потенцијала смештајних објеката (избегавања "хладних" кревета).</p>
Остали садржаји		
У принципу, сваки boutique хотел би требало да има хотелски бар и а la carte ресторан. Пожељан је и развој додатних садржаја - базена и мини-спа објеката, у зависности од остатка понуде. Могућ је и развој посебних компетенција за сваки од објеката, имајући у виду оријентацију Палића ка испоруци здравља и потенцијалног формирања medical кластера - у том смислу, сваки од хотела се може специјализовати за неки од третмана, како би употпунио укупну понуду Палића као дестинације која брине о здрављу. Пожељно је умрежавање са другим пружаоцима услуга у ризорту.		
Развој и инвестиција		
Бруто развијена површина (m <sup>2</sup> )	9.000 (хотели) 6.000 (виле)	Цца 2.250 m <sup>2</sup> БРП по породичном хотелу и цца 200 m <sup>2</sup> БРП по једној вили; укупна површина заузетости за виле и хотеле - 49.000 m <sup>2</sup>
Процењена инвестиција (EUR)	15.600.000	Процена за породичне boutique хотеле је инвестиција од 80.000 EUR по соби, а инвестиција у луксузну вилу је око 200.000 EUR
Ранг приоритета и реализација (година)	II б и III фаза	Развој овог дела ризорта је могућ почев од II б фазе (након изградње Голф терена и Палић MICE & Spa хотела), како би вредност пројеката била максимална

### 6.3.1.5 Палић веслачки клуб (C1-8)

<b>Веслачки центар Палић</b>		
<b>Локација</b>		
<b>Позиција на МП</b>	Западна обала језера, јужно од Конгресног центра	<b>C1-8</b>
<b>Опис локације</b>	Смештен на западној страни језера, шире подручје локације, у перспективи, обухвата Палић MICE & Spa хотел, Конгресни центар и зону породичних хотела и вила	
<b>Опис пројекта</b>		
<b>Позиционирање</b>	Јединствени регатни и веслачки центар са заокруженом инфраструктуром за организацију различитих такмичења међународног карактера, припрема и тренинга	
<b>Намена</b>	Простор намењен за развој и унапређење веслачког и других спортова на води	
		
<b>Капацитети</b>		
Објекат Регатног центра, Надстрешница, веслачка остава и радионица, хангар за чамце, кућа за домара; судијски торањ и плато за доделу медаља		
Садржаји	Концепт	
Регатни центар је замишљен да има све неопходне садржаје за нормално функционисање и припрему спортиста, али и садржаје за подршку организацији спортских догађаја: рецепција, ресторан / кафић са кухињом, теретана, канцеларију и салу за састанке, собу за репрезентативце	Планирана изградња Регатног / веслачког центра је од кључне важности за истицање имица Палића, са јаким наслеђем у домену организације спортских догађаја и манифестација. Изградња веслачког центра представља један од фактора изградње lifestyle карактера целе зоне и сасвим сигурно доприноси укупној маркетиншкој синергији Палића као језерског ризорта. Додатно, најављено такмичење Универзијада 2017. представља сјајну прилику за промоцију не само спорта, него и новог лица Палића.	
<b>Остали садржаји</b>		
Поред кључног и пратећих објеката, планиран је и простор за паркинг, пратеће садржаје - спортски терени, стазе за трчање, простор за тушеве и кабине, као и дечије игралиште. Предвиђен је и адекватан простор за зелене површине.		
<b>Развој и инвестиција</b>		
<b>Бруто развијена површина (m<sup>2</sup>)</b>	9.000	Укупна површина Регатног центра је 682 m <sup>2</sup> , са додатних око 500 m <sup>2</sup> за потребе хангара. Предвиђени су и адекватни спољни садржаји
<b>Процењена инвестиција (EUR)</b>	1,2 мил	Процена је дата према идејном решењу које је урађено за Веслачки / регатни центар
<b>Ранг приоритета и реализација (година)</b>	Ia фаза	Од кључне важности је кренути са развојем овог пројекта без одлагања, имајући у виду значај организације међународних догађаја, пре свега Универзијаде 2017.

Реф. Акциони план: Реализација инвестиционих пројеката – рекапитулација, стр. 151

### 6.3.2 Зона Сребрни круг 3 (sport, active & creative)

#### 6.3.2.1 Elite Палић Апарт хотели (C2-4, C2-5 И C2-6)

Elite Палић Апарт хотели		
Локација		
Позиција на МП	Централна зона - зона Великог парка	C2-4, C2-5 и C2-6
Опис локације	Локације постојећих објеката хотела Парк и Језеро, као и Мале гостионе, представљају најексклузивнији део ризорта - заштићену зону Великог парка; уколико постоји и могућност аквизиције локације близу Женског штранда	
Опис пројекта		
Позиционирање	Апарт хотели који одсликавају монденски карактер и наслеђе Палића	
Категорија	4 плус интернационалних звездица (upscale / upper upscale)	
Циљна тржишта и сегменти	Виша и висока платежна категорија гостију изнад 45 год. - тзв. "full nester" и "empty nester"; комерцијално тржиште: домаће, југоисточна и западна Европа	
Кључни фактори успеха	Историјска локација у ужој зони Великог парка, сценографија, јединствени спој доживљаја изласка на језеро и аутентичне архитектуре сецесије, интима	
		
Смештајни капацитети		
Укупно око 100 соба, луксузног карактера		
Садржаји хране и пића		Простор за састанке и конференције
Централни ресторану објекту Мале гостионе, хотел бар у централном улазном објекту (Мала гостиона)		Није предвиђено да хотел има посебно резервисан простор за састанке и конференције, предлаже се коришћење осталих расположивих капацитета на Палићу (Велика тераса), али је могуће прилагодити део Мале гостионе по потреби за одређене скупове.
Остали садржаји		
Мале приручне кухиње за припрему доручка, concierge систем, читаоница и room service. Остали садржаји би морали да буду доступни гостима хотела у сарадњи са другим објектима у ризорту (пре свега medical spa у Палић Спа Ризорту).		
Развој и инвестиција		
Бруто развијена површина (m <sup>2</sup> )	6.000	Предвиђена је доградња објекта Мала гостиона / евентуална аквизиција локације код Женског штранда
Процењена инвестиција (EUR)	5-6 милиона	Наведени износ се односи на доградњу апартамана у објекту Мала гостиона и неопходне адаптације у хотелима Парк и Језеро
Ранг приоритета и реализација (година)	I фаза	Неопходно је без одлагања почети са "паковањем" овог пројекта - испитати могућност аквизиције локације у непосредној близини женског штранда и евентуално прикључивање - формирање јединственог пакета са постојећим хотелом "Президент"

ОСТАЛИ ПРОЈЕКТИ ЗОНЕ СРЕБРНИ КРУГ 2 – CULTURE & HERITAGE

C2	1	<p><b>Велика тераса</b></p> <p>Објекат највећим делом реконструисан. Представља јединствен простор за организацију догађаја.</p> <p>Предлаже се даљи развој објекта у престижни центар догађања, изложби и затворених концерата као свечаних и пленарних скупова (први спрат објекта). У десном крилу приземља предлаже се Парк 1840 Ложа са малом понудом хране и слаткиша, а који би опслуживао богато опремљену и атрактивну терасу.</p> <p>У културном погледу као и погледу понуде услуга, овај простор би могао да постане култно окупљалиште отвореног типа, будући да то по својој јединственој централној локацији, парку и архитектури заслужује.</p>
C2	2	<p><b>Женски странд</b></p> <p>Због традиције овај садржај је потребно задржати и инсистирати на редовном одржавању – упркос темељном реновирању објекта, неопходно је вршити сталне поправке како би објекат увек био у добром стању. Добрим менаџментом објекта требало би обезбедити садржај / клуб који би остао у вези са његовом првобитном функцијом.</p> <p>Овде се не препоручује пројекат евентуалне изградње базена за купање и то због следећих разлога:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оптерећење инфраструктуре (саобраћај, сандевање и сл.)</li> <li>- губљење осећаја мира централног дела насеља током дана;</li> <li>- угрожавање осталих пројеката и њихових пословних мисија које се не смеју мешати са евентуалним стварањем осећаја јавног купалишта на најквалитетнијем делу ризорта.</li> </ul> <p>Мада је смисао је овог предлога да исти садржај у нешто јаче комерцијализованој верзији буде доступан посетиоцима, он се никако не сме претворити у масовно окупљалиште, с обзиром да се та намена отвара на подручју ревитализованог мушког штранда.</p>
C2	3	<p><b>Концертна тераса на језеру</b></p> <p>Предлажемо изградњу новог објекта који је у функцији целовите тематизације ове зоне. Реч је о дрвеној грађевини на језеру која има двоструку функцију. По дану је она сунчалиште, а у поподневним часовима и увече место за концерте озбиљне музике, модне ревије и друге врсте ненаметљивих и не превише бучних догађања.</p> <p>Са женским шtrandом ова грађевина чини визуелну равнотежу северне променаде језера као главног места окупљања</p>

C2	7	<p><b>Еспланада</b></p> <p>Предлаже се реконструкција и нов начин презентације фокалног дела Зоне парка, између Женског штранда и концертне терасе на језеру. Претпоставља се врхунски пејсажни дизајн, расвета, отварање еспланаде према језеру уклањањем данашњег зидића.</p>
C2	8	<p><b>Шопинг аркада</b></p> <p>Предлажемо да се на потезу од женског штранда према центру за водене спортове изгради нова мања шопинг аркада у елегантној дрвеној изведби. Будући се из простора парка морају уклонити данашње импровизације и киосци, корисно је задржати овај простор као место окупљања и дружења. С једне стране - према унутра постављају се специјализоване трговине, а према језерској страни - са терасама неколико модерних и диференцираних барова / кафића. Планирани грађевински обим овог центра јесте максимално до 900 м<sup>2</sup> без тераса. Тачну локацију би требало ускладити са другим планираним садржајима, као и са пројектом ревитализације инфраструктуре за потребе Палићке олимпијаде.</p>
C2	9	<p><b>Променада</b></p> <p>Променада је елемент који спаја различите доживљаје / зоне око језера Палић, и она се изводи на начин да служи пешацима као и бициклистима. Интелигентно уређење са зеленилом и осветљењем, као и постављање потребне инфраструктуре и инфо пунктова са обележавањем места од интереса. Обавезно је усклађивање са важећим режимима заштите и условима које издају надлежне институције</p>

### 6.3.3 Зона Сребрни круг 3 (sport, active & creative)


#### 6.3.3.1 Палић Спорт хотел са спортском халом и спорт апартмани (С3-1, С3-2 и С3-3)

Палић спорт хотел са спортском халом + спорт апартмани		
Локација		
Позиција на МП	Источна обала, Зона С-3 (sport, active & creative)	С3-1, С3-2 и С3-3
Опис локације	Локација се налази у зони јужно од Златног круга - water fun центра (Мушки штранд) у појасу који је и данас у функцији спорта.	
Опис пројекта		
Позиционирање	Спортски хотел са халом и пратећим апартманским садржајем, прилагођен за потребе професионалних спортиста	
Категорија	3 плус интернационалних звездица (midscale)	
Циљна тржишта и сегменти	Професионални спортски тимови, индивидуални спортисти, рекреативци и други гости (у вансезони)	
Кључни фактори успеха	Хотел са прилагођеним садржајем за спортисте, повезан топлом везом са мултифункционалном спортском халом у наставку	
		
Смештајни капацитети		
80 соба у хотелу + 40 соба у додатном апартманском објекту		
Садржаји хране и пића		Простор за састанке и конференције
Централни ресторан / доручковаоница, аперитив бар, wellness - sport lounge бар са терасом оријентисаном према језеру.		Мања мултифункционална сала (дељива на два - три дела, погодна за банкете, доделе спортских награда и сличне догађаје).
Остали садржаји		
Спортска хала спојена топлом везом са хотелом; професионални фитнес простор и теретана, простор за специјализоване прегледе спортиста. Изградња апартманског објекта би требало да буде подршка спортском комплексу и имао би за циљ да служи као допунски садржај. Развој апартмана би могао да буде поверен инвеститору / developer-у спортског хотела и хале, а сам објекат спортске хале би могао да се развије по принципу јавно - приватног партнерства.		
Развој и инвестиција		
Бруто развијена површина (m <sup>2</sup> )	4.500 (хотел); 3.500 (хала) 1.800 (апартмани)	Грађевински стандард за овај хотел јесте до 60 m <sup>2</sup> по соби; хала има пратеће садржаје са цца 1.100 m <sup>2</sup> површине игралишта и задовољава стандарде за такмичења у рукомету, кошарци, одбојци и фудбалу;
Процењена инвестиција (EUR)	6 мил. (хотел) 2 мил. (хала) 2,6 мил. (апартм).	Инвестициони стандард за овакав хотел је 75.000 евра по соби
Ранг приоритета и реализација (година)	II фаза	Изградња хотела оптимална у другој инвестиционој фази, почев од хале, а у периоду од 4 до 5 година, након реализације Златног круга и подизања квалитете дестинације - у међувремену, користе се капацитети Омладинског насеља


Акциони план: Реализација инвестиционих пројеката – рекапитулација, стр. 151




### 6.3.3.2 Paliuh Retail & Creative Plaza (C3-5)

Палић Retail & Creative Plaza		
Локација		
Позиција на МП	Средишњи део викенд насеља	C3-5
Опис локације	Локација се налази у средишњем делу викенд насеља, на источној обали језера, близу улаза у насеље са главног пута.	
Опис пројекта		
Позиционирање	Креативни центар Палића	
Кратки опис	Retail парк са малопродајним објектима различитих површина (модуларно) у духу архитектуре и наслеђа Палића; хаб креативних индустрија - састајалиште младих, креативних људи Суботице и ширег окружења	
Циљна тржишта и сегменти	млади креативни људи, туристи и посетиоци Палића, становници Палића и Суботице	
Кључни фактори успеха	високо квалитетни садржаји, мини-догађаји, креирање имиџа креативног центра Палића	
		
Предвиђени капацитети		
црцаа 6.000 m <sup>2</sup> нето површине за retail садржаје, са додатних 1.000 m <sup>2</sup> за creative hub		
Могући садржаји		Простор за creative
Продавнице са аутентичним производима ширег подручја Палића, галерије и сувенирнице, угоститељски садржаји - кафеи, ресторани, барови; продавнице робе широке потрошње		Имајући у виду традицију и културу Палића, предлажемо формирање простора за покретање хуб-а креативних индустрија, којим би се појачао садржај целог ризорта и оплеменио простор викенд насеља. Тиме би се створила додатна туристичка тражња и креирао својеврсни "urban buzz" као кључни фактор завршетка урбанизације некада дивљег насеља. Додатно, овим садржајем би се појачала привлачна моћ локације.
Дизајн садржаја		
Дизајн retail & creative plaza-е је такав да се остави простор за мини тргове на којима ће бити могућа реализација угоститељских садржаја и одржавања мањих догађаја на отвореном, а посебно оних који су повезани са пројектима / производима Палић креативног хаба. У сарадњи са универзитетима, уз коришћење капацитета Омладинског насеља, могуће су едукације из области креативних индустрија, летње школе и образовни кампови, уз коришћење простора creative hub-а. Планирати адекватан паркинг простор.		
Развој и инвестиција		
Бруто развијена површина (m <sup>2</sup> )	8.500 - 9.000	Распоред површина према претходном сагледавању могућег tenant mix-а. Важно је водити рачуна о модуларности површина, због касније флексибилности у односу са закупцима
Процењена инвестиција (EUR)	6 мил	Стандард за развој, изградњу и опремање оваквог садржаја је 650-700 EUR / m <sup>2</sup>
Ранг приоритета и реализација (година)	III фаза	Предвиђа се развој овог садржаја у III фази; могућа изградња капацитета за креативне хуб из јавних средстава / донације и почетком II фазе, чиме се подиже атрактивност земљишта за стратешког партнера

### 6.3.3.3 Палић Авантура (С3-6)

Авантура Парк Палић		
Локација		
Позиција на МП	Источна обала	С3-6
Опис локације	Локација се налази на источној обали језера, јужно од викенд насеља на градском земљишту у "адреналин" зони.	
Опис пројекта		
Позиционирање	Палић авантура - искуство адреналина на копну и води. Први професионално дизајнирани авантура парк у Србији.	
Кратки опис	Авантура Парк је предвиђен за развој заједно са Water Ski центром, у својеврсној адреналин зони. Ради се о комбинацији конструкција вештачких препрека на различитим висинама: 8-12m (high gopes), 4-8m (adventure park-poles), на земљи (low gore elements и вежбе за људе са посебним потребама)Предвиђен је и садржај за децу и особе са инвалидитетом. Омогућава врхунску и безбедну забаву за најшире категорије посетилаца.	
Циљна тржишта и сегменти	Особе од 5 до 85 година без значајних здравствених проблема - посетиоци и туристи, студенти и омладина, становници ширег подручја Суботице и Палића	
Кључни фактори успеха	Професионални дизајн - јединствени адреналински доживљај у Србији - комбинација различитих справа, препрека и полигона за различите категорије корисника - почетнике, средње, напредне и посебан део издвојен за децу	
		
Предвиђени капацитети		
Четири одвојене зоне за различите категорије корисника: високе препреке (high gopes) на висини од 8-12m, авантура парк на стубовима (4-8m), комбинација платформи и ниских препрека (low gore елементе) и садржаји / вежбе за особе са инвалидитетом. Висински полигони са комбинацијом препрека / елемената од ужета и дрвета.		
Могући садржаји		Додатне информације
Поред садржаја предвиђених планирним капацитетом парка, могуће је планирати и додатне садржаје - пејнтбол, вештачке стене за пењање посебни програми за компаније - team building авантуре (grouping, витешке игре, пењање, итд.). Неопходно је уређење приступног пута и паркинга на самој локацији, као и довођење неопходне инфраструктуре - вода и струја.		Сваки корисник / гост добија адекватну заштитну опрему и након завршетка уводног курса, наставља употребу садржаја у парку; Особље за подршку мора у сваком тренутку да буде на располагању корисницима; Садржаји авантура парка морају да буду доступни свима и они не захтевају неке способности или физичку спрему; Авантура парк има минимално 30 различитих препрека за вежбе, препреке су у зависности од тежине и савладавања распоређене у кругове
Дизајн садржаја		
Професионални дизајн садржаја према концепту / опису пројекта и предвиђеним капацитетима је од кључног значаја. Битно је прилагодити концептуални дизајн конфигурацији терена / облику и захтевима парцеле, дефинисати детаљне садржаје у односу на циљне групе и припремити пројектно техничку документацију. Неопходно је поштовати стандард безбедности и планирати изградњу авантура парка према Европским стандардима (ЕН 155567-1 и 155672). Предвидети опремање целокупног авантура парка адекватним ознакама и упутствима за употребу. Планирати обуку особља које ће бити ангажовано на пружању услуга према упутствима.		
Развој и инвестиција		
Бруто развијена површина (m <sup>2</sup> )	8.000	Предвиђена површина омогућава развој висококвалитетног садржаја за све категорије будућих корисника према детаљно разрађеном пројекту
Процењена инвестиција (EUR)	око 300.000	Процена инвестиције дата је на основу упоредивих примера у регији.
Ранг приоритета и реализација (година)	I фаза	Препоручује се развој овог садржаја са water Ski парком у I фази развоја ризорта, јер ће одмах донети додатни забавни садржај и повећати привлачну моћ Палића - пожељно је коришћење модела јавно - приватног партнерства.

### 6.3.3.4 Палић Water Ski (C3-7)

Палић Water Ski Парк		
Локација		
Позиција на МП	Источна обала	C3-7
Опис локације	Локација се налази на источној обали језера, јужно од викенд насеља на градском земљишту у "адреналин" зони.	
Опис пројекта		
Позиционирање	Палић авантура - искуство адреналина на копну и води.	
Кратки опис	Water Ski Парк Палић у зони "адреналина" на Палићу - додатни забавни садржај који омогућава излазак на воду / доживљај воде. Еколошки пројекат - упумпава кисеоник у језеро и оживљава га.	
Циљна тржишта и сегменти	Здраве особе од 5 до 85 година које умеју да пливају - посетиоци и туристи, студенти и омладина, становници ширег подручја Суботице и Палића	
Кључни фактори успеха	Water Ski парк према светски стандардима, одржавање међународних такмичења; број дана без кише у сезони	
		
Предвиђени капацитети		
Две жице пречника 10mm, са укупном дужином од 700 m (површина парка на води - шца 310m x 50m) које покреће мотор од 60 КС. Жица кружио око четири или пет стубова 10m изнад воде и има 10 носача који су прилагођени да вуку скијашке канаве; мини-трибине и club house (угоститељски део)		
Могући садржаји		Додатне информације
Water Ski Парк - инфраструктура за скијање; трибине, кафе-ресторан капацитета до 100 места, свлачионице, тоалети, скијашница, алатница, продавница спортске опреме; опционо - постављање камера и видео зида за могућност снимања и приказивања вожње. Предвидети садржај школе скијања на води.		Осим Ski Park-а на Ади Циганлији у Београду, у Србији нема Water Ski садржаја - примера ради, у Немачкој их има преко 100. Поред тога што представља врхунски облик забаве за најшири сегмент становништва. Ski Парк је потпуно еколошка инсталација: нема емисије штетних гасова, нема буке, не загађује воду и не угрожава обалу и биљке. Најважније је то што Ski Парк упумпа око 10 тона кисеоника у воду током једне сезоне и директно утиче на оживљавање језера.
Дизајн садржаја		
Позиција предвиђена мастер планом је повољна, потребни су мањи захвати за испуњавање техничких услова за постављање Water Ski парка. Стартна платформа би требало да буде на делу обале и, за те сврхе, направљене плаже. Потребно је обезбедити прикључке на индраструктуру, а на парцели је на улазу планиран заједнички пут и паркинг за Water Ski Парк и Палић Adventure Парк. Парк треба да има облик петоугаоника, који је стандардан облик за коришћење. Тиме би се обезбедила могућност организације међународних такмичења у слалому и wakeboard-u.		
Развој и инвестиција		
Бруто развијена површина (m <sup>2</sup> )	шца 16.000 (вода) 1.500 (остало)	Water Ski ће заузети око 16.000 m <sup>2</sup> водене површине; својом позицијом не омета релализацију других активности на води. Процењује се да је за остале садржаје довољно око 1.500 m <sup>2</sup> , укључујући Club house и пратеће садржаје
Процењена инвестиција (EUR)	шца 650.000	Процена је дата на основу упоредивих примера из земље и региона.
Ранг приоритета и реализација (година)	I faza	Препоручује се развој овог садржаја са адреналинским парком у I фази развоја ризорта, јер ће одмах донети додатни забавни садржај и повећати привлачну моћ Палића.

#### **6.3.3.5 Палић тениски терени (СЗ-4)**

У позадини спортског хотела се предлаже изградња тзв. централног терена са малим трибинама, са четири помоћна терена. Разлог предлога јесте да се надогради дугогодишња традиција тениса на Палићу. Уз изградњу терена предлажемо и оснивање међународног тениског турнира на Палићу (challenger) који ће појачати општи имиџ Палића као туристичке дестинације.

## 6.4 РЕКАПИТУЛАЦИЈА КЉУЧНИХ ИНВЕСТИЦИОНИХ ПРОЈЕКТА

У наредној табели је дата рекапитулација кључних инвестиција предложених за туристички простор Палића. Пројекти који нису детаљно описани у претходном излагању захтевају разраду кроз одговарајућу пројектно – техничку документацију; процене инвестиција су дате на основу релевантних упоредних примера из региона.

Мастер План 2015		ПРОЦЕЊЕНА ИНВЕСТИЦИЈА	ТИП ИНВЕСТИЦИЈЕ			ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИЈЕ*				
			ЈАВНА	ПРИВ.	ЈЛП	Ia	Ib	IIa	IIb	III
<b>Зона ЗЛАТНИ КРУГ1 (Health &amp; Spa)</b>										
31	1	Палић Спа Ризорт - хотел	10.295.000							
	2	Палић Спа Ризорт - апартмани	2.382.000							
31	3	Палић Спа Ризорт - Medical Spa Centre	8.523.000							
31	4	Документација и пројектни менаџмент	2.171.917							
			<b>23.371.917</b>							
<b>Зона ЗЛАТНИ КРУГ2 (Outdoor Water Fun)</b>										
32	1	Зелени Забавни Парк	340.000							
32	2	Комплекс базена	3.502.000							
32	3	Кабине, свлачионице, павиљони	3.611.208							
32	4	Трговине, храна и пиће								
			<b>7.453.208</b>							
<b>Зона ЗЛАТНИ КРУГ3 (Лидо &amp; Променада)</b>										
33	1	Лидо / променада (заједно са С2-9)	2.550.000							
			<b>2.550.000</b>							
<b>Зона СРЕБРНИ КРУГ 1 (Marine &amp; Lifestyle)</b>										
C1	1	Палић МIСЕ & Спа хотел	18.750.000							
C1	2	Конгресни центар Палић	4.800.000							
C1	3	Голф терен са 18 рупа	7.000.000							
C1	4	Палић Голф клуб								
C1	5	Палић породични boutique хотели и виле	15.600.000							
		Boutique хотели	9.600.000							
		Виле	6.000.000							
C1	6	Марина	510.000							
C1	7	Једриличарски клуб & Tourist point	1.600.000							
C1	8	Веслачки клуб	3.145.000							
C1	9	Medical centar	18.300.000							
			<b>69.705.000</b>							
<b>Зона СРЕБРНИ КРУГ 2 (Culture &amp; Heritage)</b>										
C2	1	Велика тераса	100.000							
C2	2	Женски шпранд	150.000							
C2	3	Концертна тераса на језеру	200.000							
C2	4	Палић Хотел Мала гостиона	3.600.000							
C2	5	Палић Језеро апарт депаданса	960.000							
C2	6	Палић Парк апарт депаданса	1.200.000							
C2	7	Еспланада	500.000							
C2	8	Шопинг аркада	500.000							
C2	9	Променада	1.500.000							
			<b>8.710.000</b>							
<b>Зона СРЕБРНИ КРУГ 3 (Sport &amp; Active)</b>										
C3	1	Палић Спорт хотел	6.000.000							
C3	2	Спорт апартмани	2.600.000							
C3	3	Спортска хала	2.000.000							
C3	4	Тениски терени	300.000							
C3	5	Retail центар у викенд насељу	5.500.000							
C3	6	Адреналински парк	300.000							
C3	7	Центар за скијање на води	650.000							
			<b>17.350.000</b>							
<b>Зона СРЕБРНИ КРУГ 4 (Rural &amp; Nature)</b>										
C4	1	Чарда	500.000							
C4	2	Простор за салаше	5.000.000							
C4	3	Осмагачнице за bird watching	100.000							
C4	4	Лунго Лаго - Бициклистичка / пешачка стаза	1.600.000							
			<b>7.200.000</b>							
			<b>136.340.125</b>							

\* Свака фаза траје укупно 4 године; прве две фазе су подељене у по два дела (а и б)

**Напомена:** У колонама “Тип инвестиције” су разврстане одговарајуће инвестиције према искуству упоредивих дестинација и оне служе искључиво као генерална одредница за одређивање могућег извора финансирања. У том смислу, не би требало да представља ограничење да нека од јавних инвестиција буде реализована као јавно – приватно партнерство или чисто приватна инвестиција, у зависности од конкретне студије изводљивости и степена ризика инвестиције.

## 6.5 ПРЕДЛОГ МОГУЋИХ ПРОЈЕКТА БРОНЗАНОГ КРУГА

У наставку дајемо преглед могућих пројеката у Бронзаном кругу, уз напомену да ће неки од презентованих програма бити детаљније разрађени и објашњени у оквиру следећег поглавља – Развојни пројекти. Овде се, дакле, ради о пројектима који на постојећој ресурсној основи, уз релативно мале интервенције, обезбеђују додатна искуства за посетиоце Палића као туристичке дестинације. Основна идеја предлога Бронзаног круга је дугорочна заштита и контрола развоја ширег окружења дестинације, како би се обезбедио неометан развој и адекватне перформансе самог Палића као ризорта и спречила неоправдана и прекомерна градња у контактним зонама Сребрног круга.

Назив пројекта	Објашњење	Водећа институција	Партнерска институција
Систем осматрачница и стаза за посматрање птица са интерпретацијом и опремање визитор центра опремом (Лудаш)	Унапређење постојеће и изградња нове инфраструктуре, ради лакше туристификације према нишама тржишта, али и према одморишном сегменту	ЈП Палић Лудаш	Локалне невладине организације и удружења (екологија, посматрање птица, билогије...)
Систем едукативних стаза са претећом интерпретативном инфраструктуром на језеру Лудаш	Унапређење постојећих стаза и мапирање нових путања контролисаним кретања људи, са системом интерпретације и одговорног понашања, на читавој територији Бронзаног круга	ЈП Палић Лудаш	Локалне невладине организације и удружења (екологија, посматрање птица, билогије...)
Еко камп	Развој и опремање еко кампа према међународним стандардима, опремом и садржајима; одређивање локације у договору са управљачем простора	ЈП Палић Лудаш	Кампинг асоцијација Србије
Едукативни центар	У оквиру започете инвестиције Омдлаћинског насеља, намењени објект који би служио као едукативни центар, систем учионица са опремом за учење и предавање	Град Суботица	Студентске асоцијације/Отворени универзитет
Стандардизација понуде традиционалне гастрономије и заштита	Дефинисање уникатних рецепата и њихова додатна стандардизација, као и развој едукативних програма укључивања салаша и локалних произвођача	Град Суботица	Професионална удружења као носилац процеса едукације
Салаши као музеји културе и историје	Презервација и унапређење садржаја којима се врши приказ традиционалног начина живота и култура	Град Суботица	Локалне невладине организације и удружења (стари занати, културна и уметничка друштва)
Систем стаза пешачење, трчање и вожњу бицикала са претећим мобилијаром и инфраструктуром унутар заштитног појаса око језера	Унапређење постојећих и изградња предвиђених стаза унутар заштитног појаса по ПЦР	Парк Палић ЈП Палић Лудаш	Локалне невладине организације и удружења (екологија, спорт, рекреација, природа)
Система мобилијара за вежбање на отвореном	Опремање неопходним мобилијаром за теретане и фитнес на отвореном	Парк Палић ЈП Палић Лудаш	Локалне невладине организације и удружења (екологија, спорт, рекреација, природа)

## 6.6 ПРЕДЛОГ ПРОЈЕКТА ПОБОЉШАЊА ИНФРАСТРУКТУРЕ

Полазећи од задатка израде Мастер плана Палић 2015, није предвиђена детаљнија разрада у погледу анализа и планирања инфраструктурних пројеката у обухвату плана. Међутим, упоредни примери развоја сличних дестинација указују на то да је за привлачење приватних инвестиција неопходан одговарајући ниво инфраструктурне опремљености, полазећи од саме доступности дестинације, преко одговарајућих елемената комуналне, електроенергетске и телекомуникационе инфраструктуре.

На нивоу појединачних инвестиционих пројеката који су предложени овим планом, у наведене пројекције инвестиција су укључена само улагања за комуналне прикључке на предвиђеним локацијама.

Предложени кључни инвестициони и развојни пројекти у обухвату Златног и Сребрног круга захтевају одговарајући степен интервенција у погледу неопходне инфраструктуре. У том смислу, у наставку дајемо преглед ових захтева, са напоменом да је у даљој разради потребно утврдити конкретне пројекте, процењене износе инвестиција и динамику њихове реализације.

- Прилагођавање / израда просторне и планске документације одговарајућег нивоа разраде;
- Изградња саобраћајница (нових, рехабилитација старих, тротоари, бициклическе стазе и паркинг простори);
- Изградња неопходне / додатне електро енергетске и гасне инфраструктуре;
- Изградња неопходне / додатне водоводне и инфраструктуре за третман отпадних вода;
- Изградња неопходне / додатне телекомуникационе мреж

### 6.6.1 Саобраћајна инфраструктура

У складу са предложеним решењима у Мастер плану Палић 2015, предвиђено је отварање новог улаза у простор ризорта са западне стране и пратеће инфраструктуре. Ово подразумева изградњу нове саобраћајнице и прелаза преко железничке пруге Суботица-Хоргош. Предвиђен је одговарајући простор за паркинг, да би се на основу овог решења растеретио улаз у туристички простор Палића. Ово решење омогућава олакшан приступ главним атракцијама и предвиђеним локацијама (Палић MICE & Spa, Конгресни центар, Голф клуб и терен, Medical центар, Веслачки центар, нови улаз у зоолошки врт, итд.).

У разговору са кључним приватним интересним субјектима у поступку израде Мастер плана Палић 2015, изнета су још два предлога за побољшање доступности и атрактивности дестинације:

1. Измештање постојеће трасе локалног пута Суботица – Кањижа (Кањишки пут) у делу између Палићког и Крвавог језера. Према мишљењу Покрајинског завода за заштиту природе, растерећење Кањишког пута је могуће преусмеравањем саобраћаја из правца Шупљак према Абрахаму унапређењем стања Лудашке улице (пут до центра Палића је само 300 метара дужи преко Лудошке улице у односу на Кањишки пут), а развојом Барске улице би требало јачати везу према М22 и петљи Ауто-пута. Формирањем нових саобраћајница између Кањишког пута и Лудашке улице, односно Кањишког пута и Барске улице, јужно од Омладинског насеља је могуће растеретити оба језера од утицаја саобраћаја. Решење би требало да допринесе побољшању еколошког стања језера Палић и приобаља, па се у даљој разради саветује сарадња са ЈП “Палић Лудаш” и Покрајинским заводом за заштиту природе.

На овај начин се Златни круг у потпуности растеређује од транзитног саобраћаја и повећава се његова атрактивност за потенцијалне инвеститоре, јер се омогућава непосредан излаз и коришћење обале оба језера. Уз то вишеструко се повећава безбедност будућих корисника предвиђених садржаја (туриста и посетилаца), јер се подручје претвара у пешачку зону и омогућава његова конверзија у складу са духом и наслеђем целокупног простора (посебно Великог парка).

2. Као додатна интервенција у склопу предложене измене трасе Кањишког пута, предлаже се да се размотри могућност отварања директног улаза у ризорт са аутопута Е-75. Прелаз преко аутопута већ постоји али је потребно изградити излазне саобраћајнице за које постоји адекватан простор. Овим би се добио директан приступ ризорту Палић и у великој мери олакшао приступ кључним садржајима.

Ова три предлога: приступ Палићу надвожњаком иза Лукоил пумпе; измештање дела Кањишког пута и изградња посебно одвоја / излаза са аутопута би креирала јединствену зону Златног круга и учинила постојећу локацију

атрактивнијом и значајно ефикаснијом у погледу инфраструктурне подршке развојном концепту.

3. Могућност измештања пруге – садашња траса пруге дели насеље Палић на два дела и тиме ограничава развој Палића. Она је изграђена у другачијим урбанистичким условима, па би у новом сагледавању простора требало размотрити могућност измештања пруге на алтернативни правац у даљем поступку просторног планирања.

## 6.6.2 Енергетска инфраструктура

Прелиминарно процењене потребе туристичко – здравствених објеката на Палићу су реда величине 22 MW, од чега 12 MW топлотне енергије (спа центар, термални базени, функционисање објеката у зимским условима – грејање, итд.), а 10 MW електричне енергије.

Имајући у виду да се ради о заштићеном природном подручју, сматрамо да би енергетску стратегију Палића требало конципирати тако да Палић постане “зелени” (green) ризорт.

Стратегија енергетике за потребе развоја Палића је од изузетне важности, с обзиром на предложену оријентацију ка “зеленим” решењима. У том смислу, предлажемо остварење следећих циљева:

1. Обезбеђивање енергетске сигурности по одрживим ценама;
2. Обезбеђивање високог стандарда енергетске ефикасности;
3. Оријентација ка “зеленој” енергији.

Обезбеђивање енергетске сигурности по одрживим ценама је од кључног значаја, јер је евидентно да Палић у домену туризма мора да базира своју понуду на раду током целе године, што, с обзиром на климатске услове, значи обезбеђивање (релативно) јефтине и поуздане енергије током зимског периода.

Досадашњи извори енергије су били пре свега засновани на природном гасу, електричној енергији, угљу и ложном дрвету. И поред тога што на територији Суботице, односно Палића постоје три хидротермалне бушотине (две на Палићу и једна у Суботици), коришћење геотермалне енергије је (неоправдано) било запостављено.

Имајући у виду процењене потребе за енергијом на Палићу, у садашњим условима, постојећи геотермални извори могу дати око 2,5 MW топлотне енергије, путем интензивирања коришћења овог облика енергије, за мање потрошаче се може обезбедити добар и економичан извор потребне топлотне енергије.

Конкретно, коришћењем термалних пумпи би се снага садашњих бушотина (приближна дубина је око 700 метара, а температура воде 48 степени C) повећала на преко 5 MW топлотне енергије, а бушењем нових извора (у питању су две бушотине, од којих је једна на 1100 метара, за шта су већ урађени потребни елаборати) се очекује да се досегне ниво од преко 10 MW економски повољне геотермалне енергије.

Коришћење био масе у сврхе загревања је маргионално. У последњих неколико година (почев од 2011.) почиње интензивније коришћење биомасе, али је то далеко испод могућности којима Палић и Суботица располажу.

У новој стратегији енергетике града (која је у изради), велика пажња се посвећује одрживим енергетским решењима:

- Коришћењу геотермалних извора;
- Коришћењу биомасе;



- Коришћењу биогаса (у погону је уређај за производњу електричне енергије из дигестора у третману отпадних вода Суботице на два агрегата снаге 250 KW електричне енергије) и депонијског гаса са садашњег сметлишта (500 кубних метара на сат);
- Коришћење биогаса из дигестованих биљних отпада (делимично и из планираних хидропонских био-филтера који су намењени смањењу нутријената у првом сектору Палићког језера).

У електро-дистрибутивном систему Суботице су створени услови да и Суботица и Палић имају тзв. “смарт грид” системе у функционисању, што дистрибутивни систем чини изузетно ефикасним. Снабдевање електричном енергијом из преносног система је веома поуздано јер Суботица има могућност тзв. острвског рада, односно независног напајања на високом напону са две стране, што практично гарантује сигурност у снабдевању струјом.

### **6.6.3 Остала инфраструктура**

Поред учињених значајних интервенција у домену инфраструктуре за третман отпадних вода, свакако би требало рачунати на потребу додатних решења за потребе реализације предложеног концепта развоја, посебно у контексту изградње голф терена и објеката у западној зони туристичког простора. Заштита квалитета воде, као једног од основних чинилаца туристичке понуде, захтева апсолутни приоритет развоја канализације у окружењу језера. Појава колиформних бактерија указује на директно доспевање фекалних вода у 4. сектор језера, и то из објеката које се налазе непосредно уз обалу. Без обзира на чињеницу да органи управе града препознају овај проблем, због временског периода обухваћеног Мастер планом, значај развоја система водовода и канализације мора бити третиран на адекватан начин.

Премда је без адекватне верификације незахвално давати процене улагања у инфраструктуру, ван сваке сумње је да ће целовита опремљеност подручја обухвата, изискивати значајна средства у предстојећем периоду, поготову узимајући у обзир описани стандард опремања локација.

Оквирна процена за целокупно улагање у инфраструктуру према предложеним решењима (без измештања дела Кањишког пута и отварања директног улаза у ризорт са аутопута Е-75) је на нивоу око 15 милиона евра (у прве две фазе реализације плана).

### 6.7.1 РЕГИОНАЛНИ ИНСТИТУТ ЗА ЗДРАВЉЕ И СРЕЋУ – EUDAIMONIA INTEGRATED MEDICAL & WELLNESS COMPETENCE CENTER<sup>8</sup>

#### ОПИС КОНТЕКСТА ПРОЈЕКТА



Имајући у виду темељну визију, као и предлог развоја туристичког производа Здравственог туризма за Палић, један од кључних развојних пројеката за успешну диференцијацију дестинације, њено тржишно позиционирање и обезбеђење дугорочне препознатљивости и опстанка на тржишту јесте оснивање Регионалног института за здравље и срећу – Eudaimonia Integrated Medical & Wellness Competence Center.

Ради се о томе да Палић своју тржишну позицију мора да темељи на успешној комбинацији понуде и медицинских и велнес програма, односно у синергетском деловању концепата *destination* и *medical spa*.

Суштину медицинских програма чине интегрисани анти стрес, анти агинг, третмани гојазности и друге процедуре усмерене ка превентивном приступу, засноване на савременим медицинским ставовима и технологијама у циљу ране дијагностике, корекције, или уклањања постојећих фактора здравственог ризика.

У том смислу, мисија Института је *сачувати и унапредити здравље* (односно, превенција болести).

Једна од полазних тачака оснивања овакве институције је утемељење да се одржавање квалитета живота, виталности и доброг субјективног осећаја може остварити комуницирањем и испоруком таквих програма, којима ће се усвојити активан животни стил – правилна исхрана, редовно вежбање, суплементација природним додацима, детоксикација, контролисани / активни одмор, квалитетно спавање и, најважније, преузимање личне одговорности за здравље, срећу и перспективу.

У опису развоја туристичког производа за Палић, јасно је назначено да је кључ успеха **развој специфичних, јединствених, лако применљивих, тржишно препознатљивих програма** којима се постиже циљ самоспознаје и усмерења ка достизању стања среће, као врхунског облика здравља сваког појединца.

Као кључни глобални фактор ризика по здравље појединца, идентификована је хипокинезија (недовољна физичка активност), која је постала доминирајућа константа савременог животног стила. У питању је "скривени" фактор ризика за здравље и подједнако погађа децу, одрасле и старије. Главни је кривац лошијег квалитета живота, сувишног разболевања и прераног

<sup>8</sup> Horwath HTL је концепт Института развио на радионици са представником Радне групе Наручиоца Мастер плана Палић 2015., господином Миљаном Вуксановићем и стручним сарадником проф. Др Радосавом Драгојевићем, а у складу са његовом презентацијом "Medical Spa центар Палић". Концепт подразумева остваривање мисије Института према савременим трендовима у здравственом туризму и обезбеђује инфраструктуру за ефикасне одговоре на изазове развоја овог специфичног и осетљивог туристичког производа.

умирања.

Према подацима Светске здравствене организације, више од половине европске популације не достиже основне препоруке здравих навика физичке активности. Чак 41% Европљана се не бави ни рекреацијом ни спортом (истраживање из 2013.).

Додатно, постоји препрека за привлачење огромне тражње – осигураника страних осигуравајућих кућа за здравствено осигурање. Ово је посебно проблематично када се ради о развоју услуга у домену медицинског туризма - у медицинском туризму, услуге које су донекле препознате као међународно конкурентне, посебно у регионалном контексту су углавном у области дијагностике, стоматологије и офталмологије, док се у последње време, за тржиште Србије, развија понуда и у пластичној хирургији. Софистицираније медицинске интервенције, иако постоји релативно велика база лекара специјалиста и државних институција са дугом традицијом, још увек нису озбиљније комерцијализоване на иностраном тржишту. Разлози недовољне комерцијализације наведених лечилишних услуга су: мали број специјализованих приватних амбуланти и клиника, неуређен законски оквир, високи стандарди квалитета у овој области, заштита ино пацијента, скупа софистицирана опрема.. Истовремено, држава се врло пасивно поставља према могућности изласка ових услуга на међународно тржиште, што се највише огледа кроз непостојање стратегија или планова оријентисаних на интернационализацију здравствених услуга. Имајући наведено у виду можемо закључити да осим у случајевима најједноставнијих процедура попут дијагностике, стоматологије, а делимично и офталмологије и пластичне хирургије, тренутно не постоји адекватна понуда која би могла бити конкурентна на светском или европском тржишту и у смислу међународно стандардизованих услуга. Када се посматра регионално тржиште, може се констатовати да постоји одређен ниво конкурентности дела ових услуга, обзиром на постојање одређених разлика у нивоу, квалитету и цени ових услуга у државама региона. Такође, постоје одређене специфичности које треба посебно имати у виду, попут чињенице да грађани Републике Српске имају право лечења у свим државним медицинским установама у Србији које покрива основно здравствено, или врло рестриктивних закона у Републици Хрватској када је у питању нпр. вантелесна оплодња. У тим сегментима, могуће је имати значајнији раст пенетрације на регионалним тржиштима користећи конкурентске предности и наведене дисторзије.

Постојећи систем националног здравственог осигурања у значајној мери лимитира раст овог тржишта, имајући у виду да ни једна од држава није омогућила покривање, односно рефундацију трошкова лечења у другим државама по избору корисника здравствених услуга, осим у случају пружања хитне медицинске неге, коју опет прати релативно компликована административна процедура, прописана међудржавним споразумима који регулишу ову област.

На крају, важно је напоменути да већина земаља у Европи поседује природне потенцијале за развој здравственог туризма, али да њихов успех зависи од њихове способности и капацитета да одговоре захтевима тржишта и развију међународно конкурентне производе здравственог туризма.

## КОНЦЕПТ



Почетни корак у дугорочно одрживом развоју производа здравственог туризма на Палићу и његовог тржишног признавања је оснивање Регионалног института за здравље и срећу, као својеврсног центра изврности / competence center-а који се бави суштинском израдом

иновативних програма за потребе ciljних група, а на бази ресурса Палића Палића.

Циљ је да се кроз рад овакве организације испоруче не само програми, већ и пратећи стандарди, отворе могућности за развој мреже пружалаца услуга у домену *medical spa* и *wellness-a*, али и да се обезбеде институционалне претпоставке и канали дистрибуције за добро утемељене и дефинисане програме здравља и среће.

Имајући у виду да постоји солидна ресурсна основа за развој једног оваквог института: професионални медицински кадар, већи број приватних ординација и клиника, здравствене државне институција, потребно је удружити снаге, знање и ресурсе у циљу успешне артикулације интереса свих заинтересованих страна и обезбеђивања јасног наступа на међународном тржишту ових услуга.

Институт треба да окупи водеће стручњаке из подручја медицине, индустрије здравља, велнес и спа туризма, као и из других сродних делатности, а који својим искуством и знањем желе да изграде основу за развој производа здравственог туризма на Палићу.

У фокусу рада Института у почетној фази би требало да буду:

- 1. Иновативни програми за очување и унапређење здравља**, базираних на ресурсно – атракцијској основи Палића и околине, а на основу расположивих капацитета. Рад са појединцима у дефинисању "tailor made" програма за постизање циљева самоспознаје и усмерења ка јачању сопственог здравља и достизања среће – огледни примери за идентификацију и постављање различитих типова програма;
- 2. Развој ресурсног центра** за потребе јачања знања у домену здравственог туризма, know-how-a за стандардизацију квалитета, за успостављање веза и сарадње са сличним организацијама и институцијама у Европи и свету, као и за праћење савремених трендова на глобалном тржишту у домену здравственог туризма;
- 3. Сертификација типова услуга, акредитација пружалаца услуга** у складу са релевантном европском и светском праксом – у компаративној пракси стандардизацију квалитета врше различите асоцијације које развијају сопствене "печате квалитета" (у Немачкој је то "Die Kur", у Британији постоји систем акредитације за спа центре са печатом квалитета "Wave of Excellence"), при чему је за потребе развоја Института најзначајнија пракса Европског удружења спа центара, које је развило међународне сертификате квалитета *EUROPESPA med* за *medical spa* центре и *EUROPESPA wellness* за спа хотеле, велнес хотеле, термалне спа центре и дневне спа центре;

У другој фази, било би изузетно важно да се обезбеди дугорочно одржива координација између различитих стејхолдера који пружају услуге у здравственом туризму на Палићу, као и да се континуирано прати и подиже квалитет услуга које се нуде тржишту:

- 4. Формирање кластера пружалаца услуга у медицинском туризму** у односу на који би институт деловао као фацитатор процеса оснивања, кључни ресурсни центар и, у каснијој фази, гарант очувања квалитета у пружању услуга;
- 5. Успостављање система осигурања квалитета услуга у здравственом туризму** кроз различите допунске системе сертификације и добровољног означавања квалитета (quality labeling);
- 6. Заштита интереса пружалаца услуга у здравственом туризму** – припрема предлога и лобирање за измене и допуне постојеће законске регулативе и отварање могућности сарадње са осигураницима страних кућа за здравствено осигурање у земљи и иностранству;
- 7. Континуирано образовање и обука** – у циљу постизања изврности у пружању услуга у домену услуга здравственог – медицинског и велнес туризма.

## ПРЕТПОСТАВКЕ

- Неопходна расположивост медицинских и других стручних кадрова за покретање оснивања Института;
- Одговарајући простор на Палићу;

- Техничка помоћ и подршка Града Суботице и покрајинских и националних институција / организација које се баве развојем туризма

### ПРИМЕР АКТИВНОСТИ / СЕГМЕНАТА

- Креирање и развој програма за здравствене и спа и велнес производе и стратегија за превенцију и рехабилитацију за становнике Србије и региона;
- Размена знања, примера најбоље праксе и know-how-a;
- Праћење и анализа стања здравствених и спа центара у компаративној пракси;
- Успостављање, промоција и унапређење стандарда у здравственим и спа центрима на територији деловања;
- Дефинисање и усклађивање тренинг програма и курсева и успостављање основе за професионалну структуру у испоруци жељеног производа;
- Успостављање оквира за заједничке маркетиншке активности чланова медицинског кластера
- Сертификација у сарадњи са релевантним европским и светским асоцијацијама на основу дефинисаних критеријума за: систем управљања и усклађеност, снабдевање локалним лековитим фактором, терапије, третмане, базене и велнес; смештај, кухиња, садржаје активности и рекреације, као и опште окружење.

### КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

- Најшири могући спектар корисника – деца, одрасли и старији – сви имају потребу за дугорочним очувањем здравља;
- Програми су превасходно усмерени ка пружаоцима услуга у здравственом туризму – хотелима, спа центрима, специјалним болницама / санаторијумима, приватној медицинској пракси, центрима за холистичку и источњачку медицину, итд.

### САДРЖАЈИ

- Саветодавни центар за сертифициване програме очувања и унапређења здравља (програми могу бити општи или "tailor made" за специфичног корисника);
- Центар за стандардизацију и помоћ при интернационалној сертификацији;
- Центар за осигурање квалитета и означавање квалитета (у зависности од примењеног развијеног програма);
- Ресурсни центар;
- Центар за едукацију и тренинг;
- Заједнички маркетинг Института и чланица кластера медицинског туризма (у сарадњи са дестинацијским менаџмент / маркетинг организацијама).

### РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

- Оснивање Института од стране појединаца и организација / институција
- Припрема и доношење програма рада
- Почетак реализације

### ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

- Подстицајна средства за развој конкурентности у туризму из домаћих јавних фондова
- Програми прекограничне сарадње
- Програми подршке унапређењу јавног здравља из ЕУ фондова и фондова билатералних донатора

- Европски програми подршке јачању конкурентности туризма
-

## 6.7.2 ЕКО – ТУРИСТИЧКИ ПАРК ПАЛИЋ - ЛУДАШ

### ОПИС КОНТЕКСТА

Питање одговорног и одрживог туристичког развоја подразумева развој туризма који не ремети природну и животну средину. Одрживи развој омогућава стављање природних ресурса у функцију туризма кроз различите активности, програме едукације, радионице за заштиту и унапређење животне средине и посебно високо вредних заштићених природних простора. Суштина ових програма је да се на дугорочно стабилној основи обезбеде извори финансирања за заштиту и унапређење простора на којем се развија туризам, кроз развој туристичке инфраструктуре и супраструктуре, као и одговарајућих садржаја и програма. Сви напори дестинацијског менаџмента треба да буду оријентисани ка доживљају, незаборавном искуству боравка у дестинацији.

Један од задатака израде Мастер плана Палић 2015 био је да се осмисле садржаји и дају препоруке за тзв. Бронзани круг. Уз претходно наведене програме, развојне пројекте, имајући у виду карактер подручја, овај програм даје могућност за квалитативно унапређење понуде у обухвату Мастер плана. Мора се нагласити већ постојеће залагање и оријентисаност управљача заштићених подручја да богатства представи најширој јавности организацијом одговарајућих догађаја и вођених тура.

Имајући у виду укупне површине на територији Општине Суботице које су означене као специјални резервати природе, као и зоне заштите на самом језеру Палић, јасно је да се даље очување природних ресурса (флоре и фауне) не сме довести у питање, али да их је у даљем развоју неопходно узети у обзир као битне ресурсе који се стављају у функцију туризма. Овај процес представљања природних ресурса, релевантним тржишним нишама, у сваком тренутку се базира на принципима одрживости животне средине, економске и социјалне.

СРП Лудашко језеро стављено је под заштиту ради очувања екосистема влажних станишта пешчарског и степског простора са високим предеоном и специјским диверзитетом, реликтном степском заједницом и биотопом ретких врста флоре и фауне. Територија Лудашког језера је место окупљања и боравка миграторних врста птица, због чега има међународни значај. Влажне поплаване ливаде и само језеро, на пролеће су место размножавања бројних водоземаца, као што су: мали и велики мрмољак, барска жаба, обична чешљарка, зелене жабе и заштићена барска корњача. Најпознатија риба Лудашког језера била је златни караш. У језеру живи око двадесет врста риба од којих и заштићени чиков. Што се тиче птица, најпознатији представници су птице мочварице, због чије присуства је ово подручје уписано на листу мочварних подручја од међународног значаја. СРП Селевењске пустаре стављен је под заштиту као посебна природна вредност коју чини висока разноликост станишта равничарског типа предела са мозаично распоређеним животним заједницама степског, слатинског, пешчарског и мочварног карактера које су специфичне за ово подручје, као и изузетно високи степен флористичког диверзитета са значајним бројем најугроженијих врста изворне панонске флоре и фауне.



## КОНЦЕПТ

Еко-туристички парк представља заокружену туристичку целину, која комбинује појединачна искуства – посматрање птица, риболов, пешачке стазе, едукативне стазе, еко камп, школе природе, активни одмор – у јединствен пакет. Као целовит и комплексан туристички доживљај, еко парк циља и најшири сегмент тржишта, и то посетиоце који долазе у Суботицу и на Палић (укључујући и породице са децом, младе, школске групе и сл.), али и најуже тржишне нише љубитеља флоре и фауне. Основна вредност и доживљај се базирају на контакту са природом, одговорно понашање и боравку у природи, као и на програме едукације.

Суштина еко-туристичког парка је да се на забаван и интерактиван начин посетиоци едукују о природи, флори, фауни, као и о настанку и еволуцији ове регије. Уважавајући данашње трендове, посетиоци, али и локално становништво, подижу ниво свести и знања о одрживости, екологији, значају подручја Палићког и Лудашког језера, као значајним ресурсима и њиховој заштити. У физичком смислу, парк може имати и делове који директно промовишу одговорно и одрживо понашање појединаца и друштва у целини (соларни панели, танкови 'сиве воде', рециклажа), поред већ постојећих објеката за интерпретацију и едукацију (визиторски центри).

Постојећи ниво инфраструктуре се налази на почетном нивоу, али даје одличну основу за даља унапређења. Садржаје око Лудашког и Палићког језера је пожељно проширити, у циљу продубљивања еко-туристичког искуства и боље интерпретације ресурса.

Еко-туристички парк би требало да садржи зоне за истраживање, игру и забаву, које су тематски подељене, као и све потребне садржаје: комерцијалне садржаје ('тржницу домаће хране', продавницу локалних сувенира и рукотворина, продавницу са материјалима о парку / комбиновати са садржајем салаша и Кућама укуса Палића), угоститељске садржаје (ресторане са здравом храном, ресторане са локалним специјалитетима), као и све потребне сервисне садржаје (паркинг, санитарне објекте, и сл.). Поред наведеног, неопходно је укључити пешачке стазе, платформе за спортски риболов, осматрачнице птица и едукативне стазе.

## ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

Разрада предлога пројекта би требало да обухвати следеће ставке:

- Студију оправданости:
  - План инвестиција: буџет, финансирање, структура оперативних трошкова, калкулација новчаног тока, итд.
  - Идентификација извора финансирања (јавни и приватни сектор) по потреби
- Мастер план (екстерни и интерни), узимајући у обзир традиционални стил архитектуре на Палићу (сецесија):
  - Преглед осетљивих зона и утицај Еко-туристичког парка на ове зоне (I и II степен заштите) – креирање избалансираног просторног размештаја и садржаја који не смеју да нарушавају осетљиве зоне
  - Дефинисање и дизајнирање коначног изгледа Еко-туристичког парка - димензије, компоненте, технички и логистички захтеви, зоне активности, приступ различитим транспортним средствима (пешице, бициклом, мотоциклом, аутомобилом, итд.), паркирни простор, интерна мобилност, унутрашња и спољна опрема, итд.
  - Креирање основне инфраструктуре: снабдевање водом и електричном енергијом, третман отпадних вода, по одрживим / 'зеленим' принципима итд.
- Архитектонски дизајн:
  - Екстерни: паркинг простори, означавање и информације, канцеларија за продају карата, као и општа мобилност у оквиру центра (прихватни капацитет)
  - Интерни: декорација, опрема, намештај, осветљење, означавање, итд.



## ПРИМЕР АКТИВНОСТИ / СЕГМЕНАТА

Примери зона и активности које се могу креирати у оквиру парка су:

### Зона историје и еволуције

- Део површине парка са причом о еволуцији подручја, са најважнијим чињеницама које се везују за језера и заштићена подручја
- Прича о флори и фауни, са посебним нагласком на заштићене врсте, као и на разлоге и чињеницу да се ради о подручју од међународног значаја за птице
- Прича о производњи хране, здравој храни и сл.
- Информативне плоче, едукативне табле, видео прикази, слике и мапе које приказују социо-економски развој, и лоцирају подручја људских активности, традицију, итд.

### Зона природе

1. Биљни и животињски свет: језера, животињски и биљни свет заштићених подручја
2. Географија и геологија у тродимензионалном приказу
3. Заштићена подручја
  - a. *Правила заштите*: штампане информације са општим правилима заштите, као и правилима понашања у тим подручјима, правилима кретања
  - b. *Специфичне мапе подручја*: стазе, итинерари, излетни пунктови, места за одмор, места за активности, контакт са природом, итд.
4. Одрживост и брига о природи
  - a. *Природа и људи*: начин одрживе употребе природних ресурса, одговорно понашања
  - b. *Природно окружење* – карактеристике еко система, значај за природну равнотежу

### Зона активности

1. Традиција и занати - пољопривреда, риболов, стари занати, итд.
2. Локална традиција – гастрономија, традиционални начини производње, мануфактура, фолклор и обичаји
3. Тржница локалне хране
4. Креирање пикник зоне у Еко парку
  - a. Информације и продавница са храном, пићем и осталим потребштинама за пикник
  - b. Пунктови са столовима и столицама и местима за пикник

## КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

Еко-туристички парк је атрактиван за све посетиоце дестинације и представља незаобилазну тачку посете, а посебно је фокусиран на породице, децу, младе, школске групе, студенте, студијске групе, кампере, групе посматрача птица, спортске риболовце и слично. Јасно је да постоје два главна сегмента. Први се односи на уско профилисане сегменте као што је посматрање птица. Они су квантитативно посматрано мали, али их карактерише дуже задржавање и већа потрошња. Имају специфичне потребе, али главни мотив путовања им је јединствен контакт са природом. Друга категорија туриста је знатно масовнија, али их карактерише краћи период задржавања.

## САДРЖАЈИ И КАПАЦИТЕТИ

### 1. Подручја

- Простор за паркирање аутомобила и аутобуса

- **Визиторски центар (са продавницом):**
  - Продаја улазница
  - Продаја специјализованих издања књига, магазина, новина, итд.
  - Излагање бесплатних брошура и мапа
  - Продавница локалних сувенира, као и модерних сувенира
  - Продајна изложба локалних рукотворина
  - Продаја домаћих гастрономских производа
- **Простор са различитим зонама парка (отворени и затворени простори):**
  - Предворје и рецепција са информацијама, услугама водича, гардеробом, итд.
  - Различите зоне:
    - Зона еволуције
    - Зона природе
    - Зона активности
  - Собе за радионице, презентације, семинаре, итд.
  - Санитарне просторије
  - Продавница
  - Освежење и храна

## 2. Услуге

- a. Посете са водичем на различитим језицима (српски, мађарски, италијански, немачки, енглески, итд.)
- b. Кратки курсеви о језерима, биодиверзитету, одрживости, здравој храни, итд.
- c. Тржница домаће хране – са локалним, органским производима
- d. Ресторан и бар са разноврсном понудом јела и пића

## 3. Примарна и секундарна сигнализација и означавање

- a. Примарно означавање од главне саобраћајнице при уласку на подручје Палића и Лудаша са ознакама главних атракција и активности дестинације
- b. Секундарно означавање на саобраћајницама при уласку у подручје општине (у зависности од локације парка), са јасним знаковима за сегменте Еко-туристичког парка

## РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

Све активности би требало да координира ЈП Палић Лудаш као управљач заштићених природних подручја, али би организацију активности / доживљаја требало препустити дестинацијским менаџмент компанијама.

Редослед активности се односи на:

- Припрему планске документације;
- Припрему пројектне и техничке документације за поједине делове еко-туристичког парка;
- Одговарајућу административну процедуру – добијање дозвола;
- Почетак реализације;
- Менаџмент ресурса.

## ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

- Различити програми подстицаја, кредитне линије за унапређење еко инфраструктуре и

сл.

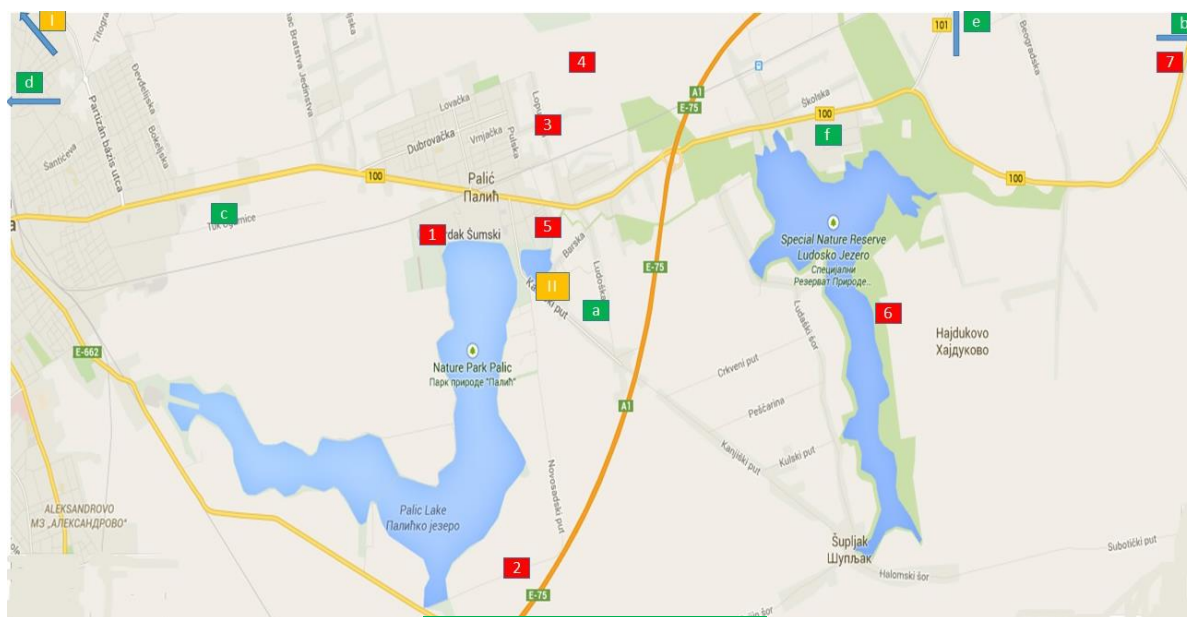
- Партнерство у прекограничним и међународним пројектима (прекогранична сарадња са Хрватском и Мађарском, пројекти Дунавске стратегије, Јадранско – Јонске иницијативе, средства билатералних донатора и сл.).
-

## 6.7.3 ПАЛИЋ САЛАШИ

### ОПИС КОНТЕКСТА

Традиционални живот Војводине се данас најбоље може искусити на салашима. У претходном периоду, један од сегмената туристичке понуде који се добро развијао и у великој мери обогатио туристичку понуду је сегмент салаша у околини Палића. Салаши су се развијали у ширем окружењу Палића и Суботице и они својом понудом у великој мери подижу туристичку атрактивност целог подручја.

Распоред салаша, и винарија и ергела данас:



#### Салаши:

1. Чардак Шумски
2. Салаш Ђођревић
3. Јелен салаш
4. Мајкин Салаш
5. Мартин Салаш
6. Рокин Салаш
7. Ружа Мајур
8. Салаш Терезија

#### Винарије:

- а) Звонко Богдан
- б) Вински двор
- ц) Ди Бонис
- д) Чувардић
- е) Тонковић
- ф) Мауер

#### Коњи:

- I. Келебија  
Фуриосо

На горњој мапи је приказан распоред постојећих салаша, винарија и ергела. Ови центри су развили адекватан садржај и отворени су за посетиоце и туристе, па самим тим представљају и изузетно важан елемент туристичке понуде ширег подручја Палића. Имајући ово у виду, у наставку дајемо преглед типичних садржаја и могућих начина на који се објекти постојеће понуде могу уклопити у ланац вредности у туризму.

Салаши представљају јединствен сет туристичког искуства базираног на руралном и пасторалном доживљају панонске равнице и традиционалне атмосфере војвођанског дома. Својим јединственим архитектонским решењем, који чине стамбена зграда и економски објекти, салаши представљају вредан ресурс, чија ревитализација и валоризација у туризму омогућава локалном становништву да остварује додатни извор прихода. У околини Суботице и Палића већ функционише одређени број салаша, који тржишту нуде разичите производе и доживљаје. У наредном периоду неопходно је радити на додатном јачању квалитета понуде, кроз заштиту и унапређење традиционалних гастрономских рецепата и културне

интерпретације.

Једна од мера унапређења рада салаша је ревитализација пољопривредне производње на самим салашима, чиме се додаје карика у укупном ланцу вредности који се пружа туристима. Интеграција у туристички систем на Палићу је посебно пожељна, имајући у виду препоруку преласка на органску пољопривредну производњу у обухвату Мастер плана Палић 2015 и контактним зонама. Концепт агротуризма су имплементирале све успешне дестинације руралног туризма (Италија, Аустрија, Хрватска, Јапан, итд.).

Додатно, салаша представљају још један канал за пласман традиционалних производа, кроз интегрисање у целокупни туристички развој овог краја. Наиме, подстицањем удруживања ситних произвођача на територији општине Суботица, стварају се услови за одрживу ревитализацију производње традиционалних производа, а салаша могу посетиоцима понудити производе из традиционалне производње, чиме се подиже укупан квалитет понуде и повећава доступност ових производа туристима. Критични фактори су дизајн и брендирање традиционалних и органских производа.



## КОНЦЕПТ

Имајући у виду светску праксу, агротуризам је концепт који треба усвојити јер обухвата сет туристичких услуга које обухватају смештај и сервисирање гостију у руралном (сеоском) окружењу, у оквиру домаћинства чија је основна активност (делатност) пољопривредна производња, док додатну активност чине туристичке услуге смештаја и исхране гостију. Поред основних угоститељских услуга смештаја и прехране, у домаћинству се могу организовати и остале туристичке услуге (активности, пакет услуга) које имају за циљ да гостима пруже могућност доживљаја руралног и традиционалног начина живота. Власник салаша, пољопривредног домаћинства живи са својом породицом у посебном објекту, док се за рецептивне услуге у туризму користи вишак простора у оквиру салаша. На овај начин гост је током свог боравка у перманентној и директној интеракцији са домаћином и његовом породицом, и има прилику да се из прве руке упозна са обичајима, традицијом, начином и културом живота, као и пољопривредном производњом, типичним производима и локалном гастрономијом.

Услуге смештаја могу се нудити у собама, апартманима, или посебним објектима. У зависности од нивоа развијености, гости се могу укључити у свакодневне послове око одржавања салаша и пољопривредне производње, чиме се прави корак даље у укључивању гостију / испоруци комплетног туристичког искуства.



## ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

Искоришћавање постојећих објеката, чији капацитети се приводе намени, тако да се не врши притисак на предео, градњом нових структура. Овим наћином се креира основни елемент туристичке понуде на салашу, смештајни капацитети.

- Пожељно је да је реч о пољопривредном домаћинству (усмереног ка производњи традиционалних / типичних производа), или је, тамо где не постоји, потребно (делимично) ревитализовати сегмент пољопривредне производње на самом салашу;
- Пласирање сопствених производа (или производа мањих локалних произвођача у суседству) кроз туристичке услуге: услуге исхране, и/или директна продаја у оквиру домаћинства;
- Уређење и очување домаћинства у складу са историјом и баштином (амбијентална архитектура и опремање), као и прилагођавање туристима (кроз различите облике интерпретације и вођења);
- Уређена околина салаша, како би се омогућио аутентичан доживљај пасторалног начина живота;
- Конфекционирање производа произведених на домаћинству ("туристичка" паковања) и продајни пункт производа произведених у домаћинству (посебан простор у домаћинству уређен као продајни пункт са производима из властите производње);
- Уколико домаћинство нуди услуге исхране за госте излетнике (групе које се у домаћинству задржавају пар сати) потребно је организовати посебан простор за услуживање оброка;
- Осигуран паркинг.

## ПРИМЕР АКТИВНОСТИ / СЕГМЕНАТА

Пакети традиције – креирање пакет програма које поред ноћења обухватају и локалне активности, као што су спремање зимнице, прављење колача, брање локалног воћа и поврћа, итд.;

- Локалне славе, фестивали и разне креативне радионице почев од гастрономије до израде разних производа
- Стари занати – у сарадњи са локалним удружењима и културним друштвима;
- Додатне активности за госте у облику туристичких тура: - организовање тематских итинерера за госте: пешачење, бициклизам, спортови у природи, културни итинерери, путеви вина, ергела коња, итд.

## КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

- породице са децом (30 - 55 година);
- брачни парови (35 - 75 година);

- пословни гости;
- вртићи, школе, (у циљу едукације);
- удружења (љубитељи природе, удружења за активности на отвореном, гастро удружења, љубитељи старина, риболовци, итд.);
- дневни излетници (задржавају се у микродестинацији од 4 до 8 сати);
- викенд посетиоци.

## САДРЖАЈИ И КАПАЦИТЕТИ

- смештајне јединице могу бити организоване као засебне собе, апартман, кућа или камп (у зависности од величине простора и циљним групама којима су намењене);
- смештајни капацитет апартмана не већи од 5 особа; смештајни капацитет куће не већи од 8 особа;
- једнокреветна соба не мања од 10м<sup>2</sup>, не рачунајући површину купатила (пожељно 15м<sup>2</sup>); двокреветна соба не мања од 15м<sup>2</sup>, не рачунајући површину купатила (пожељно 20м<sup>2</sup>);
- свака соба мора имати своје купатило (на сваких 4 особе у апартману и кући потребно је једно купатило);
- архитектура и спољашње уређење у складу са традиционалном архитектуром околине Суботице;
- базен (уколико је двориште домаћинства већа од 1.000м<sup>2</sup>)
- смештајне јединице, санитарни простори као и простори за услуживање јела и пића су прилагођени и особама са специјалним потребама.

## РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

За постојеће салаше:

Програми обуке / радионице за специјализацију понуде на салашима;

Програми обуке за анимацију и рад са децом.

За нове салаше који се укључују у туристичку понуду, реконструкција објеката за туристичку намену:

Израда студије изводљивости;

Припрема архитектонских пројеката по стандардима дефинисаним за овакву врсту објеката;

Добијање потребних дозвола;

Почетак реализације.

## ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

Подстицај развоју пољопривредне делатности;

Подстицаји за развој малог предузетништва;

Програми подстицајних мера:

- Кредити за улагања у обнову старих (постојећих) салаша саграђених у складу са изворном, традиционалном и амбијенталном архитектуром;
- Кредити за улагања у мање објекте за смештај;
- Програми кредитирања сеоског туризма.

## 6.7.4 УКУСИ ПАЛИЋА – ВИНО И ХРАНА

### ОПИС КОНТЕКСТА

Суботица и Палић су већ препознати као дестинације са развијеном понудом винског туризма. Вински пут је добро обележен и одређен број произвођача је директно укључен у укупну понуду, а ТО Суботица је у значајној мери укључена у активности развоја, вођења и промоције овог туристичког ресурса. У даљој разради концепта, један од кључних фактора успеха овог туристичког производа је прилагођавање постојечих капацитета новим захтевима тржишта. Начини прилагођавања су приказани у наставку.

Неопходно је да дестинација даље ради на увођењу, стандардизацији и унапређењу понуде **Укуса Палића**, како би се јединственост дестинације јасно искомунцирала, и како би дестинација у дужем временском периоду очувала своју позицију на тржишту. Оваквим иницијативама је свакако потребно пружити додатну подршку у смислу подстицаја као и у смислу евентуалне едукације / смерница за бољу организацију и усклађивање са стандардима структурисања овакве понуде.



### КОНЦЕПТ

Кућа укуса Палића представља домаћинство где је производња вина / пољопривредна производња основна делатност, а која је усмерена ка професионализацији производње једног или највише два типична производа. У највећем броју случаја, реч је о уситњеним произвођачима. Домаћинство је специјализовано за конкретну производњу неког производа (вина, ракије, мед, сир, сувомеснати производи, воће, традиционалне послastiце, итд.). Производи се конфекционирају (пакују), па се поред директне продаје на месту производње организује и туристичка услуга дегустације производа која се наплаћује у за то организованом простору. Продаја се може радити и преко салаша и визиторских центара дестинације. У домаћинству не постоје смештајни капацитети већ се нуде искључиво услуге дегустације и продаје традиционалних производа. Дегустација се може организовати за до максимално 50 особа одједном и не могу им се нудити топла јела (кувана јела као у агротуризму) већ само наресци. Осим дегустације, уколико услови дозвољавају, искуство спремања традиционалних производа се такође може понудити туристима.

Куће укуса стварају мрежу пунктова разних типичних производа у дестинацији који се могу прибавити директно од произвођача.

Просечан боравак посетилаца - излетника: 1 - 2,5 сати

### ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

- Специјализована пољопривредна производња;
- Непосредна продаја производа у месту производње (продајни пункт) - произведено и продато у домаћинству;
- Паковање производа;
- Организовање туристичког пакета (презентација, упознавање са традицијом,



дегустација, куповина);

- Аутентичност објекта и блискост са природним окружењем;
- Очуваност околине;
- Паркинг;
- Радно време - отворено за све госте (није неопходно најавити долазак);
- Одговарајући технички и санитарно - хигијенско услови;
- Стандарди чувања хране и пића.

#### ПРИМЕР АКТИВНОСТИ / СЕГМЕНАТА

- Упознавање са процесом производње и капацитетима;
- Обилазак винограда, воћњака или места производње хране;
- Упознавање са карактеристикама производа;
- Мали течај дегустације за групе;
- Професионални течајеви дегустације за мање групе – до 10 особа;
- Етно збирка;
- Био (еколошка) производња – обавезна органска производња и примена агро-еколошких мера у обухвату мастер плана.

#### КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

- Гости који већ бораве у дестинацији (неопходно постојање маркетинг алата у самој дестинацији који би упућивали госте);
- Вински туристи (професионални гости);
- Пословни гости (као део инсентив и пре/пост конгресних активности);
- Групе (студијске, пријатељи, итд.);
- Гости који долазе због тура;
- Индивидуални гости;
- Дневни излетници (задржавају се у дестинацији око 8 сати).

#### САДРЖАЈИ И КАПАЦИТЕТИ

- Уређена околина и приступ просторима за дегустацију;
- Посебан простор организован за дегустацију, уређен према амбијенталним и елементима традиционалне архитектуре;
- Адекватан прибор и опрема за дегустацију (посебно за вино);
- Простор прилагођен особама са посебним потребама;
- Столови и столице уместо клупа;
- Осигуран паркинг;
- Мокри чвор.

#### РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

За постојеће салаше:

Стандардизација и успостављање система осигурања квалитета производа;

Креирање бренда *Укуси Палића – Tastes of Palić* (или Taste Palić – ово схватити само као једну идеју, неопходно је урадити детаљни концепт и упутство).

За нове садржаје / пренамене простора:

Припрема архитектонских пројеката по стандардима дефинисаним за овакву врсту

---

објеката;  
Добијање потребних дозвола;  
Почетак реализације.

#### ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

- Подстицаји за развој малог предузетништва
  - Програми подстицајних мера, нпр:
    - Кредити за улагања у обнову старих (постојећих) салаша саграђених у складу са изворном, традиционалном и амбијенталном архитектуром
    - Кредити за улагања у мање објекте за смештај
  - Програми кредитирања руралног туризма / мере диверсификације руралне економије из програма IPARD
  - Помоћ при изради просторно планске документације / пројектно-техничке документације:
    - геодетска подлога
    - правна подршка
    - финансијска подршка припреми пројекта
-

## 6.7.5 ДЕЧИЈИ, ОМЛАДИНСКИ И ОБРАЗОВНИ ТУРИЗАМ

### ОПИС КОНТЕКСТА

Категорије дечијег и омладинског туризма у Србији су добиле своје значење тек кроз ангажовање Кластера образовног туризма, као и претходно дефинисаних програма у оквиру пројекта *Одрживи туризам за рурални развој*. Описани програми су конципирани и презентовани у сарадњи са Кластером образовног туризма Србије, а требало би да понуде додатне програме и садржаје у односу на већ постојећу туристичку инфраструктуру и супраструктуру и садржаје<sup>9</sup>.

Палић поседује имиџ дестинације за долазак породица, јер има понуду садржаја за децу и омладину. Деца и млади су ти који за време посете одређеној дестинацији, стичу и шире знања и искуства, личне вештине, успостављају контакте са својим вршњацима. Туризам је сектор који додатно унапређује процес сазнања и учења, као нови квалитет у образовању.

Ово је посебно значајно, имајући у виду постојеће и будуће капацитете Палића који су прилагођени боравку деце и омладине (Омладинско насеље), а који отварају могућност р азраде и спровођења квалитетних програма који ће комбиновати забаву и едукацију (тзв. edutainment) за потребе извођења наставе у природи, екскурзије, као и друге форме бор авка деце и омладине (образовни и спортски кампови, и сл.). Предложене активности имају нарочито велики значај уколико се спроводе у сарадњи са образовним установама у Суботици и на Палићу, јер тако деца упознају подручје Палића и Лудаша (као и других заштићених природних подручја), њихову историју, значај и потенцијал. На тај начин се ствара однос и перцепција овог изузетног простора у свести деце и ствара темељ за будућност туристичке дестинације.

У наставку наводимо неке од могућих програма који своје утемељење имају у дугогодишњој пракси.



### Центар открића

Врста активности: пасивне, забава, учење

Сезона: зима, пролеће, лето, јесен

Опис и концепт:

- Центар за открића је главно место где је сконцентрисана област за откривање. Фокусира се на различите врсте образовних објеката и објеката за забаву у циљу едукације посетилаца и буђења жеље у њима за откривањем дестинације
- Поред образовних, кључну компоненту овог центра представљају забавне активности
- Центар може имати један или више објеката, а опремљен је техником и технологијом за спровођење активностима којима се бави
- Организује различите активности истраживања природе, историје и културе,

<sup>9</sup> За даљу разраду програма, предлажемо сарадњу са Кластером образовног туризма Србије (образовнитуризам.рс). Илустрације су коришћене уз претходну сагласност Кластера образовног туризма Србије.

истраживања из области природних наука и извођење експеримената

- Једна од форми је, на пример, интерактивни музеј везан за културно или природно наслеђе, или одређена амбијентална целина (нпр. Велики парк)
- Циљ центра је да пренесе осећај наслеђа;
- Центар предвиђа изложбе рађене у методи сценографије ради подстицања посетилаца као и активности прилагођене кориснику и мултимедијалне активности

Могуће активности:

- Видео снимак у 3Д или 4Д технологији
- Интерактивне игре
- Игре изградње и манипулације
- Искуства за децу
- Изложбе са активним учешћем посетилацарађене у методи сценографије
- Савремена уметност као активности у музеју

## Зачарано језеро

Врсте активности: пасивне, забава, учење

Сезона: пролеће, лето, јесен

Опис и концепт:

- Забавне шетње и потраге кроз природно окружење да би се стимулисала машта
- Овај концепт нуди авантуристичке, забавне и образовне активности у природном окружењу Палићког и Лудашког језера
- У парку, сарадња са уметницима у активностима забаве
- Део реализације активности у Зоо врту
- Употреба природних материјала приликом израде

Активности:

- Сценографије које стимулишу децу да размишљају о одређеној теми (легенде подручја, историјске личности)
- Забавне активности интегрисане у природно окружење (објекти у шуми, конопац, стена, блато...)
- Пењање уз дрво где се открива растиње и проналазе животињске врсте / коришћење платформи
- Поједностављивање уметности на начин да се са којима се може играти
- Палић авантура за децу: оријентација у природи, истраживање биљног и животињског света који се може искористити за опстанак у природи, оријентиринг, потрага за одређеним предметом до којег се долази решавањем унапред постављених загонетки, итд.

## Палићки центар за рециклажу и уметност

Врсте активности: пасивне, забава, учење

Сезона: зима, пролеће, лето, јесен

#### Опис и концепт:

- Одрживост у контексту животне средине стуб је темељац одрживог развоја туризма на Палићу
- Центар за рециклажу је место које ће окупити и иницирати рециклажу
- на ширем подручју Палића. У њему се рециклажа и образовање везано за природу преплићу на креативан начин
- Центар за рециклирање је начин да се очува природа, инструмент да се подигне ниво свести у јавности и начин за уметничко изражавање
- Рециклирањем употребљених производа, одрасли и деца, уз помоћ уметника, могу да науче како да праве уметничка дела и како да сачувају своју околину
- Предмети за рециклажу укључују пластику, папир, боце... све до дрвених предмета, гвожђа
- Могући начини за рециклажу могу се показати кроз практичне примере путем којих се илуструје брига за животну средину на свакодневном нивоу
- Могу се организовати изложбе уметничких предмета израђених од рециклираног материјала, а то могу бити изложбе у затвореном и на отвореном простору (нпр. парк рециклаже)

#### Активности:

- Центар за рециклажу би требало организовати у сарадњи са општим и уметничким школама
- То би могао да буде мањи простор повезан са главним објектом визиторског центра

### Центар у природи за образовање и забаву за децу и младе

Врсте активности: активне, пасивне, забава, учење

Сезона: зима, пролеће, лето, јесен

#### Опис и концепт:

- Ова активност је компатибилна са еко туристичким кампом и спроводи се у исто време
- Ради се о центру за децу и омладину, у оквиру којег се организују забавни програми док деца уче о животу у руралном окружењу Суботице и Палића
- Циљна група ове дестинације су породице, школски разреди и групе деце
- Све активности су интерактивне и користи се техника учења кроз праксу (рекреативно учење)

Овај центар би као активности могао да понуди:

- Обрађивање баште, да се научи како се узгаја воће и поврће
- Показну фарму / салаш где се учи о животу животиња и на који начин се о њима бринемо
- Интерактивне изложбе везане за природу, салаш, производњу воћа, поврћа, сира и меда
- Центре за јахање на коњима и понијима
- Радионице за ручни рад и сликање
- Летње кампове за школарце и децу
- Истраживања шуме и неба (популарна астрономија)

- Како саградити колибу
- Прављење алатки од дрвета
- Преживљавање у шуми

## Образовни салаш

Врсте активности: активне, пасивне, забава, учење

Сезона: зима, пролеће, лето, јесен

Опис и концепт:

- Школа на салашу представља место на којем деца уче и забављају се и где могу побећи од ограничења у граду и искусити осећање слободе и авантуре у амбијенту салаша
- Деца ће искусити живот на салашу и научити нешто о основним активностима, кроз обављање неких активности са фармерима док у исто време похађају редовне школске активности
- Овај концепт је заснован на активностима на фарми и практичном учењу (Рекреативном учењу)
- Деца су груписана у школи на фарми и учествују у излетима у аутентична села и локалне фарме (салаше) у том подручју
- Посебна врста фарме која се користи у образовању назива се Образовна фарма (у конкретном случају Палића и окружења – Образовни салаш); њена основна сврха је образовање: она прима децу из града (предшколског узраста и децу из основне школе) заједно са њиховим учитељима ради образовања и забаве. Ове фарме пружају могућност смештаја и хране за децу (производи са фарме), као и простор за учење и друге активности за децу

Едукативна фарма, у принципу, садржи:

### На фарми

- Једну погодну школску зграду:
  - Она је центар свакодневних активности.
  - Обезбеђене су учионице за групе
  - За децу из града која су у посети, обезбеђене су рекреативне и, донекле, редовне образовне активности
- Објекат фарме је налик на амбар са животињама (пилад, краве...):
  - Деца могу да се играју у овом објекту
  - Могу да науче како да се брину о животињама
  - Раде у башти са поврћем
  - И припремају свој оброк са састојцима које су набавили из баште и са фарми

### У области школе на фарми:

Локалне фарме (салаше) и села у околини пружају сеоске активности и искуства за децу

- Друге фарме: Фарма за производњу млека, воћа, поврћа, меда, пијаца
  - Деца посећују сваку фарму и учествују у активностима на њој
  - Она такође сакупљају воће и учествују у производњи сира, меда...
- Посета селу
  - Заједничке активности за децу из града и децу са села из оближњих школа (учење, забава, итд.)

- Радионица за ручни рад и активности са традиционалним занатлијама у селу:  
ковач, грнчар, столар...
-

## 6.7.6 СТИМУЛИСАЊЕ ОРГАНСКЕ ПОЉОПРИВРЕДНЕ ПРОИЗВОДЊЕ У ОБУХВАТУ МАСТЕР ПЛАНА ПАЛИЋ 2015

### ОПИС КОНТЕКСТА

Агро-еколошка подршка је кључни елемент европске политике руралног развоја. То је једно од главних средстава за интеграцију брига о животnoj средини у пољопривредну политику. Имплементација ефективних агро-еколошких програма има капацитете да умањи, или у неким случајевима и да заустави деградацију биодиверзитета и природних ресурса изазваних интензивирањем и напуштањем пољопривредних пракси.

У ранијем излагању је већ детаљно образложена потреба заштите природног наслеђа у обухвату Мастер плана Палић 2015, као и потреба за применом одговарајућих агро-еколошких мера које ће обезбедити дугорочну заштиту и унапређење стања Палићког и Лудашког језера. Такође, у изради овог програма, пошло се од чињенице да је урађен Акциони план развоја органске производње на територији града Суботице од 2015. до 2020. године. Неке од предности које су у поменутом документу назначене у корист увођења органске пољопривредне производње су следеће: не користе се хемијски – синтетизовани пестициди; побољшан је узгој животиња у интерактивном односу сточарства и ратарства, као и узгој аутохтоних раса и сојева; нема примене вештачких ђубрива; сав настали сајњак се користи за ђубрење – смањена је могућност загађења подземних вода и тиме загађења језера; рестриктивна употреба дозвољених средстава спречава загађење вода; производња органских производа вишег степена прераде повећава приходе фарме – даје производе који се могу укључити у туристички ланац вредности; органска производња ствара претпоставке за одржавање малих домаћинстава и останак младих у руралном амбијенту; ствара се основ за развој агро-еко туризма (мере већ описане у претходним пројектима), чиме се подстиче обнова традиционалног руралног начина живота, конзервација и реконструкција аутентичне сеоске архитектуре, а обнављају се и стари традиционални занати, обичаји и вредности.

Према подацима ЈП «Палић – Лудаш», око 12% територије обухватају заштићена природна подручја на територији града Суботице (око 12.000 ha). Део ове територије захтева органску производњу као режим заштите.



### КОНЦЕПТ

Зона Сребрни круг 4 (rural & nature) је растеређена од развоја густих туристичко – рекреативних садржаја и планом је предвиђено задржавање њеног руралног карактера. Ово се односи и на западну зону (Зона Сребрни круг 1) и на контактне зоне Мастер плана. Препорука за увођење органске пољопривредне производње би требало да важи за цео Бронзани круг, али у сваком случају за простор око Палићког и Лудашког језера и контактне зоне. Коришћење ресурса земљишта и подземних вода у органској пољопривредној производњи не нарушава природну равнотежу. Тиме се штите станишта ретких биљака и животиња, а земљиште и вода ће бити очувани у свом природном квалитету.

Већ је раније напоменуто у оквиру програма ревитализације салаша да је од изузетне важности



покретање органске пољопривредне производње, посебно повртарства и воћарства, а имајући у виду контекст предложеног туристичког развоја Палића. Здрава органски произведена храна је један од кључних елемената за достизање жељене визије Палића као туристичке дестинације и испуњавање обећања које се даје релевантним тржиштима. Развој органске производње на салашима омогућава и формирање додатне понуде / програма за туристе на салашима, а како је већ претходно описано, укључујући и директну продају производа на салашима.

Требало би водити рачуна о степену примене органских ђубрива, пошто су и она богата нутријентима – коришћење ђубрива би морало да буде контролисано, али је неповољан утицај на језерску воду свакако мањи него што је то случај са минералним ђубривима, јер присуство хумусних материја умањује дифузију нутријената у површинске и подземне воде.

Спровођењем овог програма, било би обезбеђено снабдевање ризорта здравом храном, имајући у виду оријентацију дестинације ка испоруци здравља и среће, као примарног искуства боравка.

### **ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ УЧЕШЋА У АГРОЕКОЛОШКОЈ ШЕМИ (ОРГАНСКА ПРОИЗВОДЊА)**

Увођење органске пољопривредне производње представља једну од агро-еколошких мера која је препозната као мера одрживог руралног развоја. У питању је напор да се кроз вишегодишњу подршку стимулишу произвођачи да примењују планиране мере очувања агробiodиверзитета и развоја органске производње. У том смислу, мере подршке су повезане и са другим мерама IPARD програма – инвестиционим мерама, мерама техничке помоћи и мерама подршке успостављања локалних акционих група (тзв. ЛАГ-ова). Све ове мере би требало да допринесу одрживом управљању природним ресурсима и смањењу негативног утицаја пољопривреде на животну средину. У том контексту, циљ успостављања једне овакве шеме би био усмерен на подршку традиционалним и одрживим пољопривредним системима и методама које доприносе очувању бiodиверзитета и органској пољопривредној производњи. Претпоставка је да се врши континуирана изградња капацитета и добијање практичног искуства за имплементацију, мониторинг и контролу агро-еколошких плаћања у органима администрације и код саветодаваца, али и код пољопривредних произвођача и удружења произвођача.

Стандардни услови учешћа у шеми (остваривање права на добијање финансијске подршке) се односе на кориснике и минимални опсег производње, као и на карактер производње. У том смислу, право учешћа имају:

- Пољопривредни произвођачи (физичка лица) који су регистровани у Регистру пољопривредних газдинстава и који имају активан статус
- Микро и мала предузећа, задруге и удружења (правна лица) која су регистрована у Агенцији за привредне регистре и класификована као микро и мала предузећа према одговарајућим прописима
- Учесници морају да испуњавају минималне услове у погледу минималне површине земљишта
- Корисници се уговором обавезују да ће се бавити органском производњом у минималном периоду од 5 година
- Корисници морају да припреме одговарајући план за своје газдинство које ће детаљно описати све активности које ће се предузимати по годинама коришћења подршке
- Корисници морају да се обавезу да ће водити дневник газдинства у којем ће описати сваку спроведену активност према фазама (нпр. косидба, орање, ђубрење, итд.)
- Неопходно је и поштовање одговарајућих стандарда прописаних националним прописима за спровођење одговарајуће агро-еколошке шеме (у овом случају органске пољопривредне производње).

## ПРИМЕР ШЕМЕ – ОПИС И ОПСЕГ<sup>10</sup>

<p><b>Образложење</b></p>	<p>Органска производња унапређује природни баланс биљних нутријената коришћењем плодореда и интегрисањем ратарске и сточарске производње. Због ограничене употребе ђубрива и пестицида, органска производња игра позитивну улогу у очувању биодиверзитета и доприноси одрживом управљању земљиштем, усевима и стоком.</p> <p>Као што је већ напоменуто, град Суботица је већ донео Акциони план развоја органске производње на територији града Суботице од 2015. до 2020. године, којим су предвиђене одговарајуће активности и мере, те би их у будућем периоду требало у потпуности интегрисати у укупни програм подршке. У наредном периоду је, у сарадњи са покрајинским и националним органима, неопходно обезбедити одговарајуће фондове за подршку имплементацији шеме подршке увођењу органске пољопривредне производње. Такође, од изузетног значаја је и примена других наведених мера IPARD програма, а које у великој мери могу да допринесу ефикаснијој имплементацији органске производње као кључне агро-еколошке мере за заштиту подручја обухваћеног Мастер планом Палић 2015.</p>
<p><b>Циљеви заштите животне средине</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Смањити уношење вештачког ђубрива и пестицида на пољопривредно земљиште;</li> <li>• Допринети одрживом газдовању земљиштем, усевима и стоком;</li> <li>• Повећати површину пољопривредног земљишта и број газдинстава којима се управља по стандардима органске производње;</li> </ul>
<p><b>Пилот опсег</b></p>	<p>Подршка ће се обезбедити за производњу житарица (укључујући крмно биље и травњаке), поврћа, воћа, грожђа и лековитог, зачинског биља која је сертифицирана као органска или је у процесу конверзије.</p>
<p><b>Специфични услови подобности</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Пољопривредни произвођачи (физичка лица) треба да поседују најмање 0,2 ха за производњу житарица (укључујући крмно биље и травњаке), поврћа, воћа или грожђа, или лековитог биља;</li> <li>• Мала предузећа или задруге (правна лица) треба да поседују најмање 2 ха за производњу житарица (укључујући крмно биље и травњаке), поврћа, воћа или грожђа, или лековитог биља.</li> </ul>
<p><b>Минимум обавезних стандарда</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стајњак и осока не сме да се примењују током зиме и у рану јесен између 15. октобра и 15. марта пошто их земљиште не може апсорбовати.</li> <li>• Органски стајњак не сме да се растура на замрзнутом земљишту, земљишту засићеном водом, поплављеном земљишту или земљишту које је прекривено снегом.</li> <li>• Органска ђубрива се не смеју користити на тлу које је ближе од 10 метара од водотокова односно површинских вода или 50 метара од извора и бунара.</li> </ul>
<p><b>Захтеви у погледу газдовања</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управљати земљиштем у складу са Правилником о методама органске биљне производње и о сакупљању дивљих биљних и животињских врста из природних станишта методом органске производње;</li> </ul>

<sup>10</sup> Прилагођено према: Припрема за спровођење активности које се односе на IPARD мере у области животне средине, Заједнички програм УН Одрживи туризам у функцији руралног развоја, Вјара Стефанова и Сергеј Иванов, Београд 2011.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Потписати уговор о контроли и сертификавању органске производње са овлашћеним Контролним телом према Закону о органској производњи и органским производима.</li> </ul>
<b>Ниво плаћања</b>	Пример / препоручени ниво плаћања: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Органске житарице – 250 евра/ха</li> <li>- Органски травњаци – 150 евра/ха</li> <li>- Органско поврће – 350 евра/ха</li> <li>- Органско воће и виногради – 450 евра/ха</li> <li>- Органско лековито и зачинско биље (култивисано) – 250 евра/ха</li> </ul>

## 6.8 ОСТАЛИ РАЗВОЈНИ ПРОЈЕКТИ ОД ЗНАЧАЈА ЗА ДЕСТИНАЦИЈУ

### 6.8.1 Остали развојни пројекти

	ПРОЈЕКАТ	ОПИС
1	<b>Специјализација гастрономске понуде</b>	<p>Многе дестинације се такмиче на туристичком тржишту да би понудиле што разноврснија искуства / доживљаје својим посетиоцима. Локална гастрономија (храна и вино) интегрални су део искуства / доживљаја дестинације. Осим тога, идентитет локалног становништва рефлектује се и јача кроз гастрономска искуства која дестинација нуди својим гостима. Дестинација Палић-Суботица већ је започела профилисање у смислу гастрономске понуде локалних и традиционалних производа, што се види и из позиције неких ресторана и њихове квалитетне понуде. Специјализација подразумева и рад са локалним ресторанима, салашима и винаријама како би се пронашли јединствени рецепти, унапредили (у смислу рационализације спремања и послуживања) и као такви понудили као заштитни знак дестинације. Ово је пројект приватне иницијативе уз подршку јавног сектора.</p>
2	<b>Концепт пешачких и бицикличких стаза у Бронзаном кругу</b>	<p>Развој концепта пешачких и бицикличких стаза за дестинације Палић-Суботица базира се на побољшању постојећих стаза, као и развоју нових у Бронзаном кругу. Рекреација у природи је један од кључних производа за дестинацију. У том смислу, од критичне је важности да се пројекат изведе према стандардима међународних институција који су прописани за пешачке и бицикличке стазе. Добро је планирати стазе на начин да се оне међусобно спајају и повезују, полазећи од предвиђене стазе око језера (лунго лаго). Овај концепт такође подразумева руте са пунктовима на кључним тачкама интереса који у близини нуде салаше, локалне гастрономске специјалитете и место за кратки предак. Ово је пројекат јавног сектора.</p>
3	<b>Јачање капацитета кроз конципирање и реализацију програма едукације и тренинга</b>	<p>Циљ овог пројекта је изградња модела континуиране едукације и тренинга за запослене и ангажоване у сектору туризма и угоститељства. Неопходно је направити програме у сарадњи са локалним стручним школама и Економским факултетом, а поштујући стандарде за конципирање програма оспособљавања и професионалног усавршавања / целоживотног учења које прописују најбоље образовне установе у овом сегменту (нпр. Образовни институт Америчког удружења хотелијера и угоститеља, релевантни европски програми, итд.). Имајући у виду културу и карактер локалног становништва, постоји одлична основа за реализацију оваквих програма. Испорука доживљаја у дестинацији се везује за квалитет услуге, а квалитет услуге је кључ здравог и квалитетног развоја туризма.</p>

		Ово је пројекат јавног сектора.
4	<b>Интегрисани систем туристичког означавања</b>	<p>Тренутна ситуација на подручју дестинације у смислу туристичког означавања је на солидном нивоу. Међутим, неопходно је континуирано радити на унапређењу туристичке сигнализације у складу са новим садржајима и објектима.</p> <p>Систем туристичког означавања критичан је у развоју туризма, јер осим што пружа информације о туристичким атракцијама, ресурсима, услугама, тематским турама и итинерарима, итд., он посетиоцима и гостима улива поверење. Према томе, циљ овог програма је наставити са активностима дефинисања и организовања кохерентног и хомогеног система туристичког означавања, који укључује главне градске центре, ресурсе, атракције и туристичке услуге (храна и пиће, смештај, куповина, итд.).</p> <p>Ово је јавни пројекат.</p>
5	<b>Систем мобилних платформи на језеру и прикладних молова (излазак на језеро)</b>	<p>У циљу подизања атрактивности Палића као језерског ризорта, предлаже се постављање мобилних платформи на језеру (floating decks) и прикладних молова.</p> <p>Конкретан дизајн и физичку локацију ових платформи / молова би требало утврдити у сарадњи са пејсажним архитектама, а према условима заштите језера; једна од могућности је да оне буду постављене око концертне терасе на језеру, чиме се омогућава да се програм прати и са језера, а у току дана се платформе могу користити за реализацију различитих програма medical spa центра (yoga, вежбе, итд.).</p> <p>Анализом упоредних примера, могуће је постављање платформи пречника око 12м, а сматрамо да је довољно поставити до 10 оваквих платформи које би биле међусобно и повезане са обалом. Оквирна цена једне платформе је око 10.000 EUR.</p> <p>Ово је јавни пројекат.</p>
6	<b>Палић из ваздуха - рехабилитација аеродрома у Бикову и спортског аеродрома на Палићу</b>	<p>Предложене искуствене зоне Палића се базирају на атракцијама и искуствима која су везана за воду и земљу. Сматрамо да би, у средњем року, увођење додатних програма које би омогућиле доживљај Палића и Суботице из ваздуха додатно обогатили понуду и заокружили сет искустава која се на Палићу нуде.</p> <p>У том смислу, кључни пројекат, а који је саставни део Бронзаног круга, је рехабилитација аеродрома у Бикову.</p> <p>У ширем окружењу постоји добра база организација које се баве ваздухопловним спортовима и свим савременим облицима летења: једриличарство, параглајдинг, ултра лаке летелице, моторно летење, падобранство, балонарство.</p> <p>Поред неопходне пројектне и техничке документације и непосредних радова на ревитализацији аеродрома и спортског аеродрома на Палићу (размотрити могућност коришћења дела простора северно од предложене позиције терена за голф, западно од нове саобраћајнице за улазак на Палић), од изузетне важности је сагледати потенцијал за употребу балона и ултралаквих ваздухоплова, те конципирати програме са</p>

		компетентним организацијама / удружењима. Ово је јавни пројекат, у сарадњи са летачким организацијама.
7	<b>Прописивање архитектонско – грађевинских стандарда / услова за градњу објеката у обухвату Мастер плана Палић 2015 у циљу заштите аутентичности амбијента и његовог имица</b>	Једно од типичних обележја Палића као дестинације је аутентична архитектура, која целом подручју даје специфичан карактер и представља битно обележје имица. Културно богатство Палића красе шаролики објекти са доминацијом сецесије и швајцарског стила, коришћених за изградњу Палићких вила. Препоручује се израда одговарајућих архитектонско – грађевинских стандарда, којима би се прописао минимум услова које пројектанти морају да задовоље у разради концепта нових и прилагођавања / реконструкције постојећих објеката у обухвату Мастер плана Палић 2015. На тај начин се штити аутентичност целокупног амбијента и имица дестинације. Као логичан почетак реализације овог пројекта, предлаже се комплетна ревитализација Викенд насеља на источној обали. Додатно, неопходно је израдити одговарајуће решење за ревитализацију центра насеља Палић, како би се исти уклопио у ранг вредности / амбиција карактеристичних за ризорт. Ово је јавни пројекат.
9	<b>Развој и јачање имица Палићке олимпијаде (Палићких спортских игара)</b>	Спортско удружење «Олимпија» Палић негује традицију Палићких спортских игара, названих «Палићка олимпијада». Палићке предолимпијске игре биле су организоване у периоду од 1880. до 1914., а на иницијативу спортских радника обнављане су 1982. и, најпосле, 2000. године под именом «Палићка олимпијада». Од 2000. године до данас организоване су зимске, летње, бицикличке и бербанске олимпијаде, као и три олимпијске конференције. Догађаји су организовани на месту некадашњег попришта, уз учешће око 20.000 такмичара са три континента и из двадесетак земаља. За даљи развој овог догађаја од велике важности је реконструкција некадашњег попришта «Ахилеона», тј. комплекса Дома и арене за спортисте, који се састојао од куле Багољвар и кружне бицикличке и атлетске стазе са разним справама и гледалиштем (стаза је била трећа у Европи, након Лондона и Лајпцига). Овај пројекат реализује Спортско удружење «Олимпија», као власник заштићеног имена «Палићка олимпијада», уз подршку јавног сектора

### 6.8.2 Креирање базе за доживљај Палића током зимске сезоне

Палић се позиционира као целогодишња дестинација. Здравствени туризам, туризам породичних одмора и конгресни туризам, креирају сет основних и носећих туристички производа који су атрактивни током целе године. Сет производа додатих вредности, као што су боравак и активности у природи, догађаји и гастрономија и вино, својом атрактивношћу, доприносе и доживљају Палића као зимске дестинације.

У креирању слике и позиције Палића као зимске дестинације, неопходно је извршити прилагођавање већ образложених производа условима зимских месеци. У том контексту, ради се о послу креирања туристичког производа, што је више питање менаџмента, него што је проблематика којом се конкретно бави Мастер план развоја туризма. Но, у циљу указивања на могући правац развоја производа којима ће се обезбедити зимски доживљај Палића и његове лепоте, у наставку дајемо листу могућности коју би, свакако, требало обогатити. На овај начин креирају се посебни производи, активности и доживљаји, који обухватају, али се не ограничавају на следеће:

- Отворени базен са термалном водом
- Определити место за постављање клизалишта / ледене дворане у Зони Sport & Active (постављање поливалентних дворана коришћењем енергетски ефикасних решења – типа: <http://www.sprung.com>, односно: <http://www.sprung.com/structures/sports-recreation-buildings/arenas-stadiums-0> )
- Стазе за пешачење у зимском периоду, уз одговарајуће одржавање, постају стазе за нордијско скијање
- Посебно обележеним, али неодржаваним стазама, неопходно је омогућити гостима да кроз „Snowshoeing“ шетње доживе природу у зимским месецима
- Уколико дебљина леда језера дозволи, део уз Женски и Мушки странд претворити у јединствен доживљај клизања, при чему поред класичне стазе, неопходно је обележити и стазе за клизање које формирају необичне облике
- Уколико дебљина леда језера дозволи, организовати и „ice surfing“, односно једрења на леду, чиме се креира основ рада и активности једриличарског удружења, али и посебна активност за туристе
- Зимске (божићне) пијаце, као место сусрета и дружења, уз локалне специјалитете хране и вина, би се могле организовати уз стазе за клизање и главну пешачку алеју, чиме се добија потпуно нови и другачији дуг туристичког центра
- Зимска вожња бицикала подразумева најам бицикала са зимским гумама, чиме се омогућава да уз одређено одржавање, стазе за бицикliste буде активне током читаве године
- Зимски фото сафари
- Тубинг подразумева уређен систем за санкање, најчешће на гуменим санкама, и као такав је активан и током зимских месеци, али и летњих
- Организација догађаја током зимских месеци, као што су „снежни биоскоп на отвореном“
- Вожња саоница је активност која је пандан вожњи кочијама током летњих месеци
- Зимски авантура парк
- Током зимских месеци неопходно је наставити са спровођењем и свих активности које се обављају у унутрашњим и затвореним просторима



ПОГЛАВЉЕ 7  
Економско – финансијска оцена  
пројекта



## 7 ЕКОНОМСКО – ФИНАНСИЈСКА ОЦЕНА

### 7.1 УВОД

---

У складу са предложеним планом развоја, у оквиру Златног круга су урађене процене инвестиција за све предложене пројекте, док су за пројекат Палић Спа Ризорта, као носећег пројекта, урађене детаљне финансијске пројекције.

За предложених 15 позиција у Сребрном кругу према физичком мастер плану, груписаних у 10 пројеката, урађене су пројекције пословања у стабилизаној години, а на основу стандарда пословања у индустрији, прилагођених локалном контексту Палића.

Предложене инвестиционе износе који су наведени уз одговарајуће пројекте је потребно посматрати искључиво као оквирне, јер у овом тренутку није могуће сагледати целине развојних пројеката и ниво детаља разраде сваког од њих појединачно. Тек након израде одговарајуће пројектно – техничке документације је могуће проценити неопходна инвестициона средства, а њихов прави износ тек по испостављању трошкова извођача.

Напомињемо да је овде дат искључиво преглед приоритетних развојних пројеката који би требало да подстакну развој осталих пројеката, а што такође у овом тренутку није могуће предвидети.

У наставку дајемо преглед претпоставки развоја, инвестирања и пословања за предложене приоритетне пројекте:

#### А. ИНВЕСТИЦИЈЕ

- процена потребног инвестиционог износа потребног за изградњу свих планираних садржаја базира се на уобичајеним трошковима градње објеката сличних карактеристика у Југоисточној Европи, коригованим за специфичности локалног тржишта;
- предложене инвестиције се базирају на бенчмарк анализи сличних пројеката у региону, уважавајући локалне стандарде, а за потребе процене инвестиција коришћени су износи по м<sup>2</sup> изграђене површине односно по смештајној јединици у зависности од врсте објекта;
- инвестиције не укључују вредност земље;
- у обзир су узети описи и садржаји сваког од приоритетних пројеката наведени раније у овом документу;
- око 35-40% планираних смештајних јединица (виле, резиденције, апартмани) повезују се са пословањем некретнинама, а због бољег управљања ризицима и тиме лакшег прибављања инвеститора у условима још увек ограниченог тржишта;
- планирају се садржаји додате вредности - голф терен, марина, спортивно-рекреативни центри, културни центри, услужно-комерцијални садржаји и друго, а чија је реализација повезана и са јаком улогом јавног сектора, односно постојећих и институција које је потребно основати;
- делимично су процењене и инвестиције у јавну инфраструктуру према бенчмарк анализи уређења ризорта у сличном окружењу.

## **Б. ПРИХОДИ**

- просечно реализоване цене по врстама смештајних капацитета планиране су на основу упоредивих перформанси на подручју средњег и југоисточног европског окружења пројекта и умањене су за 15% до 20%;
- заузетост смештајних јединица је планирана такође на основу упоредивих перформанси и умањена је за 15%;
- процена односа смештајних прихода и осталих прихода планирана је за сваки објекат посебно, а на бази уобичајене међународне праксе и стандарда унутар предложених типова и категорија објеката;
- продајне цене у пословању некретнинама планиране су на основу анализе тржишта сличних пројеката у ширем окружењу, при чему се цене јединица разликују у зависности од њиховог квалитета и садржаја;
- у делу смештајних објеката предложена је продаја јединица приватним власницима по принципу *sale & lease back* (продаја и поновни закуп за комерцијално туристичко коришћење). Власници користе јединице око 60 дана годишње у зависности од типа смештајног објекта, а преостали део године јединице су у комерцијалном коришћењу;
- пројекција прихода голфа је учињена на основу анализе сличних пројеката у окружењу, прилагођено локалном контексту.

## **Ц. ТРОШКОВИ**

- уважавање трошковних стандарда међународне смештајне индустрије;
- уважавање учешћа трошковних категорија у одговарајућим приходима према пословању локалне туристичке индустрије;
- примена методологије USALI (јединствени систем рачуноводства за смештајну индустрију);
- примена стандарда запошљавања према категорији смештајних капацитета који су интернационално прихватљиви и увећаних до 10% за прилике Србије;
- у примењеном *sale & lease back* моделу, власницима јединица се плаћа годишња накнада која се сваке године обрачунава у износу од 40% оперативног прихода минус део трошкова комерцијалне употребе смештајних јединица који се преваљују на власнике. Обухват трошкова који се преваљују на власнике јединица је у зависности од врсте садржаја које објекат нуди.

Уз претпоставку да се пословање стабилизује у периоду од 3. до 5. године након отварања објеката, билансирани смо детаљно пословање објеката за прву годину након периода увођења пројеката на тржиште тзв. стабилизовану годину.

Све финансијске пројекције се базирају на постојећим макроекономским условима у Србији, као и на тржишним претпоставкама које укључују актуелни тржишни статус и предвиђене трендове на тржишту без већих тржишних турбуленција.

Приходи и трошкови су у билансима успеха приказани у нето износу и не укључују порез на додату вредност. Финансијски износи су сви приказани у еврима и сталним (неинфлаторним) ценама.

## 7.2 ЗЛАТНИ КРУГ

### 7.2.1 Преглед инвестиција за Палић Спа Ризорт

#### ПРОЦЕНА УЛАГАЊА

##### Палић Спа Ризорт

КОМПОНЕНТА	БРП	€/m <sup>2</sup>	тотал €
<b>ХОТЕЛ</b>			
Хотел - унутрашњи простори - БРП	10.600	900	9.539.860
Хотел - спољни простори - нето	1.465	300	439.478
Хотел - спољно уређење - хортикултура	2.000	30	60.000
Хотел - спољно уређење, паркирање, прилаз	4.250	60	255.000
<b>total</b>	<b>18.315</b>		<b>10.294.338</b>
Укупна инвестиција по кључу			68.629
Укупна инвестиција по укупном m <sup>2</sup>			562
<b>MEDICAL SPA водени центар</b>			
Водени центар - унутрашњи простори - БРП	6.214	1.000	6.213.858
Водени центар - спољни простори - нето	2.490	800	1.992.000
пешачке површине	400	80	32.000
хортикултура	2.000	30	60.000
спољни паркинг и саобраћајнице	3.750	60	225.000
<b>total</b>	<b>14.854</b>		<b>8.522.858</b>
<b>АПАРТМАНИ</b>			
Апартмани - унутрашњи простори - БРП	3.255	650	2.115.425
Апартмани - спољни простори - нето	400	400	160.000
Апартмани - спољни простори, пешачке површине	200	80	16.000
Апартмани - хортикултура	500	30	15.000
Апартмани - паркинг/ прилаз	1.250	60	75.000
<b>total</b>	<b>5.605</b>		<b>2.381.425</b>
Укупна инвестиција по кључу			47.629
Укупна инвестиција по m <sup>2</sup>			425
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА СПА РИЗОРТ</b>			<b>21.198.622</b>
<b>ДОДАТНИ ТРОШКОВИ</b>			
Пројектна документација и менаџмент			1.271.917
Реотварање и обртна средства			900.000
<b>УКУПНО ДОДАТНИ ТРОШКОВИ</b>			<b>2.171.917</b>
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА</b>			<b>23.370.539</b>

*Напомена: процена улагања не обухвата трошак аквизиције локације, односно цену инфраструктурно опремљеног земљишта*

## 7.2.2 Преглед инвестиција за Палић Water Fun, Лидо и Зелени забавни парк

### Water fun центар

Процена инвестиције	m2	€/ m2	тогал €
Унутрашњи простори - БРП	3.089	800	2.471.208
Базени	2.000	1.000	2.000.000
Спољни простор	7.510	200	1.502.000
Пешачке површине	3.000	80	240.000
Хортикултура	10.000	30	300.000
Спољни паркинг и саобраћајнице	10.000	60	600.000
<b>Укупно</b>	<b>35.599</b>		<b>7.113.208</b>
Инвестиција по m2 - укупне површине			200

### Лидо (укључујући део променаде)

Процена инвестиције	m2	€/ m2	тогал €
Пешачке површине	15.000	150	2.250.000
Хортикултура	10.000	30	300.000
<b>Укупно</b>	<b>25.000</b>		<b>2.550.000</b>
Инвестиција по m2 - укупне површине			102

### Зелени Забавни парк

Процена инвестиције	m <sup>2</sup>	€/ m <sup>2</sup>	тогал €
Пешачке површине	400	150	60.000
Игралишта	1.000	250	250.000
Хортикултура	1.000	30	30.000
<b>Укупно</b>	<b>2.400</b>		<b>340.000</b>
Инвестиција по m <sup>2</sup> - укупне површине			142

## 7.2.3 Пројекција прихода за Палић Спа Ризорт

### ПРОЈЕКЦИЈА ПРИХОДА Палић Спа Ризорт

него резулте цене	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Број соба	45.0%	54.0%	60.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%	65.0%
Стопа попуљености (у %)	65.0	70.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0
ADR (€)	24.638	29.565	32.850	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588	35.588
Број продајних соба	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0
DOF	49.275	59.130	65.700	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175	71.175
Укупан број ноћења	29.3	37.8	43.8	48.8	49.7	50.7	51.7	51.7	51.7	51.7	51.7	51.7	51.7	51.7	51.7	51.7	51.7	51.7	51.7	51.7
Дневни RevPAR (€)	32.5	37.5	36.5	38.3	38.3	39.0	39.8	40.6	41.4	42.2	42.2	42.2	42.2	42.2	42.2	42.2	42.2	42.2	42.2	42.2
Приход од собе по ноћењу (€)	<b>1.601,4</b>	<b>2.069,6</b>	<b>2.398,1</b>	<b>2.669,1</b>	<b>2.722,4</b>	<b>2.776,9</b>	<b>2.832,4</b>	<b>2.889,1</b>	<b>2.946,9</b>	<b>3.005,8</b>	<b>3.064,8</b>	<b>3.123,8</b>	<b>3.182,8</b>	<b>3.241,8</b>	<b>3.300,8</b>	<b>3.359,8</b>	<b>3.418,8</b>	<b>3.477,8</b>	<b>3.536,8</b>	<b>3.595,8</b>
Приход од собе - хотели ('000 €)	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Кондо апартамани	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%
Стопа попуљености (у %)	70.0	75.0	80.0	81.6	83.2	84.9	86.6	88.3	90.1	91.9	93.7	95.4	97.1	98.8	100.5	102.2	103.9	105.6	107.3	109.0
ADR (€)	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388	6.388
Број продајних соба	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
DOF	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163	19.163
Укупан број ноћења	24.5	26.3	28.0	28.6	29.1	29.7	30.3	30.9	31.5	32.2	32.8	33.4	34.0	34.6	35.2	35.8	36.4	37.0	37.6	38.2
Дневни RevPAR (€)	23.3	25.0	26.7	27.2	27.7	28.3	28.9	29.4	29.9	30.4	30.9	31.4	31.9	32.4	32.9	33.4	33.9	34.4	34.9	35.4
Приход од собе по ноћењу (€)	<b>447,1</b>	<b>479,1</b>	<b>511,0</b>	<b>521,2</b>	<b>531,6</b>	<b>542,3</b>	<b>553,1</b>	<b>564,2</b>	<b>575,5</b>	<b>587,0</b>	<b>598,5</b>	<b>610,0</b>	<b>621,5</b>	<b>633,0</b>	<b>644,5</b>	<b>656,0</b>	<b>667,5</b>	<b>679,0</b>	<b>690,5</b>	<b>702,0</b>
Приход од собе - апартамани ('000 €)	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Укупан број соба	<b>42,5%</b>	<b>49,3%</b>	<b>53,8%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,5%</b>
Стопа попуљености соба (у %)	66.0	70.9	74.1	76.0	77.5	79.1	80.7	82.3	83.9	85.6	87.2	88.8	90.4	92.0	93.6	95.2	96.8	98.4	100.0	101.6
ADR (€)	31.025	35.953	39.238	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975	41.975
Број продајних соба	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2
DOF	68.438	78.293	84.863	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338	90.338
Укупан број ноћења	28.1	34.9	39.9	43.7	44.6	45.5	46.4	47.3	48.3	49.2	50.1	51.0	51.9	52.8	53.7	54.6	55.5	56.4	57.3	58.2
Дневни RevPAR (€)	29.9	32.6	34.3	35.3	36.0	36.7	37.5	38.2	39.0	39.8	40.6	41.4	42.2	43.0	43.8	44.6	45.4	46.2	47.0	47.8
Приход од собе по ноћењу (€)	<b>2.048,6</b>	<b>2.548,6</b>	<b>2.909,1</b>	<b>3.190,3</b>	<b>3.254,1</b>	<b>3.319,2</b>	<b>3.385,6</b>	<b>3.453,3</b>	<b>3.522,3</b>	<b>3.592,8</b>	<b>3.663,3</b>	<b>3.733,8</b>	<b>3.804,3</b>	<b>3.874,8</b>	<b>3.945,3</b>	<b>4.015,8</b>	<b>4.086,3</b>	<b>4.156,8</b>	<b>4.227,3</b>	<b>4.297,8</b>
Приход од собе - смејтаја ('000 €)	20.0	20.4	20.8	21.2	21.6	22.1	22.5	23.0	23.4	23.9	24.3	24.8	25.2	25.7	26.1	26.6	27.0	27.5	27.9	28.4
Приход од Х и П (по ноћењу у €)	<b>985,5</b>	<b>1.206,3</b>	<b>1.367,1</b>	<b>1.510,6</b>	<b>1.540,8</b>	<b>1.571,7</b>	<b>1.603,1</b>	<b>1.635,2</b>	<b>1.667,9</b>	<b>1.701,2</b>	<b>1.734,5</b>	<b>1.767,8</b>	<b>1.801,1</b>	<b>1.834,4</b>	<b>1.867,7</b>	<b>1.901,0</b>	<b>1.934,3</b>	<b>1.967,6</b>	<b>2.000,9</b>	<b>2.034,2</b>
Приход Х и П ('000 €)	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%
учеће спа корисника у ук. ноћењима	34.218.8	39.146.3	42.431.3	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8	45.168.8
корисници спа (гости хотела)	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%	60.0%
% екстерних у укупном бр. корисника	51.328.1	58.719.4	63.646.9	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1	67.753.1
корисници спа (екстерни)	85.546.9	97.865.6	106.078.1	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9	112.921.9
укупно корисници спа	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0
просечни приход по госту хотела (€)	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
просечни приход по екстерним кор. (€)	958.1	1.096.1	1.188.1	1.264.7	1.290.0	1.315.8	1.342.1	1.369.0	1.396.4	1.424.3	1.452.2	1.479.6	1.507.5	1.535.4	1.563.3	1.591.2	1.619.1	1.647.0	1.674.9	1.702.8
Приход спа - корисници из хотела (€)	1.026.6	1.174.4	1.272.9	1.355.1	1.382.2	1.409.8	1.438.0	1.466.8	1.496.1	1.526.0	1.555.9	1.586.2	1.617.0	1.648.3	1.680.1	1.712.4	1.745.1	1.778.3	1.812.0	1.846.2
Приход спа - екстерни корисници (€)	<b>1.984,7</b>	<b>2.270,5</b>	<b>2.461,0</b>	<b>2.619,8</b>	<b>2.672,2</b>	<b>2.725,6</b>	<b>2.780,1</b>	<b>2.835,7</b>	<b>2.892,5</b>	<b>2.950,3</b>	<b>3.008,1</b>	<b>3.066,9</b>	<b>3.125,7</b>	<b>3.184,5</b>	<b>3.243,3</b>	<b>3.302,1</b>	<b>3.360,9</b>	<b>3.419,7</b>	<b>3.478,5</b>	<b>3.537,3</b>
Укупно приход од спа ('000 €)	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Остали приходи ('000 €)	61.5	76.5	87.3	95.7	97.6	99.6	101.6	103.6	105.7	107.8	109.8	111.8	113.8	115.8	117.8	119.8	121.8	123.8	125.8	127.8
УКУПНИ ПРИХОДИ ('000 €)	<b>5.080,2</b>	<b>6.101,8</b>	<b>6.824,4</b>	<b>7.416,4</b>	<b>7.564,7</b>	<b>7.716,0</b>	<b>7.870,4</b>	<b>8.027,8</b>	<b>8.188,3</b>	<b>8.352,1</b>	<b>8.517,9</b>	<b>8.686,7</b>	<b>8.858,5</b>	<b>9.033,3</b>	<b>9.211,1</b>	<b>9.391,9</b>	<b>9.575,7</b>	<b>9.762,5</b>	<b>9.953,3</b>	<b>10.148,1</b>
Укупни приход по јану (€)	13.918	16.717	18.697	20.319	20.725	21.140	21.563	21.994	22.434	22.882	23.338	23.801	24.271	24.748	25.231	25.720	26.215	26.716	27.223	27.736
TRRevPAR (€)	25.401	30.509	34.122	37.082	37.824	38.580	39.352	40.139	40.942	41.760	42.594	43.443	44.307	45.186	46.080	46.989	47.913	48.852	49.806	50.775
ПРОЈЕКЦИЈА ПРИХОДА Палић Спа Ризорт	<b>1.193,4</b>	<b>1.239,3</b>	<b>604,8</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
ПРОЈЕКЦИЈА ПРИХОДА Палић Спа Ризорт	<b>1.193,4</b>	<b>1.239,3</b>	<b>604,8</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
ПРОЈЕКЦИЈА ПРИХОДА Палић Спа Ризорт	<b>1.193,4</b>	<b>1.239,3</b>	<b>604,8</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
ПРОЈЕКЦИЈА ПРИХОДА Палић Спа Ризорт	<b>1.193,4</b>	<b>1.239,3</b>	<b>604,8</b>	<b>0,0</b>																

## 7.2.4 Приход од продаје апартмана – Палић Спа Ризорт

### ПРОДАЈА АПАРТМАНА

#### Палић Спа Ризорт

	ТОТАЛ					
Број апартмана	50					
Продајна површина (m <sup>2</sup> )	2.700					
Инвестиција ('000 €)	2.524					
Продајна провизија	2%					
	нето текуће цене	инвест	1	2	3	ТОТАЛ
Продате јединице	8	17	17	8	50	
Динамика продаје	16,0%	34,0%	34,0%	16,0%	100,0%	
Просечна нето цена по m <sup>2</sup> (€)	1.250	1.300	1.350	1.400	1.325	
Продата површина (m <sup>2</sup> )	432	918	918	432	2.700	
<b>Приход од продаје апартмана ('000 €)</b>	<b>540</b>	<b>1.193</b>	<b>1.239</b>	<b>605</b>	<b>3.578</b>	
Продајна провизија ('000 €)	11	24	25	12	72	
writeoff продате јединице ('000 €)		1.262	858	404	2.524	
<b>Трошкови продаје апартмана ('000 €)</b>	<b>11</b>	<b>1.286</b>	<b>883</b>	<b>416</b>	<b>2.596</b>	
<b>ПРОФИТ ОД ПРОДАЈЕ АПАРТМАНА ('000 €)</b>	<b>529</b>	<b>-93</b>	<b>356</b>	<b>189</b>	<b>982</b>	
Депрецијација и амортизација ('000 €)		76	24	0	100	

## 7.2.5 Пројекција трошкова рада у стабилизаној години – Палић Спа Ризорт

### ПРОЈЕКЦИЈА ТРОШКОВА РАДА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ

#### Палић Спа Ризорт

4. год

Одељење / Сектор	Просечан број запослених према сатима рада	Просечна месечна бруто плата по запосленом (€)	Укупни годишњи трошкови рада (у '000 €)
Смештај	30	750	270,0
Spa & medical	30	800	288,0
Храна и пиће	44	800	422,4
Менаџмент / администрација	6	2.100	151,2
Маркетинг и продаја	6	1.700	122,4
Одржавање	8	700	67,2
<b>УКУПНО</b>	<b>124</b>	<b>888</b>	<b>1.321,2</b>

## 7.2.6 Пројекција ЕБИТДА за Палић Спа Ризорт

Палић Спа Ризорт	него текуће цене у хмз, евра										Голта 4 стр. (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Приход од смештаја	2.048,6	2.548,6	2.909,1	3.190,3	3.254,1	3.319,2	3.385,6	3.453,3	3.522,3	3.592,8	43,0%
Приход Х&П	985,5	1.206,3	1.367,1	1.510,6	1.540,8	1.571,7	1.603,1	1.635,2	1.667,9	1.701,2	20,4%
Приход од спа	1.984,7	2.270,5	2.461,0	2.619,8	2.672,2	2.718,5	2.780,1	2.835,7	2.892,5	2.950,3	35,3%
Остали оперативни приход	61,5	76,5	87,3	95,7	97,6	99,6	101,6	103,6	105,7	107,8	1,3%
<b>Укупно оперативни приход</b>	<b>5.081,2</b>	<b>6.101,8</b>	<b>6.824,4</b>	<b>7.416,4</b>	<b>7.564,7</b>	<b>7.716,0</b>	<b>7.870,4</b>	<b>8.027,8</b>	<b>8.188,3</b>	<b>8.352,1</b>	<b>100,0%</b>
Директни трошкови - смештај	41,0	51,0	58,2	63,8	65,1	66,4	67,7	69,1	70,4	71,9	2,0%
Директни трошкови - Х&П	315,4	386,0	437,5	483,4	493,1	502,9	513,0	523,2	533,7	544,4	32,0%
Директни трошкови - спа	198,5	227,0	246,1	262,0	267,2	272,6	278,0	283,6	289,2	295,0	10,0%
Директни трошкови - остала одељења	3,1	3,8	4,4	4,8	4,9	5,0	5,1	5,2	5,3	5,4	5,0%
<b>Укупно - трошкови рада</b>	<b>557,9</b>	<b>667,8</b>	<b>746,1</b>	<b>814,0</b>	<b>830,3</b>	<b>846,9</b>	<b>863,8</b>	<b>881,1</b>	<b>898,7</b>	<b>916,7</b>	<b>11,0%</b>
Трошкови рада - смештај	266,0	267,3	268,7	270,0	275,4	280,8	286,2	291,6	297,0	302,4	8,5%
Трошкови рада - Х&П	416,1	418,2	420,3	422,4	430,8	439,3	447,7	456,2	464,6	473,1	28,0%
Трошкови рада - спа	283,7	285,1	286,6	288,0	293,8	299,5	305,3	311,0	316,8	322,6	11,0%
<b>Укупно директни трошкови рада</b>	<b>965,7</b>	<b>970,6</b>	<b>975,5</b>	<b>980,4</b>	<b>1.000,0</b>	<b>1.019,6</b>	<b>1.039,2</b>	<b>1.058,8</b>	<b>1.078,4</b>	<b>1.098,0</b>	<b>13,2%</b>
Остали оп. трошкови - смештај	204,9	254,9	290,9	319,0	325,4	331,9	338,6	345,3	352,2	359,3	10,0%
Остали оп. трошкови - Х&П	93,6	114,6	129,9	143,5	146,4	149,3	152,3	155,3	158,4	161,6	9,5%
Остали оп. трошкови - спа	396,9	454,1	492,2	524,0	534,4	545,1	556,0	567,1	578,5	590,1	20,0%
<b>Укупно остали оп. трошкови одељења</b>	<b>695,4</b>	<b>823,6</b>	<b>913,0</b>	<b>986,5</b>	<b>1.006,2</b>	<b>1.026,3</b>	<b>1.046,9</b>	<b>1.067,8</b>	<b>1.089,2</b>	<b>1.111,0</b>	<b>13,3%</b>
<b>Профит одељења</b>	<b>2.861,2</b>	<b>3.639,8</b>	<b>4.189,8</b>	<b>4.635,5</b>	<b>4.728,3</b>	<b>4.823,2</b>	<b>4.920,5</b>	<b>5.020,0</b>	<b>5.122,0</b>	<b>5.226,4</b>	<b>62,5%</b>
Трошкови рада - администрација	148,9	149,7	150,4	151,2	154,2	157,2	160,3	163,3	166,3	169,3	2,0%
Трошкови рада - маркетинг и продаја	120,6	121,2	121,8	122,4	124,8	127,3	129,7	132,2	134,6	137,1	1,7%
Трошкови рада - одржавање	66,2	66,5	66,9	67,2	68,5	69,9	71,2	72,6	73,9	75,3	0,9%
Нерапортовани трошкови плата	335,7	337,4	339,1	340,8	347,6	354,4	361,2	368,1	374,9	381,7	4,6%
Остали оп. трошкови - администрација	152,4	183,1	204,7	222,5	226,9	231,5	236,1	240,8	245,6	250,6	3,0%
Остали оп. трошкови - маркетинг и продаја	203,2	213,6	204,7	222,5	226,9	231,5	236,1	240,8	245,6	250,6	3,0%
Остали оп. трошкови - одржавање	127,0	152,5	170,6	185,4	189,1	192,9	196,8	200,7	204,7	208,8	2,5%
Нерапортовани остали оп. трошкови	482,6	549,2	580,1	630,4	643,0	655,9	669,0	682,4	696,0	709,9	8,5%
Трошкови енергије	401,6	422,0	436,5	448,3	451,3	454,3	457,4	460,6	463,8	467,0	6,0%
<b>Нерапортовани издаци</b>	<b>1.219,9</b>	<b>1.308,6</b>	<b>1.355,7</b>	<b>1.419,5</b>	<b>1.441,9</b>	<b>1.464,6</b>	<b>1.487,6</b>	<b>1.511,0</b>	<b>1.534,7</b>	<b>1.558,7</b>	<b>19,1%</b>
<b>Укупни оп. трошкови пре GOP-а</b>	<b>3.438,9</b>	<b>3.770,6</b>	<b>3.990,3</b>	<b>4.200,4</b>	<b>4.278,4</b>	<b>4.357,4</b>	<b>4.437,5</b>	<b>4.518,7</b>	<b>4.601,0</b>	<b>4.684,3</b>	<b>56,6%</b>
<b>GOP (Gross operating profit)</b>	<b>1.641,3</b>	<b>2.331,2</b>	<b>2.834,2</b>	<b>3.216,0</b>	<b>3.286,3</b>	<b>3.358,6</b>	<b>3.432,8</b>	<b>3.509,1</b>	<b>3.587,4</b>	<b>3.667,7</b>	<b>43,4%</b>
<i>GOP % уж. Прикору</i>	<i>32,3%</i>	<i>38,2%</i>	<i>41,5%</i>	<i>43,4%</i>	<i>43,4%</i>	<i>43,5%</i>	<i>43,6%</i>	<i>43,7%</i>	<i>43,8%</i>	<i>43,9%</i>	
Фиксни трошкови (w/o амортизација и камата)	400,8	411,0	418,2	424,2	425,6	427,2	428,7	430,3	431,9	433,5	5,7%
Гарантована добит власничка апартмана	33,5	60,4	76,7	78,2	79,7	81,3	83,0	84,6	86,3	88,0	1,1%
<b>ОПЕРАТИВНА ЕБИТДА</b>	<b>1.207,0</b>	<b>1.859,8</b>	<b>2.339,3</b>	<b>2.713,7</b>	<b>2.780,9</b>	<b>2.850,1</b>	<b>2.921,2</b>	<b>2.994,2</b>	<b>3.069,2</b>	<b>3.146,2</b>	<b>36,6%</b>
Приход од продаје апартмана	540,0	1.193,4	604,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0%
Трошкови продаје апартмана (w/o write off)	10,8	23,9	24,8	12,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0%
Продаја апартмана ЕБИТДА	529,2	1.169,5	592,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0%
<b>ЕБИТДА укупно</b>	<b>2.376,5</b>	<b>3.074,4</b>	<b>2.932,0</b>	<b>2.713,7</b>	<b>2.780,9</b>	<b>2.850,1</b>	<b>2.921,2</b>	<b>2.994,2</b>	<b>3.069,2</b>	<b>3.146,2</b>	<b>36,6%</b>

## 7.2.7 Економско – финансијска оцена пројекта Палић Спа Ризорт

### ПРОЈЕКЦИЈЕ НОВЧАНОГ ТОКА

Палић Спа Ризорт	инвест	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
нето текуће цене у хивљ. евра	449,8	2.020,0	2.613,2	2.492,2	2.306,6	2.363,8	2.422,6	2.483,0	2.545,0	2.608,8	2.674,3	2.741,5	2.810,5
- инвестиције	-23.370,5												
- фонд за замену опреме	0,0	-61,0	-136,5	-148,3	-226,9	-231,5	-314,8	-321,1	-327,5	-334,1	-340,8	-347,6	
<b>НОВЧАНИ ТОК ЗА ФИНАНСИРАЊЕ</b>	<b>2.020,0</b>	<b>2.552,2</b>	<b>2.355,7</b>	<b>2.158,3</b>	<b>2.136,9</b>	<b>2.191,1</b>	<b>2.168,2</b>	<b>2.223,9</b>	<b>2.281,3</b>	<b>2.340,2</b>	<b>2.400,7</b>	<b>2.462,9</b>	
<b>КУМУЛИРАНИ НОВЧАНИ ТОК</b>	<b>-22.921</b>	<b>-20.901</b>	<b>-18.349</b>	<b>-13.835</b>	<b>-11.698</b>	<b>-9.507</b>	<b>-7.338</b>	<b>-5.114</b>	<b>-2.833</b>	<b>-493</b>	<b>1.908</b>	<b>4.371</b>	

### КАЛКУЛАЦИЈА ИНТЕРНЕ СТОПЕ ПРИНОСА (IRR)

IRR = 10,8%

Палић Спа Ризорт	инвест	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
нето текуће цене у хивљ. евра	449,8	2.020,0	2.613,2	2.492,2	2.306,6	2.363,8	2.422,6	2.483,0	2.545,0	2.608,8	2.674,3	2.741,5	2.810,5
<b>БРУТО НОВЧАНИ ТОК</b>	<b>449,8</b>	<b>2.020,0</b>	<b>2.613,2</b>	<b>2.492,2</b>	<b>2.306,6</b>	<b>2.363,8</b>	<b>2.422,6</b>	<b>2.483,0</b>	<b>2.545,0</b>	<b>2.608,8</b>	<b>2.674,3</b>	<b>2.741,5</b>	<b>2.810,5</b>
- фонд за замену опреме	0,0	-61,0	-136,5	-148,3	-226,9	-231,5	-314,8	-321,1	-327,5	-334,1	-340,8	-347,6	
- инвестиције	-23.370,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>СЛОБОДНИ НОВЧАНИ ТОК</b>	<b>-22.920,7</b>	<b>2.020,0</b>	<b>2.552,2</b>	<b>2.355,7</b>	<b>2.158,3</b>	<b>2.136,9</b>	<b>2.191,1</b>	<b>2.168,2</b>	<b>2.223,9</b>	<b>2.281,3</b>	<b>2.340,2</b>	<b>2.400,7</b>	<b>2.462,9</b>
- куповна цена за објекат													
остатак вредности													26.675
<b>УКУПНИ НОВЧАНИ ТОК</b>	<b>-22.920,7</b>	<b>2.020,0</b>	<b>2.552,2</b>	<b>2.355,7</b>	<b>2.158,3</b>	<b>2.136,9</b>	<b>2.191,1</b>	<b>2.168,2</b>	<b>2.223,9</b>	<b>2.281,3</b>	<b>29.014,8</b>	<b>2.400,7</b>	<b>2.462,9</b>

Напомена: IRR калкулација не укључује вредност земљишта

### ПОВРАЋАЈ ИНВЕСТИЦИЈЕ

Палић Спа Ризорт	инвест	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
нето текуће цене	1,9%	8,6%	11,2%	10,7%	9,9%	10,1%	10,4%	10,6%	10,9%	11,2%	11,4%	11,7%	12,0%
<b>CUMULATED ROI</b>	<b>1,9%</b>	<b>10,6%</b>	<b>21,7%</b>	<b>32,4%</b>	<b>43,3%</b>	<b>52,4%</b>	<b>62,8%</b>	<b>73,4%</b>	<b>84,3%</b>	<b>95,4%</b>	<b>106,9%</b>	<b>118,6%</b>	<b>130,6%</b>

Под датим претпоставкама, пројекат показује интерну стопу приноса од 10,8%, док се повраћај на инвестицију очекује у десетој години пословања.



### 7.3 СРЕБРНИ КРУГ

За пројекте Сребрног круга дате су пројекције билансе успеха у стабилizadoваној години.

<b>Палић MICE &amp; Spa Хотел і Палић конгресни центар</b>	<b>C1-1 и C1-2</b>
<b>ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ</b>	<b>ХОТЕЛ + КОНГРЕСНИ</b>
број јединица	<b>150</b>
број кревета	300
годишња заузетост смештајних јединица (%)	65,0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у EUR)	95,00
просечна цена ноћења (EUR)	59,38
продане смештајне јединице	35.588
фактор вишеструке заузетости (DOF) ноћења	1,60 56.940
<b>ПРИХОД СМЕШТАЈА (EUR)</b>	<b>3.380.813</b>
<b>ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (EUR)*</b>	<b>2.766.119</b>
<b>УКУПНИ ПРИХОД (EUR)</b>	<b>6.146.932</b>
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у EUR)</i>	<i>61,75</i>
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (EUR)</i>	<i>40.980</i>
<i>Учешће прихода смештаја у укупном приходу</i>	<i>55%</i>
<b>УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (EUR)</b>	<b>3.688.159</b>
Од тога, укупне плате (EUR)	1.229.386
<i>Учешће плата у укупном приходу</i>	<i>20,0%</i>
<i>Број запослених по смештајној јединици</i>	<i>0,75</i>
<i>Просечан број запослених према сатима рада</i>	<i>113</i>
<b>БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у EUR)</b>	<b>2.458.773</b>
<i>Учешће GOP-а у укупном приходу</i>	<i>40%</i>
<b>Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, EUR)</b>	<b>215.143</b>
<b>ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (EBITDA у EUR)</b>	<b>2.243.630</b>
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (EUR)</i>	<i>157.000</i>
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (EUR)</b>	<b>23.550.000</b>

\* уз претпоставку заједничког управљања конгресним капацитетима на Палићу (укључујући и Велику Терасу)

Палић Голф терен и Палић Голф клуб	C1-3 и C1-4
<b>ГОЛФ</b>	
<b>ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ (терен, клуб, академија)</b>	
могући број чланова клуба	150
просечна годишња чланарина (EUR)	1.000
<b>ПРИХОД ЧЛАНАРИНА (EUR)</b>	<b>150.000</b>
максимални капацитет (број рунди дневно)	120
могући број дана играња голфа	215
просечна заузетост терена (%)	35%
годишњи број рунди	9.030
просечна цена (просек цена за чланове и остале, EUR)	25,00
<b>ПРИХОД НАКНАДА ЗА ИГРАЊЕ ГОЛФА (EUR)</b>	<b>225.750</b>
<b>ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (EUR)</b>	<b>22.575</b>
<b>УКУПНИ ПРИХОД (EUR)</b>	<b>398.325</b>
<b>УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (EUR)</b>	<b>179.246</b>
Од тога, укупне плате (EUR)	139.414
<i>Учешће плата у укупном приходу</i>	35,0%
<i>Просечан број запослених према сатима рада</i>	13
<b>БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у EUR)</b>	<b>219.079</b>
<i>Учешће GOP-а у укупном приходу</i>	55%
<b>Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, EUR)</b>	<b>13.941</b>
<b>ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (EBITDA у EUR)</b>	<b>205.137</b>
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (EUR)</b>	<b>7.000.000</b>

**ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИ ХОТЕЛИ x 4**

број јединица	120
број кревета	240
годишња заузетост смештајних јединица (%)	55,0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у EUR)	75,00
просечна цена ноћења (EUR)	39,47
продане смештајне јединице	24.090
фактор вишеструке заузетости (DOF)	1,90
ноћења	45.771
<b>ПРИХОД СМЕШТАЈА (EUR)</b>	<b>1.806.750</b>
<b>ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (EUR)*</b>	<b>451.688</b>
<b>УКУПНИ ПРИХОД (EUR)</b>	<b>2.258.438</b>
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у EUR)</i>	<i>41,25</i>
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (EUR)</i>	<i>18.820</i>
<i>Учеиће прихода смештаја у укупном приходу</i>	<i>80%</i>
<b>УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (EUR)</b>	<b>1.242.141</b>
Од тога, укупне плате (EUR)	496.856
<i>Учеиће плата у укупном приходу</i>	<i>22,0%</i>
<i>Број запослених по смештајној јединици</i>	<i>0,35</i>
<i>Просечан број запослених према сатима рада</i>	<i>42</i>
<b>БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у EUR)</b>	<b>1.016.297</b>
<i>Учеиће GOP-а у укупном приходу</i>	<i>45%</i>
<b>Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, EUR)</b>	<b>79.045</b>
<b>ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (EBITDA у EUR)</b>	<b>937.252</b>
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (EUR)</i>	<i>80.000</i>
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (EUR)</b>	<b>9.600.000</b>

**ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИ ВИЛЕ x 30**

број јединица	60
број кревета	120
годишња заузетост смештајних јединица (%)	40,0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у EUR)	125,00
просечна цена ноћења (EUR)	41,67
продане смештајне јединице	8.760
фактор вишеструке заузетости (DOF)	3,00
ноћења	26.280
<b>ПРИХОД СМЕШТАЈА (EUR)</b>	<b>1.095.000</b>
<b>ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (EUR)*</b>	<b>57.632</b>
<b>УКУПНИ ПРИХОД (EUR)</b>	<b>1.152.632</b>
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у EUR)</i>	<i>50,00</i>
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (EUR)</i>	<i>19.211</i>
<i>Учеиће прихода смештаја у укупном приходу</i>	<i>95%</i>
<b>УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (EUR)</b>	<b>403.421</b>
Од тога, укупне плате (EUR)	172.895
<i>Учеиће плата у укупном приходу</i>	<i>15,0%</i>
<i>Број запослених по смештајној јединици</i>	<i>0,25</i>
<i>Просечан број запослених према сатима рада</i>	<i>15</i>
<b>БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у EUR)</b>	<b>749.211</b>
<i>Учеиће GOP-а у укупном приходу</i>	<i>65%</i>
<b>Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, EUR)</b>	<b>40.342</b>
<b>ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (EBITDA у EUR)</b>	<b>708.868</b>
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (EUR)</i>	<i>100.000</i>
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (EUR)</b>	<b>6.000.000</b>

**Elite Палић Апарт хотели**

C2-4, C2-5 и C2-6

<b>ПРОЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ</b>	<b>ХОТЕЛ</b>
број јединица	<b>50</b>
број кревета	100
годишња заузетост смештајних јединица (%)	55,0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у EUR)	80,00
просечна цена ноћења (EUR)	44,44
продане смештајне јединице	10.038
фактор вишеструке заузетости (DOF)	1,80
ноћења	18.068
<b>ПРИХОД СМЕШТАЈА (EUR)</b>	<b>803.000</b>
<b>ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (EUR)*</b>	<b>432.385</b>
<b>УКУПНИ ПРИХОД (EUR)</b>	<b>1.235.385</b>
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у EUR)</i>	<i>44,00</i>
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (EUR)</i>	<i>24.708</i>
<i>Учешће прихода смештаја у укупном приходу</i>	<i>65%</i>
<b>УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (EUR)</b>	<b>741.231</b>
Од тога, укупне плате (EUR)	296.492
<i>Учешће плата у укупном приходу</i>	<i>24,0%</i>
<i>Број запослених по смештајној јединици</i>	<i>0,55</i>
<i>Просечан број запослених према сатима рада</i>	<i>28</i>
<b>БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у EUR)</b>	<b>494.154</b>
<i>Учешће GOP-а у укупном приходу</i>	<i>40%</i>
<b>Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, EUR)</b>	<b>43.238</b>
<b>ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (EBITDA у EUR)</b>	<b>450.915</b>
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (EUR)</i>	<i>72.000</i>
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (EUR)</b>	<b>3.600.000</b>
<b>ПРОЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ</b>	<b>АПАРТ ДЕПАДАНС</b>
број јединица	<b>50</b>
број кревета	120
годишња заузетост смештајних јединица (%)	50,0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у EUR)	85,00
просечна цена ноћења (EUR)	38,64
продане смештајне јединице	9.125
фактор вишеструке заузетости (DOF)	2,20
ноћења	20.075
<b>ПРИХОД СМЕШТАЈА (EUR)</b>	<b>775.625</b>
<b>ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (EUR)*</b>	<b>15.829</b>
<b>УКУПНИ ПРИХОД (EUR)</b>	<b>791.454</b>
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у EUR)</i>	<i>42,50</i>
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (EUR)</i>	<i>15.829</i>
<i>Учешће прихода смештаја у укупном приходу</i>	<i>98%</i>
<b>УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (EUR)</b>	<b>316.582</b>
Од тога, укупне плате (EUR)	55.402
<i>Учешће плата у укупном приходу</i>	<i>7,0%</i>
<i>Број запослених по смештајној јединици</i>	<i>0,10</i>
<i>Просечан број запослених према сатима рада</i>	<i>5</i>
<b>БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у EUR)</b>	<b>474.872</b>
<i>Учешће GOP-а у укупном приходу</i>	<i>60%</i>
<b>Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, EUR)</b>	<b>27.701</b>
<b>ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (EBITDA у EUR)</b>	<b>447.172</b>
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (EUR)</i>	<i>43.200</i>
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (EUR)</b>	<b>2.160.000</b>

<b>Палић спорт хотел са спортском халом + спорт апартмани</b>	<b>С3-1, С3-2 и С3-3</b>
---	--------------------------

<b>ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ</b>	<b>ХОТЕЛ + ХАЛА</b>
--	---------------------

број јединица	<b>80</b>
број кревета	160
годишња заузетост смештајних јединица (%)	65,0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у EUR)	55,00
просечна цена ноћења (EUR)	27,50
продане смештајне јединице	18.980
фактор вишеструке заузетости (DOF)	2,00
ноћења	37.960
<b>ПРИХОД СМЕШТАЈА (EUR)</b>	<b>1.043.900</b>
<b>ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (EUR)*</b>	<b>447.386</b>
<b>УКУПНИ ПРИХОД (EUR)</b>	<b>1.491.286</b>
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у EUR)</i>	<i>35,75</i>
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (EUR)</i>	<i>18.641</i>
<i>Учешиће прихода смештаја у укупном приходу</i>	<i>70%</i>
<b>УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (EUR)</b>	<b>924.597</b>
Од тога, укупне плате (EUR)	328.083
<i>Учешиће плата у укупном приходу</i>	<i>22,0%</i>
<i>Број запослених по смештајној јединици</i>	<i>0,35</i>
<i>Просечан број запослених према сатима рада</i>	<i>28</i>
<b>БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у EUR)</b>	<b>566.689</b>
<i>Учешиће GOP-а у укупном приходу</i>	<i>38%</i>
<b>Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, EUR)</b>	<b>52.195</b>
<b>ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у EUR)</b>	<b>514.494</b>
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (EUR)</i>	<i>100.000</i>
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (EUR)</b>	<b>8.000.000</b>

<b>ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ</b>	<b>АПАРТМАНИ</b>
--	------------------

број јединица	<b>50</b>
број кревета	150
годишња заузетост смештајних јединица (%)	45,0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у EUR)	60,00
просечна цена ноћења (EUR)	27,27
продане смештајне јединице	8.213
фактор вишеструке заузетости (DOF)	2,20
ноћења	18.068
<b>ПРИХОД СМЕШТАЈА (EUR)</b>	<b>492.750</b>
<b>ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (EUR)*</b>	<b>10.056</b>
<b>УКУПНИ ПРИХОД (EUR)</b>	<b>502.806</b>
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у EUR)</i>	<i>27,00</i>
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (EUR)</i>	<i>10.056</i>
<i>Учешиће прихода смештаја у укупном приходу</i>	<i>98%</i>
<b>УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (EUR)</b>	<b>201.122</b>
Од тога, укупне плате (EUR)	50.281
<i>Учешиће плата у укупном приходу</i>	<i>10,0%</i>
<i>Број запослених по смештајној јединици</i>	<i>0,10</i>
<i>Просечан број запослених према сатима рада</i>	<i>5</i>
<b>БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у EUR)</b>	<b>301.684</b>
<i>Учешиће GOP-а у укупном приходу</i>	<i>60%</i>
<b>Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, EUR)</b>	<b>17.598</b>
<b>ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у EUR)</b>	<b>284.085</b>
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (EUR)</i>	<i>52.000</i>
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (EUR)</b>	<b>2.600.000</b>

<b>Палић Retail &amp; Creative Plaza, Авантура Парк Палић i Палић Water Ski Парк</b>	<b>С3-5, С3-6 и С3-7</b>
<b>ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИН</b>	<b>RETAIL</b>
укупна површина за најам (m2)	6.000
просечна месечна цена најма по m2 (EUR)*	7,00
<b>ПРИХОД НАЈМА (EUR)</b>	<b>504.000</b>
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (EUR)</b>	<b>5.400.000</b>
<b>ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИН</b>	<b>АДРЕНАЛИНСКИ ПАРК</b>
капацитет посетилаца истовремено	<b>110</b>
број дана годишње	365
коришћење (%) - број дана пословања	35,0%
просечна цена карте (EUR)	8,00
број посетилаца	14.053
<b>ПРИХОД КАРТА (EUR)</b>	<b>112.420</b>
<b>ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (EUR)</b>	<b>19.839</b>
<b>УКУПНИ ПРИХОД (EUR)</b>	<b>132.259</b>
<i>Учеиће прихода карата у укупном приходу</i>	85%
<b>УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (EUR)</b>	<b>46.291</b>
Од тога, укупне плате (EUR)	42.323
<i>Учеиће плата у укупном приходу</i>	32,0%
<i>Просечан број запослених према сатима рада</i>	4
<b>БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у EUR)</b>	<b>85.968</b>
<i>Учеиће GOP-а у укупном приходу</i>	65%
<b>Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, EUR)</b>	<b>4.629</b>
<b>ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у EUR)</b>	<b>81.339</b>
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (EUR)</b>	<b>300.000</b>
<b>ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИН</b>	<b>WATER SKI ЦЕНТАР</b>
број продатих сати вожње / ski pass-ова дневно	<b>120</b>
број дана годишње	365
коришћење (%) - број дана пословања	33,0%
просечна цена карте (EUR)	10,00
број посетилаца	14.454
<b>ПРИХОД КАРТА (EUR)</b>	<b>144.540</b>
<b>ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (EUR)</b>	<b>96.360</b>
<b>УКУПНИ ПРИХОД (EUR)</b>	<b>240.900</b>
<i>Учеиће прихода карата у укупном приходу</i>	60%
<b>УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (EUR)</b>	<b>132.495</b>
Од тога, укупне плате (EUR)	65.043
<i>Учеиће плата у укупном приходу</i>	27,0%
<i>Просечан број запослених према сатима рада</i>	6
<b>БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у EUR)</b>	<b>108.405</b>
<i>Учеиће GOP-а у укупном приходу</i>	45%
<b>Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, EUR)</b>	<b>8.432</b>
<b>ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у EUR)</b>	<b>99.974</b>
<b>УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (EUR)</b>	<b>650.000</b>

## 7.4 ЗАКЉУЧАК ЕКОНОМСКО – ФИНАНСИЈСКЕ ОЦЕНЕ

---

На овом нивоу разраде развоја Палића, који је представљен у једнократном прегледу остварених кључних перформанси, видљиво је да пројекат има врло озбиљан макроекономски учинак. Пре свега, реч је о следећем:

- Пројекат има дугорочно стабилан потенцијал генерисања прихода; са конзервативним пројекцијама највећи део инвестиција има повраћај у првих десет година развоја и стабилизације;
- Новостворена вредност чини око 56% остварених прихода, што је одличан показатељ за овакав тип пројекта и што даље указује на неопходност ефикасног менаџмента у спровођењу предвиђеног плана;
- Пројекат даје снажан подстицај локалном запошљавању, јер осим запошљавања у предложеним пројектима (директно) подстиче и додатни развој остале привреде, а тиме и ново индиректно запошљавање;
- Развој ширег окружења (Бронзани круг) и предложених додатних развојних програма подстиче традиционалне вредности и очување природног и културног наслеђа;
- У калкулације нису укључени пројекти развоја друштвених делатности који се додатно финансирају из буџета Града, покрајине и државе;
- Учешће јавних / инфраструктурних инвестиција је исказано на процењеном нивоу, а одређени део је и приказан као интегрални део пројеката који су представљени. Чињеница је да су у обухвату Мастер плана Палић 2015 реализовани значајни пројекти уређења и инфраструктурног опремања у претходном периоду, као и да ће се у наредном периоду кроз разраду планске и пројектно – техничке документације и реализацију јавних пројеката додатно унапредити статус дестинације.

У следећој табели је дат преглед кључних економских ефеката пројекта:

<b>МАКРОЕКОНОМСКИ БИЛАНС</b>		
<b>А. ПРИХОДИ (евро)</b>		
	оперативни	22.270.823
	продаја имовине	3.577.500
ПРОЈЕКТИ		25.848.323
ОСТАЛИ ПРОЈЕКТИ		
	<b>УКУПНО</b>	<b>25.848.323</b>
<b>Б. НОВОСТВОРЕНА ВРЕДНОСТ (евро)</b>		
ПРОЈЕКТИ		14.392.524
ОСТАЛИ ПРОЈЕКТИ		
	<b>УКУПНО</b>	<b>14.392.524</b>
<b>Ц. ЗАПОШЉАВАЊЕ</b>		
ПРОЈЕКТИ		382
ОСТАЛИ ПРОЈЕКТИ		344
ИНДИРЕКТНО ЗАПОСЛЕНИ		726
	<b>УКУПНО</b>	<b>1.452</b>
<b>Д. ИНВЕСТИЦИЈЕ (евро)</b>		
ПРОЈЕКТИ		136.340.125
ИНФРАСТРУКТУРА		15.000.000
	<b>УКУПНО</b>	<b>151.340.125</b>
<b>Кључни индикатори:</b>		
	Инвестиције по запосленом (евро)	104,27
	Инвестиције / приход	5,85
	Инвестиције / новостворена вредност	10,52





**ПОГЛАВЉЕ 8**  
**Пословно – управљачки**  
**модел пројекта**

## 8 ПОСЛОВНО УПРАВЉАЧКИ МОДЕЛ ПРОЈЕКТА

### 8.1 УВОД

---

Интензивирање туристичких развојних активности на ширем подручју Палића подразумева коришћење постојећих, али и дефинисање и увођење нових механизма којима би се створила адекватна основа за реализацију кључних задатака и дефинисала одговорност за остваривање развојне мисије Палића у складу са предложеним динамичким планом.

У циљу обезбеђивања адекватне основе за ефикасну реализацију предложених кључних развојних решења, потребно је оспособити одговарајућу менаџмент и организациону структуру, са неопходним стручним и финансијским капацитетом за спровођење активности. У том контексту, потребно је претходно сагледати обим и садржај активности, како би се предлогом даљег развоја механизма управљања на Палићу омогућила несметана реализација пројекта у целини. Структура која ће бити разрађена кроз предложени концепт пословно – управљачког модела мора да преузме одговорност за улоге и питања од кључног значаја за управљање пројектом. Ради се о следећим улогама:

- Резервацији, заштити, регулацији и контроли развоја (изградње) простора, обухватајући редефинисање и прилагођавање урбанистичког оквира - просторно планске документације неопходне за имплементацију предложеног концепта развоја туризма;
- Заштити природног богатства и културно – историјског наслеђа и идентитета подручја;
- Приоритетизацији, координацији и реализацији пројеката обезбеђивања потребних објеката јавне, комуналне и информатичко – комуникационе инфраструктуре, првенствено пројеката инфраструктурног опремања локација кључних туристичких инвестиционих пројеката;
- Креирању и имплементацији политике привлачења и подршке инвеститорима – промовисање инвестиционог потенцијала Палића као дестинације (ризорта) и привлачење инвеститора на тржишту капитала у складу са предложеном динамиком реализације инвестиција, као и максимална подршка и техничка помоћ у процесу реализације идентификованих туристичких инвестиционих пројеката;
- Разради пројектне и техничке документације и предложених урбанистичких и архитектонских идејних решења;
- Успостављању сарадње и хармонизацији развојних и маркетиншких активности са кључним интересним субјектима у туризму Суботице, Војводине и Србије;
- Јачању услова конкурентности подручја у сарадњи са суседним општинама у Мађарској – координација припреме пројеката прекограничне сарадње са Мађарском, јачање предузетничке културе, секторска специјализација, стварање капацитета за иновације, подизање капацитета управљачких ентитета и структура у домену локалног економског и туристичког развоја, обезбеђивање повољних услова за привлачење капитала;
- Изградњи система за стручно оспособљавање и професионално усавршавање људских ресурса неопходних за реализацију предложених мера, посебно у

контексту планирања и реализације развојних пројеката – обезбеђивање адекватних знања и вештина за локалне иницијативе.

Даљи развој туризма и ефикасно управљање развојем првенствено зависи од могућности стављања у функцију тренутних кључних интересних субјеката и коришћења предности чињенице да је Палић проглашен туристичким простором, а да је у Одлуци о проглашењу туристичким простором<sup>11</sup> наведен и управљач – привредно друштво “Парк Палић” д.о.о.

Поред садашњих и потенцијалних гостију, чије потребе и захтеви морају бити у фокусу свих активности, као и локалног становништва, које мора да буде укључено у доношење политике одрживог социјалног и економског развоја дестинације, стејкхолдери који учествују у спровођењу постојећег туристичког система су:

- **Директни:** Град Суботица, Туристичка организација Суботице (ТО Суботица), Парк Палић, Палић Лудаш, представници приватног сектора (смештаја и угоститељства), власници земљишта у оквиру просторног обухвата пројекта
- **Индиректни:** АП Војводина, Туристичка организација Србије (ТО Србије), ТО Војводина, Министарство туризма, трговине и телекомуникација (министарство задужено за послове туризма)

У односу на постојеће надлежности и значај за развој туризма на Палићу и Суботици, у наставку дајемо преглед кључних интересних субјеката у вези са пројектом Мастер план Палић 2015:

1. Носиоци туристичке политике развоја (креирање услова и правних оквира развоја туризма):
  - Национални ниво: Министарство туризма, трговине и телекомуникација
  - Регионални ниво: Влада АП Војводине
  - Локални ниво: Град Суботица
2. Носиоци промотивне туристичке политике (активности маркетинга ка крајњем госту)
  - Национални ниво: Туристичка организација Србије
  - Регионални ниво: Туристичка организација Војводине
  - Локални ниво: Туристичка организација Суботице, приватни власници капацитета
3. Носиоци развојних активности (активности унапређења и инвестирања у дестинацију)

Регионални ниво: Војводина *investment promotion*

Локални ниво: Град Суботица, Парк Палић, приватни власници земљишта
4. Носиоци активности одржавања  
Локални ниво: ЈП Палић Лудаш

*Град Суботица*

---

<sup>11</sup> Одлука о проглашењу Туристичког простора “Палић” (“Сл. Гласник РС”, бр. 37/2012)

Град (општина) Суботица има најдиректнији интерес за развој и имплементацију пројекта, и у активностима развоја пројекта мора преузети активну улогу. Улога Града је примарно у следећим активностима:

- урбанистичка регулација
- креирање услова за изградњу и финансирање опште инфраструктуре
- подстицаји и субвенције за будуће инвеститоре пројекта

#### *Парк Палић д.о.о.*

Парк Палић д.о.о. основали су Република Србија, АП Војводина и Град Суботица са циљем развоја Палића у препознату туристичку дестинацију на међународном тржишту. Одлуком о проглашењу Туристичког простора “Палић” (Сл. гласник РС, бр. 37/2012), ово привредно друштво је именовано за управљача туристичким простором. Основни циљ проглашења Туристичког простора “Палић” је “организација, уређење, опремање, заштита туристичког простора и управљања њиме у циљу повећања могућности пласмана на тржишту, бољег коришћења расположивог туристичког потенцијала у складу са принципима одрживог развоја и постизања социо-економских циљева простора и шире регије, као и земље у целини”.

#### *Туристичка организација Суботице*

Туристичка организација Суботице, основана 2010. године, усмерена је својим активностима на маркетинг и промоцију Суботице и Палића. Обавља послове маркетинга на домаћем и међународном тржишту, и окупља представнике приватног сектора око заједничких маркетиншких активности.

#### *ЈП Палић Лудаш*

Кључне активности се односе на управљање заштићеним подручјима, заштиту и одржавање непокретних културних добара, културно историјских локација, зграда и сличних туристичких споменика. Поред ове делатности, ЈП Палић Лудаш обавља комуналну делатност одржавања јавних зелених површина и одржавање чистоће на површинама јавне намене на територији Града које се налазе на заштићеном подручју.

#### *Приватни власници капацитета и земљишта*

Приватни сектор представља једног од кључних стејкхолдера у развоју дестинације Палић. Приватни сектор је носилац главних смештајних и угоститељских капацитета, и налази се у директном односу са финалним гостима. Као такав, приватни сектор има кључну улогу у креирању вредности за госта. Из тог разлога неопходно је укључити приватни сектор у активности развоја и маркетинга дестинације.

Палић је, као туристичка дестинација, отишао корак даље у развоју модела управљања туристичким развојем, јер је, као што је већ наглашено, Влада Републике Србије прогласила туристички простор и именовала управљача. У том смислу, питање ефикасне реализације пројекта се, заправо, своди на идентификацију и артикулацију мисије привредног друштва “Парк Палић” д.о.о. и коришћење статуса проглашеног туристичког простора.

## **8.2 УПРАВЉАЊЕ И РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКОГ ПРОСТОРА "ПАЛИЋ"**

---

Закон о туризму ("Сл. гласник РС", бр. 36/2009, 88/2010, 99/2011 – др. закон, 93/2012 и 84/2015) у II делу – Планирање и развој туризма члановима 14 – 21 дефинише проглашење и одрживо коришћење туристичког простора.

Пошто је на Палићу већ проглашен туристички простор, посао који предстоји је уређење односа и координација активности између кључних интересних субјеката.

У контексту одрживог управљања и развоја туристичког простора, Закон дефинише следеће:

1. Јединица локалне самоуправе (у овом случају Град Суботица) може уговором да повери управљачу туристичког простора послове обезбеђивања услова за уређивање, коришћење, унапређење и заштиту грађевинског земљишта и послове координације на одржавању комуналног реда и чистоће у туристичком простору (Члан 17).
2. Управљач туристичког простора доноси програме и друга акта којима се регулише ближи оквир режима, развоја и коришћења, као и мере заштите туристичког простора.

Управљач туристичког простора:

- 1) обезбеђује услове за уређивање, коришћење, унапређивање и заштиту грађевинског земљишта;
- 2) координира активности правних и физичких лица који обављају послове у области туризма и пратећих делатности;
- 3) координира развој пројеката туристичке инфраструктуре и туристичке супраструктуре на принципима одрживог развоја;
- 4) стара се о наменској употреби државне имовине ради квалитетне валоризације ресурса;
- 5) управља грађевинским земљиштем и стара се о непокретностима које су му дате на коришћење;
- 6) стара се о месту постављања и начину истицања туристичке сигнализације;
- 7) доноси програме и акта који се односе на вршење послова управљања;
- 8) обавља и друге послове, у складу са законом и актом о проглашењу туристичког простора

У погледу коришћења туристичког простора Закон дефинише следеће:

1. Непокретности у државној својини на којима је носилац права коришћења управљач туристичког простора могу се, ради изградње објеката туристичке инфраструктуре и туристичке супраструктуре, дати у закуп другом лицу јавним надметањем или прикупљањем писмених понуда (Члан 20).

Овај члан Закона омогућује заобилажење компликованих Владиних процедура када је у питању располагање имовином односно отуђење имовине у власништву Републике Србије и даје могућност Управљачу да може самостално дати у закуп непокретност (земљиште) ради изградње објеката туристичке супраструктуре (смештајни капацитети, атракције, атрактори ...).

2. Могућност прикупљања накнаде за коришћење туристичког простора – за коришћење посебно уређених терена за поједине намене коришћења (паркирање, рекреација, спорт, постављање реклама, постављање забавних објеката и друго); постављање привремених објеката за туризам и трговину; улазак у туристички простор. Прикупљена средства представљају приход управљача туристичким простором, а висину и начин плаћања одређује управљач уз сагласност Владе.

Из претходног прегледа релевантних законских одредби се може видети да не постоје регулаторне препреке за остваривање мисије привредног друштва "Парк Палић" д.о.о. у погледу реализације пројеката развоја туризма на Палићу, као и у погледу одрживог управљања туристичким простором.

Да би привредно друштво "Парк Палић" д.о.о. могло да испуни мисију због којег је основано и да одговори на кључне изазове у развоју Палића као ризорта – дакле, да ради на привлачењу приватних инвестиција у даљи развој ризорта, као и да обезбеди управљање дестинацијом, оно мора да преузме две улоге:

- Улогу мастер девелопера;
- Улогу дестинацијског менаџера.

### **8.2.1 Пословна мисија Мастер девелопер-а**

У строго контролисаном процесу имплементације Мастер плана Палић 2015, уз иновативне идеје у са новим политикама развоја обезбедити развој Палића као бањско – језерског ризорта у најатрактивнији центар у региону.

Стратегија инвестиција, систем планирања и управљања развојем би морали да обезбеде одрживост пословања Палића и креирање вредности за све кључне интересне субјекте. Ради се, дакле, о стриктној имплементацији предвиђених пројеката, архитектонској контроли, обезбеђивању подршке развоју у критичним фазама, јасном дефинисању понуде – пословних могућности за инвеститоре и континуираном развоју туристичког производа.

У том контексту, кључне одговорности привредног друштва "Парк Палић" као Мастер девелопер-а су:

- Спровођење Мастер плана Палић 2015
- Стварање услова за излазак пројекта на тржиште капитала
- Постављање и контрола правила игре
- Решавање односа са локалним интересним субјектима на дугорочно одрживој основи / Градом Суботица, ЈП "Палић Лудац"
- Брига о изради и доношењу регулационих планова
- Уговарање и надзор пројеката инфраструктуре у туристичком простору
- Уговарање реализације пројеката са инвеститорима
- Инжењеринг

### **8.2.2 Пословна мисија дестинацијског менаџера**

Као дестинацијски менаџер, "Парк Палић" д.о.о развоја туристичку понуду Палића са фокусом на изградњу адекватног искуства, у складу са предложеним пројектима и туристичким производима у Мастер плану Палић 2015, и на тај начин гради позицију Палића као бањско – језерске дестинације активне релаксације, здравог начина живота и среће. Имајући у виду стартну позицију Палића, потребно је поставити нови бенчмарк бањско – језерског ризорта, са континуираним развојем понуде и програма за целу годину и тако постати врхунска целогодишња дестинација усмерена на пружање пробраних доживљаја – искустава у очувању здравља, рекреацији, забави и активном одмору.

Кључне одговорности привредног друштва "Парк Палић" као дестинацијског менаџера су:

- Континуирани развој туристичких производа у сарадњи са осталим интересним субјектима у развоју ризорта
- Обезбеђивање заједничког маркетинга
- Уговарање и надзор пројеката туристичке инфраструктуре
- Управљање ризортом или спровођење избора професионалног менаџмента
- Развој људских ресурса

Дакле, централни ентитет у предстојећој фази развоја Палића као туристичке дестинације је предузеће "Парк Палић". У том смислу, у циљу обезбеђивања неометаног и ефикасног развоја, односно имплементације Мастер плана Палић 2015, неопходно је у непосредно предстојећем периоду предузети следеће кораке:

- Израдити детаљан план управљања Туристичким простором "Палић" и, на основу тога, предложити оптималну организациону структуру предузећа "Парк Палић" д.о.о. са јасним одговорностима;
- Обезбедити техничку помоћ – коаџинг и трансфер одговарајуће добре праксе у циљу ефикасног оспособљавања људских ресурса у предузећу "Парк Палић" у реализацији претходно дефинисане пословне мисије.

У перспективи, по завршетку фазе интензивног развоја ризорта, "Парк Палић" би требало да прерасте у ризорт (дестинацијску) менаџмент компанију, у којој ће, поред града, покрајине и државе, бити адекватно репрезентован и интерес приватних инвеститора; односно, где ће се на бази објективних параметара (висине инвестираних средстава, зарађивачке способности) стећи и одговарајући власнички удели и на тој основи право учешћа у доношењу одлука. Ово се може урадити или трансформацијом и инкорпорацијом приватних инвеститора у власничку структуру самог привредног друштва "Парк Палић", или оснивањем новог ентитета за ризорт менаџмент.

У сваком случају, такав ентитет обавља послове стратешког планирања, заштите и унапређења туристичког простора, развоја производа, имплементације система осигурања квалитета, истраживања тржишта, маркетинга и продаје, као и послове организације и координације чланова (акционара, сувласника) – стара се да ризорт функционише ефикасно и на екстерном и на интерном плану.

### 8.3 АКЦИОНИ ПЛАН

Бр.	Мера – активност	Одговорност	Временски оквир
<b>8.3.1 Припремне и активности подршке</b>			
1.	Усвајање Мастер плана Палић 2015	Кабинет градоначелника, Скупштина Града Суботице	До септембра 2015.

2.	Промоција и презентација Мастер плана према стејкхолдерима у циљу обезбеђивања подршке за имплементацију (покрајински, национални и регионални ниво)	Кабинет градоначелника, Парк Палић	2015. и 2016.
3.	Припрема и реализација програма јавне комуникације за подршку реализацији пројеката из Мастер плана (са промоцијом Мастер плана на локалном нивоу)	Кабинет градоначелника	До краја 2015.
4.	Организација састанака у вези са реализацијом развојних пројеката и коришћењем екстерних извора финансирања (прекогранична сарадња, билатералне донације, програми техничке помоћи, итд.)	Кабинет градоначелника	До краја 2015.
5.	Усклађивање планске документације са развојним концептом Мастер плана Палић 2015, усклађивање са плановима управљања и другим прописима из области заштите природе	Парк Палић, ЈП Палић Лудаш	До краја 2015.
6.	Дефинисање статуса земљишта потребног за реализацију развојних пројеката на локацијама предвиђеним развојним концептом – регулисање односа између кључних интересних субјеката	Кабинет градоначелника / Град Суботица, Парк Палић, ЈП Палић Лудаш	До краја 2015.
7.	Дефинисање и спровођење поступка избора стратешких партнера за идентификоване инвестиционе пројекте (са израдом инвестиционог промотивног материјала и накнадом за успех за инвестиционо саветовање)	Парк Палић, Град Суботица	2015. – 2023. (по приоритетним пројектима)
8.	Предквалификациони поступак за изводјаче радове, инвеститоре и остале учеснике у реализацији програма и пројеката из Мастер плана	Парк Палић, Град Суботица	2015. – 2023. (по приоритетним пројектима)
9.	Израда Програма развоја туризма Суботице, узимајући у обзир конципирање екотуристичких програма	Град Суботица, ТО Суботица, ЈП Палић Лудаш	2016. – 2017.
10.	Израда оперативног маркетиншког плана са програмом брендирања Палића као дестинације (могућност за пријаву цросс бордер пројекта)	Парк Палић, ТО Суботица, ЈП Палић Лудаш	2017.
11.	Развој људских ресурса у областима развоја и комерцијализације туристичких производа, примене нових технологија,	Парк Палић, ТО Суботица	2016. – 2025.



	маркетинга и промоције		
12.	Развој људских ресурса у области унапређења стручног образовања / образовања одраслих у циљу решавања потреба за кадровима у туризму	Парк Палић	2017. – 2023.
13.	Јачање свести локалне заједнице о потенцијалу развоја и значају Палићког језера («повратак Суботичана на Палић»)	Кабинет градоначелника, ТО Суботица, Парк Палић, локални медији, школе и факултети, ЈП Палић Лудаш	2015. на даље
14.	Едукација становништва Суботице и Палића у области екологије и заштите језера («Сачувајмо Палић»)	ЈП Палић Лудаш, локални медији, Кабинет градоначелника, факултети, школе	2015. на даље
15.	Израда пројектне и техничке документације за инфраструктурне пројекте (саобраћајнице, водоснабдевање и третман отпадних вода, пројекти зелене енергије, заштитни појас око језера)	Град Суботица, Парк Палић, ЈП Палић Лудаш	2015. – 2018.
16	Израда пројектне и техничке документације за јавне и пројекте јавно-приватног партнерства по дефинисаним зонама (од идејних решења до главних пројеката, према дефинисаним приоритетима, укључујући и пројекте реконструкције / ревитализације појединих зона)	Парк Палић, Град Суботица, ЈП Палић Лудаш	2015. – 2020.

### 8.3.2 Реализација пројеката и развојних програма

#### Инфраструктурни радови

1.	Изградња новог приступног пута на западној страни језера	Град Суботица	2016.-2017.
2.	Решења са циљем растерећења Кањишког пута	Град Суботица	2016. – 2018.
3.	Завршетак канализационог система Палића	Град Суботица	2016.-2020.
4.	Комплетирање технолошке линије постројења за пречишћавање отпадних вода	Град Суботица	2016.-2019.
5.	Изградња хидролошког система језера Палић – Лудаш (као део укупног хидролошког система Суботице)	Град Суботица	2016. – 2018.
6.	Комплетирање постројења за прераду биомасе	Град Суботица	2018. – 2020.
7.	Реконструкција постојећих и изградња нових геотермалних бушотина	Град Суботица, Парк Палић	2016. – 2020.
8.	Изградња заштитног појаса око језера	Град Суботица, ЈП Палић Лудаш	2016. – 2018.
9.	Систем јавних паркиралишта на Палићу	Парк Палић, ЈП Палић Лудаш, Град Суботица	2016. – 2020.
10.	Постављање система за континуирани мониторинг вода на Палићу и Лудашу	Град Суботица, ЈП Палић Лудаш	2017. – 2019.

### 8.3.3 Реализација инвестиционих пројеката – рекапитулација

Мастер План 2015		ТИП ИНВЕСТИЦИЈЕ			ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИЈЕ*				
		ЈАВНА	ПРИВ.	ЈПП	Ia	Ib	IIa	IIb	III
<b>Зона ЗЛАТНИ КРУГ1 (Health &amp; Spa)</b>									
31	1 Палић Спа Ризорт - хотел								
31	2 Палић Спа Ризорт - апартмани								
31	3 Палић Спа Ризорт - Medical Spa Centre								
31	4 Документација и пројектни менаџмент								
<b>Зона ЗЛАТНИ КРУГ2 (Outdoor Water Fun)</b>									
32	1 Зелени Забавни Парк								
32	2 Комплекс базена								
32	3 Кабине, свлачионице, павиљони								
32	4 Трговине, храна и пиће								
<b>Зона ЗЛАТНИ КРУГ3 (Лидо &amp; Променада)</b>									
33	1 Лидо / променада (заједно са С2-9)								
<b>Зона СРЕБРНИ КРУГ 1 (Marine &amp; Lifestyle)</b>									
C1	1 Палић МИСЕ & Spa хотел								
C1	2 Конгресни центар Палић								
C1	3 Голф терен са 18 рупа								
C1	4 Палић Голф клуб								
C1	5 Палић породични boutique хотели и виле								
	Boutique хотели								
	Виле								
C1	6 Марина								
C1	7 Једриличарски клуб & Tourist point								
C1	8 Веслачки клуб								
C1	9 Medical center								
<b>Зона СРЕБРНИ КРУГ 2 (Culture &amp; Heritage)</b>									
C2	1 Велика тераса								
C2	2 Женски шtrand								
C2	3 Концертна тераса на језеру								
C2	4 Палић Хотел Мала гостиона								
C2	5 Палић Језеро апарт депаданса								
C2	6 Палић Парк апарт депаданса								
C2	7 Еспланада								
C2	8 Шопинг аркада								
C2	9 Променада								
<b>Зона СРЕБРНИ КРУГ 3 (Sport &amp; Active)</b>									
C3	1 Палић Спорт хотел								
C3	2 Спорт апартмани								
C3	3 Спортска хала								
C3	4 Тениски терени								
C3	5 Retail центар у викенд насељу								
C3	6 Адреналински парк								
C3	7 Центар за скијање на води								
<b>Зона СРЕБРНИ КРУГ 4 (Rural &amp; Nature)</b>									
C4	1 Чарда								
C4	2 Простор за салаше								
C4	3 Осматрачнице за bird watching								
C4	4 Лунго Лаго - Бицикличка / пешачка стаза								

\* Свака фаза траје укупно 4 године; прве две фазе су подељене у по два дела (a и b)

### 8.3.4 Развојни пројекти и програми конкурентности

1.	Регионални институт за здравље и срећу	Фонд туристички кластер микрорегије Суботица – Палић, Парк Палић, партнерске организације	2015.-2017.
2.	Еко – туристички парк Палић Лудаш	ЈП Палић Лудаш, партнерске организације	2016. – 2018.
3.	Палић Салаши	Парк Палић, Град Суботица, ТО Суботица	2016. – 2020.
4.	Укуси Палића	ТО Суботица, Парк Палић	2016. – 2018.
5.	Дечији, омладински и образовни туризам	ЈП Палић Лудаш, ТО Суботица, Кластер образовног туризма Србије	2016. – 2018.
6.	Подршка органској пољопривредној производњи	ЈП Палић Лудаш, Град Суботица, покрајинске и националне институције (коришћење IPARD фондова)	2016. на даље
7.	Специјализација гастрономске понуде	Парк Палић, Фонд туристички кластер микрорегије Суботица – Палић, ТО Суботица	2016. – 2018.
8.	Пешачке и бицикличке стазе у Бронзаном кругу	Град Суботица	2018. – 2020.
9.	Интегрисани систем туристичког означавања	Парк Палић, Град Суботица, ЈП Палић Лудаш	2016. – 2020.
10.	Систем мобилних платформи на језеру и прикладних молова (излазак на језеро)	Парк Палић, Град Суботица, ЈП Палић Лудаш	2017. – 2020.
11.	Палић из ваздуха – рехабилитација аеродрома у Бикову и спортског аеродрома на Палићу	Град Суботица, Парк Палић	2017. – 2023.
12.	Оживљавање Палићке олимпијаде (Палићких спортских игара)	Град Суботица, ТО Суботица	2015. – 2016.

### 8.3.5 Мониторинг и контрола реализације

1.	Имплементација предложеног модела управљања	Град Суботица, Парк Палић, ЈП Палић Лудаш, ТО Суботица, Фонд туристички кластер микрорегије Суботица – Палић, приватни инвеститори и пружаоци услуга	2016. – 2021.
2.	Стандардизација услуга на нивоу ризорта	Дестинацијски менаџмент	2016. – 2021.
3.	Дефинисање и спровођење програма «safety & security»	Дестинацијски менаџмент	2016. – 2021.
4.	Програм и координација рада комуналних служби	Дестинацијски менаџмент	2016. – 2021.
5.	Развој производа и дестинацијски маркетинг	Дестинацијски менаџмент	Континуирано