



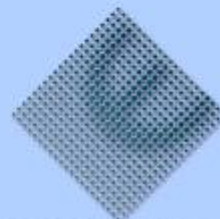
Vlada Republike Srbije  
Ministarstvo ekonomije  
i regionalnog razvoja



# MASTER PLAN KULTURNOISTORIJSKE RUTE PUT RIMSKIH CAREVA



PRIPEMIO:



ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ  
UNIVERSITET U BEOGRADU



MASTER PLAN KULTURNOISTORIJSKE RUTE

# PUT RIMSKIH CAREVA

NARUČILAC:  
Republika Srbija  
Ministarstvo Ekonomije  
i regionalnog razvoja

© 2007. Sva prava zadržana - Ekonomski fakultet Beograd

Sva prava zadržana; ni jedan deo ovog dokumenta ne može biti ponovo izdan, pohranjen u sistem za pretraživanje ili prenesen bilo kojim sredstvom: elektronskim, mehaničkim, preslikavanjem, snimanjem ili nekim drugim načinom bez prethodnog pismenog odobrenja Ekonomskog fakulteta iz Beograda i autora dokumenta ili bez dozvole za ograničeno umnožavanje. Ovo izdanje dokumenta se ne može pozajmiti, ponovo prodati, iznajmiti niti se njime može trgovati na bilo koji način u bilo kakvom uvezu osim u onom u kojem je originalno izdano, bez prethodnog pismenog pristanka Ekonomskog fakulteta u Beogradu i autora dokumenta.

---



## Sadržaj

<b>UVOD</b> .....	<b>1</b>
1.    POLAZNE OSNOVE .....	1
2.    PROCEDURE.....	3
<b>I DEO:    SITUACIONA ANALIZA</b> .....	<b>5</b>
1.    KARAKTERISTIKE ŠIREG PODRUČJA RUTE <i>PUT RIMSKIH CAREVA</i> .....	5
1.1. <i>Srbija</i> .....	5
1.2. <i>Turističko područje obuhvaćeno rutom Put rimskih careva</i> .....	13
2.    OSNOVNE ARHEOLOŠKE    KARAKTERISTIKE LOKALITETA NA RUTI PUT RIMSKIH CAREVA.....	53
<b>II DEO:    TRŽIŠNA ANALIZA</b> .....	<b>57</b>
1.    TRENDVI U TURIZMU .....	57
1.1. <i>Međunarodno tržište</i> .....	57
1.2. <i>Kulturni turizam</i> .....	60
1.3. <i>Domaće tržište</i> .....	63
2.    TURIZAM U SRBIJI .....	65
2.1. <i>Atrakcije i turistička infrastruktura</i> .....	65
2.2. <i>Smeštaj</i> .....	65
2.3. <i>Tražnja</i> .....	66
2.4. <i>Turistički proizvod Srbije</i> .....	68
2.5. <i>SWOT analiza</i> .....	68
2.6. <i>Zaključak</i> .....	71
3.    RUTA PUT RIMSKIH CAREVA .....	72
3.1. <i>Atrakcije i turistička infrastruktura</i> .....	72
3.2. <i>Smeštaj</i> .....	72
3.3. <i>Opšte karakteristike turističke tražnje</i> .....	76
3.4. <i>Karakteristike tražnje za kružnim turama i pojedinim atrakcijama</i> .....	81
3.5. <i>Struktura posetilaca po pojedinim gradovima i lokalitetima</i> .....	82
3.5. <i>Postojeće stanje ključnih lokaliteta kao atrakcija na ruti</i> .....	95
3.6. <i>Interpretacija rute i lokaliteta</i> .....	97
3.7. <i>Zaključak</i> .....	100
4.    BENČMARKING I ANALIZA KONKURENCIJE .....	101
4.1. <i>Šta je benčmarketing i zašto je potreban?</i> .....	101
4.2. <i>Benčmarketing analiza</i> .....	101
4.3. <i>Analiza konkurencije</i> .....	112
4.4. <i>Evropske inicijative u razvoju kulturnih ruta i koridora</i> .....	117
4.5. <i>Zaključna razmatranja</i> .....	121
4.6. <i>Kritični faktori uspeha rute Put rimskih careva</i> .....	122
<b>III DEO:    VIZIJA, CILJEVI I POZICIONIRANJE RUTE</b> .....	<b>125</b>
1.    VIZIJA.....	125
2.    CILJEVI RUTE .....	126
3.    STRATEGIJA POZICIONIRANJA RUTE .....	127
3.1. <i>Turističke fascinacije rute</i> .....	127
3.2. <i>Pozicioniranje rute</i> .....	132

<b>IV DEO: PLAN KONKURENTNOSTI .....</b>	<b>133</b>
1. KONTEKST KONKURENTNOSTI RUTE .....	133
2. PROGRAMI KONKURENTNOSTI RUTE <i>PUT RIMSKIH CAREVA</i> .....	134
<b>V DEO: KLJUČNI PROJEKTI .....</b>	<b>145</b>
<b>VI DEO: PLAN MARKETINGA.....</b>	<b>149</b>
1. BRENDING .....	149
2. TEMATIZACIJA .....	150
3. KOMUNIKACIJA: BROŠURE.....	153
4. KOMUNIKACIJA: INTERNET .....	154
5. INTERNI MARKETING .....	155
6. PRODAJA .....	156
6.1. <i>Ciljna tržišta posetilaca</i> .....	156
6.2. <i>Poslovna tržišta (turoperator i agent)</i> .....	158
<b>VIII DEO: UPRAVLJAČKI MODEL I MODEL RASTA .....</b>	<b>161</b>
1. UPRAVLJAČKI MODEL.....	161
1.1. <i>Upravljanje nasleđem</i> .....	161
1.2. <i>Upravljanje rutom Put rimskih careva</i> .....	163
2. MODEL RASTA.....	165

# UVOD

---

## 1. POLAZNE OSNOVE

Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Republike Srbije, Beograd, Nemanjina broj 22-26, oglasilo je Javni poziv za prikupljanje ponuda za izradu poslovnih (master) planova turističkih destinacija, koji se finansiraju iz sredstava Nacionalnog investicionog plana - Projekat pod nazivom: "Poslovni planovi prioritetnih turističkih destinacija".

Polazeći od navedenog, Ekonomski fakultet iz Beograda je na javnom tenderu, a zahvaljujući dugogodišnjem iskustvu u razvojnim turističkim projektima ove vrste, dobio pravo na izradu Poslovnog (master) plana za područje u Istočnoj Srbiji koji podrazumeva razvoj kulturnoistorijske rute vezane za starorimsko nasleđe, onako kako je dato u javnom pozivu Ministarstva, kao jednog od prioriteta turističkog razvoja u Srbiji.

Na bazi našeg razumevanja postojeće situacije na širem području koje ruta pokriva, a posebno užeg prostora koji se nalazi uz rutu i koji je i predmet ovog plana, zaključujemo da potreba za Master planom ove tematske rute proizlazi iz sledećih obeležja:

- *Neiskorišćeni i nevalorizovani visokovredni resursi.* Područje neosporno ima izuzetne kulturne resurse. Međutim, sve ovo danas još uvek predstavlja neiskorišćeni potencijal, budući da resursi nisu na odgovarajući način turistički valorizovani.
- *Neiskorišćena mogućnost u domenu razvoja atraktivnih turističkih proizvoda.* Kulturna i prirodna osnova područja pogoduje razvoju raznovrsnih, izuzetno atraktivnih turističkih proizvoda koje je moguće povezati i time osigurati dodatnu vrednost boravka turista u destinaciji. Međutim, danas područje kroz koje prolazi ovaj »starorimski« itinerer još uvek nije ušlo u proces svog turističkog oblikovanja i razvoja.
- *Turistička industrija s nezadovoljavajućim rezultatima poslovanja.* S druge strane, turistička industrija ovog područja danas je, u poređenju s mogućnostima, nerazvijena. U ovakvoj situaciji nužno je postići konsenzus privatnog i javnog sektora u usmerenjima budućeg razvoja turizma i same rute.



- *Opasnost od devastiranja visokovrednog prostora.* Činjenica da postoji opasnost od devastacije visokovrednog prostora na području koje treba da bude predmet ovog master plana, predstavlja dodatni faktor koji uzrokuje potrebu za što hitnijim pristupom njegovoj izradi i to kao dodatnog regulatornog okvira budućeg turističkog razvoja.
- *Turizam kao mogući generator privrednog razvoja i faktor povećanja kvaliteta života lokalnog stanovništva.* Aktuelno opšte privredno stanje u ovom području je u osnovi nepovoljno, tako da hitno valja iskoristiti šansu koju pruža razvoj turizma kao opšti generator privrednog razvoja regiji. U tom kontekstu, ovaj master plan predstavlja preduzetnički okvir koji definiše najprimerenija strateška usmerenja turističkog razvoja na području kulturnog turizma, odnosno onog njegovog segmenta koji se tiče starorimskog nasleđa na ovim prostorima, koja će podstaći opšti privredni prosperitet prostora uz ovu rutu. Time će se stvoriti uslovi za poboljšanje kvaliteta života lokalnog stanovništva.
- *Turizam kao investiciona mogućnost sa atraktivnim prinosima na investicije.* U oblikovanju budućeg turističkog razvoja na ovom prostoru, treba pronaći takav razvojni koncept koji garantuje buduće profitabilno poslovanje turističkih kapaciteta, odnosno atraktivne stope prinosa na investicije.

S obzirom na sve navedeno, zaključujemo da će Master plan razvoja ove tematske kulturne rute stvoriti okvire za usklađen, harmoničan sistem istraživanja, zaštite i turističke upotebe (interpretacije) rute i njenih ključnih atrakcija/lokaliteta, i time, uz ostale master planove, dati osnove za aktiviranje malog i srednjeg biznisa i perspektivan razvoj regije i osiguranje kvaliteta života njenog stanovništva.

U izradi projekta uzete su u obzir sledeće osnovne odrednice:

- Strategija razvoja turizma Republike Srbije, naročito u pogledu vizije razvoja turizma, održivosti razvoja turizma, te podsticanja strategija turističkog razvoja srpskih regija sa ključnim turističkim proizvodima, kao i plan konkurentnosti i marketinški plan.
- Postojeću organizaciju turističkog sistema u zemlji (uključujući zakonsku regulativu na kojoj je ona zasnovana), sagledavajući mogućnosti njenog unapređenja.

Uvidom u raspoloživu dokumentaciju i studije, kao i na osnovu našeg dugogodišnjeg iskustva u planiranju i marketingu turizma Srbije, zaključujemo:

- Radi se o atraktivnom prostoru koji ne funkcioniše kao usklađeni sistem ponude i iskustava, niti kao razvijena internacionalna tržišna turistička struktura koja se može značajnije internacionalno komercijalizovati;
- Postoji interes da se njegovim razvojno investicionim aktivnostima inicira oživljavanje ovog prostora kao internacionalne turističke destinacije, to





jest, da se otvori proces za turističko pozicioniranje regije na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu;

- Postoje jaki regionalni i lokalni interesi za razvojem turizma kao potencijalnim pokretačem privrednog napretka i blagostanja stanovništva;
- Postoji problem nedostajućeg efikasnog modela upravljanja razvojnim procesom generalno, i modela upravljanja rutom specifično, kao i nedostatka identifikovanih jakih igrača koji će se uključiti u proces; i
- Postoji jaka potreba za kontrolisanim razvojem i zaštitom prostora.

---

## 2. PROCEDURE

Svrishodnost i korisnost svakog Master plana svodi se na nivo njegove pragmatične upotrebe od strane zainteresovanih subjekata javnog i privatnog sektora, a u skladu sa prethodno definisanim ciljevima. S obzirom da se radi o ruti koja prolazi kroz područja koja tek treba da pokrenu proces turističkog razvoja, ovaj Master plan dominantno pronalazi i formuliše moguća rešenja, pri čemu je fokus na kulturnoistorijskim atrakcijama i mogućim unapređenjima iz tog domena, dok su pitanja privatnog biznisa u smislu relevantnih projekata i sistema privlačenja investitora tema master planova koji tretiraju identifikovana turistička područja i klastere (u ovom trenutku mislimo na Master plan Donjeg Podunavlja i Master plan područja Stiga-Beljanice-Kučajskih planina – deo o Požarevcu/Viminacijumu).

U tom smislu sprovedene radne procedure izrade ovog Master plana fokusirane su na analizu i ocenu internih i eksternih potencijala turizma, kao i na otkrivanje dosad zabeleženih aktivnosti i procesa u svetskom turizmu i aktera koji u njemu učestvuju. Imajući izloženo u vidu, sprovedene su sledeće radne procedure:

- desk istraživanje opšte društveno-ekonomske situacije, a naročito dosadašnjih razvojnih performansi turističke industrije na području obuhvata opština Požarevac, Veliko Gradište, Golubac, Majdanpek, Kladovo, Negotin, Zaječar, Knjaževac, Svrlijig i Niš;
- detaljni uvid i evaluacija dosad izrađenih programa i studija turističkog razvoja šireg područja kroz koje prolazi ruta i pojedinih njegovih delova;
- uvid u postojeće kartografske podloge, te analiza važećih planova prostornog i urbanističkog razvoja, kao i planova i sistema važeće zaštite prostora ovog područja;
- tržišna analiza sadašnjeg stanja srpske turističke privrede, analize međunarodnih turističkih trendova, kretanja srpskog turističkog tržišta i uvid u dobru praksu razvoja kulturnih ruta u područjima sa sličnim karakteristikama;
- ciljne radionice sa ključnim predstavnicima javnog sektora iz domena kulture i kulturnog turizma, kao i sa predstavnicima privatnog sektora;



- fizički obilazak terena i stvaranja fotodokumentacije o ključnim elementima sadašnjeg lanca vrednosti na ruti;
- individualni intervjui i razgovori s ključnim igračima u domenu kulturne politike i kulturnog turizma Srbije i odnosnog područja; i
- nekoliko *brainstorminga* članova projektnog tima.

Sprovedena procedura je odraz strukture i zahteva internacionalno relevantne metodologije u izradi Master planova koja na najbolji način udovoljava postavljenim zadacima naručioca.

# I DEO: SITUACIONA ANALIZA

---

## 1. KARAKTERISTIKE ŠIREG PODRUČJA RUTE *PUT RIMSKIH CAREVA*

### 1.1. SRBIJA

#### 1.1.1 Geografske karakteristike

Srbija se nalazi u Jugoistočnoj Evropi, u zapadnom delu Balkanskog poluostrva, što utiče na povoljnost njenog geografskog položaja. Svojim severnim delovima pripada srednjoj Evropi, prema kojoj je široko otvorena Panonskom nizijom, a prostor južno od Save i Dunava čini njenu balkansku celinu preko koje se vezuje za Malu Aziju. Upravo ovakav položaj, Srbiji daje veliku komparativnu prednost u odnosu na okruženje jer su najvažniji saobraćajni koridori trasirani upravo preko Srbije: koridor X (Subotica-Beograd-Niš-Solun), koridor (Niš-Sofija-Istanbul), međunarodni plovni put Dunava (dužina toka kroz Srbiju iznosi 588 km).

Geografski položaj Srbije



Republika Srbija



Ukupna površina teritorije Srbije iznosi 88.361 km<sup>2</sup> i administrativno je podeljena na dve autonomne pokrajine (AP Vojvodina 21.506 km<sup>2</sup> i AP Kosovo i Metohija 10.887 km<sup>2</sup>), odnosno na 29 okruga i 194 opštine. Ukupna dužina granica Srbije je 2027km, a graniči se sa: Mađarskom na severu (151 km), Rumunijom na severoistoku i istoku (476 km), Bugarskom na istoku (318 km), na jugu sa Makedonijom (221 km) i Albanijom (115 km), sa Crnom Gorom na jugozapadu (203 km) i na zapadu sa Bosnom i Hercegovinom (302 km) i Hrvatskom (241 km). Srbija nema izlazak na more.

U geomorfološkom pogledu, Srbija je nizijska i brdsko-planinska zemlja. Južni deo Panonske nizije zalazi u severni deo Srbije (Vojvodina i južni panonski obod), a zapadni deo Vlaško-pontijske nizije zalazi u najistočnije delove Srbije – Ključ i Negotinsku krajinu. Prostor južno od Save i Dunava predstavljen je zatalasanim pobrđem Južnog panonskog oboda, sa koga se uzdižu vrhovi do 1.100-1.200 m nadmorske visine, dok pravi planinski prostor čine: južni krak Karpatskih planina (istočna Srbija do Sokobanjske kotline), planine Balkanske Srbije (istočna Srbija južno od Sokobanjske kotline), planine Starog Vlaha i Raške i Šarsko-pinski planinski sistem (jug Kosova i Metohije). Čitav ovaj planinski prostor ispresecan je rečnim dolinama različitog karaktera (klisure, kanjoni), kao i brojnim kotlinama.

Klima Srbije je umereno-kontinentalna, sa jasno izraženim godišnjim dobima i nešto većim temperaturnim amplitudama. Klimatski varijeteti se javljaju u Vojvodini i Negotinskoj krajini, gde je klima nešto većeg stepena kontinentalnosti, ali i u planinskom području gde, sa porastom nadmorske visine, prelazi u planinski klimatski tip.

Hidrološku mrežu Srbije čine rečni tokovi Dunava, Save, Velike Morave i njihovih pritoka, jezera (Paličko, Đerdapsko, Zaovinsko, Zavojsko, Bovansko), kao i veliki broj izvora (vrela, mineralni i termomineralni izvori – postoji preko 30 banjskih mesta u Srbiji). Nešto malo manje od trećine teritorije zemlje nalazi pod šumom. Udeo poljoprivrednih površina iznosi 66% teritorije.

Danas u Srbiji živi 7.498.001 stanovnik (popis 2002. godine) nastanjenih u 6.164 naselja i sa prosečno gustinom naseljenosti od 84 st/km<sup>2</sup>. Posmatrano u odnosu na popis iz 1991. godine, u Srbiji živi 78.836 stanovnika manje. Tokom poslednje decenije XX veka, bili su prisutni veliki migracioni tokovi prema Srbiji (izbegličke struje), što je delimično uticalo na ublažavanje još drastičnijih posledica negativnog priraštaja.



## 1.1.2. Ekonomski razvoj Republike Srbije

### Osnovni strateški pravci i prioriteti privrednog razvoja Srbije

Vlada Republike Srbije je krajem 2006.g. usvojila Nacionalnu strategiju privrednog razvoja koja na konzistentan i celovit način definiše osnovne razvojne prioritete zemlje do 2012.g. i načine njihovog ostvarivanja. Strategija je dokaz da raspolažemo ambicioznim, ali i ostvarljivim planom koji se oslanja na demokratsku i proevropsku orijentaciju Srbije i koji istovremeno maksimalno afirmiše i aktivira ljudske, materijalne i prirodne potencijale Srbije.<sup>1</sup>

Srbija je u teškom periodu prve faze tranzicije uspela da izvrši značajan razvojni proboj, ozbiljno reformiše i unapredi tržišni sistem, uspostavi makroekonomsku stabilnost, relativno se brzo uključi u međunarodnu trgovinu, privuče značajna finansijska sredstva iz inostranstva i podrži razvoj domaćeg preduzetništva. To potvrđuju i osnovni makroekonomski pokazatelji u periodu 2001-2006.:

- Bruto domaći proizvod (BDP) je ostvario prosečnu godišnju stopu privrednog rasta od 5-6%;
- BDP po stanovniku je dostigao 4300 USD čime je Srbija prešla iz početne u višu razvojnu fazu;
- U posmatranom periodu došlo je do značajne promene u strukturi stvaranja bruto dodate vrednosti: učešće usluga se povećava i približava 60%, doprinos industrije je smanjen na oko 25% (prerađivačka industrija na oko 18%), dok se učešće poljoprivrede zadržava na oko 15%. Turizam doprinosi sa oko 2.5%;
- U ovom periodu došlo je do velikog skoka realnih zarada (oko 14% godišnje). Ovaj rast se nastavlja i u prvoj polovini 2007. gde prosečna neto zarada dostiže 325 EUR što govori o rastućoj kupovnoj moći; i
- Posle određenih oscilacija, inflacija je svedena na prihvatljiv nivo (6,6% u 2006 ), a Centralna banka već u dužem vremenskom periodu uspeva da održi stabilan kurs dinara.

Na osnovu dosadašnjih rezultata, analize snaga, slabosti, šansi i opasnosti (SWOT), osnovni strateški pravci i prioriteti privrednog razvoja Srbije su:

- Stvaranje atraktivnog poslovnog ambijenta kao osnovni uslov za podizanje ukupne konkurentske sposobnosti srpske privrede, gde je prioritetan zadatak države da uspostavi zdrav tržišni ambijent i da u cilju održanja unutrašnje i spoljne makroekonomske stabilnosti upravlja osnovnim agregatima društvenog proizvoda - investicijama i potrošnjom. Privlačenje većeg obima stranih direktnih investicija pogotovo greenfield investicija i

---

<sup>1</sup> Ovaj tekst se u velikoj meri oslanja na sledeća dva izvora: *Nacionalna strategija privrednog razvoja Srbije 2006-2012*, Vlada Srbije, 2006.; i J.Bajec, E.Jakopin, „Strateški pristup regionalnom razvoju Srbije“, u zborniku radova Kopaonik Biznis Forum 2007, *Rast institucionalnog kapaciteta i investicionih mogućnosti: glavni izazovi za Srbiju u 2007*, str. 252-267.



aktiviranje domaćeg kapitala kroz brži razvoj malih i srednjih preduzeća, zahteva sprovođenje razvojne politike bez administrativnog odugovlačenja pri registraciji, zapošljavanju, izvozu, obezbeđivanje pravne zaštite uz postojanja transparentne pravne regulative i efikasnog bankarskog, odnosno, finansijskog sistema.

- Razvoj zasnovan na znanju i upravljanju ljudskim resursima. Glavni faktori konkurentnosti u globalnom privrednom razvoju su znanje i na osnovu njegove primene inovativnost proizvoda, nove tehnologije i sistem usluga. Srbija s obzirom na raspoložive potencijale mora u punoj meri da iskoristi ljudski faktor što zahteva dalje reforme u obrazovanju i zapošljavanju i veću brigu države u ovoj oblasti.
- Razvoj efikasne privredne infrastrukture koja pruža usluge od ključnog značaja za razvoj industrije, trgovine, turizma iz čega proizlazi i povećanje konkurentnosti preko povećanja obima usluga. Pri tome, država treba da se sve više povlači iz uloge vlasnika privredne infrastrukture i neposrednog pružaoca usluga i da tu ulogu prepušta nezavisnim regulatornim telima.
- Uravnoteženost stabilizacione, razvojne i socijalne uloge države koja, pored ostalog, podrazumeva jake socijalne programe umesto subvencija preduzećima koja ekonomski ne mogu da opstanu. Efikasna uloga države i uspešan socijalni dijalog i socijalni ugovor između Vlade, poslodavaca i sindikata je uslov da se ovi problemi lakše prevaziđu.
- Održiv razvoj što podrazumeva usaglašenost i usklađenost ekonomskog razvoja sa politikom životne sredine, socijalnom i drugim politikama.
- Ravnomerniji regionalni razvoj. Višedecenijsko nasleđe regionalne neravnomernosti, koje su kroz proces tranzicije još povećane, zahtevaju posebnu strategiju regionalnog razvoja kojom se podstiče razvoj nerazvijenih i devastiranih područja. U svemu tome turistički sektor privrede treba da odigra jednu od vodećih uloga privrednog razvoja nedovoljno razvijenih područja u Republici Srbiji.

### **Makroekonomske projekcije razvoja Srbije do 2012.godine**

Prema projekcijama Svetske Banke i MMF održiva stopa privrednog rasta Srbije do 2012. godine treba da iznosi oko 5% prosečno godišnje, što je u Nacionalnoj strategiji prihvaćeno kao konzervativni ili početni scenario. Istovremeno je napravljen i osnovni-optimistički scenario gde se sve projekcije zasnivaju na cilju od 7% godišnjeg realnog rasta BDP. Analiza je pokazala da je razlika u većem naporu da se ostvari osnovni scenario (neophodan obim investicija, rast izvoza, realtivno smanjenje potrošnje i dr ) u odnosu na konzervativni, mnogo manja u odnosu na mnogo veće koristi od bržeg privrednog rasta. Bitno je da su i rizici za ostvarenje jednog ili drugog scenarija kvalitativno posmatrano isti, kao što su isti i reformski i tranzicioni procesi koji predstoje u narednom periodu nezavisno od sporijeg ili nešto bržeg privrednog rasta.



Zato je prihvaćen osnovni scenario gde Srbija sa prosečnom godišnjom stopom realnog privrednog rasta od 7% ostvaruje do 2012 godine :

- povećanje bruto domaćeg proizvoda (BDP) na oko 57 milijardi USD ili oko 8000 USD po stanovniku;
- BDP u posmatranom periodu realno raste za 61% ( u konstantnim cenama );
- produktivnost raste za 40%;
- stopa nezaposlenosti se smanjuje na 15,5%; i
- prosečni realni rast potrošnje iznosi godišnje oko 6%.

Osnovne pretpostavke i rizici za ostvarivanje ove projekcije su:

- Prosečni godišnji priliv stranih direktnih investicija od oko 3 milijarde USD koje su namenjene razvojnim potrebama, a ne potrošnji. Nivo ukupnih investicija do 2012 treba da dostigne 25% BDP. To će omogućiti ulaganje u korporativni sektor od 47 milijardi dolara i 23 milijardi dolara u infrastrukturu.
- Do 2012.g. učešće izvoza u BDP treba da dostigne 45% ( u odnosu na oko 28% u 2006). To je jedini način da počne smanjivanje prevelikog spoljnotrgovinskog deficita i povezano s tim svođenje deficita tekućih plaćanja prema inostranstvu na prihvatljivih mada još uvek visokih 6%-8% BDP. Utoliko je važna projekcija da će u narednim godinama glavni izvozni lider biti usluge koje pored ostalih uključuju i turizam.
- Stvaranje konkurentne privrede dovešće do promena u proizvodnji i izveznoj strukturi srpske privrede.Vodeću poziciju zadržaće prehrambeni proizvodi piće i duvan, zatim metal i hemija. Takođe, učešće visokotehnoških grana ( mašine i uređaji, električni i optički uređaji, saobraćajna sredstva) povećaće svoje učešće sa 14,6% na 18%.
- I u narednom periodu, izvozni lideri pored usluga biće metalni sektor, prehrambena industrija, hemija i sektor gume i plastike.
- Inflacija se smanjuje na 5% sa tendencijom daljeg smanjenja.
- Da bi se otvorio veći prostor za investicije potrebno je da se relativno učešće lične i kolektivne potrošnje u BDP smanji na 66%, odnosno za 18%.

### **Mehanizmi i politike za ostvarivanje ciljeva nacionalne strategije**

***Stvaranje atraktivnog poslovnog ambijenta i postizanje konkurentnosti korporativnog sektora kroz sledeće mere i aktivnosti:***

- Završetak procesa privatizacije uključujući privatizaciju gradskog građevinskog zemljišta, vraćanje zemljišta u opštinsku svojinu i davanje zemljišta pod zakup;
- Uspostavljanje adekvatnog regulatornog i administrativnog ambijenta za formiranje i funkcionisanje novih preduzeća ( prerastanje Agencije za



privredne registre u "one stop shop, politika razvoja klastera i industrijskih i tehnoloških parkova );

- Brži razvoj MSP uz pomoć start up fondova, fiskalnih, kreditnih i drugih podsticaja, što je inače posebno značajno za turistički sektor privrede;
- Uključivanje domaćih preduzeća u proizvodne lance multinacionalnih kompanija;
- Pojačano angažovanje na formiranju izvoznih klastera, u čemu turistički sektor takođe može da odigra značajnu ulogu; i
- Donošenje Zakona o slobodnim carinskim zonama i u skladu sa standardima EU.

#### ***Razvoj zasnovan na znanju i upravljanju ljudskim resursima:***

- Nastavak reformi obrazovanja jer veliki deo mlade generacije nije pripremljen niti direktno osposobljen za svet rada, što zahteva dodatne oblike obrazovanja, prekvalifikacija, obuke ili sticanja dodatnih veština;
- Važna je odluka države da do 2012.g. poveća izdvajanja iz budžeta za obrazovanje; i
- Primena mera aktivne politike zapošljavanja u skladu sa usvojenim Nacionalnim planom zapošljavanja.

#### ***Razvoj efikasne privredne infrastrukture:***

- Tranzicija u sektoru privredne infrastrukture zahteva napredak u ključnim oblastima tarifne reforme, komercijalizaciji, konkurentnosti, privatizaciji, u zakonodavnoj i institucionalnoj oblasti;
- Modernizacija infrastrukture je ključna za razvoj ostalih delova privrede i veći devizni priliv od usluga uključujući turistički sektor privrede;
- Sredstva NIP-a i buduće privatizacije prihode, korišćenje različitih oblika javno-privatnog partnerstva i povoljne međunarodne zajmove treba usmeravati u prioritetne infrastrukturne projekte kojima se pospešuje integracija u EU i stvaraju preduslovi za razvoj i zaposlenost u ostalim privrednim delatnostima. Ovo je od posebnog značaja za turistički sektor privrede gde se pretpostavljaju značajna ulaganja u turističku infrastrukturu; i
- Do 2012.g. predviđeno je da se uloži oko 23 milijarde dolara u oblast energetike, drumskog, železničkog, vazdušnog i rečnog saobraćaja, telekomunikaciju, vodoprivredu i zaštitu prirodne sredine.

#### ***Regionalna komponenta***

Novi Ustav obavezuje državu da se stara o ravnomernom razvoju i da u tom cilju definiše odgovarajuće institucije, instrumente i mere. Time se priznaje da privredni razvoj ima svoju regionalnu i prostornu dimenziju i da definisanje institucionalnih razvojnih mehanizama nije regionalno neutralno.





Osnovni ciljevi regionalnog razvoja Srbije su:

- Održiv razvoj;
- Podizanje regionalne konkurentnosti;
- Smanjenje regionalnih neravnomernosti i siromaštva;
- Zaustavljanje negativnih demografskih kretanja;
- Nastavak procesa decentralizacije; i
- Ekonomska integracija srpske zajednice na Kosovu i Metohiji.

***Nova predložena institucionalna rešenja su:***

- Donošenje Zakona o podsticanju ravnomernog razvoja Republike Srbije ( za period 2007-2012) kojim će se institucionalno u celini regulisati problematika regionalnog razvoja ( Zakon je u proceduri );
- Regionalne razvojne agencije kao mreža regionalnih institucija koje će, pre svega, biti nadležne za pripremu Regionalnih razvojnih programa i odgovarajućih politika;
- Regionalni razvojni programi kao osnovni instrument za sprovođenje regionalne politike. Ovaj program obuhvata strateški i izvršni deo. Prvi usklađuje razvoj sektorskih programa i određuje regionalne razvojne prioritete za oblast jednog broja lokalnih samouprava iz jednog ili više regiona. Izvršni deo uključuje razvojne projekte od regionalnog i lokalnog značaja sa rokovima realizacije i izvorima finansiranja koja obuhvataju podsticajna sredstva ( povratna i bespovratna sredstva ministarstava, državnih fondova i drugih institucija koje daju podsticaje a namenjene su finansiranju regionalnih razvojnih planova; i
- Nova tipologija regiona u Srbiji ( koja je u pripremi) i početak funkcionisanja novih institucionalnih rešenja su bitna pretpostavka za lakše dobijanje povoljnih sredstava iz evropskih fondova namenjenih zemljama koje su u procesu priključivanja EU.

### ***Razvojne politike u funkciji podsticanja regionalnog razvoja***

#### a) Fiskalna politika

Fiskalna politika ima ključnu ulogu u podsticanju regionalnog razvoja koja se obezbeđuje prenosom ovlašćenja i odgovornosti na lokalni nivo i stvaranjem uslova za privlačenje investicija i rešavanje problema nezaposlenosti na nerazvijenim područjima. U tom smislu treba imati u vidu sledeće mere i aktivnosti:

- Zakonom o finansiranju lokalne samouprave od 1.1.2007. nastavlja se jačanje finansijske autonomije lokalne samouprave i obezbeđuje bolje predviđanje i planiranje na lokalnom nivou;



- Pored opštih (nenamenskih) transfera, budžetom su predviđeni i kompenzacioni i tranzicioni transferi u skladu sa politikom ravnomernijeg regionalnog razvoja;
- Sada postoji mogućnost i većeg zaduživanja lokalnih samouprava putem municipalnih obveznica;
- Najnoviji fiskalni podsticaji i cilju većeg zapošljavanja daju posebne prednosti za investiranje na nerazvijenim područjima, pre svega, umanjemem odnosno oslobađanjem plaćanja poreza na dobit u dužem vremenskom periodu;
- Uvođenje neoprezivog cenzusa od 5000 dinara u okviru poreza na dohodak građana je važna olakšica u nerazvijenim područjima gde su zarade po pravilu najniže; i
- Važan je i podsticaj od 90 000 din. po novozaposlenom radniku gde je uslov da se radi o poslovnom poduhvatu koji je od strateškog značaja za razvoj regiona.

#### b) Kreditna politika

- Novi podsticaji u funkciji veće zaposlenosti jesu povoljno državno kreditiranje sa kamatnom stopom od 1% i grace periodom od pet godina, pri čemu visina kredita zavisi od broja novouposlenih (do 25 radnika – 15 miliona din., a preko 100 novozaposlenih bez ograničenja);
- Takođe, iz sredstava NIP-a, predviđeno je direktno ili indirektno finansiranje i kreditiranje projekata koji su u funkciji ravnomernog regionalnog razvoja; i
- U cilju podsticanja regionalnog razvoja potrebno je da Agencija za osiguranje i finansiranje izvoza Republike Srbije kreditira izvozne programe sa nerazvijenih područja pod još povoljnijim uslovima.

#### c) Državna pomoć

- Do sada je regionalna državna pomoć realizovana preko republičkog Fonda za razvoj kredita pod povoljnim uslovima;
- Ostale institucije za državnu pomoć u ovoj oblasti su Garancijski fond, Nacionalne službe za zapošljavanje i Agencije za razvoj MSP i preduzetništva, a u poslednje vreme i Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza; i
- Veoma je važno da se država i lokalne zajednice usposobe za efikasno korišćenje evropskih pretpristupnih fondova (IPA) i da se usklade procedure po kojima se regionalna državna pomoć dodeljuje u skladu sa pravilima EU.

#### d) Politika zapošljavanja

- Osnovni cilj je povećanje ekonomske aktivnosti i zapošljavanje zasnovano na bržem razvoju malih i srednjih preduzeća (MSPP) – subvencije za nova



radna mesta, povoljni krediti za zapošljavanje, odobravanje sredstava za stručno osposobljavanje, prekvalifikaciju i dokvalifikaciju;

- Jačanje aktivnih mera zapošljavanja koje podrazumevaju podsticanje preduzetništva, samozapošljavanje putem započinjanja sopstvenog biznisa, subvencije za zapošljavanje određenih kategorija nezaposlenih u visini doprinosa, dodatno obrazovanje i obuku, obuku za aktivno traženje posla, podršku poslovnih centara u samozapošljavanju, zapošljavanje na javnim radovima, podsticaji za zapošljavanje mladih itd.;
- Prilagođavanje sistema obrazovanja potrebama tržišne ekonomije i posebno programima MSPP; i
- Olakšanje pristupa MSPP jeftinijem kapitalu putem posebnih kreditnih linija, naročito u manje razvijenim regionima, razvoj sistema za mikrokreditiranje i olakšanje pristupa MSPP novim tržištima.

U izloženim okvirima privrednog i ukupnog društvenog razvoja Republike Srbije težište će očigledno biti na sektoru usluga. Izvesno je, dakle, da će se sa realizacijom prethodno navedenih ciljeva razvoja stvarati povoljni uslovi i za intenzivniji razvoj turističkog sektora privrede, a posebno u nedovoljno razvijenim privrednim regionima, što se u velikoj meri odnosi i na područje obuhvata ovog master plana.

## 1.2. TURISTIČKO PODRUČJE OBUHVAĆENO RUTOM *PUT RIMSKIH CAREVA*<sup>2</sup>

### 1.2.1. Geografske karakteristike

Turističko područje kroz koje prolazi ruta, onako kako je to dato projektnim zadatkom, predstavlja područje itinirera koji se prostire od grada Niša i

<sup>2</sup> U ovom delu korišćen je veći broj izvora, između ostalih i sledeći: *Studija razvoja lokalne ekonomije grada Niša*, opština Niš, 2005; *Program promocije i razvoja turizma opštine Knjaževac*, Društvo agrarnih ekonomista Beograd, 2005; *Program razvoja i promocije turizma opštine Zaječar*, YUTEC – Agencija za konsalting, Beograd, 2006; *Opštinski strateški akcioni plan 2004-2006.*, Program podrške opštinama Istočne Srbije, 2004; *Mapiranje turističkih potencijala opštine Negotin*, radni materijal dobijen od opštine Negotin; *Popis zaštićenih nepokretnih kulturnih i prirodnih dobara na teritoriji opštine Negotine*, materijal dobijen od opštine Negotin, 2004; *Prostorni plan opštine Negotin*, knj.2 – Analize i dokumentacija, 1979; *Program razvoja seoskog turizma u opštini Negotin*, Prirodno-matematički fakultet Univerziteta u Kragujevcu, Kragujevac, 2005; *Program razvoja turizma*, radni materijal dobijen od opštine Negotin; *Opština Negotin – Strateški opštinski akcioni plan 2004-2006*, Program podrške opštinama Istočne Srbije, 2004; *Turistički potencijali opštine Negotin*, radni materijal dobijen od opštine Negotin; *Prostorni plan područja arheološkog nalazišta Romulijana-Gamzigrad*, IAUS, Beograd, 2005; *Program izrade Prostornog plana područja posebne namene Nacionalnog parka Đerdap*, Republička agencija za prostorno planiranje, 2006; *Regionalni Strateški Plan Razvoja Turizma „Dunavska Rivijera“ 2006. – 2010*, Opštine V.Gradište, Golubac, Majdanpek, Kladovo i Negotin u saradnji sa USAID-omi American development Faoundation, 2006; *Atlas resursa i potencijala – Prostorni plan opštine Golubac*, Opština Golubac i Arhitektonski fakultet u Beogradu; *Program Plana opšteg uređenja priobalja Golupca*, Opština Golubac i Arhitektonski fakultet u Beogradu; *Program razvoja turizam opštine Majdanpek*, Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma, Beograd, 2005; *Master plan razvoja turizam sa poslovnim planom Donjeg podunavlja – opština Majdanpek*, materijal dobijen od opštine Majdanpek, 2007; *Opština Majdanpek – Strateški opštinski akcioni plan 2004-2006*, Program podrške opštinama Istočne Srbije, 2004; *Prostorni plan opštine Kladovo-Strategija prostornog razvoja*, „A.D: Centar za planiranje urbanog razvoja - CEP“, Opština Kladovo, 2005; *Strateški plan razvoja turizma 2006-2010*, Asocijacija za razvoj Kladova i USAID, 2006; *Turistički resursi opštine Kladovo*, Regionalni savet za razvoj turizma Dunavske rivijere: i dr.



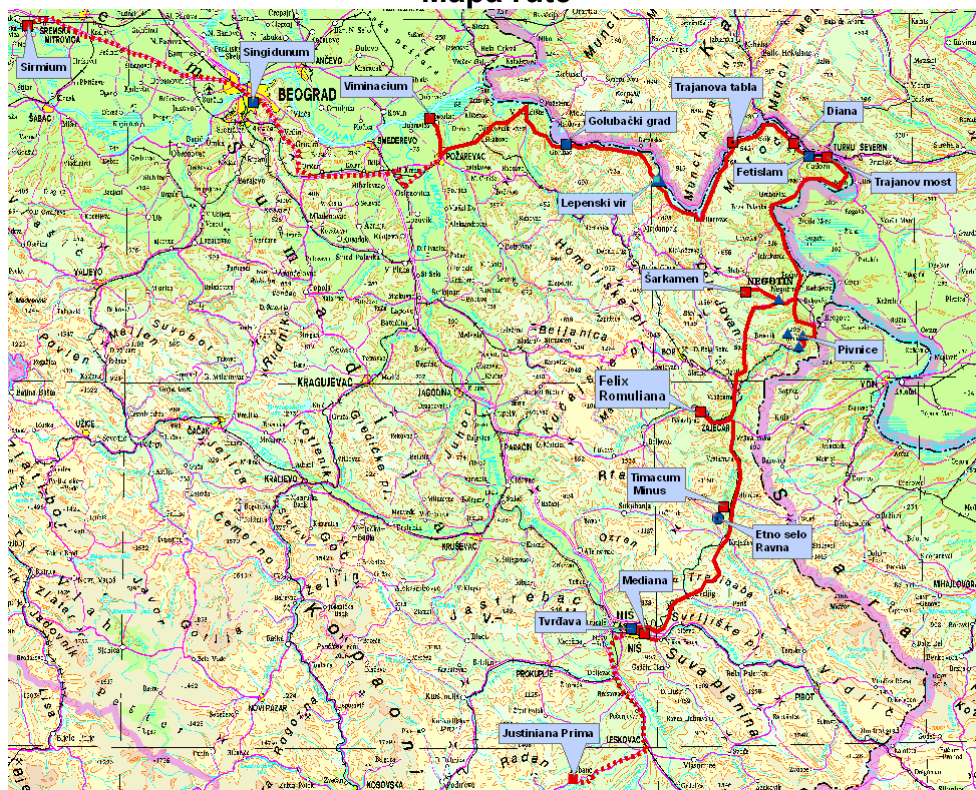
arheološkog lokaliteta Medijana do Trajanove table u opštini Kladovo. Ovde moramo da naglasimo da pravi itinerer *Put rimskih careva* mora obuhvatiti i druge značajne lokalitete. Tu nesumnjivo spadaju Viminacium (kod Kostolca), Sirmium (Sremska Mitrovica) i Beograd (Singidunum) kao nesumljivi turistički *hub* (čvorište). Perspektivno, ovde treba uključiti i Caričin grad kod Lebana. Držeći se projektnog zadatka, ipak nismo mogli da mimoiđemo Viminacium jer se logično uklapa u ovaj itinerer, te je stoga deo ovog projekta, uz napomenu da smo spremni, po posebnom projektnom zahtevu Ministarstva, proširiti ovaj plan i na spomenute lokalitete. Drugim rečima, projekat tretira planiranje sistema profesionalne interpretacije ove rute, uključujući i same lokalitete, a ključni su, dakle, Naissus/Mediana, Romuliana, Trajanov most, Dijana, Trajanova tabla i Viminacium. Reč je o području koje se pruža pravcem, prateći saobraćajni pravac: Niš – Svrlijig – Knjaževac – Zaječar – (Gamzigrad) – Zaječar – Negotin – Kladovo – Donji Milanovac – Golubac – Veliko Gradište – Požarevac (Kostolac), i u administrativnom smislu, obuhvata delove opština Niš, Svrlijig, Knjaževac, Zaječar, Negotin, Kladovo, Majdanpek, Golubac, Veliko Gradište i Požarevac. Geografski položaj područja je relativno dobar zbog blizine koridora E-75 u krajevima rute, ali s obzirom na obuhvat teritorije, dosta je loše povezano poprečnim saobraćajnicama. Lokalitet Medijana udaljen je od Beograda oko 230 km, lokalitet Romuliana oko 250 km (a od Niša oko 100 km), dok je lokalitet Trajanova tabla udaljen od Beograda oko 200km (a od Niša takođe oko 200km). Viminacium je od Beograda udaljen oko 100 km.

Turističko područje koja obuhvata pomenute lokalitete, geografski je vrlo raznovrsno. U reljefnom pogledu smenjuju se planine i kotline, što prostoru daje interesantan izgled. Severni obronci Stare planine pružaju se u južnim delovima ovog područja, a interesantne planine su i: Tupižnica, Slemen, Tresibaba, Ozren, Rtanj, Homoljske planine, Deli Jovan i Miroč. Ovo područje obiluje kraškim oblicima reljefa - pećinama i jamama (Lazareva pećina, Vernjikica, Ceremošnja, Rajkova pećina), zatim neobičnim geomorfološkim oblicima (prirodni kameni mostovi - prerasti), rečnim klisurama i kanjonima (kanjon Lazareve reke, Đerdapska lisura, klisura Crnog Timoka). Klima je umereno-kontinentalna i planinska, sa jasno izraženim godišnjim dobimama. Reke su posebno zanimljiv prirodni turistički resurs: Crni i Beli Timok, Mlava, karakterističnih planinskih tokova i visokog stepena čistoće vode u gornjim tokovima. Postoji i nekoliko jezera: jezero Sovinac (pored puta negotin-Zaječar), Grliško jezero (kod Zaječara), Rgotsko jezero (oko 10 km udaljeno od Zaječara), Borsko jezero. Na ovom području brojni su izvori i vrela, često mineralnog i lekovitog karaktera. Na bazi toga razvile su se Gamzigradska i Brestovačka banja. Biljni i životinjski svet je raznovrstan, i daje dobru osnovu za izdvajanje parkova prirode i rezervata, ali i za uspostavljanje i razvoj lovišta.

Stanovništvo ovog područja odlikuje se negativnim prirodnim priraštajem. Sve opštine ovog područja imaju velikih ekonomskih problema.



## Mapa rute



### 1.2.2. Prostorna i društvenoekonomska analiza po opštinama

#### Grad Niš

Područje grada Niša nalazi se u jugoistočnom delu Srbije, u središtu Niške kotline. Zauzima prostor površine 597 km<sup>2</sup> u dolini Južne Morave i Nišave, između ogranaka Svrljiških planina, Suve Planine, Jastrepca i Jelašnice. Ima izuzetan saobraćajno-geografski položaj jer predstavlja jednu od najznačajnijih saobraćajnih raskrsnica Srbije i Balkana. Preko opštinske teritorije prelaze auto-put i železnički pravac ka Jugu Srbije i Kosovu i Metohiji, kao i putevi i želez-

## Grad Niš



nica na pravcima prema Istočnoj Srbiji, odnosno granici ka Bugarskoj.

Grad Niš obuhvata prostor od 597 km<sup>2</sup> (učešće u ukupnoj površini Srbije je 0,7%), sa prosečnom gustinom naseljenosti od 421 st/ km<sup>2</sup>, što je skoro pet puta iznad republičkog proseka. Niš je od Beograda udaljen 235km.

### Geografske karakteristike

Reljef: Grad Niš je smešten jednim delom u velikoj niškoj kotlini, tako da uži centar grada leži na nadmorskoj visini od 194m, dok se drugim delom prostire na padinama Suve planine, gde je izmerena i najviša tačka na teritoriji grada - Sokolov kamen, vrh na Suvoj planini (1.523m nadmorske visine). Najniža tačka na teritoriji grada nalazi se na ušću Nišave u Moravu kod mesta Trupale (173m nadmorske visine). Osim pomenute Suve planine, interesantna izletišta i geomorfološki resursi u okolini samo užeg gradskog jezgra su:

- Kamenički vis, udaljen 14 km od samog centra, i na nadmorskoj

visini od oko 800m;

- Ploče - lokalitet koji se nalazi između Niške i Belopalanačke kotline, na nadmorskoj visini od 620 m, udaljene od Niša 24 km;
- Bojanine vode - na 25 km od grada, na obroncima Suve planine, sa ski stazom dugom 900 m i žičarom;
- Sićevačka klisura, između Niške i Belopalanačke kotline, duga 17 km i duboka oko 350-400 m, sa dve stare HE „Sićevo“ i „Sv. Petka“ i međunarodnim putem Niš-Bela Palanka-Pirot-Dimitrograd-Sofija;
- Jelašnička klisura, koja se nalazi na 15 km istočno od grada je sa atraktivnim kamenim oblicima i vodopadima i interesantnom florom. Posebno treba naglasiti da ovde možemo naći endemični primerak biljke *Ramonda serbica* koja je preživela ledeno doba koju je otkrio srpski botaničar Josip Pančić;
- Cerjanska pećina - na svega 14 km od Niša, u prekrasnom predelu Kameničkog visa, duga je 6 km i stara više od 2,5 miliona godina.

Klima Niša je umereno-kontinentalna. Najznačajniji hidrološki resursi su:

- reka Nišava, koja izvire u Bugarskoj, a uliva se u Južnu Moravu upravo na teritoriji grada Niša;
- veliko podzemno jezero tople vode, koje se nalazi na području Niša, čime su objašnjene pojave tople vode na oba oboda Niške kotline, kod Niške banje i kod banje Topilo (kod sela Kravlja). Jezero je na dubini od 350-800 m, sa prosečnom temperaturom vode 50°C. Zahvaljujući tome izgrađena je Niška Banja, na samo 10km od gradskog centra, kao lečilišni, ali i centar rekreativnog turizma, kulturološko-manifestacionog turizma, sportsko-rekreativnog turizma, kongresnog turizma. Banja Topilo se nalazi na 25 km od grada u dolini Toponičke reke kod sela Kravlje;
- u neposrednoj blizini Jelašničke klisure se nalazi izvor lekovite vode.

Biogeografski resursi: Na obodu Niša, na otvorenom prostoru u naselju Medoševac, stvoren je jedinstven vrt – Park prijateljstva, sa preko 300 cvetnih vrsta iz niškog kraja i planinskih prostora Srbije kao i sa brojnim egzotičnim primercima iz celog sveta. Planinaska okolina grada Niša (Suva planina, Jastrebac, Svrlijske planine i njihovi obronci) veoma je pogodni za lov. Lovna površina pretežno je brdsko-nizijskog tipa.

### Stanovništvo

Prema popisu iz 2002. godine, u gradu Nišu živi 250.518 stanovnika. Ovaj kraj je zahvaćen dosta intenzivnim migracionim kretanjima, posebno u međupopisnom periodu 1991-2002. godine (21.967 doseljenika), što pokazuje da postoje određeni prirodni i stvoreni ekonomski uslovi za zadržavanje stanovnika. U međupopisnom periodu 1991-2002., uočava se proces starenja stanovništva, pa je tako kontingent stanovništva starosti iznad 65 godina u ovom periodu povećalo učešće u ukupnoj populaciji sa 9,7% na 14,2%, dok se učešće mladog (do 24 godina) stanovništva smanjuje (sa 32,4% na 28,9).

Dominantan broj stanovnika spada u kategoriju radno-sposobnog stanovništva (69,1%), što se može uzeti u obzir kao značajan razvojni potencijal koji će opredeljujuće uticati na tržište rada i zaposlenost

U obrazovnoj strukturi stanovništva starog 15 i više godina na području Niša (2002.), završena srednja škola je najčešći vid obrazovanja (38% stanovnika), na drugom mestu je osnovno obrazovanje (16,2%), dok je 13,2% stanovništva sa višom i visokom stručnom spremom.

### Turističke atrakcije

- *Arheološki lokaliteti*: Humska čuka - nalazište iznad sela Huma iz bronzanog doba, Medijana - lokalitet Brzi Brod, na putu za Nišku Banju, predstavlja ostatke kasnoantičke carske rezidencije sa očuvanim podnim mozaikom i 16 statua od mermera (IV vek), Bubanaj, Niška Banja, lokalitet Niška tvrđava sa ostacima iz predrimskog perioda;



- *Utvrđenja i stari gradovi:* Niška tvrđava, na desnoj obali Nišave potiče iz vremena turske vladavine (XVIII vek), Jagodin-mali - vredan spomenik ranohrišćanske umetnosti, Srednjovekovni grad Koprijan (Kurvin grad), kod sela Malošišta, 11 km južno od Niša, sazidan je u vreme kneza Lazara 1382. godine;
- *Čele kula* (u krugu vojne bolnice), na putu za Nišku banju - jedinstven je spomenik varvarstva, sazidan od 3000 lobanja poginulih srpskih ustanika u Boju na Čegru maja 1809. godine;

#### Struktura narodnog dohotka u Nišu

Delatnost	2005
Poljoprivreda, Ilov, šumarstvo i vodoprivreda	3.87%
Ribarstvo	0.00%
Vadjenje ruda i kamena	0.04%
Preradivačka industrija	49.10%
Proiz. el. energije gasa i vode	3.11%
Gradjevinarstvo	5.08%
Trgovina na veliko i malo, opravka	23.43%
Hoteli i restorani	2.03%
Saobraćaj, skladištenje i veze	9.75%
Poslovi sa nekretninama, iznajmijvanje	3.34%
Zdravstveni i socijalni rad	0.23%
Druge komunalne, durštvene i lične usluge	0.03%
<b>Ukupno</b>	<b>100.00%</b>

Izv or: RZS (2007) Opštine u Srbiji 2006, Beograd

- *Spomenik* u obliku tri stisnute pesnice *na Bubnju* - poginulo je 10.000 stanovnika Niša i južnog dela Srbije u II sv.ratu i to streljanjem.
- *Sakralni objekti:* Sićevačaka klisura sa oko 20 crkvice, hram Sv. cara Konstantina u Nišu, crkva Sv. Pantelejmona (XII vek), Vizantijska crkva (XI vek), crkva Sv. Nikole, Saborna crkva (crkva Silaska svetog duha), crkva Sv. Ilije u Niškoj Banji.
- *Manifestacije:* Filmski festival glumačkih ostvarenja - na otvorenom prostoru Tvrđave, na Letnjoj pozornici; Letnji muzički festival "Nisomnia", Horske svečanosti, Niške muzičke svečanosti (NIMUS), "Nišvil" - džez festival, Internacionalni etno-festival, Festival gradskih pesama, Likovna i književna kolonija u Sićevu, „Majska pesma“, Sajam knjiga, Izložba cveća, „Zlatne ruke“ – kulinarska izložba i takmičenja, Međunarodni sajam turizma i ekologije, Urbo-salon.

#### Privreda

Grad Niš u ukupnom društvenom proizvodu Republike Srbije učestvuje sa 4,07%. Društveni proizvod po stanovniku u Nišu je iznosio 172.202 dinara što je za 20% više od državnog proseka.

U gradu Nišu ukupno je zaposleno 80.457 lica, dok broj nezaposlenih iznosi 34.337. Na 1000 stanovnika, zaposleno je 318 osoba, a nezaposleno je 136, što je iznad državnog proseka, koji za Srbiju iznosi 278 zaposlenih, a 120 nezaposlenih na 1000 stanovnika.

Najveću zaposlenost generiše Prerađivačka industrija oko 27%, zatim Trgovina na veliko i malo sa 15,6%, Zdravstveni i socijalni rad sa približnim učešćem od



13%, kao i Saobraćaj, skladištenje i veze sa 10,8% koji u 2005. **Hoteli i restorani imaju učešće od 2,45% u ukupnoj zaposlenosti u Nišu.**

### Saobraćajna pristupačnost

Grad Niš ima izuzetno povoljan saobraćajni položaj, ne samo u Srbiji, nego gledano i na širim, balkanskim prostorima. Razvijeni su dobro drumski i železnički saobraćaj, pokušava se ponovno aktiviranje vazdušnog saobraćaja kompletiranjem civilnog aerodroma »Car Konstantin«, dok je rečni potpuno nerazvijen.

Teritorija Niša pokrivena je mrežom puteva u ukupnoj dužini 391 km (prema podacima za 2003. godinu), čiju strukturu čine: magistralni (9,2%), regionalni (23%) i lokalni putevi (67,7%). Svi magistralni putevi su sa savremenom podlogom, dok ovaj standard zadovoljava 91,7% lokalnih i 88,8% regionalnih puteva. Najznačajnija veza Niša sa svetom je trasa evropskog koridornog pravca X.

Niš je jedan od najstarijih i najvažnijih železničkih čvorova u Srbiji u njemu se stiču dva međunarodna železnička pravca: Beograd-Niš-Solun i Beograd-Niš-Sofija.



## Opština Svrlijig

Opština Svrlijig nalazi se u istočnoj Srbiji. Ukupne površine od 497km<sup>2</sup>, na kojoj živi 18000 stanovnika sa prosečnom gustinom naseljenosti od 39 st/km<sup>2</sup>, razmeštenih u 34 naselja. Opština je smeštena na putu Knjaževac-Niš, između Svrlijskih planina i Tresibabe, a sam opštinski centar, grad Svrlijig, leži na Svrlijskom Timoku.

### Geografske karakteristike

Opština Svrlijig smeštena je između svrlijskih planina na zapadu i planine tresibabe na istoku, kroz koje se probija Svrlijski Timok. Okolni planinski prostor i reka pružaju mogućnosti za organizovanje izleta i rekreacije u prirodi. Klima područja je umereno-kontinentalna.

### Stanovništvo

Prema popisu stanovništva iz 2002. godine na teritoriji opštine Svrlijig živelo je 20478 stanovnika., što je za 3194 stanovnika manje u odnosu na 1991. godinu. Do ovakvog pada broja stanovnika došlo je usled negativnog prirodnog priraštaja od -9.2‰, ali i visoke stope iseljavanja stanovništva iz opštine. Rezultat ovakvih procesa je veoma loša starosna struktura stanovništva, gde staro stanovništvo čini 30% ukupne populacije opštine, a prosečna starost stanovništva iznosi 49 godina.

Obrazovna struktura stanovništva je izrazito nepovoljna jer je udeo lica starijih od 15 godina bez stručne spreme 7.6%, a udeo onih koji nisu završili osnovnu školu čak 35.6%.

## Opština Svrlijig



Privreda

Opština Svrlijig u ukupnom društvenom proizvodu Republike Srbije učestvuje sa 0,07%. Društveni proizvod po stanovniku u Svrlijigu je iznosio 44.330 dinara što je manje od trećine državnog proseka.

U opštini Svrlijig ukupno je zaposleno 3.595 lica, dok broj nezaposlenih iznosi 2.126. Na 1000 stanovnika, zaposleno je 158 osoba, što je ispod državnog proseka, koji za Srbiju iznosi 278 zaposleni, a nezaposleno je 129, dok taj pokazatelj na nivou Srbije iznosi 120 nezaposlenih na 1000 stanovnika.

Na osnovu analize zaposlenosti po sektorima delatnosti u opštini Svrlijig dolazimo do zaključka da najveću zaposlenost generiše Prerađivačka industrija sa oko 59%, a daleko posle nje su Zdravstveni i socijalni rad, Obrazovanje i Trgovina sa oko 6% učešća u ukupnoj zaposlenosti. **Hoteli i restorani imaju učešće od samo 0,65% u ukupnoj zaposlenosti** u opštini Svrlijig.

Saobraćajna pristupačnost

Opština Svrlijig je udaljena 31 km od Niša i glavni saobraćajni pravac predstavlja magistralni put Niš-Knjaževac.

**Opština Knjaževac**

Opština Knjaževac nalazi se u istočnoj Srbiji, prostirući se neposredno duž granice sa Republikom Bugarskom i predstavlja deo regiona Timočke krajine. Ima periferan položaj u odnosu na glavne emitivne centre u Republici, ali i u odnosu na glavne saobraćajne koridore. Udaljena je od Beograda 280km, a od Niša 60km.

**Struktura narodnog dohotka u Svrlijigu**

<b>Delatnost</b>	<b>2005</b>
Poljorivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda	52.42%
Ribarstvo	0.00%
Vadjenje ruda i kamena	0.00%
Preradivačka industrija	29.92%
Proiz. el. energije gasa i vode	1.91%
Gradjevinarstvo	3.56%
Trgovina na veliko i malo, opravka	9.06%
<b>Hoteli i restorani</b>	<b>0.44%</b>
Saobraćaj, skladištenje i veze	1.62%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	0.27%
Zdravstveni i socijalni rad	0.79%
Druge komunalne, društvene i lične usluge	0.00%
<b>Ukupno</b>	<b>100.00%</b>

Izvor: RZS (2007) Opštine u Srbiji 2006, Beograd



## Opština Knjaževac



### Geografske karakteristike

Reljef: U geomorfološkom pogledu, opština Knjaževac je pretežno pripada brdsko – planinski kraj. Najviša tačka na teritoriji opštine je Tupanar na Staroj planini (2.077m n.v.), dok je najniža tačka na 176m n.v. i nalazi se u knjaževačkoj kotlini. Najznačajniji oblik reljefa je svakako Stara planina, koja predstavlja prirodnu vrednost visokog domena. Blagi i oštri usponi, prostrane livade, rečni useci i doline, kompleksi obrasli četinarskom šumom osnov su za razvoj različitih oblika turizma. Klima je izuzetno povoljna sa stanovišta razvoja turizma jer je planina, na visini između 1100 i 1900m, skoro pet meseci pod snegom. Druge planine koje se nalaze na teritoriji opštine su: Tupižnica (1.162 m n.v.), poznata po postojanju dve jame: Dobra i Zla ledenica (uvek ima leda), ali poznata i po lovištu, Tresibaba (787 m n.v.) – planina koja se prostire južno od Knjaževca, karakteristična po lepim pejzažima i po lovištu.

Klima: Opština Knjaževac ima umereno - kontinentalnu klimu.

Hidrološki resursi: Ispred samog mesta Knjaževca spajaju se Svrliški i Trgoviški Timok i formiraju Beli Timok, koji teče teritorijom opštine u dužini od 15,6 km. Od drugih hidroloških resursa, na teritoriji opštine, pomenućemo Rgošku banju koja je smeštena na obali Svrliškog Timoka, 5 km jugozapadno od Knjaževca, sa čitavim nizom izvora koji izbijaju na vodonosnom rasedu dužine 800 m.

Biogeografski resursi: Ukupna površina šuma i šumskih zasada na teritoriji opštine je 43.243 ha. Stepenn šumovitosti opštine je 36% i značajno je veći od proseka Republike (21,3%). Šume bogate životinjskim svetom i brojne čiste reke i potoci puni riba omogućavaju bavljenje lovnim i ribolovnim turizmom, a u toku leta možete uživati u sledećim aktivnostima: šetnja, gledanje ptica, paraglajding, maunti-bajking, trčanje, posmatranje prirode. Na Staroj planini imaju tri rezervata prirode: Babin Zub, Draganište i Golema reka. U dolini Svrliškog Timoka ima osnova da se zaštiti područje zbog bogate flore i zanimljivog reljefa i antropogenog uticaja (mnogo mostova, tunela i vijadukata na maloj razdaljini).

### Stanovništvo

Prema popisu stanovništva iz 2002. godine na teritoriji opštine Knjaževac živi 37172 stanovnika, što je za 6379 stanovnika manje u odnosu na 1991. godinu. Starosna struktura stanovništva u kojoj staro stanovništvo učestvuje sa 28% u ukupnom i prosečna starost stanovništva od 48 godina ukazuju da je proces demografskog starenja u opštini Knjaževac odmakao u kasnije faze.

Obrazovna struktura stanovništva opštine Knjaževac je dosta nepovoljna jer je udeo lica starijih od 15 godina bez stručne sprema 6.4%, onih koji nemaju završenu osnovnu školu iznosi 32%, dok je udeo visoko obrazovanih svega 3.2%.

### Turističke atrakcije

- *Arheološki lokaliteti*: Baranica, Škodрино polje, Dubrava, Gabrovnica;
- *Rimsko utvrđenje* Timacum Minus kod sela Ravna sa otkopanim bedemima, delovima civilnog naselja, bogatom nekropolom iz prvog veka naše ere i traju kasnije do Justinijanove obnove carstva u VI veku (mada ima dokaza da su ovde vojne jedinice rimskih legionara boravile i pre ovog veka);
- *Srednjovekovni gradovi* Ravna i Koželj;
- *Gurgusovačka kula*, iz turskog perioda zloglasni zatvor;
- *Sakralni objekti*: crkva Svete Bogorodice u Gornjoj Kamenici (iz XIV veka), manastir Svete Trojice u Donjoj Kamenici, građen u XV veku, i crkva Sv.Đorđa u Knjaževcu;
- *Arheo-etno park* se u selu Ravna na 8 km severno od Knjaževca, na jugoistočnim padinama Tupžnice (najstarije kuće u selu sagrađene su početkom veka, kao i zgrada škole - spomenik kulture). Na izbor ovog sela za smeštaj arheo-etno parka uticala je blizina lokaliteta antičkog naselja Timacum Minus.
- *Maniferstacije: Festival kulture mladih Srbije* – održava se od 1962. godine, «*Đurđevdanski susreti - Molitva pod Midžorom*» - održava se u selima Vrtovac i Balta Berilovac (35 km od Knjaževca), "*Panadžur*" - sabor narodne izvorne muzike održava se svake godine na Veliku Gospojinu 28. avgusta u podnožju Stare planine u selu Jalovik Izvor (40 km od Knjaževca), *Vašar* (sabor) - privredna i kulturna manifestacija u organizaciji sela Novo Korito u Srbiji i sela Salaš u Bugarskoj, *Sajam vina* - krajem februara i na njemu izlažu proizvođači vina iz Knjaževca i okoline, ali i gosti iz zemlje i inostranstva, *Jesenji likovni salon*.

### Privreda

Opština Knjaževac u ukupnom društvenom proizvodu Republike Srbije učestvuje sa 0,25%. Društveni proizvod po stanovniku je iznosio 76.624 dinara u 2005, što je skoro 50% niže od državnog proseka.



U opštini Knjaževac ukupno je zaposleno 7.617 lica, dok broj nezaposlenih iznosi 3.834. Na 1000 stanovnika, zaposlene su 217 osoba, a nezaposleno je 109, što je ispod državnog proseka, koji za Srbiju iznosi 278 zaposlenih, a 120 nezaposlenih na 1000 stanovnika. Apsolutni broj nezaposlenih je veliki i turizam bi mogao da bude jedno od rešenja problema nezaposlenosti.

Najveću zaposlenost u opštini generiše prerađivačka industrija sa oko 50%, a daleko iza nje su Zdravstveni i socijalni rad sa 10% i trgovine koja ima oko 9% učešća u ukupnoj zaposlenosti opštine. **Hoteli i restorani učestvuju sa 0,87% u ukupnom broju zaposlenih.**

Struktura narodnog dohotka u Knjaževcu

Delatnost	2005
Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda	43.74%
Ribarstvo	0.00%
Vadjenje ruda i kamena	0.38%
Prerađivačka industrija	26.17%
Proiz. el. energije gasa i vode	5.69%
Gradjevinarstvo	2.19%
Trgovina na veliko i malo, opravka	13.10%
<b>Hoteli i restorani</b>	<b>1.78%</b>
Saobraćaj, skladištenje i veze	5.45%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	1.19%
Zdravstveni i socijalni rad	0.31%
Druge komunalne, durštvne i lične usluge	0.00%
<b>Ukupno</b>	<b>100.00%</b>

Izvor: RZS (2007) Opštine u Srbiji 2006, Beograd

### Saobraćajna pristupačnost

U pogledu saobraćajne infrastrukture Knjaževac je povezan drumskim i železničkim prevozom sa susednim opštinama i to: na sever sa Zaječarom, Negotinom i Borom, na jug sa Svrljigom i Nišem, a drumski je omogućena i veza sa autoputem Beograd-Niš uključenjem kod Aleksinca (regionalni put Knjaževac-Sokobanja-Bovan-Aleksinac). Knjaževac je udaljen od aerodroma u Nišu manje od 60 km. Problem je što je usled veličine teritorije opštine Knjaževac razdaljina sa svim susednim mestima relativno velika. U lokacijskom pogledu može se reći da je opština Knjaževac donekle skrajnuta sa glavnih magistralnih tokova u Republici, premda im je relativno blizu. Pri tom se misli na dva osnovna kraka koridora X – autoput Beograd-Niš i krak Niš-Pirot-Bugarska granica.

Veličina i razuđenost opštine nametnuli su potrebu izgradnje i potom održavanja velikog broja putnih pravaca čija ukupna dužina dostiže gotovo 500 km! Od tog broja samo 33 km se odnosi na savremeni magistralni kolovoz, dok je ostatak u rangu regionalnih (178 km) i lokalnih puteva (266 km). Od ukupne dužine putne mreže na teritoriji opštine (477 km) najveći deo je savremenih kolovoza (414km).

Prugom Niš-Knjaževac-Zaječar opština je povezana sa sistemom Železnica Srbije. Međutim, usled veoma malog broj putnika i nerentabilnosti postojeće veze, razmatra se mogućnost ukidanja i te jednine dnevne linije kojom je opština železnicom povezana sa drugim delovima Republike.

## Opština Zaječar

Oština Zaječar predstavlja geografsko, administrativno, privredno, političko i kulturno središte Timočke krajine i Istočne Srbije. Nalazi u centralnom delu Timočke krajine i obuhvata Zaječarsku kotlinu, istočni deo Crnorečke i severni deo Knjaževačke kotline, kao i južne delove Negotinske krajine. Teritorija

opštine je omeđena: sa severa obroncima planine Deli Jovan, sa istoka i jugoistoka obroncima Stare planine, kojom ide državna granica prema

Bugarskoj, na jugu i jugozapadu Lasovačkom planinom kao ogrankom planine Tupižnice, a na zapadu Ježevicom i ograncima Velikog Krša. Udaljen je od Niša oko 100km, a od Beograda oko 240km.

Po veličini teritorije Zaječar spada u red najprostranijih opština u Srbiji (površina 1.069 km<sup>2</sup>). Na teritoriji opštine Zaječar po poslednjim raspoloživim podacima iz 2002. godine živi 65.969 stanovnika ili 62 stanovnika na km<sup>2</sup>. Sve to je raspoređeno u 42 naseljena mesta.

### Geografske karakteristike

#### Opština Zaječar



Reljef: Na teritoriji opštine Zaječar preovlađuje brdsko-planinsko zemljište, sa zaječarskom kotlinom u centru. Sama kotlina se nalazi između dva planinska luka, karpatskog i balkanskog. Smeštena je u zapadnom delu Timočkog basena. Kotlina se proteže od Vražogrnca do vratarničke klisure, na zapadu do grebena Lasovačke planine, kao dela Tupižnice gde je delimično rastavljena od crnorečke kotline planinom Tupižnicom, ali je morfološka granica opet obeležena niskom prečagom u kojoj je Crni Timok usekao klisuru Baba Jonu. Tupižnica je jasno izdvojen planinski masiv u krajnjem istočnom delu Srbije, smešten između gradskih naselja Zaječara i Boljevca. Opštini Zaječar pripada jugozapadni deo ovog masiva i to je po mnogim ocenama najatraktivniji deo koji pruža izvanredan ugođaj ljubiteljima prirodnih lepota. Uprkos ovakvom prirodnom bogatstvu za sada ne postoje uređena izletišta na području Zaječarskog dela Tupižnice. Jugoistočni i istočni deo najvišeg masiva Republike – Stare planine pripada opštini Zaječar. Na njemu se nalaze sledeći prirodni potencijali: pećine kod Selačke reke i Avramice, pećina Toplik i Barbaroš, Šaška reka, stari zatvoreni i još aktivni rudnici. Lenovačka pećina, Lenovačko vrelo, Lasovačka pećina



Južno od Zaječara Beli Timok je usekao Vratarničku klisuru, koja predstavlja sponu između zaječarskog basena na severu i knjaževačkog na jugu. Ova klisura je usečena između zaseoka Zmijanca i Grliške reke. Dužine je 5 km, dubine 170-190 m i širine 0,5 km.

Klima: Zaječarska opština se nalazi u kontinentalnom klimatskom pojasu. Klima je vlažno umerena, sa toplim i suvim letom i umereno hladnom zimom, šta ukazuje da Zaječar i okolina imaju umerenokontinentalnu klimu.

Hidrološki resursi: Zaječarsku opštinu presecaju Crni i Beli Timok, koji se kod Vražogrnca spajaju u Veliki Timok. Ova tri Timoka čine osnovu rečnog sistema Timok, koji čini osnovu hidrografske mreže ovog kraja. Pored njih, teritoriju opštine presecaju manje rečice (Lubnička reka, Lenovačka reka, Gornja Bela Reka, Lasovačka reka i dr.). Vodostaj svih ovih reka je najviši u proleće, a najniži u letnjim mesecima. Rečni sistem Timok ima izuzetan značaj za ovaj kraj, čija plodna dolina je izuzetno pogodna za poljoprivredu.

Na teritoriji opštine nema prirodnih jezera, ali postoje tri veštačka (akumulaciona) jezera: Grliško, Rgotsko i jezero Sovinac. Grliško i jezero Sovinac služe za vodosnabdevanje, dok je Rgotsko jezero nastalo sakupljanjem vode u iskopima (majdanima) kvarcnog peska kod sela Rgotine. Jezero je nastalo od podzemnih izvora, a kako mu je dno peskovito, voda u jezeru je izuzetno bistra i visoko providna.

U opštini Zaječar poznata su dva termomineralna izvora: Gamzigradska Banja i Nikoličevo. Termomineralni izvori u Gamzigradskoj banji su uređeni, gde postoji i banjsko lečilište, dok termomineralni izvor u Nikoličevu nije uređen, iako sva ispitivanja pokazuju da je to u pitanju izuzetno lekovita termomineralna voda. Osnovni prirodni potencijal kojim raspolaže opština Zaječar je kompleks Gamzigradske banje. U samoj Gamzigradskoj banji nalazi se objekat od kulturno-istorijskog značaja – Hidroelektrana «Gamzigrad» koja je počela sa radom još 1909. godine.

Biogeografski resursi: U ovom kraju prevladavaju listopadne šume, rasprostranjene na padinama Deli Jovana, Stare planine i na Tupižnici. Južno od grada Zaječara nalazi se park-šuma Kraljevica, brdo koje pruža izvanredne uslove za ljubitelje sporta i rekreacije. Teritorija opštine je bogata raznovrsnom divljači.

### Stanovništvo

Danas u Zaječaru živi 65969 stanovnika što je za 5107 stanovnika manje u odnosu na 1991. godinu. Prosečna starost stanovništva opštine iznosi 43 godine, a udeo stanovništva starijeg od 60 godina u ukupnom stanovništvu iznosi 26,94%.

Aktivno stanovništvo u opštini čini 43% ukupne populacije, dok je udeo radnog kontigenta u ukupnom stanovništvu 66%. Najviše zaposlenih je u prerađivačkoj industriji, saobraćaju i trgovini, dok je u turizmu zaposleno 172 lica, odnosno oko 1%. Poljoprivredno stanovništvo ima udeo u ukupnom od 7.5%.



Turističke atrakcije

- *Felix Romuliana* – jedan od četiri rimska carska grada u Srbiji. Ovaj lokalitet iz III veka naše ere je grad rimskog cara Gaja Galerija Valerija Maksimilijana (Cezar od 293-305, Avgust od 305-311 godine) koji je posvetio svojoj majci Romuli.
- *Radul-begov konak* podignut je početkom XIX veka, jedan je od najstarijih objekata u gradu i sastavni deo Narodnog muzeja;
- *Turska vodenica* je još jedan od najstarijih objekata narodnog graditeljstva. Godine 1977. izvršena je revizalizacija ovog objekta i zadržano je kompletno autentično postojanje vodenice. – nacionalni restoran;
- *Sakralni objekti*: Pravoslavna crkva u Zaječaru posvećena je rođenju presvetle Bogorodice, podignuta je 1834. godine po naredbi Miloša Obrenovića, manastir Suvodol Nalazi se na krajnjem jugoistočnom delu opštine, u blizini sela Selačka, a posvećen je rođenju Bogorodice (ubraja se u najstarije zadužbine u Srbiji i vezuje se za Kneza Lazara), manastir u Grlištu nalazi se u selu desetak kilometara udaljenom od Zaječara, gotovo na samoj obali Grlškog jezera, u lepom prirodnom okruženju, manastir posvećen apostolima Petru i Pavlu, nastao je u periodu srednjeg veka.
- *Spomenici u gradu* posvećeni istorijskim događajima i istaknutim ljudima ovog kraja (Spomen česma – posvećena izginulim učesnicima oslobodilačkih ratova 1833. i 1876-1878. godine, Spomenik izginulim ratnicima u Balkanskim i u Prvom Svetskom ratu, Spomenik Nikoli Pašiću, Spomenik izginulim učesnicima Timočke bune 1883. godine – na Kraljevici, rad Antuna Augustinčića);
- *Kazamati na Kraljevici* – iz doba ratova sa Turskom;
- *Etno kuća* - pre nekoliko godina u selu Vražogrnac nedaleko od Zaječara je otvorena;
- *Manifestacije*: pozorišni «Dani Zorana Radmilovića», takmičenje neafirmisanih bendova «Gitarijada», »Letnja filozofska škola» (koja se delom održava i na lokalitetu Feliks Romulijane), Među-narodna likovna kolonija «Gamzigrad», «Letnja škola lekovitog bilja», «Hajduk Veljkovi dani» u Lenovcu – rodnom mestu ovoga junaka; «Vražogrnački točak» u Vražogrnacu; «Sabor frulaša» - sabor solista na izvornim narodnim instrumentima u Grljanu; Smotra dečijeg narodnog stvaralaštva «DENS» u Gradskovu; «Đurđevdanski sabor» u Gazigradskoj banji; opštinsko takmičenje sela; opštinski sabor narodnog stvaralaštva «Zlatne ruke» i Smotra narodnog stvaralaštva «Kotlujevac».



## Privreda

Opština Zaječar u ukupnom društvenom proizvodu Republike Srbije učestvuje sa 0,58%. Društveni proizvod po stanovniku u Zaječaru je iznosio 97.046 dinara

### Struktura narodnog dohotka u Zaječaru

Delatnost	2005
Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda	32.58%
Ribarstvo	0.01%
Vadjenje ruda i kamena	0.43%
Prerađivačka industrija	16.80%
Proiz. el. energije gasa i vode	4.96%
Gradjevinarstvo	9.38%
Trgovina na veliko i malo, opravka	20.05%
<b>Hoteli i restorani</b>	<b>1.42%</b>
Saobraćaj, skladištenje i veze	12.60%
Poslovi sa nekretninama, iznajmijvanje	0.66%
Zdravstveni i socijalni rad	1.10%
Druge komunalne, društvene i lične usluge	0.00%
<b>Ukupno</b>	<b>100,00%</b>

Izvor: RZS (2007) Opštine u Srbiji 2006, Beograd

što je za preko 30% niže od državnog proseka.

U opštini Zaječar ukupno je zaposleno 16.757 lica, dok broj nezaposlenih iznosi 8.036. Na 1000 stanovnika, zaposleno je 261 osoba, a nezaposleno je 125, što je ispod državnog proseka, koji za Srbiju iznosi 278 zaposlenih, a 120 nezaposlenih na 1000 stanovnika.

Na osnovu analize zaposlenosti po sektorima delatnosti u opštini Zaječar dolazimo do zaključka da najveću zaposlenost generiše Prerađivačka industrija oko 24%, zatim Zdravstveni i socijalni rad sa

približnim učešćem od 15%, kao i Trgovina na veliko i malo i Saobraćaj, skladištenje i veze koji u 2005. beleže približno isto učešće u ukupnoj zaposlenosti sa oko 10% na nivou opštine Zaječar. **Hoteli i restorani imaju učešće od samo 0,86% u ukupnoj zaposlenosti u Zaječaru.**

## Saobraćajna pristupačnost

U pogledu saobraćajne infrastrukture Zaječar je izuzetno dobro povezan drumskim prevozom sa susednim opštinama i to: na zapad, preko Boljevca, kod Paraćina se uključuje na međunarodni autoput Beograd-Niš-Bugarska i Makedonska granica, deo panevropskog koridora X. Udaljenost Zaječara od ovog značajnog koridora je oko 85 km, a do njega vodi asfaltni magistralni autoput. Na sever se asfaltnim autoputem dugim oko 60 km. izlazi na opštinu Negotin, a preko nje i na Dunav kao deo panevropskog koridora VII; na istoku od Zaječara na svega 11 km nalazi se granični prelaz prema Republici Bugarskoj koji vodi do grada Vidina, susedske opštine Zaječara sa kojom su uspostavljeni veoma dobri odnosi saradnje. Najveći deo putne mreže na teritoriji opštine Zaječar je asfaltiran i spada u red magistralnih i regionalnih puteva. Od ukupne dužine puteva 1408km, savremenom kolovozu pripada 1091km. Od toga magistralni putevi imaju dužinu od 160km, regionalni 580km, dok lokalnu putnu mrežu čini 668km.

Zaječar je takođe povezan i železnicom sa ostatkom teritorije Republike Srbije. Najbliži aerodrom je Niški (udaljenost manja od 70 km), koji još uvek nije osposobljen za prijem većeg broja putnika i letelica, ali za koji postoje veoma ozbiljni izgledi da u skorij budućnosti bude čvorište koje će koristiti neka od niskotarifnih kompanija koje su zainteresovane za ulazak na naše tržište.

## Kladovo

Opština Kladovo nalazi se na kranjem istoku Srbije, na prostoru Dunavskog Ključa, a u njegovom najvećem meandru. Osim područja Ključa, odnosno dela Vlaško-pontijske nizije, oština se prostire u zapadnom delu na brdskim terenima planine Miroč. Opština Kladovo ima periferan geografski položaj u odnosu na centralne saobraćajne koridore u Republici. Na povoljnost njenog položaja utiče činjenica da se celom svojom severnom granicom oslanja na tok Dunava, ali i da magistralni put Beograd-D.Milanovac-Kladovo predstavlja dobru vezu sa ostatkom države. Takođe, činjenica da se graniči sa susednom Rumunijom, novom članicom EU, otvara ovoj opštini nove mogućnosti za transgraničnu saradnju.

Opština Kladovo prostire se na površini od 629 km<sup>2</sup> sa srednjeom gustom naseljenosti od 23 st/km<sup>2</sup> i obuhvata 23 naselja.

### Geografske karakteristike

**Reljef:** Teritorija opštine Kladovo je pretežno brdsko-planinska, sa izuzetkom najistočnijih delova koji pripadaju Vlaško-pontijskoj niziji (nadmorska visina opštine varira od 20 m na ušću Slatinske reke u Dunav, do 626 m n.v. na planini Miroč. U geomorfološkom smislu, teritorija opštine se može podeliti na dve celine:

- Donji Ključ - predstavljaju površ Ključa, dunavske terase (terasa Ključa, severniska i Kladovska) i aluvijalna ravan Dunava i obuhvata 50.3% ukupne površine opštine;
- Gornji Ključ - brdsko-planinski teren planine Miroč sa svojim vrhovima Velikim Štrpcem (768 m n.v.) i Malim Štrpcem (626 m n.v.), u podnožju kojih je usečena klisurasta dolina Dunava. Ova cellina obuhvata 324 km<sup>2</sup>, odnosno 49.7% teritorije opštine.

**Hidrološki resursi:** Najznačajnij hidrološki resurs opštine je reka Dunav, koja kroz opštinu Kladovo protiče u dužini od 91 km i to kroz dve potpuno različite morfološke celine: Đerdapsku klisuru (klisura Kazan) i nizijski deo u kome je

### Opština Kladovo



Dunav stvorio i svoj najveći meandar. Izgradnjom hidroelektrana na Dunav u blizini Kladova, stvoreno je i najveće veštačko jezero u Srbiji – Đerdapsko jezero. Formiranjem ovog jezera promenjen je hidrološki režim Dunava i njegovih pritoka, a neka od ušća pritoka i atara naselja su tom prilikom potopljena. Izmeštena su potpuno ili delimično naselja: Tekija, Brza Palanka, Velesnica, Milutinovac, Vajuga, Korbovo, Mala Vrbnica, Kostol, Kladušnica i Davidovac. Zahvaljujući stvaranju ovog jezera, Dunav je postao plovni i kroz Đerdapsku klisuru. Osim Dunava, na teritoriji opštine Kladovo postoje i sledeći hidrološki resursi: Velika reka i Podvrška reka, koje teku pravcem jug-sever i ulivaju se u Dunav; i izvori - na teritoriji opštine ima ih dosta. Danas na teritoriji opštine postoji nekoliko termalnih izvora.

Biogeografski resursi: U pogledu biogeografskih odlika, u opštini Kladovo dominira šumska vegetacija koja zauzima 45% ukupne opštinske teritorije. Za biljni i životinjski svet, ali i za kulturno nasleđe od najvećeg značaja je uspostavljanje zona zaštite pod okriljem Nacionalnog parka „Đerdap“, koji se prostire u zapadnom delu opštine Kladovo (K.O Petrovo Selo, Tekija, polovina K.O. Sip i manji delovi K.O. Manastirica i Podvrška).

### Stanovništvo

Na teritoriji opštine Kladovo živi 23.613 stanovnika prema popisu 2002. godine. Proces depopulacije zahvatio je seoske sredine još od 1970. godine, kada se veliki deo stanovništva iseljavao za Kladovo i Brzu Palanku, druge gradove u Srbiji i najviše u inostranstvo. Danas u inostranstvu boravi na privremenom radu 7 620 stanovnika opštine Kladovo. Prosečna starost stanovništva opštine je 43,3 godine. U pogledu starosne strukture, stanovništvo Kladova se uklapa u opštu sliku Istočne Srbije, jer ima 21.1% stanovništva starijeg od 65 godina.

Visoko obrazovano stanovništvo čini 2.8% populacije strije od 15 godina, ali je znatno veći procenat stanovnika bez školske spreme u odnosu na druge opštine Donjeg podunavlja i iznosi 12.4%. Situacija u pogledu obrazovanosti je još negativnija ako se u obzir uzmu i kategorije stanovnika koje nemaju završenu osnovnu školu (1-3 razreda ili 5-7 razreda), čiji je udeo u ukupnom stanovništvu starijem od 15 godina iznosi oko 26% stanovnika.

### Turističke atrakcije

- *Arheološka nalazišta:* Tarajanova tabla (Golo brdo) – period 100 godina p.n.e., pristup samo sa plovne strane, Transdierna-Tekija, Pontes – Trajanov most (Kostol) iz perioda 103-105 g.n.e. - ostaci mosta, naselja (spalili su ga Rimljani u vreme Hadrijana), Trajanovog naslednika, Hajdučka vodenica (Štrbac) – pratorijska i srednjovekovna nekropola, rimsko i ranovizantijsko utvrđenje
- *Tvrđave:* Fort-Elizabetin Đevrin (XVIII vek), Diana-Zaves - rimsko i ranovizantijsko utvrđenje (naselje, nekropola, put) iz perioda 102.-103. g.n.e., Fetislam – Kladovska tvrđava (srednjovekovna-otomanska



tvrđava) iz XVI veka, put Žrtkovo – kasnoantička tvrđava, Vajuga – kasnoantičko-ranovizantijsko utvrđenje, Egeta – Brza Palanka (rimsko i ranovizantijsko utvrđenje sa naseljem, putem i pristaništem);

- *Sakralni objekti*: Manastir sv.Trojice u selu Manastirica - srednjovekovna crkva pod rekonstrukcijom, crkva sv.Đorđa u Kladovu iz XVIII veka, crkva u Korbovu – zadužbina porodice Karađorđević;
- *Balon-stanice* – industrijska baština;
- *Etnokompleks Brza Palanka*;
- *Arheološki muzej Đerdapa* u Kladovu;
- *Manifestacije*: Proslava Sv.Trifuna – Dan vinogradara i voćara opštine Kladovo, koji se tradicionalno proslavlja 14.februara (organizatori: Udruženje voćara i vinogradara, SO Kladovo i Turistička organizacija opštine Kladovo), Kladovsko leto –niz manjih manifestacija ”kulturno-zabavni život u Kladovu tokom letnjih meseci” (organizatori su: TOOK, Centar za kulturu, Savez opštinske fizičke kulture (SOFK) i ostali opštinski subjekti i organizacije, a pokrovitelj-SO Kladovo), Etno festival istočne Srbije – po prvi put je bio organizovan u Kladovu 20. avgusta 2005. godine, na platou ispred Arheološkog muzeja Đerdapa, Promotivna tura po turističkim lokacijama i organizacija Etno festivala, Lokalna bučka Đerdapa – kvalifikaciono takmičenje za eventualne učesnike na „Zlatnoj bučki Đerdapa“ koje se organizuje u julu (organizatori:Turističko društvo Tekija,TOOK i mesna zajednica Tekija), Zlatna bučka Đerdapa – ribolovno-sportska manifestacija u lovu soma na bučku, koja se održava druge nedelje avgusta (organizatori: TDT, TOOK, SO Kladovo i

#### Struktura narodnog dohotka u Kladovu

Delatnost	2005
Poljorivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda	49,72%
Ribarstvo	0,10%
Vadjenje ruda i kamena	0,00%
Preradivačka industrija	20,99%
Proiz. el. energije gasa i vode	negativno
Gradjevinarstvo	2,23%
Trgovina na veliko i malo, opravka	14,96%
<b>Hoteli i restorani</b>	<b>4,48%</b>
Saobraćaj, skladištenje i veze	6,36%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	0,57%
Zdravstveni i socijalni rad	0,57%
Druge komunalne, društvene i lične usluge	0,02%
<b>Ukupno</b>	<b>100,00%</b>

Izvor: RZS (2007) Opštine u Srbiji 2006, Beograd

Manifestacije su: Letnji vašar na Veliku Gospojinu (28. avgusta ), Jesenji vašar (31. oktobra ), Festival meda i pčelarskih proizvoda (10. septembra), Sabor dijaspore ( 18. jula ), Izbor za najlepšu vlnaju Timočke krajine (2 Avgusta), Dani jorgovana na Miroču (1.maj), Skokovi u vode Đerdapa - sa stene visoke 15 metara.

Ministarstvo za kulturu Srbije), Lokalna đerdapska regata (organizator-Kajakaški klub „Tekija“ i Turistička organizacija opštine Kladovo), Međunarodna turistička dunavska regata (TID) – najveća i najduža rečna regata na svetu (organizator TID regate kroz Srbiju je Odbor za turizam Kajakaškog saveza Srbije. Manifestacija traje preko pola veka), a lokalne



### Privreda

Opština Kladovo u ukupnom društvenom proizvodu Republike Srbije učestvuje sa 0,15%. Društveni proizvod po stanovniku u Kladovu je iznosio 68.963 dinara u 2005, što je za preko 50% niže od državnog proseka.

U opštini Kladovo ukupno je zaposleno 4.192 lica, dok broj nezaposlenih iznosi 2.590. Na 1000 stanovnika, zaposlene su 183 osobe, a nezaposleno je 113, što je ispod državnog proseka, koji za Srbiju iznosi 278 zaposlenih, a 120 nezaposlenih na 1000 stanovnika. Apsolutni broj nezaposlenih je veliki i turizam bi mogao da bude jedno od rešenja problema nezaposlenosti.

Najveću zaposlenost u opštini generiše preradivačka industrija sa oko 21%, kao i proizvodnja električne energije i gasa sa učešćem od 19%, zatim Zdravstveni i socijalni rad sa 16%, dok su ostale delatnosti uzimaju ispod 10% učešća u zaposlenosti na nivou opštine Kladova, osim trgovine koja ima oko 12% učešća u ukupnoj zaposlenosti opštine. **Hoteli i restorani učestvuju sa 3% u ukupnom broju zaposlenih.**

### Saobraćajna pristupačnost

Saobraćajni položaj opštine je periferan u odnosu na glavne koridore u zemlji, ali je zahvaljujući magistrali Beograd-Kladovo relativno dobro povezan sa Beogradom, i mrežom regionalnih puteva sa svojim okruženjem. Najznačajni saobraćajni koridori na teritoriji opštine Kladovo su:

- Magistralni put M 25 (Kladovo–Negotin–Zaječar–Niš) u dužini od 29.5km;
- Magistralni put M 25.1 (Požarevac – Veliko Gradište – Golubac – Kladovo) u dužini 39.5 km. Preme generalnom planu Kladova predviđa se izmeštanje ovog puta iz naselja Kladovo, odnosno izgradnja obilaznice oko Kladova;
- Regionalni put R 250 (Kladovo – Korbovo – Vajuga – Milutinovac) u dužini od 31.2 km i povezuje naaselja u istočnom delu opštine;
- Regionalni put R 104 (Kupuzište – Slatina – Donji Milanovac) tangira granicu opštine u dužini od 1.5 km.

Ukupna dužina puteva na teritoriji opštine Kladovo iznosi 262km, od čega je 136km sa savremenim kolovozom. Magistralni putevi imaju dužinu od 64km, regionalni 54km, a lokalni 144km. U najlošijem stanju su putevi koji vode ka naseljima na većim visinama, tako da se može postaviti pitanje da li se uopšte te površine za kretanje i mogu nazivati putevima. Reč je o nekategorisanim i šumskim putevima ukupne dužine od 120 km. Jedan od problema izgradnje saobraćajnica jesu i pojave klizišta.

Na području Prostornog plana opštine Kladovo ne postoji železnička infrastruktura (pruga i objekti), ali je Prostornim planom Republike Srbije planirana izgradnja jednokolosečne pruge Negotin – brana "Đerdap II" – granica Rumunije, saglasno zvaničnim programima razvoja JP "Železnice Srbije".



Rečni saobraćaj je nedovoljno iskorišćen u odnosu na potencijal Opštine. Iako su izgradnjom odgovarajućih brodskih prevodnica rešeni svi problemi plovidbe na teškom đerdapskom sektoru, posebno oni koji su ranije ograničavali plovidbu na sektoru Sipskog kanala, i dalje je rečni saobraćaj skromnih razmera. Opština Kladovo ima pristane za putnički saobraćaj u Tekiji, Kladovu i Brznoj Palanci. Pristaništa nisu opremljena pratećim sadržajima koji bi učinili atraktivnijim pristajanje velikih putničkih brodova na sve popularnijim dunavskim destinacijama, tako da značajni kulturno-istorijski spomenici u blizini nisu pristupačni sve brojnijim turistima na Dunavu.

### **Negotin**

Opština Negotin nalazi se u istočnoj Srbiji, smeštena u regiji Negotinska krajina. Opština se prostire između tokova Dunava i Timoka, a u zaleđu se nalaze planine Deli Jovan i Stol. Njen položaj je periferan u odnosu na ostatak zemlje, ali je sa nekoliko drumskih pravaca i plovnim putem Dunava relativno dobro povezana sa susednim opštinama, odnosno sa ostalim delovima Srbije.

Površina opštine Negotin iznosi 1089 km<sup>2</sup>, na kojoj postoji 39 naselja i prosečnom gustinom naseljenosti od 39 st/km<sup>2</sup>.

#### Geografske karakteristike

**Reljef:** Reljef opštine Negotin je većim delom brdsko-planinski, a samo u istočnim delovima opštine postoje ravničarski prostori koji su, zapravo, delovi Vlaško-pontijske nizije. Najznačajni geomorfološki oblici su:

- planine koje opštinu zagrađuju sa zapada – Veliki Greben (656 m n.v.) i Deli Jovan (1141 m n.v.);
- rečen doline - kanjon reke Vratne (dužine 5km), kanjon reke Zamne, široka dolina donjeg Timoka (njegovo ušće u Dunav je najniža tačka na teritoriji Srbije i iznosi 28m n.v.);
- prerasti - tri se nalaze na rečici Jabučici, u blizini manastira Vratna, na oko 30km od grada Negotina. Reč je o Velikoj prerasti, Maloj prerasti i Suvoj prerasti (spomenici prirode), a jedna prerast se nalazi u dolini reke Zamne (takođe spomenik prirode);

### **Opština Negotin**



- kraški oblici reljefa: Dudićeva pećina - između sela Plavne i Štubika, dužine 1458m, Rajska pećina – u dolini reke Zamne, na oko 2km od sela Plavna (početni stadijum stvaranja prerasti), jama Rusman kod Popovice, nekadašnje rudarsko okno;
- peščara - duž obale Dunava pruža se Radujevačka peščara (dužine 3km i širine 800m), stabilizovanog peska bagremovom šumom i vinogradima. Na tom potezu postoji nekoliko pogodnih mesta za uređenje plaža: kod Radujevca, Prahova, u Kusjaku i Mihajlovcu.

Klima: Klima opštine Negotin je kontinentalna, sa izrazitim temperaturnim amplitudama tokom godine (temperature se zimi u Negotinskoj krajini mogu spustiti i do  $-30^{\circ}\text{C}$ , a tokom leta popeti i do  $+40^{\circ}\text{C}$ ). Negotinska krajina inače ima najveći broj vedrih dana u Srbiji.

Hidrološki resursi: Dunav je, svakako, najznačajniji vodotok na teritoriji opštine. Drugi interesantni hidrološki resursi su:

- reka Timok kao velika pritoka Dunava. Od Bregova u Bugarskoj pa do ušća u Dunav, na dužini od 15,5 km Timok je pogranična reka, između naše zemlje i Bugarske. Vodama Vražogrnacke (Borske) reke Timok je potpuno zagađen, tako da je ponekad u trećoj a ponekad u četvrtoj klasi kvaliteta voda;
- Sikolska reka - interesantna po vodopadu i živopisnom jezeru koje je stvorila u blizini sela Mokranje, južno od Negotina (mesto je poznato pod nazivom Mokranjske stene i već se afirmisalo kao izletišta Negotinaca);
- Reka Vratna (u donjem toku nosi naziv Slatinska reka) karakteristična je, osim po specifičnim reljefnim formama u svojoj dolini, i po auhtotonoj vrsti potočne pastrmke.
- Reka Zamna - dolina reke Zamne (dužina reke je 35km) je jednim delom kanjonska dolina u kojoj se nalazi i Rajska pećina;
- reka ponornica u Dudićevoj pećini, između sela Plavne i Štubika, pravi velike bigrene naslage izlazeći mestimično na površinu;
- Jasenička reka (pritoka Dunava, dužine 40km, izvire na istočnoj padini Deli Jovana, a uliva se u Dunav 1 km uzvodnije od ušća Timoka);

Biogeografski resursi: Kada je reč o biljnom i životinjskom svetu, on je veoma raznovrstan na teritoriji opštine Negotin:

- Strogi rezervat prirode nalazi se na lokalitetu Badnjevo, kao i predeona celina park-šume;
- Park šuma „Bratuljevački lipar“ nalazi se između Negotina i sela Rečke, a sastavljen je od zasada drveta lipe uz korito Bratuljevačkog potoka.
- lokalitet Stevanske livade u podnožju Deli Jovana, na oko 30km od Negotina, na nadmorskoj visini od 480 m, koji se afirmiše kao vazдушna banja, sa izgrađenim odmaralištem, sportskim terenima i mogućnostima razvoja lova u okolnim šumama;





- Brdo Badnjevo, u blizini Negotina je zahvaljujući svojoj očuvanoj prirodi i hrastovim šumama, kao i nekolicini očuvanih pivnica, postalo omiljeno kod stanovnika ovog kraja;
- Ušće Timoka u Dunav je najniža tačka u Srbiji (28 m n.v.) predstavlja predeonu celinu sa očuvanom i retkom florom i faunom;
- Specifičan fenomen predstavljaju »Bučine«, bukove šume koje rastu na visinama nižim od 200m nadmorske visine, netipičnim za bukvu. Ove, takozvane inverzne bukove zajednice, nalaze se u atarima timočkih sela opštine kao i u neposrednoj blizini samog grada, na padinama brda Bukova. Kao fenomen prirode ove bukove šume predstavljaju atraktivan i specifična prirodna turistička atrakcija;
- kultno drveće u blizini sela: Rečke, Mokranja, Šarkamen, Vidrovac i Srbovo, koje je u narodnoj tradiciji tabuisano (najčešće hrast);

Na području opštine Negotin postoje lovišta za krupnu i sitnu divljač, u kojima je aktuelan i foto-lov: lovište „Vratna“ i lovište „Alija“ prostiru se na oko 300 ha, lovište „Negotinska krajina“ na površini od 96.423 ha. Ovim lovištima gazduje Lovačko udruženje „Hajduk Veljko“ i JP „Srbijašume“.

### Stanovništvo

Na teritoriji opštine živi 43.418 stanovnika, razmeštenih u 39 naselja. Smanjivanje broja stanovnika u odnosu na popisnu 1991. godinu prisutno je i na ovom prostoru. Sada u ovoj opštini živi za 6.721 stanovnik manje nego 1991. godine, i prosečan pad stanovništva iznosio je -13.2 na hiljadu stanovnika, a prirodni priraštaj je negativan. Ovakav drastičan pad broja stanovnika odrazio se i na njegovu strasnu strukturu, gde udeo starog stanovništva u ukupnom čini 24.3% ukupnog stanovništva. Opština Negotin ima najstariju populaciju jer prosečna starost njenog stanovništva iznosi 44.1 godinu.

U pogledu obrazovne strukture, opština Negotin sledi trend čitavog područja. Nešto je veći procenat visokobrazovanih, 3.4% populacije iznad 15 godina stosti, a udeo stanovnika bez školske sprema iznosi 8.2% (bez završene osnovne škole je 31.6% stanovnika starijih od 15 godina).

### Turističke atrakcije

- *Arheološka nalazišta*: „Vrelo Šarkamen“ – kasno-antički lokalitet sa rezidencijalno memorijalnim kompleksom koji datira s kraja III i početka IV veka (vladavina Maksima Daje) - spomenik kulture, „Mokranjske stene“ - spomenik kulture;
- *Staro gradsko jezgro* Negotina - zaštićeno kulturno dobro;
- *Zgrade pod zaštitom*: rodna kuća Stevana Mokranjca – memorijalni prostor sa kućom u centru koja predstavlja stil starih balkanskih varoških kuća iz XIX veka - zaštićeno kulturno dobro, konak kneza Todorčeta – najstarija sačuvana negotinska varoška kuća izvedena u kamenu, sredina



XIX veka, a sa tipičnim arkadama (sada je to Muzej hajduk Veljka sa galerijom u prizemlju), muzej „Krajina“- spomenik kulture, zgrada Pedagoške akademije iz XIX veka – spomenik kulture;

- **Sakralni objekti:** Saborna crkva Sv.Trojica – iz 1874. godine, u neoklasičnom stilu - spomenik kulture, Crkva Presveta Bogorodica – najstariji spomenik sakralne kulture Negotina, datira iz 1803. godine (tu su grobovi hajduk Veljka i Miljka Petrovića) - zaštićeno kulturno dobro, Crkve brvnare Sv.Duha u selu Trnjanu i u selu Popovici, manastir Bukovo – zadužbina kralja Milutina (kraj XIII i početak XIV veka) - spomenik kulture, manastir Vratna – više puta rušena i obnavljana (poslednji put 1937.godine) sa ostacima isposničke ćelije na ulazu u pećinu, manastir Koroglaš – pretpostavlja se da je zadužbina kralja Milutina (početka XIV veka), a po predanju u njemu se nalazi i grob Kraljevića Marka - zaštićeno kulturno dobro;
- **Barutana Hajduk Veljka** – u porti Saborne crkve Sv.Trojica (kraj XVIII veka) – zaštićeno kulturno dobro;
- **Hajduk Veljkov spomenik** – mesto pogibije;
- **Pivnice** – etnološki kompleks koji predstavljaju vinarski podrumi građeni krajem XVIII i početkom XIX veka - čuvene pivnice u timočkim selima: Rajcu, Rogljevu i Smedovcu, Štubiku, sa starim grobljima u Rajcu i Rogljevu - zaštićeno kulturno dobro;
- **Stare vodenice** na toku Timoka između Rajca i Rogljeva (najbolje očuvana je vodenica kod Tričkove česme)- spomenik kulture;
- **Kompleks starih česama** u selu Vidrovac iz XIX veka - spomenik kulture
- **Etno selo Balat Ursuli** u dolini reke Zamne;
- **Manifestacije:** „Mokranjčevi dani“ – međunarodni festival horske muzike, svakog septembra od 1966. godine, „Krajinski običaji“ u selu Štubik – u spomen na bitku u kojoj je po prvi put došlo do saradnje Srba i Rusa, svake godine od 1972.godine, „Stvaralački dani“ – kulturna manifestacija sa muzičkim, književnim, likovnim i etnografskim sadržajima, berba gržđa u Rajcu i Rogljevu – septembar, bostanijada u selu Rečke – avgust, „Čučuk Stanini dani“ u selu Sikole – avgust, Vidovdanski sabor u Tamniču, „Zlatni kotlić“ u Samarincvu, Vinogradarska slava u Rajcu, Rogljevačka berba (septembar), Letnji vašar (jul), Jesenji vašar (septembar), učešće u Međunarodnoj regati na Dunavu.

Struktura narodnog dohotka u Negotinu

Delatnost	2005
Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda	63,67%
Ribarstvo	0,00%
Vadjenje ruda i kamena	0,05%
Preradivačka industrija	4,23%
Proiz. el. energije gasa i vode	negativno
Gradjevinarstvo	5,07%
Trgovina na veliko i malo, opravka	13,47%
<b>Hoteli i restorani</b>	<b>3,52%</b>
Saobraćaj, skladištenje i veze	8,68%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	1,09%
Zdravstveni i socijalni rad	0,22%
Druge komunalne, durštvene i lične usluge	0,00%
<b>Ukupno</b>	<b>100,00%</b>

Izvor: RZS (2007) Opštine u Srbiji 2006, Beograd

### Privreda

Opština Negotin u ukupnom društvenom proizvodu Republike Srbije učestvuje sa 0,36%. Društveni proizvod po stanovniku u Negotinu je iznosio 93.147 dinara što je za preko 30% niže od državnog proseka.

U opštini Negotin ukupno je zaposleno 8.226 lica, dok broj nezaposlenih iznosi 3.339. Na 1000 stanovnika, zaposleno je 196 osoba, a nezaposleno je 80, što je ispod državnog proseka, koji za Srbiju iznosi 278 zaposlenih, a 120 nezaposlenih na 1000 stanovnika.

Na osnovu analize zaposlenosti po sektorima delatnosti u opštini Negotin dolazimo do zaključka da najveću zaposlenost generiše Prerađivačka industrija oko 19%, zatim Zdravstveni i socijalni rad sa približnim učešćem od 14%, kao i Trgovina na veliko i malo i Obrazovanje koje u protekle dve godine beleže približno isto učešće u ukupnoj zaposlenosti sa oko 10% na nivou opštine Negotin. **Hoteli i restorani imaju učešće od samo 1,43% u ukupnoj zaposlenosti** u Negotinu.

### Saobraćajna pristupačnost

Saobraćajni položaj opštine Negotin je periferan u odnosu na glavne saobraćajne koridore Republike. Glavni magistralni put koji ovu opštinu povezuje sa ostatkom zemlje jeste M25.1, Beograd-Kladovo, do koga sam grad Negotin povezuje regionalni put Kladovo-Negotin-Zaječar-Niš. Važan je i putni pravac Beograd – Paraćin (deo koridora X) – Zaječar – Negotin – Kladovo. Ukupna dužina puteva na teritoriji opštine Negotin iznosi 444km, od čaga je pod savremenim kolovozom 343km. Magistralnim putevima pripada 89km, regionalnim 134km, a lokalnoj mreži puteva 221km.

Železnička pruga Beograd-Niš, sa ogrankom Niš-Bor-Majdanpek-Negotin-Prahovo, čini okosnicu železničkog saobraćaja ovog dela zemlje.

Rečni saobraćaj razvijen je na Dunavu, sa posebnim naglaskom na luku Prahovo.



## **Golubac**

Opština Golubac nalazi se u sevoistočnoj Srbiji, na desnoj obali reke Dunav, kod samog ulaska Dunava u Đerdapsku klisru. Bitna karakterisitika njenog geografskog položaja je ta da se nalazi na granici dva različita geoporostora - nizijskog (obodni deo Panonske nizije) i Karpatskog (planinski sistem). Od Beograda opština Golubac udaljena je oko 140 km.

Opština Golubac prostire se na površini od 368 km<sup>2</sup>, obuhvata 24 naselja sa prosečnom gustinom naseljenosti od 24 st/km<sup>2</sup>.

### Geografske karakteristike

#### **Opština Golubac**



Reljef:  
Opština  
Golubac  
ima dve  
jasno

izdvojene reljefne celine – zapadni ravničarski deo opštine, oko toka rele Pek i istočni deo opštine koji je predstavljen padinama Severnog Kučaja (najviši vrh na teritoriji opštine je Vojinova čuka 708m n.v.). Na teritoriji ove opštine počinje Đerdapska klisura i to prvo Golubačkom klisurom čija dužina iznosi 13.5km sa strmim stenovitim stranam i do 300 m visine iznad nivoa reke. Nakon Golubačke klisure Dunav ulazi u Ljupkovsku kotlinu, dužine 12km gde se nalazi i ušće Dobratinske reke.

Klima: Klima opštine Golubac je umereno-kontinentalna.

Hidrološki resursi: Glavni vodotok na teritoriji opštine je reka Dunav, međunarodni plovni put, gde je osim u gradu Golupcu, i u mestu Usije planirana izgradnja luke sa slobodnom zonom i saobraćajnim terminalom. Dunav je kod Golupca najširi, od 5-6km, što predstavlja dodatni preduslov za razvoj turističkih aktivnosti u ovom delu njegovog priobalja. Drugi značajan tok je reka Pek, koja kroz teritoriju opštine protiče samo krajnjim zapadnim delom, a značajne sa

turističkog aspekta mogu biti male reke, desne pritoke Dunava: Gumanska reka, Brnjica i Doratska reka.

Biogeografski resursi: Pod šumama se nalazi oko oko 16000 ha teritorije opštine Golubac, a „Planom opšteg uređenja priobalja Golupca“ predviđeno je formiranje ekološke celine „Dunav“, koja je podeljena u ekološke zone: „Golubac“, „Tvrđava – Golubački grad“, „Usije“ i „Vinci“. U pogledu faune, najznačajniji potencijal za opštinu Golubac jeste bogatstvo Dunava ihtiofaunom i činjenica da je sportski ribolov već dosta zastupljen (već s proleća i početka ribolovne sezone na stotine pecaroša dnevno poseti Golubac).

### Stanovništvo

Na teritoriji opštine Golubac živi 9913 stanovnika, razmeštenih u 24 naselja. U odnosu na broj stanovnika koji je na teritoriji opštine živeo 1991. godine, sada je manje stanovnika za 969. Prirodni priraštaj za ovu opštinu je negativan, što je dovelo i do nepovoljne starosne strukture (23,1% ukupnog stanovništva čini staro stanovništvo od 65 i više godina). Prosečna starost populacije opštine je 42.6 godina.

Radni kontigent čini 60.1% ukupne populacije, a ukupno aktivno stanovništvo zauzima 42.9%.

Visoku školsku spremu ima samo 1.9% populacije starije od 15 godina, dok je stanovništva bez školske sprema 8.5%, završenu osnovnu školu nema čak 32.7% stanovnika strijih od 15 godina.

### Turističke atrakcije

- *Tvrđava „Golubački grad“* (datira iz XIV veka), a kroz koju prolazi magistralni put Beograd-Kladovo;
- *Arheološki lokaliteti i utvrđenja*: "Nove" - rimsko utvrđenje koje je podignuto nizvodno od Golupca na 24km u naselju Dobra;
- *Spomenik Zaviši Crnom*, Poljskom ratniku iz XV veka;
- *Etno muzej u selu Dobra* sa galerijom slika, fotografija i starim stvarima i alatima;
- *Sakralni objekti*: crkva Prenosa moštiju Svetoga Oca Nikolaja u Golupcu, crkva Svetog Stefana Prvovenčanog u Dobri, manastir Tuman (10 km od Golupca, zadužbina Miloša Obilića), posvećen Sv. Arhangelu Gavrilu;
- *Manifestacije*: „Hajka na vuka“ u selu Dobra (februar, poseta oko 500 lovaca iz čitave Srbije, a organizatori su: TOG, NP Đerdap i lovačko udruženje KUNA iz Dobre), „Golubački kotlić“ (tradicionalno se održava već 42 godine. Sportski sadržaj tokom dana: jedrenje, skijanje na vodi, igre bez granica, turnir u basketu, stare čobanske igre, pecanje na plovak, igre za najmlađe, a u večernjim satima kuvanje riblje čorbe, gde se prijavi oko 100 takmičara. Uveče bogat zabavni program i proglašenje pobjednika. Poseta gostiju tokom dana i u večernjim satima oko 1000), Prolećno prvenstvo u jedrenju (organizator Jedriličarski Svez Srbije i TOG, a veličina akvatorijuma, stalni vetrovi i širina Dunava od 5,8 km omogućili su da Golubac ima najbolje uslove za jedrenje na reci u celoj Evropi) -



prva polovina aprila aprilu-maju, Međunarodna kajakaška regata (organizator Kajakaški savez Srbije i T OG) – oko 10. avgusta, Državno prvenstvo u jedrenju (organizator JJS i TOG) – poslednja nedelja avgusta, Daljinsko jahanje (organizator Konjički klub iz Beograda i TOG) – početak septembra, Etno –festival (festival hrane, muzike i starih zanata sa posetom kulturno umetničkih društva iz čitave Srbije i oko 1000 gostiju) - juni mesec,

### Privreda

Opština Golubac u ukupnom društvenom proizvodu Republike Srbije učestvuje sa 0,07%. Društveni proizvod po stanovniku u Golupcu je iznosio 77.993 dinara, što je za preko 55% niže od državnog proseka.

Na osnovu analize zaposlenosti po sektorima delatnosti u opštini Golubac dolazi se do zaključka da najveću zaposlenost generiše Prerađivačka industrija oko 20%, zatim oblast Trgovine na veliko i malo približno učešće od 19%, kao i vađenje ruda i kamena, poljoprivreda i obrazovanje koje u protekle dve godine beleže približno istu stopu zaposlenosti i učešće u ukupnoj zaposlenosti od oko 10% na nivou opštine Golubac.

Struktura narodnog dohotka u Golupcu

Delatnost	2005
Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda	35,61%
Ribarstvo	0,00%
Vađenje ruda i kamena	6,24%
Preradivačka industrija	30,48%
Proiz. el. energije gasa i vode	4,94%
Gradjevinarstvo	5,70%
Trgovina na veliko i malo, opravka	8,87%
Hoteli i restorani	3,52%
Saobraćaj, skladištenje i veze	3,48%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	0,49%
Zdravstveni i socijalni rad	0,49%
Druge komunalne, društvene i lične usluge	0,18%
<b>Ukupno</b>	<b>100,00%</b>

Izvor: RZS (2007) Opštine u Srbiji 2006, Beograd

### Saobraćajna pristupačnost

Opština Golubac ima povoljan saobraćajni položaj jer se nalazi na plovnom putu Dunava, a udaljena je od Beograda 130km magistralnim pravcem Beograd-Kladovo.

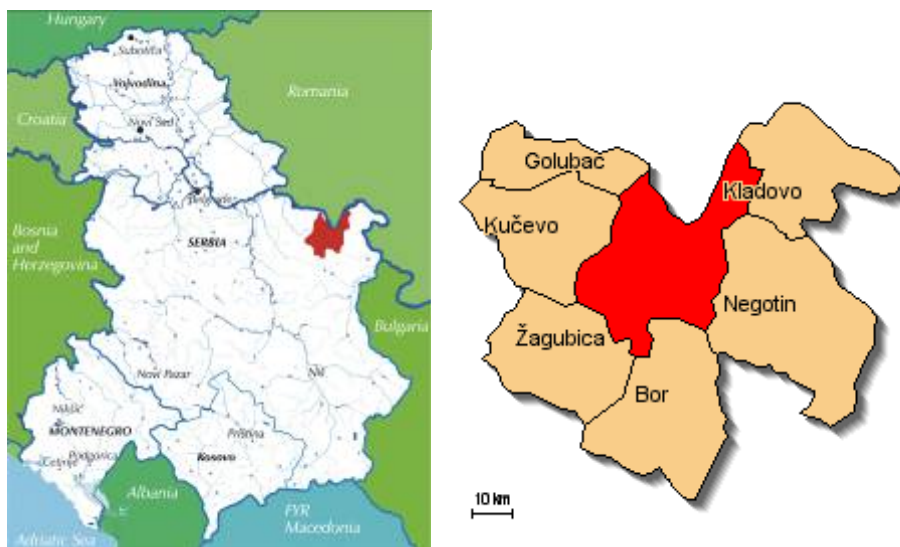
Od magistralnog puta M25.1 Beograd-Kladovo, odvajaju se tri regionalna puta: R108 Braničevo-Lješnica dolinom Peka, R256 Golubac-Turija i R108a Gholubac-Maleševo-Zelenik. Ukupna dužina puteva na teritoriji opštine Golubac iznosi 139km, od čega savremenom kolovozu pripada 109km. Magistralni putevi imaju dužinu od 44km, regionalni 27km, a najduža je mreža lokalnih puteva koja iznosi 68km.

Rečni saobraćaj ima veliki potencijal za razvoj opštine s obzirom na tranzitni položaj Dunava kroz čitavu Republiku, ali i činjenicu da je Dunav najširi upravo na svom sektoru pored Golupca (oko 6km). Planirana je izgradnja marine po evropskim standardima u Golupcu, odnosno pontonskog pristana za veće brodove i jahte u samom gradu (sada mogu da pristanu samo manje jahte).

## Majdanpek

Opština Majdanpek nalazi se u istočnoj Srbiji, na desnoj obali reke Dunav. Obuhvata planinski prostor venca Karpatskih planina (južni deo Miroč planine) i Đerdapsku klisuru.

### Opština Majdanpek



Opština ima periferan saobraćajno-geografski položaju u odnosu na glavni saobraćajni koridor X, ali je magistralnim pravcem Beograd-Kladovo dobro povezana sa ostatkom zemlje.

Opština Majdanpek prostire se na površini od 932 km<sup>2</sup>, i ima znatno manju gustinu naseljenosti od ostalih opština ovog područja, svega 24 st/km<sup>2</sup>. Obuhvata 14 naselja.

### Geografske karakteristike

**Reljef:** Teritorija opštine Majdanpek je pretežno brdsko-planinska (77% ukupne površine opštine), gde su najmarkantniji oblici reljefa planine:

- Miroč (sa selom Miroč predstavlja predeonu i etno ambijentalnu celinu sa osobenostima koje je izdvajaju specifičnostima reljefa, pejzaža i raznovrsnosti predela),
- Šomrda,
- Severni Kučaj,
- Deli Jovan,
- Mali krš - lokalitet „Stružnica“, gde se na prostoru od samo nekoliko kilometara nalaze manje pećine sa izuzetnim pećinskim nakitom, jame,



velelepni vodopadi i jaka izvorišta reke Ostrovice, stoletna stabla javora, lipe, bukve i čitave prirodne plantaže drenjina;

- Planina Starica - sa vrhom od 796 m, veoma je pogodna za školu planinarenja, s obzirom na to da je karakterišu blagi usponi idealni za planinare-početnike, kao i oštre litice namenjene izazovima profesionalnih planinara. U samom podnožju Starice, a na udaljenosti od stotina metara od Rajkove pećine i na dva kilometra od centra Majdanpeka, nalazi se veštačko jezero Veliki zaton, omiljeno mesto sportskih ribolovaca i zaljubljenika u sportove na vodi.

Brojni vodotoci izgradili su specifične rečne doline: Đerdapska klisura koja je ovde predstavljena klisurom Gospodin vir (najveća rečna dubina Evrope do podizanja HE "Đerdap" bila je ovde i iznosila je 82m, a danas je to najveća jezerska dubina od 92m) i Donjomilanovačkom kotlinom (dužine 19km, gde širina jezera dostiže 2km). Tu su još interesantni kanjon Boljetinske reke, kanjon reke Gradišnice, potopljeno ušće Porečke reke čime je nastao jedan od najvećih zaliva na Dunavu.

Klima: Klima opštine Majdanpek je umereno-kontinentalna sa приметnom razlikom u odnosu na okolne oblasti jer su zime relativno blage i leta nisu tako žarka, što je posledica zaklonjenosti terena od hladnih kontinentalnih polarnih vazдушnih masa i blizine velike vodene mase Dunava.

Hidrološki resursi: Dunav je najznačajniji tok na području opštine Majdanpek, tekući njenom severnom granicom u dužini od 54 km. Od drugih hidroloških resursa vredno je pomenuti:

- Porečku reku, desnu pritoku Dunava, koja izvire na padinama Velikog krša i teče prema Dunavu probijajući svoju dolinu između Malog Krša i Deli Jovana;
- Zlaticu - reku koja protiče kroz stari deo Milanovca- Oreškovicu. Ona je nekada bila zlatonosna, a na njoj se eksploatisalo zlato još u vreme Rimljana. Na toj reci je nekada bilo čak 12 vodenica;
- Boljetinska reka ima pritoke Grabovicu i Malu reku, a pri ušću u Dunav prima Košobrdsku reku. U slivu Boljetinske reke nalaze se rezervati prirode: Lepenski vir, Kanjon Boljetinske reke-Greben, Ciganski potok i Šomrda;
- Reka Pek, takođe pritoka Dunava, postaje od rečica Lipe sa Božinom rekom i Jagnjila koje se stiču kod sela Jasikova na 401 m nadmorske visine (njena najveća vrednost je zlatonosnost koja je otkrivena još u doba Rimljana);
- manja jezera, pogodna za razvoj sportskog ribolova i izletničkog turizma - Balta alu šontu (ili Zlatno jezero nastalo je 1883. godine kada se masa peskovitog i šljunkovitog materijala sručila u dolinu Papreonice stvorivši prirodnu branu), jezero Kazanskog potoka. Jezero Veliki zaton, površine





1500 m<sup>2</sup> nalazi se na samo 2 km od Majdanpeka, u blizini Rajkove pećine i omiljeno je mesto sportskih ribolovaca i ljubitelja sportova na vodi.

- izvori - Belog izvora na padinama Malog krša.

Biogeografski resursi: U pogledu biogeografskih odlika, dovoljno je reći da je najveći deo opštine u zoni Nacionalnog parka „Đerdap“. brojne su florističke i faunističke vrste koje su pod nekim od stepena zaštite u okviru zone Nacionalnog parka, a istovremeno su interesantni prirodni resursi. Treba još pomenuti i:

- Majdanpečku domenu, izuzetno vredno naučno-školsko ogledno dobro Šumarskog fakulteta, legat kraljice Natalije Beogradskom univerzitetu iz 1903. godine, koje obuhvata preko 7000 hektara izuzetno vrednog predele šuma, livada, pašnjaka, rezervata prirode, flore, faune. Nalazi se u neposrednoj blizini Debelog Luga, prigradskog naselja Majdanpeka. Ceo predeo je izbrazdan rekama, potocima, od kojih mnogi imaju kanjonski izgled. U samom srcu Majdanpečke domene, nalazi se prirodno izletišta Daniloovo vrelo, izvorište reke Filješane. Ova reka iz pećine i na samom početku svog toka formira atraktivne, kaskadne bigrene kade;
- Greben – Boljetinsko brdo - prirodni spomenik geološko-geomorfološkog karaktera koji ima svetski slavu i najzanimljiviji je lokalitet u celoj Đerdapskoj klisuri. Kanjon Boljetinske reke nosi naziv «Mali Kolorado Đerdapa». Na površini od 60 ha, nalazi se veliki broj jursko-kredskih fosila, raznobojni geološki slojevi, jako izvijene bore piramide i drugi geomorfološki oblici, kao i endemične i reliktno biljne vrste;
- Lepenski vir - površine 35 ha, pored velikog arheološkog značaja zbog nalazišta prastare neolitske kulture ima i veliki prirodnjački značaj;
- Šomrda - na prostranstvu od 10 ha nalazi se veoma retka dekorativna zimzelena drvenasta vrsta zelenike, a tu su i mešovita šuma tipa balkanske bukve, graba, jasena i javora.
- Prirodni spomenici van teritorije Nacionalnog parka su: Mali Štrbac, Ciganski potok, Konjska glava, Mustafa i Feljesana.

Brojnost i raznovrsnost ihtiofaune Dunava ogleda se u 58 stalno nastanjenih vrsta riba. Jedno od najznačajnijih lovišta u zemlji jeste upravo lovište Nacionalnog parka „Djerdap“, pre svega lokaliteti Zlatica i Boljetinska reka, a pored njih postoje još i lovišta : Štrbac-Đerdap,; Gavran, Donji Milanovac, Jelen i Fazan.

### Stanovništvo

Na teritoriji opštine Majdanpek živi 23.703 stanovnika, nastanjenih u 14 naselja. Pad broja stanovnika evidentan je i na teritoriji ove opštine, i još je drastičniji nego u zapadnim krajevima Donjeg Podunavlja: u odnosu na 1991. godinu u opštini Majdanpek danas živi 3.249 manje. To je posledica negativnog prirodnog priraštaja. Međutim, kada je reč o starosnoj strukturi, staro



stanovništvo u Majdanpeku čini svega 14.1% ukupnog stanovništva opštine, što je prilično nizak procenat u odnosu na druge opštine ovog područja i republički prosek (16,5% ukupnog stanovništva Srbije). Ovakva strosna struktura odrazila se i na prosečnu strosnost stanovništva ove opštine koja iznosi 39,7 godina, što je, takođe, ispod republičkog proseka (40,4 godine).

Lica sa visokom stručnom spremom ima oko 2,5%, dok je onih bez školske spreme 9,4% stanovništva strijeg od 15 godina (završenu osnovnu školu nema 19,2% stanovnika).

### Turističke atrakcije

- *Arheološki lokaliteti*: Lepenski vir (datira iz perioda 6500-4500 godina p.n.e.), lokalitet „Okno“ (ostaci praistorijskog rudnika starog 6000 godina) kod naselja Rudna glava, Arheo-metalurški lokalitet Stara topionica – na površinskom kopu rudnika bakr au Majdanpeku;
- *Utvrdjenja*: Gerulatis - u selu Miroč, na nekadašnjem rimskom putu koji je povezivao antičku Talijatu, današnji Donji Milanovac i Egetu, današnju Brzu Palanku;
- *Potopljena nepokretna kulturna dobra* – izgradnjom brane na Đerdapu potopljen je jedan deo naselja u Đerdapskoj klisuri i 22 lokaliteta nepokretnih kulturnih dobara, među kojima su najznačajnije Boljetinska crkva i Porečka bazilika;
- *Miloševa kula* - nedaleko od Donjeg Milanovca, na uzvišenju pod kojim se sastavljaju reke Crnajka i Šaška, 7 km od Rudne Glave, nalaze se ostaci zidina grada koje datiraju iz XIV veka;
- *Kapetan Mišin konak i Tenkina kuća* u Donjem Milanovcu (stare kuće iz XIX veka premeštene iz starog Donjeg Milanovca nakon izgradnje brane na Đerdapu);
- *Sakralni objekti*: crkva Svetih apostola Petra i Pavla u Majdanpeku, crkva Svetog Nikole u Donjem Milanovcu;
- *Tradicionalni obredi i folklor* lokalnog stanovništva, u prvom redu pripadnika vlaške etničke zajednice;
- *Manifestacije*: „Jorgovan fest“ manifestacija narodnog stvaralaštva i folklor – maj, Jedriličarska manifestacija „Kup Đerdapa“, Seoska olimpijada u Rudnoj Glavi (traje već 35 godina), "Žene slikari" - mart, "Uskršnji dani folklor" - smotra narodnog stvaralaštva, običaja i igara koja se održava drugog dana Uskrsa u selu Crnajka, "Mutkalske večeri" - kada se prikazuju etno rituali u selu Debeli Lug, Festival dečije i zabavne muzike za mlade "Tin" donji milanovac - tradicionalna muzička manifestacija koja neguje osim dečije i muziku namenjenu tinejdžerskom uzrastu po čemu je specifičan u zemlji (međunarodnog karaktera, a organizatori su: MZ Donji Milanovac, KUD " Lepenski Vir", Muzička škola Majdanpek), 'Majdan art' - internacionalni simpozijum zlatarstva koji se održava u septembru u Majdanpeku "Đerdap u pesmi i igri" - tromesečna manifestacija u Donjem Milanovcu.

Privreda

Opština Majdanpek u ukupnom društvenom proizvodu Republike Srbije učestvuje sa 0,1%. Društveni proizvod po stanovniku je iznosio 48.975 dinara, što odgovara trećini državnog proseka i po ovom pokazatelju Majdanpek je među poslednjim opštinama u Srbiji.

U opštini Majdanpek ukupno je zaposleno 6.166 lica, dok broj nezaposlenih iznosi 2.567. Na 1000 stanovnika, zaposleno je 279 osoba, što je iznad državnog proseka, koji za Srbiju iznosi 278 zaposlenih, a nezaposleno je 116 osoba što je takođe bolje od republičkog proseka koji iznosi 120 nezaposlenih na 1000 stanovnika. Međutim, situacija nije tako dobra kada je zaposlenost u pitanju, jer je visok udeo ljudi koji su samo prividno zaposleni, tj. zvanično se vode kao zaposleni, a u suštini za njih nema posla. To se najbolje može sagledati kada se upoređi učešće pojedinih delatnosti u ukupnoj zaposlenosti i u nosvostvorenoj vrednosti.

Delatnost	2005
Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda	31,33%
Ribarstvo	0,00%
Vadjenje ruda i kamena	13,52%
Preradivačka industrija	3,56%
Proiz. el. energije gasa i vode	9,08%
Gradjevinarstvo	3,09%
Trgovina na veliko i malo, opravka	15,15%
Hoteli i restorani	9,91%
Saobraćaj, skladištenje i veze	13,37%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	0,80%
Zdravstveni i socijalni rad	0,18%
Druge komunalne, društvene i lične usluge	0,00%
<b>Ukupno</b>	<b>100,00%</b>

Izvor: RZS (2007) Opštine u Srbiji 2006, Beograd

Na osnovu analize zaposlenosti po sektorima delatnosti u opštini Majdanpek dolazi se do zaključka da najveću zaposlenost generiše prerađivačka industrija sa oko 36%, zatim oblast vađenje ruda i kamena koja u ukupnoj zaposlenosti zauzima oko 25%, dok su ostale delatnosti ispod 10% učešća u zaposlenosti na nivou opštine Majdanpek. **Hoteli i restorani imaju učešće od 3,24% u ukupnoj zaposlenosti** prema zvaničnoj statistici, ali je navedeni pokazatelj potcenjen s obzirom na prisustvo sive ekonomije..

Saobraćajna pristupačnost

Opština Majdanpek ima relativno povoljan saobraćajni položaj jer se nalazi na plovnom putu Dunava i povezana je sa auto-putem E75 preko Požarevca (131km) i preko Paraćina (170km), a sa Beogradom magistralnim pravcem Beograd-Kladovo.

Najzančajniji putni pravci su: magistralni put M 24 (Požarevac–Kučevo–Majdanpek–Negotin) i magistralni put M 25.1 (Požarevac–Veliko Gradište–Golubac–Donji Milanovac–Kladovo). Ukupna dužina puteva na teritoriji opštine Mjadanpek iznosi 406km, ali je savremenim kolovozom prekriveno samo 221km. Magistralnim pravcima pripada 115km, regionalnim 94km, a lokalnu mrežu puteva čini 197km.



Železničkim saobraćajem opština je povezana Beogradom preko Kučevca i Požarevca, a sa Nišom i Prahovom preko Bora i Zaječara. Železnicom su neposredno povezana samo četiri naselja, a to su: Debeli Lug, Vlaole, Jasikovo i Leskovo.

Rečni saobraćaj se odvija Dunavom, koji protiče dužinom od 54 km severnom granicom opštine Majdanpek. Ovaj plovni put predstavlja deo koridora VII - Rajna-Majna-Dunav-Crno more. Jedino pristanište na teritoriji opštine Majdanpek je u Donjem Milanovcu na 990-om km od Crnog mora.

### **Opština Požarevac**

Opština Požarevac obuhvata prostor geografske regije Stig, a zapadnim delovima zalazi u područje Velikog Pomoravlja. Prostire se između toka Dunava na severu, doline Velike Morave na zapadu i pobrđa na istoku, Požarevačke grede, koje razdvaja rečne basene Velike Morave i Mlave.

Površina opštine Požarevac iznosi 482 km<sup>2</sup> i obuhvata 27 naselja, a prosečna gustina naseljenosti na njenoj teritoriji iznosi 153 st/km<sup>2</sup>. Pored Požarevca, drugo gradsko naselje opštine je Kostolac sa 9313 stanovnika.

#### Geografske karakteristike

Reljef: Teritorija opštine Požarevac u fizičko-geografskom smislu pripada Južnom panonskom obodu, u okviru koga se mogu izdvojiti četiri geomorfološke celine: Pomoravlje u zapadnom delu opštine, Požarevačka gre-

da koja predstavlja razvođe moravskog i mlavskog rečnog basena, plodni Stig u istočnom delu opštine i kostolačko priobalje Dunava. Na Dunavu se nalazi i nekoliko rečnih ostrva: Dubovska ada, Stojkova ada, Žilava mala i Velika zavojska ada.

Klima: Klima opštine Požarevac je umereno-kontinentalna sa srednjom godišnjom temperaturom vazduha oko 11<sup>0</sup>C i srednjom godišnjom količinom padavina 635 mm. Snežni pokrivač debljine oko 10 cm zadržava se, prosečno, 15-20 dana.



## Opština Požarevac



Hidrološki resursi: Opština Požarevac bogata je vodenim tokovima. Severnu granicu opštine predstavlja tok reke Dunav, koji je od velikog značaja za položaj i privredni razvoj Požarevca (međunarodni plovni koridor VII). Dunav na svom toku kroz požarevačku opštinu ostavlja i jedan veliki rukavac za sobom – Dunavac, koji prati rečni tok i ograđuje aluvijalnu ravan Dunava pod nazivom Ostrvo. Sa zapadne strane, granicu opštine prati tok Velike Morave. Ova reka je u prošlosti nanosila velike štete opštini Požarevac usled stalnog izlivanja i plavljenja, ali je nakon regulacije njenog toka i gradnje sistema nasipa, Velika

Morava postala višestruko korisno, ali nedovoljno eksploatisano prirodno bogatstvo opštine. Istočnim delom opštine protiče i reka Mlava, koja je u ovom delu svog toka tipična ravničarska reka.

Biogeografski resursi: Područje opštine Požarevac je siromašno šumama jer stepen šumovitosti iznosi svega 4,5% ukupne opštinske teritorije. Ovo je posledica krčenja šumskih površina radi proširivanja poljoprivrednog zemljišta. Zato je opština Požarevac pojedine prostore opravdano stavila pod određen stepen zaštite:

- kompleks „Ljubičevo“;
- regionalni park prirode „Prugovo“ (površine 2.49h), jugoistočno od Ljubičeva;
- spomenik prirode u Dragovcu, nizvodno od Ljubičeva;
- predeli posebnih odlika: Margum (190 ha), Krivaja-Ristova kosa (1500 ha), i memorijani kompleks „Rastovača“ (15 ha).

### Stanovništvo

Na teritoriji opštine prema popisu stanovništva iz 2002. godine živi 74.902 stanovnika, što je za 3152 manje u odnosu na popis 1991. godine. Prirodni priraštaj je negativan, ali je iznad republičkog proseka. Prosečna starost stanovništva opštine je 39,8 godina. U pogledu starosne strukture, stanovništvo starije od 65 godina zauzima 16,7% ukupne populacije.



Oko 5% stanovništva starijeg od 15 godina nema nikakvu školsku spremu, a udeo stanovništva bez završene osnovne škole iznosi 18,5%. Od ukupnog broja stanovnika starijih od 15 godina, oko 9% ima visoko obrazovanje.

### Saobraćajna pristupačnost

Saobraćajni položaj opštine Požarevac je povoljan jer se nalazi u blizini auto-puta Beograd - Niš (od skretanja za Požarevac do samog grada ima oko 20 km), a kroz opštinu prolazi i magistralni prvac M25.1 (Požarevac - Veliko Gradište - Golubac - Kladovo). Osim toga, opština Požarevac celom severnom granicom izlazi na tok Dunava, međunarodni plovni put, a svojom zapadnom granicom oslanja se na tok Velike Morave.

Ukupna dužina puteva na teritoriji opštine Požarevac iznosi 183 km, od čega se 165 km svrstava u kategoriju sa savremenim kolovozom. Magistralni putevi čine 48 km, regionalni 74 km, a mreža lokalnih puteva 64 km savremenog kolovoza.

Železnička pruga Beograd-Bor-Zaječar povezuje Timočku krajinu i celu istočnu Srbiju sa ostatkom železničke mreže Republike. Zahvaljujući ovoj pruzi opština Požarevac uključena je u železnički saobraćaj Republike, a zahvaljujući kraku Požarevac-Kostolac, veliki kostolački basen uglja povezan je sa ostatkom zemlje.

Kako se na teritoriji opštine Požarevac nalaze ušća Velike Morave i Mlave u Dunav, koji predstavlja njenu severnu granicu, opština ima dobre predispozicije da razvija rečni saobraćaj. Najznačajnija pristaništa su Dubrovica, Kostolac i Ram (administrativno pripada Velikom Gradištu, ali se nalazi uz samu opštinsku granicu sa opštinom Požarevac).

Najbliži aerodrom je „Nikola Tesla“ u Beogradu.

### Privreda

Opština Požarevac u ukupnom društvenom proizvodu Republike Srbije učestvuje sa 1,26%. Društveni proizvod po stanovniku u Požarevcu je iznosio 180.533 dinara, što je za preko 30% više od državnog proseka.



U opštini Požarevac ukupno je zaposleno 17.494 lica, dok broj nezaposlenih

iznosi 5.987. Na 1000 stanovnika, zaposleno je 285 lica, a nezaposleno je 80, što je iznad državnog proseka, koji za Srbiju iznosi 278 zaposlenih, a broj nezaposlenih je takođe ispod republičkog proseka koji iznosi 120 nezaposlenih na 1000 stanovnika.

### Turističke atrakcije

- *Arheološki lokaliteti: Viminacium* –13 km od Požarevca, a na 3 km od obale Dunava, na mestu današnjih sela Stari Kostolac i Drmno. Predstavlja ostatke vojnog utvrđenja i glavnog grada rimske provincije *Mezije superior*, a kasnije *Mezije prime*; *Margum* - lokalitet iz praistorijskog doba i kasnije rimsko utvrđenje koje se nalazi u okolini Dubravice, na ušću Morave u Dunav. Smatra se da datira iz I veka, ali kastrum u Margumu nije arheološki potvrđen, mada postoje materijalni dokazi njegovog postojanja. Uništili su ga Huni u svojoj najezdi u V veku, a danas su delimično istražene rimska, ranovizantijska i grepitska nekropola; *Rukumija* – lokalitet iz bronzanog doba; *Malinac*- lokalitet iz praistorijskog doba (bronzano doba), čiji tragovi se nalaze u atarima Kostolca, Kličevca i Bradarca;
- *Kompleks „Ljubičevo“* – nalazi se u blizini Požarevca i smatra se jednom od najstarijih ergela u Srbiji (osnovana 1853. godine).
- *Požarevac* – predstavlja regionalni centar Braničevskog okruga i opštinski centar. Najveći je grad u ovom delu Srbije. Centralni deo grada ima nekoliko zgrada koje sačinjavaju jednu kulturno-ambijentalnu celinu. U okviru gradskog područja nalazi se i park-šuma na Tulbi.
- *Sakralni objekti: manastir Rukumija* - datira iz srednjeg veka i narodna tradicija ga pripisuje zadužbinama kneza Lazara. Današnja crkva je podignuta sredinom XIX veka; *manastir Sestroljin* – pripada jednom manastirskom krugu (Sestroljin, Rukumija i Badrača) za koji se vezuje narodno predanje o tragičnoj sudbini devojke Jelice, sestre lokalnih požarevačkih vlastelina iz srednjeg veka. Današnja crkva je podignuta sredinom XIX veka na temeljima srednjovekovne crkve;
- *Lokalna izletišta i parkovi: Etno park na Tulbi* – predstavlja jedinstveni muzej u prirodi sa više primeraka narodne arhitekture s kraja XIX veka i spomenikom posvećenim Požarevačkom miru (1718. godine); *Spomen-park Čačalica* – nalazi se na istoimenom brdu iznad grada, na oko 1 km od

### Struktura narodnog dohotka u Požarevcu

Delatnost	2005
Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda	16,28%
Ribarstvo	0,00%
Vadjenje ruda i kamena	14,44%
Preradivačka industrija	23,27%
Proiz. el. energije gasa i vode	3,50%
Gradjevinarstvo	12,47%
Trgovina na veliko i malo, opravka	17,44%
<b>Hoteli i restorani</b>	<b>2,03%</b>
Saobraćaj, skladištenje i veze	8,57%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	0,80%
Zdravstveni i socijalni rad	0,28%
Druge komunalne, društvene i lične usluge	0,92%
<b>Ukupno</b>	<b>100,00%</b>

Izvor: RZS (2007) *Opštine u Srbiji 2006*, Beograd



centra Požarevca i na nadmorskoj visini od 200 m; *Sportsko-zabavni park "Bambi"* - sportsko-zabavno-rekreativni centar prostire se na prostoru od 1,5 ha, zamišljen je i projektovan kao sastavni deo velikog parka sportova i zabave, prvenstveno za decu; *"Moravska laguna"* – predstavlja priobalje Velike Morave, koje se prostire uzvodno od Ljubičeva. Trenutno tu postoji neuređena plaža i predstavlja lokalno izletišta Požarevljana.

- *Manifestacije: Ljubičevske konjičke igre* – tradicionalno se organizuju od 1964. godine, svakog septembra i predstavljaju praznik za sve ljubitelje konja i konjičkog sporta; *Novembarski dani kulture u Požarevcu*; *Bijenale Milene Pavlović Barili*; *Glumačke svečanosti (dani Milivoja Živanovića)*; „*Milici u pohode*“.

### Opština Veliko Gradište

Opština Veliko Gradište nalazi se u podnožju venaca Karpatskih planina, koje se, iz susedne Rumunije, prostiru pravcem sever-jug preko teritorije istočne Srbije. Svojim severnim granicama, opština Veliko Gradište se oslanja na tok Dunava u dužini od 20 km, dok istočnim granicama prolazi dolinom reke Pek. Zapadnu granicu opštine u geomorfološkom smislu čini pobrđe – vododelnica između sliva Velike Morave i Peka. Veliko Gradište je u pravom smislu reči „predvorje“ Đerdapa.

U administrativnom smislu opština Veliko Gradište se graniči sa opštinom Požarevac na zapadu, opštinom Malo Crniče na jugozapadu i jugu, na istoku sa opštinama Kučevo i Golubac, a severnu granicu predstavlja državna granica sa Rumunijom i reka Dunav.

Opština zauzima površinu od 344km<sup>2</sup>, obuhvata 26 naselja i prosečna gustina naseljenosti opštine iznosi 26 st/km<sup>2</sup>.

#### Geografske karakteristike

**Reljef:** Opština Veliko Gradište je pretežno ravničarskog karaktera jer 60% njene teritorije čine nizije, dok ostatak čine brežuljkasti tereni. Najviša tačka opštine nalazi se na brdu Lipovačka i iznosi 362 m nadmorske visine, a najniža

### Opština Veliko Gradište





je na ušću Peka u Dunav (68 m nv). Duž same obale Dunava, od sela Rama do susednog Golupca, a preko sela Zatonja, Velikog Gradišta i sela Požežana, nekada se prostirala Ramsko-golubačka peščara (70 km dužine), koja je danas „umrtvljena“ veštačkim zasadima bagrema.

Klima: Klima opštine je umereno-kontinentalna, sa veoma toplim letima (često je temperatura vazduha u julu mesecu preko 25<sup>0</sup>C) i hladnim zimama.

Hidrološki resursi: Glavni hidrološki resurs opštine je reka Dunav, koja teče severnom granicom opštine u dužini od 20 km i mestimičnom širinom i do 2 km. Nakon izgradnje HE „Đerdap I“ nivo Dunava je porastao i voda je zašla u jedan od njegovih starih rukavaca, stvarajući tako Srebrno jezero. Jezero je dugačko 14 km, široko od 100-300 m, a prosečne je dubine od 8-9 m. Drugi značajan vodotok za opštinu Veliko Gradište je reka Pek koja kroz opštinu prolazi svojim donjim tokom, gde se uliva u Dunav, stvarajući manji zaliv.

Biogeografski resursi: Opština Veliko Gradište je siromašna šumskim površinama jer se one prostiru na svega 200 ha, pri čemu u njihovoj strukturi preovladavaju mlade bagremove šume. Najkarakterističnije su u turističkoj zoni „Beli bagrem“ koja se prostire od Srebrnog jezera i rukavca Dunava na severu, do požarevačkog puta na jugu (put Beograd-Veliko Gradište).

### Stanovništvo

Na teritoriji opštine Veliko Gradište, prema popisu stanovništva iz 2002. godine, živi 20.659 stanovnika, razmeštenih u 26 naselja. Sedište opštine je grad Veliko Gradište koji broji oko 6.500 stanovnika i predstavlja administrativni, privredni i kulturni centar opštine.

U odnosu na popis stanovništva iz 1991. godine, stanovništvo opštine se smanjilo za 2.310 žitelja, što je posledica negativnog prirodnog priraštaja. Ovakav trend u brojnom kretanju stanovništva doveo je i do takve starosne strukture stanovništva u kojoj staro stanovništvo (65 i više godina) čini 20,9% ukupne populacije. Prosečna starost stanovništva opštine je 41,2 godine. Na privremenom radu u inostranstvu nalazi se preko 5.000 građana opštine (uglavnom u zemljama zapadne Evrope).

Višu i visoku školsku spremu ima 4,7% stanovništva starijeg od 15 godina, dok je onih bez školske spreme 5,5%. Osnovnu školu nije završilo 32,8% stanovnika starijih od 15 godina, što zajedno sa prethodno pomenutim kategorijama čini vrlo nepovoljnu obrazovnu strukturu stanovništva opštine Veliko Gradište (čak 38,3% stanovništva starijeg od 15 godina nikada nije ušlo u sistem srednoškolskog obrazovanja!).



### Saobraćajna pristupačnost

Opština Veliko Gradište se proteže duž leve obale Dunava, u dužini od 20 km, a od Beograda je udaljena 110 km. Ukupna putna mreža na teritoriji opštine iznosi 97 km, što u celosti pripada savremenom kolovozu. Dužina magistralnih puteva u opštini iznosi 28 km, regionalnih 69 km, dok lokalna mreža puteva nije uopšte evidentirana. Glavni saobraćajni koridor za opštinu predstavlja magistralni put Beograd - Kladovo, kojim se opština vezuje za Koridor X sa jedne, odnosno za područje Nacionalnog parka „Đerdap“, sa druge strane.

Od izuzetnog značaja za opštinu jeste mogućnost razvoja vodenog saobraćaja na Dunavu, posebno ako se zna da se u Velikom Gradištu nalaze pristanište i carinarnica za sve strane brodove koji plove na ovom sektoru.

Železnički saobraćaj nije razvijen na teritoriji opštine, te se u budućnosti ovaj vid saobraćaja ne smatra važnim za razvoj turizma.

Najbliža vazдушna luka opštini Veliko Gradište je aerodrom „Nikola Tesla“ u Beogradu.

### Privreda

Opština Veliko Gradište u ukupnom društvenom proizvodu Republike Srbije učestvuje sa 0,2%. Društveni proizvod po stanovniku u Velikom Gradištu je iznosio 105.546 dinara što je za preko 25% niže od državnog proseka.

Struktura narodnog dohotka u V. Gradištu

Delatnost	2005
Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda	58,54%
Ribarstvo	0,03%
Vadjenje ruda i kamena	4,06%
Preradivačka industrija	14,02%
Proiz. el. energije gasa i vode	-3,05%
Gradjevinarstvo	5,86%
Trgovina na veliko i malo, opravka	11,64%
Hoteli i restorani	3,08%
Saobraćaj, skladištenje i veze	4,38%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	0,96%
Zdravstveni i socijalni rad	0,48%
Druge komunalne, društvene i lične usluge	0,01%
<b>Ukupno</b>	<b>100,00%</b>

Izvor: RZS (2007) Opštine u Srbiji 2006, Beograd

U opštini Veliko Gradište ukupno je zaposleno 2.746 lica, dok broj nezaposlenih iznosi 892. Na 1000 stanovnika, zaposleno je 135 osoba, a nezaposleno je 44, što je ispod državnog proseka, koji za Srbiju iznosi 271 zaposleni, a 120 nezaposlenih na 1000 stanovnika.

Na osnovu analize zaposlenosti po sektorima delatnosti dolazimo do zaključka da najveću zaposlenost generiše prerađivačka industrija oko 25%, zatim oblast trgovine na veliko i

malo približno 15%, kao i poljoprivreda, obrazovanje, zdravstvena zaštita i socijalni rad koje u protekle dve godine beleže približno istu stupu zaposlenosti i učešće u ukupnoj zaposlenosti sa preko 10% na nivou opštine Veliko Gradište. **Hoteli i restorani učestvuju sa 4,4% u ukupnoj broju zaposlenih.**

### Turističke atrakcije

- *Arheološka nalazišta i tvrđave*: kasnoantički lokalitet Lederata, i tvrđava Ram - tvrđava na obali Dunava u istoimenom selu, udaljena 15km od Velikog Gradišta
- manastir "Nimnik"
- *Manifestacije*: "Carevčevi dani"; Međunarodno takmičenje violinista i interpretatora narodne muzike; Vašar u Velikom Gradištu; Otvoreno prvenstvo Srbije u skijanju na vodi.

## 2. OSNOVNE ARHEOLOŠKE KARAKTERISTIKE LOKALITETA NA RUTI PUT RIMSKIH CAREVA

Suštinski, prema projektom zadatku, Projekat obuhvata predlog načina obnove i profesionalne interpretacije svih ključnih spomenika kulture, počev od Niškog starog grada, Ćele kule, kompleksa Medijana, kompleksa Feliks Romulijana pa do relevantnih spomenika Đerdapske klisure kao što su Golubačka tvrđava i Trajanov most.



Projekat pretpostavlja postavljanje kulturnoistorijskog itinerera vezanog za starorimsko nasleđe. Projekat mora uključiti adekvatno osposobljavanje i označavanje panoramskih puteva od Niša do Zaječara i dalje prema Đerdapu. Projektom treba obuhvatiti bolje putno povezivanje sadašnjeg putnog koridora X prema Zaječaru i prema Knjaževcu. Navedena saobraćajna povezivanja treba da znače i jače turističko aktiviranje prostora u podnožju Stare planine.

Realizacijom ovog projekta, kako je predviđeno zahtevom naručioca, celovito turističko područje Jugoistočne Srbije treba da, sa nekoliko drugih velikih projekata (pre svega Master planovima *Donjeg Podunavlja* i *Stiga - Kučajskih planina - Beljanice*), dobije dodatni identitetski sadržaj.

Kulturnoistorijsko nasleđe je veliko i najznačajniji su upravo pomenuti lokaliteti: Mediana kod Niša, Felix Romuliana kod Zaječara, Trajanova tabla kod Karataša, Dijana i ostaci Trajanovog mosta kod Kladova i Viminacijum kod Kostolca. Uz ove treba dodati Timacum Minus kod Knjaževca i Vrelo Šarkamen kod Negotina.



**Mediana.** Arheološko nalazište Medijana potiče iz IV veka. Podizanje ovog naselja, predgrađa Naissusa, započeto je, po svojoj prilici, krajem III veka, dok je najveći deo objekata izgrađen u IV veku. Nalazi se na putu između Niša i Niške Banje i predstavlja ostatke rezidencije iz doba rimskog imperatora Konstantina Velikog, koji je 274. godine rođen u Nišu. Mediana predstavlja ostatke palate sa peristelom lukzuznih vila sa podovima od mozaika i fresaka (oko 600m<sup>2</sup>), ekonomske zgrade sa pitosima, terme, ostatke utvrđenja, cisterne za vodu i druge zgrade, koje svedoče o bogatstvu i kulturi tadašnjeg Naissusa. Prema nekim izvorima, u palati je boravio i sam Konstantin. Kao jedno od najvećih antičkih nalazišta u nas, Medijana je već 1949. godine stavljena pod zaštitu zakona, a 1979. godine, odlukom Skupštine Srbije, proglašena je kulturnim dobrom od izuzetnog značaja.

**Timacum Minus.** Timacum Minus (Ravna, Kuline ili Gradište) predstavlja rimski logor i utvrđenje čiji temelji datiraju iz prvog veka naše ere i traju kasnije do Justinijanove obnove carstva u VI veku. Lokalizet se nalazi severno od Knjaževca u ravni leve obale Timoka. Smatra se da je ovde u početku bio vojnički logor auksilijarnih rimskih jedinica, koji je kasnije u III i IV veku prerastao u tvrđavu sa kulama. Iz sačuvanih opisa i planova vidi se da je dominantan položaj zauzimalo utvrđenje sa visokim, dobro sačuvanim bedemima i kulama. U



Maketa rimskog utvrđenja  
Timacum Minus (II, VI vek)

neposrednoj okolini razvijalo se naselje (20 hektara) sa objektima za stanovanje, vilama, hramovima, termama... Timacum Minus beleži i jedini sačuvani starorimski itinerer – spisak putnih stanica (Tabula Peutingeriana).



**Vrelo Šarkamen.** Ovaj kasnoantički lokalitet nalazi se 25 km zapadno od Negotina. Radi se o rezidencijalno-memorijalnom tetrarhijskom carskom kompleksu koji potiče s kraja III i početka IV veka. Sačuvani deo imena cara na jednoj zlatnoj votivnoj ploči, ukazuju da je Šarkamen delo cara Maksimina Daje, najpre cezara (305-308) a potom i avgusta (308-313), a da je u mauzoleju bila sahranjena njegova majka. Istraživanja su izvedena na jednom od pet vidljivih objekata – Mauzoleju carice majke, u kome je 1996. godine otkriven set zlatnog carskog nakita (nalazi se u Narodnom muzeju u Beogradu).



**Felix Romuliana.** Kasnoantički lokalitet Feliks Romulijana nalazi se desetak kilometara od Zaječara na putu ka Paraćinu. To je rezidencija imperatora Gaja Valerija Galerija Maksimilijana (297-311), mesto u kome je on rođen, sahranjen i uznesen među bogove. Feliks Romulijana zahvata prostor od 6,5 ha, opasan odbrambenim sistemom od 20 kula, unutar kojih se nalazi carska palata sa vestibilima, atrijumima, termama, predivnim višebojnim podnim mozaicima, mermernom oplatom i skulpturama i predmetima od granita roze boje i zelenog porfirita sa Peloponeza. Lokalitet je sredinom 2007. godine ušao na UNESCO-vu listu svetske kulturne baštine.

**Trajanova tabla.** Da bi olakšali vezu sa istokom i omogućili pohod na Dakiju, rimski imperatori su u liticama đerdapskog stenja uklesali put. Put je konačno završio Trajan 100. godine, i u čast toga je naredio da se iznad puta, na kraju



Malog Kazana postavi tabla, na kojoj je isklesano: *"Imperator Cezar, Božanskog Nerve sin, Nerva Trajan Avgust Germanik, vrhovni sveštenik, zastupnik naroda po četvrti put, savladavši planinsko i dunavsko stenje, sagradi ovaj put"*. Izgradnjom hidroelektrane i akumulacije, podignut je nivo vode Dunava, pa se ovaj put našao na dnu reke, ali je jedan njegov deo (zajedno sa

ovom tablom) izdignut za nekih 10 metara. Da bi otklonio smetnje pri plovidbi, Trajan je dao i da se izgradi kanal dug oko 3000 metara, u blizini utvrđenja Dijane, na deonici Gvozdena vrata – Sip. O tome danas svedoči samo druga Trajanova tabla.

**Trajanov most.** Trajan je izgradio i most preko Dunava, četiri kilometra nizvodno od današnjeg Kladova. Podignut je 103. - 105. godine, tokom drugog pohoda rimskog cara Trajana na Dačane. Most je bio izgrađen od kamena, dugačak 1140 metara, sa lukovima visoko iznad vode i, prema dosadašnjim saznanjima, 20 stubova u vodi visine od 45 metara i širine 20 metara i po 3 stuba na obalama, a projektovao ga je čuveni Sirijac Apolodor iz Damaska. Rimljani su, pretpostavlja se, most kasnije sami srušili da bi sprečili upade varvara u carstvo. Danas se mogu videti njegovi ostaci, delovi portala i tri stuba. Izgled mosta je uklesan na Trajanovom stubu u Rimu. prema tragovima na desnoj obali Dunava, pretpostavlja se da je Dunav tokom izgradnje Trajanovog mosta, u periodu malih voda, bio skrenut iza današnjeg grada Kladova, da bi se izvršilo fundiranje stubova u rečnom koritu. Uz Trajanov put i kanal, bio je to graditeljski poduhvat tog doba.



**Diana.** Diana je rimsko utvrđenje nastalo krajem prvog veka stare ere, locirano na visokoj steni u neposrednoj blizini sadašnje HE Đerdap i Karataša. Ovo utvrđenje predstavlja najveće i najznačajnije utvrđenje na gornjomezijskoj granici nekadašnjeg Rimskog carstva. Prokopavanjem Sipskog kanala, utvrđenje dobija mnogo veći strateški značaj i uspešno čuva granicu velike imperije. Diana se kao utvrđeni objekat koristila sve do VI veka. Pored svoje vojne funkcije, utvrđenje je predstavljalo i važan ekonomski i svetišni centar tadašnjeg dela Rimskog carstva, sa razvijenim pristaništem, što je izdvajalo od ostalih antičkih lokaliteta.. Obzirom da je Diana podignuta na strateški značajnoj lokaciji, zadatak stalne vojne posade bio je da čuva granicu i obezbeđuje ulaz u kanal.



**Viminacium.** Arheološki lokalitet Viminacium predstavlja prostor rimskog grada i vojnog logora Viminaciuma (više od 450 hektara šire gradske i 220 hektara uže gradske teritorije) koji se danas nalazi ispod obradivih površina, a nekada je predstavljao glavni grad rimske provincije Mezije Superior, u kasnoj antici provincije Mezije Prime. U dosadašnjim arheološkim istraživanjima otkriveno je više od 13.500 grobova. Arheološki lokalitet *Viminacium*, nalazi se kod sela



Stari Kostolac, na 12 km udaljenosti od Požarevca, 95 km od Beograda, 107 km od aerodroma »Nikola Tesla « i samo 3 km od Dunava<sup>3</sup>.

Turistički potencijal ovih i drugih lokaliteta nije dovoljno iskorišćen. Pre svega, postoji potencijal za razvoj tematske ture, pri čemu je potrebno razraditi model profesionalne interpretacije ovih, ali i drugih spomenika kulture. Kao što je već naznačeno, u kontekstu lokaliteta iz doba Rimskog carstva, neophodno je uključivanje i drugih nalazišta, a u pogledu ovog dela Srbije posebno Caričinog grada (iako pripada ranovizantijskom periodu), a, na drugoj strani Singidunuma i Sirmiuma, koji nisu predmet projektnog zadatka, ali je kasnije moguće njihovo lako uključivanje poštovanjem modela koji će biti predložen.

---

<sup>3</sup> **NAPOMENA:** Neposredno uz lokalitet *Viminacium* nalazi se površinski kop ugljenog basena „Kostolac“. Kop napreduje ka arheološkom nalazištu do granice koja je dogovorena između REIK „Kostolac“ i Arheološkog nalazišta „Viminacium“. Na ostalom prostoru, pre iskopavanja uglja, arheolozima se ostavlja određeni vremenski period da istraže lokalitete. Okolni prostor nalazišta je veoma devastiran, te je neophodno uraditi zaštitnu zelenu zonu prema kopovima.

## II DEO: TRŽIŠNA ANALIZA

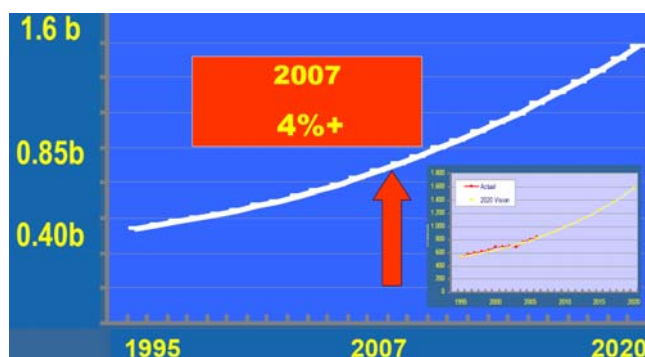
### 1. TRENDOMI U TURIZMU

#### 1.1. MEĐUNARODNO TRŽIŠTE

Evropa je vodeća svetska regija kako u prihvatnom tako i u emitivnom turizmu, gde se predviđa da će tako i ostati u srednjeročnom periodu od 4 do 5 godina. U smislu kvantitativnih trendova Evropa je u 2004. godini u ukupnim turističkim dolascima u svetu zauzimala tržišni udeo od 54% ostvarivši 415 miliona međunarodnih dolazaka. U periodu 2002. do 2004. broj međunarodnih dolazaka u Evropi rastao je po umerenim prosečnim godišnjim stopama od 1 do 5%.

U regiji Srednje i Istočne Evrope zabeleženo je u 2004. godini oko 70 miliona turističkih dolazaka. Vodeće zemlje u regiji su Mađarska (16 mil.), Poljska (14 mil.), Ruska Federacija ( 8 mil.) i Češka (6 mil.).

Prema predviđanjima WTO u budućnosti se očekuje rast turističkog prometa u Evropi. U 2007. je broj turističkih dolazaka povećan za 4%. Povoljna razvojna tendencija se očekuje i u budućem periodu po prosečnoj stopi od 3.8%. U 2020-oj godini se predviđa ukupan broj turističkih dolazaka od 1,6 milijardi. Trend rasta broja dolazaka u Evropi je prikazan na sledećem grafikonu:



Izvor: UNWTO

Rast turističkog prometa u Evropi nije ravnomeran na celom području. Stope rasta po pojedinim regionima Evrope nisu imale iste vrednosti od početka masovnog turizma pa do današnjeg perioda. S obzirom da su u fokusu našeg



interesovanja savremeni trendovi na evropskom turističkom tržištu, posebna pažnja će biti usmerena prema karakteristikama rasta u poslednjim godinama. Najintenzivniji rast posle 2000. godine je zabeležen u regionu Centralne i Istočne Evrope od 11%. Region do 2000. godine nije bio turistički posebno atraktivan. Ostali regioni beleže niže stope rasta. Najviše stope rasta inostranog turizma u Evropi beleže zemlje koje su do skora spadale u turistički slabije razvijene ili nerazvijene. Posledica visokog rasta prometa u nerazvijenim zemljama je sve veća disperzija turističkog prometa na veći broj zemalja. Tako, na primer u 1950-oj godini kada su omasovljena turistička kretanja 15 zemalja je apsorbavalo 97% turističkog prometa u svetu. Danas 15 zemalja koje su turistički najrazvijenije apsorbuju 52% svetskog turističkog prometa.

Najznačajnije turističke destinacije sveta prema broju međunarodnih dolazaka				
Rang	1950. godina	Svetski udeo	2004. godina	Svetski udeo
1	SAD	71%	Francuska	33%
2	Kanada		Španija	
3	Italija		SAD	
4	Francuska		Kina	
5	Švajcarska		Italija	
6	Irska	17%	Velika Britanija	14%
7	Austrija		Hong Kong (Kina)	
8	Španija		Meksiko	
9	Nemačka		Nemačka	
10	Velika Britanija	Austrija		
11	Norveška	9%	Kanada	11%
12	Argentina		Mađarska	
13	Meksiko		Turska	
14	Holandija		Malezija	
15	Danska		Poljska	
	Ostali	3%	Ostali	42%
<b>Total</b>	<b>25 miliona</b>		<b>760 miliona</b>	

*Izvor:* WTO, World Overview and Tourism Markets, jul 2005.

Osim kvantitativnih trendova u turizmu Evrope, važno je da se analiziraju i kvalitativni trendovi koji će biti okvir ponašanja turističke industrije u sledećih deset godina, a oni su prikazani u sledećoj tabeli:



Ključni turistički trendovi u Evropi		
	Trend	Glavne posledice za turistički sektor
Demografija	Broj starijih osoba će značajno porasti. Seniori će biti zdraviji i raspolagati s višim dohotkom nego ranije.	Rastuća tražnja za kvalitetom, pogodnostima i sigurnošću, za lakim prevozom te za opuštajućom zabavom, kao i za proizvodima namenjenim samcima. Veća tražnja u pred i posezoni.
	Prosečni broj osoba po domaćinstvu će se i nadalje smanjivati, što će rezultovati višim raspoloživim dohotkom i kupovnom moći.	Rastuća tražnja za luksuzom, za specijalnim proizvodima koji se mogu nabaviti spontanom kupovinom, za proizvodima kratkih odmora i ostalim kratkim predasima u inostranstvu - u periodima koji su ranije bili manje korišćeni.
Zdravlje	Svest o zdravlju će i dalje rasti.	Destinacije koje su percipirane kao manje zdrave će se više izbegavati nego u prošlosti. Tražnja za odmorima na suncu će se i dalje smanjivati, dok će popularnost aktivnih odmora rasti. Tražnja za proizvodima velnesa će rasti, uključujući banje i fitness centre.
Svest o obrazovanju	Prosečan nivo obrazovanja raste.	Rastuća tražnja za specijalnim proizvodima. Prominentnije uključivanje elemenata koji se tiču umetnosti, kulture i istorije u turističke pakete i odmore organizovane u vlastitom aranžmanu. Potreba za boljim i kreativnijim komunikacijama i prenosom informacija. Tražnja za novim destinacijama u CEE će porasti.
Vreme odmora	Savremeno društvo podstiče rastući pritisak na svakodnevni život ljudi te stimuliše želju za povećanjem vremena za odmor i opuštanje, što će imati jači efekat na rast slobodnih raspoloživih dohodaka.	Rastuća potreba za snabdevanjem dodatnim proizvodima s malim troškovima. Rastuća potreba za ponudom opuštanja. Skraćivanje glavnog odmora u korist više kratkih odmora.
Doživljaj pri putovanju	Sve sofisticiraniji potrošači su sve svesniji svojih potreba i prava.	Alternativni načini provođenja slobodnog vremena i potrošnje novca takmiče se sa provođenjem odmora, a tokom provođenja odmora menjaju se preferencije prema različitim destinacijama i vrstama smeštaja. Tražnja za destinacijama koje ne zadovoljavaju prihvatljive standarde će značajno opasti, što će se događati tokom dužeg vremenskog perioda u budućnosti. Različiti načini ponašanja: jedan odmor se provodi jednostavno, idući odmor luksuzno - ove godine se ide u daleke destinacije, a iduće u bliske destinacije. Preferencije za provođenjem godišnjeg odmora postajuče u budućnosti sve fragmentiranije, što će uticati na češće ponavljanje odmora. Lojalnost destinaciji nastaviće da opada tokom idućih godina. Sve iskusniji turisti imaće sve kritičniji stav prema veštački stvorenim vrednostima, a sve će više favorizovati autentičnost. Regije koje nude potpuni, različiti, potpuno uravnoteženi koncept biće sve više preferirane, te će zahtevati bolji destinacijski menadžment.
Informaciona tehnologija	Penetracija Interneta i njegovog korišćenja u svrhu informisanja i kupovine turističkih proizvoda i usluga nastaviće da raste.	Direktna raspoloživost turističkih informacija o destinacijama i proizvodima, te rastuća sofisticiranost pretraživača pri analizi ovih informacija će omogućiti upoređivanje, utičući na taj način na konkurenciju sve intenzivnije. Iskusni turisti će pojačano samostalno strukturisati svoj odmor na modularnoj osnovi sa direktnim rezervacijama. Uloga putničkih agenata će se smanjiti, budući da će se puni paket aranžmani kupovati direktno putem Interneta. Internet će sve brže transformisati klasičnu ulogu nacionalnih turističkih organizacija ali će stvoriti i novu ulogu u e-marketingu, uključujući primenu CRM-a (upravljanje odnosima s kupcima) u destinacijskom marketingu. Raspoloživost dubinskih informacija o proizvodima, ili na destinacijskim stranicama ili dostupnih preko linkova, postaće sve važnije kao bazični preduslov za uspeh web stranica.
Prevoz	Povećanje raspoloživosti vozova velike brzine i avioprevoznika s niskim tarifama će uticati na klasične tokove putovanja. Drumski saobraćaj suočavaće se sa sve većom gužvom.	Destinacije će imati sve veću korist od lake i cenovno prihvatljive dostupnosti za provođenje kratkih odmora, naročito kada se značajni događaji organizuju izvan glavne sezone. Rastuća raspoloživost direktnih železničkih i avionskih veza će poticati tražnju za internacionalnim kratkim odmorima u gradovima i gradskim regijama, na račun ruralnih područja. Skraćivanje glavnih odmora u korist više kratkih odmora tokom godine.
Održivost	Svest o očuvanju čovekove sredine će nastaviti rasti.	Veća tražnja za održivim destinacijama, u kojima priroda i stanovništvo igraju sve značajniju ulogu. Rašće važnost regionalne komponente u destinacijama. Pravila destinacijskog menadžmenta trebaju se unaprediti kroz koherentnije i konzistentnije planiranje.
Bezbednost	Rastuća potreba da se osećamo bezbedni i zaštićeni, zbog terorističkih akcija, regionalnih ratova, zagađenja i ostalih kriza koje su postale deo svakodnevnog života.	Sve kritičniji turista neće oklevati da se žali ukoliko ponuđeni proizvod ne zadovoljava očekivane standarde.

Izvor: Tourism Trends for Europe, European Travel Commission, 2006.



## 1.2. KULTURNI TURIZAM

### 1.2.1. Pojam

Kulturni turizam u širem smislu podrazumeva kretanja ljudi iz kulturnih razloga, odnosno ispunjenja nekih ciljeva vezanih za kulturu područja koje posećuju, kao što su posete festivalima, muzičkim događajima, pozorištima, starim domaćinstvima van gradova, istorijskim i religioznim spomenicima, arheološkim lokalitetima, izložbama, muzejima, predavanjima, konferencijama itd. U užem smislu, kulturni turizam obuhvata turizam nasleđa (vezan za artefakta prošlosti) i turizam umetnosti (vezan za savremenu kulturnu produkciju kao što su vizuelna umetnost, scenska umetnost, književnost), dok u širem smislu obuhvata i sekundarne elemente kao što su životni stil (verovanja, kuhinja, tradicija, folklor itd.) i kreativne industrije (modni, *web* i grafički dizajn, savremena arhitektura, film, mediji i zabava itd.).

Prema procenama UNWTO kulturni turizam u svetu raste po stopi od 15% godišnje. Prema istim procenama 37% svih putovanja ima kulturnu komponentu. Istraživanja u Evropi su pokazala da se oko 20% turista smatra da njihov odmor spada u kategoriju tzv. kulturnih odmora.

Uobičajeni tipovi odmora ispitanika u gradovima Zapadne Evrope (u procentima)

Godina	Strani turisti (uključujući američke turiste)			Američki turisti (n=277)	Svi ispitanici
	2001	1999	1997	2001	2001
Sunce/plaža	27	26	17	25	26
Turing odmor	24	14	18	32	18
Kulturni odmor	19	20	20	18	20
Gradski odmor	14	15	15	8	16
Rekreacija u prirodi	8	10	13	8	9
Zimski sportovi	4	5	6	4	4
Rekreacija na planini	3	5	6	4	4
Orijentisan ka zdravlju/sportu	2	4	4	2	3

Izvor: ATLAS, prema WTO & ETC (2005) 'City Tourism & Culture: The European Experience', *ETC Research Report No 2005/1*

### 1.2.2. Karakteristike kulturnog turizma i kulturnih turista

- Generalno posmatrano, prirodno okruženje (lepota predela/priroda i klima) je važniji pokretač ljudi na određeno putovanje nego istorija.
- Kultura i istorijski gradovi i spomenici su najvažnije atrakcije posećivane za vreme odmora.
- Manje zemlje Centralne i Istočne Evrope su posećivane uglavnom iz kulturnih razloga, dok su one sa diversifikovanim proizvodima privlačile goste i u ruralna i primorska/priobalna područja.

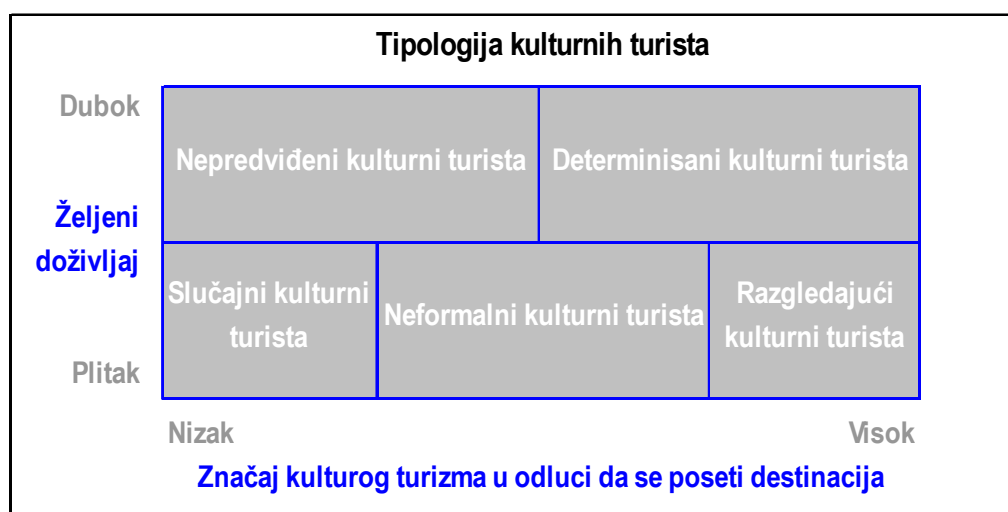
- Prosperitet razvijenog Zapada doveo je do toga da kulturni turizam više nije skupa forma odmora.
- Najvažniji razlog za posetu kulturnim atrakcijama je učenje o prošlosti i uživanje u atmosferi koju data atrakcija ili lokalitet kreira.
- Najvažniji izvor informacija korišćenih kod odluke o putovanju i poseti lokalitetu su preporuke prijatelja i rodbine, praćeni Internetom i pisanim vodičima.
- Posetioci kulturnih atrakcija su dominantno visokog obrazovanja, visokih primanja i profesionalnih ili menadžerskih zanimanja;
- Osobe starije od 50 godina posećuju više kulturnih atrakcija nego mlađi turisti;
- Pored starijih osoba, i mladi ljudi takođe čine visok procenat posetilaca.
- Izgrađene kulturne atrakcije su važnije od kulturnih događaja (manifestacija);
- Za neke turiste kultura i kulturnoistorijsko nasleđe predstavljaju osnovni razlog posete nekoj destinaciji ili destinacijama; za druge je to "scena" ili okruženje u kojem se odvijaju njihovi turistički doživljaji. U oba slučaja kultura i kulturnoistorijsko nasleđe imaju značajnu ulogu, ali je ona bitno različita. To su i dva kraja kontinuma, na jednom je kulturni turista kao turista striktno specijalnih interesovanja (koji dominantno zahteva doživljaje kulture – nasleđe, umetnost ili nešto drugo), a na drugom masovni turista koji traži raznolikost svog turističkog iskustva. Duž celog kontinuma su turisti sa različitim stepenom interesovanja za turizam, odnosno sa različitom snagom kulture kao motivatora za turistička putovanja.
- Trend starenja evropske populacije pozitivno će uticati na tražnju za kulturnim proizvodima.
- Kada su u pitanju proizvodi kulturnog turizma, turisti zahtevaju autentičnost. Autentičnost posmatraju kroz sopstvenu prizmu, tako da je često ključna percepirana (subjektivno opažena) autentičnost, a ne faktička. Ovo nikako ne znači da se sa autentičnošću može poigravati, ona je izuzetno važna, samo se mora voditi računa i o poimanju iste od strane turista.
- Kada postoje veće razlike u kulturama područja iz kojih dolaze turisti i samih turističkih područja, verovatnije je da će jedan od važnijih motiva dolaska biti kulturni razlozi, a takvi turisti više posećuju muzeje i istorijske građevine. Turisti iz kulturno bližih područja više zahtevaju jasne i jednostavne doživljaje zabavnog karaktera i traže kulturne tematske parkove i masovne kulturnoistorijske atrakcije.
- Turisti, i onda kada se interesuju za kulturu i posećuju kulturne i istorijske spomenike, najčešće sebe ne vide kao "kulturom motivisane" turiste. To nam govori da je za većinu turista koji konzumiraju kulturne proizvode kultura sekundarni motivator. Kultura je, za većinu, za sada ipak scenografija.



- Visoke stope rasta ovog segmenta turističkog tržišta, povećanje iskustva u putovanjima, informisanost, kao i nastojanja da se obezbedi raznolikost turističkih doživljaja, upućuju na to da će značaj kulture i kao motivatora i kao ambijenta rasti.

### 1.2.3. Tipologija kulturnih turista

U zavisnosti od toga do koje su mere proizvodi kulture značajan pokretač na preuzimanje turističkih putovanja, u odnosu na dubinu doživljaja kulturnog dobra, mogu se razlikovati pet kategorija kulturnih turista, pri čemu treba imati u vidu da se radi o široj definiciji kulturnog turista.



Izvor: Prilagođeno iz: Bob McKercher and Hilary du Cros (2003) 'Testing a Cultural Tourism Typology', *International Journal of Tourism Research*, 5, 45-58.

Kao što se vidi iz prethodne slike, turisti mogu tragati za različitim nivoima odnosno intenzitetom doživljaja kulture. S druge strane, sama kultura može igrati različitu ulogu, odnosno imati različit značaj u donošenju odluke da se preuzme neko turističko putovanje. Stoga je u tabeli na narednoj dato objašnjenje svakog od tipova kulturnih turista.

Kako najvećim delom *Put rimskih careva* obuhvata arheološke lokalitete, ako posmatramo potencijalne posetioce kao one koji su specifično zainteresovani za ovakve turističke proizvode, onda govorimo o arheološkom turizmu. Arheološki turizam je specifična forma kulturnog turizma, i svrstava se u grupu turizma specijalnih interesovanja. Iako je za neke lokalitete ovo potencijalno veoma značajan segment, moramo imati u vidu da je neophodno proširiti tržište inteligentnim kombinovanjem različitih proizvoda u sistem iskustava/doživljaja privlačnih većem krugu korisnika. Ovo kombinovanje nazivamo »pakovanje« proizvoda. Iz tih razloga, u ovom projektu kulturni turizam i kulturne turiste posmatramo u širem kontekstu.

Tip kulturnog turista	Karakteristike
Determinisani kulturni turista	Kulturni turizam je primarni motiv posete destinaciji i turista ima veoma duboka iskustva/doživljaje. Turista je suštinski zainteresovan za učenje i upoznavanje sa istorijom, kulturom, načinom života itd. destinacije.
„Razgledajući” kulturni turista	Kulturni turizam može biti primarni razlog posete, među više važnijih, ili samo delimični motivator, ali je doživljaj u osnovi manje dubok. Turista je više posmatrač, bez želje da dublje sagleda karakteristike istorije, kulture, životnog stila i sl. Često ovakav turista sebe i ne smatra kulturnim turistom.
Nepredviđeni kulturni turista	Turista koji ne putuje iz razloga vezanih za kulturu, tačnije, koji je primarno motivisan drugim razlozima (odmor, uživanje u prirodi i panorami itd.), ali koji, tokom i nakon posete, ima snažan doživljaj kulture. Kultura je, dakle, sporedni factor privlačenja.
Slučajni kulturni turista	Turista koji ne putuje iz kulturnih razloga, ali sticajem okolnosti ipak učestvuje u nekim kulturnim događajima i ima plitke doživljaje.
Neformalni kulturni turista	Kulturni turizam postoji kao motiv za putovanje, ali nije jako izražen, a rezultirajuće iskustvo je plitko.

Izvor: Prilagođeno iz: Bob Mc Kercher and Hilarz du Cros (2003) 'Testing a Cultural Tourism Typology', *International Journal of Tourism Research*, 5, 45-58.

### 1.3. DOMAĆE TRŽIŠTE

U oktobru 2006. godine je sprovedeno istraživanje od strane istraživačke kuće Strategic Marketing Research sa ciljem da na adekvatnom uzorku ispita stanovništvo Srbije i njihove navike odlaska na odmor. Glavni rezultati trendova ponašanja domaćih gostiju su sledeći:

- Od ukupne populacije Srbije na odmor ne odlazi 28% stanovništva. Barem jedanput godišnje odlazi 44% populacije, dva puta godišnje 10%, tri puta godišnje 6%, te više od tri puta godišnje 12% ukupne populacije Srbije;



- Svega 33% domaće populacije provodi odmor u Srbiji, dok 30% odlazi na godišnji odmor u Crnu Goru. Od ostalih destinacija, popularne za odmor su Grčka, Mađarska, Bugarska i Turska;
- Od populacije koja odlazi na odmor u Srbiju najviše ih je navelo sledeće destinacije kao svoje odredište za odmor (rangirane prema broju odgovora): Zlatibor, Vrnjačka banja, Fruška gora, Soko banja, Beograd, Kopaonik, Novi Sad, Bela Crkva i Tara;
- Populacija koja odlazi na odmor u Srbiji u proseku troši 22 evra po danu po osobi;
- Od ukupne populacije koja ide na odmor čak 30% ih uopšte ne rezerviše smeštaj, dok ih veliki broj rezerviše direktno (34%). Ostali načini rezervacije su putem putničkih agencija, turističkih operatera i sl.. Ovde je vrlo važno napomenuti da gotovo značajan broj domaćih turista vrši rezervaciju putem Interneta;
- Glavni izvor informacija o destinaciji za odmor uglavnom predstavljaju prijatelji (29%), zatim se informacije traže putem turističkih agencija (11%), novina (8%), Interneta (3%), kataloga turističkih operatera (2%), te raznih časopisa (2%).

Perspektivni razvoj srpskog turističkog tržišta se nužno mora vezati s očekivanim rastom diskrecionog dohotka namenjenim putovanjima. Sadašnji registrovani bruto nacionalni dohodak po glavi stanovnika ne može opravdati realno visoku turističku aktivnost stanovništva Srbije, posebno putovanja u inostranstvo. Reč je, verovatno, još uvek o delovanju sive ekonomije. Sadašnjih oko 4.000 dolara GDP per capita predstavlja donju granicu koja omogućava internacionalna putovanja do 10% stanovništva, a domaća, koja su ionako fokusirana na jeftina, niskokvalitetna i često socijalno posredovana turistička putovanja do 25% stanovništva.

Međutim, u Srbiji postoji jaka kultura putovanja koja je nasleđena iz prošlih vremena, pa se s očekivanim privrednim rastom od 6 do 7 % godišnje može ubrzo očekivati jači bum ne samo putovanja u inostranstvo, nego i sve više u kvalitetnije objekte srpske turističke ponude koji su u procesu rehabilitacije i nove izgradnje. Realno je očekivati da će se u narednih 4 do 5 godina, kada BDP per capita značajno poraste, realna turistička tražnja domaćeg turističkog tržišta Srbije značajno povećati. Razvoj turizma u Srbiji, posebno nakon dovršetka privatizacije, pronalaženja novih modela razvoja turističkih proizvoda i posebno obnove i izgradnje novih turističkih projekata u Srbiji, sve više će se bazirati na ekonomskoj tražnji domaćeg tržišta, umesto socijalnoj kako je to bio slučaj do danas.



---

## 2. TURIZAM U SRBIJI

### 2.1. ATRAKCIJE I TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

Srbija ima raznovrsnu strukturu atrakcija na koju su se nadovezale inicijalne turističke ponude u proteklih 30-tak godina. Međutim, zbog izostanka sa međunarodnog turističkog tržišta, sva ponuda je uglavnom i ostala na tom inicijalnom nivou. Takva nasleđena infra i suprastruktura je uglavnom bila u funkciji tradicionalnog tipa turizma namenjenog domaćem tržištu i to u vidu dečijeg, omladinskog i tzv. socijalnog turizma (odmarališta preduzeća) od kojih uglavnom nema značajnijih finansijskih efekata.

Glavni turistički proizvodi u Srbiji danas, prema službenoj republičkoj statistici, su banje sa klimatskim lečilištima, planine i administrativni centri. Dodatno se u zadnje vreme pojavio i razvoj ruralnog turizma kao i moderniji turistički proizvod u vidu događaja (primeri Guče i Exita), a koji su proizašli iz tradicionalne srpske privrženosti festivalima.

Posebno treba istaći da su glavne gradske destinacije Beograd, Novi Sad i Niš. Najznačajnije banje su: Vrnjačka, Sokobanja i banja Koviljača u unutrašnjoj Srbiji, te Kanjiža i Junaković u Vojvodini. Konačno, glavne planinske destinacije su Kopaonik, Zlatibor, Tara i Divčibare i dr.

Detaljna analiza atrakcija i turističke infrastrukture data je u Master planu turizma Republike Srbije, pa čitaoce, ukoliko imaju potrebe za tim, upućujemo na taj dokument.

### 2.2. SMEŠTAJ

Strukturu smeštajnih kapaciteta Srbije karakterišu sledeće činjenice:

- u 2006. godini je registrovano nešto manje od 90 hiljada turističkih ležajeva sa preovlađujućom ulogom hotelskih kapaciteta (41%), što smešta Srbiju prema procentualnom udelu hotelskog smeštaja u proseku regiona Jugoistočne Evrope (40 – 50% čine hotelski kapaciteti);
- struktura hotelskih kapaciteta je vrlo nepovoljna sa aspekta kvaliteta ponude, gde samo 9% hotelskog smeštaja čine hoteli sa 4 i 5 zvezdica<sup>4</sup> prema domaćim pravilima kategorizacije. Međutim, ukoliko bi se ti kapaciteti posmatrali prema internacionalnim standardima kategorizacije ovaj procenat hotelskog smeštaja viših kategorija je realno i manji;

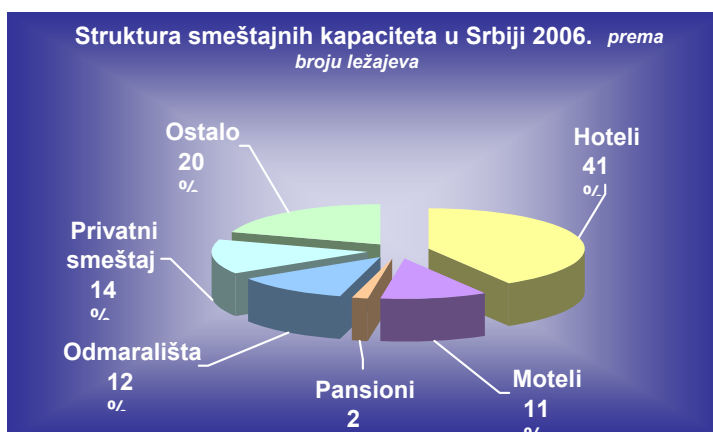
---

<sup>4</sup> Izvor: Horwath Consulting Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, Strategija turizma Republike Srbije, 2006.



- u hotelskoj industriji Srbije preovlađuju objekti srednje i niže kategorije koji zahtevaju temeljnu obnovu, kao i dodavanje novih sadržaja ponude kako bi se uspešno moglo konkurisati na veoma zahtevnom internacionalnom tržištu;
- prosečna stopa zauzeća kapaciteta na nivou Srbije je 28% na godišnjem nivou, odnosno preračunato po danima 102 dana punog zauzeća kapaciteta;
- ukupan prosečan godišnji prihod po sobi u hotelima Srbije u 2005. godini je bio na nivou od 8.423 evra; i
- nivoi prihoda po sobi direktno se odražavaju i na nivo neto prosečnih cena noćenja, gde je prosek Srbije 27,1 evro.

Sledeći grafikon prikazuje strukturu smeštajnih kapaciteta Republike Srbije u 2006. godini:

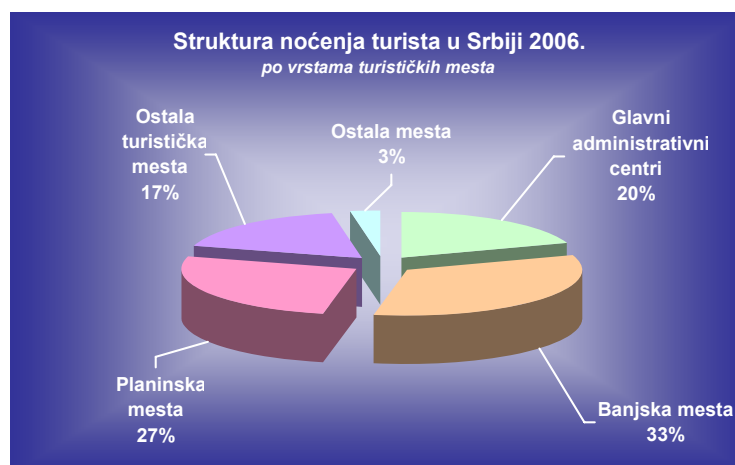


Izvor: RZS RS, 2006.

### 2.3. TRAZNJA

Srbija je u 2006. godini privukla 2 miliona posetilaca koji su ostvarili oko 6,6 miliona noćenja. Ovaj rezultat je na jednakom nivou kao i u 2005. godini (porast od samo 1%). Struktura noćenja u 2006. godine je prikazana u sledećem grafikonu:





Izvor: RZS RS, 2006.

Osnovna obeležja tražnje su sledeća:

- u ukupnim dolascima domaće stanovništvo preovlađuje sa 77%, što pokazuje da je turizam Srbije još uvek orijentisan pretežno na domaće tržište, dok su dolasci stranaca uglavnom vezani za poslovna putovanja;
- domaći dolasci i noćenja pokazuju trend pada s obzirom da je u 2005. godini registrovano 3% manje dolazaka kao i 5% manje noćenja u odnosu na 2004. godinu. Suprotno domaćem prometu, inostrani promet pokazuje trend povećanja i to po povećanim stopama, tako da je u 2005. godini realizovano 16% dolazaka više kao i 17% više noćenja inostranih gostiju;
- najznačajnija inostrana tržišta u 2005. godini su Slovenija sa 12% ukupnih inostranih dolazaka, koju slede BiH sa 11%, Makedonija sa 7%, Nemačka, Italija, Hrvatska i Grčka sve sa po 6%. Pošto je struktura stranih dolazaka raspoređena na veliki broj tržišta (42% dolazaka čine ostale zemlje), može se zaključiti da se radi o relativnoj povoljnosti, ali je činjenica da je Srbija u sadašnjoj fazi razvoja turizma uglavnom obeležena prometom poslovnih turista, (s tim u vezi, čak 53% ukupnih inostranih dolazaka apsorbuje Beograd), a manje na tipičan turistički promet;
- prema mestima dolazaka najveće učešće imaju glavni administrativni centri sa 37%, zatim dolaze planinski centri (20%) i banjska mesta (15%). U noćenjima je struktura malo drugačija gde prednjače banjska mesta (sa 31% ukupnih noćenja), planinska mesta sa 27%, te glavni administrativni centri sa 20%. Ovde se može navesti da banjska mesta imaju najveću prosečnu dužinu boravka sa 3,8 dana, dok ih slede planine sa 2,6 dana, te glavni administrativni centri sa 2,2 dana boravka (ovde su izražene brojke za inostrani promet); i
- prema mesecima glavni administrativni centri imaju vrh tražnje u maju i septembru, dok planinski centri imaju dva vrha tražnje (decembar - februar i jul-septembar). U banjskim mestima sezona je od maja pa sve do septembra.

## 2.4. TURISTIČKI PROIZVOD SRBIJE

U turizmu je prisutan visok stepen diversifikacije turističkog proizvoda usled različitih potreba turista. Prema zvaničnim navodima WTO u svetu je identifikovano više od 300 turističkih proizvoda, od čega je oko 60 potpuno komercijalizovano. Svi turistički proizvodi su svrstani u 11 grupa turističkih proizvoda.

U Strategiji razvoja turizma Srbije usvojenoj 2006. godine od strane Vlade Republike Srbije identifikovano je devet strateških turističkih proizvoda za čiji razvoj Srbija ima potencijala i koje treba razvijati u cilju povećanja dinamike razvoja turizma i sticanja konkurentne prednosti na evropskom i svetskom turističkom tržištu. Identifikacija proizvoda je izvršena na osnovu: (1) valorizacije geomorfoloških i antropogenih potencijala Srbije (2) ocene veličine tržišnih segmenata, (3) intenziteta tražnje za konkretnim proizvodima i (4) veličine profita koji donose pojedini proizvodi<sup>5</sup>.

Turistički proizvodi određeni kao strateški bitni za razvoj turizma Srbije su: gradski odmori, poslovni turizam + MICE, kružne ture, zdravstveni turizam, planine i jezera, nautika, manifestacije, ruralni turizam i specijalni interesi.

U Strategiji razvoja turizma Srbije detaljno je analiziran turistički potencijal i definisane su smernice budućeg razvoja. Stoga, ovde neće biti dublje analizirane karakteristike turističkog prometa i smeštajnih kapaciteta, kao ni karakteristike pojedinačnih turističkih proizvoda na nivou Srbije. Turistički promet i smeštajni kapaciteti Srbije su predstavljeni samo kao polazna tačka analize, dok će fokus analize biti usmeren prema karakteristikama turističkog prometa, smeštajnih kapaciteta i proizvoda kružnih tura u području koje obuhvata master plan.

## 2.5. SWOT ANALIZA

Imajući u vidu ranije navedene ključne faktore uspeha rute *Put rimskih careva*, do kojih smo došli analizom najbolje prakse tematskih ruta nasleđa u svetu, postojećih turističkih trendova od značaja za kulturni turizam i osnovnih karakteristika starorimskog nasleđa na pravcu rute, kao i karakteristike uspešnih ruta predstavljene piramidom, a bazirajući se na radionicama i intervjuima sa ključnim stejkholderima, dajemo ovde analizu šansi, opasnosti, snaga i slabosti (SWOT). SWOT analiza ovde obuhvata striktno elemente u direktnoj vezi sa razvojem rute kulturnog nasleđa, dakle ne i druge elemente i tipove proizvoda koji su jako poželjni u procesu pakovanja adekvatne ponude za različite segmente turističkog tržišta, o čemu će biti reči kasnije u tekstu.

---

<sup>5</sup> O metodologiji izbora turističkih proizvoda Srbije pogledati opširnije u Strategiji razvoja turizma Srbije.



Imajući, u vidu taj kontekst, analiza je urađena ocenjivanjem sledećih ključnih oblasti: (1) Atraksije i resursi starorimskog nasleđa; (2) Opšta i turistička infrastruktura; (3) Turistički biznis; i (4) Organizacija i upravljanje.

Resursi i atrakcije	
<b>Snage</b>	Važni putevi starorimskog doba (Via militaris/Via Ragusina, ViaTraiana) i istočni limes Rimskog carstva Romuliana na UNESCO-voj listi Svetske baštine Pojedini lokaliteti na Kulturnim koridorima Jugoistočne Evrope (Dunavski i Dijagonalni Koridor) Viminacium kao lokalitet nepokriven kasnijim gradnjama Na tlu sadašnje Srbije se, moguće, rodilo 16 rimskih careva
<b>Slabosti</b>	Odsustvo tematskog pristupa pakovanju kulturne ponude Neiskoroišćenost postojećih kulturnih atrakcija u turističke svrhe Problemi zaštite kulturnih dobara Latentni konflikt oko prioriteta u vezi starorimskog nasleđa (istraživanja vs. konzervacija vs. turizam) Neshvatanje kulturnog, turističkog i identitetskog značaja lokaliteta od strane lokalnih vlasti
<b>Šanse</b>	Jačanje ideje o kulturnim rutama i koridorima Saveta Evrope Pojačan interes međunarodne turističke tražnje za sekundarnim (netradicionalnim) destinacijama Prekogranična saradnja u pogledu produžetka rute sa istom temom
<b>Pretnje</b>	Opasnost od devastacije okolnog prostora Opasnost od neplanskog korišćenja lokaliteta Dalja nedovoljna zaštita i unapređenje spomenika kulture

Opšta, saobraćajna i turistička infrastruktura	
<b>Snage</b>	Trenutno ključni lokaliteti snabdeveni energijom i vodom Do većine ključnih lokaliteta postoji asfaltni prilaz Polazna i krajnja tačka rute uz koridor X Pojedini lokaliteti obuhvaćeni prostornim planom Krajevi ruta blizu međunarodnih aerodroma
<b>Slabosti</b>	Uglavnom slab kvalitet saobraćajnica Na pojedinim deonicama nerešena opasnost od odrona Nedovoljno razvijena saobraćajna signalizacija Izuzetno skromna turistička signalizacija Uglavnom neadekvatna, skromna ili nepostojeća interpretacija rute i lokaliteta
<b>Šanse</b>	Unapređenje drumske mreže Izmeštanje teškog teretnog saobraćaja sa Dunavske magistrale Otvaranje centara za posetioce sa interpretacijom na Viminacijumu i Romulijani Uređenje saobraćajnica na ruti za bicikliste (GTZ-ov projekat uz Dunav)
<b>Pretnje</b>	Izostavljanje pojedinih deonica rute iz projekata unapređenja putne mreže u Srbiji Nedostatak izvora finansiranja infrastrukturnih projekata



### Turistički biznis

- Snage** Postoje hoteli na ključnim tačkama rute  
Postoji preduzetni karakter lokalnog privatnog sektora  
Obekti privatizovani ili ušli u proces privatizacije  
Turistička preduzeća percipiraju kulturnoistorijsko nasleđe kao ključan element ponude
- Slabosti** Nedostatak smeštajnih kapaciteta međunarodno priznatog nivoa kvaliteta  
Funkcionalna manjkavost smeštajnih objekata - neophodno renoviranje  
Jednoličnost menija u restoranima i neiskorišćenost lokalnih recepata u ponudi  
Nedostatak inovacija u turističkoj ponudi
- Šanse** Novi turistički projekti kao osnova za buduću tražnju (van kružnih tura)  
Rast interesovanja za posetama spomenicima kulture (širi klijentsku bazu lokalnog turist. biznisa)  
Vezivanje ponude za rutu u tematskom smislu
- Pretnje** Odustajanje novih vlasnika od značajnijeg renoviranja objekata  
Nedostatak podrške javnog sektora  
Slabo povezivanje biznisa međusobno i sa javnim sektorom u cilju razvoja proizvoda i marketinga  
Izostanak interesa spoljnih investitora za ulaganja u nekim područjima rute

### Organizacija i upravljanje rutom i lokalitetima

- Snage** Postoje neki planovi razvoja i strategije razvoja turizma u kojima se tretira i kulturno nasleđe  
Postoje institucije koje se bave različitim aspektima lokaliteta (istraživanje, zaštita)  
Postojanje LTO u svakoj opštini kroz koju ruta prolazi (osim Svrlijiga)  
Na turizam i ponudu nasleđa se od strane lokalnih vlasti gleda kao na značajan generator razvoja
- Slabosti** Nejasna vizija buduće rute na lokalnom nivou  
Nejasna misija projekta razvoja rute  
Niko nije profesionalno zadužen za razvoj rute - nema profesionalne organizacije  
Nema profesionalnog marketinga kulturnoistorijskog nasleđa  
Nejaki ili nepostojeći partnerski odnosi između privatnog i javnog sektora
- Šanse** Moguće formiranje regionalnih destinacijskih menadžment organizacija  
Usvajanje master planova za pojedina područja kroz koja ruta prolazi  
Vezivanje sa biznisom prekograničnih područja po osnovu mogućeg produženja rute
- Pretnje** Zanemarivanje potrebe da se upravljanje rutom institucionalizuje  
Izostanak međuresorne saradnje na državnom nivou u oblasti tretiranja spomenika kulture  
Insistiranje da je pitanje kulturnog nasleđa pre pitanje zaštite nego dostupa i interpretacije

## 2.6. ZAKLJUČAK

Tržišni okvir za razvoj tematske rute starorimskog nasleđa u Srbiji, posebno ako se gleda na srednji i duži rok, može se okarakterisati kao izuzetno povoljan. Posebno je važno istaći sledeće:

- u turističkom smislu Srbija je tek na početku internacionalizacije turizma, što pokazuju stope porasta internacionalnih dolazaka i noćenja, ali i zbog toga što su napravljeni ključni koraci u donošenju Strategije turizma Srbije, koju je Vlada Srbije prihvatila i počela da sprovodi;
- očekivane investicije u rekonstrukciju postojećih objekata turističke privrede, kao i prihvatanje savremenih koncepta upravljanja će uticati na povećanje standarda usluga, što će se odraziti na rast kako domaćeg tako i inostranog turizma;
- vezano uz proces privatizacije turističkih preduzeća, trenutno je u procesu izrade master planova turizma nekoliko područja u celoj Srbiji, što će pomoći aktiviranju direktnih stranih (ali i domaćih) grinfild investicija u turizam;
- područje uz ovu rutu ima izuzetno povoljne prirodne i društvene pogodnosti za razvoj turizma. Karakteristike artefakata istorije područja iz doba starih Rimljana čine da je moguće kreirati atraktivan proizvod
- nedovoljna razvijenost turizma je posledica nesistematskog i neplanskog pristupa razvoju. Planski pristup razvoju turizma, odnosno u ovom kontekstu kulturnoistorijske rute, uz adekvatne marketing napore, treba da doprinese da ova ruta postane izuzetno značajna kako na domaćem tako i na evropskom turističkom tržištu;
- na kratak i srednji rok po osnovu domaćeg turizma, a potom i stranaca koji žive i rade u Srbiji, ostvarivaće se najznačajniji deo prometa. U budućnosti se može očekivati ekspanzija domaćeg turizma usled rasta dohotka i preferencija domaćih turista da pored glavnog odmora putuju i u okviru nacionalnih granica. Istovremeno resursi područja ukazuju da je regija izuzetno atraktivna i da raspolaže značajnim potencijalom za razvoj i inostranog turizma. Stoga je potrebno paralelno planski usmeravati napore ka razvijanju i domaćeg i inostranog turizma; i na kraju
- trendovi u svetskom i evropskom turizmu ukazuju na činjenicu da regija ima značajan potencijal za relativno brzo uključivanje na evropsku turističku mapu. Najznačajniji aktuelni trendovi koji idu u prilog razvoju rute *Put rimskih careva* su: (1) visoke stope rasta kulturnog turizma, (2) preferencije turista da kulturu uključe u bilo kojoj formi u paket usluga koje zahtevaju, (3) težnja da se poslovni sastanci održavaju izvan velikih gradova uz mogućnost uživanja u atraktivnom ambijentu i doživljaje vezane za kulturu i kulturnoistorijsko nasleđe, (4) sve veće interesovanje za obilaskom kulturno-istorijskog nasleđa i prirodnih lepota, i sl.



### 3. RUTA PUT RIMSKIH CAREVA

#### 3.1. ATRAKCIJE I TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

Atraksije i turistička infrastruktura na području rute predstavljaju značajan tržišni elemenat usled ključnog uticaja na nastanak i stimulisanje tražnje za ovim turističkim proizvodima. Atraksije i turistička infrastruktura na ruti *Put rimskih careva* su prethodno detaljno predstavljeni u okviru situacione analize, tako da ovde neće biti šireg osvrta. Data analiza je pokazala da navedeno područje poseduje značajne potencijale za razvoj sistema doživljaja kulturnoistorijske rute u širem kulturnom i prirodnom kontekstu, i koji se može efikasno pozicionirati i na međunarodnom tržištu.

#### 3.2. SMEŠTAJ

Na teritoriji opština kroz koje prolazi ova ruta za koju se radi master plan postoji ukupno 207 registrovana objekta za pružanje usluga smeštaja koja raspoložu sa 2724 sobe i 5669 kreveta. Struktura smeštajnih kapaciteta, zajedno sa ukupnim brojem soba i brojem kreveta po određenim vrstama smeštajnih objekata predstavljena je u sledećoj tabeli:

**Struktura kapaciteta za smeštaj  
u opštinama kroz koje prolazi ruta *Putevima rimskih careva***

Tip smeštaja	Broj objekata	Broj soba	Broj kreveta
Hoteli	20	1664	3362
Moteli	6	48	105
Pansioni	7	82	188
Odmarališta	2	154	410
Privatni smeštaj	155	439	947
Ostalo	17	308	585
<b>Ukupno</b>	<b>207</b>	<b>2695</b>	<b>5597</b>

Izvor: TO Niš, Knjaževac, Zaječar, Negotin, Kladovo, Majdanpek, Golubac, Veliko Gradište, Požarevac i opština Svrlijig

U cilju jasnijeg sagledavanja teritorijalnog rasporeda kreveta na sledećem grafikonu predstavljeno je procentualno učešće broja kreveta u pojedinim opštinama:



Osnovne karakteristike smeštajnih kapaciteta su sledeće:

- *najveći broj osnovnih smeštajnih jedinica (soba i kreveta) pripada hotelima*. U području postoji dvadeset hotela koja raspolažu sa ukupno 1.664 sobe što predstavlja 61.74% od ukupnog broja soba i 3.362 kreveta što predstavlja 60.58% od ukupnog broja kreveta. Osim opštine Svrljig na administrativnim teritorijama svih ostalih opština postoje hotelski objekti. U sledećoj tabeli nalazi se spisak svih hotela sa brojem soba, brojem kreveta, stepenom kategorizacije i opštine u kojoj se nalaze:



### Struktura hotelskih kapaciteta po mestima kroz koje ruta prolazi

Mesto	Hotel	Broj soba	Broj kreveta	Kategorija
Niš	My Place Best Western	30	56	4*
Niš	Aleksandar	23	48	3*
Niš	Ambasador	145	224	3*
Niš	Nais	92	189	3*
Niš	Poanorama LUX	8	20	3*
Niš	Komplex Vidikovac	19	49	nije kategorisan
Niš /Niška Banja	Ozren	147	303	3*
Niš/Niška Banja	Institut Niška Banja	300	560	3*
Knjaževac/Stara Planina	Babin Zub	20	56	nije kategorisan
Zaječar	Srbija	60	120	3*
Zaječar	Konj	15	30	1*
Zaječar	Kastrum	26	42	nije kategorisan
Neogtin	Ineks Krajina	75	190	2*
Kladovo	Đerdap	145	340	3*
Kladovo	Plaža	27	50	nije kategorisan
Majdanpek/Donji Milanovac	Lepanski Vir	250	450	3*
Golubac	Golubački Grad	60	120	2*
Požarevac	Dunav	89	164	2*
Požarevac/Kostolac	Kostolac	63	110	nije kategorisan

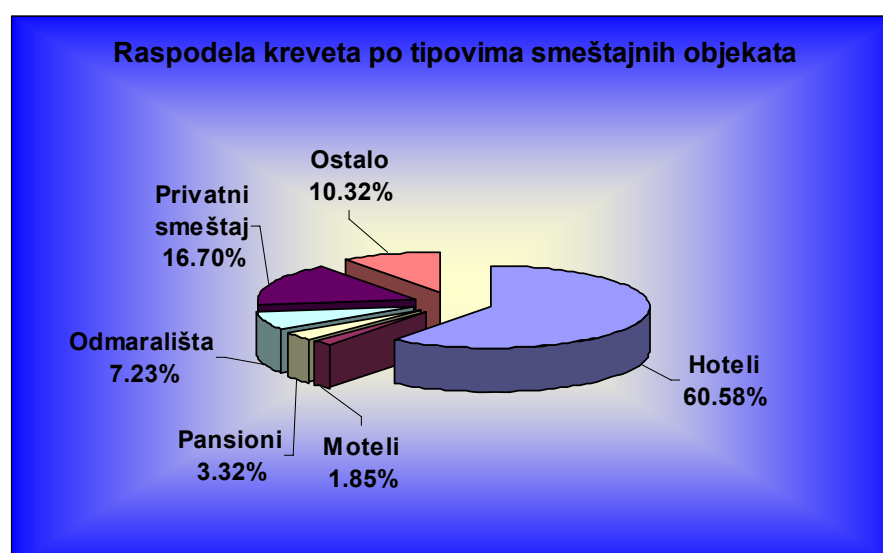
- *smeštajne jedinice su nižeg kvaliteta.* Hotelski objekti su nižeg stepena kategorizacije: pet hotela nisu kategorisana (hotel Komplex vidikovac, hotel Babin Zub, hotel Kastrum, hotel Plaža i hotel Kostolac), jedan hotel ima kategorizaciju od jedne zvezdice (hotel Konj), četiri hotela imaju kategorizaciju od samo dve zvezdice (hotel Golubački grad, hotel Ineks Krajina, hotel Srebrno Jezero i hotel Dunav), devet hotela ima kategorizaciju od tri zvezdice (hotel Ambasador, hotel Aleksandar, hotel Nais, hotel Pamorama LUX, hotel Ozren, Institut Niška Banja, hotel Srbija, hotel Đerdap i hotel Lepenski Vir) i samo jedan hotel ima kategorizaciju od četiri zvezdice (hotel My Place Best Western). Struktura hotela prema kategoriji smeštaja predstavljena je u sledećoj tabeli:

### Struktura hotela prema kategorijama smeštaja

Broj zvezdica	Broj hotela
5*	-
4*	1
3*	9
2*	4
1*	1
nekategorisani	5



- *pored hotela od smeštajnih kapaciteta postoje: šest motela, dva odmarališta, sedam pansiona, više objekata koji pružaju usluge privatnog smeštaja koji se nalaze u banjskim centrima (Niška Banja i Gamzigradska Banja), kao i određeni broj ostalih objekata gde se, pre svega, misli na restorane i lovačke domove koji raspolažu smeštajnim jedinicama. Pojedinačno najveći smeštajni objekti su: Institut Niška Banja (560 ležaja) koji je pre svega namenjen posetiocima koji dolaze zbog banjskog lečenja, hotel Lepenski Vir u Donjem Milanovcu (450 ležaja) i omladinsko sportsko odmaralište Karataš u Kladovu, koje raspolaže sa 400 kreveta, čije su smeštajne usluge namenjene prevashodno sportskim ekipama koje dolaze zbog priprema. Raspodela kreveta po vrstama smeštajnih objekata predstavljena je na sledećem grafikonu:*



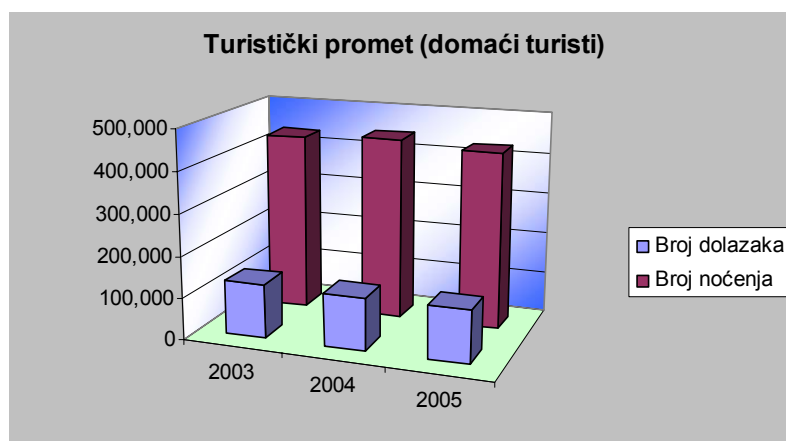
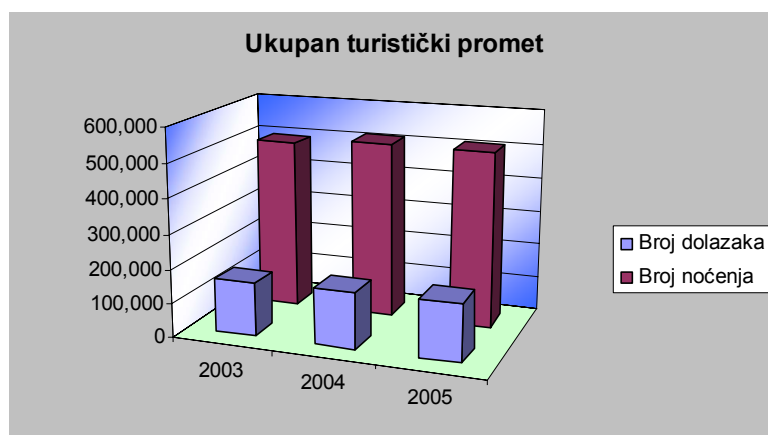
- *hoteli imaju mogućnost prijema većih grupa turista. Hoteli raspolažu solidnim kapacitetima za sadašnji nivo turističkog prometa, posmatrano po broju soba i broju kreveta. Hoteli imaju dovoljno velike kapacitete što omogućava smeštaj većih organizovanih grupa turista. Najveća koncentracija smeštajnih jedinica hotelskog tipa je u Nišu 1.449 kreveta što predstavlja 43.1% od ukupnog broja kreveta hotelskog tipa.*
- *prosečan stepen zauzetosti svih kapaciteta meren zauzetošću ležajeva na godišnjem nivou je nizak i iznosi 24.62% ili 90 dana pune zauzetosti kapaciteta. Na osnovu prikupljenih podataka od pojedinačnih hotela i lokalnih turističkih organizacija stepen zauzetosti kapaciteta hotela na godišnjem nivou je nešto viši i iznosi 29.75% ili 108 dana pune zauzetosti kapaciteta.*



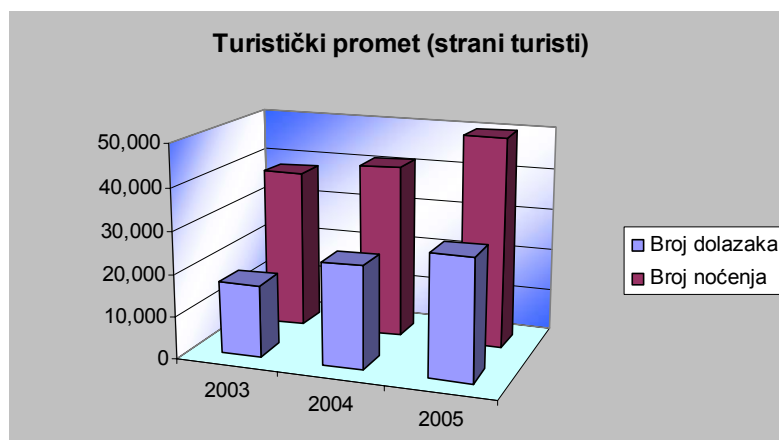
### 3.3. OPŠTE KARAKTERISTIKE TURISTIČKE TRAZNJE

Karakteristike turističkog prometa ostvarenog u opštinama kroz koje će prolaziti ruta *Put rimskih careva* su sledeće:

- ukupno ostvaren promet (opšine: Niš, Svrlijig, Knjaževac, Zaječar, Negotin, Kladovo, Majdanpek, Golubac, Veliko Gradište i Požarevac) u 2005. godini je bio: 167.359 dolazaka turista po osnovu čega je realizovano 509.608 noćenja.<sup>6</sup> Prosečna dužina boravka turista je bila 3.0 dana;
- ukupno ostvaren turistički promet u 2003., 2004. i 2005. godini kao i posebno promet za domaći i inostrani turizam u svim opštinama kroz koje prolazi (odnosno kroz koje će prolaziti) ruta *Put rimskih careva* prikazan je na sledećim grafikonima:

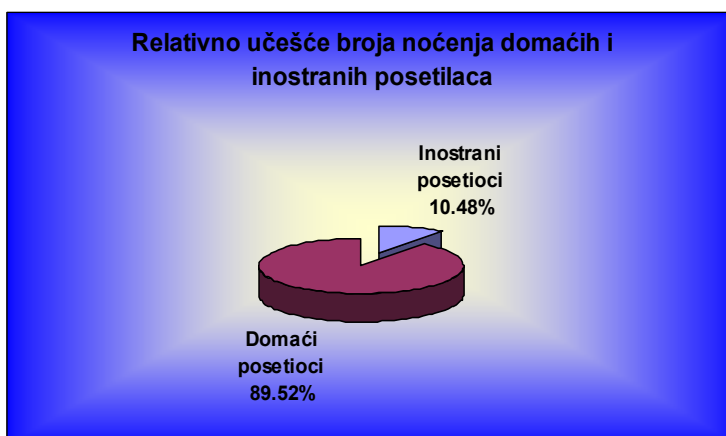
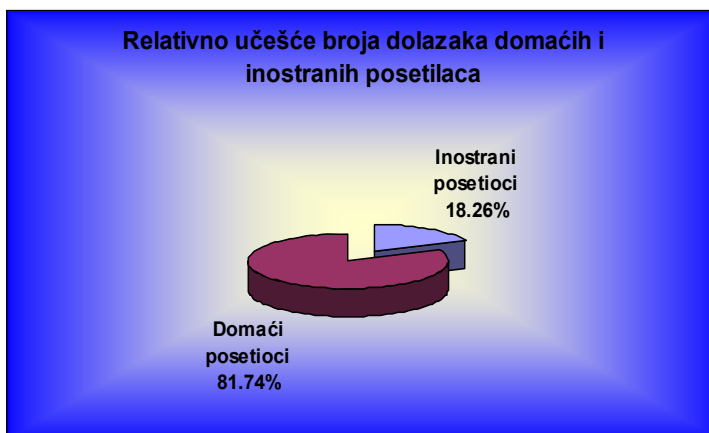


<sup>6</sup> Zvanični podatak Republičkog statističkog zavoda



- *ukupan turistički promet u posmatranim opštinama u poslednjih pet godina se blago povećava - prosečna stopa rasta je oko 1.8%. Stopa rasta je ispod evropskog proseka i proseka rasta drugih zemalja u regionu. U apsolutnim iznosima povećanje prometa takođe značajne vrednosti (oko 3.000 dolazaka i oko 7.000 noćenja) s obzirom na nisku početnu baz broja dolazaka i broja noćenja što ukazuje na nedovoljnu razvijenost turizma;*
- relativno učešće ukupnog broja dolazaka turista u svim opštinama koje su u fokusu analize u ukupnom broju dolazaka u Srbiji u poslednje tri analizirane godine iznosi prosečno 8.41%, dok je relativno učešće u broju noćenja nešto manje i iznosi 7.84%.
- najveći deo prometa ostvaruje se po osnovu domaćeg turizma. Relativno učešće inostranog turističkog prometa je prilično skromno. Ukupan broj dolazaka inostranih turista u 2005. godini je bio 28.793, što predstavlja 18.28% od ukupnog broja dolazaka, dok je broj noćenja bio 49.943, što predstavlja 10.48% od ukupnog broja noćenja. Nisko relativno učešće inostranog turizma, kao i niske apsolutne vrednosti broja dolazaka i broja noćenja inostranih turista, ukazuju na nerazvijenost inostranog turizma u području. Najveći obim inostranog turističkog prometa se realizuje u opštini Niš (preko 45%) i to najvećim delom po osnovu dolazaka poslovnih putnika. Na sledećim grafikonima su predstavljeni odnosi turističkog prometa ostvarenih po osnovu dolazaka domaćih i inostranih turista:

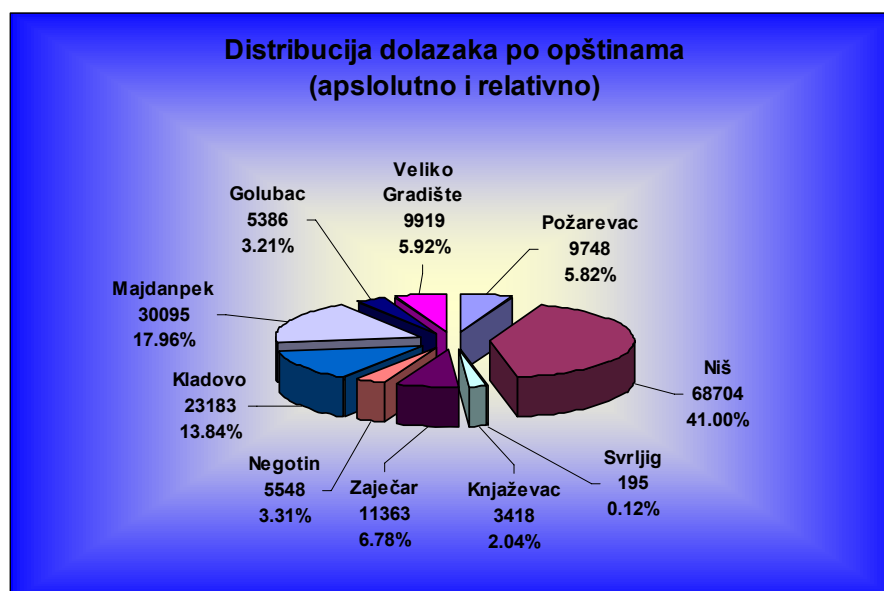




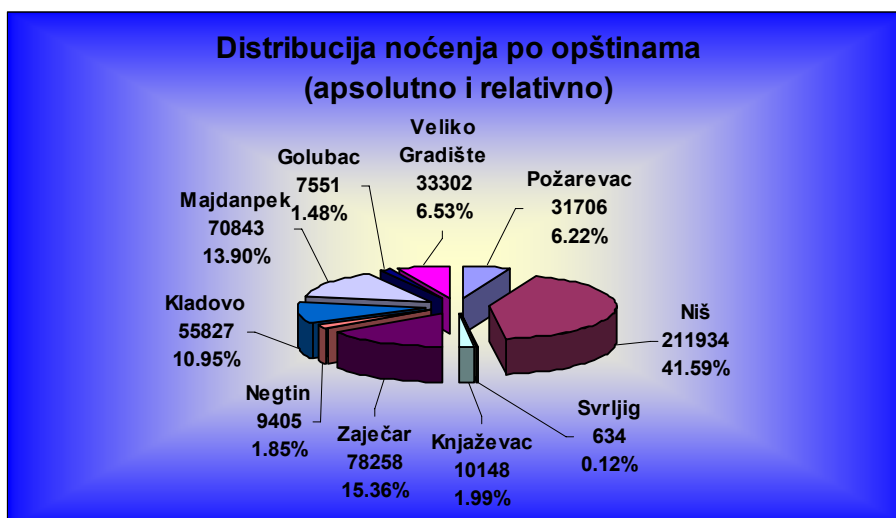
- apsolutne vrednosti ostvarenog turističkog prometa, učešće u ukupnom turističkom prometu Srbije kao i stope rasta turističkog prometa imaju dosta skromne vrednosti s obzirom veličinu administrativnog područja i prirodne i antropogene potencijale. Skromne vrednosti ukazuju na slabu razvijenost turizma i na nepostojanje sistemskog pristupa razvoju i upravljanju;
- najveći deo turističkog prometa, više od 80%, se realizuje u hotelima. Značajaniji deo prometa se ostvaruje u omladinskom sportskom kampu Karataš u Kladovu gde odsedaju sportisti zbog priprema, učestvovanja u sportskim kampovima i sportskim igrama i u privatnom smeštaju u Niškoj Banji i Gamzigradskoj Banji gde turisti odsedaju zbog banjskog lečenja;
- najveći deo turističkog prometa se ostvaruje u opštini **Niš** gde dominiraju dolasci turista zbog banjskog lečenja (37% od ukupnog broja dolazaka i 71% od ukupnog broj noćenja - Niška Banja), poslovnih putovanja i učestvovanja na različitim sastancima i konferencijama (MICE) i kružnih tura. Druga opština po ostvarenom prometu je **Zaječar** gde dominiraju dolasci zbog poslovnih razloga + MICE, banjskog lečenja i kružnih tura.

Zatim sledi opština **Majdanpek** gde se najveći deo prometa ostvaruje po osnovu MICE –a, kružnih tura i boravka sportista. **Kladovo** je četvrta opština po ostvarenom prometu gde se najznačajniji deo prometa ostvaruje po osnovu boravka sportista, zatim kružnih tura i MICE – a. **Veliko Gradište** je peta opština po ukupno ostvarenom prometu, dominiraju dolasci zbog kraćih odmora pored jezera i kružnih tura. U ostalim opštinama u kojima se ostvaruje niži obim prometa (**Požarevac, Negotin, Golubac, Knjaževac i Svrljig**) najznačajniji deo turističkog prometa se ostvaruje po osnovu dolazaka poslovnih posetilaca i kružnih tura (izuzetak je opština Knjaževac gde se deo prometa ostvaruje zbog odmora na Staroj Planini);

- zbirno posmatrano po svim opštinama, turistički promet ostvaren je u najvećoj meri po osnovu dolazaka turista niže platežne sposobnosti. Od domaćih turista, pored klasičnih poslovnih posetilaca, preovlađuju: učenici osnovnih i srednjih škola koji dolaze zbog kružnih tura u okviru programa đačkih ekskurzija, turisti koji dolaze zbog banjskog lečenja i to u najvećoj meri po osnovu korišćenja sredstava zdravstvenih fondova, sportisti nižih rangova takmičenja, razna udruženja i kompanije zbog MICE –a ili kružnih tura. Inostrani turistički promet je dosta skroman i ostvaruje se u najvećoj meri po osnovu klasičnih poslovnih putovanja, u manjoj meri po osnovu dolazaka zbog poseta rodbini i prijateljima i manji deo kroz prenoćišta inostranih turista koji su u tranzitu. Distribucija turističkog prometa (2005. godina) po opštinama predstavljena je na sledećim grafikonima:

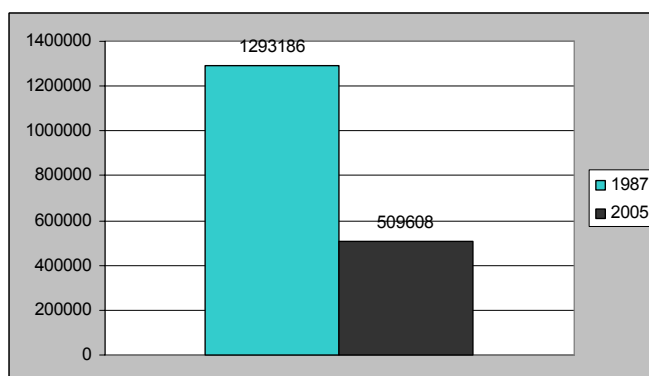


Izvor: RZS, Prikupljeni podaci na terenu



Izvor: RZS, Prikupljeni podaci na terenu

- ukupan turistički promet koji se danas ostvaruje u opštinama kroz koje prolazi kulturnoistorijska turistička ruta je oko 45% od prometa koji je ostvarivan tokom 80 – tih godina. Tako, na primer, broj noćenja u 2005. godini predstavlja 39.41% od ostvarenog broja noćenja 1987. godine kada je zabeležen ukupan maksimalan promet u svim opštinama.<sup>7</sup> Odnos broja noćenja u 2005. godini i 1987. godine je predstavljen na sledećem grafikonu:

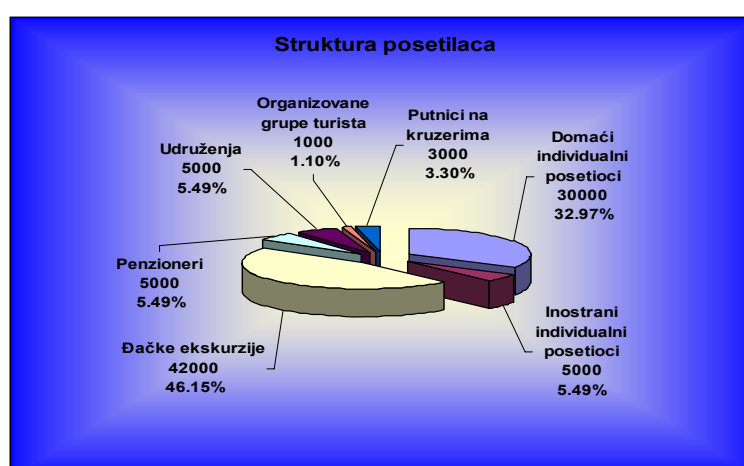


Izvor: RZS

<sup>7</sup> Posmatrano po pojedinačnim opštinama ukupan broj noćenja u odnosu na 80 – te godine opao je i za više od 65% (opštine - Niš, Svrljig, Golubac, Knjaževac i Negotin)

### 3.4. KARAKTERISTIKE TRAZNJE ZA KRUŽNIM TURAMA I POJEDINIM ATRAKCIJAMA

- Suštinski, kružne ture su trenutno jedan od najznačajnijih turističkih proizvoda u opštinama koje su u fokusu analize posmatrano po broju dolazaka i broju noćenja turista. Prema procenama ukupan broj turista koji su obilazili atrakcije i lokalitete u 2006. godini u svim opštinama (Niš, Svrljig, Knjaževac, Zaječar, Negotin, Kladovo, Majdanpek, Golubac, Veliko Gradište i Požarevac)<sup>8</sup> bio je oko 91.000. Po osnovu kružnih tura ostvareno je oko 130.000 noćenja što predstavlja nešto više od 25% od ukupnog broja noćenja.
- Atrakcije obilaze organizovane grupe turista (grupne ture) i individualni posetioци. *Grupne ture* su najznačajniji oblik proizvoda kružnih tura u području. U okviru grupnih tura u 2006. godini područje su posetile: (1) đačke ekurzije, oko 42.000 posetilaca, (2) druge organizovane grupe posetilaca, oko 14.000 – penzioneri (oko 5.000), različita udruženja (lekari, arheolozi, MENSA, planinari, kulturno-umetnička društva, sindikati i dr.) (oko 5.000), i organizovane grupe turista iz Beograda i Vojvodine (oko 1.000) i (3) inostrani turisti koji plove Dunavom brodovima (3.000 dolazaka). Broj *individualnih posetilaca* u 2006. godini procenjuje se na oko 35.000, od čega su oko 5.000 bili inostrani posetioци. Primarni motivi dolaska individualnih korisnika tura su: posete rodbini i prijateljima, poslovna putovanja i MICE, sportske pripreme, banjska lečenja i dr. Manji je broj individualnih posetilaca koji su posetili područje samo zbog obilaska kulturno-istorijskih spomenika ili drugih atrakcija, prema proceni oko 1.000 domaćih turista. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafiokonu:



<sup>8</sup> Izvor: Evidencije o broju dolazaka mesta koja se obilaze i procena EFBG na osnovu obavljenih intervjua i prikupljenih podataka na terenu.

- Lokalizeti koji se najčešće obilaze u grupnim ili individualnim turama su: Ćele Kula, Logor Crveni Krst, Medijana, Niška tvrđava, Muzej u Svrljigu, Etno selo Ravna, Timakum Majus, Zavičajna kuća Ace Stojadinovića, Zavičajni muzej u Knjaževcu, Feliks Romulijana, Mokranjčeva kuća, Muzej Hajduk Veljka, Muzej Negotinske Krajine, Rajačke i Rogljevačke pivnice, Fetislam – Kladovska tvrđava, Diana-Zaves, Trajanova tabla, Hidrocentrala Đerdap, Lepenski Vir, Ramska tvrđava, Rajkova pećina, razgledanje Donjeg Milanovca, Golubačka tvrđava, Ramska Tvrđava, Viminacijum, Muzej Milene Bareli, Gradski muzej u Požarevcu.
- Ne postoje jedinstveni programi obilaska kako određenih vrsta lokaliteta (tematske ture) tako ni celoviti programi obilaska pojedinih gradova/područja. Samo deo grupnih tura, uglavnom đačke ekskurzije i organizovane grupe penzionera, obilaze veći broj lokaliteta u više različitih opština u toku jedne ture, dok ostali posetioći (udruženja, putnici na kruzerima, domaći i inostrani individualni posetioći) posećuju pojedinačne lokalitete ili više lokaliteta u istom gradu. Ukupan broj i struktura posetilaca se razlikuje po pojedinim gradovima i po pojedinačnim lokalitetima.

### 3.5. STRUKTURA POSETILACA PO POJEDINIM GRADOVIMA I LOKALITETIMA

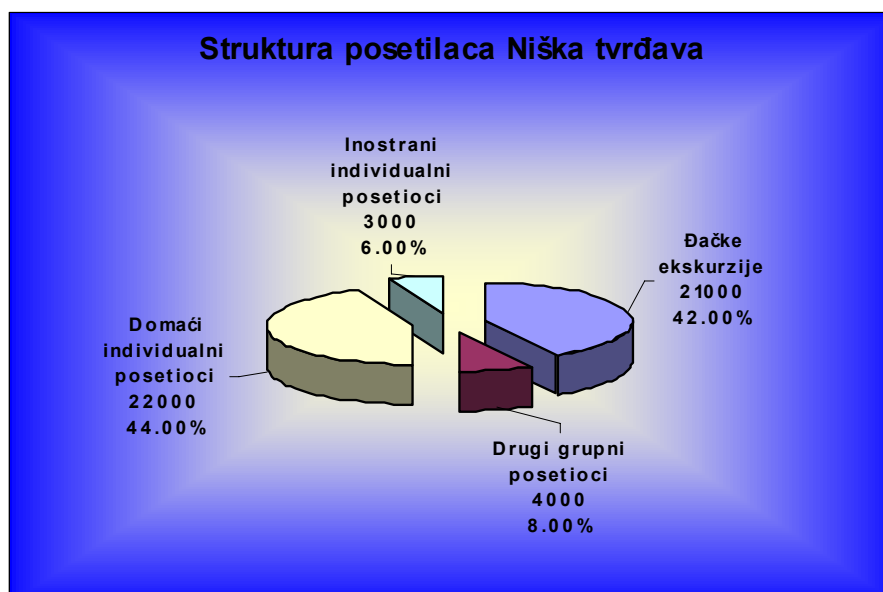
#### 3.5.1. Grad Niš

Ukupan broj posetilaca u Nišu prema procenama u 2006. godini bio je oko 50.000: (1) *grupne ture*, oko 25.000 posetilaca, u okviru kojih su bile đačke ekskurzije oko 21.000 posetilaca i ostali grupni posetioći oko 4.000 (penzioneri, razna udruženje i organizovane grupe turista) i (2) *domaći i inostrani individualni posetioći* oko 25.000 (gosti koji dolaze zbog banjskog lećenja u Niškoj Banji, poslovni gosti, razne delegacije koje dolaze u posetu gradskim upravnim organima, studenti i gosti koji su došli zbog posete rodbini i prijateljima). Posetioći najčešće obilaze: **Nišku tvrđavu, Ćele Kulu, Medijanu i logor Crveni Krst**. Struktura i broj posetilaca po pojedinim lokalitetima je sledeća:

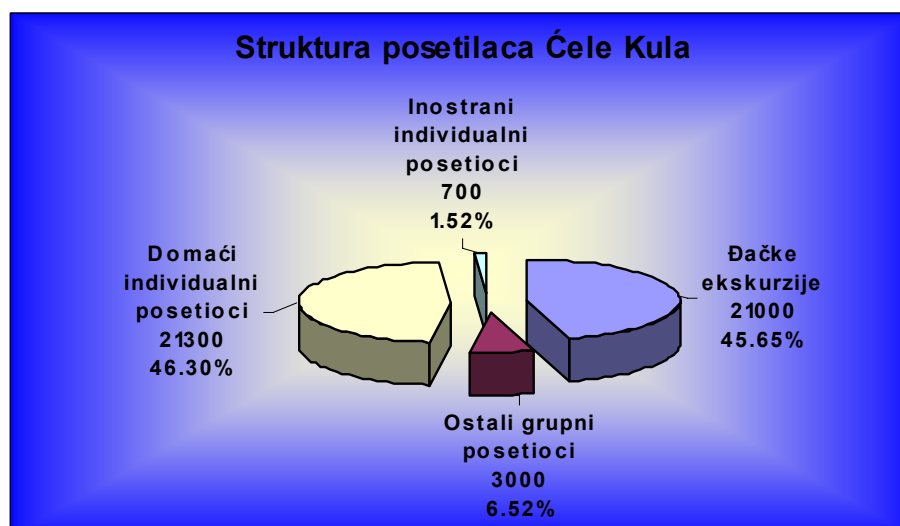
- **Niška tvrđava**. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 50.000. Tvrđavu obilaze skoro sve organizovane grupe turista i veliki broj individualnih posetilaca. Ulaz u tvrđavu je slobodan tako da je teško precizno utvrditi strukturu posetilaca. Procenjena struktura posetilaca je predstavljena na sledećem grafikonu:



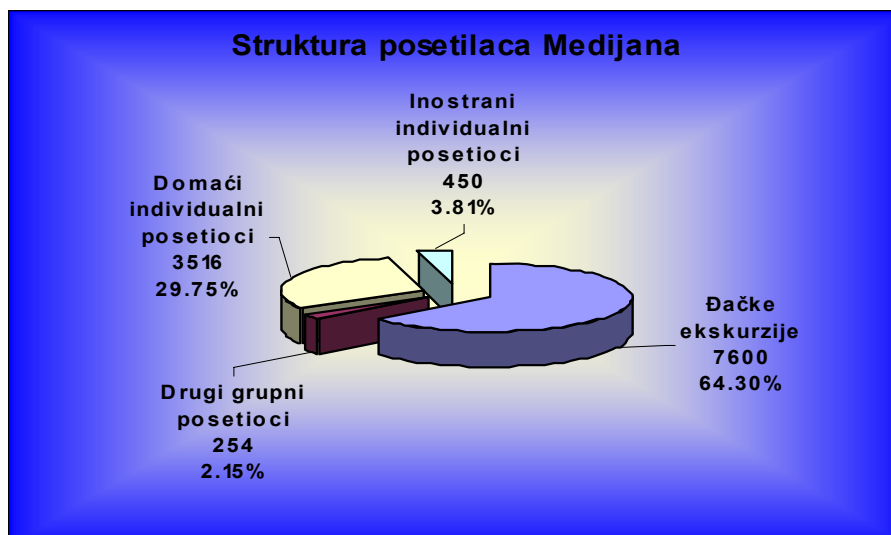




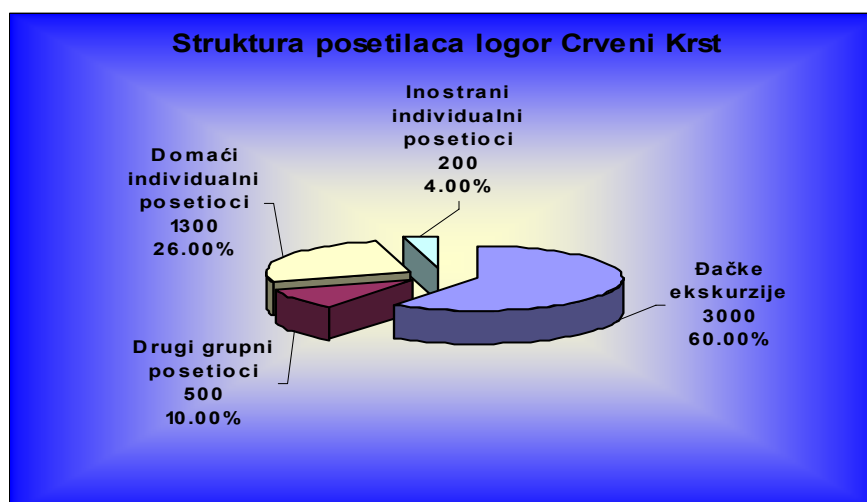
- **Ćele Kula.** Ukupan broj posetilaca bio je oko 43.000 što je najveći broj posetilaca u onosu na sve lokalitete u kojima postoji kontrola ulaza. Struktura posetilaca je predstavljena na sledećem grafikonu:



- **Medijana.** Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je 11.780. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



- **Logor Crveni Krst.** Ukupan broj posetilaca logora u 2006. godini bio je oko 5.000. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



### 3.5.2. Opština Svrlijg

U opštini Svrlijg ukupan broj posetilaca koji su obilazili **Gradski muzej** u 2006. godini bio je oko 600. To su uglavnom domaći individualni posetioци čiju su motivi dolaska poslovna putovanja ili posete rodbini i prijateljima.

### 3.5.3. Opština Knjaževac

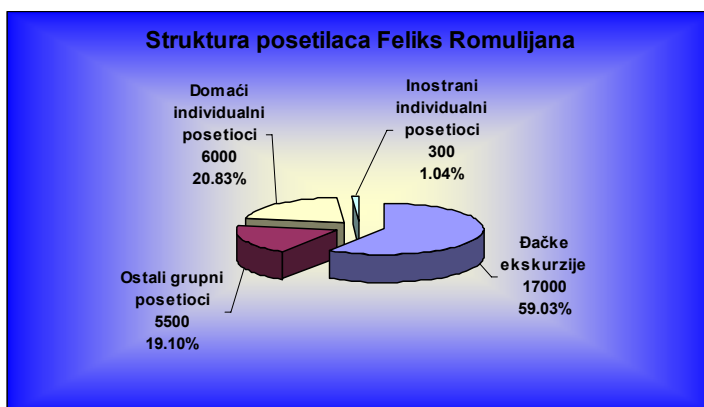
Najznačajnija mesta koje posetioci obilaze u Knjaževcu su: **Etno selo Ravna, arheološki lokalitet Timakum Majus, zavičajna kuća Ace Stojadinovića i Zavičajni muzej grada.** Posetioci uglavnom integralno obilaze sve lokalitete pošto se unapred najave Upravi Zavičajnog muzeja. Ukupan broj posetilaca približno je isti za sve lokalitete - prema evidenciji u 2006. godini bio je 13.500. *Grupni posetioci* su đačke ekscurzije, razna udruženja (MENSA, sindikati, planinari, etnolozi, arheolozi, lekari i sl.), penzioneri i organizovane grupe turista iz Beograda i Vojvodine. Najveći broj *domaćih i inostranih individualnih posetilaca* su tranzitni prolaznici, posetioci rodbini i prijateljima i poslovni gosti. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



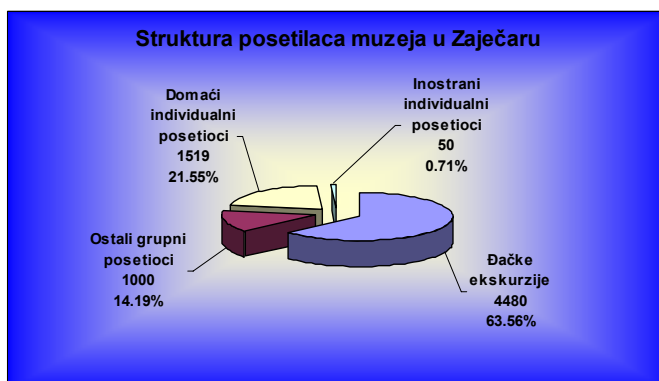
### 3.5.4. Opština Zaječar

Posetioци u Zaječaru najčešće obilaze: **Feliks Romulijanu, Muzej u Zaječaru i kuću Nikole Pašića**. Ukupan broj posetilaca prema procenama u 2006. godini bio je oko 31.000: (1) grupne ture, oko 23.000 posetilaca, u okviru kojih su bile đačke ekскurzije oko 17.000 posetilaca i drugi grupni posetioци oko 6.000 (penzioneri, razna udruženje i organizovane grupe turista) i (2) *domaći i inostrani individualni posetioци* oko 8.000 (gosti koji odsedaju u Gamzigradskoj Banji, poslovni gosti i gosti koji su u poseti u rodbini i prijateljima). Struktura i broj posetilaca se razlikuju po lokalitetima:

- **Feliks Romulijana**. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je 28.800. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



- **Muzej u Zaječaru**. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 7.000. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



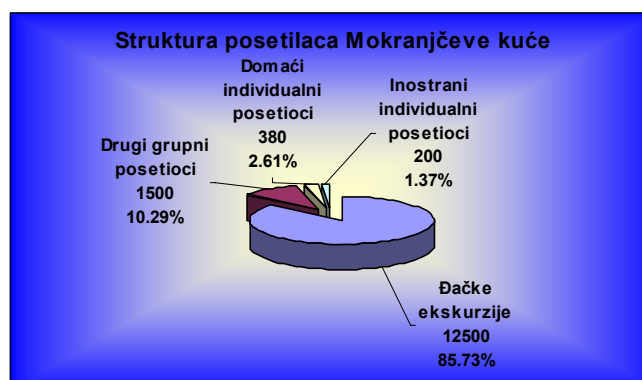
- **Kuća Nikole Pašića.** Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 3.700. Najznačajniji posetioci su individualni posetioci poštovaoci lika i dela Nikole Pašića i gosti koji dolaze povodom događaja posvećenih Pašiću. Đačke ekscurziju su uglavnom iz Zaječara i okoline. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



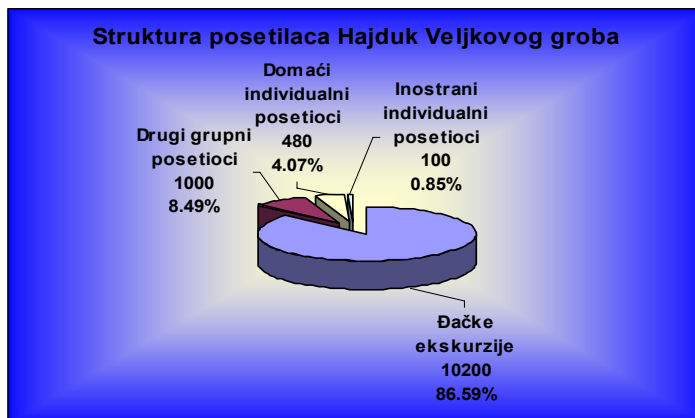
### 3.5.5. Opština Negotin

Opština Negotin je bogata kulturno-istorijskim nasleđem. Posetioci najčešće obilaze: **Mokranjčevu kuću, Grob hajduk Veljka, Muzej Negotinske Krajine, Pivnice**. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 20.000: (1) *grupne ture*, oko 15.000 posetilaca, u okviru kojih su bile đačke ekscurzije oko 12.000 i druge grupne posete oko 3.000 (penzioneri, organizovane grupe turista, muzičari, lekari i dr.) i (2) *domaći i inostrani individualni posetioci* oko 5.000 (ljubitelji vina, poslovni gosti i posetioci rodbini i prijateljima). Struktura i broj posetilaca se razlikuju po lokalitetima:

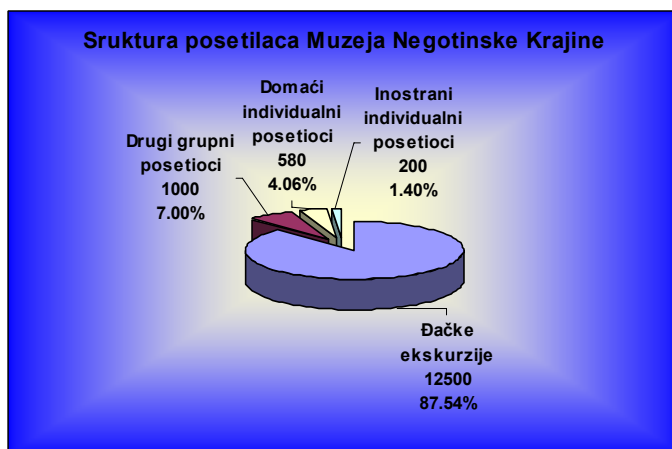
- **Mokranjčeva kuća.** Muzej posvećen Stevanu Mokranjcu poznatom srpskom kompozitoru u čijoj rodnoj kući se nalazi postavka muzeja. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je 14.578. Struktura posetilaca predstajena je na sledećem grafikonu:



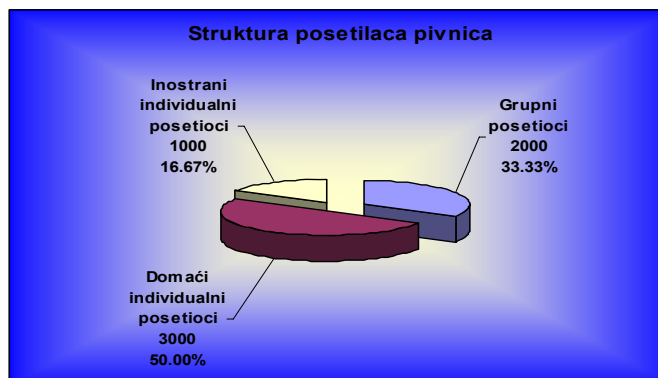
- **Grob Hajduk Veljka.** Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je 11.576. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



- **Muzej Negotinske krajine.** Ukupan broj posetilaca muzeja u 2006. godini bio je 14.280. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



- **Pivnice.** Komplekse vinskih pivnica (Rajačke i Rogljevačke) u 2006. godini obišlo je oko 6.000 posetilaca<sup>9</sup>. Dominantnu ulogu imaju domaći i inostrani (Rumunija, Slovenija i dr.) individualni posetioci. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



### 3.5.6. Opština Kladovo

U opštini Kladovo postoji bogato kulturno-istorijsko nasleđe koje datira iz rimskog perioda i srpskog srednjeg veka. Najznačajniji lokaliteti koje turisti obilaze su: **Fetislam – Kladovska tvrđava, Diana – Zaves, Etnografski Muzej, Hidroelektranu Đerdap i Trajanov most.** Ukupan broj posetilaca u 2006. godini je bio oko 15.000: (1) *grupne ture* oko 14.000 u okviru kojih su bile đačke ekurzije 12.000 i ostali grupni posetioci oko 2.000 (penzioneri, razna udruženje i organizovane grupe turista) i (2) *domaći i inostrani individualni posetioci* oko 2.000 (poslovni gosti, posetioci rodbini i prijateljima, sportisti i tranzitni prolaznici). Struktura i broj posetilaca su različiti po lokalitetima:

- **Fetislam – Kladovska tvrđava** koja datira iz srednjeg veka. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 14.000. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:

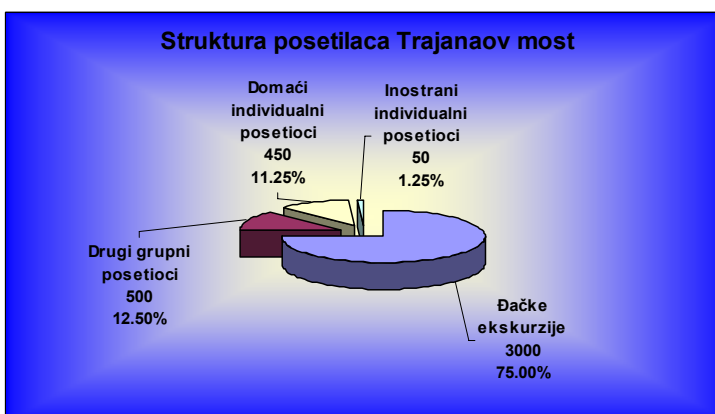


<sup>9</sup> Procena na osnovu internih evidencija vlasnika restorana u kompleksima pivnica.

- **Diana-Zaves** lokalitet koji datira iz rimskog perioda. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini procenjuje se na 14.000. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



- **Trajanov most.** Ukupan broj posetilaca u 2006. godini procenjuje se na oko 4.000. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



- **Etnografski muzej u Kladovu** u čijoj postavci se nalaze predmeti sa arheoloških lokaliteta i etno motivi. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 6.000. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:

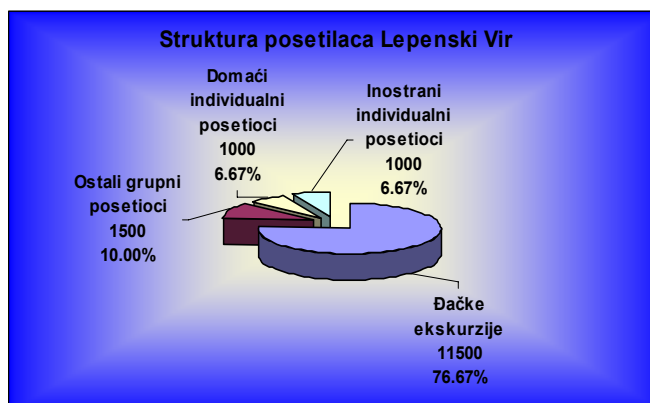




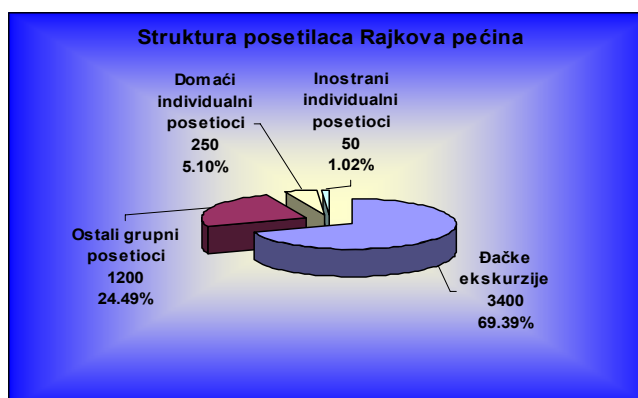
### 3.5.7. Opština Majdanpek

U opštini Majdanpek turisti najčešće obilaze **Lepenski Vir, Donji Milanovac i Rajkovu pećinu**. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 17.500: (1) *grupne ture*, oko 15.500 posetilaca, u okviru kojih su bile *đačke ekscurzije* oko 12.000 posetilaca i ostali grupni posetioци oko 2.000 (penzioneri, razna udruženje i organizovane grupe turista) i putnici koji putuju brodovima Dunavom oko 1.500, i (2) *domaći i inostrani individualni posetioци* oko 2.000 (poslovni gosti, posetioци rodbini i prijateljima, sportisti i tranzitni prolaznici). Struktura i broj posetilaca su različiti po lokalitetima:

- **Lepenski vir** je najstariji arheološki lokalitet u Srbiji. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 15.000. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



- **Rajkova pećina**. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 6.900. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:

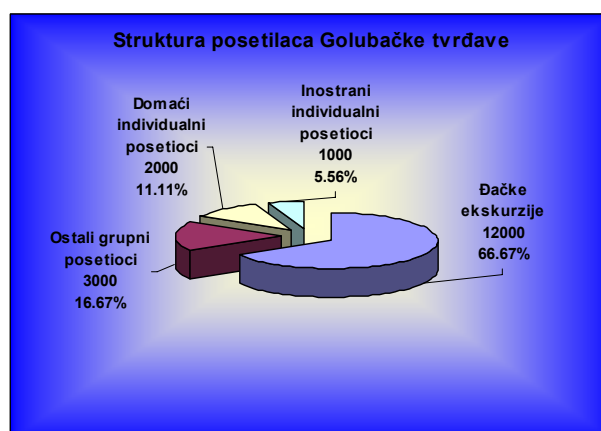


- **Obilazak Donjeg Milanovca.** U Donjem Milanovcu turisti obilaze *Tenkinu kuću, Kapetan Mišino zdanje, Vizitor centar NP Đerdap i Dom kulture.* Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 1.800, od čega najveći broj čine strani putnici na kruzerima (1.500) a ostatak su domaći individualni posetioци (poslovni gosti i sportisti). Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



### 3.5.8. Opština Golubac

U Golupcu posetioци najčešće obilaze **tvrđavu „Golubački grad“**. U tvrđavi se ne naplaćuje ulaz zbog magistrale koje prolazi kroz samu tvrđavu i neadekvatnog interpretativnog centra. Prema procenama TOS –a Golubačka tvrđava je najposećeniji kulturno istorijski spomenik u Srbiji (procenjuje se da je broj posetilaca oko 60.000 godišnje). Ne umanjujući značaj tvrđave jedan od najznačajnijih razloga velike brojnosti posetilaca je to što se tvrđava nalazi na samoj magistrali i što se veliki broj tranzitnih prolaznika magistrale smatra posetioциma. Realna procena broja posetilaca je oko 18.000. Procenjena struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



### 3.5.9. Opština Veliko Gradište

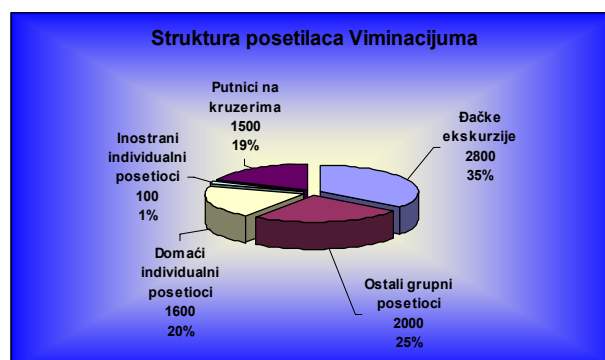
U Velikom Grdaištu posetioци najčešće obilaze **Ramsku tvrđavu**. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 3.000. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



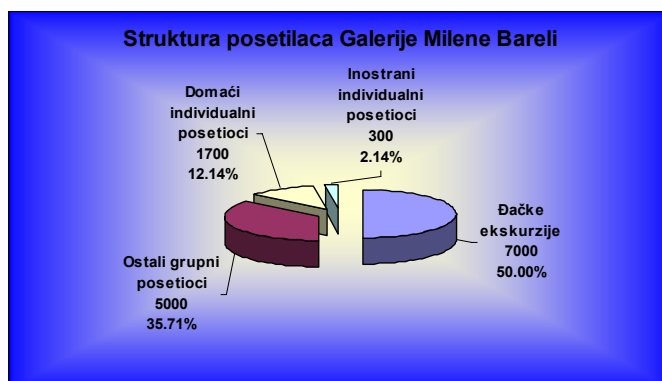
### 3.5.10. Opština Požarevac

U opštini Požarevac turisti najčešće obilaze **Viminacijum, Galeriju Milene Bareli i Narodni muzej**. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 20.000: (1) *grupne ture*, oko 12.500 posetilaca, u okviru kojih su bile đačke ekskurzije oko 8.000 posetilaca, putnici na kruzerima oko 1.500 i ostali grupni posetioци oko 3.000 (penzioneri, razna udruženje i organizovane grupe turista) i (2) *domaći i inostrani individualni posetioци* oko 4.000 (individualni posetioци koji dolaze sa ciljem obilaska Viminacijuma, poslovni gosti i posetioци rodbini i prijateljima). Struktura i broj posetilaca su različiti po lokalitetima:

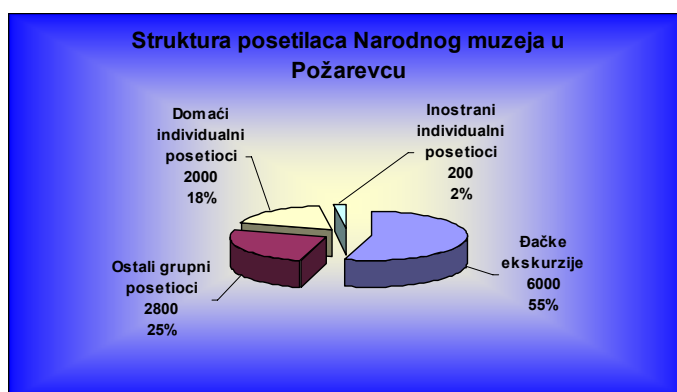
- **Viminacijum**. Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 8.000 od čega su 1.500 bili putnici koji putuju kruzerima Dunavom. Interesovanje za obilaskom Viminacijuma raste u prilog čemu govori činjenica da je u prvoj polovini 2007. godine broj posetilaca bio blizu 40.000. Struktura posetilaca u 2006. godini je predstavljena na sledećem grafikonu:



- **Galerija Milene Bareli.** Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 14.000. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



- **Narodni muzej u Požarevcu.** Ukupan broj posetilaca u 2006. godini bio je oko 11.000. Struktura posetilaca predstavljena je na sledećem grafikonu:



### 3.5.11. Zaključak

- ukupan turistički promet u opštinama ostvaruje se po osnovu dolazaka poslovnih putnika i posetilaca niže platežne sposobnosti: učenici osnovnog i srednjoškolskog uzrasta u okviru programa đačkih ekскurzija, posetioци zbog banjskog lečenja, penzioneri, sportisti nižeg ranga takmičenja itd.;
- grupne ture i individualni posetioци najviše obilaze arheološke lokalitete i tvrđave iz rimskog perioda i srednjeg veka, dok je interesovanje manje za obilaskom muzeja, kuća znamenitih ličnosti i prirodnih atrakcija;
- najveći broj organizovnih grupa su đačke ekскurzije (preko 80%), zatim slede organizovane grupe penzionera koji se nalaze u gerontološkim stacionarima i na kraju razna udruženja (planinari, arheolozi, lekari, sindikati itd). Broj klasičnih domaćih turističkih grupa je skroman, dok inostrane grupe turista skoro i ne postoje;
- individualni posetioци, preko 95%, su gosti čiji su osnovni motivi dolaska: poslovni razlozi, posete rodbini i prijateljima, lečenje u banjskim centrima, sportske pripreme i dr. Individualni posetioци obično obilaze samo jednu ili

dve lokacije u gradovima u kojima odsedaju, a ređe sve lokalitete koji se nalaze na teritoriji opštine, dok je broj obilaska lokaliteta/atrakcija u okolnim opštinama zanemarljiv. Komunikacija programa poseta usmerena prema gostima koji se nalaze u destinaciji je slaba, tako da samo oko 10% od ukupnog broja posetilaca obilazi atrakcije. Broj individualnih turista koji dolaze isključivo zbog obilaska lokaliteta je skroman;

- gosti koji odsedaju u turističkim mestima koja se nalaze u blizini *Puti rimskih careva* (npr. gosti u Soko Banji ili u vikend naseljima pored Dunava) retko koriste ture u cilju obilaska atrakcija;
- ture obilaska većeg broja lokaliteta su slabo razvijene. Izuzev đačkih ekskurzija i organizovanih grupa penzionera, posetioci uglavnom obilaze samo pojedinačne lokalitete. Jedan od primera su putnici na kruzerima koji obilaze samo arheološko nalazište Viminacijum ili Donji Milanovac; i
- sistemski pristup razvoju i komercijalizaciji proizvoda kružnih tura ne postoji. Napori su uglavnom individualnog karaktera preduzeti od strane pojedinih lokalnih TO ili uprava samih lokaliteta.

### 3.5. POSTOJEĆE STANJE KLJUČNIH LOKALITETA KAO ATRAKCIJA NA RUTI

#### 3.5.1. Naissus/Mediana

*Niška tvrđava.* Niška tvrđava je kompleksan i veoma važan istorijski spomenik, gradjevina – koja dominira nad urbanim nukleusom grada. Podignuta je na levoj obali reke Nišave, sa pogledom na prostor koji je naseljen više od dva milenijuma. Postojeće utvrdjenje je turskog porekla (1719-1923). Poznata je kao jedan od najznačajnijih i najbolje očuvanih spomenika ove vrste na srednjem Balkanu. Tvrđava je podignuta na lokalitetu starijih utvrdjenja, kao što su - starorimsko, vizantijsko i kasnije srednjevekovno utvrdjenje. U samoj tvrđavi postoje dobro očuvani ostaci rimskih termi. Uz to postoji i etno šop, veliki prostor koji se leti koristi za filmski festival i turska biblioteka, kao i izloženi objekti spoljnih nalaza (lapidarius). U samoj tvrđavi nema interpretativnih panoa.

*Mediana.* Medijana je smeštena blizu grada Niša. Radi se o nekadašnjem bogatom rezidencijalnom predgrađu Naissusa. Postoje ostaci velike i luksuzne palate sa termalnim kupatilima, ambarom i vodotornjem, kao i brojnim freskama i mozaicima. Na celom prostoru Mediane i Naissusa su arheološka iskopavanja limitirana zbog novosagrađenih gradjevina. Na samom lokalitetu je glavni mozaik pokriven (skriven) peskom, postoji pokriveni prostor u kome je moguće videti deo podnih mozaika. Nema informacionog centra za posetioce, kafea, odgovarajućih wc-a i radnje sa suvenirima. Postoji lepo hortikulturalno uređenje. Nema spoljnih putokaza, nema restorana. Prilaz sa glavnog puta je dobar, ali nema parking prostora (možda za jedan autobus). Postoji reklamna tabla/pano na ulazu sa natpisom lokaliteta. Ceo prostor je generalno neuređen.



Signalizacija koja treba da vodi do lokaliteta kroz grad ili sa autoputa je nerazvijena.

### 3.5.2. Timacum Minus/Vratna

*Timacum Minus.* Timacum Minus se nalazi nedaleko od Knjaževca. Ne postoji signalizacija koja bi ukazivala na njegovu lokaciju. Sam lokalitet je u pravom smislu nešto teže pristupačan za autobuse, ali je ključni problem njihovo parkiranje jer se radi o uskom putu koji koriste meštani okolnih sela. Nalazi se unutar poljoprivrednih parcela. Nema nikakvih panoa i nema fizičkog obezbeđenja.

*Muzej u Vratni.* Muzej u selu Vratna se nalazi nedaleko od lokaliteta Timacum Minus. Postoji natpis na putu Knjaževac – Zaječar koji upućuje na muzej, kao i natpis na samom prilazu ka muzeju. U dvorištu muzeja postoji lapidarius sa izloženim nalazima – stećcima sa lokaliteta Timacum Minus. Uz to postoje kuće sa kraja XIX i početka XX veka, prenete na ovo mesto, kao i mali muzej.

### 3.5.3. Felix Romulijana

*Romulijana* se nalazi u blizini Gamzigrada, okružena poljoprivrednim zemljištem. Na putu Zaječar – Paraćin, sa koga se skreće na lokalitet, postoji veliki pano koji upućuje na lokaciju. Pristup lokalitetu je asfaltiran. Postoji wc, ali je neadekvatan. Prostor oko lokaliteta je neuređen (nalazi se u privatnom vlasništvu lokalnih seljaka). Unutar palate nalazi se veliki *Coca-Cola* frižider koji odudara od prostora i narušava opšti utisak unutrašnjeg prostora. Postoji prodavnica štampanih materijala i suvenira. Postoji čuvar koji je istovremeno i vodič/interpretator. Od skoro postoji i profesionalna služba obezbeđenja objekta koju je angažovala opština. Od Zaječara do Romulijane gotovo da nema turističke signalizacije koja bi upućivala na lokaciju nalazišta.

### 3.5.4. Vrelo Šarkamen

*Šarkamen* se nalazi nedaleko od Negotina. Pristup lokalitetu je neadekvatan. Nalazište je nedovoljno ispitano, postoje bedemi, ali ništa unutar njih (u starorimsko doba palata nije ni bila dovršena). Na lokalitetu postoji čuvar – lokalni meštani. Nema panoa, a do lokaliteta nema signalizacije koja bi upućivala na njegovu poziciju (jedan veliki pano/tabla ukraden).

### 3.5.5. Trajanov most/Arheološki muzej Đerdap u Kladovu/Diana/Trajanova tabla

*Trajanov most.* Trajanov most, ili bolje reći ostaci Trajanovog mosta, praktično su neoznačeni, gotovo skriveni. Na samom lokalitetu takođe nema nikakvih



oznaka, prilaz je neuređen i ceo prostor nenegovan. Uz lokalitet su i ostaci tvrđave – rimskog logora Pontes, koji je čuvao pristup mostu, takođe bez oznaka.

*Arheološki muzej Đerdap.* Arheološki muzej Đerdap u Kladovu je manji muzej sa jako dobrom postavkom koja se menja. Lokacijski predstavlja sjajno mesto za interpretaciju šireg prostora ovog dela rute.

*Diana.* Diana je dobro očuvano rimsko utvrđenje. Nažalost, ne postoji nikakav pano koji bi dao više informacija o lokalitetu i poslužio posetiocima da lakše shvate značaj utvrđenja. Postoji čuvarska služba.

*Trajanova tabla.* Trajanova tabla se nalazi na nepristupačnom mestu, nemoguće je videti sa kopna. Isključivi pristup je sa Dunava. Na kopnu nema oznake o lokaciji, niti drugih objašnjenja. Poseban postojeći problem je što vode Dunava dopiru do ranije podignute table i oštećuju je. Uz to, postoji još jedna Trajanova tabla na ulazu u upravnu zgradu hidroelektrane, koja svedoči o još jednom inženjerskom poduhvatu, a to je prokopavanje kanala koji je olakšavao prevođenje rimskih lađi kroz najopasniji deo Dunava – Gvozdenu kapiju. Za ovu tablu takođe ne postoje nikakve oznake, niti se nalazi na mestu pogodnom za interpretaciju.

### 3.5.6. Viminacium

Prostor površine 200 hektara, isključivo posete sa vodičem i animacijom, promotivni materijali (web, interaktivni CD, suveniri, igrice, bibliografija), planirana izgradnja novog centra za posetioce sa smeštajem (100 postelja) za arheologe hobiste i druge goste. Označavanje usmeravajućim putokazima je slabo. Ohrabrujuće je da su nedavno postavljeni putokazi od skretanja na autoputu Beograd-Niš. Konceptcija razvoja lokaliteta kao arheoparka je veoma jasna. Izložbeni prostor je pokriven velikim šatorima, čime su nalazi zaštićeni i istovremeno je omogućena poseta gotovo u potpunosti nezavisno od vremenskih uslova. Mana je blizina termocentrale, između ostalog i zbog tog što negativno utiče na vizuelni doživljaj celokupnog prostora nalazišta Viminacium.

## 3.6. INTERPRETACIJA RUTE I LOKALITETA

### 3.6.1. Šta je interpretacija?

Interpretacija je čin identifikacije ili prenošenja značenja nekog objekta, mesta ili prostora. To je pokušaj da se kreira njihovo razumevanje kod publike odnosno posetilaca. Činjenica je da su većini ljudi potrebne dodatne informacije za razumevanje značaja nasleđa, a interpretacija je način da to obezbedi.



Interpretacija je bazirana na informacijama. Podrazumeva kreativnu upotrebu istorijskog materijala/lokaliteta/koncepta iz formalnih i neformalnih izvora.

Interpretacija je sredstvo razmene ideja i osećanja koje pomaže ljudima da obogate razumevanje i pravilno shvate svet u kome žive i njihovu ulogu u njemu. Ona povezuje opipljive i neopipljive vrednosti nasleđa lokaliteta.

Dobro osmišljena i prenešena interpretacija zahteva jasno shvatanje kako predmeta tako i same publike. Ona može biti kompleksna, operativna na više nivoa, koristiti raznovrsna sredstva i metode, ili jednostavna i direktna, uz upotrebu minimuma teksta, sredstava i naprava. Uspešna interpretacija angažuje publiku, izaziva njihov interes i pažljivo razmišljanje o predmetu i njegovim vrednostima na način koji podržava njegovu okolinu i značaj.

Postoji jasna razlika između prezentacije i interpretacije. *Prezentacija* predstavlja objašnjenje lokaliteta publici na osnovu zasnovanih, autoritativnih izvora informacija. Kao takva, ona je u mnogome jednostran proces komunikacije. Tehnologija može da doprinese ovoj komunikaciji, ali je takodje jednosmeran proces. Naprotiv, *interpretacija* je mnogo širi pojam od prezentacije (koja je u stvari samo jedan element interpretacije). Interpretacija uključuje sve aktivnosti, kao što su osmišljavanje, objašnjavanje i predstavljanje. Njena svrha je paralelna sa konzervacijom, čiji je cilj održavanje fizičke veze sa prošlošću. Interpretacija, u suprotnom, održava nematerijalnu vezu, naime dosledan, izgradjen izraz kolektivnog pamćenja za sadašnja i buduća pokoljenja. Tokom procesa interpretacije, međjutim, postoji neizbežna selektivnost, prilikom čega su neki aspekti naglašeni dok su drugi zanemareni/odbačeni. Interpretatori moraju biti svesni ovog neizbežnog i neophodnog subjektivnog procesa razmatranja prošlosti iz ugla savremene perspektive.

Interpretacija je suštinski element kreiranja iskustva/doživljaja nekog mesta koje ima kulturni i istorijski značaj. Da bi privukli posetioce, doživljaji koji im se nude moraju da proizvedu jaka osećanja ili reakciju posetilaca, i treba da uključe, što je više moguće, svih pet čula posetioca. Razlog je što se posetilac seća: 10% onoga što je čuo, 30% onoga što je pročitao, 50% onoga što je video i 90% onoga šta je radio. Interpretacija je ključ za generisanje jakih osećanja i nezaboravnih doživljaja posetilaca kulturnoistorijskih lokaliteta.

Ciljevi interpretacije su višestruki:

- unapređenje razumevanja kulturnih vrednosti područja
- promocija kulturnoistorijskih iskustava u lokalnim zajednicama
- stimulisanje aktiviranja svih čula posetilaca
- razvoj mogućnosti za jačanje privatnog turističkog sektora
- privlačenje fondova za očuvanje i konzervaciju lokaliteta, i dr.





Ovde će biti data ocena interpretacije rute i lokaliteta sa stanovišta postojeće interpretativne strukture. Interpretativna infrastruktura (ili interpretativne tehnike, metodi interpretacije) obuhvata fizičke objekte i instalacije (centre za posetioce/interpretativne centre, panoje/displeje, znakove), štampane publikacije (vodiče, liflete, prospekte), audiovizuelne uređaje (video, digitalne aplikacije, elektronske vodiče), interaktivne medije, događaje (dramska izvođenja, igra uloga), prostorne modele (makete) i interpretatore (usmeno izlaganje).

### 3.6.2. Ocena postojeće interpretacije

Karakteristike postojeće interpretacije rute i lokaliteta su sledeće:

- Ne postoji interpretacija rute u pravom smislu reči. Izuzetkom se mogu smatrati:
  - projekat Ministarstva kulture *Putevima rimskih careva*<sup>10</sup> koji je rezultirao u jednoj relativno dobro osmišljenoj mapi, ali koja nije našla značajniju primenu. Ovo verovatno zato jer joj je namena bila specifična; kao i
  - Pano i u manjem delu usmena interpretacija *Trajanovog puta*, kao dela rute *Put rimskih careva*, data u Arheološkom muzeju u Kladovu.
- Organizovana interpretacija na lokalitetima Niša (Niške tvrđave), Medijane, Trajanove table, Trajanovog mosta i Dijane ne postoji u formi stalnog prisustva interpretatora, niti u formi interpretativnih panoa, niti na neki drugi način. Ovde ne govorimo o mogućnosti da se angažuje poseban vodič, za šta je neophodno zakazivanje unapred, niti o organizovanim grupama sa vodičima, posebno jer i odlični vodiči često nisu dobro obučeni za profesionalnu interpretaciju nasleđa.
- Romuliana ima organizovanu interpretaciju u različitim formama: postoje neki interpretativni panoi, čuvar radi i kao interpretator (ali više bazirano na entuzijazmu nego na poznavanju tehnika interpretacije), postoji suvenirnica u kojoj se mogu naći i neke brošure ili knjižice. Ipak, kao i drugde, prava profesionalna interpretacija nedostaje.
- Viminacium ima najrazvijeniji sistem interpretacije, koji uključuje kako štampana, tako i audiovizuelna sredstva, razvoj priče i zagonetki. Postoje interpretatori na lokalitetu, ali se radi pre svega o rukovodiocu-ekspertu i studentima. Nema profesionalnih interpretatora, ali se principi interpretacije poštuju

---

<sup>10</sup> Ovde želimo da napomenemo da smo u ovom master planu preuzeli naziv rute *Put rimskih careva* koji je dalo Ministarstvo kulture u okviru gore pomenutog projekta, jer smatramo da se radi o dobro osmišljenom nazivu koji u potpunosti odgovara predloženim rešenjima u master planu.



### 3.7. ZAKLJUČAK

Kao zaključak prethodne analize može se izneti sledeće:

- Postojeći nivo razvoja turizma u svim opštinama kroz koje prolazi zamišljena ruta je izuzetno nizak, posebno ako se posmatra u odnosu na obim turističkog prometa koji je ostvarivan sredinom devedesetih godina prošlog veka.
- Saobraćajna infrastruktura je najvećim delom slabog kvaliteta, uz puteve gotovo da nema odgovarajućih uređenih odmorišta sa pratećom infrastrukturom.
- Postojeća turistička ponuda područja, vezano za doživljaj rimske rute, je izrazito nerazvijena. Postojeći hotelski kapaciteti, uz nekoliko izuzetaka, ne odgovaraju ni minimalnim standardima kvaliteta usluge (a u nekim slučajevima ni deklarisanj kategorizaciji kao merilu funkcionalnog kvaliteta, a ne kvaliteta same usluge). Restoraterska ponuda je skromna, sa stanovišta ponude hrane/specijaliteta generalno jednolična, a sami restorani uz neke izuzetke, uglavnom neinvetivno uređeni.
- Postoje nastojanja javnog sektora, pre svega predstavnika kulturnih institucija, da se ruta *Put rimskih careva* osmisli kao proizvod kulturnog turizma.
- S druge strane, niti cela ruta od Viminacijuma do Medijane (ili obrnuto), niti pojedini njeni delovi, nisu šire percepirani kao jedinstveni prozvod, ni od strane privatnog sektora, ni od strane turista.
- Postoji nekoliko izuzetaka u pogledu zastupljenosti ovog područja kao deo neke rute, doduše pod drugim nazivom, sa ili bez teme, i to u objavljenim programima svega nekoliko domaćih agencija, često bez garantovanih polazaka, već kao ponuda na ad-hoc osnovi.
- Interpretacija rute gotovo da ne postoji. Interpretacija lokaliteta varira od jako dobre do izrazito slabe.
- Lokaliteti se mogu naći u retkim turističkim brošurama lokalnih turističkih organizacija, kao i na njihovim (ili opštinskim/gradskim) internet prezentacijama, ali samo u formi informacije, bez potrebnih objašnjenja kako doći do lokaliteta, šta se tamo može očekivati itd.



---

## 4. BENČMARKING I ANALIZA KONKURENCIJE

### 4.1. ŠTA JE BENČMARKING I ZAŠTO JE POTREBAN?

Benčmarking analiza je u stvari analiza najbolje prakse u razvoju, upravljanju i marketingu turističkih kulturnih ruta u svetu. Benčmarking nam omogućava da na osnovu karakteristika uspešnih, pa čak i onih drugih turističkih i kulturnih ruta izvedemo relevantne zaključke u pogledu toga šta treba uraditi da bi *Put rimskih careva* postali značajan proizvod srpskog turizma. Benčmarking ne znači kopiranje prakse drugih, mada može podrazumevati kreativnu imitaciju. Benčmarking analiza ukazuje na kritične faktore uspeha, pravila u organizaciji i marketingu, a takođe omogućava uvid u ograničenja postojeće prakse i otvara prostor za inovativni pristup u razvoju ovog i drugih vidova turističkih proizvoda.

Najbolje bi bilo kada bi postojale rute koje su po svojim karakteristikama gotovo identične, ili makar jako bliske ruti koja je predmet ovog master plana. Kako je to uglavnom teško, a u našem primeru ima malo takvih uporednih uzora, moraju se koristiti različita iskustva, i na osnovu uvida u praksu odrediti oni faktori, postupci i sistem upravljanja koji najbolje odgovara kontekstu u kome se ova ruta razvija.

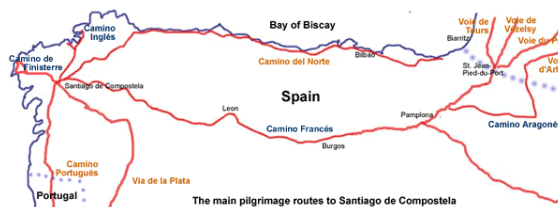
### 4.2. BENČMARKING ANALIZA

U pogledu rute *Put rimskih careva*, izabrali smo nekoliko primera uspešnih tematskih kulturnih ruta, kako bi dali osnov da se kroz analizu najbolje prakse dođe do zaključaka u pogledu mogućnosti naše rute da bude inovativna i kreativna, a učeći na uspešnim primerima. Ovde želimo da napomenemo da za neke rute nema podataka o broju turista. Razlog je ili to što se radi o velikim rutama koje turisti ne prolaze u potpunosti i nemoguće je prikupiti podatke, ili zato što se takva vrsta statistike i ne vodi. U nastavku dajemo benčmarking analizu:

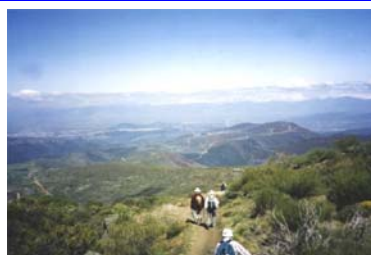


**Naziv rute** Santiago de Compostela

**Lokacija** Španija, Francuska i Portugalija



**Opis** Ruta *Camino de Santiago* (poznata i kao *Camino francés*) 1987. godine proglašena prvom Evropskom kulturnom rutom od strane Saveta Evrope. 1993. je upisana u Listu Svetske baštine UNESCO-a. Ruta uspešna pretežno zbog rasta popularnosti hodočašća, spiritualizma i religije u Evropi. Doveda je do razvoja odgovarajuće infrastrukture – putokaza, štampanih vodiča, smeštaja za hodočasnike. Rast popularnosti doveo je do razvoja drugih ruta u Španiji i Francuskoj, sa manjim brojem korisnika. Hodočašće podrazumeva dolazak u katedralu u Santajgu (Španija), gde se, za dobijanje tradicionalnog latinskog sertifikata hodočašća (Compostela) mora doći minimum 100 km pešice ili 200 km na biciklu. Za one koji nisu motivisani religijskim ili spiritualnim razlozima, izdaje se poseban sertifikat na latinskom. Struktura hodočasnika: 60% muškarci, 40% žene (obrnuto u svetim godinama); 80% dolazi pešice, 20% bicikom; 39% do 30 godina starosti, 37% 31-50 godina, 23% 51-70 godina i 1% preko 70 godina starosti; 70% Španci, slede Nemci i Francuzi. Snažno partnerstvo crkve, javnog i privatnog sektora.



<b>Dužina rute</b>	Samo <i>Camino francés</i> ima oko 800 km
<b>Osnovna tema rute</b>	Hodočašće - Stopama Svetog Jakova
<b>Atrakcije</b>	Katedrale, crkve, spomenici, arhitektura, umetnost; uz to i pastoralni predeli, vinska polja
<b>Turistička infrastruktura</b>	Smeštaj: Hoteli, prenočišta, utočišta za hodočasnike - <i>refugios</i> (na svakih 10-15 km), ruralne kuće, kampovi; Uređene staze; Oznake rute; Štampani vodiči; Mesta za odmor



<b>Koordinacija/marketing</b>	S.A. de Xestión do Plan Xacobeo, Španska NTO; uz to i RTO i LTO španskih autonomnih oblasti								
<b>Broj posetilaca - hodočasnika (dolasci u Santiago)</b>	<b>1989</b>	<b>1990</b>	<b>1991</b>	<b>1992</b>	<b>1993*</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>
	5.760	4.918	7.274	9.764	99.436	15.869	19.821	23.218	25.179
	<b>1998</b>	<b>1999*</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004*</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
	30.126	154.603	55.004	61.418	69.039	74.611	179.932	93.924	100.377

\*Napomena: 1993, 1999. i 2004. godina su bile Svete godine (uvek kada dan svetog Jakova – po gregorijanskom kalendaru 25. juli – padne u nedelju). Izvor: <http://homepages.uni-paderborn.de/pilger/Pilgerstatistik.html>

Naziv rute **Put dvoraca (*Burgenstrasse*)**

Lokacija **Nemačka + Češka**



**Opis** Ruta je formirana 1954. godine, kada su nemački gradovi Mannheim, Heidelberg, Heilbronn, Rothenburg ob der Tauber, Ansbach i Nuremberg odlučili da pokrenu *joint venture* grupu u cilju promovisanja turizma u atraktivnim oblastima koje leže uz tada jedinu rutu koja je u Nemačkoj išla u pravcu zapad-istok. Zbog velikog broja dvoraca na tom pravcu, ruta je i dobila ime Put dvoraca. To je jedna od prvih turističkih tematskih ruta u Nemačkoj. Nemačke železnice su iste godine otvorile liniju pod istim imenom. 1994. godine, na 40-togodišnjicu Puta dvoraca, ista je proširena na Prag u Češkoj. Istovremeno, na drugoj strani put je produžen uključanjem drugih nemačkih gradova - Coburg, Kronach, Kulmbach, Bamberg (na UNESCO-voj Listi svetske baštine) i Bayreuth. Tako je ruta za 40 godina porasla u dužini sa 320 km na 1200 km. 2000. godine *joint venture* grupa je prerasla u asocijaciju - Burgenstrasse (Put dvoraca). Put se prelazi automobilom, biciklom ili vozom (sa dosta usputnih stanica na kojima se može lako sići i kasnije popeti u drugi voz).



Dužina rute 1200 km

Osnovna tema rute Nemački dvorci

Atrakcije Preko 70 dvoraca, ostataka dvoraca, palata, rezidencija; preko 100 muzeja. Potom priroda/panorama

Turistička infrastruktura Dvori i palate sa smeštajem, hoteli, pansioni, itd. Oznake rute; Štampani vodiči; Mesta za odmor



Koordinacija/marketing Burgenstrasse asocijacija; Nemačka NTO

Godišnji broj posetilaca Nema podataka

**Naziv rute Romantični put**

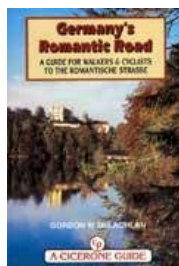
**Lokacija Nemačka**



**Opis** 1950. godine tadašnji gradonačelnik Augsburga izneo plan o povezivanju nekoliko gradova i koordinisanom formiranju Romantične rute u cilju razvoja turizma. Nemački NTO je koristio imidž Romantične rute kao glavni logo na svojim posterima slanim širom sveta. Lufthansa, Nemačke železnice i turističke agencije su takođe koristile taj znak u svojim marketing aktivnostima. Svako ko koristi znak mora da plati za autorska prava. Ruta se može prolaziti automobilom/ autobusom, biciklom, pešice.



<b>Dužina rute</b>	350 km
<b>Osnovna tema rute</b>	Doba romantizma
<b>Atraksije</b>	31 romantična tačka: dvorci, palate, istorijske zgrade, starorimska zaostavština (Augsburg), priroda
<b>Turistička infrastruktura</b>	Smeštaj: Dvorci, hoteli, pansioni, privatni smeštaj... Uređene staze; Oznake rute; Štampani vodiči; Mesta za odmor

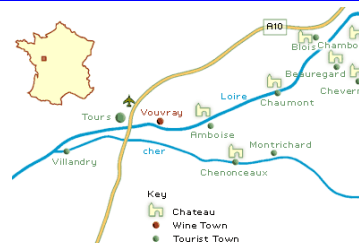


**Koordinacija/marketing** Touristik Arbeitsgemeinschaft Romantische Strasse - asocijacija; (marketing budžet preko 100.000 evra), Nemačka NTO.

**Godišnji broj posetilaca** 2 miliona turista, najviše Nemaca, od stranaca najviše Japanci, a potom i Amerikanci

**Naziv rute Istorijska ruta Doline kraljeva (Dolina Loare / Dvorci loare)**

Lokacija Francuska



**Opis** Radi se o centralnoj oblasti reke Loare, u dužini od 280 km, od Sully-sur-Loire u regionu Centre, do Chalonnes-sur-Loire u regionu Pays de la Loire, ukupne površine preko 800 km<sup>2</sup>, upisanom 2000. godine u UNESCO-vu Listu svetske baštine. Obuhvata 2 regiona, 4 okruga (departmana), 6 gradova, 11 ruralnih distrikta, 1 regionalni park i 160 gradića i sela. Jedinstvene karakteristike prostora učinile su da se ovde odvija jedna od najpoznatijih kulturnih/istorijskih turističkih ruta na svetu. Posete podrazumevaju ture autobusom, automobilom i biciklističke ture. *Route historique de la Vallée des Rois* je deo sistema od 23 istorijske rute. Koncept datira iz 70-tih godina prošlog veka, a brend *route historique* se koristi od 1987. godine. 2000. godine formira se Nacionalna federacija istorijskih ruta Francuske, koja je okupila sve rute i njihove članove, sa ciljem promocije ovih kulturnih atrakcija i pomoći u njihovom očuvanju. U cilju menadžmenta ovog kulturnog prostora Svetske baštine UNESCO-a, 2002. godine je formirana Mission Val de Loire, organizacija zadužena za koordinaciju i izvršenje programa razvoja i promovisanje kulturnog značaja Doline Loare.



Dužina rute	Rute različitih dužina
Osnovna tema rute	Dvorci, kultura i romansa
Atrakcije	38 atrakcija: dvorci, muzeji, vrtovi
Turistička infrastruktura	Smeštaj: Dvorci, hoteli, pansioni, B&B, privatni smeštaj... Uređene staze; Oznake biciklističkih ruta i dvoraca; Štampani vodiči; Mesta za odmor



**Koordinacija/marketing** Nacionalna federacija kulturnih ruta, Asocijacija dvoraca Francuske, Maison de la France (NTO), regionalne i lokalne TO, asocijacije dvoraca Loare i Francuske

**Godišnji broj posetilaca** Nema procena o tačnom broju posetilaca na samim rutama. Posredno se mogu doneti zaključci na osnovu poseta samim dvorcima: Chenonceau 900.000 posetilaca; Chambord 700.000; Amboise 380.000; Azay-le-Rideau 375.000; Blois 370.000; Villandry 310.000; Langeais 140.000; Chaumont-sur-Loire 125.000; Ussé 120.000; Chinon 115.000.

Naziv rute **Ruta 66**

Lokacija SAD



**Opis** Ruta 66, duga 2.400 milja, izgrađena je u cilju povezivanja zajednica između Čikaga i Los Angelesa. 1926. je proglašena Autoputem 66, ali joj je taj status oduzet 1985. godine jer je izgrađen novi međudržavni američki autoput koji obilazi gradove i sela na ruti. Zbog romantičnog i istorijskog značaja za mnoge Amerikance, po pojedinim državama kroz koje prolazi formirana su različita društva za očuvanje rute. 1999. godine Američki kongres je doneo Zakon o Koridoru Ruta 66 radi zaštite kulturnih resursa asociiranih sa Rutom. Glavna organizacija za ovu rutu je Nacionalna federacija istorijske rute 66. Federacija je zadužena za razvoj sistema označavanja duž rute, razvoj regionalnih centara za posetiocce Rute 66, kao i za muzeje. Takođe, daje Vodič za ishranu i smeštaj na Ruti 66. Takođe je zadužena za koordinaciju između različitih regionalnih federacija za očuvanje Rute 66. To je tipična turistička auto-ruta.



**Dužina rute** Rute (itinereri) različitih dužina. Ukupna dužina Rute 66 je 2.400 milja (oko 3.900 km).

**Osnovna tema rute** Stara ruta 66 - glavna ulica Amerike

**Atrakcije** Veliki broj atrakcija u direktnoj vezi sa rutom: Stari moteli, restorani, benzinske pumpe, muzeji itd.

**Turistička** Smeštaj: Moteli, hoteli..

**infrastruktura** Oznake na putu; Štampani vodiči; Mesta za odmor



**Koordinacija/marketing** Federacija nacionalne istorijske Rute 66; Federacije na nivou država

**Godišnji broj posetilaca** Nema podataka o tačnom broju posetilaca na Ruti 66. Podaci odnosno procene koje daje *Illinois Route 66 Heritage Project* govore o preko 300.000 turista koji su u Illinoisu išli Rutom 66. Podaci iz Tulse u Oklahomi govore o 50.000 turista na njihovom delu rute.



Naziv rute **Tražeci Linkolna (Looking for Linkoln)**

Lokacija SAD



**Opis** 1998. godine država Illinois (SAD) je odlučila da podrži projekte turizma vezanog za nasleđe. Ideja o povezivanju mesta koje imaju neku asocijaciju sa nekadašnjim predsednikom Linkolnom potekla je od Biroa za konvencije i posetioce Springfilda; devet okruga se udružilo u zahtevu za sredstvima za podršku projekta. Država Illinois je odobrila bespovratna sredstva za prve dve godine projekta. Agencija za istorijsku prezervaciju Illinoisa vodi deset lokaliteta, dok ostale vode lokalne grupe. Svaka lokacija ima svoju dobrovoljnu fondaciju koja upravlja restoranima i suvenirnicama. Ključni razlog pokretanja projekta je podsticanje dodatne turističke potrošnje u Illinoisu. Projekat finansiraju i lokalne firme i dobrovoljne fondacije.



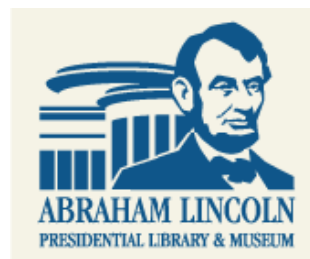
Dužina rute

Osnovna tema rute Tražeci Linkolna - Priča o Abrahamu Linkolnu

Atraksije 30 atrakcija u 18 okruga: 15 muzeja, sudnice, istorijska mesta

Turistička Smeštaj: Moteli, hoteli..

infrastruktura Oznake na putu; Štampani vodiči; Mesta za odmor

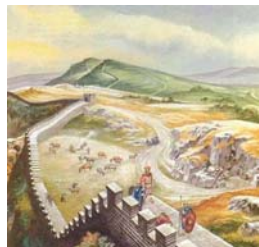


**Koordinacija/marketing** Looking for Lincoln Heritage Coalition (neformalna struktura); Illinois Convention and Visitor Bureau

**Godišnji broj posetilaca** Broj posetilaca na različitim atrakcijama na ovoj ruti značajno varira, od 600.000 (Abraham Lincoln Presidential Library and Museum) do, na nekim manje privlačnim za turiste, 2.000 posetilaca.

Naziv rute **Hadrian's Wall Path National Trail (Staza Hadrijanovog zida)**

Lokacija Engleska (Velika Britanija)



**Opis** Radi se o zidu koji je rimski Imperator Hadrian podigao od 122-128 godine nove ere, na najjužem delu Britanskog ostrva. Razdvajao je tadašnju starorimsku Britaniku od severa zemlje (sadašnja Škotska), štiteći granicu carstva od upada severnih britanskih plemena. Zid je dugačak 117 km (80 starorimskih, odnosno 73,5 engleskih milja). Godine 1987. upisan je u UNESCO-vu Listu svetske baštine. 2003. godine ušao u sistem britanskih Nacionalnih staza. Najveći deo zida je na teritoriji u privatnom vlasništvu (poljoprivredno zemljište), deo je u gradovima, a oko 10% kontrolišu English Heritage, National Trust, Nacionalni park Nortamberlanda i druge agencije i tela koja se bave zaštitom i konzervacijom, kao i neke regionalne i lokalne vlasti. Funkcioniše kao pešačka staza, i kao biciklistička staza u sastavu sistema nacionalnih biciklističkih staza. Najveći broj posetilaca čine domaći - 77%, dok inostrani posetioči čine 23% ukupnog broja. Krajem XX veka osnovan je *The Hadrian's Wall Tourism Partnership* u svrhu za istraživanja, marketing i informacije. Sredinom 2006. zamenio ga je *Hadrian's Wall Heritage Ltd.*, koji upravlja Zidom i vrši marketing.

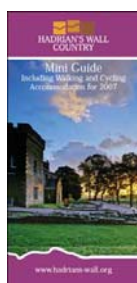


**Dužina rute** Ukupna dužina pešačke rute je 84 milje ili 127 km. Biciklistička je duža jer se prostire još dalje ka jugu.

**Osnovna tema rute** Hadrianov zid/Stari rimljani; Pozicioniranje: Zemlja Hadrijanovog zida / Najveća starorimska granica

**Atraksije** Sam zid i tvrđave, 189 istorijski značajnih zgrada i muzeja, 38 umetničkih galerija, uz to i pastoralni predeli

**Turistička infrastruktura** Smeštaj i ishrana: 469 objekata za smeštaj, 273 kafea, 802 restorana, 1004 paba  
Uredene staze; Oznake rute; Štampani vodiči; Mesta za odmor



**Koordinacija/marketing** Hadrian's Wall Heritage Limited odgovorna za menadžment i marketing

**Godišnji broj posetilaca** Procene: 1.250.000 posetilaca, od kojih 600.000 su posete starorimskim utvrđenjima i muzejima (u proseku posete do 1,5 atrakcija), 40-45.000 ozbiljnih šetača (preko 2 sata) koji ne posećuju muzeje (6.600 šetača prođe celu dužinu zida), ostali u okviru generalnih kružnih tura, bez poseta atrakcijama i šetnje. 23% inostrani posetioči (van UK), odnosno 15% od ozbiljnih šetača. Ozbiljni šetači koji prođu dužinom celog zida (6.600 posetilaca) troše 1,6 miliona funti godišnje, dnevni posetioči 2,8 miliona.

Naziv rute	Put limesa
Lokacija	Nemačka



**Opis** Najveći i najpoznatiji Nemački arheološki spomenik, ujedno i najduži spomenik u Evropi (2005. godine upisan u UNESCO listu svetske baštine). Veštačka linearna granica predstavlja simbol Rimskog perioda u Evropi između 1 i 3 veka. Gornja German-Raetian granica (limes) proteže se od Rhine severno od Koblenca, prolazi kroz četiri federalne države (Rheinland-Pfalz, Hessen, Baden-Württemberg i Bayern) i ukršta se sa Dunavom kod Kelheim-a. Preko 40% ukupne granice je ispod zemlje, tj. nije vidljivo golim okom. Način na koji granica zanemaruje topografiju terena krećući se pravom linijom (u nekim delovima čak i do 80km) predstavljala njenu najveću atrakciju. Lokalne vlasti 1995. godine formiraju Verein Deutsche Limes Strasse (DLS) sa ciljem zajedničke pomoćije, razmene informacija, i formiranja priručnika. 2003. godine osnovana je LIMES komisija u cilju razmene informacija, harmonizacije, prezervacije, istraživanja i razvoja, sprovođenja menadžment plana i koordinacije DLS-a i drugih institucija. Menadžment plan vrši popis elementa ponude limesa, formira zaštitne zone oko spomenika, osniva bazu podataka sa informacijama o stanju objekata i mogućim opasnostima po objekte. Takođe, osniva limes portal - medium za objavljivanje informacija koji pruža mogućnost svakom zainteresovanom da iznese svoje ideje. Formira se u koordinaciji sa vlasnicima zemljišta kroz koje limes prolazi, lokalnim i državnim organima i institucijama za zaštitu spomenika.



Dužina rute	568 km
Osnovna tema rute	Severna Rimski granica
Atrakcije	Više od 70 gradova i sela, 900 tornjeva, 120 kauptdjenja, 60 zamkova
Turistička infrastruktura	Smeštaj: Moteli, hoteli. Oznake na putu; Štampani vodiči; Mesta za odmor



Koordinacija/marketing	Verein Deutsche Limes Strasse; LIMES komisija
Godišnji broj posetilaca	Nema podataka



Naziv rute **Via Claudia Augusta**

Lokacija **Italija, Austrija i Nemačka**



**Opis** Via Claudia Augusta predstavlja prvu pravu vezu između juga i severa Evrope. Gradnju je započeo 15. godine pre nove ere Rimski general Drusus, a šezdeset godina kasnije (46. godine) put je završio njegov sin imperator Klaudius. Izgradnjom puta koji danas prolazi kroz tri zemlje (Italija, Austrija, Nemačka) spojeni su dolina reke Po i Jadransko more sa Bavariom i Dunavom. Ruta se ističe po raznolikosti prirodnih predela, tradicije, umetničkog blaga, kulinarskih specijaliteta i atrakcija sa kojima će se susresti turisti putujući ovim putem. Raznolikost na ruti se namerno iskazuje kako bi se ovaj put turistima dočarao kao veza-sudar dve kulture latinske i nemačke. Kao glavna atrakcija na turi ističu se dva kamena stuba iz vremena gradnje puta na kojima su ispisani brojni podaci vezani za put, ali koji stvaraju misteriju o tačnom mestu početka puta. Put se može preći pešice i biciklom a za dobar deo puta su organizovane i konjske kočije (270km).



**Dužina rute** 518km

**Osnovna tema rute** Prva kopnena veza Juzne i Severne Evrope

**Atrakcije** Mnogobrojne atrakcije postoje duz same rute

**Turistička infrastruktura** Smeštaj.  
Oznake na putu; Štampani vodiči; Mesta za odmor



**Koordinacija/marketing** Via Claudia Augusta je evropski projekat finansiran uz pomoc EU (program Evropske inicijative INTERREG IIIB-Alpine Space) i kroz sredstva ERDF (Evropskog fonda za regionalni razvoj). Budzet projekta iznosio je 2.000.000 eura (50% ERDF). Svoje ucesce u ovom projektu uzeli su: Via Claudia Augusta asocijacija iz Bayern-a, MIAR asocijacija iz Tirola, Lokalne vlasti oblasti Trento (vodja projekta), Veneto region i Opštine Feltre i Ostiglia. Implementacija projekta vrsila se kroz lokalne pilot projekte, transnacionalne pilot projekte i komunikacioni plan. Na vrhu organizacije nalazi se koordinacioni komitet sacinjen od predstavnika 7 partnera. Takodje, kao podrška komitetu postoje 4 radne grupe sacinjene od 4 strucnjaka iz oblasti kulture, arheologije, turizma, marketinga i ekonomskih aktivnosti.

**Godišnji broj posetilaca** Nema podataka

Naziv rute	<b>Le Pais Cathare (Zemlja Katara)</b>
Lokacija	Francuska



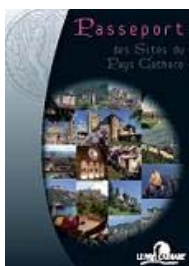
**Opis** U XII i XIII veku na ugu Francuske je nastala nova religija katarstvo (Catharism). Nova religija je nastala iz hrišćanstva, ali na potpuno nematerijalističkoim stavovima što nije pogodivali crkvi i pogotovo Papi Čestitom III (1198-1216) i njegovim pristalicama. U narednih više od jednog veka crkvena inkvizicija je nastavila sa progonom jeretika do potpunog istrebljenja. Iako se posmatro kao oblik jeresa, katarstvo je imalo i ima smbol tolerancije, slobode ponašanja i mišljenja, i zato je zauvek ostavio trag u južnim delovima Francuske.

U Zemlji Katara, 11 ruševina je razvijeno kao atrakcije i ukomponovano kao kružna tura. Na svakom lokalitetu su kreirane dodatne atrakcije u cilju navođenja turista da posete obližnja sela. Razvijen je i znak/etiketa kvaliteta za različite proizvode – atrakcije, restorane, zanatske radionice, vodiče... Širokom primenom znaka stvoren je imidž cele oblasti – imidž kvaliteta

Zemlja Katara obuhvata 19 lokaliteta: Abbaye de Saint-Papoul; Abbaye de Fontfroide; Chateau de Saissac; Abbaye de Lagrassac; Abbaye de Saint-Hilaire; Châteaux de Lastours; Château et Remparts de la cité de Carcassonne; Abbaye de Caunes-Minervois; Abbaye de Villelongue; Château de Villerouge-Termenès; Château de Termes; Château d'Arques; Musée du Quercorb à Puivert; Château d'Usson; Château de Puilaurens; Château de Peyreperouse; Château de Quéribus; Château d'Aguilar; Maison des Mémoires de Mazamet



Dužina rute	
Osnovna tema rute	Zivot i obicaji Katara
Atrakcije	18 lokaliteta: 11 zankova, 6 manastira, 1 muzej
Turistička infrastruktura	Dobri putevi, ali do određenih zankova samo najuporniji avanturisti mogu doći; smeštaj je najčešće po hotelima svih kategorija; parkinzi, wc, prodavnice suvenira, signalizacija



.....NASTAVAK	<b>Le Pais Cathare (Zemlja Katara)</b>
Koordinacija/marketing	Od 2000. godine oformljena je <i>the Sites of the Cathar Country Association</i> koja obuhvata 18 lokaliteta; 4 osnovna pincipa <i>The Sites of the Cathar Country Association</i> su : razvoj ekonomije na bazi nasleđa, stvaranje sinergije samih atrakcija, rad na većoj cirkulaciji samih turista na I među lokalitetima, unapređenje usluge

Godišnji broj posetilaca	Broj posetilaca na lokalitetima <i>Le Pais Cathare</i>						TOTAL
	Saint-Papoul	Arques	Caunes-Minervois	Lastours	Musée du Quercorb	Puilaurens Lapradelle	
2006	9 160	14 311	12 841	37 510	4 508	28 969	
2005	9 538	16 197	9 759	34 627	4 523	29 217	
	Quéribus Cucugnan	Villeroige Terménès	Termes	Saint-Hilaire	Lagrasse	Saissac	
2006	85 074	15 165	6 954	13 991	28 616	12 468	
2005	88 191	14 446	6 318	11 503	29 266	11 432	
	Peyrepertuse	Usson Donezan	Aguilar Tuchan	Villelongue	Fontfroide	Cité	
2006	89 384	1 509	5 173	4 566	93 206	378 490	841 895
2005	86 568	1 707	4 070	3 950	101 029	321 880	784 221

### 4.3. ANALIZA KONKURENCIJE

Analiza konkurencije nam je potrebna da bi smo znali kako konkurentne destinacije reaguju na rastući trend razvoja tematiziranih ruta, jer je jasno da se u osnovi radi o borbi za isti širi segment međunarodne turističke tražnje. Što se tiče domaće konkurencije, uprkos činjenici da postoje neke kulturne ture koje se na ovaj ili onaj način nude domaćoj klijenteli (npr. različite manastirske ture, obilasci salaša i druge), one u suštini nisu definisane kao rute, i uz to su najčešće netematizirane, ili je tema nedovoljno jaka da bi bila bitan motivator za domaću tražnju. Dakle, u pravom smislu reči domaća konkurencija za sada ne postoji ili je jako slaba. Što se tiče inostranih konkurenata, u nastavku dajemo analizu tamošnjih kulturnih ruta. Nažalost, nepostojanje analiza uspešnosti i efekata ovih ruta (jer ih sama konkurencija ozbiljno i ne vrši) unekoliko ograničava domete analize, ali ona ipak jasno ukazuje na tendencije i pravila organizovanja kulturnih tematskih ruta kao proizvoda, kao i na značaj koji se ovom tipu proizvoda pridaje.

Zemlja	Slovenija	
Tematske rute nasleđa	<p>Put Soče, TRENTA</p> <p>3J – putevima dragocenosti naših crkava, TRŽIČ</p> <p>Fabianijev put od Štanjela do Kobdilja, ŠTANJEL, KRASK</p> <p>Kuće sa tradicijom na putevima nasleđa, 8 dana, NOVO MESTO</p> <p>Oplužujem, TRŽIČ</p> <p>Tragovima zmaja – legende o poreklu Tržiča, TRŽIČ</p> <p>Idemo u Tržič gde se prave kose i "mešč", TRŽIČ</p> <p>Putevima nasleđa Dolenjske i Bele Krajine (Dolinom Krke), NOVO MESTO</p> <p>Tradicionalna šetnja putevima hmelja</p> <p>Velikolaška kulturna ruta Levstik–Stritar–Trubar, VELIKE LAŠČE</p> <p>Gde je nastajalo momačko skijanje, NOVA VAS</p> <p>Gde se čipke prepliću sa srebrom, IDRIJA</p> <p>Gde je ljubav našla zaklon, TURJAK</p> <p>Gde šapuću uspomene iz davnina, TRŽIČ</p> <p>Gde Peter Klepec dobija snagu, KOSTEL</p> <p>Gde su živeli pastiri, CERKNO</p> <p><i>i još dve rute koje se promovišu samo slovenačkom tržištu</i></p>	    
Opis	<p>Slovenija ima izrazito razvijen sistem turističkih ruta promovisanih od strane slovenačke NTO (186 ruta pešačenja i trekinga, 26 vinskih ruta + 47 vinarija, 23 edukativne rute, 16 ruta nasleđa, biciklističke rute). Nema podataka o broju turista na ovim rutama, ni o njihovoj strukturi. Rute su konkretni proizvodi pojedinih slovenačkih turističkih operatera, pa je ceo sistem promovisanja proizvod partnerstva privatnog sektora i slovenačke NTO.</p>	
Zemlja	Hrvatska	
Kulturne rute	<p>Putujte koracima UNESCO-a (UNESCO-vo nasleđe u Hrvatskoj)</p> <p>Putovima baštine - "Vučedolski Orion" najstariji indoeuropski kalendar</p> <p>Prošlost u sadašnjosti - Barun Franjo Trenk i njegovi panduri</p> <p>"Vitez slavonske ravni – slavonska svadba"</p> <p>Razgled Zagreba s kostimiranim vodičima</p> <p>Program "Potraga za Gričkom vještičom"</p> <p>Program "Upalite Gornji grad"</p> <p>Potruga za kulturnim blagom Zagreba</p> <p>Kućni koncerti</p> <p>Radionica lčitara</p> <p>Srednjenjekovni viteški turnir</p> <p>HRVATSKO ZAGORJE – neotkriveno iskustvo...</p> <p>Tragovima vitezova i zagorskog seljaka...</p> <p>Zlatni tragovi varaždinske povijesti...</p>	    
Opis	<p>Hrvatske kulturne rute promovisane su od strane Ureda za kulturni turizam Hrvatske turističke zajednice. Radi se o posebnom projektu stavljanja naglasaka na kulturnu ponudu hrvatske. Nema podataka o broju turista na ovim rutama, ni o njihovoj strukturi. Rute su konkretni proizvodi pojedinih hrvatskih turističkih operatera.</p>	



Naziv rute	<b>UNESCO tura</b>
Lokacija	Češka



**Opis** Tura obuhvata 12 istorijskih znamenitosti upisnih u UNESCO-vu listu kulturnih i prirodnih dobara kao i jedan geopark. Nijedan drugi region nema toliko koncentrisanih UNESCO znamenitosti i svi su na pola do tri sata udaljenosti od Praga. Tura obuhvata sledece gradove: Brno (godina pristupa UNESCO-u 2000), Český Krumlov(1992), Hološovice(1998), Kroměříž(1998), Kutná Hora(1995), The Lednice-Valtice area(1996), Litomyšl(1999), Olomouc(2000), Prague(1992), Telč(1992), Třebíč(2003), Žďár nad Sázavou(1994). Duž ture postoje uređene biclističke staze (specijalni vodiči za bickliste prodaju se kroz celu turu), organizovani autobus, mogućnost spavanja u pojedinim zamkovima. Naglašeno je koje lokacije mogu posetiti invalidi. Tura je podpomognuta sredstvima Evropske Unije kroz program Joint Regional Operational Programme (JROP) i sredstvima Ministarstva za regionalni razvoj.

Uz prethodno, postoji i Put dvoraca, kao nastavak Puta dvoraca koji počinje u Nemačkoj, a u Českoj obuhvata 9 lokacija.



Dužina rute	872 km
Osnovna tema rute	Dvorci, kultura i priroda
Atrakcije	Dvorci, istorijski gradovi, banje, prirodne lepote
Turistička infrastruktura	Smeštaj: Dvorci, hoteli, pansioni, B&B, privatni smeštaj... Uredene staze; Oznake biclističkih ruta i dvoraca; Štampani vodiči; Mesta za odmor



**Koordinacija/marketing** U okviru sajta NTO postoji prezentacija ture i to je jedina tura koja se pominje na zvaničnom sajtu Češke NTO.

**Godišnji broj posetilaca** Ture za razgledanje su razlog dolaska 53,5% inostranih turista. Najviše posetilaca dolazi iz Nemačke 27,1% i Slovačke 11,1%. Nema procena o tačnom broju posetilaca na samim rutama.



Naziv rute	<b>Dracula tour</b>
Lokacija	Rumunija



**Opis** Tura je organizovana od strane Društva Drakule u Transilvaniji. Postoje čak nekoliko tura sa tematikom Drakule, a svaka sa porukom: NO ONE CAN ENTER TRANSYLVANIA AND LEAVE UNCHANGED. Drakulinu sudbinu su pisali njegovi neprijatelji; ide se putevima jednog "izvanrednog čoveka", od njegovog detinjstva u Sighisoara, tinejdžerskog doba u tvrđavi Suceava, borba za tron u Brasovu, Vlad- kralj, Izgnanstvo kralja u tvrđavi Poienari, Tajne Vladove grobnice. Tura je podeljena u sedam grupa:

- The life and deeds of Prince Vlad The Impaler Dracula (život i dela princa Vlad Tepeša Drakule) - ovo je glavna i najduža tura 10 dana
- Long Weekend with Dracula (produženi vikend sa Drakulom)
- Route in the SKY (weekend); stazama bekstva Princa Drakule od tvrđave Poienari u Valahiji, preko karpata do Transilvanije; 4 dana; pešačka tura
- Xmas with the Voyevode
- Halloween in Transylvania
- The Escape - Walking Tour and Driving Tour



<b>Dužina rute</b>	Rute su različitih dužina
<b>Osnovna tema rute</b>	Stazama Vlada Tepeša - Drakule
<b>Atrakcije</b>	Zankovi, tvrđave, mitovi
<b>Turistička infrastruktura</b>	Smeštaj: Moteli, hoteli.. Oznake na putu; Štampani vodiči; Mesta za odmor



<b>Koordinacija/marketing</b>	The Transylvanian Society of Dracula sa sopstvenom agencijom The Company of Mysterious Journeys. Na zvaničnom sajtu rumunske NTO ture kao proizvod se uopste ne pominju.
<b>Godišnji broj posetilaca</b>	Nema podataka



Slovačka



**Naziv rute** Kraljevski gradovi Slovačke:

Četiri slovačka grada (Kežmarok, Stará Ľubovňa, Bardejov and Levoča) promovišu zajedničku turu koja treba da pomogne boljem upoznavanju turista sa istorijom i slavom srednjovekovnih vremena, koja žele da prikažu danas. Zajednička karakteristika ovih gradova je da su u istoriji imali status slobodnih kraljevskih gradova.

**Atrakcije:** Kameni zamkovi, trgovi i gradske većnice, romantična atmosfera uskih srednjovekovnih ulica, najviši gotički oltar u Levoci, nekoliko vekova stare slike i stubovi.



**Naziv rute** Gotički put:

Tematska ruta otkrivanja kulturnog blaga Slovačke. Vodi kroz 24 sela i 9 gradova. Pojedinačne atrakcije su obeležene sredim informativnim znacima sa belim tekstom i piktogramom u obliku gotičkog luka. Suštinski se sastoji od 4 manje rute:

- I. Spiš-Gemer
- II. Spiš - Tatra
- III. Spiš - Pieniny
- IV. Gemer - Rimavský

**Atrakcije:** Kompleksi zamkova (Spišský hrad, Hrad Krásna Hôrka i Muránsky hrad) očuvani istoriski gradski centri (Levoča, Kežmarok, Rožňava, Rimavská Sobota i dr.), muzeji, katedrale i seoske crkve sa srednjovekovnim freskama kao i romantični kameni mostovi. Prelepa priroda koja se proteže duž puta doprinosi atraktivnosti, posebno nacionalni parkovi Slovenský raj, Muránska planina i Pieniny kao i zaštićena područja Slovenský kras u Gemeru gde postoje pećine koje su uvrštene na UNESCO-vu Listu svetske baštine.



**Napomena** Slovačka ima određen sistem turističkih ruta sa prevladajućim vinskim temama. Nema podataka o broju turista na ovim rutama, ni o njihovoj strukturi. Kada su u pitanju kulturne rute, ne postoji insitucionalizovan sistem upravljanja, već se radi o labavijoj saradnji.

**Ostali konkurenti**

**Bugarska** Na zvaničnom sajtu Bugarske NTO nema ponude kulturnih (ni drugih) ruta. Mogu se naći informacije i brošura o kulturnom turizmu u Bugarskoj, ali osim spominjanja, npr. Doline tračanskih kraljeva i njihovih monumentalnih kamenih grobnica, nema konkretno predloženih tura. Nema ni drugih institucionalno koordiniranih i oglašavanih ruta (mada neki oblici partnerstva privatnog i javnog sektora postoje). Postoje rute koje organizuju privatni operatori, agencije i vodiči.



**Mađarska** Na zvaničnom sajtu Mađarske NTO ne postoje nikakve informacije o kulturnim rutama. Međutim na sajtovima turoperatera, nezavisno od Mađarske NTO, postoje određene ture različitog karaktera od Grand Prix ture preko Gey i Erotskih tura do poseta jevrejskim sinagogama.



#### 4.4. EVROPSKE INICIJATIVE U RAZVOJU KULTURNIH RUTA I KORIDORA

U Evropi postoje mnogobrojne aktivnosti na planu razvoja kulturnih ruta. U ovom delu master plana analizirane su kulturne rute koje imaju panevropski karakter i deo su širih nastojanja evropskih institucija da se podstakne razvoj kulturnih ruta koje podstiču interkulturnu razmenu i povezivanje i poštovanje kulturnih tekovina evropske kulture u širem kontekstu očuvanja evropskog kulturnog identiteta.

Pored ovoga, veliki značaj u jačanju kulturnog turizma imaju i Evropski dani kulture. Mandat da se brine o ovom događaju prenet je na nevladinu organizaciju *Europa Nostra*, koja preko svojih nacionalnih članica sprovodi program. Dani evropske kulture je projekat Saveta Evrope i Evropske komisije, u kome učestvuje 49 zemalja Evrope. Podrazumeva otvaranje vrata i stimulisanje dolazaka posetilaca u preko 30.000 uključenih spomenika i lokaliteta. Dani evropske kulture se održavaju tokom vikenda meseca septembra, sa ciljem da se građani Evrope upoznaju sa njenim kulturnim nasleđem i vrednostima, kao i da se stimulišu da se uključe u procese zaštite i unapređenja tog nasleđa. Procenjuje se da sada oko 20 miliona ljudi u 49 zemalja poseti spomenike i lokalitete nasleđa, kao i da se broj posetilaca stalno povećava. Kako se, ipak, ne radi o kulturnoj ruti, ovde dalje neće biti analiziran ovaj evropski projekat.

##### 4.4.1. Kulturne rute u Evropi

Najveći deo aktivnosti na razvoju kulturnih ruta u Evropi odnosi se na kulturne rute Saveta Evrope, ali ima i drugih transnacionalnih projekata koji koriste različite pogodnosti po osnovu evropskih fondova namenjenih određenim programima, poput programa INTERREG III.



**Naziv rute** Le Vie Romane del Mediterraneo

**Lokacija** Portugalija, Španija, Francuska, Italija, Grčka, Alžir i Tunis



**Opis** Nastala je 1998. godine kao partnerstvo između 15 regiona iz 4 zemlje (Francuska, Italija, Španija i Grčka) u okviru Evropskog interregionalnog "MEDOCC" projekta. Kasnije projektu su se priključile i Portugalija, Tunis i Alžir. Glavni cilj projekta je da se kroz partnerstvo (stvaranje jakog identiteta kroz zajednički logo, mape i sajt [viaeromanae.com](http://viaeromanae.com)), razmenu i kroz integrisanu bazu podataka očuva i promoviše dva milenijuma staro Rimsko nasleđe koje je naročito bogato na Mediteranu. Prioritet projekta u kratkom roku je identifikacija puteva i naselja, njihova obnova i zaštita pre njihove promocije. U dužem roku cilj je uključiti i ostale regione kako bi se sagledala celokupna slika rimskih aktivnosti na Mediteranu.

Projekat uključuje sledeće rimske puteve po regionima:

- Viae Lusitanorum Alentejo i Algarve - Portugalija
- Via Augusta Katalonija i Valensija - Španija
- Ruta Betica Romana u Andaluziji - Španija
- Via Domita Langdok-Rusijon - Francuska
- Via Aurelia Provansa-Alpi-Azurna obala - Francuska
- Via Corsica - Francuska
- Via Aemilia Scauri, Via Postumia i Via Aurelia u Liguriji - Italija
- Galski put u Aosti - Italija
- Via Flammia u Umbriji - Italija
- Via Appia, Via Severiana, Via Aurelia i Via Flaminia u Laciu - Italija
- Via Egnatia u Zapadnoj Makedoniji - Grčka
- Via Egnatia u Istočnoj Makedoniji i Trakiji - Grčka



**Dužina rute** Rute su različitih dužina

**Osnovna tema rute** Istorija- Putevima Rimljana kroz Mediteran

**Atrakcije** putevi, spomenici, arhitektura, umetnost, prirodni predeli

**Turistička infrastruktura** Smeštaj: Hoteli, prenočišta, kampovi;  
Uređene staze; Štampani vodiči; Mesta za odmor



**Koordinacija/marketing** Vieraomanae asocijacija; Nacionalne turističke organizacije, uz to RTO i LTO autonomnih oblasti

**Broj posetilaca** Nema podataka o broju posetilaca

**Naziv rute** Via Romana  
**Lokacija** Italija, Nemačka, Austria, Bugarska i Grčka



**Opis** Projekat ROMIT nastao je na bazi podrške "the Steering Committee of the Interreg III-B CADSES" programa u decembru 2003. godine. Ukupni prvidjeni budžet od 905.000 € podeljen je na tri dela 492.500 € obezbeđuje EU 407.500 € obezbeđuje država a 5.000 € obezbeđuje privatni sektor. Glavna ideja projekta Romit je da se na nivou EU nađu novi načini za očuvanje i upravljanje arheološkim lokalitetima Starih Rimljana. Ovo se ostvaruje kroz integrisan trans-nacionalni sistem koji promovise i upravlja rutom na bazi Peutingers tabule. Učešće u projektu uzela su 4 Evropska regiona Emilia-Romanja (I), Bavarska (D), Zapadna Grčka (GR) i Bugarska zajedno sa sledećim partnerima:

- Provincija Rimini (lider projekta)
- Opština Rimini (IT);
- Institute of Cultural and Natural Heritage of the Emilia-Romagna Region (IT);
- Europa Inform Consulting (IT);
- Patras Municipal Enterprise for Local Development ADEP (GR);
- Universität Erlangen-Nürnberg- FIM NeusesLernen (DE);
- Zeus Consulting SA (GR);
- Technical University of Sofia (BG);
- Österreichische Nationalbibliothek (AT).

Ruta se bazira na fragmentu Peutingerove mape (Tabula Peutingeriana), tj. srednjovekovne kopije antičke Rimske mape, koja je jedina preostala antičko rimska mapa puteva. Putujući ovom rutom turisti se mogu poznati sa bogatim rimskim nasleđem duž puta. Turistima je omogućeno da sami izaberu deo puta koji će posetiti zahvaljujući dostupnim istorijskim informacijama i listom mogućih mesta za odmor.



**Dužina rute** Rute (itinerari) različitih dužina.

**Osnovna tema rute** Kulturno nasleđe starog Rima

**Atrakcije** Brojni arhitektonsko-istorijski lokaliteti

**Turistička infrastruktura** Hoteli, moteli, spomenici, lokaliteti...



**Koordinacija/marketing** Kordinacija se obavlja na multinacionalnom nivou kroz program ROMIT

**Godišnji broj posetilaca** Nema podataka



## Kulturne rute Evrope



INSTITUT  
EUROPEEN  
DES  
ITINERAIRES  
CULTURELS



CULTURAL CORRIDORS OF SOUTH EAST EUROPE

**Opis** Program Kulturnih ruta Saveta Evrope nastao je 1987. godine kao odraz želje da se podigne kolektivna svest o evropskom kulturnom nasleđu i vrednostima, i da jasno pokaže kako nasleđe različitih evropskih zemalja predstavlja deo zajedničkog kulturnog nasleđa Evrope. Dakle, nastale su prevashodno kao instrument demonstracije fundamentalnih principa Saveta Evrope, naravno, imajući u vidu i turističku dimenziju, ali ovaj svakako nije od primarnog značaja. Za aktivnosti kontrole razvoja Programa kulturnih ruta dat je mandat Evropskom institutu kulturnih ruta iz Luksemburga 1998. godine, kao neprofitnoj asocijaciji.

### Rute **Putevi hodočašća**

- The Santiago De Compostela put hodočašća (Oktobar 1987) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od Juna 2004)
- The Via Francigena (Maj 1994) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od Juna 2004)
- The Saint Michael's Ways (Februar 2007) (Sertifikat kulturne ture Saveta Evrope od 2007)

### **Ruralno stanište**

- Arhitektura bez granica (Oktobar 1987) (Sertifikat kulturne ture Saveta Evrope od Juna 2004)
- Ruralno stanište u Pirinejima (2002)

### **Istorijske i legendarne ličnosti Evrope**

- The Mozart ruta (1990) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od Juna 2004)
- The Schickhardt ruta (April 1992) (Sertifikat kulturne ture Saveta Evrope od Juna 2004)
- Saint Martin of Tours, velika Evropska ličnost, simbol deljenja. (Mart 2005) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od Septembra 2005)
- The Don Quixotte ruta (Februar 2007) (Sertifikat kulturne ture Saveta Evrope od 2007)

### **Ruta monaškog uticaja**

- Cisteijanska Ruta (1990)
- Klunijačka mesta u Evropi (Maj 2004) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od Juna 2006)

### **Keltska ruta (1990)**

### **Vikinzi i Normani, Evropsko nasleđe**

- The Vikinška ruta (1992) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od Decembra 2004)
- Hanza (savez Nemačkih gradova) mesta, putevi i spomenici (1992) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od Decembra 2004)

### **Parkovi i bašte– predeli (Mart 1992) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od Decembra 2004)**

### **Arhitektura vojnih utvrđenja u Evropi**

- The Wenzel i Vauban ruta (1995) (Sertifikat kulturne ture Saveta Evrope od Juna 2004)

### **Zaostavština Al-Andalus (April 1997) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od Juna 2004)**

### **Ruta Kastilijanskog jezika i njegovo širenje po Mediteranu: Sefradaska (Španski jevreji) ruta (Jun 2002) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od Juna 2004)**

### **Ruta zaostavštine Evropskih Jevreja (Maj 2004) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od 2005)**

### **Industrijsko nasleđe Evrope**

- Pirinejska gvozdena ruta (Maj 2004) (Sertifikat kulturne ture Saveta Evrope od Decembra 2004)
- Evropski trag gvožđa u centralnoj Evropi (Februar 2007) (Sertifikat kulturne ture Saveta Evrope od 2007)

### **Rute maslinovog drveta (Mart 2005) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od Maja 2006)**

### **The Via Regia (Mart 2005) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope, datum tek treba da se odredi)**

### **Evropski putevi migracionog nasleđa (Maj 2004) (Sertifikat kulturne ture Saveta Evrope od 2007)**

### **Živa umetnost, Evropski identitet**

- Les Transversales (1994)
- Pozorište mladih (1995)
- Kulturni centri (2000)

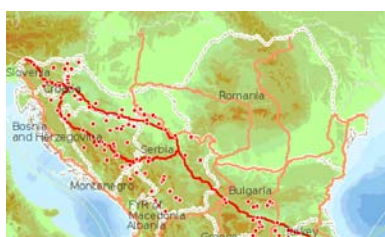
**Kulturne rute Evrope ...NASTAVAK****Feničanske rute** (Maj 1994) (Sertifikat kulturne ture Saveta Evrope od 2007)**Cigani** (Maj 1994)**Humanizam - ljudska priroda** (Maj 1994)**Severna svetlost** (April 1997)**Evropski gradovi otkrića** (1993)**Barok** (1988)**Evropski putevi svile i tekstila** (1988)**Popularni festivali i obredi u Evropi** (April 1997)**Knjiga i pisanje**

- Putevi knjige (Decembar 1999)

**The Via Carolingia** (Februar 2007) (Sertifikat kulturne ture Saveta Evrope od 2007)**Rute Romanske umetnosti u Evropi** (Februar 2007) (Sertifikat velike kulturne ture Saveta Evrope od 2007).**Kulturni koridori jugo-istočne Evrope** (Maj 2004) – nastali na osnovu Deklaracije iz Varne (Bugarska) – suštinski predstavljaju deo kulturnih ruta Evrope, sa identičnim ključnim razlogom, a to je međukulturna razmena, razumevanje i poštovanje zajedničkih kulturnih vrednosti ovog dela Evrope. Obuhvataju sledeće koridore:

- Dunavski put
- Dijagonalni put
- Istočni trans-balkanski put
- Kulturni koridor Sofija-Ohrid
- Via Adriatica
- Via Anatolia
- Via Egnatia
- Via Pontica
- Zapadni trans-balkanski put

Dijagonalni put



Dunavski put



Upravljanje / marketing  
Savet Evrope, Evropski institut kulturnih ruta, NTO, RTO

**4.5. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA**

Analiza uspešnih ruta nam je dala jasne zaključke:

- Sve uspešne rute su tematizirane. Jasna tema deo je uočljivih napora da se ruta pozicionira i kreira prepoznatljiv brend.
- Rute obuhvataju veći broj tematskih atrakcija, ali mnoge uvode i druge, netematske atrakcije, dok sve rute igraju i na kartu prirode.
- Sve uspešne rute karakteristične su po razvijenoj turističkoj infrastrukturi (odmorišta, stajališta), razvijenom sistemu označavanja rute, kao i značajnom promotivnom materijalu.
- Uspešne rute karakteriše i činjenica da je sistem upravljanja i marketinga rute institucionalizovan, na način da o tome brine neka organizacija oformljena specijalno za potrebe razvoja i promocije rute,



#### 4.6. KRITIČNI FAKTORI USPEHA RUTE *PUT RIMSKIH CAREVA*

Uvidom u postojeću praksu u svetu u domenu razvoja i menadžmenta uspešnih ruta nasleđa kao turističkih proizvoda, kao i sagledavajući opšte turističke trendove u Evropi i svetu, posebno one koji imaju repekusije na kulturni turizam, a imajući u vidu postojeću strukturu i karakter atrakcija u područjima kroz koje ruta prolazi, zaključili smo da su **ključni faktori uspeha rute *Put rimskih careva*** sledeći:

- **Jedinstvenost/Različitost.** Jedinstvenost se odnosi na sve što jednu oblast čini različitom od druge, dajući joj jedinstvenu prodajnu poziciju. Svi elementi u turističkom lancu vrednosti mogu biti faktor različitosti i doprineti jedinstvenosti: pre svega autentičnost kulturnih atrakcija, identitet područja, kvalitet proizvoda i usluga itd. Ova jedinstvenost/različitost proizilazi pre svega iz turističkih fascinacija lokaliteta i rute, odnosno onoga što predstavlja ključni osnov privlačenja posetilaca.
- **Povezivanje/Pakovanje.** Atrakcije starorimskog nasleđa u Srbiji su, ipak, prostorno relativno „razbacane”. Kako se ne radi o lokalitetima/atrakcijama koje su poznati simbol i proizvode „uau!” efekat (kao npr. egipatske piramide, rimski Koloseum, Tadž Mahal i sl.), onda one same za sebe nisu dovoljne da privuku, u evropskim okvirima, veliki broj posetilaca, jer nisu dovoljno interesantne širem krugu turista. Okupljanjem u zajedničku ponudu, umrežavanjem i/ili itinererskim povezivanjem više atrakcija, obezbeđuje se da one kolektivno postaju dovoljno interesantne da privuku kritičnu masu posetilaca, i/ili da koriste blagodeti zajedničkih razvojnih smernica, standarda usluge i marketinga. Tamo gde ni povezivanje nije dovoljno da deluje kao dovoljno jak magnet, potrebno je kreiranje i dodatnih značajnijih atrakcija i događaja. Privlačenje posetilaca koji nisu primarno motivisani kulturom i kulturnoistorijskim nasleđem, da posete lokalitete na ruti zahteva pakovanje kulturnih i „ne-kulturnih” proizvoda u inventivan paket ponude.
- **Brending.** Brending je izuzetno važan jer ako je pravilno razvijen daje određenu garanciju, obećanje u pogledu karaktera doživljaja nasleđa, dakle kakav kvalitet, sadržaj i dubinu doživljaja posetilac može da očekuje. Uz to, brend omogućava da se na samu atrakciju, pod istim brendom, nadovežu i drugi proizvodi i usluge koji drugačije ne bi mogli uspešno da se pozicioniraju na tržištu i privuku goste. Praktično, imidž koji se stvorio oko takvog brenda navodi posetioce da kupuju i druge proizvode koji dele isti brend i imidž. Brendiranje ove rute podrazumeva korišćenje glavne teme rute.
- **Pozicioniranje.** Mnoštvo ruta nasleđa u Evropi i u novije vreme u okruženju, zahtevaju da se izgradi pozicija ove rute u svesti potencijalnih posetilaca kao različite i pune nezaboravnih doživljaja, koja uz to pruža mogućnosti učenja i ličnog razvoja.





- **Infrastruktura.** Kvalitet saobraćajne mreže, uređenost i održavanje prostora uz puteve, stajališta i odmorišta, važan su faktor u odlučivanju turista za posetu nekoj destinaciji i izuzetno važna determinanta kvaliteta doživljaja rute.
- **Partnerstvo.** Kod razvoja i menadžmenta tematskih ruta partnerstvo je izuzetno važan motivišući faktor koji stoji iza razvoja. Kvalitet i institucionalizacija partnerskih odnosa pokazala se kao jedan od ključnih faktora uspeha tematskih ruta nasleđa. Od toga u kojoj meri bude uspešno uspostavljanje partnerskih odnosa između javnog i privatnog, kao i unutar privatnog sektora, zavisice i uspeh rute.
- **Institucionalizacija sistema upravljanja i marketinga.** Sve uspešne rute pokazuju da je gotovo isključivo institucionalizacijom sistema upravljanja rutom, tj. uspostavljanjem posebnog entiteta (organizacije) koji se brine o ruti, jedan od ključnih faktora uspeha. Ovakva organizacija olakšava i uspostavljanje partnerskih odnosa između svih zainteresovanih stejkholdera.
- **Strategijsko planiranje.** Razvoj strategije (master plana) koji uključuje sve ključne igrače (stejkholdere) je suštinsko sredstvo razvoja uspešnih i održivih turističkih proizvoda. Kompleksnost ne samo kulturnoistorijske rute, već celokupnog proizvoda turinga, zahteva strategijski pristup upravljanju.
- **Interpretacija.** Odnosi se na prezentovanje starorimskog kulturnoistorijskog nasleđa oblasti kroz koje ruta prolazi na razumljiv i zanimljiv način, tako da turisti mogu da uživaju i uče o njemu. Bez interpretacije je teško kreirati nezaboravne doživljaje posetilaca.
- **Održivost.** Zaštita kulturnog nasleđa i njegovo unapređenje, fundamentalne su osnove rute nasleđa kao održivog turističkog proizvoda. Ekonomska održivost, sa druge strane, sa stanovišta nasleđa znači pre svega da turizam obezbeđuje značajna sredstva za konzervaciju. Drugim rečima, održivost je dvosmerna ulica.





## III DEO: VIZIJA, CILJEVI I POZICIONIRANJE RUTE

### 1. VIZIJA

Kreiranje vizije rute je proces koji se razlikuje od procesa razvoja destinacijskog imidža. Iako je činjenica da sama ruta prolazi kroz određene predele koji mogu biti turističke destinacije, i da ruta podrazumeva uživanja u sadržajima koji postoje na i uz tu rutu, sama ruta nije destinacija (iako ima slučajeve da je ona to postala, kao što je npr. Ruta 66 u SAD). Vizija rute se mora uklopiti u viziju Srbije kao turističke destinacije, kao i vizije turističkih područja kroz koje prolazi.

Imajući u vidu prethodno, a na osnovu većeg broja intervjua, *brainstorminga*, kao i radionica sa ključnim stejkholderima, smatamo da se **vizija rute Put rimskih careva, kao željene slike rute za deset godina**, može izraziti kroz sledeću izjavu o viziji:

*Kulturnoistorijska turistička ruta Put rimskih careva predstavlja najvažniju turističku rutu u Srbiji, koja svoj značaj dodatno crpi iz činjenice da je deo većih regionalnih ruta turinga. Kao takva, ona je generator razvoja biznisa i rasta blagostanja stanovništva na celom području. Bogatstvo starorimskog nasleđa, pažljivo ukomponovano i upakovano sa drugim kulturnim proizvodima srpskog turizma na ovom području, i posebno raznovrsnim prirodnim atrakcijama i pitoresknim predelima, daje ovoj ruti dvojak karakter: ona je, sa jedne strane, svojevrsni portal (gateway) ka raznolikim turističkim doživljajima Vojvodine, Beograda i Jugoistočne Srbije, a sa druge strane, ona je snažna identitetska poluga turističke Srbije, kao područja na kome su se rađale, razvijale i gasile različite civilizacije, i čije stanovništvo poštuje i neguje nasleđe starih civilizacija isto koliko i svoje sopstveno.*



---

## 2. CILJEVI RUTE

Ciljevi rute *Put rimskih careva* proizilaze iz vizije. Ciljevi su višestruki, i mogu se klasifikovati kao ekonomski, kulturni, društveni i vezani za okruženje.

**Ekonomski ciljevi.** U ekonomske ciljeve razvoja ove rute možemo ubrojati sledeće:

- privlačenje posetilaca,
- brendiranje i marketing različitih turističkih doživljaja,
- razvoj identiteta područja,
- oživljavanje turističke aktivnosti u područjima kroz koje ruta prolazi,
- predstavljanje destinacija, povezivanje kulture/nasleđa i turizma u cilju ostvarenja prihoda.

**Kulturni ciljevi.** U kulturne ciljeve razvoja rute spadaju:

- povezivanje kulturnih atrakcija,
- interpretacija nasleđa na inovativan način,
- unapređenje fizičkog pristupa nasleđu,
- rast svesnosti lokalnog stanovništva o značaju kulturnoistorijskog nasleđa,
- rast uvažavanja arheologije i konzervacije.

**Društveni ciljevi.** U društvene ciljeve ubrajamo:

- angažovanje lokalnih zajednica,
- poštovanje nasleđa,
- jačanje intelektualne dostupnosti nasleđa,
- razvijanje osećaja povezanosti lokalnih zajednica sa nasleđem koje nije u direktnoj vezi sa nasleđem zajednica.

**Ciljevi vezani za okruženje.** U ove ciljeve spadaju:

- urbano planiranje područja odnosno prostora lokaliteta,
- monitoring,
- upravljanje posetiocima,
- zaštita i konzervacija nasleđa,
- podsticanje održivog razvoja turizma.

### 3. STRATEGIJA POZICIONIRANJA RUTE

#### 3.1. TURISTIČKE FASCINACIJE RUTE

Da bi smo postavili osnove za pozicioniranje rute *Put rimskih careva*, odnosno definisali jedinstveni prodajni predlog rute, razradili smo tabelu u kojoj su date ključne karakteristike rute, ključne fascinacije i interpretativna tema ili naracija (*story*). Ove pregledne tabele nam jasno govore šta su fascinacije pojedinačnih lokaliteta na ruti, kao i koje se teme mogu koristiti za razvoj atraktivnih priča vezanih za same lokalitete i šire područje na kojima se nalaze.

Na osnovu definisanih fascinacijarute, fascinacija lokaliteta, kao i narativnih tema, a imajući uvid u postojeću praksu uspešnih ruta u svetu na osnovu izvedene benčmark analize, bićemo u stanju da odredimo tržišno pozicioniranje rute *Put rimskih careva*.

U daljem tekstu sledi prikaz turističkih fascinacija rute *Put rimskih careva* i pregledna tabela ključnih karakteristika, fascinacija i narativnih tema svakog od lokaliteta ponaosob.

#### Fascinacije rute u celini

- Ključne fascinacije**
- 17 Rimskih imperatora rođeno na tlu Srbije (Samo ih je na području Italije rođeno više)
    - Bogatstvo starorimskog nasleđa
    - Raznolikost lokaliteta
    - Lokalitet Svetske baštine UNESCO-a (Romuliana)
- Dodatne fascinacije**
- Dunavske tvrđave (starorimske i srednjovekovne)
    - Panoramske deonice /panoramski putevi (Đerdapska klisura, Niš-Knjaževac)
    - Vinogorski predeli (Negotin, Knjaževac)
    - Događaji



Lokalitet	Viminacium
Ključne karakteristike	<ul style="list-style-type: none"><li>Početak I veka n.e.</li><li>Glavni grad Gornje Mezije</li><li>Carski grad (Hostilian)</li><li>Carski mauzolej</li><li>Uz Camuntum, jedini veliki rimski logor/naselje nad kojim nije niklo novo - olakšana istraživanja</li></ul>
Fascinacije	<ul style="list-style-type: none"><li>Carski mauzolej</li><li>Najlepše freske kasne antike na celoj teritoriji Rimskog carstva</li><li>Prvom polovinom IV veka tačka seljenja (i zadržavanja) Rima u Konstantinopolj</li></ul>
Narativna tema	<ul style="list-style-type: none"><li>Tajna imperatorove smrti</li><li>Mona Liza kasne antike</li><li>Tranzicija carstva</li><li><i>Viminacium, lumen meum</i></li></ul>

Lokalitet	Trajanova tabla
Ključne karakteristike	<ul style="list-style-type: none"><li>Početak II veka n.e.</li><li>Zapis - svedočanstvo završetka puta uz Dunav</li><li>Jedini pisani dokaz o putu</li><li>Uklesana u visoku i okomitu stenu 1,5 m iznad puta.</li><li>Prilaz Tabli moguć jedino sa vode.</li></ul>
Fascinacije	<ul style="list-style-type: none"><li>Sam put je graditeljski poduhvat</li><li>Tabla sačuvana od potapanja izmeštanjem čitavog kamenog bloka od 300 t na viši nivo 1969. godine (veliki arheološko-konzervatorski poduhvat).</li><li>Gvozdena vrata prvi put probijena putem</li><li>Prva regulacija Dunava - kanal kod Sipa</li></ul>
Narativna tema	<ul style="list-style-type: none"><li>Kako je građen put - jednim delom uklesan u stenu, a onda, nad Dunavom, izgrađen od drvene konstrukcije, podržane drvenim gredama usađenim u rupe uklesane u kamenu</li><li>Pobeda čoveka nad stenjem (kopneni proboj Gvozdenih vrata)</li><li>Uz kanal kod Sipa, simbol pobeđe nad opasnim brzacima Dunava</li><li>Via Trajana</li></ul>



<b>Lokalitet</b>	<b>Diana</b>
<b>Ključne karakteristike</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kraj I veka st.e., kraj I i početak II veka n.e.</li> <li>▪ Logor kohorte - pomoćne vojne jedinice (pešadija, konjica, momarica)</li> <li>▪ Uz logor razvijeno naselje i luka</li> <li>▪ Jedno od najvećih utvrđenja Gornje Mezije</li> </ul>
<b>Fascinacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Strategijski položaj</li> <li>▪ Poslednja uzvodna stanica pred Gvozdenim vratima</li> </ul>
<b>Narativna tema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Odbrana Imperije</li> <li>▪ Pohod na Dačane / sukob civilizacija</li> <li>▪ <i>Statio Cataractum Diana</i> - Rimljani i dunavske katarakte</li> <li>▪ Via Trajana</li> </ul>
<b>Lokalitet</b>	<b>Trajanov most</b>
<b>Ključne karakteristike</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Izgrađen početkom II veka n.e. (103-105 god. AD)</li> <li>▪ Prvi kameni (kameno-drveni) most na Dunavu</li> <li>▪ 1070 metara dužine nad vodom, ukupna dužina 1140 metara</li> <li>▪ Podignut radi konačnog osvajanja Dakije</li> <li>▪ Porušen od strane Rimljana</li> <li>▪ Ostali samo stubovi i ostaci kastela Pontes koji ga je štiti sa desne obale Dunava</li> </ul>
<b>Fascinacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Arhitektonsko i inženjersko (građevinsko) čudo onoga doba, zajedno sa putem i kanalom</li> <li>▪ Verovatno skretanje Dunava radi gradnje</li> <li>▪ Po projektu čuvenog arhitekta Apolodora iz Damaska</li> </ul>
<b>Narativna tema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kako je građen prvi most na Dunavu - verovatna tehnologija gradnje</li> <li>▪ Zašto je građen i zašto srušen</li> <li>▪ Apolodor - poređenje/povezivanje sa drugim njegovim projektima</li> <li>▪ Konačna pobeda nad Dačanima / nestanak jedne civilizacije</li> </ul>



Lokalitet	Vrelo Šarkamen
Ključne karakteristike	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Nedovršena carska rezidencija</li><li>▪ Kraj III početak IV veka n.e.</li><li>▪ Podigao ga Maksimin Daja</li><li>▪ Mauzolej carice majke</li></ul>
Fascinacije	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mauzolej carice majke</li><li>▪ Set carskog zlatnog nakita</li><li>▪ Monumentalna porfima statua sa predstavom cara (u prirodnoj veličini) kako sedi na prestolu (pronađeni fragmenti)</li></ul>
Narativna tema	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Simbolika monumentalne porfime statue</li><li>▪ Galerije i Daja</li><li>▪ Zašto je prekinuta gradnja rezidencije?</li></ul>

Lokalitet	Timacum Minus
Ključne karakteristike	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ jedno od najzanimljivijih antičkih utvrdjenja u unutrašnjosti Limesa, u okviru koga je bila smeštena najpre (I-II vek) kohorta I Thracum Syriaca, i kasnije, u III veku, II Aurelia Dardanorum</li></ul>
Fascinacije	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Rudarsko-metalurški centar</li><li>▪ Nastavak dunavskog limesa dolinom Timoka</li><li>▪ Jedan od najznačajnijih vojnih logora i prvo vojno utvrđenje u tom delu unutrašnjosti Limesa</li><li>▪ Etno-arheo park i lapidarijum</li></ul>
Narativna tema	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uloga i organizacija rimske vojske, kao i način života legionara</li><li>▪ Rimljani i vino</li><li>▪ Epigrafika rimskih stećaka</li><li>▪ Rimski veterani</li></ul>





**Lokalitet Felix Romuliana**

- Ključne karakteristike*
- Kraj III početak IV veka n.e.
  - Carska rezidencija
  - Najočuvaniji arheološki mozaici - vrh tadašnje evropske umetnosti
  - Sakralni kompleks na Maguri
  - Na listi Svetske baštine UNESCO-a

- Fascinacije*
- Najočuvaniji primer Rimske dvorske provincijske arhitekture
  - Magura i poslednja apoteoza (divinizacija) u Rimskom carstvu
  - Mozaici
  - Rodno mesto imperatora Galerija

- Narativna tema*
- Gamzigrad, mesto rođenja Galerija: dečak koji gaji stoku stiže do titule imperatora
  - Apoteoza
  - Tajna 99 zlatnika
  - Od proganjanja hrišćana do pokušaja pomirenja (Edikt o toleranciji)

**Lokalitet Naissus/Mediana**

- Ključne karakteristike*
- Mediana (IV vek n.e.) - bogato predgrađe Naissusa
  - Podni mozaici
  - Naissus - rodno mesto Konstantina Velikog
  - Ostaci rimskih termi na ulazu u Nišku tvrđavu

- Fascinacije*
- Luksuzna rezidencija sa organizovanom ekonomijom
  - Mozaici u Mediani
  - Terme unutar Niške tvrđave

- Narativna tema*
- Konstantin Veliki - prekid progona hrišćana
  - Prvi hrišćanski imperator Starog Rima
  - Bitka kod Naissusa/pobeda nad Gotima septembra 268. godine
  - Uništenje grada od strane Huna (na temu tog masakra se za neke segmente tržišta može praviti poređenje sa Čele kulom.)



### 3.2. POZICIONIRANJE RUTE

Na osnovu prepoznatih fascinacija i kreiranih narativnih tema datih u prethodnim tabelama, neophodno je odrediti tržišno pozicioniranje rute. U tom smislu, imajući u vidu da od početka koristimo naziv *Put rimskih careva*, jasno je da je osnova pozicioniranja vezana upravo za tu jedinstvenost prostora Srbije, da je tu, pretpostavlja se po osnovu različitih izvora, rođeno 17 rimskih imperatora. Polazeći i od toga da ruta *Put rimskih careva* obuhvata i lokalitete koji nisu zadati projektnim zadatkom ovog master plana, kao i potrebe da se privuče širi krug korisnika/posetilaca, smatramo da se ruta pozicionira na sledeći način:

*Put rimskih careva u Srbiji se pozicionira kao turing proizvod visoke vrednosti, koji na osnovama starorimskog, objedinjava materijalno i nematerijalno kulturno nasleđe, kao i prirodne fascinacije Dunava, Srema i Istočne Srbije. To je put koji povezuje lokacije u Srbiji na kojima su rođeni i/ili živeli Rimski imperatori. To je **PUT KROZ ZEMLJU RIMSKIH IMPERATORA.***

## IV DEO: PLAN KONKURENTNOSTI

### 1. KONTEKST KONKURENTNOSTI RUTE

Pre nego što definišemo ključne programe razvoja konkurentnosti rute *Put rimskih careva*, moramo da skrenemo pažnju na širi kontekst ove konkurentnosti. Naime, ruta prolazi kroz tri klastera definisana Master planom turizma Srbije, uključujući na svom putu različite destinacije. Uspešnost turističkog biznisa i razvoj lanca vrednosti u ovim klasterima i destinacijama determinisani su razvojem konkurentnosti Srbije kao turističke destinacije, njenih klastera i samih destinacija. Da potsetimo, u Master planu razvoja turizma Republike Srbije, na osnovama Porterovog dijamanta konkurentnosti, definisani su programi konkurentnosti:

Područje	Program
Turističke kompanije i dobavljači	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pобољшanje i razvoj sistema smeštaja</li> </ul>
Uslovi tražnje	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turistički sistem kvaliteta</li> <li>▪ Razvoj turističkog informativnog sistema: biroi, brošure, imidž, pozicioniranje, itd.</li> </ul>
Sektor podrške/ponude	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Destinacijski menadžment i implementacija (saradnja, dogovori, itd.)</li> <li>▪ Razvoj dodatne turističke ponude (trgovina, gastronomija, ugostiteljstvo, aktivnosti, putničke agencije, itd.)</li> </ul>
Faktori proizvodnje	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dostupnost i pristup (vazduh, kopno, voda)</li> <li>▪ Pобољшanje javnih usluga (elektro i vodosnabdevanje, otpadne vode, smeće, recikliranje)</li> <li>▪ Drumske informacije i sistem označavanja</li> <li>▪ Planovi poboljšanja i održavanja reka i jezera</li> <li>▪ Gradski/opštinski planovi koji se odnose na: okolinu, urbanu estetiku, kulturno i prirodno nasleđe, atrakcije, opremu, itd.</li> <li>▪ Programi edukacije i usavršavanja</li> <li>▪ Razvoj malog i srednjeg preduzetništva u turizmu</li> <li>▪ Sistem olakšica i podsticaja za razvoj (kamatne stope, subvencije, naknade, itd.)</li> <li>▪ Kreiranje razvojne agencije za turizam</li> </ul>

Imajući u vidu ove programe konkurentnosti predviđene na nivou države, potom programe konkurentnosti definisane u Master planu Donjeg Podunavlja kao područja kroz koje jednim delom ruta prolazi, kao i programe konkurentnosti Master plana područja Stiga-Beljanice-Kučajskih planina (u delu koji se tiče



područja opštine Požarevac, jer tangiraju Viminacium), u narednoj glav dajemo programe konkurentnosti koji dominantno određuju efikasnost izgradnje lanca vrednosti i korišćenja kulturnih i prirodnih resursa vezanih za rutu.

## 2. PROGRAMI KONKURENTNOSTI RUTE *PUT RIMSKIH CAREVA*

### Programi konkurentnosti

**Opis** Kulturnoistorijski značaj svih lokaliteta na ruti je nesumljiv, i oni stoga imaju dovoljno atraktivnosti za pojedine specijalizovane segmente, kao što su oni vezani za arheološke ture ili istorijske ture. Međutim, uprkos tome, postojeća atraktivnost rute nije dovoljna da privuče značajniji broj uobičajenih turista, takođe zainteresovanih za kulturu i istoriju, ali koji nisu primarno time motivisani. Stoga je neophodno kroz dodatne sadržaje unaprediti sistem doživljaja rute. Programi su vezani za infrastrukturu (opštu, putnu i turističku), turističku suprastrukturu, kao i sistem interpretacije rute i lokaliteta.

- Ciljevi i očekivani rezultati**
- Razvoj sistema doživljaja atraktivnih širem krugu korisnika
  - Poboljšanje dostupnosti lokaliteta
  - Povećanje broja posetilaca
  - Stvaranje zaštitnih zona i kontrolisano kretanje posetioca

### Naziv programa: **Zaštita i konzervacija lokaliteta**

Ovo je, kada je u pitanju kulturnoistorijsko nasleđe, ključni program konkurentnosti. Omogućavanje posete lokalitetima od strane sadašnjih i budućih generacija, podrazumeva zaštitu i očuvanje ovih resursa, što je jedna od premisi održivog razvoja, a istovremeno garantuje očuvanje atraktivnosti lokaliteta. Troškovi zaštite i konzervacije variraju od lokaliteta do lokaliteta, posebno ako se tome dodaju i neophodna dalja ili dodatna arheološka istraživanja. Ovaj proces istraživanja, konzervacije i zaštite treba da teče paralelno sa turističkim korišćenjem, što nikako ne znači da treba čekati da se sve istraži, pa tek onda dovesti posetioce. Posetioce treba privući brzo, posebno jer turistička valorizacija podrazumeva obezbeđivanje dodatnih finansijskih sredstava pre svega za ove aktivnosti.

Nivo prioriteta			Nivo troška		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

**Naziv programa: Razvoj/ unapređenje postojećih atrakcija**

Postojeće ključne atrakcije rute mogu privući specifični segment arheološkog turizma. Radi se o tržišnoj niši u kojoj raste broj potencijalnih posetilaca, ali je ona jako mali segment tržišta. Da bi se privukao širi krug posetilaca, odnosno povećala baza potencijalnih gostiju, neophodno je unaprediti atraktivnost, funkcionalnost i interpretaciju lokaliteta. Ovo podrazumeva nekoliko aktivnosti: (a) pokrivanje određenih nalaza radi lakšeg pristupa nezavisno od vremenskih prilika (b) izgradnju centara za posetioce sa interpretativnim centrima (Viminacium, Romuliana i Mediana), (c) izgradnju/postavljanje manjih info-centara (na lokalitetima Trajanova tabla, Diana, Trajanov most, Vratna), (d) postavljanje interpretacionog centra unutar Arheološkog muzeja u Kladovu, (e) dodavanje novih sadržaja (hipodrom i amfiteatar u Viminaciumu, starorimski mozaik kod Romuliane, laserski hologram kod Trajanovog mosta) (f) urbano opremanje (klupe, rasveta, korpe itd.), hortikulturalno uređenje i ograđivanje).

Nivo prioriteta			Nivo troška		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

**Naziv programa: Razvoj ponude suvenira vezanih za starorimsko nasleđe**

Ovaj program podrazumeva da se po određenim temama i prema poznatim artefaktima starorimskog nasleđa u Srbiji izrađuju odgovarajući suveniri. Prema određenim, unapred razrađenim kriterijumima, bile bi odobravane aplikacije proizvođača suvenira čiji bi proizvodi bili sertifikovani od strane organizacije koja upravlja rutom, ili možda od strane Ministarstva kulture, u kojem slučaju bi Ministarstvo davalo sertifikate i za druge tipove suvenira vezanih za kulturno nasleđe u Srbiji. Bez obzira koji se model prihvati, suština je da sertifikacija, koja onda dozvoljava zaračunavanje viših cena, ima trojaku ulogu: (1) ona daje sigurnost kupcu da suvenir autentično predstavlja ili simbolizuje originalni predmet, (2) ona daje legitimitet proizvođaču (i prodavcu) suvenira i predstavlja podršku u prodaji, i (3) ona garantuje da će određeni deo prihoda od prodaje biti upotrebljen u svrhu održavanja lokaliteta, a za mnoge turiste saznanje da se deo njihovog novca koristi za zaštitu lokaliteta, deluje kao dodatni stimulans za kupovinu suvenira.

Nivo prioriteta			Nivo troška		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok



### Naziv programa: Unapređenje restoraterske ponude

Ovaj program podrazumeva dve grupe aktivnosti. Prva grupa se odnosi na obogaćivanje gastronomske ponude restorana u smislu raznovrsnosti menija uvođenjem tradicionalnih jela odnosno jela pripremanih na tradicionalni način. Druga aktivnost se odnosi na uvođenje nekih starorimskih recepata u menije pre svega onih restorana koji žele da participiraju u sistemu doživljaja rute, odnosno budu deo paketa ponude rute.

Nivo prioriteta			Nivo troška		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

### Naziv programa: Uređenje panoramskih puteva

Važnost panoramskih deonica rute *Putevi rimskih careva* je od izuzetnog značaja zbog potrebe "pakovanja" ovog proizvoda ne bi li bio privlačan širem krugu uobičajenih turista koji nisu primarno motivisani posetom arheološkim lokalitetima. Ovde posebno izdvajamo dve deonice/panoramska puta: Đerdapsku magistralu (gde je neophodno, pre svega i ne samo zbog ove rute, izmeštanje teškog teretnog saobraćaja na druge pravce) i put Niš-Knjaževac. Aktivnosti ovog programa konkurentnosti se odnose na izgradnju/uređenje panoramskih stajališta i odmorišta na lokacijama koje pružaju mogućnost za panoramsko i/ili ambijentalno uživanje u pogledu i prostoru. na tim mestima treba izgraditi odgovarajuće sadržaje za odmor (ali ne na način da ometaju pogled), a tamo gde je potrebno i ograde radi bezbednosti posmatrača/turista (npr. u Đerdapskoj klisuri). Takođe, na istim mestima treba postaviti interpretativne panele vezane za rutu (na području Đerdapa sa objašnjenjem položaja i uloge starorimskih logora, naselja i sl. koji nisu u programu rute odnosno koji su nestali potapanjem). Takođe, treba da postoje i dodatni panoi za interpretaciju tog mesta odnosno onoga što se odatle može videti.

**Napomena:** i panoramski putevi zahtevaju interpretaciju i osvežavanje iste svakih 2-5 godina! Interpretativni paneli u prvoj fazi i brošurice koje se tokom vremena trebaju razviti mogu imati različite teme: Istorija prostora i prva naselja, važne ličnosti, vodič po godišnjim dobima, biljni i životinjski svet itd. U kontekstu rute *Putevi rimskih careva*, tema je logično vezana za pitanja starorimskih naselja, legija, careva, načina života itd.

Nivo prioriteta			Nivo troška		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

### Naziv programa: **Unapređenje ponude smeštaja**

Programi konkurentnosti u ovom segmentu su predmet pre svega destinacijskih planova konkurentnosti. U master planovima područja Donjeg Podunavlja i Stiga-Beljanice-Kučajskih planina dati su relevantni programi koji se tiču i ove rute. Za ostala područja kroz koje ruta prolazi ovi programi moraju biti posmatrani u tom širem, destinacijskom kontekstu, vezano za neophodne master planove Beograda i Niša, kao i prostora koje obuhvataju opštine Zaječar i Knjaževac.

### Naziv programa: **Interpretacija**

**Opis** Interpretacija označava sveukupno delovanje, razmišljanje, istraživanje i kreativnost stumilisanu lokalitetom kulturne baštine. Iako profesionalci i stručnjaci imaju važnu ulogu u tom procesu, input i učešće posetilaca, lokalnih i povezanih zajednica, kao i drugih zainteresovanih igrača, može biti ključno za konverziju inače statičnog lokaliteta kulturnog nasleđa od statičnog spomenika, u prostor učenja, razumevanja prošlosti i sveukupnog doživljaja posetilaca, ali i konverziju u potencijalan generator održivog razvoja područja. Ključna načela koja upućuju/podrazumevaju interpretaciju baštine su sledeća:

- Efektivni programi interpretacije treba da poboljšaju doživljaj posetioca, poboljšaju javni odnos i razumevanje značaja lokaliteta i prenesu važnost konzervacije.
- Programi interpretacije treba da dozvole i ohrabre asocirane zajednice, posetioce i druge zainteresovane da učestvuju u procesu.
- Programi interpretacije treba da budu razvijani posebno za različite segmente posetioca, koji mogu varirati u odnosu na demografske, rasne i kulturne razlike, kao i fizičke i intelektualne sposobnosti.
- Programi interpretacije u osnovi moraju da budu zasnovani na autentičnim faktima, prikupljenim putem odgovarajućih metoda istraživanja.
- Programi interpretacije treba da dočaraju višestruki značaj lokaliteta - istorijski, arheološki, umetnički, politički, duhovni, socijalni i dr.
- Programi interpretacije treba da uvažavaju i istaknu odlike doprinosa svih doba/era i svih asociranih zajednica za značaj lokaliteta.
- Neopipljivo nasleđe lokaliteta treba da bude uključeno u programe interpretacije kroz aktivno učešće lokalne zajednice.
- Programi interpretacije treba da imaju za cilj pravičan ekonomski, socijalni i kulturni doprinos lokalnoj zajednici na svim nivoima.

Svaki program interpretacije treba posmatrati kao obrazovni resurs i njegova izrada plana treba da uzme u obzir njegovu upotrebu u drugim obrazovnim aktivnostima.



Ranije u tekstu smo dali analizu postojećeg sistema interpretacije lokaliteta i rute, uz konstataciju da interpretacije rute i nema jer ona kao takva nije ni oformljena. Ovde želimo da naglasimo da je interpretacija ključni aspekt razvoja sistema nezaboravnih iskustava/doživljaja kulturnoistorijskog nasleđa, odnosno rute i lokaliteta na njoj. Dakle, ne treba zaboraviti da interpretacija:

- Stimuliše i provocira radoznalost i interesovanje
- Uvećava znanje i objašnjava kontekst i značaj
- Stimuliše interakciju i radoznalost, pruža zabavu
- Gradi odnos sa svakodnevnim doživljajima
- Objasnjava celinu, a ne delove
- Podstiče nezaboravne doživljaje
- Pruža dobar PR za organizaciju koja organizuje interpretaciju
- Orijeutiše posetioce i utiče na njihovo ponašanje
- Unapređuje lokalni razvoj

Da bi se posetiocima pružio nezaboravni doživljaj, neophodno je izlaganje koje privlači pažnju. Neki lokaliteti na ruti *Putevi rimskih careva* su bogatije izvornim materijalom, posedujući značajnije nalaze, arhitektonsko bogatstvo, jedinstveni istorijski značaj ili vezu sa istorijski više poznatom ličnošću. Druge ne poseduju ovakvu "aktivu", te moraju izgraditi naraciju koja će koristiti kreativne asocijacije i druga sredstva i predmete u cilju kreiranja identiteta lokaliteta i razvoja doživljaja.

Rute koje stimulišu posetioce ne samo na uključenost/utapanje, već i na aktivno učestvovanje daju bolje efekte, te stoga u izradi plana interpretacije treba o tome jako voditi računa. To znači da razmišljanja i čula treba da budu pojačana upotrebom stimulativnog izražavanja i različitih tehnika kojima se jačaju emocije i pozitivne reakcije.

**Važna napomena: Sistem interpretacije zahteva redovnu evaluaciju i osvežavanje/ promenu svakih 2-5 godina! U protivnom, tokom vremena, za većinu posetilaca postaće nešto „već viđeno“!**

---

Ciljevi i  
očekivani  
rezultati

- unapređenje doživljaja lokaliteta i rute,
  - jačanje uvažavanja izučavanja, zaštite i konzervacije spomenika kulture
  - dobjanje dodatnog izvora sredstava za upravljanje/održavanje/zaštitu lokaliteta i rute
  - jačanje identiteta lokalnih zajednica
  - jačanje identiteta srpskog turističkog brenda
-



## Akcioni plan

**Aktivnost 1** **Razvoj sistema edukacije i treninga u oblasti interpretacije.** Ova aktivnost podrazumeva sledeće:▪ Organizovanje kurseva putem dovođenja inostranih trenera (u Srbiji nema kvalifikovanih osoba za ovu vrstu aktivnosti)▪ Prvi ciklus podrazumeva obuku po sistemu treniraj trenere.▪ Oni koji prođu prvi ciklus, u obavezi su da se po utvrđenom programu pojave kao predavači u drugim ciklusima▪ Tokom vremena će se iz korpusa treniranih interpretatora izabrati grupa koju će činiti redovni interpretatori-predavači/treneri. Istovremeno, tokom vremena, na nekom od univerziteta u Srbiji koji se bave pitanjima arheoloških istraživanja, a takođe i muzeologije, moguće je uvođenje akademskih kurseva iz ove oblasti.



Kursevi interpretacije (John Veverka & Associates)

Nivo prioriteta			Nivo troška		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

**Aktivnost 2** **Razvoj/izgradnja interpretativnih centara.** Planirani centar za posetioce u Gamzigradu i Istraživačko-turistički centar u Viminaciumu moraju dobiti formu interpretacionih centara. Isto važi i za Arheološki muzej u Kladovu, gde postavke treba da budu deo šireg sistema interpretacije. Razvoj/izgradnja interpretativnih centara. Planirani centar za posetioce u Gamzigradu i Istraživačko-turistički centar u Viminaciumu moraju dobiti formu interpretacionih centara. Isto važi i za Arheološki muzej u Kladovu, gde postavke treba da budu deo šireg sistema interpretacije. Interpretacioni centri moraju posedovati formu interaktivnosti. Interpretacioni centri moraju posedovati formu interaktivnosti. Svaki interpretacioni centar mora postaviti interpretaciju lokaliteta u kontekst interpretacije cele rute i time podsticati posetioce da posete i druge lokalitete.



Interpretacioni centri su deo šireg unapređenja atraktivnosti i sistema doživljaja lokaliteta i rute, te će nivo prioriteta i troška vezan za njih biti prikazan i u okviru upravo programa unapređenja atraktivnosti, kao deo ukupnog troška/prioriteta.

Ključno je, stoga, da se oni oforme.



Interpretacioni centar Paris Story, Pariz



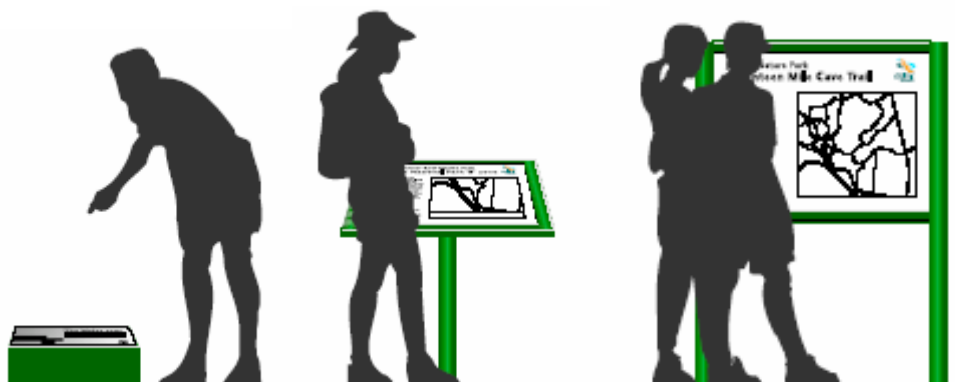
Centar za interpretaciju nasleđa, Briec-Comte-Robert, Francuska

Nivo prioriteta			Nivo troška		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

### Aktivnost 3

#### **Izrada i postavljanje interpretativnih panela/panoa na lokalitetima.**

Svaki lokalitet treba da ima osnovni (uvodni) interpretativni pano koji objašnjava lokalitet generalno i stavlja ga u kontekst rute. Bitno je da panoi imaju više slike nego reči. Dalje, potrebno je da postoje panoi koji interpretiraju delove lokaliteta. Moraju, između ostalog, dočarati pun izgled građevina i/ili celog prostora lokaliteta iz doba starorimskog carstva. Pojedini elementi (poput, npr. sistema grejanja građevina) mogu biti posebno objašnjeni panoima. Bitno je da se na većim lokalitetima panoi mogu postaviti tako da vode posetioca kroz priču, misteriju, zagonetku i dr. Svi ključni panoi moraju imati jedinstveni znak/logo rute (uz znak samog lokaliteta). Panoe treba postaviti i duž rute na lokacijama koje su relativno blizu onih starorimskih lokaliteta koji nisu dostupni iz bilo kojih razloga, jasno upućujući na njihov položaj, značaj i funkcije. U suštini, treba ih postaviti na panoramskim stajalištima i moguće odmorištima.



Tri osnovna tipa spoljnih interpretativnih panela

Nivo prioriteta			Nivo troška		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

**Aktivnost 4 Označavanje rute.** Iako se može smatrati i turističkom infrastrukturom, označavanje rute je deo sistema interpretacije. Na svim saobraćajnicama koje prilaze ruti Putevi rimskih careva, pre svega autoput na Koridoru X pre skretanja za Sremsku Mitrovicu, Beograd, Požarevac i Niš, treba da stoji turistička signalizacija sa jasnim logom i nazivom rute, na prepoznatljivoj odavno prihvaćenoj smeđoj podlozi. Duž same rute neophodne su oznake koje najavljuju prilaženje i vode ka lokalitetima, a na samom lokalitetu treba da je na samom prilazu glavna oznaka sa logom rute, nazivom lokaliteta i kratkim osnovnim podacima. Na samom putu/ruti, kao što je već rečeno, treba da stoje oznake (panoi) koji upućuju na "izgubljene" i nedostupne starorimske lokalitete.



Oznaka na Romantičnom putu u Nemačkoj



Oznaka na Transalpskoj ruti



Nivo prioriteta			Nivo troška		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

**Aktivnost 5 Razvoj događaja.** Iako se događaji mogu posmatrati kao posebna aktivnost, u nekim slučajevima i kao poseban turistički proizvod, ovde o njima govorimo kao o delu sistema interpretacije. Događaji imaju u ovom kontekstu višestruku svrhu. *Prvo*, treba da doprinesu interpretaciji načina života u starorimsko doba. *Drugo*, treba da doprinesu kvalitetu doživljaja nasleđa. *Treće*, treba da deluju kao faktor privlačenja tražnje. I *četvrto*, treba da doprinesu edukaciji mladih. Istovremeno, događaji povećavaju atraktivnost lokaliteta.

Kada govorimo o događajima, ovde dajemo samo neke predloge, bez namere da dublje elaboriramo, niti prejudiciramo karakter i raspored događaja:

- Konjske trke / Trke dvokolica (Viminacium)
- Dani rimske drame (Romuliana)
- Dečji istraživački kampovi (Diana)
- Starorimski festival (Viminacium, Naissus/Mediana) i dr.



Dečji letnji rimski kamp u Karnuntumu, Austrija



Rimski festival u Karnuntumu



Rimski festival u Jorku, V. Britanija



Jazz à Vienne festival, Rhône-Alpes, Francuska

Nivo prioriteta			Nivo troška		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

Internet [www.interpretationaustralia.asn.au](http://www.interpretationaustralia.asn.au) [www.paris-story.com](http://www.paris-story.com)  
[www.heritageinterpretation.org.uk](http://www.heritageinterpretation.org.uk) [www.mcq.org/en/cipr/index.html](http://www.mcq.org/en/cipr/index.html)  
[www.interpcan.ca](http://www.interpcan.ca) [www.icomos.org/docs/guidelines\\_for\\_education.html](http://www.icomos.org/docs/guidelines_for_education.html)  
[www.interpretsotland.org.uk](http://www.interpretsotland.org.uk) [www.heritageinterp.com/interpre.htm](http://www.heritageinterp.com/interpre.htm)  
[www.interprnet.com](http://www.interprnet.com) [www.environment.gov.au/parks/publications/best-](http://www.environment.gov.au/parks/publications/best-)

---

<a href="http://www.scotinterpnet.org.uk">www.scotinterpnet.org.uk</a>	<a href="http://practice/interpretation/literature.html">practice/interpretation/literature.html</a>
<a href="http://www.snh.org.uk">www.snh.org.uk</a>	<a href="http://heritage.umd.edu/CHRSWeb/NPS/NPSTraining.htm">heritage.umd.edu/CHRSWeb/NPS/NPSTraining.htm</a>
<a href="http://www.interpret-europe.net/">http://www.interpret-europe.net/</a>	<a href="http://www.interpcan.ca/new/index.php?module=pagemaster&amp;PAGE_user_op=view_page&amp;PAGE_id=7&amp;MMN_position=7:7">www.interpcan.ca/new/index.php?module=pagemaster&amp;PAGE_user_op=view_page&amp;PAGE_id=7&amp;MMN_position=7:7</a>
<a href="http://clever.net/quinion/sibh/">http://clever.net/quinion/sibh/</a>	
<a href="http://www.carnuntum.co.at/">www.carnuntum.co.at/</a>	

---

Na kraju, ne treba izgubiti iz vida dobre i loše strane pojedinih interpretativnih medija, a ove su date u prikazu koji sledi.

### Prednosti i nedostaci uobičajenih interpretativnih medija

Mediji	Prednosti	Nedostaci
Grafički paneli	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nadzor nije potreban</li> <li>Doseže širu publiku</li> <li>Jednostavno održavanje</li> <li>Publici laki za "korišćenje"</li> <li>Mogu kombinovati teks i slike</li> <li>Mogu pomoći u orijentaciji posetilaca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bivaju sveprisutni i ljudi mogu početi da ih ignorišu</li> <li>Mogu imati negativan uticaj na okolni prostor</li> <li>Mogu biti podložni vandalizmu</li> </ul>
Vođene šetnje	<ul style="list-style-type: none"> <li>Veoma efektivna forma interpretacije</li> <li>Fleksibilnost</li> <li>Može da prezentuje celu priču</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Doseže malu publiku</li> <li>Zahteva dobar marketing i organizaciju</li> </ul>
Publikacije	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mogu da se koriste na i van lokaliteta</li> <li>Mogu da sadrže više detalja nego paneli</li> <li>Mogu pomoći u orijentaciji posetilaca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zahtevaju efektivnu distribuciju</li> <li>Mogu zahtevati redovni reprint</li> <li>Mogu biti bacani kao otpaci</li> </ul>
Audio ture	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mogu biti višejezične</li> <li>Mogu koristiti poruke da ispričaju priču</li> <li>Potencijal za kreativnu karakterizaciju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Izoluje korisnike jedne od drugih</li> <li>Relativno skupe</li> <li>Važni operativni zahtevi poput iznajmljivanja slušalica</li> </ul>
Kompjuterski interaktivni	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podstiče interakciju</li> <li>"Moderan" izgled</li> <li>Kreativna kombinacija slika, teksta i zvuka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Skupi za programiranje, instaliranje i održavanje</li> <li>Tehnologija brzo zastareva</li> </ul>
Centri za posetioce	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uvode kompleksnu priču</li> <li>Mogu biti važna atrakcija</li> <li>Doseže širu publiku</li> <li>Može sadržati širok raspon medija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Veoma skupa izgradnja i vođenje</li> <li>Velika konkurencija</li> <li>Zahteva visoko profesionalan menadžment</li> </ul>

Izvor: <http://www.snh.org.uk/ww0/Interpretation/default.html>





## V DEO: KLJUČNI PROJEKTI

U planu konkurentnosti naveli smo i objasnili različite programe koji treba da doprinesu boljem, efektivnijem i efikasnijem iskorišćenju atrakcija. Neki od programa, poput *Unapređenja ponude smeštaja* su, obavezno, deo master planova širih destinacija odnosno turističkih regija i tako su ili tretirani u nedavno urađenim master planovima, ili bi tek trebali biti predmet novih master planova (npr. Beograda i Niša), pa stoga nisu predmet ovog master plana. Ti su programi dominantno vezani za podršku privatnom sektoru, kao što je i program unapređenja restoraterske ponude.

S druge strane, priroda atrakcija na ruti *Put rimskih careva*, koja diktira brigu o lokalitetima kao redovnu aktivnost odgovarajućih državnih institucija, uzrokuje determinisanost prirode investicija u ključne projekte vezane za ovaj turistički proizvod. Te investicije moraju biti javne.

Naravno, inicijative privatnog sektora logično će se nadovezati na ove projekte. To mogu biti novi objekti smeštaja i ishrane, delimična transformacija, ili diversifikacija biznisa obližnjih banja, usluge komercijalnog destinacijskog menadžmenta, usluge interpretativnog vodiča, zanatsvo i proizvodnja suvenira i drugo.

Ovde dajemo strukturu ključnih investicija po lokalitetima, sa grubom procenom vrednosti investicije i okvirnim rasporedom početka investicija po određenim vremenskim periodima. Sama periodizacija odražava procenu realnih mogućnosti za investiranje u ovom segmentu sektora kulture, uz napomenu da je moguće da se početak nekih aktivnosti datih ovde pomeri u jednom ili drugom smeru, u zavisnosti od raspoloživosti pre svega materijalnih, a onda i ljudskih resursa.



<b>Viminacium</b>	<b>Iznos €</b>	<b>Period okvirnog početka radova</b>
<b>Izgradnja centra za posetioce i istraživače (sa interpretacionim centrom) koji će omogućiti posetiocima da se podrobnije upoznaju sa značajem samog lokaliteta i rutom uopšte kroz podrobnije upoznavanje sa perspektivama, kroz prikazivanje informativnih filmova, kroz interpretaciju rute od strane osoblja i sl.</b>	2.000.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Izgradnja hipodroma gde će posetiocima biti omogućeno da dožive uzbuđenje konjskih trka, trka rimskih dvokolica, kao i mogućnost jahanja konja ili vožnje dvokolica</b>	1.200.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Izgradnja amfiteatra u cilju organizovanja različitih događaja (138x125m)</b>	800.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Prokopavanje kanala širine 40m, dubine 8m i dužine 1km od Dunava do lokaliteta, kojim bi bio omogućen bilo pristup brodovima, bilo prevoz putnika od brodova na Dunavu do lokaliteta replikom rimske galijske ili nekim drugim brodom</b>	n/p (nema procene)	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Hortikulturalno uređenje</b>	6.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Urbana galanterija/mobilijar</b>	10.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Trajanova tabla</b>	<b>Iznos €</b>	<b>Period okvirnog početka radova</b>
<b>Struja, voda, kanalizacija</b>	5.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Izgradnja parkinga (makadam, rizla, sitni kamen) 300m<sup>2</sup></b>	2.500	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Izgradnja info-centra (biletarnica/info centar/čuvarska kućica/wc)</b>	12.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Izrada kamenih stepenica do Trajanove table 100m</b>	30.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Postavljanje panoramskog lifta za razgledanje Table</b>	50.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Postavljanje betonske platforme za posetioce za razgledanje Table 40m<sup>2</sup></b>	10.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Hortikulturalno uređenje lokaliteta</b>	6.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Izrada i postavljanje ograde</b>	n/p	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Urbana galanterija/mobilijar</b>	5.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Diana</b>	<b>Iznos €</b>	<b>Period okvirnog početka radova</b>
<b>Izgradnja parkinga (makadam, rizla, sitni kamen) 300m<sup>2</sup></b>	2.500	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Izgradnja info-centra (biletarnica/info-centar/čuvarska kućica/wc)</b>	12.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Prilazni put za vozila 100m i staza za posetioce (makadam, rizla, sitni kamen) 300m</b>	12.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Hortikulturalno uređenje lokaliteta</b>	7.500	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Izrada i postavljanje ograde</b>	n/p	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Urbana galanterija/mobilijar</b>	20.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Arheološki muzej u Kladovu</b>	<b>Iznos €</b>	<b>Period okvirnog početka radova</b>
<b>Postavljanje i opremanje manjeg interpretacionog centra u okviru Muzeja</b>	10.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle



Trajanov most		Iznos €	Period okvirnog početka radova
Struja, voda, kanalizacija		5.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Izgradnja parkinga (makadam, ríza, sitni kamen) 300m <sup>2</sup>		2.500	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Prilazni put za vozila 800m i staza za posetioce (makadam, ríza, sitni kamen) 200m		36.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Izgradnja info-centra (bielarnica/inb-centar/čuvarska kućica/lvc)		12.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Urbana galanterija/mobilijar		20.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Laserski hologram - 3D prikaz nekadašnjeg izgleda mosta - preko Dunava		40.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Hortikulturalno uređenje lokaliteta		7.500	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Vrelo Šarkamen</b>		<b>Iznos €</b>	<b>Period okvirnog početka radova</b>
Prilazni asfaltni put		n/p	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Romuliana</b>		<b>Iznos €</b>	<b>Period okvirnog početka radova</b>
Proširenje raskrsnice na skretanju ka lokalitetu sa puta Zaječar - Paraćin: postojeća raskrsnica ne omogućava bezbedno skretanje autobusa iz smera Paraćina.		150.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Proširenje prilaznog puta od raskrsnice sa puta Paraćin-Zaječar do lokaliteta u dužini od 1,8km radi omogućavanja mimolaženja automobila i autobusa.		485.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Izgradnja Centra za posetioce sa interpretacionim centrom		1.500.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Izgradnja starorimskog lavirinta za igru i edukaciju		n/p	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Izgradnja mini tehnološkog parka (tehnologija Starih Rimljana)		n/p	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Urbana galanterija/mobilijar		5.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Hortikulturalno uređenje lokaliteta		7.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Timacum Minus</b>		<b>Iznos €</b>	<b>Period okvirnog početka radova</b>
Prilazni put za vozila 300m i staza za posetioce 600 m (makadam, ríza, sitni kamen)		27.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Dovod struje (podzemni električni kabl za rasvetu)		1.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Postavljanje rasvete		5.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Info-centar u Etno parku u Ravni (dislocirana stara kuća sa Stare planine)		n/p	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
<b>Mediana</b>		<b>Iznos €</b>	<b>Period okvirnog početka radova</b>
Kanalizacija, voda, struja		Grad Niš	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Prilazni automobilski i pešački put (60m), parking i plato		137.500	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Izgradnja info-centra (bielarnica/inb-centar/čuvarska kućica/prodavnica-suvenirnica, wc)		540.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Metalna ograda 50m i kapija 2, 10m		40.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Izgradnja interpretacionog centra u formi simbolizovane Konstantinove kapije iz Rima		1.000.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Projekat i izgradnja rekonstrukcije dela vile sa peristilom		400.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Zaštitna konstrukcija nad delom mozaika		8.500	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Urbana galanterija/mobilijar		50.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Izrada i postavljanje ograde sa kapijom 50m		40.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle
Hortikulturalno uređenje lokaliteta		8.000	2008-2011   2012-2014   2015-2017   2018   posle



# VI DEO: PLAN MARKETINGA

---

## 1. BRENDING

Formiranje brenda spada u red najvažnijih odluka u domenu strategije proizvoda. To je metod kreiranja specifičnog identiteta proizvoda, gde se uz pomoć imena, dizajna, znaka, simbola ili njihove kombinacije, a na bazi diferenciranja u odnosu na druge, konkurentske proizvode, nastoji postići dvostruki efekat: prvo, brend posetiocima daje određeno obećanje u pogledu kvaliteta usluga i bogatstva doživljaja, i drugo, doprinosi jačanju uspomena na ta iskustva nakon što turista konzumira turistički proizvod.

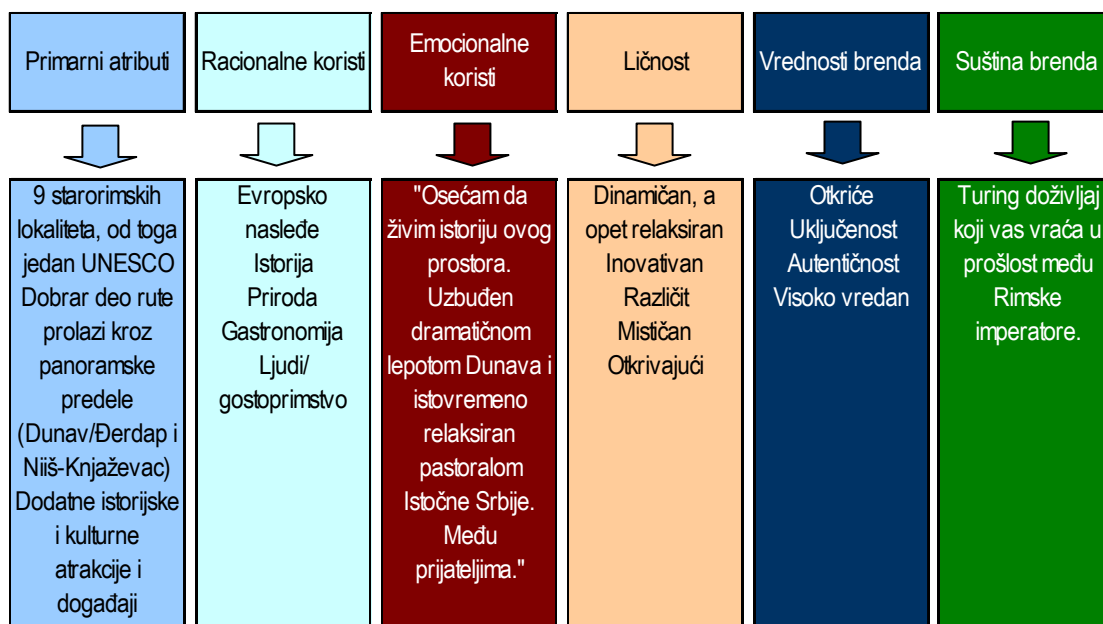
Brend treba da komunicira željeno pozicioniranje rute. Da bi to postigao, potreban je razvoj identiteta brenda. Razvoj identiteta brenda podrazumeva da smo svesni svesni sledećih činjenica:

1. brend je utemeljen na primarnim (opipljivim, objektivnim) atributima rute;
2. na osnovu tih karakteristika/atributa turisti odnosno posetioci imaju neke racionalne koristi;
3. posetioci, dalje, crpe i neke emocionalne koristi po osnovu putovanja rutom;
4. brend ima svoju ličnost koja prenosi diferencirajuće karakteristike rute;
5. brend ima svoju vrednost koja ima određeno značenje za posetioce; i
6. brend ima svoju suštinu a to je esencijalna karakteristika ove rute kao turističkog proizvoda.

Na narednoj strani dajemo ilustrativni prikaz ovih elemenata brenda za rutu *Put rimskih careva*.

Kao finalni posao u brendiranju rute jeste kreativni deo izrade logotipa, imena, slogana, simbola i dizajna.





## 2. TEMATIZACIJA

### Tematizacija rute

**Opis** Tematizacija ponude kulturnoistorijskog nasleđa, odnosno tematizacija ruta, dobar je način da se promoviše kulturni turizam. U realizaciji ovakvih aktivnosti neophodna je saradnja većeg broja stejkholdera. Ovo podrazumeva saradnju i partnerstvo privatnog i javnog sektora. Tema omogućava da se spoje strane koje u standardnim okolnostima ne bi dublje sarađivale. Planiranje i kooperacija na realizaciji ovog tipa proizvoda u uslovima još uvek nerazvijenog lanca vrednosti, kakav je slučaj ne samo kada je u pitanju područje kroz koje ruta prolazi, već i Srbija u celini, zahteva više godina ozbiljnih aktivnosti na tom planu. U tematizaciji ruta treba voditi računa da uprkos jedinstvenoj temi sami lokaliteti ne nude isto ili slično turističko iskustvo/doživljaj, (makar to bila samo percepcija, a ne i stvarno stanje), jer u takvim situacijama turisti gube interes da posete više od jednog ili eventualno dva lokaliteta. Mora se, dakle, voditi računa o tome da različite lokacije nude različite interpretacije i sadržaje, uprkos jedinstvenoj temi.

## Glavna tema **Put rimskih careva**

**Opis** Bogato kulturno-istorijsko nasledje iz rimskog perioda, koje posetiocima omogućava da upoznaju rimsku civilizaciju i sva njena dostignuća i da se na trenutak vrate u daleku prošlost.

Sama tura je izuzetno kompleksna- njen cilj nije samo da se Rimljani predstave kao osvajači i ratnici, već kao jedna visokorazvijena civilizacija koja je ove prostore oplemenila na više načina-kako kroz tehničko-tehnološka dostignuća i arhitektonske spomenike koji su za njima ostali tako i na jednom višem istorijskom nivou, širenjem hrišćanstva i kulture.

Glavna tema rute treba da ukaže na tri stvari:

- Prema različitim izvorima, na području današnje Srbije je, moguće, rođeno 17 rimskih careva, najviše posle područja same Italije
- Važnost područja današnje Srbije za Rimsko carstvo, u pogledu osvajačkih pohoda, odbrane carstva, ruda itd.
- Preko teritorije današnje Srbije prolazili su važni putevi Rimskog carstva
- Via Trajana, Via Militaris, Via Imperialis.

## Podtema 1 **Rimljani i Dunav**

**Opis** Rimljani prvi organizovano zbog osvajačkih ciljeva savladavaju Dunav, izgradjuju put koji ide od Beograda duž desne obale i dalje preko Vidina u Bugaraskoj. Intezivno korišćenje Dunava trajalo je sve do propasti Rimske imperije i najezde varvarskih plemena sa Istoka.

Izgradnja rimskog puta i velikog broja utvrđenja pokazuje značaj Đerdapa za Rimsku imperiju, sve do konačnog osvajanje Dakije početkom 2. veka. Izgradnja puta, koji se prostirao uz sam Dunav, bila je uslovljena potrebama brže i bezbednije plovidbe. Nakon osvajanja Dakije, Đerdap u narednih 150 godina nije više bio pogranična oblast Rimske imperije, te gubi vojni značaj, ali je zato omogućen razvoj gradskog života i trgovine u mestima gde su bila izgrađena vojna utvrđenja. U 3. veku, posle povlačenja Rimljana iz Dakije, Dunav ponovo postaje granica Imperije, a i kasnije, tokom 6. veka, kada se Vizantija u ovoj oblasti brani od upada Avara i Slovena.

Trajanove table su pisani simbol prve čovekove pobede nad Đerdapskim brzacima, a Trajanov most simbol njegovog veličanstvenog premošćavanja.



## Podtema 2 Rimljani i vino

**Opis** Rimljani su još od starih vremena bili poznati po vinu odličnog kvaliteta. Poznato je da je rimski car Domencijan (69-96. god.) uveo zakonski monopol kojim je samo italičnim vinogradarima bilo dozvoljeno da sade kvalitetnu lozu.

Vinogradarstvo i proizvodnja vina u knjaževačkom vinogorju datiraju još iz doba Rimljana, o čemu postoje ipodaci sa arheološkog nalazišta Timacum Minus, neposredno pored Knjaževca, gde je iskopan i kip Dionisa, boga vina starih Rimljana.

Ruta podrazumeva da se pod ovom temom povežu knjaževačke vinarije i negotinske pivnice, pri čemu bi bilo korisno da se proizvodi i puni posebno vino sa starorimskom etiketom i oznakom rute, poželjno u amforama. Vino bi bilo sertifikovano od strane Organizacije koja upravlja rutom i ona bi izdala dozvolu da se koristi logo rute. Pojedini vinski podrumi mogu, po želji, participirati u programu na način da su deo rute i da takođe koriste znak iste.

## Podtema 3 Rimske terme

**Opis** U rimskom društvu postojalo je mesto na kome je i ženama i muškarcima podjednako bilo omogućeno da se bave svojim telom i da ga neguju. Bile su to terme - luksuzna javna kupatila u kojima pristup nikome nije bio ograničen. Terme se smatraju u potpunosti rimskom tekovinom i od vremena Carstva igraju veoma važnu ulogu u životu Rimljana. Carske terme često su u jednom kompleksu imale, pored toplih i hladnih kupatila, i gimnastičke dvorane, vrtove, muzeje, biblioteke, restorane i trgovine.

Po svom arhitektonskom sklopu terme predstavljaju objekte koji su se razlikovali od grada do grada. Tako se i viminacijumske terme mogu izdvojiti ne samo po svojoj raskoši već i specifičnom arhitektonskom rešenju. Dug period u kome su bile u upotrebi (I-IV vek) omogućava da se jasno prate pojedine faze u gradnji.

Kao dodatni element priče o rimskim termama mogao bi se istaći zahtev da u nekoj od buduće privatizovanih banja (Gamzigradska i/ili Niška) budu izgrađene Terme Romanum (javne rimske terme), čime bi se podigla i atraktivnost.

**Podtema 4 Rimljani i religija**

**Opis** Ova tema tiče se odnosa Rimljana i paganstva, odnosno važnosti i značenja starorimskih bogova. Potom odnos Rimljana i hrišćanstva, preko progona hrišćana do pomirenja, a zatim i prihvatanja hrišćanstva za ravnopravnu pa zvaničnu religiju.

**Podtema 5 Rimljani i tehnologija**

**Opis** U antička vremena, Rimljani su bili poznati kao nosioci tehnološkog progresa. Neke od tekovina rimske civilizacije su sačuvane i do današnjih dana, i u mogućnosti smo da im se divimo, a u nekim slučajevima su bili vešti u primeni tuđih znanja i tehnologija.

U okviru ove teme može se interpretirati način gradnje puteva generalno, a posebno Trajanovog puta, kao i način i tehnologija gradnje Trajanovog mosta.

Dodatno, treba prikazati način grejanja objekata kod Starih Rimljana, jer predstavlja domišljat sistem svojevrsnog centralnog grejanja prostorija.

**Podtema 6 Rimska arhitektura**

**Opis** Inovacija u rimskoj arhitekturi je počela u 1. veku p.n.e. sa izumom betona koji se plasirao kao jača i jednostavnija alternativa kamenu. Iako mnogi smatraju beton kao najveći doprinos rimske arhitekture modernom svetu stil arhitekture koji je proizašao iz Rimske imperije se i danas povremeno koristi širom Evrope.

Ovde je moguće izgraditi sjajne priče o gradnji carske palate u Gamzigradu, mozaicima, gradnji rimskih logora, upotrebi betona i vrhuncu arhitekture tog doba, Apolodorovom remek delu, Trajanovom mostu.

**3. KOMUNIKACIJA: BROŠURE**

Brošure su kao deo interpretativnog materijala rute *Put rimskih careva* i kao takve ukratko već objašnjene u delu o planu konkurentnosti – program interpretacije. Ovde želimo da ukažemo na tipove interpretativnih brošura koje treba kreirati. U tom smislu predlažemo makar nekoliko sledećih vrsta brošura tj. lifleta:

- Mini vodič *Put rimskih careva*
- *Put rimskih careva* leaflet
- Mapa rute/itinerari



- Lifleti po pojedinim temama (*Rimljani i Dunav, Rimljani i Vino* itd.)
- Brošura o kapacitetima za smeštaj i restoranima participantima
- Monografija o ruti (komercijalno, za prodaju).

Odgovornost za brošure leži na Turističkoj organizaciji Srbije u saradnji sa Ministarstvom kulture do formiranja institucije nadležne za rutu, a potom na tom telu u saradnji sa TOS-om.

---

#### 4. KOMUNIKACIJA: INTERNET

##### Naziv programa: Internet prezentacija

**Opis** Internet je danas jedan od osnovnih vidova komunikacije, sa tendencijom stalnog porasta broja korisnika, a što vodi ka tome da će postati dominantan vid komuniciranja. Jedna od osnovnih prednosti internet jeste tzv. globalna dostupnost, - iz bilo kog dela sveta, u bilo koje vreme, bilo preko računara ili mobilnog telefona, možemo pristupiti željenom sajtu i trženju određenih informacija. Ovo je osnovni razlog zašto tura treba da bude praćena i odgovarajućim internet sajtom. U izradi istog treba anažovati profesionalne veb dizajnere, ali isto tako koristiti i načine na koji su druge poznate rute kreirale svoje sajtove. u kreiranju sajta za rutu, (čiji će korisnici biti i potencijalni posetioци, i organizacije i firme vezane za rutu i drugi zainteresovani), bitno je poštovati sledeće principe i načela:

- **Google friendly linkovi**- suština je da se naš sajt otvori u pretraživaču kada korisnik ukuca predhodno definisane ključne reči (haritage, Roman emperor, Srbija, Rimljani itd.);
- **CMS** - mogućnost izmene sadržaja bez poznavanja programiranja i to sa bilo kog računara koji ima pristup internetu. Time se omogućava potpuno samostalnost u ažuriranju veb prezentacije od strane nadležne institucije;
- **Sistem registracije korisnika** i prijavljivanja na sistem sa opcijom automatskog slanja e-maila svim registrovanim korisnicima;
- **Mass mail** slanje "Newsletters" svim registrovanim korisnicima ili prema nekoj e-mail bazi (WTO, TOS...);
- **Sistem anketiranja posetioca sajta** kroz neka ne preterano zahtevna pitanja, ali putem kojih je moguće izvršiti neka istraživanja;
- **Detaljno praćenje ponašanja korisnika na sajtu** u smislu da se prati koje opcije se najčešće otvarju, koje se slike gledaju itd;
- **Mehanizam pretrage sadržaja sajta** kroz opciju search;



- **RSS** vesti sa podrškom za sve standarde (omogućava da korisnici mogu da skidaju bitne vesti u obliku kratkih vesti koje kasnije mogu da pročitaju u celosti);
- **Live RSS** ( podrška za Rss vesti koje se u realnom vremenu menjaju) kao npr. trenutna temperatura na lokalitetu itd;
- **Mogućnost emitovanja audio video sadržaja** bilo sa naših servera ili nekog svetskog servera kao sto je YouTube;
- **Otvaranje naloga same rute na YouTube** u cilju promocije putem malih video klipova;
- **Korisnici koji se registruju** mogu da napisu tekst o nekom o tome kako su se provili ili da na sajt uz naše odobrenje stave video klipove;
- **Galerija fotografija** sa mogućnošću klasifikacije slika po kategorijama, opcijom slanja slike kao e-razglednice, uvećanjem detalja na fotografiji, pretragom određenog materijala;
- **Diskusioni forum** sa raznim nivoima privilegija korisnika;
- **Višejezičnost** (Srpski, Engleski, Italijanski, Ruski, Nemački, Slovenački).

Sadržaj na glavnoj strani treba da bude koncipiran tako da osim vesti, strukturirano nudi turističke proizvode, kao i praktične informacije vezane za dolazak, boravak, smeštaj i saobraćaj. Sve navedene opcije mogu biti u obliku posebne pod-stranice. Stranica mora isto tako biti u korelaciji sa regionalnim (klasterskim) sajtovima koji mnogo detaljnije promovišu svoju regiju. Sve fotografije i vizuelni zapisi na stranici su preuzeti iz banke fotografija i banke filmova Srbije. Proaktivan stav na stranici se može npr. postići s opcijom (podstranicom) za "online" kontakte putem e-maila, sekcijom s najčešće postavljanim pitanjima i odgovorima, kroz nagradne igre, online ankete i dr.

---

Uz prethodno, sajt treba da ima i funkciju prodaje. Ova se odnosi kako na kupovinu *Imperatorovog pasoša*, sa popustima, tako i za mogućnost bukinga participirajućih objekata za smeštaj.

---

## 5. INTERNI MARKETING

Interni marketing u domenu rute *Put rimskih careva* podrazumeva da se određenim marketing aktivnostima utiče na različitu publiku koja je u indirektnoj ili direktnoj vezi sa razvojem ove rute. U tom smislu, postoje tri ciljne publike ovih aktivnosti:



- Zaposleni u turizmu na koridoru kojim ruta prolazi, kako bi spoznali i cenili kulturni turizam generalno, a specifično ovaj segment turističkih proizvoda vezanih za kulturnoistorijsko nasleđe.
- Privatni turistički biznis, kojem treba predočiti prednosti razvoja rute, pre svega sa stanovišta doprinosa njihovom poslovnom uspehu, a posebno treba objasniti svrhu i stimulisati pridruživanje privatnih biznisa temi starorimskog nasleđa.
- Javni sektor, pre svega radi dobijanja održive podrške za projekat, na osnovu doprinosa koji ova ruta može imati na zaposlenost građana i njihovo blagostanje, ali i doprinosa koji ruta može pružiti privatnom sektoru.
- Rezidenti, da bi im se objasnio kulturni i ekonomski značaj rute, stimulisao zaštitnički odnos i briga prema nasleđu, kao i podstaklo pojačano uvažavanje arheologije i konzervacije.

Aktivnosti internog marketinga podrazumevaju i izdavanje posebnog mesečnog biltena, u početku u elektronskoj formi, i njegovu široku distribuciju.

---

## 6. PRODAJA

### 6.1. CILJNA TRŽIŠTA POSETILACA

Polazeći od tipova odmora ili proizvoda koje Svetska turistčka organizacija (UNWTO) izdvaja kao vodeće segmente turizma u budućnosti, moguće je povezati ih sa novim iskustvenim tržištima. To su sledeća tržišta:

- **tržište avantura** – predstavlja tržište odmora u neobičnim, egzotičnim, udaljenim ili netaknutim predelima/prostoru. Preferencije potrošača su povezane sa težnjom da učestvuju u aktivnostima na otvorenom prostoru. U toku odmora se preferiraju aktivnosti koje nose različit nivo rizika i uzbuđenja. Avanturisti su uglavnom istraživači netaknutih i egzotičnih predela planeta i učesnici u ekstremnim sportovima (brdski biciklizam, surfing, paraglajding i sl.). Tržište avantura najbrže raste u poslednjim godinama .
- **tržište prirode** - to je tržište koje obuhvata odgovorna putovanja u područja sa očuvanim prirodnim okruženjem. Turisti se interesuju za priče lokalnog stanovništva koje su vezane za prirodu i njene misterije uz istovremeno aktivno upoznavanje prirodnih lepota i divljeg sveta.
- **tržište kvaliteta života** - tržište u kojem se putnici u toku putovanja bave aktivnostima koje utiču na održanje i poboljšanje zdravstvenog

stanja. Putnici u destinaciji biraju sadržaje koji im omogućavaju da održe i unaprede fizičko i mentalno zdravlje.

- **tržište novog džet seta** - tržište u kojem postoji različiti pristup džet seterima. Ovde džet seteri ne traže samo luksuz, ovde oni traže nešto originalno, oskudno i drugačije.
- **tržište zabave** – zabavu čine događaji, izvođenja ili aktivnosti koje pružaju osećaj prijatnosti. Posetioци mogu da učestvuju u zabavi pasivno kao npr. gledajući operu ili aktivno kao npr. u tradicionalnim seoskim igrama i slično. Pretpostavka za zabavu je da onaj koji pruža zabavu bude vidljiv posmatraču. Rekreacija, igra, čitanje, kafići, klubovi, restorani i posmatranje umetnosti se takođe smatraju zabavom.
- **tržište uverenja** - to je tržište čvrstih uverenja i povoda gde ljudi veruju u poruke, povode, ideje, delotvornost, ljubav, osobe i namere, kao i mnoge druge verovatne i manje verovatne događaje. Najviše se tiče ekologije, okoline, vere, zaštite životinja, istraživanja i obrazovanja.
- **tržište odmora za um** – tržište je povezano za umnom (psihičkom) relaksacijom putnika. Putnici preduzimaju putovanja u autentična mesta radi dužeg ili kraćeg boravka u kojima postoje "retro" proizvodi poput kulture i tradicije, posmatranja devičanskih predela, otkrića ruralnog sveta, posmatranje i kreiranje umetnosti i zanata, ali i filozofije i mislilaca.
- **tržište ljubavi (emocija)** – ljudska bića u svojoj prirodi imaju razvijen motiv ljubavi koji se zadovoljava doživljajem osećaja voljenja ili voljenosti. Turisti preferiraju putovanja koja pružaju razvijanje međusobnih i interpersonalnih odnosa. Vezano za to postoji potreba za simbolima, ritualima i ambijenata koji će pružiti nezaboravan osećaj. Ovo tržište je takođe važno za porodice i njihove potrebe.

Proizvodi budućnosti		Iskustvena tržišta
Sunce i more	→	Kvalitet života, priroda i odmor za um
Sportski turizam	→	Avantura, priroda i kvalitet života
Avanturizam	→	Avantura, priroda i odmor za um
Turizam u prirodi	→	Priroda, avantura i odmor za um
Kulturalni turizam	→	Zabava i uverenja
Gradski turizam	→	Novi džet set, zabava i ljubav
Ruralni turizam	→	Kvalitet života, priroda, ljubav i odmor za um
Tematski parkovi	→	Zabava, avantura i uverenja
Kruzing	→	Ljubav, novi džet set i zabava
Sastanci i konferencije	→	Uverenja
Zdravstveni turizam	→	Kvalitet života, odmor za um, uverenja, ljubav



Proizilazi da se na osnovu iskustvene segmentacije moramo obraćati pre svega tržištima uverenja i zabave.

Prema nekim procenama UNWTO 37% svetske turističke tražnje ima veze sa zadovoljenjem kulturnih potreba. Istraživanja ATLAS-a, kao i istraživanja posetilaca pojedinih destinacija, pokazuju da je broj posetilaca koji su posetili određene lokalitete i destinacije dominantno motivisani kulturnim razlozima manji, negde oko 5-8%. To znači da se u svetskim razmerama taj broj poseta kreće između 40 i 65 miliona. Proizilazi da je neophodno privlačiti i one posetioce kojima kultura i kulturnoistorijsko nasleđe nisu primarni motiv dolaska (što se moglo zaključiti iz dosadašnjeg teksta ovog master plana, posebno u vezi sa tematizacijom rute).

Sa stanovišta pojedinih segmenata, njihov se značaj za ovaj proizvod srpskog turizma može dati i u sledećem prikazu, gde su segmenti za potrebe efikasnijeg fokusiranja drugačije strukturirani:

**Ciljni segmenti rute *Put rimskih careva***

Škole, univerziteti i druge institucije	Parovi bez dece	Parovi sa decom	Korporacije, poslovni gosti	Mladi
				

Legenda:



Primarna ciljna grupa



Dodatna ciljna grupa

## 6.2. POSLOVNA TRŽIŠTA (TUOPERATORI I AGENT)

Svakako da će organizovane grupe biti značajan segment, te je neophodno da se razvije sistem prodaje tuoperatorima, odnosno obezbedi uključivanje dela ili cele ponude u njihove programe. Pored ranije objašnjene potrebe za razvojem internet sajta rute i svih pratećih aktivnosti elektronskog marketinga i prodaje, ono što je neophodno tokom vremena napraviti je i *Prodajni priručnik za agente i tuoperatore*, kao neophodno sredstvo za potrebe kreiranja ruta i pomoćno sredstvo u prodaji krajnjim korisnicima od strane samih agenata. Priručnik treba da je dostupan i preko internet sajta.

Ključno je da se posrednicima zadovolje sledeće ključne potrebe:

- sigurnost u proizvod
- svesnost i razumevanje kulturnog proizvoda
- kontakti.

Za potrebe internacionalizacije prodaje ovog proizvoda, samo radi ilustracije dajemo kraći spisak internet adresa nekih organizatora turing proizvoda u svetu (SAD i Velika Britanija), uključujući i arheološke ture, kao i nekoliko veb adresa na kojima se mogu naći linkovi za organizatore arheoloških tura. Što se tiče domaćeg tržišta, tu je pristup organizatorima putovanja daleko jednostavniji.

Abercrombie & Kent International <a href="http://www.abercrombiekent.com">www.abercrombiekent.com</a>	American Council for Intl. Studies <a href="http://www.encoretours.com">www.encoretours.com</a>	Avanti Destinations <a href="http://www.avantidestinations.com">www.avantidestinations.com</a>
Brendan Worldwide Vacations <a href="http://www.brendantours.com">www.brendantours.com</a>	Celtic International Tours <a href="http://www.celtictours.com">www.celtictours.com</a>	Collette Vacations <a href="http://www.collettevacations.com">www.collettevacations.com</a>
Contiki Holidays <a href="http://www.contiki.com">www.contiki.com</a>	Destination Europe Resources <a href="http://www.der.com">www.der.com</a>	EF Educational Tours <a href="http://www.ef-tours.com">www.ef-tours.com</a>
Europe Express Inc. (EEI Travel) <a href="http://www.eeittravel.com">www.eeittravel.com</a>	E-Vacations.com <a href="http://www.e-vacations.com">www.e-vacations.com</a>	Gate 1 Travel <a href="http://www.gate1travel.com">www.gate1travel.com</a>
General Tours <a href="http://www.generaltours.com">www.generaltours.com</a>	Globus & Cosmos <a href="http://www.globusjourneys.com">www.globusjourneys.com</a>	Go Ahead Vacations <a href="http://www.goaheadvacations.com">www.goaheadvacations.com</a>
GoGo Worldwide Vacations <a href="http://www.gogowww.com">www.gogowww.com</a>	Homeric Tours, Inc. <a href="http://www.homeric-tours.com">www.homeric-tours.com</a>	Image Tours Inc. <a href="http://www.image-tours.com">www.image-tours.com</a>
Insight Vacations <a href="http://www.insightvacations.com">www.insightvacations.com</a>	Intrav <a href="http://www.intrav.com">www.intrav.com</a>	Isram World of Travel <a href="http://www.isram.com">www.isram.com</a>
IST Cultural Tours <a href="http://www.ist-tours.com">www.ist-tours.com</a>	Maupintour, Inc. <a href="http://www.maupintour.com">www.maupintour.com</a>	Mayflower Tours, Inc. <a href="http://www.mayflower-tours.com">www.mayflower-tours.com</a>
Rail Europe <a href="http://www.raileurope.com">www.raileurope.com</a>	Sunbeam Tours <a href="http://www.sunbeam-tours.com">www.sunbeam-tours.com</a>	Tauck World Discovery <a href="http://www.tauck.com">www.tauck.com</a>
Trafalgar Tours <a href="http://www.trafalgar.com">www.trafalgar.com</a>	Travcoa <a href="http://www.travcoa.com">www.travcoa.com</a>	Tradesco Tours <a href="http://www.tradescotours.com">www.tradescotours.com</a>
American Travel Abroad <a href="http://www.amta.com">www.amta.com</a>	Continental Journeys <a href="http://www.continentaljourneys.com">www.continentaljourneys.com</a>	Distinctive Travel & Tours <a href="http://www.distinctiveeurotours.com">www.distinctiveeurotours.com</a>
Grand Circle Corporation <a href="http://www.gct.com">www.gct.com</a>	Archaeological Tours <a href="http://www.archaeologicaltr.com">www.archaeologicaltr.com</a>	Continental Journeys <a href="http://www.continentaljourneys.com">www.continentaljourneys.com</a>
Paul Laifer Tours <a href="http://www.laifertours.com">www.laifertours.com</a>	Smolka Tours <a href="http://www.smolka-tours.com">www.smolka-tours.com</a>	Far Horizons <a href="http://www.farhorizon.com">www.farhorizon.com</a>

Najveći deo linkova do ovih sajtova može se naći na sledećem sajtu:  
<http://www.gotocentraleurope.com/>

Dodatni linkovi:  
[http://www.dmoz.org/Recreation/Travel/Specialty\\_Travel/Archaeology/](http://www.dmoz.org/Recreation/Travel/Specialty_Travel/Archaeology/)  
[http://archaeology.about.com/od/touroperators/Archaeology\\_Tour\\_Operators.htm](http://archaeology.about.com/od/touroperators/Archaeology_Tour_Operators.htm)  
<http://www.abta.com/specialisations/cultural.html>  
<http://www.aitoagents.com/index.asp>  
<http://www.gotocentraleurope.com/>  
<http://www.aito.co.uk/cultural-history-holiday.asp>

Ovde moramo da dodamo i jednu napomenu. Naime, primera radi, kada je u pitanju britansko tržište, uprkos značaju specijalizovanih agenata i turoperatora, za kulturna putovanja u zemlje Centralne i Istočne Evrope primat drže veliki turoperator. Stoga i tu činjenicu treba imati u vidu za budućnost. U sadašnjoj situaciji, specijalizovani organizatori putovanja su izglednija opcija.





# VIII DEO: UPRAVLJAČKI MODEL I MODEL RASTA

---

## 1. UPRAVLJAČKI MODEL

### 1.1. UPRAVLJANJE NASLEĐEM

Pitanje upravljanja u kontekstu ove rute je dvostrano. Sa jedne strane, ono se tiče upravljanja razvojem turizma generalno u oblastima kroz koje ruta prolazi. Postojeće stanje u domenu izgrađenosti lanca vrednosti u turizmu područja kroz koje ruta prolazi nalaže da se pitanjima upravljanja razvojem lanca vrednosti treba ozbiljno pozabaviti. U svakoj od opština kroz koje prolazi ruta, osim Svrlijiga, postoji lokalna turistička organizacija. Nažalost, od svih potrebnih aktivnosti immanentnih ovom vidu organizovanja javnog sektora u domenu destinacijskog menadžmenta i marketinga, jedino se operativno jednogodišnje planiranje obavlja kontinuirano, ali više uslovljeno pravilima izrade budžeta opština, nego što je to stvarno poslovno planiranje (odnosno svojevrsni biznis plan). Postoje aktivnosti koje podrazumevaju štampanje izvesnih brošura, ali nekonzistentnog dizajna i uglavnom *ad hoc*. Pitanjima umrežavanja i kooperacije privatnog i javnog sektora LTO se bave manje ili više neuspešno, a isto se može reći i za projekte razvoja i pakovanja ponude. Suštinski, ograničene skromnim finansijskim i kadrovskim resursima, lokalne turističke organizacije su "osuđene" na relativno skromnu promociju lokalne turističke ponude, odnosno lokalnih, krajnje skromnih i nerazvijenih turističkih proizvoda, nedorasle za nove zadatke koje se pred srpski turizam postavljaju. Priroda poslova buduće Republičke razvojne agencije za turizam je takva da se ona neće moći baviti uspostavljanjem lanca vrednosti po destinacijama i regijama/klasterima. To bi morao biti posao destinacijskih menadžment organizacija (DMO) koje bi se formirale na regionalnom/klasterskom principu. Projekti (master planovi) koji su rađeni od strane Ekonomskog fakulteta u Beogradu paralelno sa ovim, ukazuju na oblike organizovanja ovih DMO na područjima obuhvata master planova. S druge strane, pitanje upravljanja sistemom doživljaja same rute i lokaliteta je specifično, iako definitivno mora biti



usklađeno sa aktivnostima destinacijskog menadžmenta. Kada su u pitanju spomenici kulture, posebno arheološka nalazišta i ostaci značajnih građevina, čini se da, uz izuzetak nekih uspešnih primera koji su rezultat okolnosti, liderstva i agilnosti rukovodilaca pojedinih lokaliteta, usled ograničenih resursa, postoji neusklađenost aktivnosti koje su tri dela suštinski iste celine, a to su: arheološko istraživanje, zaštita/konzervacija i dostup javnosti/posetiocima (uključujući interpretaciju). U suštini slaba pregovaračka snaga nauke i kulture i njihova loša pozicioniranost u odnosu na ostale delatnosti u pogledu obezbeđivanja sredstava za istraživačke i razvojne aktivnosti, prouzrokovali su da se, osim nekih oblasti nauke i kulture, generalno ova nađe potisnuta gorućim ekonomskim i infrastrukturnim problemima u kojim se Srbija nalazi, te imamo jasnu situaciju na terenu – mnogi spomenici kulture su ili nedovoljno istraženi, ili prepušteni zubu vremena i nesavesnim "posetiocima", ili nespremni da prihvate posetioce. Uz sve to, kada je u pitanju ruta, nastaje dodatni problem kako upravljati njenim razvojem i održavanjem, jer se tu ne radi samo o nauci i kulturi. Izučavajući brojne primere iz prakse, mogli smo da zaključimo da u najvećem broju slučajeva, rute nasleđa i uopšte kulturne rute zahvalnost svom uspešnom razvoju duguju činjenici da su za svaku od njih uspostavljeni institucionalni oblici upravljanja: u pogledu Puta dvoraca u Nemačkoj to je asocijacija Put dvoraca, u pogledu Hadrijanovog zida to je Hadrian's Wall Heritage Limited, kod Rute 66 to je Federacija nacionalne istorijske Rute 66, da spomenemo samo neke. To samo govori u prilog našem mišljenju da je u ovom domenu neophodna institucionalizacija sistema upravljanja.

Kada su u pitanju različiti lokaliteti kao spomenici kulture od izuzetnog značaja, njihova zaštita (uključujući propisivanje uslova za izvođenje radova) je u nadležnosti Republičkog zavoda za zaštitu spomenika kulture, dok su spomenici kulture od nacionalnog značaja u nadležnosti Regionalnih zavoda za zaštitu spomenika kulture (Niš i Smederevo). Arheološka istraživanja izvode Arheološki institut, Odeljenje za arheologiju Filozofskog fakulteta u Beogradu, Narodni muzej iz Beograda i arheolozi drugih muzeja. Brigu o posetiocima, uz tekuće održavanje, uz određene izuzetke (npr. Viminacium) vode lokalni muzeji (ili npr. na primeru nalazišta Diana Arheološki muzej Đerdapa u Kladovu, Narodnog muzeja iz Beograda).

Pitanje upravljanja kulturnoistorijskim nasleđem je kompleksno. Na jednoj strani, ono se tiče opšteg upravljanja zaštitom i konzervacijom spomenika kulture, jačanja javne svesti i politika obezbeđenja pristupa javnosti. Ovde bi, po našem mišljenju, trebalo da postoji, pod Ministarstvom kulture, **poseban entitet za upravljanje nasleđem Srbije**, u čijem bi radu osim ključnih ministarstava učešće uzele i gore pomenute institucije. Ove institucije (Arheološki institut, zavodi za zaštitu spomenika kulture, muzeji) bi normalno nastavile da se bave poslovima kojima su se i do sada bavile. Ono o čemu bi se nova organizacija brinula jeste:





- (a) razvoj svesnosti javnosti o značaju nasleđa, arheologije i konzervacije, a u saradnji sa gore pomenutim institucijama i
- (b) omogućavanje pristupa javnosti i interpretacija nasleđa, putem određivanja titulara korisnika lokaliteta ili grupe lokaliteta, po strogo definisanim uslovima i pravilima, uključujući i oduzimanje prava korišćenja ako se ne poštuju uslovi i pravila.

Jedino ovakav pristup upravljanju omogućava ispunjenje svih ovih funkcija, pri čemu se, kao rezultat razumevanja nasleđa, ili doživljaja nasleđa i istorije, razvija i interesovanje za istraživanja i očuvanje, te arheologija i konzervacija dobijaju novo i šire pozitivno značenje i priznavanje.

## 1.2. UPRAVLJANJE RUTOM *PUT RIMSKIH CAREVA*

No taj nivo organizovanja nije predmet ovog projekta, te ga nećemo dublje elaborirati. Imajući u vidu podvojenost funkcija o kojoj smo prethodno govorili, postavlja se pitanje kako ih objediniti zajedno sa onim što predstavlja biznis vezan za turizam. Ovde je suština da je **neophodno da neko brine o razvoju i upravljanju turističkim lancem vrednosti, i vezano s tim, i marketingom kulturnog nasleđa**. Institucionalizacija sistema upravljanja u tom smislu obuhvata sledeća pitanja:

- prvo, kakav je obuhvat njenog delovanja sa stanovišta tipa spomenika kulture;
- drugo, ko su ključni stejkholderi; i
- treće, kako se ostvaruje partnerstvo.

**Obuhvat.** Ovde postoje dve mogućnosti. Prva mogućnost je da se formira posebna institucija koja će se baviti isključivo starorimskim nasleđem – npr. *Starorimsko nasleđe u Srbiji (Roman Heritage Serbia, Roman Heritage Trust)* ili *Put rimskih careva* ili *Itineraria Romana Serbia* ili slično, na način da će planirati, organizovati i kontrolisati aktivnosti uspostavljanja lanca vrednosti, kreiranja sistema turističkih iskustava, umrežavanja i privantno-javnog partnerstva. Sve ostalo što se tiče kulturnoistorijskog nasleđa i kulture uopšte ne bi bilo predmet interesovanja ove organizacije. Prednost ovog rešenja je što fokusira svoju pažnju na jednu temu, a time usmerava i resurse. Nedostatak je opasnost da ostalo nasleđe može ostati van procesa razvoja sistema turističkih doživljaja. Druga mogućnost je da se formira organizacija koja bi tretirala sve spomenike kulture – npr. *Spomenici kulture Srbije* ili *Nasleđe Srbije (Serbian Heritage Agency, Serbian Heritage Trust)* ili slično. Prednost ovakvog obuhvata je



mogućnost pravičnijeg tretmana sveukupnog nasleđa i posebno integralni pristup, a nedostatak je postojanje opasnosti od gubitka fokusa, teškoće u prioritizaciji projekata kao i mogući konflikti s tim u vezi, i potreba za obimnim, a nedostajućim sredstvima.

S ovim u vezi, uvereni smo da je **prvo rešenje** ipak **bolje**, odnosno da se formira **posebna institucija koja će planirati, organizovati i kontrolisati aktivnosti uspostavljanja lanca vrednosti, kreiranja i marketinga sistema turističkih iskustava, umrežavanja i privantno-javnog partnerstva**. Uporište za ovaj stav nalazimo u najboljoj praksi u svetu, gde se organizovanje ovog tipa uspostavlja oko jedne teme. Ovakav pristup je jasniji i privatnom sektoru, jer okupljanje oko jedne teme podrazumeva jasnije ciljeve, podelu uloga i lakše umrežavanje.

**Ko su stejholderi.** Sledeće je pitanje ko bi trebao da odlučuje o prioritetima i pravcima i načinu razvoja. Drugim rečima, radi se o izboru »akcionara« ove institucije/organizacije. Smatramo da bi u upravi ove institucije morali biti zastupljeni: buduća međuresorna komisija/agencija za kulturno nasleđe (koja bi predstavljala, prema današnjim nazivima, najmanje Ministarstvo kulture, Ministarstvo nauke, Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja, Arheološki institut, Republički zavod za zaštitu spomenika kulture), Turistička organizacija Srbije, najavljena Agencija za razvoj turizma kao i DMO koje pokrivaju teritorije kroz koje prolazi ruta. Po našem mišljenju, kao stejholderi su od izuzetne važnosti i lokalne vlasti opština/gradova obuhvaćenih rutom.

**Partnerstvo.** Iskustvo uspešnih ruta je pokazalo da su partnerski odnosi između privatnog i javnog sektora jedan od ključnih faktora uspeha. Stoga je jasno da ni ruta *Put rimskih careva* nema šanse za uspeh bez uspostavljanja ovog vida saradnje. Kada ovde govorimo o partnerstvu, ne mislimo samo na neophodnu saradnju privatnog i javnog sektora na klusterskom i/ili destinacijskom nivou, o kojoj je bilo reči u Strategiji razvoja turizma, i o kojoj se može nešto saznati i iz drugih master planova koje je radio Ekonomski fakultet u Beogradu. Ovde se radi o koraku dalje, o konkretnom partnerstvu uobičajenom oko rute kao proizvoda. To podrazumeva da se u okiru ove organizacije formira konkurentski klub, čiji bi članovi bile, pored »akcionara«, putničke agencije, lokalne destinacijske menadžment kompanije, restorani i smeštajni objekti opština kroz koje ruta prolazi.



---

## 2. MODEL RASTA

U budućem periodu predviđa se povećanje broja posetilaca kulturno-istorijskih lokaliteta koji se nalaze na Putu rimskih careva na osnovu čega se može kreirati model rasta. Model rasta se bazira na sledećim činjenicama:

- stvaranjem lanca visoke vrednosti kroz planirano investiranje će se povećati atraktivnost rute i pojedinačnih lokaliteta što će rezultovati u povećanju tražnje. Master planom je predviđena izgradnja i modernizacija interpretativnih centara i druge infrastrukture neposredno vezane za lokalitete koji datiraju iz Rimskog perioda;
- uvođenjem sistema upravljanja rutom i pojedinačnim lokalitetima baziranog na savremenim marketing i menadžment principima (integralna ponuda i upravljanje, prilagođavanje načina interpretacije novim zahtevima potrošača, prilagođen sistem promocije i distribucije itd.) biće povećana ukupna isporučena vrednost posetiocima. Sistem upravljanja je definisan Master planom;
- intenzivniji razvoj domaćeg i inostranog turizma u Srbiji i regionima kroz koje prolazi Put rimskih careva će uticati na povećanje broja posetilaca. Svetska iskustva pokazuju da najveći broj posetilaca kulturno-istorijskih lokaliteta čine turisti koji dolaze sa primarnim motivom korišćenja drugih turističkih proizvoda (odmori, poslovna putovanja + MICE, wellness i SPA, događaji, nautika itd.). Od posebnog značaja je budući razvoj turizma u područjima Donjeg Podunavlja i Stiga kroz koja prolazi Put rimskih careva, kao i Sokobanje koja se nalazi u blizini puta. Posebnim master planovima definisan je budući razvoj u pomenutim područjima na osnovu čega se može očekivati povećanje broja dolazaka;
- trend rasta broja putovanja na inostranom i domaćem turističkom tržištu. U svetu se u narednim godinama očekuje rast broja putovanja po prosečnoj stopi od oko 3.5% (WTO). U Srbiji se predviđa povećanje turističkih putovanja, usled očekivanog rasta diskrecionog dohotka stanovništva, po stopi od 6% do 7% (istraživanje *Strategic Marketing Research* agencije, 2006. godina); i
- u svetu raste interesovanje za obilaskom kulturno-istorijskih znamenitosti sa razvijenim lancem vrednosti. Broj posetilaca u okviru kružnih tura u poslednjim godinama povećava se po stopi od oko 10% (WTO) što je znatno iznad stope rasta svetskog turizma.



U skladu sa iznetim činjenicama u sledećoj tabeli predstavljen je model rasta za period do 2017. godine:

**Model rasta turističkog prometa na ruti *Put rimskih careva*  
(procene broja posetilaca)**

Segmenti	2006	%	2012	%	2017	%
Đačke ekscurzije	42000	46.2%	49000	27.5%	55000	16.5%
Organizovane grupe turista	1000	1.1%	15000	8.4%	55000	16.5%
Domaći individualni posetioci	30000	33.0%	65000	36.5%	125000	37.4%
Inostrani individualni posetioci	5000	5.5%	20000	11.2%	52000	15.6%
Putnici na kruzerima	3000	3.3%	10000	5.6%	25000	7.5%
Razna udruženja (penzioneri, planinari itd.)	10000	11.0%	19000	10.7%	22000	6.6%
<b>UKUPNO</b>	<b>91000</b>	<b>100.0%</b>	<b>178000</b>	<b>100.0%</b>	<b>334000</b>	<b>100.0%</b>

U budućnosti se očekuje apsolutno povećanje ukupnog broja posetilaca uz promenu relativnog učešća pojedinih segmenata. Posetioci u okviru *đačkih ekscurzija* i *organizovanih poseta preko raznih udruženja* će smanjiti relativno učešće. Povećanje relativnog učešća se očekuje za domaće i inostrane individualne turiste koji dolaze zbog obilaska lokaliteta i korišćenja drugih turističkih proizvoda. Značajan deo domaćih i inostranih individualnih posetilaca će biti poslovni putnici (najznačajniji poslovni centri su Beograd, Niš i Požarevac gde se može očekivati značajnije povećanje domaćih i inostranih poslovnih putnika koji će obilaziti lokalitete) i turisti koji će odsedati u velikim gradovima, kao i postojećim i novim rezortima i objektima na području, pre svega, Donjeg Podunavlja i Stiga, ali i Stare planine, Gamzigradske banje itd. Najznačajnije povećanje relativnog učešća se očekuje za posetioce koji dolaze preko agencija u okviru organizovanih grupnih poseta.