

Niška tvrđava

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Serbia

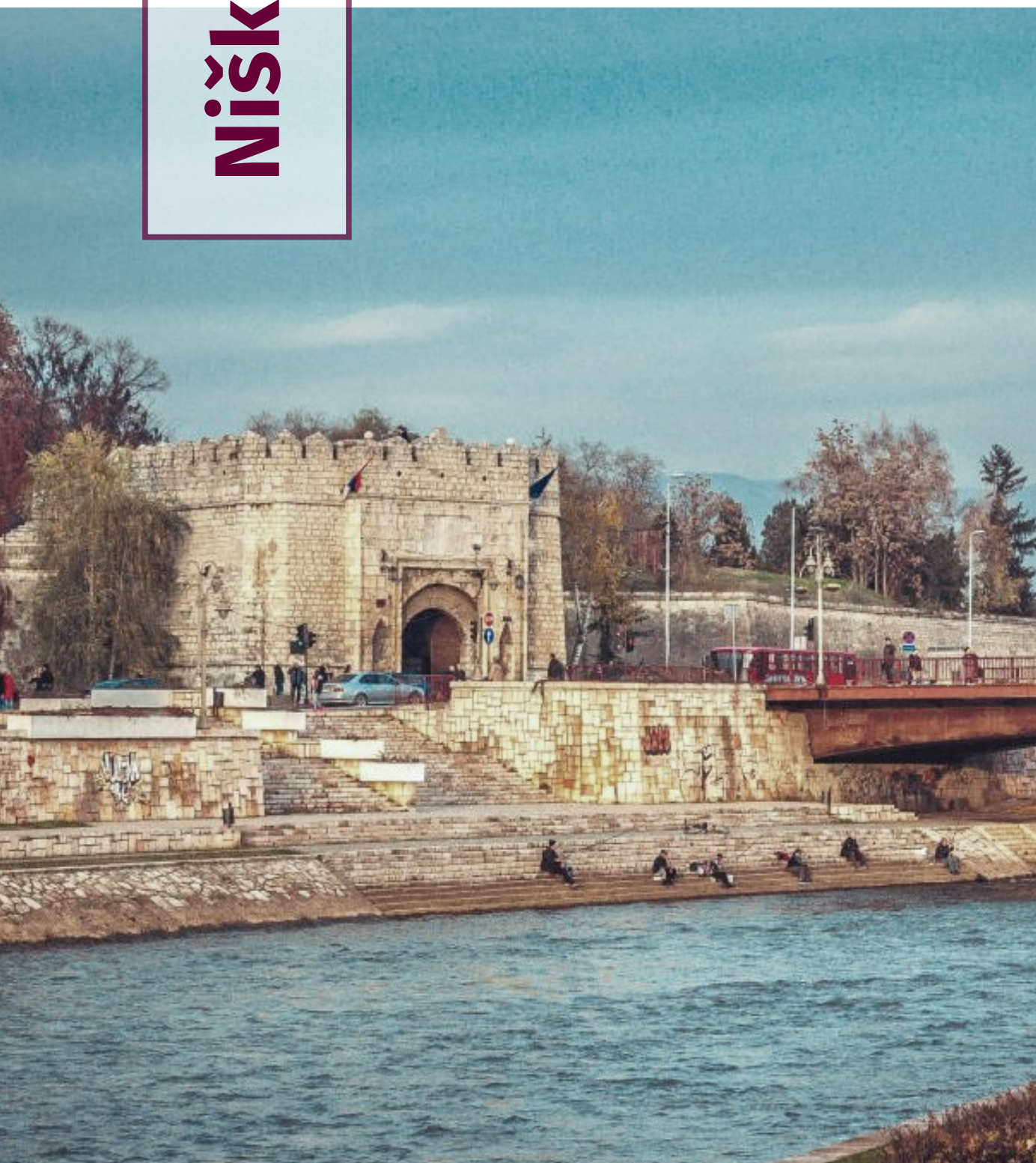


Pospješivanje turističke atraktivnosti Sofije i Niša

Opština Sofia

Udruženje
„LOVE AND LIGHT”

Institut za progres i saradnju
regiona zapadnog Balkana





Sadržaj

Literatura	03
Istorija	05
Pokretni nalazi	12
Objekti u tvrđavi	14
Arheološki nalazi	40
Celine i spomenici	46
Zaključak	52
Pokretanje turističkog biznisa	54
Kreiranje proizvoda	62
Promocija	66

Literatura

NENAD ROKVIĆ
diplomirani turizmolog

ISTORIJA NIŠA. KNJ.
1, OD NAJSTARIJIH
VREMENA DO
OSLOBOĐENJA OD
TURAKA 1878 GODINE

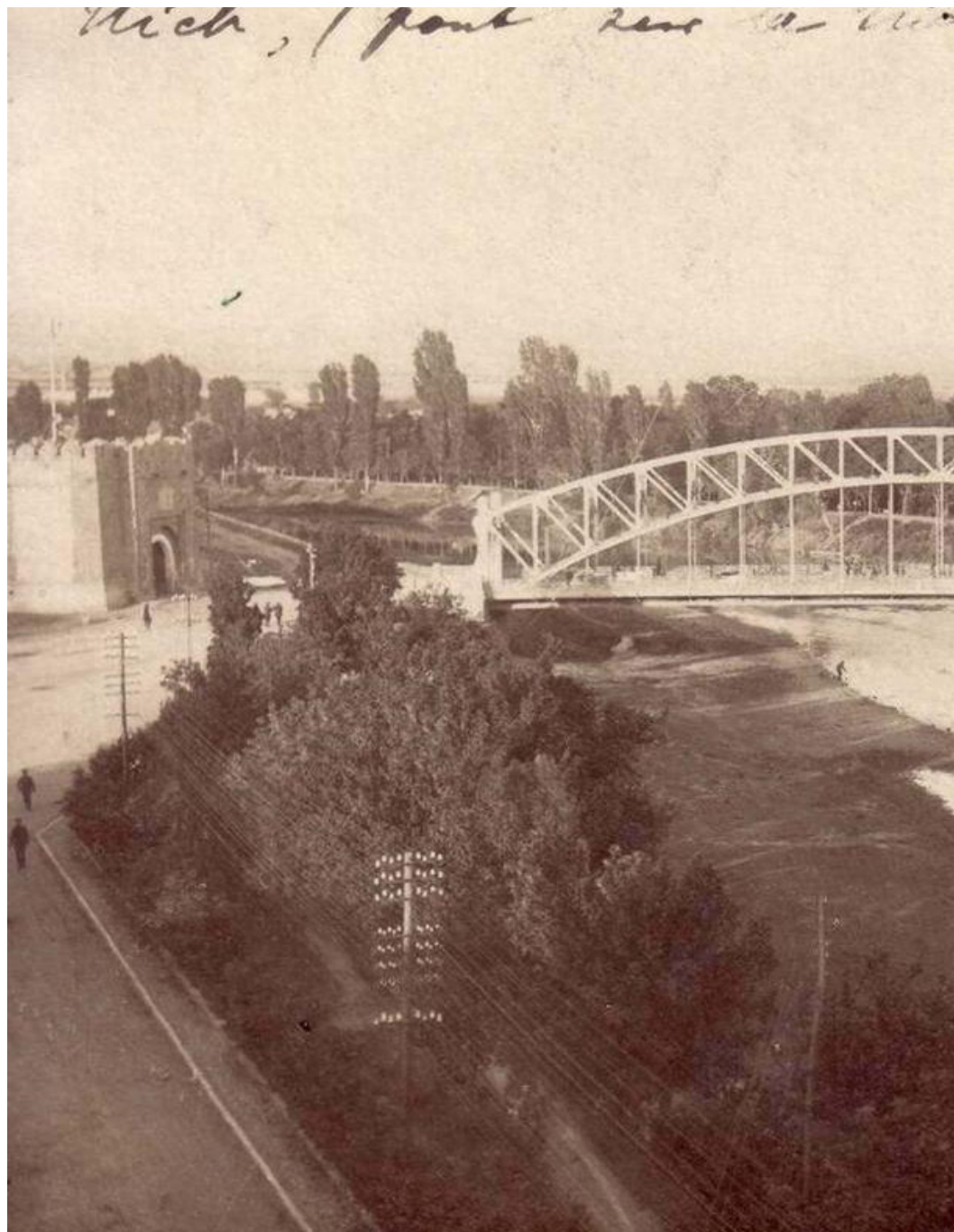
NIŠKA TVRĐAVA
Petrović, Petar S
Deljanin, Bojana

„NIŠKA TVRĐAVA:
ANTIČKE TERME —
SPOMENICI KULTURE U
SRBIJI”
SANU

ULICE I TRGOVI GRADA
NIŠA
Stanisavljević, Živojin 1932
Dimitrijević, Milan, 1946

NIŠKI LEKSIKON,
ENCIKLOPEDIJA,
LEKSIKON

GRADA REPUBLIČKOG
ZAVODA ZA ZAŠTITU
SPOMENIKA U NIŠU
– SITUACIONI
PLAN TVRĐAVE SA
ISTORIJSKIM PODACIMA



Ist

orija

Tokom svoje viševjekovne istorije, niška tvrđava bila je u posedu mnogih država, počevši od Rimljana čiji se car Konstantin rodio na ovom prostoru, preko Stefana Nemanje koji je u njoj neko vreme držao svoju prestonicu krajem XII veka, do Osmanlija koje su je zauzele 1386. godine.

Niška tvrđava je gradsko utvrđenje u centru Niša na desnoj obali Nišave, koje ima kontinuitet od oko dva milenijuma konstantnog postojanja o čemu svedoče mnogobrojni arheološki nalazi. **Po svom današnjem stanju, niška tvrđava spada među najočuvanija utvrđenja tog tipa u Srbiji i na Balkanskom poluostrvu.** Niška tvrđava je zaštićena zakonom maja 1948, a odlukom Skupštine Srbije, aprila 1979. proglašena je kulturnim dobrom od velikog značaja. Turska tvrđava je izgrađena na ostacima antičkog i srednjovekovnog utvrđenja. Ali pre Turaka, rimsku tvrđavu obnovio je posle 530. godine vizantijski car Justinijan I (527-565). Istoričar Prokopije kaže da Justinijan Niš „utvrdi i učini neosvojivim za neprijatelja“. Obnovljeno niško utvrđenje je već 550. godine bilo prvi put na udaru Slovena. Njihovi prodori ka Solunu i Carigradu, preko Niša, zabeleženi su 578, 579, 584, 586. i 587. godine.

Sloveni su osvojili Niš oko 615. godine. Opustošen i većim delom napušten od romejskog stanovništva, Niš je prepušten Slovenima. Time započinje srednjovekovno razdoblje grada. A već u 10. veku niško utvrđenje poprima sve karakteristike srednjovekovne tvrđave. Tokom VI veka Niš i njegovo utvrđenje se više puta

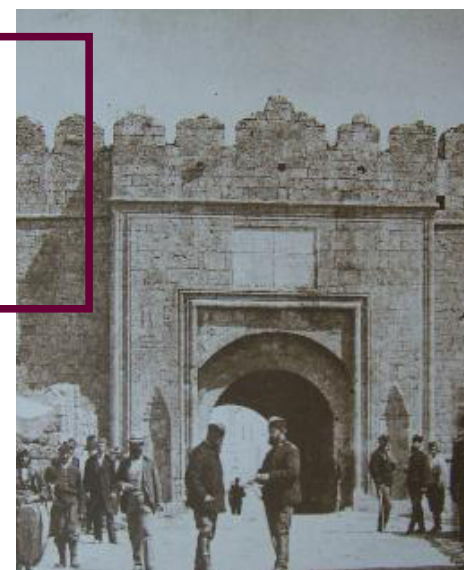
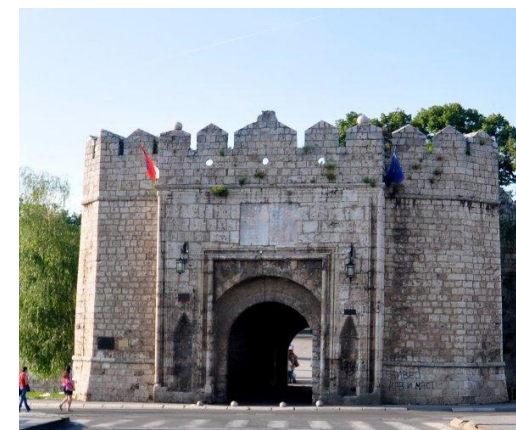
pominje u izvorima. U povelji vizantijskog cara Vasilija II, Ohridskoj arhiepiskopiji 1020. godine zapisana je i niška episkopija. U leto 1040. god., za vreme ustanka Petra Odeljana protiv vizantijske vlasti, niška tvrđava je neko vreme bila u vlasti ustanika. Horde Pečenjega su od 1048. do 1050. i 1080. godine opsedale Nišku tvrđavu i pljačkale okolinu. U leto 1072. god. ugarski kralj Solomon osvaja Niš i odnosi ruku sv. Prokopija, a septembra ustanička vojska osvaja grad i boravi u njemu do decembra 1072. god. Kada su 1096. godine krstaši prvog pohoda prošli kroz Niš, opisuju da je bio bolje utvrđen od Beograda i da je opasan „jakim zidinama i kulama“. Prvi pisani izvor o obnovi srednjovekovne niške tvrđave potiče iz 1165. godine, kada vizantijski istoričar Honijat navodi da je car Manojlo I Komnin (1143-1180) „i sam Niš okružio zidovima“. Srpski izvori beleže da je veliki župan Stevan Nemanja prodrio 1183. u „slavni grad Niš“ i do temelja ga porušio, a 1186. godine osvojio ga je od Vizantije i obnovio, primivši u Nišu 1189. nemačkog cara Fridriha I Barbarosu. Vizantija ga ponovo osvaja 1190. godine. Srpski kralj Stefan Prvovenčani pominje se u Nišu od 1214. do 1215. godine. Posle toga, kroz čitav 13. vek, u izvorima nema pomena o gradu, verovatno je bio pod

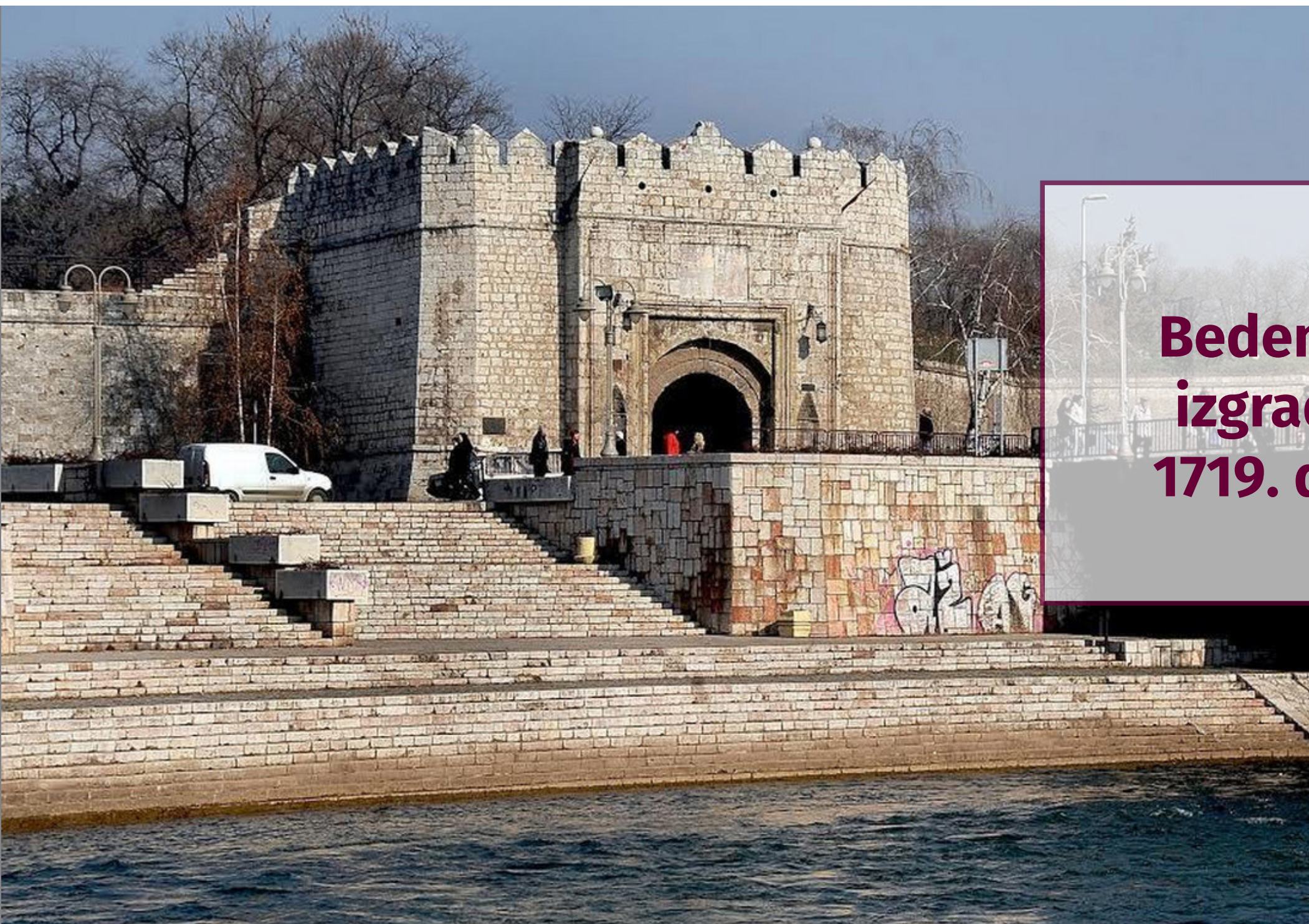
U doba srpske despotovine, od 1402-1427, despot Stefan Lazarević je osvojio Niš i obnovio tvrđavu koja je prethodno razorena od strane Turaka 1386.

vlašću Bugara. Posle bitke kod Velbužda 1330. godine, kada je Stefan Dečanski potukao bugarskog cara Mihajla Šišmana, Niš je ponovo ušao u sastav Srbije. U doba kneza Lazara (1371-1389) niška tvrđava je bila obnovljena, a 1386. Niš su prvi put osvojili Turci, a tvrđavu razorili. U doba srpske despotovine, od 1402-1427, despot Stefan Lazarević je osvojio Niš i obnovio tvrđavu. Bila je to poslednja obnova srednjovekovnog niškog utvrđenja, pošto je Niš 1428. godine konačno potpao pod tursku vlast. Na samom početku turske vlasti niška tvrđava je dva puta stradala. Novembra 1443. godine udružena srpsko-ugarska vojska, predvođena despotom srpskim - Đurđem Brankovićem i Jankom Hunjadjem, oslobodila je Niš i prodrla do Sofije, a u povratku, januara 1444. godine, ponovo je prošla kroz Niš. Despot Đurađ i

Hunjadi su 1454. ponovo prodrli do Niša, rušeći ga i paleći. Turci nisu obnavljali srednjovekovnu tvrđavu. Austrijanci su, osvojivši Niš 1690. godine, na ostacima srednjovekovnog utvrđenja sagradili dva jaka bastiona. Tokom poslednje decenije XVII veka, Turci su na nekoliko mesta samo ojačali bedem. **Tek gubitkom Beograda 1717. god., u Austro-turskom ratu i premeštanjem vojnog i upravnog sedišta u Niš, Turci su 1718. godine izgradili, za samo godinu dana, zemljano utvrđenje Hisar.** Bilo je većih dimenzija od današnje Tvrđave i imalo je izgled trougla, obuhvatajući i Beograd mahalu. Zemljani bedem Hisara posedovao je sedam bastiona, a duž bedema rov, širine 3,50 m, napunjen vodom iz Nišave. U Hisar se ulazilo na tri kapije. Izgled Hisara je sačuvan na tzv. Italijanskom

Nekad i sad





Bedemi današnje Tvrđave izgrađeni su od februara 1719. do juna 1723. godine.

planu iz 1719. godine. Bedemi današnje Tvrđave izgrađeni su od februara 1719. do juna 1723. godine. Sultanovom poveljom od 19. februara 1719. god. odlučeno je da se u Nišu izgradi jaka tvrđava. U proleće iste godine otpočeli su radovi po projektu glavnog arhitekta Mehmed age i njegovog brata Mustafa age, glavnog organizatora radova. Prve godine gradnje, 1719. godine, angažovao je više desetina hiljada spahija iz deset sandžaka Rumelijskog beglerbegluka, a 1722. godine iz 14 sandžaka. **Poslednje godine gradnje bedema, 1723, dovedeno je 40 majstora kamenorezaca iz Carigrada, a bedem je zidalo 400 zidara.** Završetak radova

obeležen je svečanostima i postavljanjem ploče sa zapisom na Stanbol kapiji, juna 1723. godine.

Kao i svako artiljerijsko utvrđenje, današnja Niška tvrđava ima poligonalnu osnovu, susedamne jednaki strane i četiri velike kapije (Stanbol vrata, Beogradska vrata, Vodena ili jagodinmalska vrata i Vidinska vrata), jednom malom kapijom (tzv. poterna vrata, „vratanca“ kojima se izlazi u gradske rovove) i osam bastionih terasa. Sa bedemima dužine 2.100 m koji su široki 3 m, a visoki 8 m tvrđava zahvata površinu od 22 ha, 80 ari i 52 m². Bedemi, dugački 2.100 m, široki 3 m, a visoki 8 m, sa spoljne strane opasani su rovovima,

koji su ispunjavani vodom iz reke Nišave.

Do 1878. god. unutar tvrđave su se nalazile dve četvrti koje su se zvale: Hunkar (careva) ma(h)ala i Edirne Bali- ma(h)ala. Hunkar (careva) mala sa istočne strane - desno od Stanbol kapije u kojoj je bio smešten „vladalački deo“, Mithad pašin dvor, komanda turskog garnizona i Edirne Bali-mala kao unutrašnji deo varoši sa mnogo kafana, bakalnica, bozadžinica, kovačnica, veći broj kolarski i drugih zanatskih radnji i svakojakih drugih turskih „prčvarnica“. U tvrđavi su se nalazile i tri velike turske džamije od ukupno 13 koliko ih je 1878. bilo u Nišu. Hamaz-begova ili Niška džamija, smeštena u četvrti Balija Jedrene, nedaleko od Beogradske kapije, sa leve strane glavne gradske ulice (koja se poklapa sa današnjom glavnom tvrđavskom stazom, na početku uspona, gde su danas iskopine iz rimskog perioda i letnja diskoteka Klinika). Jedrenjanina Bali-bega džamija (rekonstruisana 1976/77 godine) bez minareta, nalazi se i danas u tvrđavi. Uz ovu džamiju Mithad paša izgradio je i biblioteku koja je radila do 1877. Treća džamija o kojoj se danas ništa ne zna, a nalazila se na najuzvišenijem delu Tvrđave.

Unutar tvrđave su se nalazile i arhitektonski interesantna - sahat i vatrogasna kula i veliki broj drugih građevina koje su nakon oslobođenja srušene. Nakon oslobođenja tvrđava ima čisto vojnu ulogu do 1950. godine kada se vojska povlači iz tvrđave i od tada ostaje samo istorijski spomenik i postaje šetalište sa značajnom kulturnom ponudom. Tokom svoje viševjekovne istorije, prvobitna niška tvrđava na čijem prostoru se nalazi današnja turska tvrđava, bila je u posedu mnogih država, počevši od Rimljana čiji se car Konstantin rodio na ovom prostoru, preko Stefana Nemanje koji je u njoj neko vreme držao svoju prestonicu krajem XII veka do Osmanlija koje su je zauzele 1386. godine.



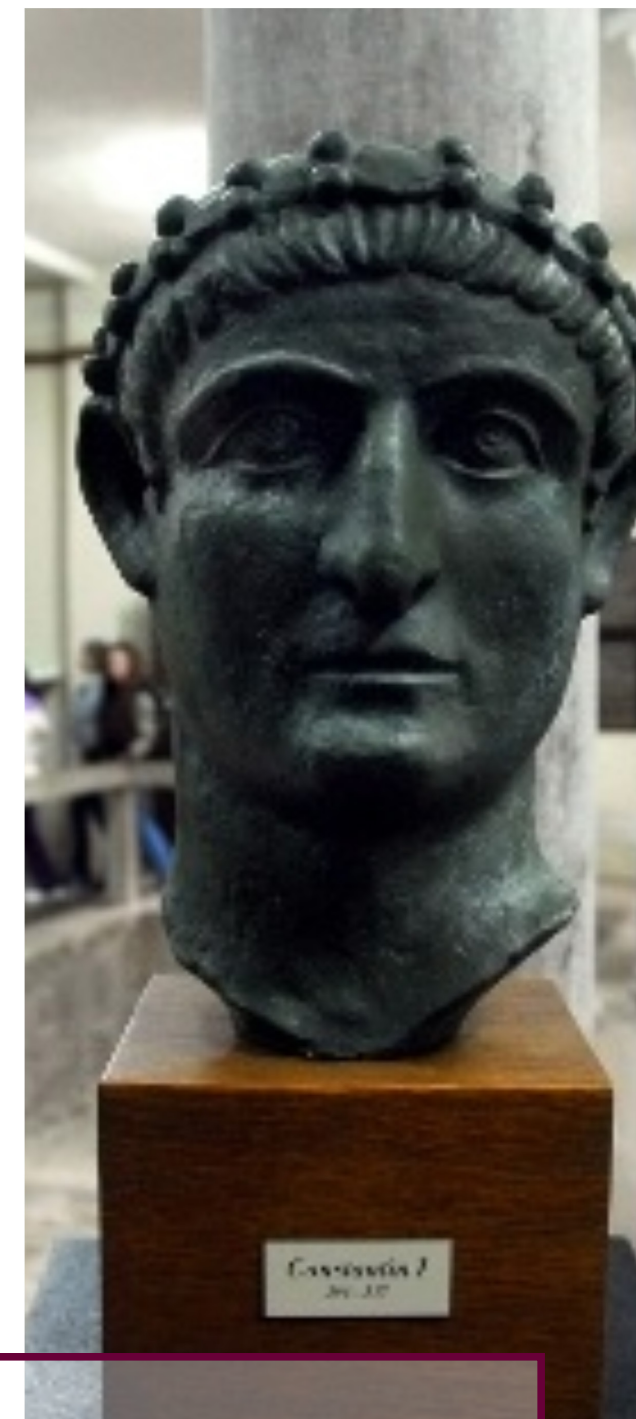
Spomenik Zaide-badži

Uz bedeme tvrđave je 1930-tih podignut spomenik muslimanskoj „svetici“ Zaide-badži, u vidu minijature džamije, koji su posećivali i pravoslavci.



Pokretni nalazi

Pokretni nalazi koji su pronađeni na teritoriji Niške tvrđave otkrivaju nam dodatne detalje o istoriji ovog utvrđenja.



Značajni su sledeći pokretni nalazi:

Bronzana glava Konstantina velikog, nađena prilikom gradnje starog mosta, na desnoj obali Nišave (danas se, nažalost čuva u Beogradskom muzeju, a kopija glave stoji u arheološkoj Sali niškog Narodnog Muzeja)

Bronzana statua Jupitera nađena u koritu reke Nišave kod Stanbol kapije (Narodni Muzej, Niš)

Ara-žrtvenik i pitos sa sto kilograma srebrnog novca iz 3. veka, nađen kod Beogradske kapije

Konstantinova glava je najvredniji umetnički predmet iz perioda "rimskog" Niša.

Objekti u tvrđavi

Visoke zidine i kapije niške Tvrđave, koje se ubrajaju među najljepše i najbolje očuvane na srednjem Balkanu, čuvaju značajne istorijske objekte.



Najznačajniji objekti unutar Niške tvrđave su:

Umetnički paviljon u adaptiranom objektu Arsenala iz 1857. godine,
Salon - Galerija 77 u obnovljenoj Bali-begovoj džamiji iz 1521. godine,
Letnja pozornica, iz 1959. godine
Meteorološka stanica koja beleži podatke o vremenu od 1889. godine,
Zgrada Istorijskog arhiva, sagrađena 1890. godine,
Kompleks Pašinog konaka,
Spomenik knezu Milanu Obrenoviću, oslobođiocu Niša decembra 1877. godine

(januara, 1878. god),
Lapidarijum ili zbirka kamenih antičkih i epigrafskih spomenika, skulptura i detalja arhitektonske plastike, postavljene 1979. godine,
Zgrada Hamama ili turskog kupatila iz 15. veka,
Niše – otvori u zapadnom zidu tvrđave, oko Beogradske kapije...Niše 1-6 i 7-12
Zgrada Kovačnice
Barutane, sagrađene su 1720. do 1723.

OBJEKTI U TVRĐAVI

Zgrada Arsenala

Zgrada Arsenala je nekada služila kao depo, tj. prostor za odlaganje – skladištenje topova, topovskih kugli, baruta i drugog ratnog materijala. Prema nekim nalazima, Arsenal ili »tvrđi depo« ozidan je 1857. godine za vreme vladavine Sultana Abdul Medžida, a sagradio ga je mutaserif Niša Islam – paša. Podignut je na mestu stare kuće za topove – tophane, koja je porušena te iste godine jer nije bila građena od čvrstog materijala. Objekat je prizemnog tipa sa velikim centralnim svodnim ulazom i masivnim dvokrilnim

vratima. Levo i desno od ulaza se nalaze po tri svodna trema i ceo unutrašnji prostor zauzima površinu od 300 m². Osm drvenih stubova se kao ojačanje krovne konstrukcije uzdiže u unutrašnjosti. Osm uzanih otvora – puškarnica, urezanih u zidove služili su kao odbrambena mesta u slučaju napada. Zidovi su građeni od kamena, a krov je prekriven turskom čeremidom. Zavod za zaštitu spomenika kulture u Nišu je 1972. godine konzervatorskim radovima obnovio objekat i danas se Arsenal koristi kao Umetnički paviljon.



Bali Begova džamija



OBJEKTI U TVRĐAVI

Bali Begova džamija se danas, zbog same tehnike zidanja i skladnih proporcija, smatra jedinstvenim spomenikom muslimanske arhitekture u Srbiji.

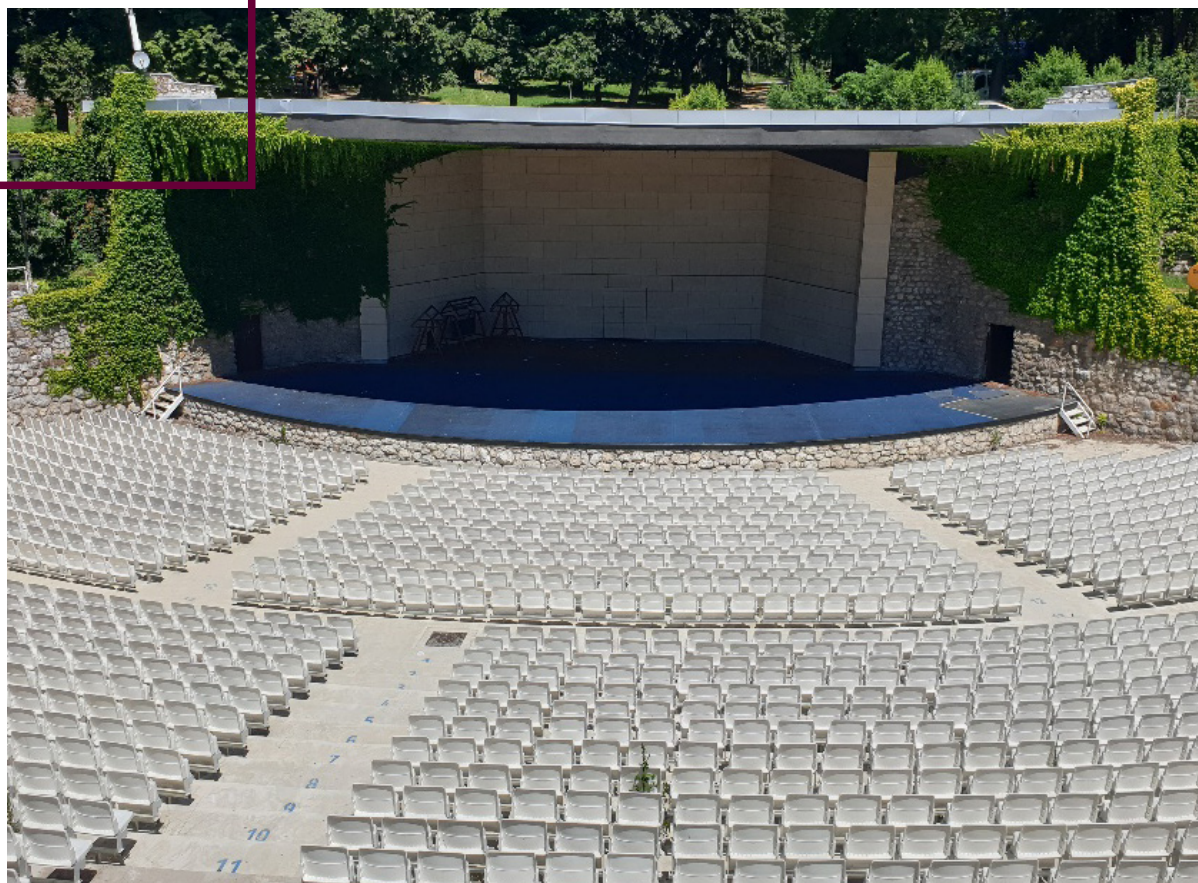
Bali-begova džamija u Nišu poznata i kao Reis-efendijina i Burmali-džamija smeštena je u centralnom delu tvrđave. Prvi put se spominje u spisima smederevskog deftera kao mesdžid još 1521. godine i samim tim predstavlja jedan od najstarijih religioznih objekata na teritoriji celog grada. Od ukupno 11 džamija, jedna je od retkih sačuvanih, a jedina od nekada tri izgrađenih u samoj tvrđavi. Zadužbina je Bali Bega, a od 1710 godine se u popisu u Nišu oslovljava kao niška džamija. U osnovi je kvadratnog oblika, zasvođena polukalotom sa mihrabom okrenutim prema Meku. Dvokupolni trem sa četiri luka i tri stuba

prostire se iznad ulaznog dela. Cela je zidana tesanim kamenom, uokvirenim opekom. Zavod za zaštitu spomenika kulture iz Niša je 1972, 1976 i 1978. godine radio konzervatorske radove na ovom objektu koji se danas, zbog same tehnike zidanja i skladnih proporcija, smatra jedinstvenim spomenikom muslimanske arhitekture u Srbiji. Nakon obnova i revitalizacija 1972. i 1976–1977. godine, građevina je 1977. godine dobila novog vlasnika - Galeriju savremene likovne umetnosti Niš, koja je Bali-begovu džamiju pretvorila u izložbeni prostor, pod nazivom „Salon 77“.

O B J E K T I U T V R Đ A V I

Letnja pozornica

Smeštena je u jugoistočnom delu tvrđave, nedaleko od ulaza, završena je 1959. godine, nakon višegodišnje odluke da na mestu velike rupe od jedne slučajne eksplozije bude izgrađena upravo letnja pozornica. Projektant i arhitekta Igor Samojlov je izveo gradnju u drvetu, kamenu i betonu i kao takva predstavlja specifično arhitektonsko zdanje. Kamene zidine tvrđave su optimalno iskorišćene i na taj način je dobijena odlična refleksija i difuzija zvuka, kao i zaštita od vetra. Dobro je uklopljena u postojeću konfiguraciju terena sa duboko ukopanom binom i amfiteatrom. Zatvoreni binski prostor velike zapremine, stvara dobre zvučne efekte. Na letnjoj pozornici se tradicionalno održavaju manifestacije: Festival glumačkih ostvarenja – Filmski susreti, Horskve svenčnosti i drugi letnji muzički festivali. Danas ima 3000 sedišta i predstavlja centralno kulturno - umetničko mesto tokom letnjih meseci u gradu.



Meteorološka stanica



O B J E K T I U T V R Đ A V I

Meteorološka stanica beleži podatke o vremenu još od 1889. godine.

O B J E K T I U T V R Đ A V I

Istorijski Arhiv

Zgrada Istorijskog arhiva predstavlja jedini vojni objekat izgrađen u tvrđavi posle oslobođenja. Smeštena je u severozapadnom delu, prizemnog je karaktera, sa osnovom pravougaonika. Zgrada je podignuta oko 1890 godine, a ime arhitekta nije sačuvano. Tokom vremena je imala više funkcija: 1890 godine je korišćena za smeštaj Kartografskog odeljenja srpske vojske; od početka 20.veka pa sve do početka Prvog svetskog rata u zgradi je bila smeštena

Prva podoficirska artiljerijska škola u Nišu; u prvom svetskom ratu je bila korišćena kao zatvor; između dva svetska rata je korišćena kao kasarna; 1959 godine posle proglašenja tvrđave za spomenik kulture i park, zgradu počinje da koristi Istorijski arhiv grada Niša. Zgrada je stavljena pod zaštitu države 1975. godine. Bogat vrednom istorijskom građom, Arhiv danas predstavlja veoma važnu instituciju za očuvanje prošlosti juga Srbije.



Pašin konak



O B J E K T I U T V R Đ A V I

Danas je u Pašinom Konaku sedište javno – komunalnog preduzeća Medijana, čiji je menadžment odlučio da se u unutrašnjem dvorištu nekadašnjeg konaka otvori Gradska bašta sa mini zoo vrtom.

Pašin konak ili Pašin dvor bilo je jedno od najgabaritnijih i najreprezentativnijih zdanja Osmanlijske carevine u niškoj tvrđavi, jednoj od najvećih tvrđava na Balkanu. Konak je najverovatnije sagrađen šezdesetih godina devetnaestog veka kao vladarska kuća Midhad-paše, u kojoj će niške paše boraviti sve do oslobođenja Niša od Osmanlija decembra 1877. godine. Pašin dvor se nalazio u Hundžar-carevoj mahali, na jugoističnom platou niške Tvrđave, na najvišem delu, srednjovekovnog

malog - gornjeg grada, i sedištu turske aristokratije sa bogatim i raskošnim konacima, haremima, amamom... Od nekadašnjeg velelepnog zdanja ostao je samo deo spoljnog zida, dok je ceo prostor unutar zidina konaka srušen i danas je tu sedište javno – komunalnog preduzeća Medijana, čiji je menadžment odlučio da se u unutrašnjem dvorištu nekadašnjeg konaka otvori Gradska bašta sa velikim izborom kućnog i baštenskog bilja, kao i sa mini zoo vrtom, sa nekoliko vrsta životinja.

O B J E K T I U T V R Đ A V I

Spomenik knezu Milanu Obrenoviću

Spomenik u obliku pušcanog metka, sa čaurom od belog, a zrna od ružičastog granita postavljen je u tvrđavi, sa leve strane glavne ulazne staze, na prostoru omeđenom stubovima povezanim lancima. Na vrhu stubova postavljene su metalne kugle, korišćene kao topovska đulad u borbama za oslobođenje Niša od Turaka 1878. g. Spomenik Milanu Obrenoviću i oslobodiocima grada Niša, predstavlja simbol tvrđave kao vojnog objekta. Podignut je za potrebe proslave 25 godina od oslobođenja grada Niša, od Turaka, 1902 godine i prve godišnjice smrti kralja Milana Obrenovića. Sam spomenik nalazi se na središnjem delu ograđenog prostora na dvostepenom postolju. Arhitekta je bio Vićenco Kaliterna, italijanski majstor i kamenorezac. Prvi je spomenik podignut u oslobođenom Nišu i danas predstavlja skladnu kompozicionu celinu i vredno likovno ostvarenje.



Lapidarijum



O B J E K T I U T V R Đ A V I

Prvobitni lapidarijum je uklonjen 1902. godine jer je na njegovom mestu podignut spomenik knjazu Milanu Obrenoviću i oslobodiocima grada Niša 1878. godine.

Lapidarijum u niškoj tvrđavi predstavlja jedan od najstarijih antičkih spomenika u Srbiji. Prvi pomen o ovom spomeničkom prostoru se javlja kod austrijskog putopisca Feliksa Kanica još 1887. godine, kada je zbirka prvi put izložena u tvrđavi. Tada je na ulazu, kod Stanbol i Beogradske kapije bilo postavljeno 10 rimskih aritektonskih spomenika grupisanih oko jednog granitnog stuba visine 1,25 metara. Prvobitni lapidarijum je uklonjen 1902. godine jer je na njegovom mestu podignut spomenik knezu Milanu Obrenoviću i

oslobodiocima grada Niša 1878. godine. Sadašnja zbirka antičkih eksponata je postavljena 1980. godine, prema projektu Zavoda za zaštitu spomenika kulture iz Niša i sastoji se iz 41 spomenika iz kasnoantičkog razdoblja grada Niša i njegove okoline (I – VI veka n.e). U postavci ima nadgrobnih stela, žrtvenika, sarkofaga i skulptura uglavnom sa prostora niške tvrđave (grad Naissus) i antičkog utvrđenja Ravna (Timacum Minus) kod Knjaževca. Pojedini spomenici su doneti sa lokaliteta iz okoline niške Kamenice, pirotskog Osmakova i drugih sela.

Zgrada Hamama

Hamam postoji od 1498. godine i predstavlja najstariji sačuvan objekat u Tvrđavi iz perioda vladavine Osmanlijskog carstva.



Hamam u Niškoj tvrđavi se nalazi uz Stanbol kapiju. Nastao je u XV veku i najstariji je sačuvani turski objekat u Nišu. Zapisan je prvi put 1498. godine u niškom popisnom defteru. Tada su ubeležena dva hamama u Nišu: „Ali bega, sina Mihal begovog i Mehmed bega, sina Minet begovog“. Pominju se ovi hamami i u turskim popisnim knjigama iz 1516. i od 1521. do 1523. godine. Turski putopisac Evlija Čelebija beleži da u Nišu, 1660. godine, sa obe strane mosta, ima po jedan hamam. U vreme Čelebijinog boravka u Nišu, hamam na desnoj obali Nišave nije bio u sastavu Niške tvrđave. Van bedema bio je hamam sve do završetka izgradnje turske Tvrđave 1723. Otuda i zaključak Čelebije da su se hamami nalazili kraj mosta na Nišavi. **Hamam u Niškoj tvrđavi zadužbina je Mehmed bega, prvog sandžakbega Smederevskog sandžaka od 1459. do 1463. Pominje se 1760. pod nazivom Đumušoglijin hamam.** Hamam na levoj obali Nišave zadužbina je Ali bega, takođe sandžakbega Smederevskog sandžaka posle 1464. godine. Tokom 18. veka ovaj hamam je bio poznatiji kao Čukur hamam. Nalazio se na mestu zgrade u kojoj je danas knjižara „Svetlost“. Stradao je u požaru Jevrejske mahale 15. avgusta 1879. Krajem 18. veka podignut je i treći hamam u Nišu. Izgrađen je na početku ulice Pobedine, gde je sada zgrada, iz 1930. u to vreme, niškog trgovca Nisima, sa staklarskom radnjom „Luvr“. Radio je do 1924. pod nazivom „Ero hamam“. Četvrti i poslednji hamam u Nišu izgrađen je na početku 19. veka. Nalazio se na Sindelićevom trgu. Aktivno je radio sve do aprila 1941., pod nazivom „Veliki hamam na Stambol kapiji“. Uništen je

Četvrti i poslednji hamam u Nišu nalazio se na Sindelićevom trgu i aktivno je radio sve do aprila 1941. kada je uništen tokom bombardovanja.

prilikom nemačkog bombardovanja Niša.

Hamam u Niškoj tvrđavi je jednostruko tursko kupatilo, namenjeno ili samo ženskom, ili samo muškom delu stanovništva. Izgrađen je od opeka i kamena, naizmenično postavljenih. Zidovi su debljine do jednog metra. Vodu je dobijao iz Nišave uz pomoć drvenog vitla sa posudama, kojim se voda zahvatana iz reke i glinenim, ukopanim cevima, dovodila do hamama. Tu je u rezervoaru, (jami), filtrirana, da bi tako prečišćena, jednim delom zagrejana, a drugim delom hladna, pristizala u hamam za kupanje. Nečista voda je posebnim kanalom vraćana u Nišavu. Od prostorija, tvrđavskog hamama, nije sačuvan šedrvan čekaonica, iz koje se ulazilo u svlačionicu (kapaluk), koja i sada postoji. Potom se odlazilo u mejdan - pretprostoriju za kupanje, sa cevima za toplu i hladnu vodu. Mejdan je povezan sa halvatom - kupaonicom podeljenom na dve manje prostorije. Na kraju hamama je rezervoar za vodu - hazna i ćulhana - ložionice. Iznad kapaluka i mejdana postavljena je na krovu po jedna kupola, a iznad halvata dve. Od 1973. do 1975. konzervatorsko - restauratorske radove na hamamu izvodio je Zavod za zaštitu spomenika kulture iz Niša, pod rukovodstvom arhitekte Danice Janić. Nakon konzervacije hamam je jedno vreme korišćen za turistička razgledanja tvrđave, zatim kao ugostiteljski objekat, a od pre nekoliko godina u njemu je smešten jedinstveni muzej posvećen džez muzici.



Turski hamam

Turski hamam koji danas poznajemo nastao je kao spoj dva rituala kupanja - rimsko i tursko. Običaji koji su važili u rimskim kupatilima (termama) preuzeti su od strane Osmanlija i obogaćeni islamskim običajima.



O B J E K T I U T V R Đ A V I

Niše predstavljaju svodne prostorije u nizu 1 do 6 i 7 do 12, oko Beogradske kapije. Izgrađene su u zapadnom zidu tvrđave sa prvobitnom

namenom za odmor konja i sluga. Danas predstavljaju delove ili cele ugostiteljske objekte koji su se u njih smestili.

Niše



Kovačnica



O B J E K T I U T V R Đ A V I

Objekat je poslednji put korišćen tokom 70-ih godina XX veka kao kovačnica građevinske operative Zavoda za zaštitu spomenika iz Niša.

Zgrada Kovačnice predstavlja jednu od 5 barutana izgrađenih u tvrđavi od 1720 do 1723. godine. Smeštena je u istočnom tvrđavskom platou i naslonjena je na jednu od glavnih komunikacija. Karakterišu je masivni zidovi od lomljenog kamena, sa uglovima, dovratnicima i nadvratnicima, od kamena, peščara i opeka i uskim jednostavnim potkrovnim vencem. Četvorovodni krov je pokriven ćeramidom, unutrašnjost objekta je

zasvedena poluobličastim svodom i cela konstrukcija je utegnuta čeličnim zategama. Objekat čine dve jednake prostorije, najverovatnije izvedene u dve faze, koje nemaju međusobnu vezu, već svaka ima poseban ulaz sa istočne strane. Objekat je poslednji put korišćen tokom 70-ih godina XX veka kao kovačnica građevinske operative Zavoda za zaštitu spomenika iz Niša, pa je otuda i ostao ovaj naziv.

O B J E K T I U T V R Đ A V I

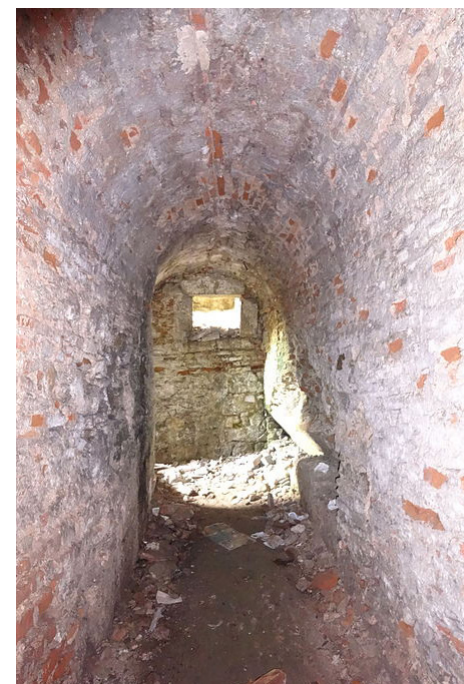
Barutane

Barutane predstavljaju vojne objekte za smeštaj oružja i municije i građene su u isto vreme kad i tvrđava u periodu od 1720 do 1723. godine. Očuvano je ukupno 5 barutana, od kojih je 4 duž severnog i severoistočnog bedema, istog gabarita i peta, malo manja, malopre opisana kao zgrada Kovačnice. Sve barutane su građene kao pravougaoni, prizemni objekti sa četvorovodnim krovom pokrivenim ćeramidom. Unutrašnja centralna četvorougona prostorija sa poluoblčastim svodom,

služila je za smeštaj baruta i municije. Ozidane su masivnim zidom od lomljenog kamena debljine preko jednog metra, oko koga se pružo poluoblčasto zasvođen uzani hodnik, koji su koristili vojnici tokom napada. Dvanaest uzanih otvora u zidovima – puškarnice, služili su kao odbrambena mesta. Uglovi, dovratnici i nadvratnici građeni su od peščara, a venac duž potkrovlja, od kamena i opeke. Ove turske barutane u niškoj tvrđavi su jedini objekti ove vrste sačuvani u Srbiji.



Barutane u niškoj tvrđavi su jedini objekti ove vrste sačuvani u Srbiji.



Stanbol kapija

Zbog svog istorijskog i arheološkog značaja, Stanbol kapija proglašena je, 23. decembra 1982. godine, za „Kulturno dobro od velikog značaja“ i pod brojem SK 289 uvedena je u centralni registar spomenika kulture u Republici Srbiji.



Stambol ili Stanbol ili Carigradska kapija u Niškoj tvrđavi jedan je od četiri ulaza (izlaza) na utvrđenom zemljanom bedemu. Ime je dobila po pravcu puta koji je vodio na istok, ka Stambolu / Carigradu (danas Istanbulu) i na jug ka Solunu. Njen položaj je na jugu tvrđave i nastavak je ulice koja se iz pravca tvrđave, preko nišavskog mosta nastavlja nekad Pokrivenom čaršijom a danas Obrenovićevom ulicom. Sa spoljne strane kapija je bila je okružena rovom ispunjenim vodom reke Nišave, tako da se do njenog ulaza moglo doći samo preko mosta. Mermerna ploča, smeštena iznad masivne drvene kapije, sa spoljne strane obložene čeličnim pločama sa celim zakivcima, sagrađena je po projektu Mustafa-age iz Sofije kada je kapija završena 1723. godine i time je obeležila završetak glavnih radova na tvrđavi. Pored bogatog orijentalnog ukrasa, u gornjem delu kapije nalaze se zupčasti i kružni otvori za topove koji su korišćeni za odbranu tvrđave i grada. U zasvođenom delu kapija ima četiri bočne prostorije koje su služile za smeštaj stražara, i zatvorsku ćeliju. **Stanbol kapija jedna je dve najbolje sačuvane kapije (od ukupno četiri iste namene) koja je najviše u funkciji, i koja je adekvatno prezentovana i kao takva postala je jedan od glavnih simbola Grada Niša.** Na samoj kapiji sačuvana su tri zapisa na kamenim pločama, jedan o izgradnji tvrđave i dva iz dva različitih perioda o izgradnji kamenog mosta na Nišavi ispred kapije.

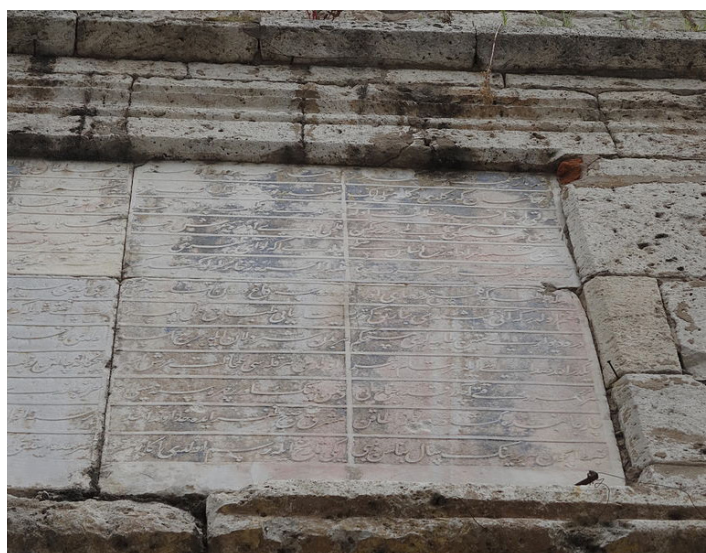
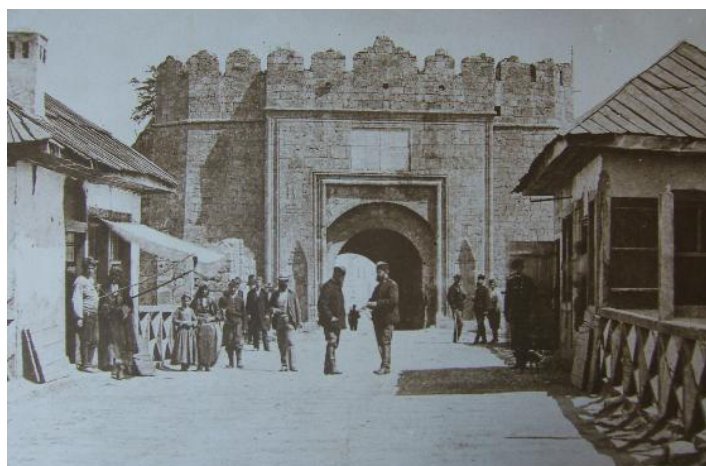
Zapis o gradnji tvrđave - Kameni zapis iznad ulaznih vrata ispisan arapskim pismom koji svedoči o tome ko je i kada gradio tvrđavu i u vreme kog sultana je to bilo. Završetak radova

Na samoj kapiji sačuvana su tri zapisa na kamenim pločama, jedan o izgradnji tvrđave i dva iz dva različita perioda o izgradnji kamenog mosta na Nišavi ispred kapije.

obeležen je svečanostima i postavljanjem ploče sa zapisom na Stambol kapiji, juna 1723, ove sadržine: »Pre godinu dana dovrši se ova gradska kapija i na njoj se podiže svod. U celoj carevini posta ova kapija najjača zaštita i Sultan Ahmed II načini niški grad najtvrdim gradom 1723 godine.

O Mehmed-pašinom mostu izgrađenom u Nišu na reci Nišavi, na kamenim pločama postavljenim na Stanbol kapiji uklesani su ovi zapisi, iz dva istorijska razdoblja (osmanskog i srpskog): Osmanski zapis »Mehmed-paša štedrotom svojim načini ovaj most. Ovim jakim mostom, kom nema ravna, prolaze danju i noću bogati i siromasi. Neka Bog nagradi osnivača ove korisne zadužbine. Ove stihove napisa Hašim u spomen mosta koji načini Mehmed-paša. Srpski zapis - Nakon oslobođenja Niša od Osmanlija, Srbi su na slobodnom delu panela ispod osmanskog zapisa, nakon obnove mosta, uklesali ovaj zapis na srpskom jeziku: Podigao vizir Mehmed-paše Budimski 1619. Obnavljan pod vladom knjaza srpskog Milana M. Obrenovića IV po osvajanju Niša 28. decembra 1877.

Zbog svog istorijskog i arheološkog značaja Stanbol kapija proglašena je, 23. decembra 1982. godine, za „Kulturno dobro od velikog značaja“ i pod brojem SK 289 i uvedena je u centralni registar spomenika kulture u Republici Srbiji. Kao osnov za upis u registar poslužilo je rešenje Zavoda za zaštitu i naučno proučavanje spomenika kulture NRS br.671/48 od 6. maja 1948. godine. Nadležni zavod koji vodi mesni registar i brigu o ovom kulturnom dobru od velikog značaja je Zavod za zaštitu spomenika kulture Niš.



Kraj robovanja

Pet vekova duga vladavina Osmanlija na ovim prostorima završena je 11. januara 1878. godine. Tog dana, Srpska zastava na Stambol-kapiji na Tvrđavi označila je kraj robovanja.



Beogradska kapija

O B J E K T I U T V R Đ A V I

Beogradska kapija u Niškoj tvrđavi jedan je od četiri ulaza (izlaza), koji danas nije u funkciji, na utvrđenom zemljanom bedemu koji su Osmanlije (tokom rekonstrukcije i dogradnje stare Antičke tvrđave) izgradile u periodu od 1719—1723. godine. Smeštena je, kao i Stanbol kapija na južni zid tvrđave, koji gleda ka zapadu i nazvana je Beogradskom jer je do nje vodio put iz Beograda ka Nišu. Sastoji se od centralnog, zasvedenog prolaza iz kojeg se pristupa u dvodelne niše – stražare. Građena je od tesanika bigra. Zapadni spoljašnji front, blago je isturen u odnosu na ravan spoljašnjeg zida i veoma bogato dekorisan plitkom

kamenom profilacijom. Zasveden ulaz ima bočno postavljene stubove, spiralno obrađene sa dekorativnim vrhovima. Na kapiji se još uvek nalaze originalne vratnice i natpis. Arheološko – istraživački radovi na i oko kapije su rađeni 1971. godine, dok su konzervatorsko – restauratorski radovi izvedeni 1989. godine. Danas je spoljna strana kapije funkcionalno i vizuelno blokirana postavljanjem tezgi i štandova »Cvetne pijace« koju su gradske vlasti postavile odmah pored zidina tvrđave. Mnoge arhitekta, arheolozi i istraživači su skloni da naglase da je lepota stila Beogradske kapije, neuporedivo najveća.



Vidin kapija



O B J E K T I U T V R Đ A V I

Vidin kapija u Niškoj tvrđavi proglašena je, 23. decembra 1982. godine, za „Kulturno dobro od velikog značaja“.

Smeštena je na severoistočni zid tvrđave, okrenuta ka putu prema bugarskom gradu Vidinu i nije sačuvana u originalu. Ostaci ove kapije se sastoje od centralne prostorije iz koje se pristupalo u po dve zasvedene bočne prostorije. Unutrašnji zid sadrži i jedan očuvan otvor. Gornji deo kapije nije sačuvan, ali je detaljno proučen posle II svetskog rata. Arheološko – istraživački radovi su izvedeni od 1984 do 1986. godine i to sondažno, pa prostor oko ove kapije nije u potpunosti do danas istražen.

Pretpostavlja se da je Vidin kapija u potpunosti bila izgrađena od tesanika bigra. Sada je pristup motorizovanim vozilima moguć kroz Vidin kapiju, izgradnjom nasipa koji je u potpunosti prekinuo tvrđavski rov. Zbog svog istorijskog i arheološkog značaja Vidin kapija u Niškoj tvrđavi proglašena je, 23. decembra 1982. godine, za „Kulturno dobro od velikog značaja“ i pod brojem SK 289 uvedeno je u centralni registar spomenika kulture u Republici Srbiji.

O B J E K T I U T V R Đ A V I

Vodena kapija

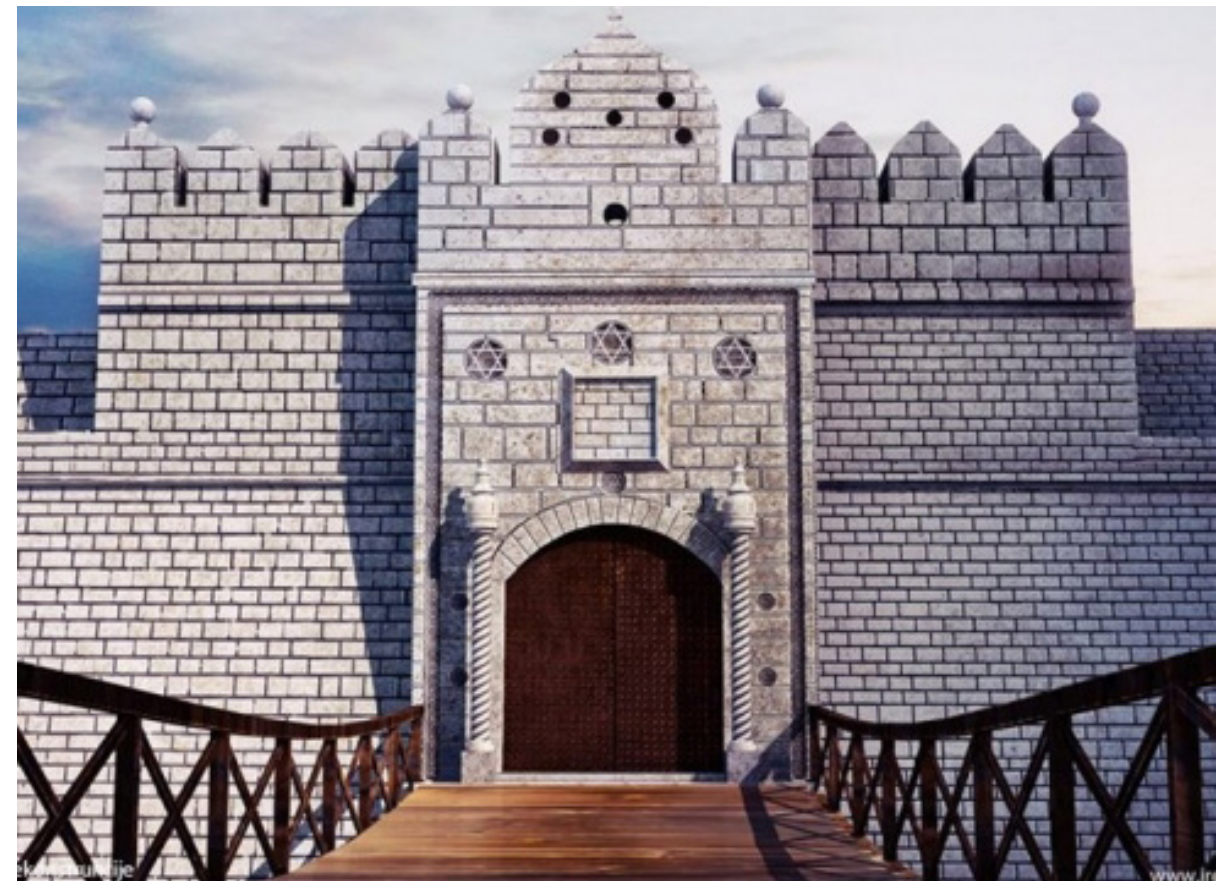
Jagodinmalska (Vodena) kapija jedna je od dve nedovoljno sačuvane kapije (od ukupno četiri iste namene) koja je van funkcije, i nije adekvatno prezentovana, stoga je prepuštena zubu vremena. Smeštena je na jugoistočnoj strani tvrđave, prema reci Nišavi. Nastavak je ulice koja se iz pravca tvrđave, preko drvenog mosta iznad kanala ispunjenog vodom, nastavljala putem prema

niškom naselju Jagodin-mala, koja i danas nosi taj naziv. Sa spoljne strane kapija je bila je okružena rovom ispunjenim vodom reke Nišave, tako da se do njenog ulaza moglo doći samo preko mosta. Spoljašnji deo kapije nije očuvan, dok se ostaci unutrašnjeg dela kapije naziru u njenim temeljima. Arheološko – istraživački radovi su izvedeni od 1961 do 1962. godine i od 1984 do 1986. godine.



Najlepša kapija tvrđave

Beogradska kapija je bila najlepša i jedna od važnih kapija Tvrđave po kojoj je Beograd-mala, samo naselje u tom delu Niša, dobilo ime.



Arheološki nalazi

Arheološki nalazi u niškoj tvrđavi otkrili su specifičnosti vezane za razne kulture koje su vekovima naseljavale ovu regiju.

Objekat sa svodovima



ARHEOLOŠKI NALAZI

Objekat pod svodovima, pozicioniran na centralnom platou tvrđave otkriven je 1982. godine.

Gradevina pod svodovima, bazilika i ulica čine jedinstven prostorni ansambl, na centralnom platou antičkog carskog Naissa. Reč je o javnom, reprezentativnom delu antičkog grada, sa svim osobinama koje odlikuju kasnoantičku, tetrarhijsku strukturu. Objekat pod svodovima, pozicioniran na centralnom platou tvrđave otkriven je 1982. godine. Radi se o kompleksu gradevina istraživanih u periodu od 1982 do 1985. godine. Na istraženom prostoru veličine 22 X 31 metar, otkrivene su četiri veće prostorije, presvedene

poluobličastim svodom zidanim od opeke. Dve su u osnovi dimenzija 7,2 X 7 metara, a dve 7,2 X 6,2 metra. U podužnom pravcu, sve su međusobno povezane uskim presvedenim koridorom. Pravac prostiranja je sever – jug, upravno na pravac popločane ulice i trobrodne gradevine uz nju. Trobrodna bazilika je smeštena uz ulicu, tačnije između ulice i objekta pod svodovima. Dekorisana je mozaicima, freskama, kao i stubovima sa kompozitnim kapitelima. Veća istraživanja na ovom objektu još nisu izvršena.

Antička ulica

Arheološkim istraživanjima niške tvrđave obavljenim 1984 i 1985. godine, otkriven je zapadni produžetak Antičke ulice (orijentacija severozapad – jugoistok), ukupne širine 5,5 metara, sada vidljive u dužini od preko 7 metara. Ulica je popločana kamenim pločama većih dimenzija (114X75 cm, 118X95 cm, 120X80 cm), nepravilnog četvorougao oblika. Na južnoj strani ulice sačuvan je uzdignuti ivičnjak, formiran od sedam kamenih greda, postavljenih jedna uz drugu. Po osovini ulice je dublji kanal, ozidan

od kamena i opeke, širine 60 cm. Uži, bočni kanal, takođe od opeke, prikupljao je atmosfersku i drugu vodu i preko kamenog slivnika, uz ivičnjak, odvodio u glavni odvodni kanal. Sa južne strane ulice sačuvana su dva stupca portika, dimenzija 70X87 cm i 85X85 cm, zidana od celih i fragmentovanih opeka, dimenzija 32X27X5 cm, dok je sa severne strane neizgrađen prostor. Širina ulice, od kanala do portika, iznosi 3,8 metara. Zidani stupci portika nižu se paralelno sa ulicom, dok je unutrašnji zid podignut za oko 0,3 metra od nivoa ulice.



Palata sa oktagonom



Oktogonalna forma glavne prostorije ukazuje na to da je palata izgrađena kao veoma luksuzna građevina i svakako je pripadala nekoj veoma uticajnoj ličnosti.

Palata sa oktagonom je otkrivena 1988. godine, kada su preduzeta prva arheološka istraživanja na Gradskom polju, severno od severnog zida tvrđave. Objekat je na osnovu pokretnih nalaza (novac Maksimina Daje pronađen u zidnom malteru), datovan u sredinu IV veka. Građevina je složenog plana, prema dosadašnjim istraživanjima 11 X 30 metara, mada se pretpostavlja da je objekat mnogo veći. Pravac pružanja duže strane palate je istok – zapad. Istočni deo objekta je potpuno istražen i sastoji se od dve centralne prostorije oktagonalnog oblika iz koje se ulazi u po dve bočno

postavljene prostorije. Oktogonalna forma glavne prostorije, koja ima veoma značajnu simboliku, ukazuje na to da je palata izgrađena kao veoma luksuzna građevina i svakako je pripadala nekoj veoma uticajnoj ličnosti. Bila je opremljena sistemom za podno i zidno grejanje, a njeni zidovi bili su dekorisani slikama u fresko tehnici. Očuvani podni mozaici po tehnici i načinu izrade mogu se svrstati u najznačajnije na prostoru Srbije. Neki od arheologa su skloni da potvrde sa velikom sigurnošću da je ova palata pripadala samom Caru Konstantinu Velikom.

Antičke terme

Delovi ove građevine otkriveni su 1952. godine, kada su vršena arheološka istraživanja na platou kod Beogradske kapije, u unutrašnjosti niške tvrđave. Istraživanja nastavljena 1953. godine, a kasnija iskopavanja 1963-64, 1970-71, 1991-95. godine potvrdila su postojanje termalnog objekta na ovom prostoru koji se prostirao na površini od oko 900 m². Na osnovu sprovedenih analiza, zaključeno je da su sačuvane skoro sve prostorije koje su pripadale termama: dve

centralne imale su namenu svlačionica (apodyterium), zapadno od njih su hladno (frigidarium) i topla (tepidarium, caldarium) kupatila, dok se na južnoj strani nalazi još jedna prostorija, nepoznate namene. Uz severozapadnu stranu termi registrovani su ostaci vizantijskog utvrđenja, a u mladim kulturnim slojevima ovog objekta, otkrivena je manja nekropola. Pokretni nalazi su iz perioda IV do VI veka.



Vizantijska ulica



ARHEOLOŠKI NALAZI

Ostaci ove ulice otkriveni su tokom istraživanja 1962 i 1963. godine i predstavljaju ostatke ranovizantijskog utvrđenja.

Vizantijska ulica u Niškoj tvrđavi jedan je od arheoloških lokaliteta i jedinstvena prostorna ambijentalna celina na centralnom platou antičkog carskog Naisa (današnjeg Niša) u neposrednoj blizini Bali-begove džamije. Ostaci ove ulice otkriveni su tokom istraživanja 1962 i 1963. godine i predstavljaju ostatke ranovizantijskog utvrđenja V i VI vek. Ulica je usmerena pravcem sever – jug i smatra se jednom od glavnih ulica tadašnjeg grada (decumanus maximus). Duž ulice su

otkopani ostaci građevina sa simetričnim stupcima. Otkriveni su i tremovi sa stupcima od opeke, kao karakterističan način gradnje za ranovizantijski period. Sve prostorije sa obe strane ulice su više puta prepravljane, što ukazuje na to da su vremenom menjale svoju namenu. Na osnovu nađenih predmeta i oruđa, sa tragovima pozlate, pretpostavlja se da su na tom mestu postojale radionice za obradu plemenitih metala, a arheološki ostaci sakralne namene, ukazuju o mogućem postojanju hrišćanske crkve.



1#



2#



3#



4#

Predeone gradske celine i istorijski spomenici

SPOMEN BISTA PESNIKINJI JELENI DIMITRIJEVIĆ (1862-1945)

Njena spomen-bista nalazi se u blizini Planinarskog doma u Tvrđavi. Tokom svog života borila se za prava žena na obrazovanje i pravo glasa, putovala širom sveta i objavljivala svoje ideje.

1#

ZGRADA NIŠKOG NAČELSTVA

Nalazi se na Keju Mike Paligorića i Šumatovačke ulice. Danas ova zgrada nosi status kulturnog dobra od velikog značaja.

2#

SPOMENIK PRVOM, ISTORIJSKOM POTPISIVANJU MEĐUDRŽAVNOG UGOVORA U NIŠU

Spomenik posvećen prvom sporazumu Srbije i Nemačke. Nalazi se ispred tvrđave i zgrade Banovine.

3#

HASAN BEGOVA (STARA ILI KRNJA) DŽAMIJA

Hasan-begova džamija je džamija smeštena u Šumatovačkoj ulici nedaleko od Rektorata Univerziteta u Nišu i predstavlja zadužbinu Hasan-bega.

4#



5#



6#



7#



8#

Predeone gradske celine i istorijski spomenici

SPOMENIK ĐURĐELINI - ĐUKI DINIĆ

Spomenik narodnoj heroini iz II svetskog rata Đuki Dinić, se nalazi u parku ispred zgrade Univerziteta.

5#

SPOMEN KAPELA ŽRTVAMA BOMBARDOVANJA SRJ, 1999. GODINE

Spomen kapela žrtvama bombardovanja iz 1999. godine nalazi se pored južnog tvrđavskog zida.

6#

KOMPLEKS SPORTSKIH TERENA

Kompleks sportskih terena smešten je u severnom rovu niške tvrđave.

7#

GRADSKO POLJE

Gradsko polje se nalazi severno od severnog bedema tvrđave i poseduje terene za streličarstvo i jahanje konja.

8#



9#



10#



11#



12#

Predeone gradske celine i istorijski spomenici

KOMPLEKS TENISKIH TERENA

Kompleks teniskih terena nalazi se u jugoistočnom rovu niške tvrđave.

9#

SEVEROISTOČNI ROV

Nalazi se u severoistočnom delu niške tvrđave.

10#

ISTOČNI ROV

Nalazi se u istočnom delu niške tvrđave.

11#

ZAPADNI ROV

Nalazi se u zapadnom delu niške tvrđave.

12#

Zaključak

Niška tvrđava, sa svojom neposrednom okolinom treba da bude predstavljena kao spomenik kulture velikih i višeslojnih vrednosti.



Niška tvrđava danas predstavlja centralni turistički lokalitet grada, najveći kulturno – istorijski spomenik u gradu, najveću oazu zelenila (22 ha) i tišine, centralnu kulturnu tačku grada, tokom letnjih meseci i sve to na samo 300 metara od strogog centra grada. Sa svojom neposrednom okolinom treba da bude predstavljena kao spomenik kulture velikih i višeslojnih vrednosti u okviru parkovski sredenog prostora pravilnim sažimanjem starih vrednosti sa novim životnim potrebama grada. Na taj način Niška tvrđava će živeti kao neodvojivo gradsko tkivo u okviru centralnog jezgra Niša.

Autor studije: **Institut za progres i saradnju regiona zapadnog Balkana**

Niška tvrđava danas predstavlja centralni turistički lokalitet grada.

Pokretanje turističke destinacije

*Prvi korak u uspostavljanju uspešne
turističke destinacije jeste
pažljivo istraživanje i planiranje.*

Početak

Ulaganje vremena u istraživanje vašeg tržišta, vaše konkurencije i pravljenje plana će vam pomoći da formirate viziju za vaše poslovanje, identifikujete mogućnosti i brzo reagujete na tržišne promene. Pre kupovine ili pokretanja turističkog biznisa poželjno je da:

- Pripremite detaljnu studiju izvodljivosti za procenu svih oblasti vašeg poslovanja i područja rizika.
- Pripremite biznis plan koji pokriva upravljanje, marketing, finansije i ljudske resurse.

Kao deo procesa poslovnog planiranja, pokušajte da odredite sledeće:

Misija

Misija je jasna izjava o svrsi vaše organizacije. Vaša misija vodi sve što radite, zašto to radite i šta želite da postignete.

Vrednosti

Vaše vrednosti odražavaju iskustvo koje nudite. Odlučite za šta se vaš biznis zalaže, zatim uspostavite filozofiju i vrednosti koje upravljaju vašim aktivnostima, kako iznutra tako i spolja.

Ciljeve

Budite precizni u vezi sa onim što želite da postignete. Vaši ciljevi mogu se odnositi na ukupni prihod ili profitabilnost, nove proizvode koje želite da lansirate ili standarde usluga za korisnike koje želite da postignete.



Republički zavod za statistiku Srbije nudi široku paletu istraživačkog materijala i publikacija koji će vam pomoći da razumete statistiku ciljnog tržišta.

Istraživanje

Istraživanje je važan prvi korak u formulisanoj uspešne strategije za vaše poslovanje. Važno je da dobro razumete turističku industriju u Srbiji, Nišu i u vašem regionu. Kroz istraživanje otkrijte ko trenutno posećuje vašu destinaciju i ko plaća iskustva slična onima koje vi nudite. Probajte da saznate sve što možete o svojim potencijalnim kupcima. Kroz istraživanje možete shvatiti potrebe vašeg tržišta, stavove i ponašanje kupaca. Istraživanje bi takođe trebalo da bude redovna poslovna praksa. Turistička industrija se stalno menja zbog ekonomskih uslova, tehnologije i kulturnih i društvenih trendova. Budite u toku sa tržišnim trendovima i promenama u industriji, to će vam pomoći da planirate i budete spremni na sve što može uticati na vaše poslovanje.

Istraživanje vam može pomoći da:

- Razumete svoje kupce
- Targetirate svoje tržište
- Razvijete svoj proizvod
- Postavite standarde usluga

Republički zavod za statistiku Srbije nudi široku paletu istraživačkog materijala i publikacija koji će vam pomoći da razumete statistiku ciljnog tržišta, uključujući:

- Turistički promet po regionima
- Mesečne statističke biltene
- Kvartalne turističke trendove
- Statističke kalendare republike Srbije

Za više informacija posetite: www.stat.gov.rs.

Ostali istraživački resursi uključuju:

- Strategiju razvoja turizma Republike Srbije za period 2016-2025

- Turističku organizaciju Srbije
- Svetsku turističku organizaciju
- Republički zavod za statistiku Srbije
- Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija

Utvrđite potražnju

Kada započinjete novi turistički biznis ili razvijate novi turistički proizvod, poput tura, smeštaja ili atrakcija, važno je znati da li postoji potražnja za onim što nudite.

Sledeća pitanja vam mogu pomoći da formirate osnovu svog istraživanja:

- Koje vrste iskustava traže posetioци vaše regije?
- Postoji li tržište za vaš proizvod ili iskustvo koje nudite?
- Da li vaš proizvod može da podnese promene trendova u industriji?
- Da li neke druge kompanije nude slične proizvode ili iskustva?
- Koliko su potrošači spremni da plate vaš proizvod?
- Koliko turista obilazi vašu regiju?

Takođe, možete dobiti korisne informacije o turistima i onome što oni traže preko lokalne turističke organizacije i turističkih informativnih centara.

Analizirajte konkurenciju

Niš ima širok spektar turističkih biznisa i iskustava. Pre nego što počnete, saznajte što više o tome šta je još dostupno na vašoj destinaciji. Dobro razumevanje konkurencije može vam pomoći da prepoznate nedostatke na tržištu tako da možete razumeti šta vaš proizvod ili iskustvo čini jedinstvenim.

Razmislite po čemu se vaš turistički proizvod razlikuje od konkurencije i zašto bi bio privlačan vašem ciljnom tržištu.

Sledeća pitanja vam mogu pomoći pri analizi konkurencije:

- Ko je vaša konkurencija?
- Kojeg je standarda njihov proizvod?
- Koji nivo usluge nude?
- Koliko često organizuju ture?
- Kakvo im je radno vreme?
- Šta su im snage i slabosti?
- Šta su im trenutne strategije?
- Da li koriste prodajne kanale trećih strana za prodaju svojih proizvoda?
- Kako kupci bukiraju njihov proizvod?

Ovaj proces će vam pomoći da identifikujete trenutne nedostatke na tržištu i potencijalne mogućnosti koje su vam na raspolaganju.

Razmislite po čemu se vaš turistički proizvod razlikuje od konkurencije i zašto bi bio privlačan vašem ciljnom tržištu. Ovo će vam pomoći da utvrdite šta izdvaja vaš biznis i identifikujete vašu jedinstvenu prodajnu ponudu.

Jedinstvena prodajna ponuda je ono što vi nudite, a vaša konkurencija ne, na primer, najviši kvalitet, najnižu cenu ili jedini proizvod svoje vrste. Više informacija o identifikovanju jedinstvene prodajne ponude sledi u poglavlju „Promocija”.

Možete pogledati slične proizvode i iskustva tako što ćete:

- Pogledati turističke biznise uključujući ture, atrakcije i smeštaje na www.srbija.travel
- Pregledati sajtove za recenzije, uključujući TripAdvisor i Booking kako biste identifikovali šta i zašto konkurencija radi dobro

- Razgovarati sa info centrima za posetioce, lokalnim savetom i ostalim turističkim biznisima kako bi stekli uvide o vašem regionu.

Razumite sezonalnost

Dobro razumevanje sezonskih fluktuacija koje utiču na vaš proizvod i vašu destinaciju značajno će vam pomoći pri vašem poslovnom planiranju. Na kvalitet sezone mogu uticati klima, vremenske prilike, školski praznici, vikendi, posebni događaji i još mnogo toga. Osigurajte da ste spremni da odgovorite na zahteve sezone i da imate odgovarajuće strategije za slabu sezonu. Ovo nas vraća pažljivom planiranju i razumevanju vašeg turističkog biznisa kao i vaše destinacije. Na primer, da li će vam trebati dodatno, pravilno obučeno osoblje u određeno doba godine? Kakav će vam biti protok novca u slabijim sezonama? Možete li predstaviti promocije i pakete u mesecima kada posao ide slabije?



Dobijanje pravih saveta

Licence za turizam

Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija

Možda će vam biti potrebne određene državne licence i dozvole pre nego što započnete svoj turistički biznis. Sve informacije možete dobiti tako što ćete kontaktirati Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija.

www.mtt.gov.rs

YUTA - Nacionalna asocijacija turističkih agencija

YUTA je osnovana 1954. godine i posluje kao strukovna neprofitna organizacija. Imala je različite oblike organizovanja, obim i sadržaj rada i uvek važan uticaj na razvoj turizma Srbije.

Neke od prednosti članstva u YUTA su:

- Informisanje o najbitnijim vestima i dešavanjima u oblasti turizma.
- Podaci - aktuelni propisi, uputstva, ostali sadržaji bitni za poslovanje agencija.
- Saveti - pravni saveti advokata YUTA.
- Edukacija - učešće na edukativnim kursovima iz oblasti turizma uz posebne uslove za članice.

- Podsticajna sredstva - učešće u projektima YUTA koje podržavaju nadležni organi i međunarodne institucije.
- Kontakti - uspostavljanje poslovnih odnosa sa partnerima iz komplementarnih delatnosti.
- Ušteda - nastupi na domaćim i inostranim sajamskim manifestacijama po povlašćenim cenama, postavljanje banera na YUTA websajt po povlašćenim uslovima, besplatno dostavljanje informacija i ponuda partnerima...

Savetnici

Računovođa, finansijski savetnik ili Knjigovođa

Ovi stručnjaci vam mogu pomoći da:

- Predvidite troškove poslovanja, tokove gotovine i potrebe za prometom.
- Utvrdite da li imate dovoljno sredstava za ulaganje ili koliko ćete trebati da pozajmite.
- Finansijski upravljate svojim biznisom.
- Napravite svoj budžet.

Pravni savetnik

Advokata ili drugog pravnika biste trebali



Y U T A
YUTA je osnovana 1954. godine i posluje kao strukovna neprofitna organizacija. Imala je različite oblike organizovanja, obim i sadržaj rada i uvek važan uticaj na razvoj turizma Srbije.

konsultovati u vezi bilo kojeg ugovornog ili drugog pravnog aranžmana koji se tiče vašeg biznisa, na primer:

- Ugovori o zakupu
- Prodaja poslovnih ugovora
- Uspostavljanja biznisa
- Operativni ugovori

Osiguravajuća kuća ili broker

Razgovarajte sa osiguravajućom kućom ili brokerom da utvrdite koje će vam osiguranje biti potrebno:

- Javna odgovornost
- Oštećenje imovine
- Gubitak prihoda
- Kompenzacija za radnike.

Turistički konsultanti

Ovi konsultanti poseduju veliko lokalno znanje i nude niz veština i iskustava u razvoju proizvoda, marketingu i operativnom upravljanju. Definišite jasno svoja očekivanja kako biste osigurali pravu uslugu.

Turistički operateri

Razgovarajte sa operaterima u sličnim ili komplementarnim biznisima. Drugi operateri mogu pružiti sjajne uvide i biti vredni kontakti i partneri.

Turističke organizacije

Turistička organizacija Niša, info centri za posetioce i lokalni saveti mogu pružiti širok dijapazon informacija o turizmu u vašoj regiji.

Pre nego što poverite drugima bilo kakve aspekte svog poslovanja, proverite da li imate realan budžet i potpuno razumevanje načina na koji želite da zadatak bude završen.

Saradnja sa drugim biznisima

Za pokretanje i vođenje biznisa potrebne su odlične veštine upravljanja vremenom. Morate izdvojiti i finansijske i ljudske resurse i odlučiti ko bi trebalo da obavlja različite zadatke uključene u vođenje vašeg biznisa. Možda biste želeli da razmislite kako biste mogli da uštedite potencijalno vreme, novac i energiju outsorsingom nekih zadataka.

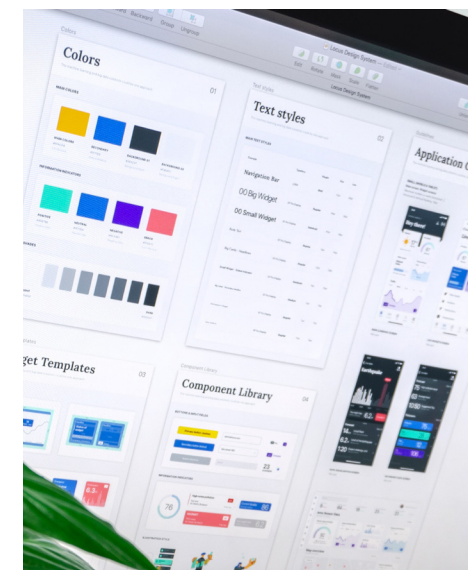
Na primer, mnogi vlasnici manjih smeštaja smatraju da bi bilo isplativije da potroše svoje vreme na marketing i razvoj, a ne na čišćenje. Oni se mogu odlučiti za angažovanje kompanije koja se bavi čišćenjem kako bi mogli da se koncentrišu na izgradnju poslovanja.

Pre nego što poverite drugima bilo kakve aspekte svog poslovanja, proverite da li imate realan budžet i potpuno razumevanje načina na koji želite da

zadatak bude završen. Obezbedite kompaniji/izvođaču jasne smernice oko zadataka koje ste tražili od njih. Na primer, ako angažujete profesionalnog veb programera da napravi vašu veb stranicu, jasno ga obavestite o očekivanim ishodima, rokovima i konačnim cenama.

Područja vašeg poslovanja koja bi mogla biti vredna outsorsinga:

- Izrada veb sajta
- Kopirajting
- Dizajn i štampanje brošura
- Fotografija i video
- Održavanje sajta
- Čišćenje



Kreiranje proizvoda



Umesto da targetirate svakoga, usredsredite se na jedno ciljno tržište, a zatim dalje uđite u segmente tržišta da biste pronašli svog idealnog kupca.

Kreiranje i razvoj vašeg turističkog proizvoda, poput tura, atrakcija ili smeštaja, često je zabavni deo pokretanja posla. Kako će izgledati vaše sobe, kuda će ići vaše ture i šta će doživeti vaši klijenti? Baš kao finansijska strana vašeg poslovanja, kreiranje vašeg proizvoda zahteva detaljno planiranje i istraživanje.

Razumevanje kupca

Kako sve više ljudi putuje i deli svoja iskustva na internetu, a i šire, potrošači su više informisani o turističkim proizvodima i iskustvima. Savremeni putnik postaje sve zahtevniji, tražeći jedinstvena i prilagođena iskustva.

Pre nego što kreirate svoj turistički proizvod, dobro je znati koga želite da targetirate.

Umesto da targetirate svakoga, usredsredite se na jedno ciljno tržište, a zatim dalje uđite u segmente tržišta da biste pronašli svog idealnog kupca. Tržište se sastoji od manjih segmenata koji odražavaju različite ukuse, interese, vrednosti i prioritete ljudi. Da biste pronašli svog idealnog kupca, moraćete da potražite tržišni segment koji će verovatno biti zainteresovan za vaš proizvod. Obavezno dobro istražite njihova interesovanja, navike trošenja i obrasce putovanja. Što više istražite, bolje ćete razumeti svog kupca i veća je verovatnoća da ćete moći da prilagodite svoj proizvod njihovim potrebama i učinite vaše tržište efikasnim.

Nakon što identifikujete svog idealnog kupca, revidirajte svoj proizvod i procenite kako se iskustvo koje nudite poklapa sa njihovim konkretnim potrebama.

Razmislite o svakoj fazi i procesu korisničkog iskustva iz ugla kupca.

Put kupca:

- Kako će da bukiraju i plate?

- Koliko će novca da potroše?
- Kakav će im biti prvi utisak?
- Čega će se najviše sećati?

- Hoće li reći svojim prijateljima i bukirati ponovo?
- Kako će da vas nađu?

Pokušajte da pronađete načine kako da ne samo udovoljite potrebama vašeg idealnog kupca, već i da nadmašite njihova očekivanja.

Na primer, ako odlučite da su srpski milenijalci vaši idealni kupci, možda biste želeli da razmotrite sledeća pitanja:

- Da li ste prisutni na internetu? Da li je vaš veb-sajt spreman za mobilne telefone?
- Postoje li prilike za vaše kupce da naprave fotografije koje mogu da koriste za aplikacije, kao što je Instagram?
- Postoje li načini da u lokalno iskustvo uključite lokalne proizvode?
- Postoje li prilike za vaše kupce da čuju lokalne priče i povežu se sa ljudima?

Domaće tržište

Za većinu turističkih biznisa u Nišu, posetioци iz cele Srbije, poznatiji kao domaće tržište, čine većinu rezervacija, samim tim trebalo bi da budu primarno ciljno tržište. Unutar domaćeg srpskog tržišta postoji niz segmenata sa sopstvenim preferencijama, interesovanjima, demografijom i razlozima za putovanje.

Kome se vaš proizvod obraća?

N A D G L E D A N J E P R O I Z V O D A
Obavezno redovno nadgledajte proizvod i doživljaj koji nudite i vidite da li postoje načini da se oni poboljšaju kako bi udovoljili potrebama vaših trenutnih i potencijalnih kupaca.

Trendovi putnika

Turizam je industrija koja se stalno menja, što je jedan od mnogih aspekata koji ga čine tako korisnim. Trudite se da budete u toku sa tržišnim trendovima, kako biste mogli stalno da se prilagođavate i razvijate. Prilagodljivost promenama takođe vam može pomoći da se istaknete u odnosu na svoje konkurente. Na primer, možete da olakšate pretragu i rezervaciju svog biznisa putem mobilnih telefona pre nego što druge kompanije u vašem regionu počnu to da rade.

Kao turistički operater redovno ćete pratiti trendove putovanja - možda dočekujete više mladih putnika ili ste identifikovali povećanje u last minute mobilnim rezervacijama.

Obavezno redovno nadgledajte proizvod i doživljaj koji nudite i vidite da li postoje načini da se oni poboljšaju kako bi udovoljili potrebama vaših trenutnih i potencijalnih kupaca.

Istražite trenutne trendove kod potrošača i sa stanovišta svojih kupaca razmislite:

- Da li iskustvo koje nudite odražava vrednosti i interese vaših kupaca?
- Kako možete dodati još lokalnog osećaja iskustvu koje nudite?
- Da li su vreme, dužina i učestalost vaših obilazaka dobri?
- Da li su vaše hotelske sobe pogodne za tržište?
- Možete li ponuditi više lično, interaktivno iskustvo?
- Da li je vaš korisnički servis personalan, efikasan i privlačan?
- Vaš sajt— da li je moderan, ažuriran, pogodan za mobilne i lak za pronalaženje?
- Koliko je lako rezervisati vaš proizvod? Da li imate opciju za onlajn buking i radite sa distribucionim partnerima?
- Vaše društvene mreže — da li objavljujete redovno i komunicirate sa svojim kupcima?
- Da li su vaši marketinški materijali sveži, sa novim slikama, videima i prezentuju atraktivan, savremeni dizajn?
- Da li vaši marketinški materijali zadovoljavaju potrebe vaših idealnih kupaca?

Kada razmotrite načine kako da unapredite svoj biznis i iskustvo kupca, napravite plan i postavite rok za koji ćete to implementirati u svoj biznis.



O P E R A T I V N I T R O Š K O V I

Operativni troškovi obuhvataju i fiksne troškove, kao što su iznajmljivanje i osiguranje, i promenljive troškove, kao što su zarade, električna energija, marketing, održavanje i popravke.

Formiranje cena

Jedan od ključnih faktora za uspeh u turističkoj industriji je koliko cenite svoj proizvod. U turističkoj industriji cena se često navodi kao stopa. Da biste osigurali da potrošači kupuju vaš proizvod, a distributeri ga promovišu, vaše cene moraju biti konzistentne, tačne i konkurentne

Glavni faktori za formiranje cena:

- Operativni troškovi
- Marža
- Troškovi distribucije

Operativni troškovi obuhvataju i fiksne troškove, kao što su iznajmljivanje i osiguranje, i promenljive troškove, kao što su zarade, električna energija, marketing, održavanje i popravke. Obavezno uključite sve troškove poslovanja.

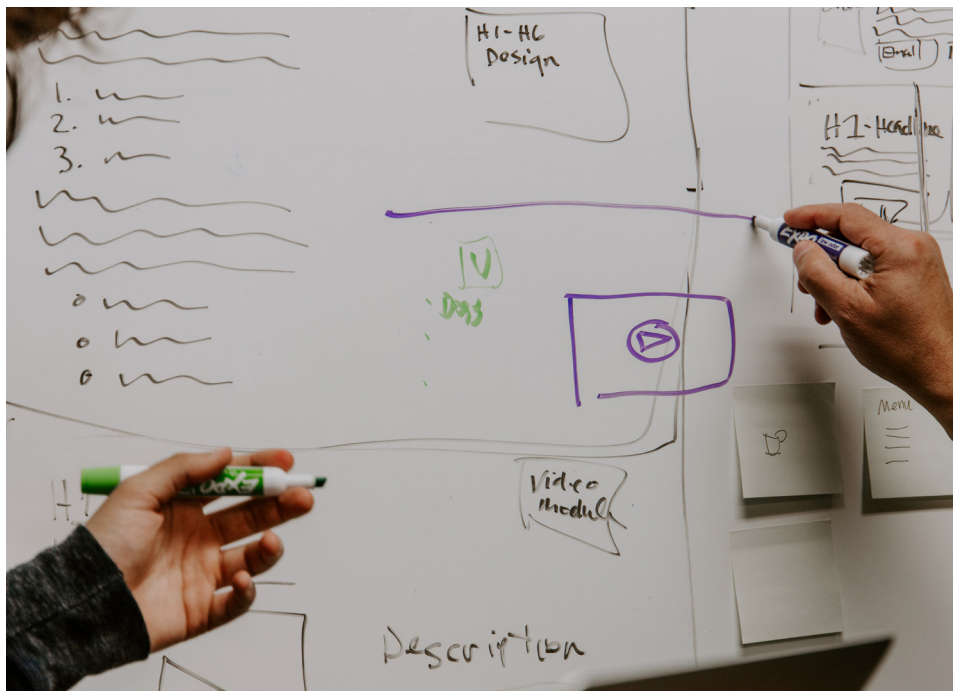
Vaša profitna marža je iznos za koji vaš prihod premašuje vaše troškove. Variraće

od posla do posla. Budite realni kada računate svoje troškove kako biste osigurali da su vaše cene formirane tako da ostvaruju profit.

Troškovi distribucije su troškovi koji su povezani sa prodajom vaših proizvoda putem drugih kanala prodaje, kao što su hotelski savetnici i turistički agenti. To vam omogućava da proširite promociju i prodaju svog turističkog proizvoda i povećate svoju vidljivost. Rad sa distributivnim partnerima ima i druge troškove, kao što su provizije.

Pre nego što odredite svoje cene, takođe morate uzeti u obzir:

- Vašu konkurenciju — šta oni naplaćuju?
- Vašeg idealnog kupca — šta želi da plati?
- Sezonálnost — hoće li vaše cene varirati sezonski?
- Tržišna očekivanja — da li je vaša cena u skladu sa ovim?



Pro mocija

Jedinstvena prodajna ponuda je izjava koja opisuje šta turističko iskustvo koje nudite čini posebnim i jedinstvenim i objašnjava ono što nudite, a razlikuje se od ostalih na tržištu.

Bilo da pokrećete novi turistički biznis ili već neko vreme poslužete, promovisanje vašeg biznisa i privlačenje kupaca može biti izazov. Marketinški pejzaž se neprestano menja i potrošači su preopterećeni informacijama. Stvaranje jasne vizije za vaš proizvod pomoći će vam da se probijete i efikasno se plasirate pravoj publici. Odatle početi?

razlikuje se od ostalih na tržištu. Možete koristiti svoju JPP kao marketinški alat za pomoć u prodaji vašeg proizvoda. Dobra JPP je upečatljiva i nezaboravna.

Vaša JPP može vam pomoći da usmerite vaše marketinške aktivnosti, od brendinga, slika, videa i tona koji koristite pri izradi kopija.

Ova studija će vam pomoći da razumete alate potrebne za promociju vašeg turističkog biznisa: slike, video i sadržaj koji će biti potrebno da kreirate, kao i neke od ključnih marketinških aktivnosti koje treba preduzeti. Takođe ćete saznati kako se možete uključiti u dešavanja kroz Turističku organizaciju Niša kako biste proširili marketinški domet.

Identifikujte svoju jedinstvenu ponudu

Posredovanje pravih alata pomoći će vam da efikasno prodate svoja turistička iskustva. *Ovi alati uključuju:*

- Jedinstvenu prodajnu ponudu
- Kopi
- Slike i videoe
- Branding

Jedinstvena prodajna ponuda

Jedinstvena prodajna ponuda (JPP) je izjava koja opisuje šta turističko iskustvo koje nudite čini posebnim i jedinstvenim i objašnjava ono što nudite, a

Identifikujte svoju JPP:

Kreiranje vaše JPP može zahtevati malo istraživanja. *Za početak je dobro da pokušate da razmišljate poput svojih kupaca, a zatim prodete kroz sledeće sugestije:*

- Navedite pojedinosti koje čine vaš proizvod jedinstvenim
- Identifikujte za šta se zalaže vaš biznis
- Objasnite lokaciju svog proizvoda i blizinu glavnih centara
- Odgovorite na primarno pitanje svog kupca: "Zašto to mene treba da zanima?"
- Osigurajte da vaša JPP sadrži elemente vašeg proizvoda koji odgovaraju vašem idealnom kupcu
- Prepoznajte aspekte svog proizvoda koje vaši konkurenti ne mogu imitirati
- Kreirajte svoju JPP sa jednom do dve kratke, upečatljive i jasne rečenice bazirane na osnovu onoga što ste iznad identifikovali.

Kvalitetan copy stvara dobar prvi utisak i prenosi profesionalizam.

Napravite svoj copy

Copy je pisani sadržaj koji koristite na svom sajtu, brošurama, informativnim lifletima i bilo kojim drugim promotivnim alatima - reči koje koristite da biste opisali vaš biznis. Sjajan copy prikazuje iskustvo koje nudite, inspiriše vaše kupce i postavlja jasna očekivanja od vašeg proizvoda.

Kvalitetan copy stvara dobar prvi utisak i prenosi profesionalizam. Loše napisan copy ne izaziva pažnju i može se negativno odraziti na vaše poslovanje. Ako niste vešt pisac, razmislite o tome da unajmite profesionalnog kopirajtera koji bi se uključio u izradu copy-a za vaš biznis.

Efektivan copy:

- **Prodaje iskustvo**, a ne samo proizvod
- **Razgovara:** zamislite da razgovarate lično sa kupcima
- **Je opuštajući**, prirodan i neformalan.
- **Ima u vidu vašu publiku:** imajte na umu svoje kupce, učinite kopii ličnim, dajte im potrebne informacije i pomozite im da razumeju.

Pre nego što počnete, uradite istraživanje o svojoj publici - što više informacija imate, više ćete moći da se poistovetite sa njom. Planirajte svoj copy, bilo da je reč o brošuri, veb stranici, lifletu, društvenim mrežama ili postu na blogu, mislite osvojoj publici, o cilju copy-a, kao i koju poruku i informacije treba da prenese.

Sastavite svoj copy koristeći sledeće savete:

Budite koncizni - Ponekad je jedna reč bolja od tri

Koristite moćne rečenice - Koristite kratke i aktivne rečenice

Koristite jednostavne reči - Izuzmite reči koje ne biste koristili u stvarnom životu

Imajte jasnu poentu - Koristite kratke i jasne rečenice kako biste osigurali lakši pregled ključnih informacija

Ne ponavljajte superlative - Uredite kopii proverite da li ima ponovljenih superlativa poput „divno vreme u divnom pejzažu“.

Mislite o izgledu - Prvo stavite najvažnije informacije, koristite lako čitljive fontove i održavajte razmak i veličine u skladu.

Počnite i završite jako - Privucite pažnju čitalaca odmah, zadržite ih, a zatim im dajte razlog da preduzmu akciju

Tražite mišljenje - Zatražite od pisca ili urednika da pročita vaš copy. Poslušajte njihove savete i izvršite izmene.

Napravite slike

Privlačne slike prenose suštinu vašeg proizvoda efikasno i snažno. Upečatljive slike privlače pažnju i mogu se istaći u današnjem preplavljenom digitalnom svetu. Slike koje nadahnuju i stvaraju snažnu vezu motivisače vaše kupce, ohrabriti ih da saznaju više i izvrše rezervaciju.

Preporuke za upečatljive slike:

- Uključite ljude (promotere) sa kojima se mogu povezati vaši idealni kupci, na primer ako ciljate porodični sektor, koristite slike porodica koje uživaju u

vašem proizvodu

- Prikažite destinaciju i lokaciju vašeg biznisa
- Pokušajte biti prirodni. Pobrinite se da je vaš promoter opušten
- Učinite slike živahnima. Uključite ljude - bez praznih restorana, hotelskih soba ili turističkih autobusa
- Pokažite ljude koji se bave aktivnostima - aktivne slike su idealne
- Obratite pažnju na sastav - uzmite u obzir šta se događa u pozadini, kakvo je osvetljenje, boja i pokret

Najbolji saveti pri radu sa profesionalnim fotografom:

- Izaberite fotografa sa komercijalnim iskustvom i tražite da vidite primere prethodnog rada.
- Navedite detalje o tome kakve fotografije želite. Pokažite druge slike iz svog biznisa ili sličnih iskustava koje vam se sviđaju.
- Osigurajte da slike nisu zaštićene autorskim pravima, tako da ih možete koristiti u nedogled.
- Postarajte se da imate potpisanu izjavu o ustupanju prava na korišćenje umetničkog identiteta od promotera koji se pojavljuju na svim slikama i da su prava na korišćenje jasno navedena.

Kakve slike vam trebaju?

- **Glavne slike:** ovo su ključne slike koje predstavljaju glavni fokus vašeg proizvoda i mogu se koristiti na brošurama i veb sajtu.
- **Prateće slike:** ove fotografije prikazuju više detalja o vašem proizvodu i mogu uključivati vrste soba, izlete, aktivnosti i menije. Vazdušni snimci vaše lokacije takođe su vizuelno moćni.
- **Slike za medije:** od suštinske je važnosti imati profesionalne slike koje ćete dostaviti medijima.
- **Realne slike:** idealne su za društvene mreže i možete ih napraviti vi, vaše osoblje ili kupci.



Napravite videe

Sve više i više biznisa uspešno koristi videe da bi prikazali iskustva koja nude. Video snimci oživljavaju vašu priču i iskustvo koje nudite. Bilo bi dobro da turistički biznisi razmotre stvaranje dugih i kratkih video sadržaja za svoje proizvode.

Alati za kreiranje videa su sada u našim džepovima - gotovo svi imaju pametni telefon za koji postoji mnoštvo aplikacija koje vam pomažu da uređujete jednostavne video snimke na svom uređaju. Nova video tehnologija je takode dodala potpuno novu dimenziju stvaranju videa sa snimcima iz vazduha i akcija koje je mnogo lakše snimiti. Video alati od 360 stepeni takode omogućavaju lako prikazivanje kompletnog iskustva koje nudite i odredišta. Takode je lakše deliti svoje videe sa svojim kupcima preko YouTube-a i na društvenim platformama, uključujući Facebook i Instagram.

Kakvi videi vam trebaju?

- **Glavni videi:** profesionalno urađen video koji prikazuje vaš biznis, šta vas čini jedinstvenim, gde se nalazite i zašto bi kupci trebalo da vas posete.
- **Prateći videi:** zabavite sei stvorite niz kratkih videa (15-60 sekundi) za upotrebu na društvenim mrežama i vašem veb sajtu. Oni bi mogli da odgovore na često postavljana pitanja, prikazu svaku od vaših različitih tura i iskustava

ili prikazu vašu destinaciju - opcije su beskrajne. Nastojte da redovno ažurirate veb stranicu i platforme društvenih mreža novim snimcima. Pre nego što počnete snimanje, razmislite o svrsi svojih videa i poruci koju želite da prenesete.

Privlačni videi:

Razgovaraju sa vašom publikom - baš kao i vaš kopi i slike, razmislite kome se obraćate.

Su zabavni i uzbudljivi - Prikažite ličnu notu vašeg biznisa u videu.

Koriste kvalitetnu produkciju - Razmotrite pozadinu i kompoziciju, uključujući dobro osvetljenje. Čak i ako to radite sami, odvojite vreme da ispravite šta treba i izbegnete podrhtavanje ruku.

Su koncizni - Imaju različito trajanje, obično od 15 sekundi, 30 sekundi, 60 sekundi i 90 sekundi, ali ne više od tri minuta.

Snimci iz vazduha putem bespilotne letelice mogu biti pristupačan način snimanja jedinstvenog pogleda na vaš proizvod i destinaciju.

Izgradite brend

Vaš marketinški poduhvat može biti uspešniji u privlačenju vašeg idealnog kupca uz konstantno brendiranje. Pre nego što počnete promovisanje svog biznisa pomoću vešto izrađenog kopija, prelepih



O N L A J N P R I S U T N O S T
Dobra onlajn prisutnost je od vitalnog značaja kako bi se osiguralo da vaši idealni kupci lako pronađu vaš biznis kada istražuju svoja moguća putovanja na internetu.

slika i videa, budite sigurni da konstantno brendirate sve svoje marketinške materijale. Razmislite o radu sa grafičkim dizajnerom na stvaranju brenda koji uključuje:

Logo - sa smernicama o tome kako i gde da ga koristite.

Boje brenda - dve do četiri boje koje se slažu uz vaš logo.

Fontovi brenda - dva ili trifonta za naslove, podnaslove i tekst.

Stilski vodič - uključuje ton obraćanja za sve kopije i kako zajedno koristiti sve elemente.

Digitalni marketing

Nakon što shvatite šta čini iskustvo koje nudite i imate svoje marketinške alate, vreme je da razvijete svoj marketinški plan kako biste privukli posetioce. Dobar

marketinški plan uključuje kombinaciju onlajn i oflajn aktivnosti kao što su digitalni marketing, mediji, odnosi sa javnošću i lokalna promocija. Vredi napraviti nekoliko istraživanja kako biste odlučili koji će kanali najpre dopreti do vaših idealnih kupaca.

Postoji mnogo templejta marketinških planova dostupnih onlajn - envato.com je dobro mesto započetak.

Efikan marketinški plan uključuje miks:

- Digitalnog marketinga
- Medija i odnosa sa javnošću
- Oflajn marketinga

Dobra onlajn prisutnost je od vitalnog značaja kako bi se osiguralo da vaši idealni kupci lako pronađu vaš biznis kada istražuju svoja moguća putovanja na internetu. Postoji mnogo načina da se vaš biznis plasira na internetu, tako da ne možete biti u potpunosti sigurni odakle

Društvene mreže vam pomažu da delite svoje priče u internet zajednici i doprete do potencijalnih kupaca.

da počnete.

Postoje tri osnovna alata za digitalni marketing koji mogu da olakšaju klijentima da pronadu vaš turistički biznis onlajn:

- Veb sajt
- Kanali društvenih mreža
- Onlajn liste

Veb sajt

Vaš veb sajt je središte svih vaših onlajn marketinških aktivnosti i trebalo bi da bude:

- **Jednostavan za upotrebu:** Jednostavan za upotrebu, dizajniran tako da ima u vidu vaše kupce i olakšava im snalaženje, pronalaženje informacija koje su im potrebne, rezervaciju proizvoda i kontaktiranje vaše kompanije
- **Svež i moderan**
- **Prilagođen za mobilne uređaje:** Vaši kupci često pretražuju na svojim mobilnim uređajima (telefonima i tabletima). Veb sajt prilagođen mobilnim uređajima pruža bolje onlajn iskustvo vašim klijentima dok su u pokretu
- **Optimizovan za onlajn pretragu** i da poseduje ključne reči u svom sadržaju.
- **Vizuelno moćan:** sadrži visoko kvalitetne slike i videe
- **Lak za povezivanje i da ima jasne pozive na akciju** koji uključuju vaš telefon, e-mail, obrasce za kontakt i veze ka društvenim mrežama
- **Lak za bukiranje** pomoću onlajn buking agencije
- **Povezan sa vašim ostalim onlajn aktivnostima**, kao što su društvene mreže, medijski članci ili spoljni veb sajtovi. Ovo gradi autoritet veb sajta i pruža korisnicima dodatni sadržaj koji im je možda potreban.

Društvene mreže

Društvene mreže vam pomažu da delite svoje priče u internet zajednici i doprete

do potencijalnih kupaca. Putnici koriste društvene mreže u svim fazama ciklusa putovanja - od sanjarenja i traženja inspiracije za putovanja, planiranja i rezervisanja, do doživljaja i deljenja svojih priča sa putovanja.

Istražite koje društvene mreže koristi vaš idealan kupac kad odlučujete koje ćete kanale koristiti za svoj digitalni marketing.

Facebook i Instagram mogu biti veoma efikasne platforme za turističke biznise.

Obe imaju funkciju biznis stranice koju je jednostavno podesiti i početi objavljivanje. Takođe pružaju usko ciljane, plaćene opcije reklamiranja.

YouTube je koristan za deljenje vašeg video sadržaja kako biste inspirisali kupce.

Facebook

- Podesite biznis stranicu
- Objavljujte kvalitetan sadržaj: tekst, slike, videe (uključujući 360 video)
- 'Lajkujte' stranice drugih turističkih biznisa u Nišu i vaše lokalne turističke organizacije.

Instagram

- Podesite biznis stranicu
- Objavljujte privlačne slike u visokoj rezoluciji
- Koristite **#heštegove** da bi vaše objave mogle lakše da se pronadu.

YouTube

- Podesite biznis kanal
- Postavite kvalitetne videe
- Optimizujte videe za pretraživanje opisom bogatim ključnim rečima
- Linkujte svoje video snimke na svoju veb stranicu i delite ih na društvenim mrežama.

DELJENJE POSTOVA
Negujte svoj sadržaj tako što ćete deliti postove, slike i korisne informacije od drugih ljudi.

Saveti za društvene mreže

- Ne zaboravite da su mreže društvene. Ljudi koriste društvene mreže da bi komunicirali sa porodicom i prijateljima. Neka sadržaj bude zanimljiv, nadahnjujuć i privlačan, a ne „reklama za prodaju“.
- Budite kreativni i pametni sa opisima - dajte klijentima uvid u to gde su slike napravljene i šta tamo mogu da rade
- Negujte svoj sadržaj tako što ćete deliti postove, slike i korisne informacije od drugih ljudi. Na Instagramu uvek prvo tražite dozvolu i uvek navedite i zvor pri deljenju tuđih slika
- Napravite raspored kada objavljujete postove i pridržavajte ga se
- Pratite veće zajednice kao što su **Turistička organizacija Niša, Turistička organizacija Srbije** i svoje lokalne marketinške organizacije - priključite im se i iskoristite njihove platforme
- Razmislite o korišćenju alata za nadgledanje društvenih mreža koji će vam pomoći da pojačate svoju društvenu prisutnost, povećate svoju publiku i upravljate svojim društvenim kanalima.

Onlajn liste

Postoji mnogo veb sajtova na kojima možete besplatno da stavite svoj proizvod na onlajn listu. Dodatne liste će povećati vaše prisustvo na mreži, povećaće optimizaciju vašeg biznisa za pretragu i pomoći će privlačenju drugih biznisa na vaš veb sajt.

Priključite se

Tripadvisor je američka kompanija koja se onlajn bavi putovanjima putem mobilne aplikacije i veb sajta na bazirecenzija korisnika. Tripadvisor nudi usluge koje uključuju rezervisanje smeštaja, prevoza, iskustava i restorana. Tripadvisor.com je dostigao 463 miliona poseta mesečno u 2019. Veb sajt ima verzije za 48 tržišta i 28 jezika širom sveta. Sadrži oko 859 miliona recenzija i oko 8,6 miliona objekata - uključujući 4 miliona hotela, gostionica, noćenja sa doručkom i specijalnih smeštaja, 842.000 nekretnina za iznajmljivanje, 5,2 miliona restorana i 1,2 miliona putničkih iskustava širom sveta.

Tripadvisor vam nudi priliku da predstavite svoj turistički proizvod velikom tržištu u najboljem svetlu. Sve što je potrebno da uradite je da napravite svoj nalog i unesete informacije o vašem proizvodu.

Pregledajte liste

Kupci sve više veruju mišljenjima onlajn kupaca i koriste veb stranice za recenzije kako bi im pomogli u planiranju putovanja. Prisustvo na biznis listi sajtova za recenzije može poboljšati ugled vašeg biznisa i pozitivno uticati na privlačenje posetilaca.

Sajtovi za recenzije su besplatan, efikasan način za promociju vašeg biznisa. Neki od ključnih sajtova su:

- TripAdvisor
- Google my business
- Bing places for business
- Facebook business page
- Yelp
- Recenzije se rade i preko platformi za rezervaciju i distribucionih partnera kao što su: hotelscombined, hotels.com, expedia, booking...



Kada svojim klijentima pružite nezaboravna iskustva koja prevazilaze njihova očekivanja, to povećava šanse da će oni preneti svima o vašem biznisu.

Kao i društvene mreže, važno je razmotriti koje veb stranice za recenzije koriste vaši kupci, na primer, Yelp je popularan na američkom tržištu.

Kada svojim klijentima pružite nezaboravna iskustva koja prevazilaze njihova očekivanja, to povećava šanse da će oni preneti svima o vašem biznisu.

Uz toliki broj veb sajtova koji su dostupni kupcima, dosledan nadzor vaše onlajn reputacije može vam oduzeti mnogo vremena. Kako biste imali dobar pregled više veb sajtova, razmislite o ulaganju u platformu za upravljanje pregledima, koja vam može pomoći da promovirate vaše poslovanje i uočite bilo koja negativna iskustva sa klijentima.

Postarajte se da vaš biznis bude na listi na ključnim veb sajtovima za recenzije koje koriste vaši potencijalni kupci:

- Zatražite unos svog biznisa: optimizujte ga opisom i slikama biznisa
- Podstaknite svoje kupce da napišu recenziju
- Pratite svoje recenzije i odgovarajte na pristojan način
- Koristite sve povratne informacije kako biste poboljšali svoj biznis

Mediji i odnosi sa javnošću

Stvaranje pozitivnih odnosa sa javnošću (PR) i izgradnja jake veze sa medijima može biti efikasno promotivno sredstvo za vaš biznis. Što se više vaš proizvod ističe u ciljanom medijskom sadržaju, postajete vidljiviji potencijalnim kupcima.

Medijski kanali koje biste mogli da razmotrite su novine, časopisi, televizija, radio i digitalni mediji poput veb sajtova, blogova i platformi društvenih mreža. Postoji izreka: "Reklama je kad sami kažete da ste dobri. PR je kad

unajmite nekoga da kaže da ste dobri" (Jean-Louis Gassée).

Reklamiranje: plaćanje medijskog prostora

- Plaćeno
- Vlasnik biznisa ima potpunu kontrolu prostora za oglašavanje
- Povećava izloženost
- Garantovan plasman

PR: obezbeđivanje editorijala u medijima

- Besplatno
- Sadržaj kontroliše novinar
- Vlasnici biznisa mogu uticati na ono što se pojavljuje
- Pruža potvrdu treće strane
- Nije garantovan plasman



Razmislite kako će izgledati na polici, gornja trećina brošure je ono što će kupac prvo videti.

Oflajn marketing

Oflajn marketing se odnosi na tradicionalne oblike marketinških materijala kao što su:

- Brošure
- Vodiči za posetioce
- Signalizacije
- Lokalna partnerstva

Brošure

Štampane brošure i dalje su važan prodajni instrument za turističke biznise, posebno kada posetilac dođe na svoje odredište. Mnogi će uzimati brošure iz lokalnog Centra za posetioce, iz njihovog smeštaja ili na aerodromu. Posetite prometno turističko mesto i videćete posetioce koji listaju vodiče, mape i brošure za posetioce.

Koje informacije bi trebalo da navedete?

- Vašu jedinstvenu prodajnu ponudu
- Nabrojte detalje o turama, sobama ili aktivnostima
- Vreme polaska ili radno vreme
- Gde mogu da vas nađu: adresa, mapa i informacije o javnom prevozu
- Podaci za rezervaciju: detaljno opišite kako mogu da rezervišu vaš proizvod, ostavite telefon, mejl i veb sajt

Brošure se ne mogu ažurirati tako lako kao veb sajt. Dobro razmislite o svom sadržaju, posebno o cenama.

Saveti za dizajniranje brošure:

Razmislite kako će izgledati na polici, gornja trećina brošure je ono što će kupac prvo videti.

- Neka dizajn bude jasan i jednostavan
- Koristite dosledno brendiranje: logo, boje ifontove
- Kopi mora biti čist, sažet i dobro raspoređen, sa jasnim naslovima
- Imajte na umu svoje ciljno tržište
- Koristite prostor: izbegavajte nered
- Koristite glavne slike iz vašeg seta profesionalnih fotografija
- Koristite visoko kvalitetan papir
- Tražite od štamparije na uvid jedan primerak pre nego što istampate sve

Kao i sav vaš marketing, vaša brošura stvara utisak o vašem biznisu. Razmislite o ulaganju u profesionalni dizajn i štampanje. Tražite bar tri saveta od lokalnih dizajnera i štampara za svoju brošuru i tražite da vidite primere prethodnog rada.

Vodiči za posetioce

Vodiči za posetioce su važan marketinški alat jer ih kupci koriste kada planiraju svoje putovanje, a takođe i tokom putovanja. Možete promovisati svoj biznis putnicima oglašavanjem u lokalnom vodiču za posetioce, koji je najverovatnije proizveden od strane vaše lokalne turističke organizacije. Da biste saznali više, javite se svojoj turističkoj organizaciji.

Mnoge turističke organizacije i biznisi u Srbiji proizvode i distribuiraju pozamašan broj primeraka turističkih vodiča, lifleta, brošura i ostalog marketinškog materijala besplatno. Takođe, često angažuju kompanije za distribuciju promotivnog materijala kako bi osigurali najbolju moguću vidljivost na



O B E L E Ž A V A N J E
Turističke atrakcije, kao i sadržaji turističke ponude, obeležavaju se odgovarajućim simbolima i znacima, u skladu sa zakonom kojim se uređuje turizam. Kompletan pravilnik o sadržini i načinu isticanja turističke signalizacije možete pronaći na: www.mtt.gov.rs

prometnim turističkim mestima poput aerodroma, autobuskih stanica, hotela, dešavanjima organizovanim od strane turističkih organizacija itd.

Signalizacije

Naporno ste radili na tome da kupci budu svesni vašeg biznisa i kako da rezervišu vaš proizvod, pa se osigurajte da vas lako i pronađu. Signalizacije mogu uključivati izloge prodavnica, brendiranje vaših turističkih vozila i direkcionu ili uličnu signalizaciju.

Lokalni saveti imaju različite propise o znakovima na gradskim putevima; Stupite u kontakt sa svojim da biste saznali više.

Turističke atrakcije, kao i sadržaji turističke ponude, obeležavaju se

odgovarajućim simbolima i znacima, u skladu sa zakonom kojim se uređuje turizam. Kompletan pravilnik o sadržini i načinu isticanja turističke signalizacije možete pronaći na: www.mtt.gov.rs

Lokalna partnerstva

Potražite lokalne partnere sa kojima možete raditi na promociji i distribuciji međusobnih proizvoda ili iskustava. Jaki lokalni odnosi od suštinskog su značaja za svaki uspešan turistički biznis.

Info centri za posetioce

Akreditovani info centar za posetioce je često prva veza sa regionom za posetioce i upravo oni dobijaju mnoštvo pitanja uživo, preko telefona ili onlajn. Uglavnom vođeni od strane lokalnih saveta, info centri poseduju brošure sa lokalnim smeštajima i

aktivnostima i takođe mogu poslužiti kao kancelarija za rezervacije. Poznavanje zaposlenih i volontera u vašim turističkim info centrima bi trebalo da bude važan deo vašeg lokalnog marketinga i strategije distribucije proizvoda.

Razgovarajte sa lokalnom turističkom organizacijom ili info centrom kako biste pronašli kompanije u vašoj blizini.

Hoteli/smeštaji

Za ture i atrakcije, upoznavanje lokalnih pružalaca smeštaja sa njima od vitalnog je značaja, na kraju krajeva, tu posetioci borave.

Upoznajte osoblje hotela sa svojim proizvodom kako bi mogli uputiti goste i primiti rezervacije.

Probajte kod pružalaca smeštaja koji se dopadaju vašim idealnim kupcima, npr. ciljajte hotele sa pet zvezdica ako imate luksuzni proizvod.

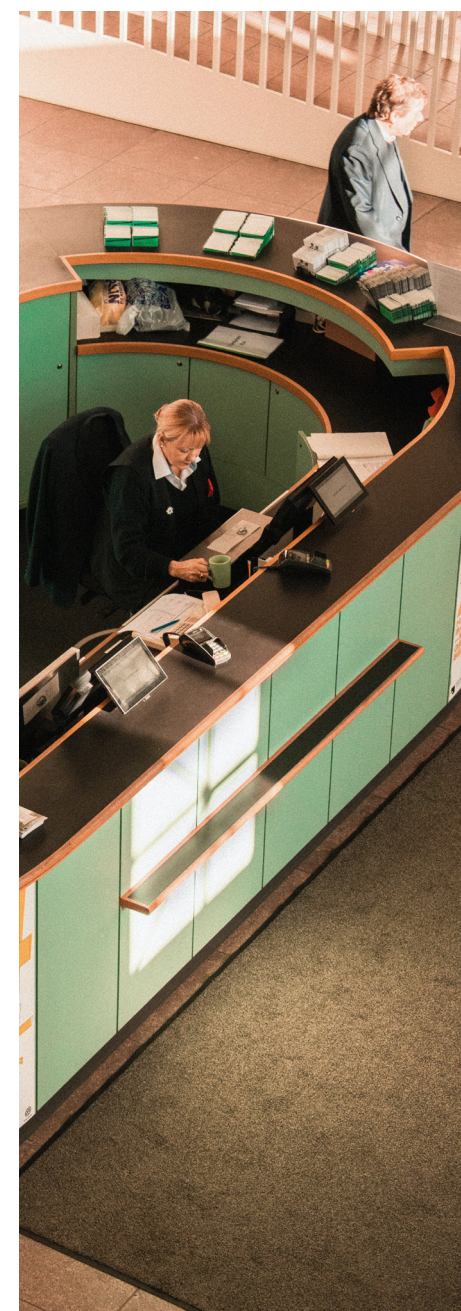
Kancelarije za rezervacije i turistički šalteri

Privatni info centri za posetioce primaju rezervacije i pružaju informacije i brošure posetiocima.

Saznajte da li ih ima u vašem regionu, predstavite se i razgovarajte s njima o tome kako možete sarađivati.

Kompanije za distribuciju brošura

Ove kompanije će uzeti vaše brošure i staviti ih u police za brošure u hotelima, informativnim centrima za posetioce, restoranima i kafićima.





Niška tvrđava

Ova publikacija je napravljena uz pomoć sredstava Evropske unije kroz Interreg-IPA Program prekogranične saradnje Bugarska-Srbija pod brojem CCI No 2014TC16I5CB007-2. Jedinstveno odgovorno lice za sadržaj ove publikacije je Institut za progres i saradnju regiona zapadnog Balkana i ni na koji način ne može biti tumačen kao stav Evropske unije ili Upravljačkog tela programa.